

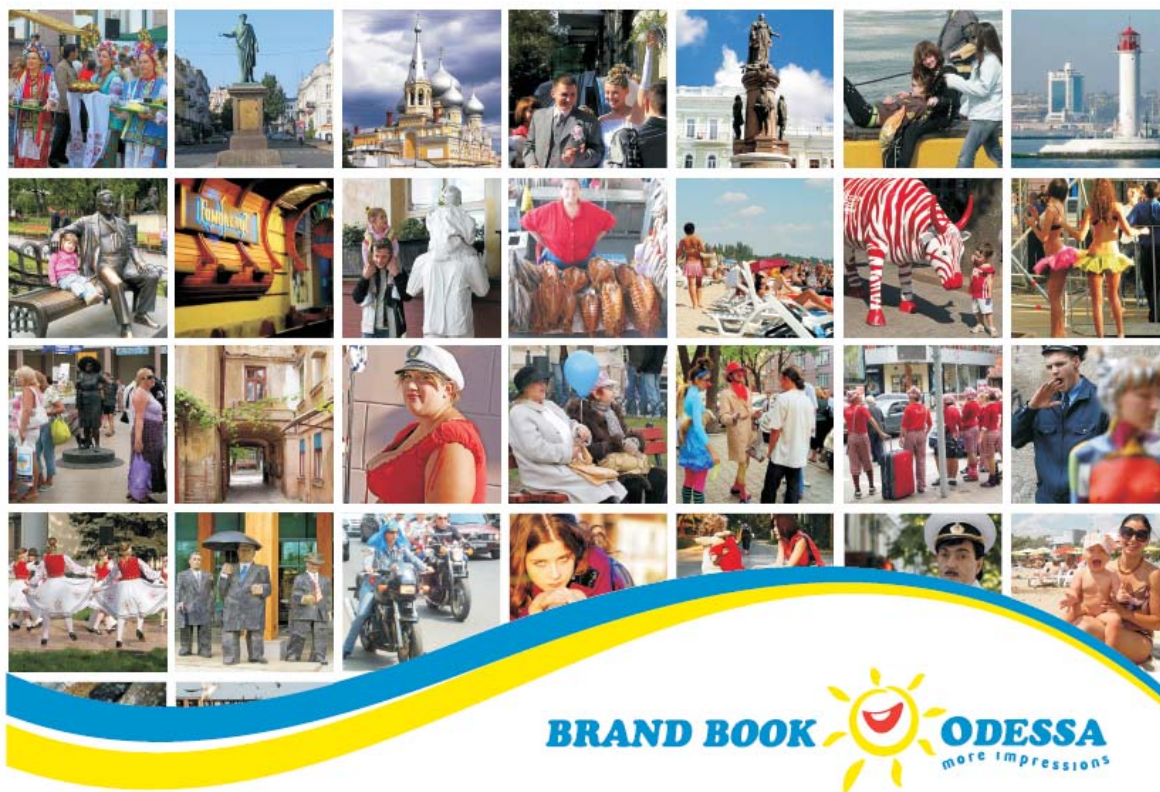
# Мнения по поводу нового логотипа и слогана Одессы

Март-апрель 2009

В марте 2008 года в Одессе был объявлен конкурс на создание туристического логотипа и слогана города. Распоряжением Городского головы Эдуарда Гурвица утверждено положение о конкурсе и состав жюри. Конкурс закончился, выиграла конкурс компания Bohush Communications.

**Логотип Одессы** состоит из написания слова Одесса, слогана «море впечатлений» в виде волны и стилизованного улыбающегося солнышка.

Особое внимание уделили символу-логотипу – улыбающемуся солнышку, которое имеет позитивную эмоциональную окраску, говорит о теплоте города и его ярких возможностях во всех сферах. Данный символ резко выделяется на фоне любой рекламной продукции и сразу привлекает внимание. Такой позитивный символ точно соответствует критериям, которые были выработаны в результате исследований бренда «Одесса».



Bohush Communications / 2009

По поводу логотипа разгорелась дискуссия. Мы собрали рецензии на новый туристический логотип и слоган Одессы у признанных специалистов. Получили как позитивные, так и не очень позитивные оценки. Читайте и разбирайтесь сами.

## Позитивные оценки



### **Минтусов Игорь Евгеньевич, Москва**

*Председатель Совета директоров группы компаний «НИККОЛО М», член американской Академии консультантов (Counselors Academy), член Совета директоров Европейской ассоциации политических консультантов, вице-президент РАСО. В активе ЦПК «НИККОЛО М» – более 550 политических и бизнес-пиар-кампаний.*

**Афанасьев Михаил Николаевич,**  
*директор по стратегиям и аналитике ЦПК «Никколо М», доктор социологических наук*

Рецензия визуальных и вербальных атрибутов бренда города Одессы «Разработанные компанией Bohush Communications в рамках программы по улучшению позитивного имиджа города Одессы туристический логотип города и слоган «Одесса – море впечатлений / Odessa – more impressions» заслуживают самой высокой профессиональной оценки.

Логотип и слоган вполне удовлетворяют высоким критериям, сформулированным в техническом задании на разработку бренда. Обещая прекрасные впечатления и обыгрывая «море/ more», логотип и слоган не только попадают в цель, но и сам брендинг превращают в весёлую игру, которая как нельзя лучше передаёт дух города.

Мы уверены, что новый городской бренд действительно соответствует мировым стандартам и способен улучшить позитивный имидж Одессы.»

Логотип Одесса описание



Рекламное послание

Солнце символ

Графическая надпись и слоган

## Томас Ахелис, Германия



*Экс-президент Европейской конфедерации публик рилейшенз (CERP) 1995-1998, 2000-2005, Президент ACHELIS & PARTNER GMBH PUBLIC RELATIONS*

*Директор Международного института качества публик рилейшенз (IQPR),*

*Разработчик стратегий улучшения имиджа некоторых стран Европы и Азии. Разработчик нескольких проектов в области разработки стратегии имиджа Украины в 2007 году.*

**Одесса – очень интересный город, с одной стороны это - порт и «морские ворота Украины», с другой стороны много всемирно известных деятелей культуры и искусства – выходцы из Одессы.**

**Из-за большого количества солнечных дней в году в начале 20 века там разместили известную киностудию. Солнце и море – важные ресурсы Одессы. Позитивные эмоции – яркий магнит для туристов.**

**Проект Bohush Communications по брендингу Одессы выполнен блестяще и представленные проекты и brand-book достаточны для эффективного продвижения Одессы в мире.**



## Рожков Игорь Яковлевич, Москва

*Профессор Кафедры связей с общественностью Московского государственного института международных отношений (МГИМО) МИД России, доктор экономических наук, автор книги «Имидж России»*

**«Логотип Одессы - "смеющееся солнце" - по моему мнению, "попадание в десятку. Он символизирует и привлекательное для всех южное тепло, и знаменитый одесский юмор, и доброжелательность одесситов. Дизайн логотипа осторожен и современен: его стилистика достойно смотрится в ряду графических решений, которые используют многие страны, продвигающие себя в качестве объектов туризма, например, Испания, Польша и т.д.»**





## ТОНИ МИХАН, Великобритания

*Почетный член IPRA, признанный лидер стратегий PR, Почетный член Совета Института связей с общественностью в Великобритании (IPR), президент TMA Communications, Почетный член Международной ассоциации публик рилейшенз (IPRA), 2002-2004 гг. – председатель комитета Golden World Awards*

*Имиджевые проекты в Великобритании, Африке, Китае, США, Индии, Малайзии, России, Венгрии, Румынии, Болгарии.*

*Компания TMA Communications в 2007 году выполнила проект по исследованию имиджа Украины в Европе.*

«Работы по имиджу и брендингу Одессы выполнены на мировом уровне. Данная работа может конкурировать с подобными проектами в Европе и мире. Я никогда не был в Одессе, но смотря на логотип, у меня возникают позитивные и теплые ассоциации, наверное, это приятный курортный город с позитивными впечатлениями. Остальную информацию я могу взять из туристических справочников. Компания Bohush Communications достойна представить этот проект на мировых конкурсах по брендингу территорий.»



### Негативная оценка.

Заранее приносим извинения за уровень культуры и применяемые выражения. Но редакторы очень просили вставить эту рецензию...



### Артемий Лебедев, дизайнер, Москва

Одесса ведь город юмора. Причем, не такого тупого габровского, как в кино показывают, а на самом деле. Это совершенно потрясающий город с абсолютно уникальной атмосферой и тончайшим чувством юмора во всем. Очевидно, что дол...ебы из горсовета не в состоянии принятием логотипа произвести на город малейшее влияние. Одессе ни тепло, ни холодно. Нельзя исключать и того, что остроумные градоначальники решили постебаться, приняв особо му....ое г...но в качестве городского логотипа. Таки все пройдет, даже это.

