

Правительство Российской Федерации
Санкт-Петербургский государственный университет

Факультет искусств
Кафедра дизайна

Бузулеева Анна, 4 курс

Пояснительная записка
к выпускной квалификационной работе

ТЕМА:
Разработка фирменного стиля для племенного завода “Спутник-Агро”

Направление 54.03.01 “Дизайн”
квалификация: бакалавр дизайна (графический дизайн)

Руководитель:
старший преподаватель кафедры дизайна
Т.И.Александрова

Руководитель теоретической части:
кандидат искусствоведения,
доцент с возложенными обязанностями
заведующего кафедрой дизайна К.Г.Позднякова

Санкт-Петербург, 2021 год

Вводная часть	3
Тема выпускной квалификационной работы	3
Основание для выполнения работы	3
Актуальность	3
Цель проекта	4
Задачи проекта	4
Практическая значимость проекта	5
Основные этапы работы	6
Анализ аналогов по теме дипломного проекта	6
Тематические аналоги	6
Концептуальные аналоги	9
Стилистические аналоги	11
Концепция проекта	12
Разработка проекта	14
Вывод на планируемые носители информации	15
Компьютерные технологии, использованные в проекте	15
Список источников	16
Список интернет-ресурсов	16
Графическое приложение	18

Вводная часть

1. Тема выпускной квалификационной работы

Разработка фирменного стиля для племенного завода «Спутник-Агро».

2. Основание для выполнения работы

Проект выполнен по заявке работодателя - племенного завода «Спутник-Агро».

3. Актуальность

Племенной завод «Спутник-Агро» занимается разведением и продажей крупного рогатого скота Абердин-ангусской породы. В данный момент компания находится в поиске стратегий развития. Приоритетными целями организации являются поиск партнеров и диверсификация деятельности компании. Отсутствие фирменного стиля препятствует реализации стратегий продвижения и расширения бизнеса. Комплексное дизайнерское решение может помочь компании визуализировать стратегии продвижения и расширения бизнеса, а также решить проблему взаимодействия с партнерами.

Основное направление деятельности компании связано с разведением абердин-ангусской породы. Дополнительным направлением деятельности, которое планируется развивать в ближайшее время, является развитие агротуризма и продажа фермерской продукции.

Согласно данным отчета «Текущее состояние сельского туризма в России. Выявление проблем и перспектив в развитии сельского туризма в стране»

за 2019 г.¹, количество потребителей туризма на сельских территориях составляет 22% от числа всех туристов, путешествующих по стране. Средняя продолжительность посещения объектов агротуризма составляет 2-3 дня. К основным негативным факторам, препятствующим развитию сельского туризма, относят проблемы с транспортной доступностью, затратную логистику и высокие цены на услуги, а также недостаток информации, рекламы, маркетинга и продвижения. К приоритетным задачам развития данного направления в России относят создание эффективной системы информационно-рекламного продвижения продуктов сельского туризма на отечественных и международных рынках; разработку плана мероприятий для популяризации сельского туризма на федеральном уровне, продвижение сельских турпродуктов в крупных центрах (Москва, Санкт-Петербург и пр.). Таким образом, поиск визуальных решений для развития и продвижения агротуризма и сельского хозяйства в России является значимой целью.

4. Цель проекта

Разработать фирменный стиль компании «Спутник-АГРО»

5. Задачи проекта

- (1) проанализировать рынок (конкуренты, аналоги)
- (2) провести интервью с заказчиком
- (3) определить основные направления разработки
- (4) проанализировать целевую аудиторию по каждому из направлений
- (5) разработать концепцию проекта
- (6) разработать сценарий взаимодействия с пользователями по каждому из направлений: бизнес, агротуризм, фермерские продукты (концепция farm-to-fork)

¹ «Текущее состояние сельского туризма в России. Выявление проблем и перспектив в развитии сельского туризма в стране (2019 год)»

- (7) разработать ключевые элементы фирменного стиля: логотип, система шрифтов, цветов; плакаты по интересующим направлениям (бизнес, агротуризм, фермерская продукция); форма презентации для показа инвесторам и партнерам; упаковка; и тд.
- (8) продумать возможности применения фирменного стиля в различных средах и на различных носителях (интернет-пространство, деловая документация, сувенирная продукция, упаковка, навигация)

6. Практическая значимость проекта

Разработанный проект предназначен для реализации. Предложенные решения могут быть актуальны для других компаний такого типа.

Основные этапы работы

1. Анализ аналогов по теме дипломного проекта

Тематические аналоги

01. Cheburashkini Brothers Identity / Ermolaev Bureau

Визуальная айдентика для семейной фермы Братья Чебурашкины была разработана студией Ermolaev Bureau. В данном примере можно выделить новый для отечественного производителя подход к упаковке молочных продуктов, а также комплексность использования фирменной графики на разных носителях, в том числе корпоративных. В визуальном решении, предложенном дизайнерами, намеренно избегаются привычные образы, связанные с молочной продукцией: “Идентичность молочных брендов на российском рынке чаще всего строится вокруг традиционных визуальных кодов: коровы, струйка молока, трава, крынки молока, бидоны, коты и так далее. Мы же сознательно не пошли по пути привычных визуальных решений, так как Братья Чебурашкины — это новая культура фермерства с большим личным вовлечением самой семьи. Это не просто бизнес или маленькая ферма — это новый формат, требующий свежего подхода в дизайне”.² Вся айдентика строится на типографике: инициальные, первые буквы продукции являются основой дизайна. Для реализации данного образа дизайнерами был разработан акцидентный шрифт с альтернативными формами знаков. В качестве инспираций для шрифта были использованы древнеславянские символы. Каждому продукту был присвоен цветовой код. Таким образом, фирменный стиль представляет

² http://ru.ermolaevbureau.com/projects/Cheburashkini_Brothers_Dairy_Packaging/

собой систему знаков и принципов их использования. Такое визуальное решение обеспечивает единство узнаваемость, предоставляет возможность расширять линейку продукции, не теряя при этом визуальной идентичности.

02. mid/night 00.00

Mid/night 00.00 – косметический бренд, который “был рождён для того, чтобы усилить самую настоящую и искреннюю красоту, создав идеальную рутину, свободную от всего, чего мы не хотим для своей кожи”,³ – пишут производители. Цель бренда – полностью уйти от реактивной косметики в пользу профилактики и здоровых процедур.

Дизайн упаковки фокусирует внимание на натуральности ингредиентов. Она выполняет свою основную функцию – информирует, но акцент остается на том, что внутри. Этот посыл считывается также и в сценарии продвижения бренда в соц. сетях.

03. Sju Seaweed / by north™ / 2021

Sju Seaweed – это стартап, созданный с целью построения устойчивого будущего с помощью веганских морепродуктов. Согласно концепции представленной на сайте, Sju стремится предложить готовые к употреблению продукты, приготовленные из морских водорослей.⁴ Один из первых проектов – чипсы, полностью изготовленные из местных продуктов.

³ <https://midnightcosmetics.co>

⁴ <https://www.behance.net/gallery/112674257/Sju-Seaweed>

Графическое оформление продукта совмещает в себе чистое типографическое решение и акцентный визуальный образ. Плакатная графика также включает в себя атмосферные пейзажные фото, что задает тон разработке, передает характер продукции и погружает пользователя в атмосферу продукции еще до непосредственного взаимодействия пользователя с продуктом.

04. Lufthansa / Отл Айхер / 1962

В качестве аналогов системного подхода к проектированию были рассмотрены проекты, разработанные Отл Айхером – дизайнером, оказавшим решающее влияние на развитие корпоративного дизайна в Германии. В частности, его проект для компании Lufthansa 1962 года.

Проект включал в себя разработку знака, логотипа, выбор фирменных цветов, шрифта, разработку макетов печатной продукции, стандарты стиля фотографий, дресс-код для сотрудников, виды материалов, разработку выставочных систем, архитектурные решения и решения по дизайну интерьеров - проект затрагивал все аспекты имиджа компании. Отл Айхер говорил о том что, для того чтобы успешно позиционировать себя в сознании людей, компании необходимо иметь собственную философию. Айхер считал, что при поисках образа необходимо иметь четкое представление о сути бренда, нужно знать, что именно должен символизировать бренд. Айхер различал понятия «дизайнер» и «художник-оформитель», считая, что дизайнер должен принимать непосредственное участие в разработке общей философии компании. Разделял дизайн «вторичный» (поверхностный) и интегрированный дизайн. Он призывал компании, с которыми работал, искать в себе в

первую очередь личность, индивидуальность, и лишь потом приступал к визуализации найденного образа.⁵

05. Fremtind Annual Report / Scandinavian Design Group / 2019

В качестве аналога разработки комплексной графической системы для корпоративных отчетов был рассмотрен проект студии Scandinavian Design Group для Fremtind Annual Report.

Fremtind Annual Report – страховая компания, возникшая в результате слияния двух крупнейших норвежских финансовых групп. Годовой отчет для Fremtind “типографически воплощает в себе черты айдентики бренда, стремящегося достичь вершины ясности”.⁶ Дизайнерами была разработана комплексная система для различных отчетов компании. Данный проект является примером работы с большим количеством данных, которые визуализируются и структурируются средствами дизайна.

Концептуальные аналоги

К концептуальным аналогам относятся идеи и решения, которые могут помочь сформировать коммуникативную стратегию проекта (фильмы, архитектурные объекты, произведения современного искусства и т. д.)

01. ‘Repair’ / Baracco + Wright with Linda Tegg

⁵ <http://www.berlogos.ru/article/ot-lozhki-do-goroda-ulmskaya-shkola/>

⁶ <https://sdg.no>

“Repair” – инсталляция, представленная на Венецианской биеннале (‘Sustainability In The Sinking City’) в 2018 году. Команда под руководством архитекторов Мауро Барако и Луизы Райт в сотрудничестве с художницей Линдой Тегг заполнила Австралийский павильон более чем десятью тысячами саженцев австралийских коренных лугов. “Сопровождаемая визуальными и текстовыми исследованиями, инсталляция напоминает архитектурные объекты до вмешательства человека”.⁷ С каждым годом тема устойчивого развития становится все более актуальной темой для дизайнеров и художников по всему миру. Такие мероприятия как биеннале дают площадку для освещения таких важных тем и способствует информированию, взаимодействию и рефлексии.

Инсталляция “Repair” является интересным примером искусственного погружения человека в среду с целью обратить внимание, заставить пользователя замедлиться, остановиться и задуматься о том, какую роль человек играет в природных изменениях.

02. Chef's Table / Netflix

Chef's Table – первый оригинальный документальный сериал Netflix, премьера которого состоялась 26 апреля 2015 года. Каждый эпизод сериала фокусируется на конкретном шеф-поваре и исследует его личную философию и подход к приготовлению пищи. Наиболее интересными для проекта являются две серии: серия с Дэном Барбером (Dan Barber) – пример экологического и инновационного подхода, когда организация (ресторан) создается в формате единой экосистемы; серия о Фрэнсисе Мэлмане (Francis Mallmann) – пример сценарного подхода, идея

⁷ <https://mattersjournal.com/stories/venicebiennale>

погружения в определённые условия и контекст, который определяет впечатление пользователя.

Стилистические аналоги

Стилистические аналоги проекта включают в себя плакаты, дизайн упаковки, примеры верстки, цветовые решения и атмосферные фотографии. Общими для всех аналогов являются следующие принципы: акцент на типографике, минимализм, использование фотографических образов, отсылающих к природной тематике. (Приложение 1.3)

2. Концепция проекта

2.1 Аналитическая часть брифа

Заказчик	Племенной завод “Спутник-Агро”
Компетенции бренда	высокое качество продукции, технологичность, традиции и инновации
Целевые аудитории	1. Партнёры, инвесторы 2. Городские жители
Компетенции продукта	Адаптивность, визуальная чистота, иерархичность
Концепт	Медленное движение

2.2 Концепция проекта

Тематически проект разделяется на два направления (Приложение 2. рис. 1) в соответствии с двумя основными целевыми аудиториям (бизнес-партнеры и потребители): B2B (business to business) и B2C (business to consumer).

Направления B2B предполагает разработку решений для структурированного представления информации о компании потенциальным партнерам и инвесторам. В рамках данного направления разработаны информационные плакаты и шаблон презентации. Данные носители могут быть использованы для представления компании на агровыставках и других профильных мероприятиях.

В идейную основу второй части проекта (B2C) легла концепция *Slow life / Slow Movement (медленное движение)* – культура замедления ритма жизни. Авторы статьи “Slow living” Бет Мередит и Эрик Сторм резюмируют медленную жизнь следующим образом:

“Медленная жизнь означает структурирование вашей жизни вокруг смысла и самореализации. Подобно "добровольной простоте" и "дауншифтингу", он подчеркивает подход "меньше-больше", фокусируясь на качестве вашей жизни. <...> Медленная жизнь направлена на стремление вести более сбалансированную жизнь и стремиться к более целостному чувству благополучия в полном смысле этого слова.”⁸

В настоящее время движение насчитывает больше десяти направлений, среди них – *медленное образование, медленное питание, медленное путешествие* и др. Каждое из направлений имеет свою идейную составляющую. *Слоуфуд (медленное питание)* — движение, противостоящее системе быстрого питания, пропагандирующее философию мира, в котором все люди имеют доступ к качественным продуктам и получают удовольствие от еды, которая полезна для них самих, выгодна для производителей и не приносит вреда планете. Концепция направлена не только на продвижение здорового питания, но также на сохранение традиций национальной и региональной кухни, культуры традиционного застолья.

В рамках проекта планируется разработка концепции программы “Спутник. *Slow-Mo*” (*медленное движение*) и “Спутник. *Slow Food*” (*медленное питание*). Основная цель направлений – ознакомить пользователя с процессами производства фермерских продуктов питания и особенностями региональной кухни, позволить посетителям фермы

⁸ Parkins, Wendy; Craig, Geoffrey (2006). *Slow living*. Oxford, UK: Berg.

“замедлить” ритм жизни, приблизиться к природе, восстановить тактильные ощущения мира.

Ключевая метафора, которая формирует визуальный образ проекта – тактильная память. Визуальные образы представлены в семиотическом поле (Приложение 2. рис 2.).

3. Разработка проекта

В визуальном решении проекта концепция реализуется через использование приемов замедленной съемки. Важной составляющей проекта являются видео-плакаты. Такой формат носителей подразумевает свое распространение в основном в интернет-пространстве, в частности на близких по тематике сайтах и в социальных сетях в качестве контекстной рекламы (характер – нативный), а также на аккаунтах компании для привлечения и информирования целевой аудитории. В печатной версии плакатов видео может проигрываться с помощью дополненной реальности, для активации которой требуется мобильное приложение.

Основными каналами коммуникации с целевой аудиторией в настоящее время являются социальные сети. Для продвижения продукта в сети необходимо создание коротких видео, привлекающих внимание и способных за несколько секунд передать настроение и атмосферу проекта. В анимированной версии плакатов используется сочетание кинетической типографики и замедленной видеосъемки. В печатной версии плакатов видеоизображения переводятся в статичные изображения, транслирующие те же образы *медленной жизни*, тактильности, близости к природе. Шрифтовое и цветовое решение проекта объединяет между собой рекламные плакаты, упаковку и информационные плакаты.

4. Вывод на планируемые носители информации

1. Плакаты по направлению (B2B) – 594 x 841 мм.
2. Плакаты по направлению (B2C) – 594 x 841мм.
3. Видео-плакаты – 1920 x 1080 px.
4. Презентация – 1920 x 1080 px.
5. Инстаграм-профиль – 1080 x 1920 px.
6. Упаковка фермерских продуктов (молоко/творог/яйца/сыр) – разные форматы.

5. Компьютерные технологии, использованные в проекте

Для компьютерной разработки проекта были использованы редакторы Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Photoshop, Adobe After Effects, мобильное приложение Halo AR для работы с текстовыми, фото и видео-материалами.

Список источников

1. Брингхерст Р. Основы стиля в типографике. М.: Аронов, 2018. – 480 с.
2. Гэд, Т. 4D брендинг: взламывая корпоративный код сетевой экономики / Т. Гэд. – Стокгольм : BookHouse Publishing AB, 2001. – 228 с.
3. Иттен, И. Искусство формы. Мой форкурс в Баухаузе / И. Иттен. – Москва : Издатель Дмитрий Аронов, 2016. – 136 с.
4. Лола, Г. Н. Дизайн-код: методология семиотического дискурсивного моделирования / Г. Н. Лола. – Санкт-Петербург : ИПК Береста, 2019. – 264 с.
5. Мортон, Т. Стать экологичным / Т. Мортон. – Москва : Ад Маргинем Пресс, 2019. – 240 с.
6. Пшера, А. Интернет животных: новый диалог между человеком и природой / А. Пшера. – Москва : Ад Маргинем Пресс, 2017. – 192 с.
7. Рудер Э. Типографика. М.: Аронов, 2017. – 286 с.
8. Рэби Ф., Данн Э. Спекулятивный мир: Дизайн, воображение и социальное визионерство. М.: Strelka Press, 2017. – 264 с.

Список интернет-ресурсов

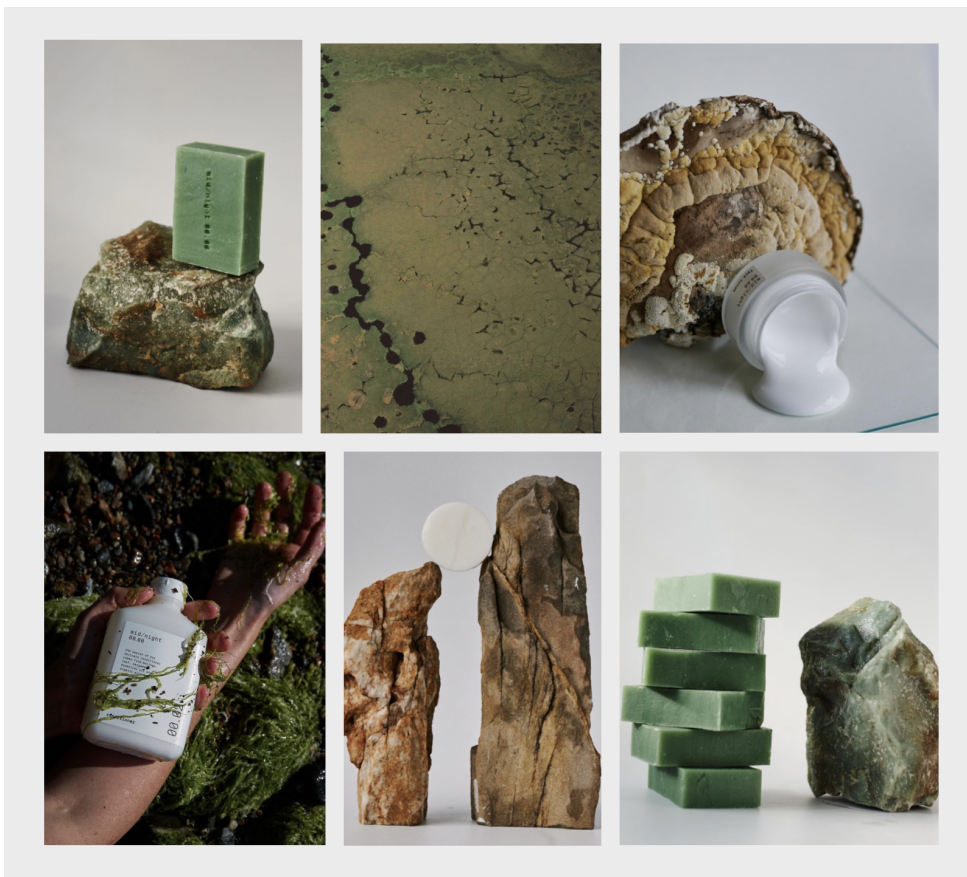
1. Ермолаев Бюро.
(http://ru.ermolaevbureau.com/projects/Cheburashkini_Brothers_Dairy_Packaging/) Просмотрено: февраль, 2021
2. Лебедева И.В., Копылова С.Л. 2019 г. / «Текущее состояние сельского туризма в России. Выявление проблем и перспектив в развитии сельского туризма в стране».

- (https://просельскийтуризм.рф/assets/files/books/report-research_rural-tourism-in-russia_arsi_2019.pdf) Просмотрено: апрель, 2021
3. От ложки до города. Ульяновская школа
(<http://www.berlogos.ru/article/ot-lozhki-do-goroda-ulmskaya-shkola/>)
Просмотрено: февраль, 2021
 4. Behance. Sjy Seaweed.
(<https://www.behance.net/gallery/112674257/Sjy-Seaweed>)
Просмотрено: январь, 2021
 5. mid/night 00.00. (<https://midnightcosmetics.co>) Просмотрено: январь, 2021
 6. Parkins, Wendy; Craig, Geoffrey (2006). *Slow living*. Oxford, UK: Berg.
(<https://pdfroom.com/books/slow-living/4zW5n4kogNq>)
Просмотрено: март, 2021
 7. Scandinavian Design Group. (<https://sdg.no/>) Просмотрено: февраль, 2021
 8. Slow Media Manifesto. (www.en.slow-media.net/manifesto)
Просмотрено: март, 2021
 9. Venice Biennale: Sustainability In The Sinking City
(<https://mattersjournal.com/stories/venicebiennale>) Просмотрено: март, 2021
 10. Wiki по дизайну упаковки. www.fermawiki.surge.sh
Просмотрено: апрель, 2021

Графическое приложение

Приложение 1. Аналоги

Тематические аналоги



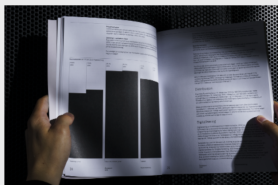
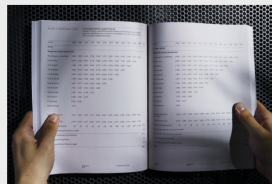
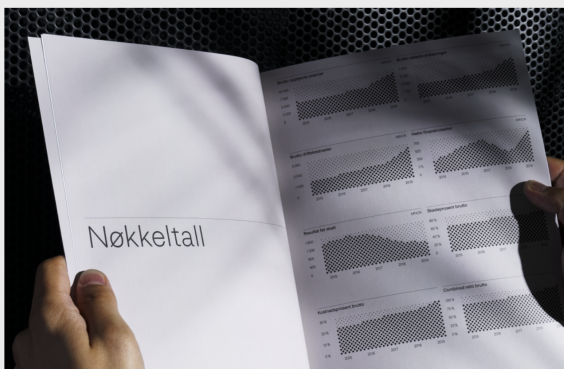
sjv

We make smarter food
a convenient alternative

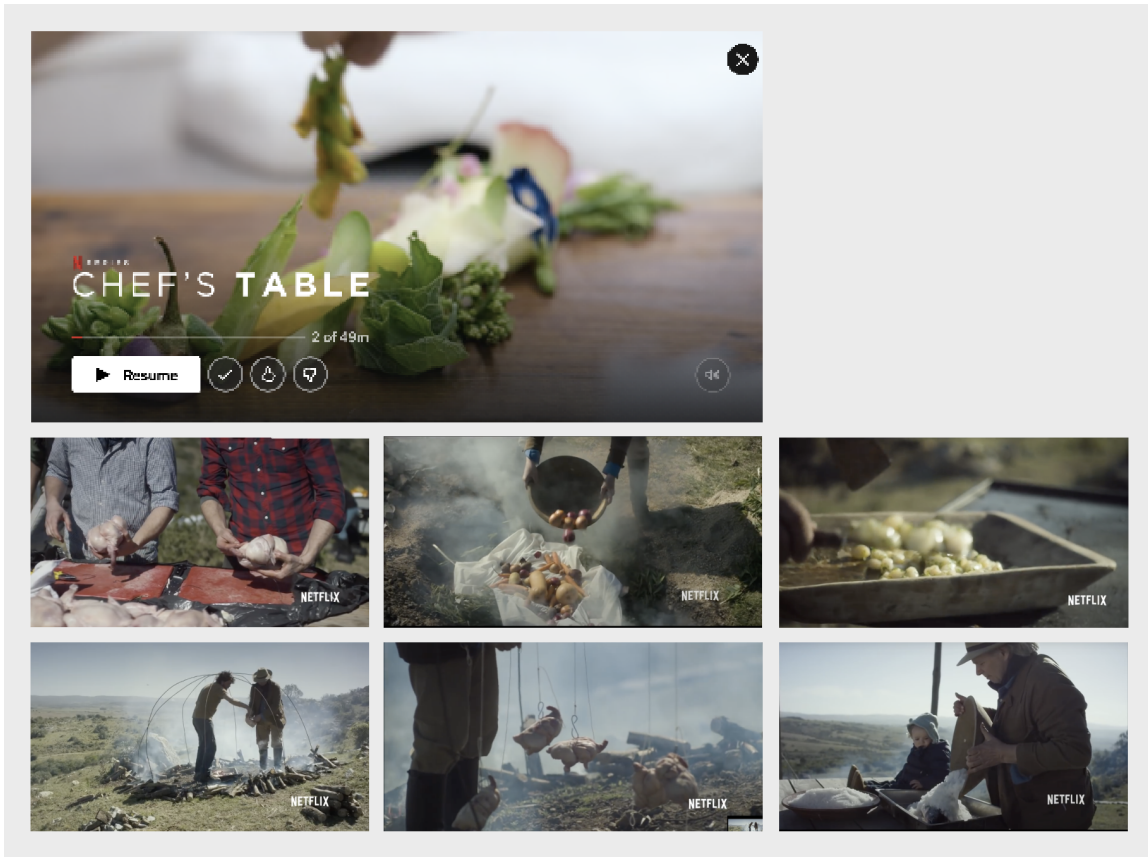


Seaweed

@seaweedno



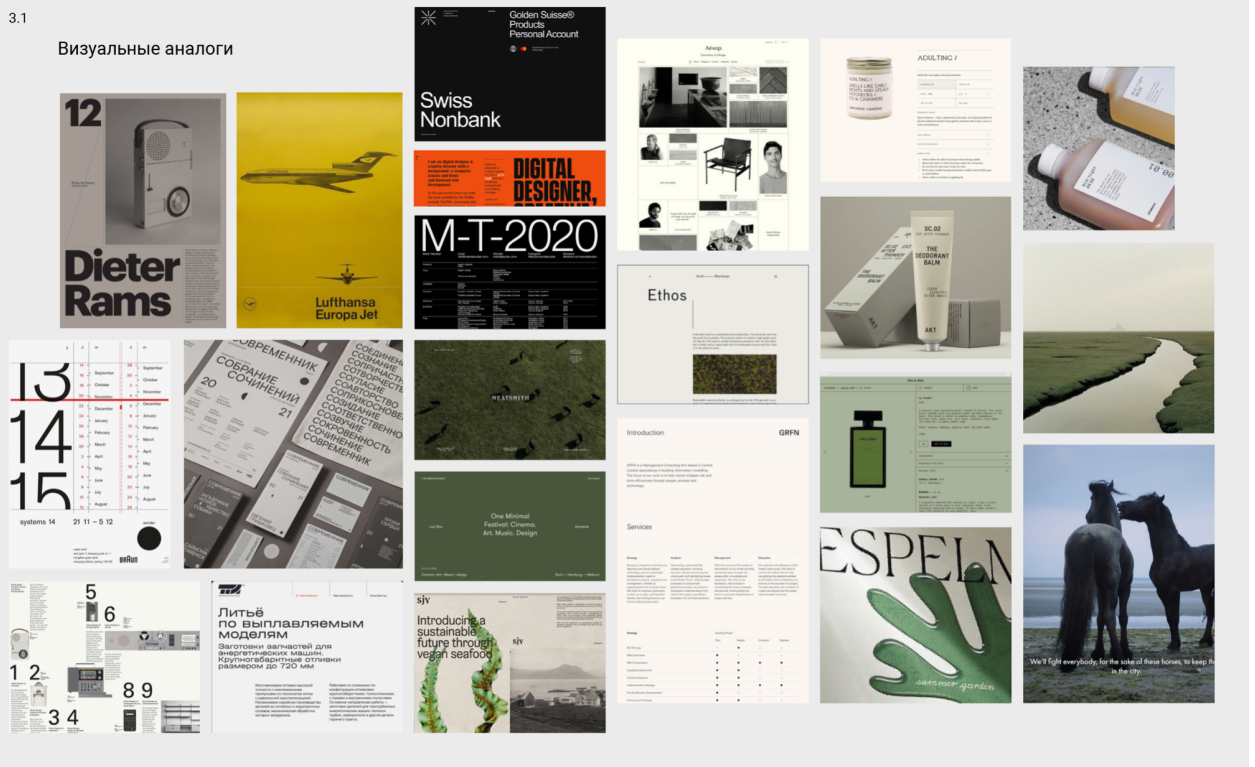
Концептуальные аналоги



Стилистические аналогии

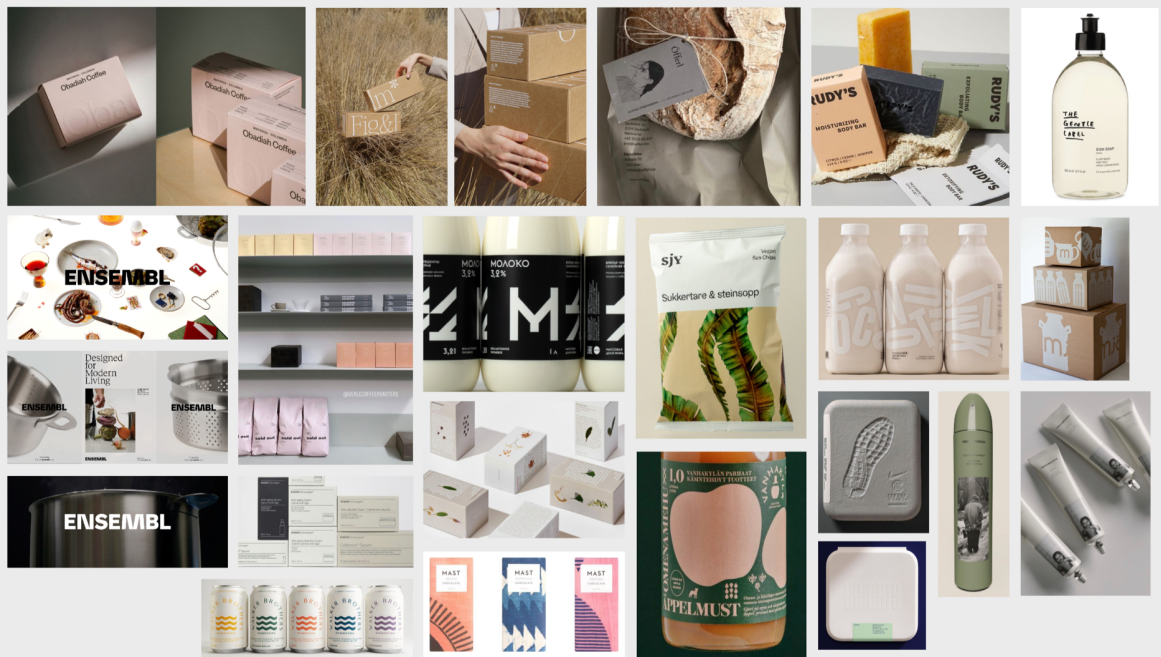
3.1

Визуальные аналогии



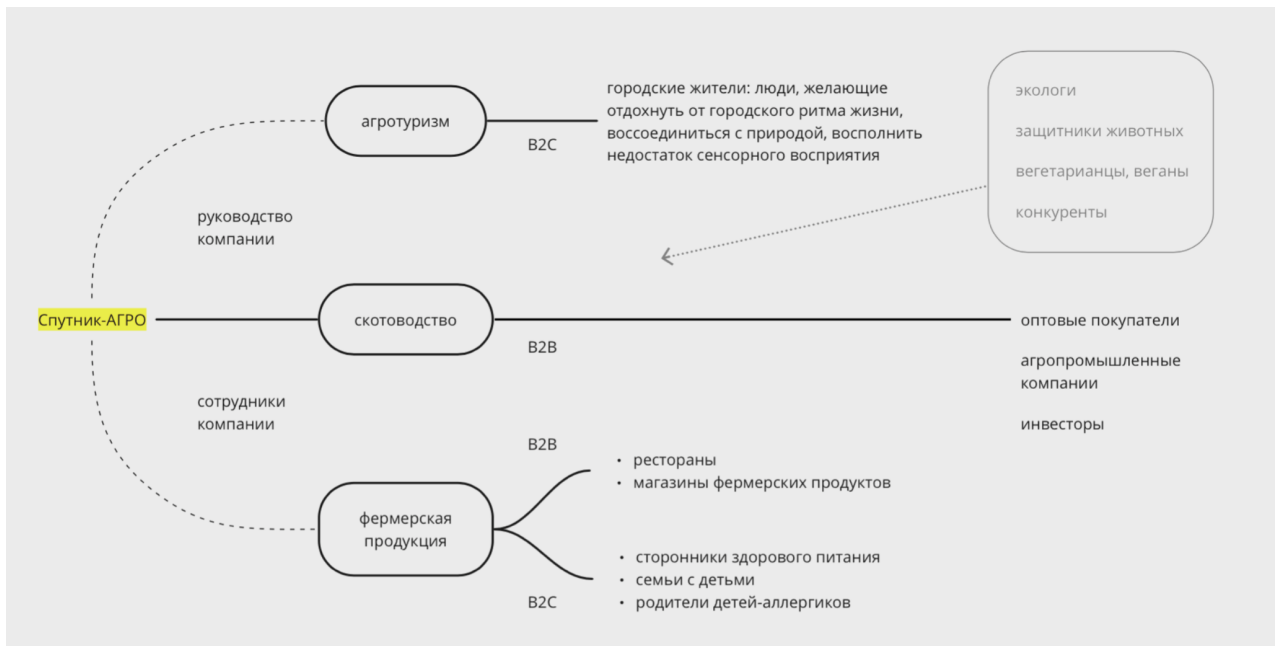
3.2

Упаковка:



Приложение 2.

1. Схема целевой аудитории



2. Семиотическое поле

тактильные пленочные фотографии



2. Фермерские продукты (упаковка)

МОЛОКО СПУТНИК АГРО

3,6 - 4,6 %


1 л.

КОМОЛОКО

МОЛОКО НАТУРАЛЬНОЕ ПИТЬЕВОЕ ЦЕЛЬНОЕ

Число: 410205008235

ЕРАС



Слоуд и дининг, противостоят системе быстрого питания, производя качественные продукты и получают удовольствие от них, которые полезны для них самих, выгодны для производителей и не вредят окружающей среде.

МОЛОКО НАТУРАЛЬНОЕ ПИТЬЕВОЕ ПАСТЕРИЗОВАННОЕ ЦЕЛЬНОЕ, массовый доля жира 3,6 - 4,6%. Состав: молоко цельное.

Линейная ценность (100г. продукта): ЖИР от 3,6 до 4,6 г.; БЕЛОК 3,8 г.; УГЛЕВОДЫ 4,7 г.; ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ от 264 кДж (63 ккал) до 381 кДж (72 ккал)

Хранить до и после вскрытия упаковки при температуре: (+4-2)°С.

Объем: 1л. ГОСТ 31458-2013.

СПУТНИК АГРО

МОЛОКО НАТУРАЛЬНОЕ ПИТЬЕВОЕ ЦЕЛЬНОЕ

3,6 - 4,6 %

1 л.




ЕРАС



СПУТНИК АГРО

3,6-4,6%

МОЛОКО

МОЛОКО НАТУРАЛЬНОЕ ПИТЬЕВОЕ ЦЕЛЬНОЕ

1 литр

Число: 410205008235

ЕРАС



МОЛОКО НАТУРАЛЬНОЕ ПИТЬЕВОЕ ПАСТЕРИЗОВАННОЕ ЦЕЛЬНОЕ, массовый доля жира 3,6 - 4,6%. Состав: молоко цельное.

Линейная ценность (100г. продукта):

ЖИР	от 3,6 до 4,6 г.;
БЕЛОК	3,8 г.;
УГЛЕВОДЫ	4,7 г.;
ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ	от 264 кДж (63 ккал) до 381 кДж (72 ккал)

Хранить до и после вскрытия упаковки при температуре: (+4-2)°С.

Объем: 1л. ГОСТ 31458-2013.

СПУТНИК АГРО

3,6 - 4,6 %

1 л.

МОЛОКО

МОЛОКО НАТУРАЛЬНОЕ ПИТЬЕВОЕ ЦЕЛЬНОЕ

Число: 410205008235

ЕРАС



Слоуд и дининг, противостоят системе быстрого питания, производя качественные продукты и получают удовольствие от них, которые полезны для них самих, выгодны для производителей и не вредят окружающей среде.

МОЛОКО НАТУРАЛЬНОЕ ПИТЬЕВОЕ ПАСТЕРИЗОВАННОЕ ЦЕЛЬНОЕ, массовый доля жира 3,6 - 4,6%. Состав: молоко цельное.

Линейная ценность (100г. продукта): ЖИР от 3,6 до 4,6 г.; БЕЛОК 3,8 г.; УГЛЕВОДЫ 4,7 г.; ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ от 264 кДж (63 ккал) до 381 кДж (72 ккал)

Хранить до и после вскрытия упаковки при температуре: (+4-2)°С.

Объем: 1л. ГОСТ 31458-2013.

СПУТНИК АГРО

МОЛОКО НАТУРАЛЬНОЕ ПИТЬЕВОЕ ЦЕЛЬНОЕ

3,6 - 4,6 %

1 л.




ЕРАС



МОЛОКО НАТУРАЛЬНОЕ ПИТЬЕВОЕ ПАСТЕРИЗОВАННОЕ ЦЕЛЬНОЕ, массовый доля жира 3,6 - 4,6%. Состав: молоко цельное.

Линейная ценность (100г. продукта):

ЖИР	от 3,6 до 4,6 г.;
БЕЛОК	3,8 г.;
УГЛЕВОДЫ	4,7 г.;
ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ	от 264 кДж (63 ккал) до 381 кДж (72 ккал)

Хранить до и после вскрытия упаковки при температуре: (+4-2)°С.

Объем: 1л. ГОСТ 31458-2013.

МОЛОКО

МОЛОКО НАТУРАЛЬНОЕ ПИТЬЕВОЕ ЦЕЛЬНОЕ

Число: 410205008235

ЕРАС



МОЛОКО НАТУРАЛЬНОЕ ПИТЬЕВОЕ ПАСТЕРИЗОВАННОЕ ЦЕЛЬНОЕ, массовый доля жира 3,6 - 4,6%. Состав: молоко цельное.

Линейная ценность (100г. продукта):

ЖИР	от 3,6 до 4,6 г.;
БЕЛОК	3,8 г.;
УГЛЕВОДЫ	4,7 г.;
ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ	от 264 кДж (63 ккал) до 381 кДж (72 ккал)

Хранить до и после вскрытия упаковки при температуре: (+4-2)°С.

Объем: 1л. ГОСТ 31458-2013.

СПУТНИК АГРО

3,6 - 4,6 %


1 л.

МОЛОКО

МОЛОКО НАТУРАЛЬНОЕ ПИТЬЕВОЕ ЦЕЛЬНОЕ

Число: 410205008235

ЕРАС



МОЛОКО НАТУРАЛЬНОЕ ПИТЬЕВОЕ ПАСТЕРИЗОВАННОЕ ЦЕЛЬНОЕ, массовый доля жира 3,6 - 4,6%. Состав: молоко цельное.

Линейная ценность (100г. продукта):

ЖИР	от 3,6 до 4,6 г.;
БЕЛОК	3,8 г.;
УГЛЕВОДЫ	4,7 г.;
ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ	от 264 кДж (63 ккал) до 381 кДж (72 ккал)

Хранить до и после вскрытия упаковки при температуре: (+4-2)°С.

Объем: 1л. ГОСТ 31458-2013.

СПУТНИК АГРО

3,6-4,6%

МОЛОКО

МОЛОКО НАТУРАЛЬНОЕ ПИТЬЕВОЕ ЦЕЛЬНОЕ

Число: 410205008235

ЕРАС



СПУТНИК АГРО

МОЛОКО

Фермерские продукты с душой мы хотим быть твоим верным другом каждое утро, день и вечер. Поэтому для нас особо важно качество наших продуктов.

натуральное 3,6 - 4,6% питьевое цельное

ЖИР	от 3,6 до 4,6 г.;	1 л.
БЕЛОК	3,8 г.;	
УГЛЕВОДЫ	4,7 г.;	
ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ	от 264 кДж (63 ккал) до 381 кДж (72 ккал)	

СПУТНИК АГРО

Фермерские продукты с душой мы хотим быть твоим верным другом каждое утро, день и вечер. Поэтому для нас особо важно качество наших продуктов.



МОЛОКО

Фермерские продукты с душой мы хотим быть твоим верным другом каждое утро, день и вечер. Поэтому для нас особо важно качество наших продуктов.

натуральное 3,6 - 4,6% питьевое цельное

ЖИР	от 3,6 до 4,6 г.;	1 л.
БЕЛОК	3,8 г.;	
УГЛЕВОДЫ	4,7 г.;	
ЭНЕРГЕТИЧЕСКАЯ ЦЕННОСТЬ	от 264 кДж (63 ккал) до 381 кДж (72 ккал)	

5. B2B (презентация)

СПУТНИК АГРО

- Миссия
- Область работы
- Цели и задачи деятельности
- Технологии и инновации
- Реализованные проекты
- План производства продукции

ГОРДА

В рамках проекта осуществляются дальнейшие разработки для развития бренда «Область агроинноваций» в г.Тверь, Калининградской области и в г.Тверь, Калининградской области и в г.Тверь, Калининградской области.

ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПЛАН ПРОЕКТА

Объем инвестиций в проект составляет 100 млн руб. на реализацию мероприятий по развитию производства продукции в рамках проекта.

ПАРАМЕТРЫ ОБОРОТА И РЕАЛИЗАЦИИ КРС ПРЕДВИДИТЬ

Показатель	Единица измерения	Значение
Возраст животных при продаже	мес.	12
Производительность молока (литры)	л/сут.	10
Возраст выбраковки коров и телок	лет	5
Потребность в кормах	кг/голову/сут.	15
Телки	шт.	10
Бычки	шт.	10
Всего	шт.	20
Телки выбраковки	шт.	10

ТЕХНОЛОГИИ СОДЕРЖАНИЯ ЖИВОТНЫХ

Применение современных технологий в производстве продукции на ферме, позволяющее снизить затраты на содержание животных.

КОРМОВОПРОИЗВОДСТВО

Для обеспечения стабильного производства продукции на ферме, необходимо иметь собственное производство кормов.

Команда проекта:

- Руководитель проекта:** Владимир Александрович
- Менеджер проекта:** Екатерина Сергеевна
- Специалист по продажам:** Дмитрий Сергеевич

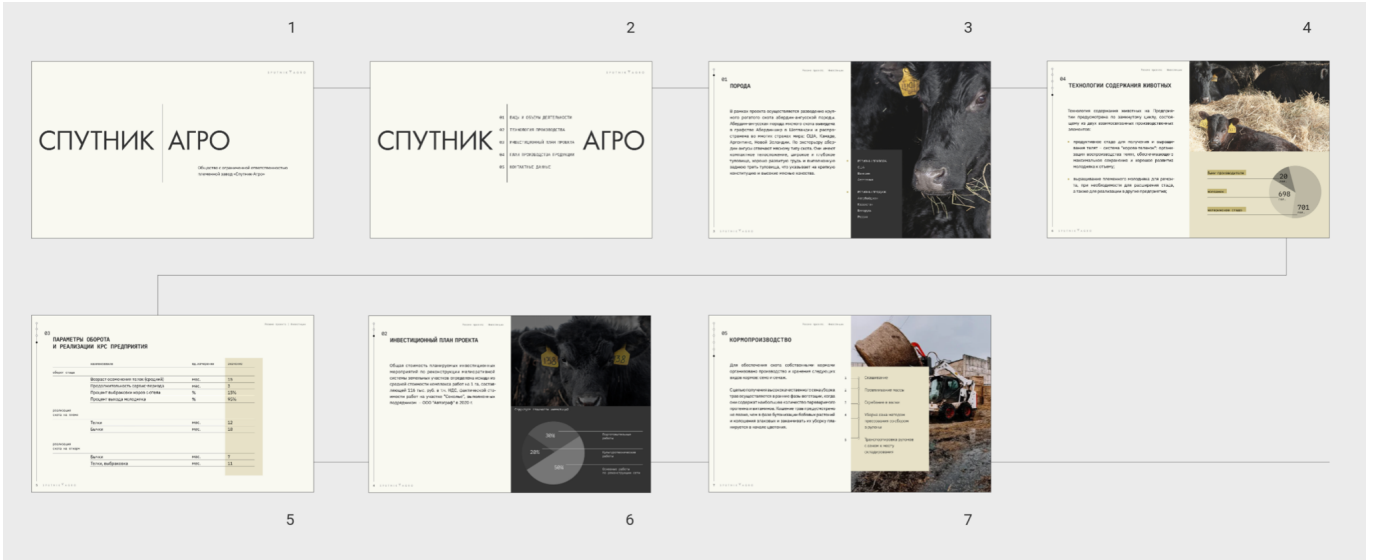
КОНТАКТЫ

Россия, Калининградская область, Калининградский район, г.Тверь

8 (495) 123 45 67
www.agro.ru

Приложение 4. Проект

1. Презентация



2. Плакаты (B2B)

СПУТНИК АГРО

Общество с ограниченной ответственностью «Спутник-Агро»

кол-во	ДАТА РОЖДЕНИЯ	ВЕС
40 быков	май 2020 года	388 кг.
184 быка	июнь 2020 года	282 кг.
56 быков	июль 2020 года	274 кг.

СПУТНИК — АГРО

Общество с ограниченной ответственностью «Спутник-Агро» начало свою работу в 2005 году, когда была завезена первая партия племенного скота абердин-ангусской породы из Венгрии в количестве 60 телят и 8 быков-производителей. В 2009 году племенная репродуктор получила статус Племенной Записи по разведению крупного рогатого скота абердин-ангусской породы. В настоящее время ООО «Спутник-Агро» реализует племенной скот не только в пределах Российской Федерации, но и в страны Таможенного Союза, а также сотрудничает с коллегами других стран: США, Австралия, Бразилия, Франция, Новая Зеландия.

ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

Выращивание животных для консалтинговой собственной стада и реализации племенной организации по искусственному осеменению сельскохозяйственных животных и другим ед. лиц и индивидуальный предпринимателям.

Совершенствование продуктивных качеств сельскохозяйственных животных племенной породы с применением научных обоснованных селекционных и биотехнологических методов. Поддерживаем продуктивную устойчивость и выносливость.

Обеспечение реализации программы по производству племенного скота по собственной продуктивности и качеству потомства, по истинно племенным методам на достоверность происхождения животных.

год	кол-во скота	гол.
2005	60	69/4
2006	115	
2007	248	
2020	1300	

кол-во скота	гол.
бык-производитель	20 гол.
коровы	698 гол.
крупный скот	701 гол.

Адрес: Московская обл., Волоколамский район, с/п. Центральный
 Контакт: и-мэйл: sputnik-agro@mail.ru
 сайт: www.sputnik-agro.ru

СПУТНИК АГРО

ABERDIN — ANGUS

Порода абердин-ангус была выведена в начале 17 в., из преимущественно черного крупного рогатого скота северной восточной Шотландии известной как «кобблер» (пусты) и «хитлбер» (бронзовый). В настоящее время ангусы являются одной из самых распространенных мясных пород в мире. Скот переносится в охотничьи, легко адаптируется в любых климатических условиях. Ангусы выбирают фермеры как для разведения чистопородных животных, так также для скрещивания с другими породами, дающими помесный скот, так как мясные качества у ангусов передаются из поколения в поколение. Также ангусы являются основой для уже выведенных пород, таких, например, как Бразилер, Русский комсомолец и др.

РЕГИОНЫ ПРИБЫВА

США
 Вьет Конгдан 1
 Вьет Конград 2

ВЕНГРИЯ
 Волон 3

АВСТРАЛИЯ
 Вьет Кансланд 4

РЕГИОНЫ ПРОДАЖ

АЗЕРБАЙДЖАН
 Степанаверт 5

КАЗАХСТАН
 Костанай 6
 Астана 7

БЕЛАРУСЬ
 Минск 8

РОССИЯ
 Псков 9
 Саратов 10
 Краснодар 11
 Краснодар 12
 Москва 13
 Челябинск 14
 Калининград 15
 Волгоград 16
 Калужская 17
 Гатчина 18
 Воронеж 19
 Калуга 20
 Омск 21
 Ижевск 22
 Саранск 23
 Майкоп 24

СЕВ. АМЕРИКА ЕВРАЗИЯ АВСТРАЛИЯ

Адрес: Московская обл., Волоколамский район, с/п. Центральный
 Контакт: и-мэйл: sputnik-agro@mail.ru
 сайт: www.sputnik-agro.ru

3. Плакаты (b2c)

СПУТНИК АГРО

SLOW — MOOD

МЕДЛЕННОЕ ДВИЖЕНИЕ



ХОТИТЕ ЗАМЕДИЛИТЬ ХОД ВЫХОДНЫХ?

Сделайте что-то нетипичное, изолируйтесь от городского шума, забудьте о социальных сетях и погрузитесь в физическую реальность, чтобы наполнить свой день новыми впечатлениями. Программа медленных выходных Sputnik Slow-Mood Спутник. Медленное движение

СБ/ВС

10:00	Экскурсия по ферме
11:00	Мастер-класс по сыроварению Продолжительность: 90 минут
13:00	Кулинарный мастер-класс Продолжительность: 180 минут
17:00	Ужин на ферме Продолжительность: 120 минут

Ленинградская обл., Всеволожский район, д. Лепсары

контакты:
e-mail: sputnik-agro@gmail.com
сайт: www.sputnik-agro.ru

СПУТНИК АГРО

SLOW-MOOD



ХОТИТЕ ЗАМЕДИЛИТЬ ХОД ВЫХОДНЫХ?

Сделайте что-то нетипичное, изолируйтесь от городского шума, забудьте о социальных сетях и погрузитесь в физическую реальность, чтобы наполнить свой день новыми впечатлениями. Программа медленных выходных Sputnik Slow-Mood Спутник. Медленное движение

СБ/ВС

10:00	Экскурсия по ферме
11:00	Мастер-класс по сыроварению Продолжительность: 90 минут
13:00	Кулинарный мастер-класс Продолжительность: 180 минут
17:00	Ужин на ферме Продолжительность: 120 минут

Ленинградская обл., Всеволожский район, д. Лепсары

контакты:
e-mail: sputnik-agro@gmail.com
сайт: www.sputnik-agro.ru

СПУТНИК АГРО

SLOW-FOOD

МЕДЛЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ



ХОТИТЕ ЗАМЕДИЛИТЬ ХОД ВЫХОДНЫХ?

Сделайте что-то нетипичное, изолируйтесь от городского шума, забудьте о социальных сетях и погрузитесь в физическую реальность, чтобы наполнить свой день новыми впечатлениями. Программа медленных выходных Sputnik Slow-Food Спутник. Медленное потребление

СБ/ВС

10:00	Экскурсия по ферме
11:00	Мастер-класс по сыроварению Продолжительность: 90 минут
13:00	Кулинарный мастер-класс Продолжительность: 180 минут
17:00	Ужин на ферме Продолжительность: 120 минут

Ленинградская обл., Всеволожский район, д. Лепсары

контакты:
e-mail: sputnik-agro@gmail.com
сайт: www.sputnik-agro.ru

СПУТНИК АГРО

SLOW-FOOD

МЕДЛЕННОЕ ПОТРЕБЛЕНИЕ



ЧТО ТАКОЕ [СЛОУ-ФУД]?

- движение, противопоставляющее системе быстрого питания, пропандицирующая философия мира, в котором все люди имеют доступ к качественным продуктам и получают удовольствие от еды, которая полезна для них самих, выгодна для производителей и не приносит вреда планете.

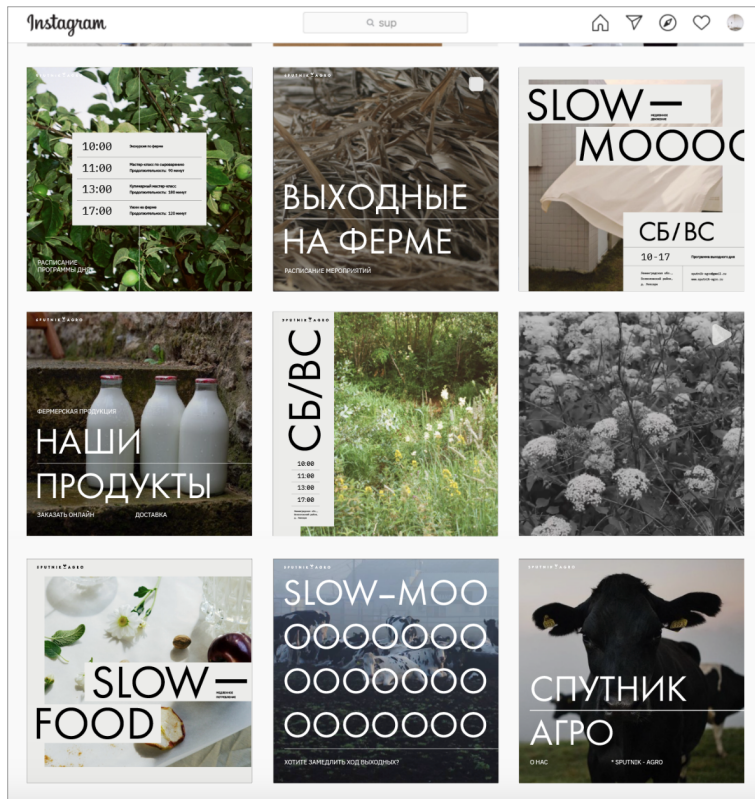
СБ/ВС

10:00	Экскурсия по ферме
11:00	Мастер-класс по сыроварению Продолжительность: 90 минут
13:00	Кулинарный мастер-класс Продолжительность: 180 минут
17:00	Ужин на ферме Продолжительность: 120 минут

Ленинградская обл., Всеволожский район, д. Лепсары

контакты:
e-mail: sputnik-agro@gmail.com
сайт: www.sputnik-agro.ru

4. Соц. сети (инстаграм)



5. Упаковка

МОЛОКО

3,6 - 4,6 %

НАТУРАЛЬНОЕ | ПИТЬЕВОЕ | ЦЕЛЬНОЕ

жир	от 3,6 до 4,6 г.
белок	3,0 г.
углеводы	4,7 г.
энергетическая ценность	63 ккал

хранить при температуре +5 °С

ОБЪЕМ: ВРЕМЯ ДОЙКИ:

ТВОРОГ

2 %

МОЛОКО ЦЕЛЬНОЕ, ОБЕЗЖИРЕННОЕ

жир	2 г.
белок	18 г.
углеводы	3,3 г.
энергетическая ценность	103 ккал

21 дн. | хранить при температуре от +2С до +6С

ОБЪЕМ: 150 г.

КУРИНЫЕ ЯЙЦА

10 шт.

жиры	11 г.
белок	14 г.
углеводы	0 г.
энергетическая ценность	150 ккал

25 дн. | хранить при температуре от 0С до +20С

Ферма Спутник-Агро находится в небольшой деревне Лепсари в Ленинградской области (под Санкт-Петербургом). Качество наших продуктов напрямую зависит от условий, в которых растут и обитает наши животные. Поэтому для нас так важно... Чтобы мы могли выбрать качественный натуральный продукт от

Ленинградская обл., Всеволожский р-н, д. Лепсари

контакты:
e-mail: kputnik-agro@gmail.com
сайт: www.kputnik-agro.ru

Ферма Спутник-Агро находится в небольшой деревне Лепсари в Ленинградской области (под Санкт-Петербургом). Качество наших продуктов напрямую зависит от условий, в которых растут и обитает наши животные. Поэтому для нас так важно... Чтобы мы могли выбрать качественный натуральный продукт от

Ленинградская обл., Всеволожский р-н, д. Лепсари

контакты:
e-mail: kputnik-agro@gmail.com
сайт: www.kputnik-agro.ru