



# Moleskine Brand book



## Moleskine®: живая легенда

- Moleskine - наследник легендарного блокнота, который, в течение последних двух веков использовали великие художники и мыслители, от Винсента Ван Гога, Пабло Пикассо, Эрнеста Хемингуэй до Брюса Чатвина.
- В 1985 году семейное производство блокнотов в Турс (Франция) было закрыто навсегда.
- В 1997 маленькое Миланское издание вернуло к жизни легендарный блокнот, и была создана компания Moleskine.
- В 2013 Moleskine стала большой компанией, котирующейся на Миланской Фондовой Бирже и имеющей представительства в Нью-Йорке, Гонг-Конге, Шанхае и Германии.
- Сегодня коллекции Moleskine имеют много наград и являются неотъемлемым аксессуаром для креативных и профессиональных людей, благодаря классическому дизайну и высокому качеству исполнения.

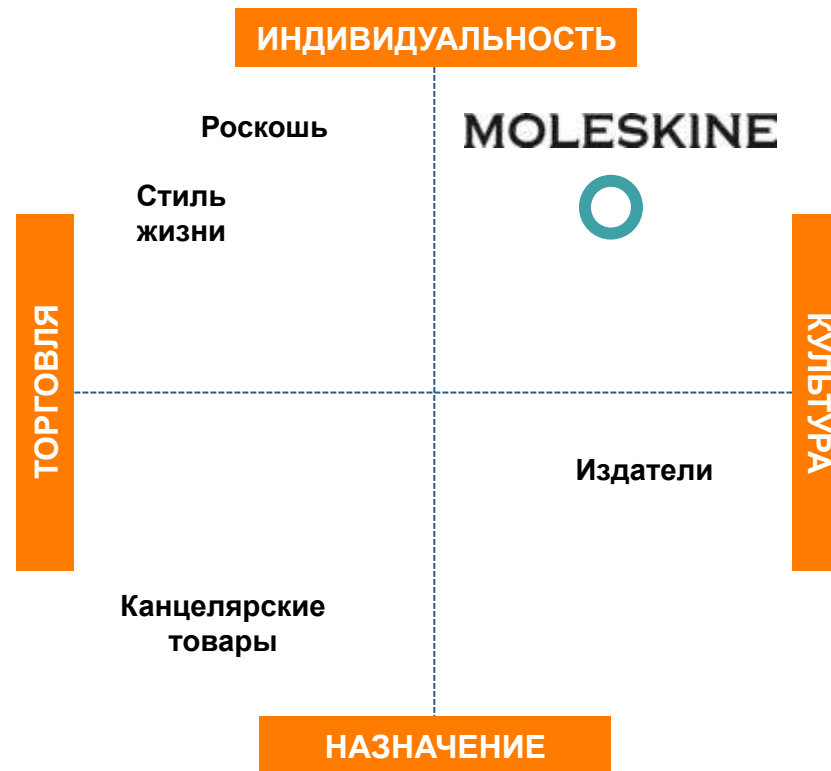


Ключом к успеху является понимание и полное использование **уникальной ниши, созданной компанией Moleskine**. Наша концепция - сочетание **двух основных слов**:



## Наш культурный аспект

Ключевой культурный аспект бренда Moleskine - отсутствие материальных ценностей. Moleskine - имиджевый бренд, это не просто блокнот, как канцелярский продукт. Это культура и всеохватность.



## ТАЛАНТ

**Индивидуальность вместо подчинения**  
**Всеохватность вместо привилегий**



Moleskine ценит креативность и воображение, обмен знаниями и самовыражение.

## ИССЛЕДОВАНИЕ ИСТИННОСТЬ

**Инновации вместо консервативности**  
**Открытия вместо уверенности**



Moleskine движим открытиями и любознательностью, а не постоянством и сохранностью



Moleskine концентрируется на сущности и глубоком понимании вещей.

## Из культового элемента в мировой бренд



1996 - 2006

- Появление Маленькой Компании
- Возрождение легендарного **блокнота**, развитие особой связи между **дизайном, культурой, искусством и путешествиями**
- **B2C** в качестве единственного канала, основная концентрация на книжных магазинах
- Спонтанное зарождение сообществ –поклонников бренда.

Жизненный цикл

2006 - 2011

- Приобретение Компании **Частным Фондом**
- **Расширение канала B2C**, наряду с книжными магазинами
- Запуск направления **B2B**
- Запуск и развитие **Интернет торговли**
- Запуск **розничной торговли** в Китае
- **Реорганизация структуры** для поддержания роста

2011 - 2016

- Рост сети **B2C**
- Развитие **международной розничной сети**
- **Ускорение роста B2B** за счет реализации новой бизнес модели
- Распространение **Интернет Торговли и Аналого-Цифро-Аналоговых инициатив**
- Расширение линейки товаров **Moleskine Group**

**Городские жители, живущие одновременно в нескольких местах физически и/или мысленно.**

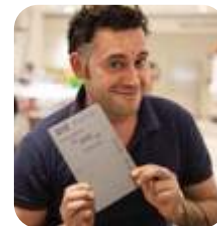
**Мобильные и объединенные, их постоянный адрес – адрес электронной почты, а не адрес фактического проживания.**

**Они в поиске хорошо продуманных, содержательных вещей и услуг, чтобы вдохновляться на ежедневное развитие.**

**Они являются и/или стремятся к тому, чтобы быть воспринятыми как культурные, воодушевленные, готовые делиться опытом люди.**



- Возраст 18 – 55
- Высшее образование
- Работающий или студент
- Пользователь сети Интернет
- Городской житель
- Пользователь цифровых технологий



БУМАГА



БЛОКНОТЫ



ЕЖЕДНЕВНИКИ



ИСКУССТВО И ОФИС

WTR



РУЧКИ И КАРАНДАШИ



СУМКИ



ДЛЯ ЧТЕНИЯ

SMARTNOTEBOOK



EVERNOTE



LIVESCRIVE



ADOBE



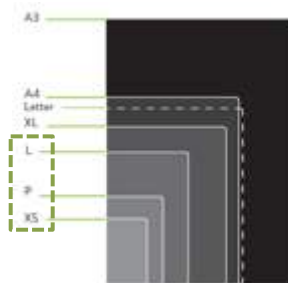
Наследник легендарного блокнота, которым на протяжении последних двух столетий пользовались величайшие художники и мыслители

Отличительные черты:

- Закругленные углы, бумажная лента, закладка, внутренний карман
- Жесткая и мягкая обложка



Размеры



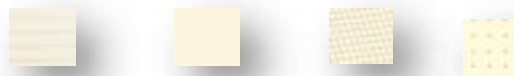
<b>A3</b>	29,7 x 42 см
<b>Letter</b>	21,59 x 27,94 см
<b>A4</b>	21 x 29,7 см
<b>Extra Large (XL)</b>	19 x 25 см
<b>Large (L)</b>	13 x 21 см
<b>Pocket (P)</b>	9 x 14 см
<b>Extra Small (XS)</b>	6,5 x 10,5 см

Стандартные цвета

**Жесткая обложка:** Черный, Красный, Зеленый, Оранжевый, Фиолетовый, Пурпурный, Белый, Синий, Серый

**Мягкая обложка:** Черный, Синий, Бежевый, Фиолетовый

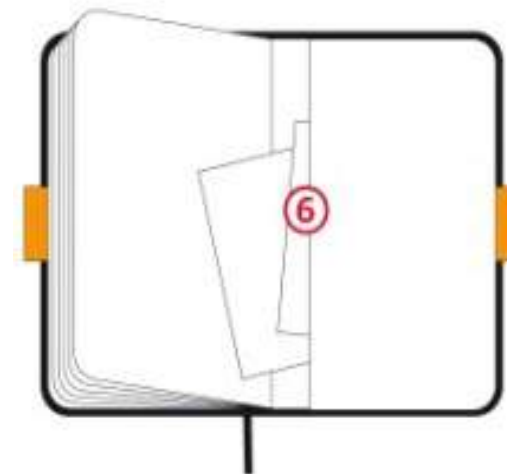
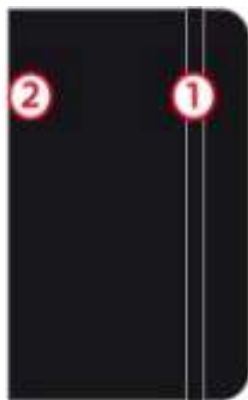
Разлиновка



Линейка    Чистая    Клетка    Точка

## Отличительные детали

- Закрывающая Плотная Резинка
- Жесткая Черная Обложка
- Закругленные Углы
- Бескислотная бумага
- Закладка
- Складной внутренний карман



## Два способа персонализации продукции Moleskine:

### Персонализация существующего продукта

Выбор изделия из каталога Moleskine и нанесение персонализации:

- Нанесение логотипа на обложке
- Нанесение на бумажной ленте
- Несложное нанесение на форзаце
- Изменение цвета эластичной застежки



- Минимальное количество для заказа: 500 шт
- Срок изготовления: 3-4 недели

### Изготовление нового продукта/коллекции

Проектирование, изготовление и персонализация нового кастомизированного изделия:

- Полная запечатка обложки
- Замена бумажной ленты / резинки / цвета закладки
- Персонализация внутренних страниц



- Минимальное количество для заказа: 3.000 шт
- Срок изготовления: от 3 до 6 месяцев в зависимости от сложности

## Почему стоит выбрать Moleskine для корпоративной коммуникации?

### Мировой бренд

Частое упоминание в прессе и обсуждения в Интернете, розничные магазины в 92 странах обеспечивают мировую узнаваемость бренда. Moleskine ассоциируется с креативностью, инклюзивностью и самовыражением.

### Высококачественный Дизайн

Минималистичный дизайн своих коллекций, столь любимый творческим сообществом, компания Moleskine стремится обеспечить свою аудитория высочайшим качеством. Все товары проходят жесткий контроль качества, чтобы не упустить ни одной детали.

### Важные послания

Будучи наследником легендарных блокнотов, которые использовали величайшие художники и мыслители на протяжении последних двух веков, Moleskine является желаемым подарком, вдохновляющим на прекрасное. Его поклонники - это амбициозные, современные, находчивые люди, для которых продукты Moleskine являются орудием по воплощению идей.

### История с глубоким смыслом

Продукция Moleskine имеет богатое наследие и пропитана глубоким смыслом, воспоминаниями и опытом. Moleskine это не просто товар, это история.

## Ключевые Идеи/ Почему нужно выбрать Moleskine?

1. Moleskine единственный наследник легендарного блокнота: остальное является подделкой
2. Moleskine уникальный бренд, отличающийся от своих конкурентов: **имиджевый бренд - больше, чем производитель канцелярии**
3. Отдавая предпочтение Moleskine, компания выбирает не просто товар, а **международный бренд.**
4. Используя продукцию Moleskine в корпоративной коммуникации, вы становитесь частью **истории бренда, перенимая его ценности.**
5. Благодаря Moleskine простые и функциональные товары, как ,например, блокнот, могут превратиться в мощные коммуникаторы лучших торговых марок мира.

## Признание Moleskine

- 6 место в рейтинге Топ 200 Любимых брендов по версии Saatchi & Saatchi, наряду с Apple, Google и Coca-Cola .
- Журнал Fast Company включил Moleskine в Топ 10 Самых Инновационных компаний 2014 .



## Советы по презентации

1. Moleskine никак не позиционирует себя на рынке канцтоваров
2. Moleskine не конкурирует с дешевой продукцией, подбирая лишь те проекты, в которых конечный потребитель хочет ассоциироваться с имиджевым /премиум брендом
3. Moleskine не просто предлагает продукцию в физическом понимании, а продает орудие коммуникации, используя историю и ценности своего бренда.
4. Когда клиент предлагает продукцию Moleskine со своим названием и логотипом, он заявляет о высоком качестве, дизайне и культуре





### Галерея Лафайет

**Событие:** 100летие стеклянного купола (Галери Лафайет, Париж)

**Персонализация:**

- Обложка (золотое тиснение)
- Бумажная лента
- Задний форзац (шелкография)
- Вкладыш (карточка с историей купола)



### Марина Порт Велл

**Событие:** ежегодный корпоративный митинг

**Персонализация:**

- Обложка (тиснение)
- Бумажная лента
- Задний форзац (шелкография)



### 10 Corso Como

**Событие:**  
Перепродажа

**Персонализация:**  
Обложка с изображением 10-ти фирменных дизайнов бренда, выполненных шелкографией



### ОТЕЛЬ BULGARI

**Событие:**  
Подарки VIP клиентам

**Персонализация:**  
Обложка логотипом, тисненным серебром /Шелкография на переднем правом форзаце/Персонализация бумажной ленты/внутренние страницы с 20 зарисовками Антонио Читтерио





The Devil Wears Prada



The Last Station



Amélie



The Devil Wears Prada



Leatherheads



Grey's Anatomy



Studio 60



Doctor Who