

КАК БЫТЬ РЕТРО, НО НЕ РЕТРОГРАДОМ



Анна Баскакова
содиректор
по качественным
исследованиям,
A/R/M/I-Marketing



Анна Царина
старший менеджер
по исследованиям,
A/R/M/I-Marketing

РЕТРО СЕГОДНЯ ПОВСЮДУ

Почему стиль
прошлого так
привлекателен
сегодня?



Как можно его
адаптировать
под разные
аудитории?

РЕТРО – ВЗРОСЛАЯ СКАЗКА

Обращение к ретро –
поиск смыслов и опор

Образ
идеализированного
прошлого - уютная
зона комфорта



РЕТРО МОЖЕТ БЫТЬ ОЧЕНЬ РАЗНЫМ

Разные смыслы для каждого поколения

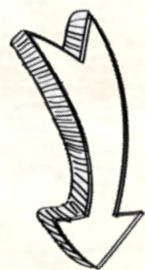
Единого ретро-кода не существует

Ретро – не только про **ностальгию и воспоминания**, но также про **новый опыт и впечатления**

ПОГРУЖЕНИЕ В ПРОШЛОЕ – ЭТО...

для АЛЬФА и ЗУМЕРОВ (до ~30 лет)

**...РАСШИРЕНИЕ
знания и опыта**



Интерес к
артефактам,
дающим
НОВЫЙ ОПЫТ

для МИЛЛЕНИАЛОВ и старше (~30+)

**...СУЖЕНИЕ
информационного потока**



Интерес к
тому, что
создает
АТМОСФЕРУ



РЕТРО ДЛЯ ПОКОЛЕНИЯ АЛЬФА

РАСШИРЕНИЕ ОПЫТА

Новый опыт, впечатления

АЛЬТЕРНАТИВНАЯ РЕАЛЬНОСТЬ

Ощущение сказки, уюта, магии

Атмосфера и впечатления,
а не историческая достоверность

ПОНЯТНАЯ ЭСТЕТИКА

Яркость и лаконичность: понятные символы,
меньше слов, «как с открытки»



РЕТРО ДЛЯ ЗУМЕРОВ

РАСШИРЕНИЕ ОПЫТА

Новый опыт, впечатления

САМОВЫРАЖЕНИЕ

Подчеркивание изысканного вкуса

ПРОДУМАННАЯ ЭСТЕТИКА

Создание атмосферы, погружение
в контекст

Ощущение подлинности через
детали, интерьеры, образы



РЕТРО ДЛЯ МИЛЛЕНИАЛОВ

**ВОСПОМИНАНИЯ О ДЕТСТВЕ И
ПОГРУЖЕНИЕ В ИСТОРИЮ**

ЭСКАПИЗМ

Замедление, уютное укрытие

ПРОДУМАННАЯ ЭСТЕТИКА

Создание атмосферы, погружение в контекст

Ощущение подлинности через детали,
интерьеры, образы



РЕТРО ДЛЯ ПОКОЛЕНИЯ X И СТАРШЕ

НОСТАЛЬГИЯ И ПАТРИОТИЗМ

Теплые воспоминания

Патриотические чувства

ТРАДИЦИОННЫЕ ЦЕННОСТИ

Рассказ о мире искреннего общения офлайн

Фокус на традиционные и семейные ценности

ЭСКАПИЗМ

Замедление, уютное укрытие



ВДОХНОВЛЯЮЩИЕ РЕТРО – МИРЫ

Что ретро-миры могут
рассказать о бренде?

Какую **аудиторию**
вдохновляют?

Каковы их **коды и**
символы?



XIX ВЕК
Прекрасная
эпоха



Купеческий
уклад



Английский
стиль



Советская
оттепель



Альпийская
сказка



Советское
ретро



Американская
мечта



Лихие
девяностые



Миллениум /
двухтысячные



XIX ВЕК

Прекрасная
эпоха



КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ

Подарочные наборы
Одежда
Кафе, музеи,
гостиницы
Салоны красоты,
ателье



ВОЗМОЖНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Премиальность
Репутация
Традиции
Праздничность
Индивидуальный
подход



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Жители крупных
городов в возрасте
30+ лет

XIX ВЕК. ПРЕКРАСНАЯ ЭПОХА

Звуковые, визуальные и текстовые символы

- ✓ **Антиквариат**
- ✓ **Интерьер** в стиле ар-нуво
- ✓ **Локации:** города начала XX века
- ✓ **Освещение:** канделябры, фонари
- ✓ **Транспорт:** экипажи, конки
- ✓ **Сепия**
- ✓ **Шрифты**
- ✗ **Избыток мелких деталей,**
ощущение затхлости, пыли
- ✗ Чрезмерная **роскошь**
- ✗ Ощущение
провинциального театра

ХІХ ВЕК. ПРЕКРАСНАЯ ЭПОХА

Выставки, фильмы, поезда, шоколад, косметика...





КУПЕЧЕСКИЙ УКЛАД



КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ

Косметика, бакалея

Фермерские товары

Кафе, булочные,
музеи, гостиницы

Финансовые услуги

Предметы интерьера



ВОЗМОЖНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Надежность

Цена – качество

Связь поколений

Натуральность

Российское
производство



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Приверженцы
традиционных
ценностей, 35+

КУПЕЧЕСКИЙ УКЛАД

Звуковые, визуальные и текстовые символы

- ✓ **Интерьер:** мебель, текстиль, сервант, большой стол, самовар
- ✓ **Ситуации:** чаепитие, общение внутри семьи
- ✓ **Локации:** улицы, набережные, дворы купеческих городов
- ✓ **Крафт**
- ✓ **Природа:** реки, леса, сады
- ✗ **Лубок,** излишняя простота, провинциальность
- ✗ **Избыток мелких деталей,** ощущение затхлости, пыли
- ✗ **Ощущение домостроя** и отсутствия свободы

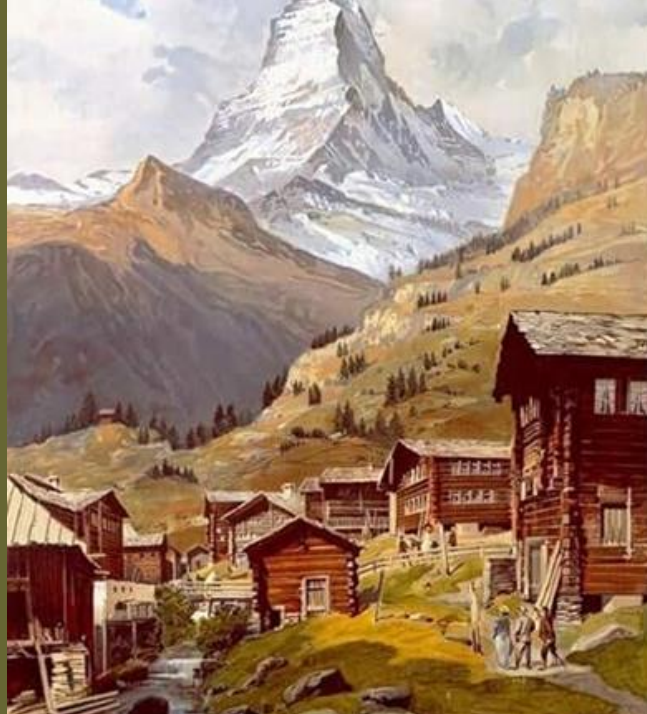
КУПЕЧЕСКИЙ УКЛАД

Спектакли, рестораны, чайные, музеи, бакалея





АЛЬПИЙСКАЯ СКАЗКА



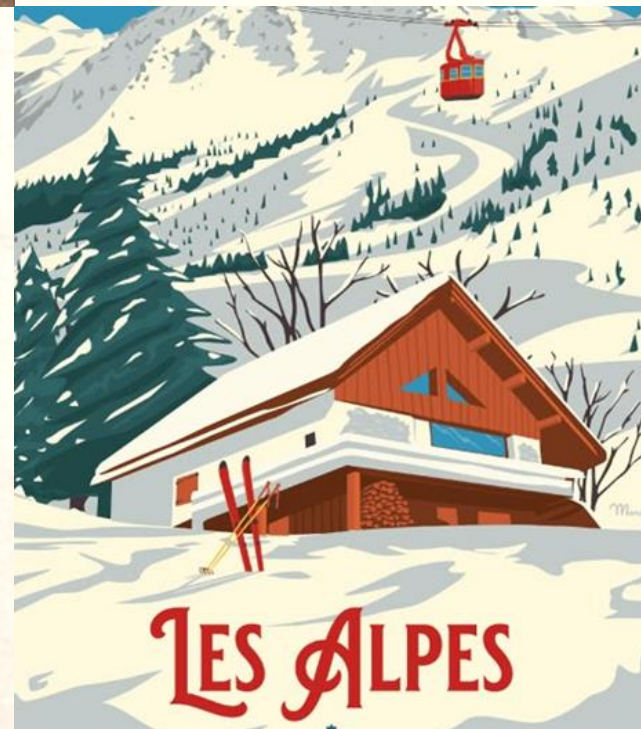
КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ

Туризм и спорт
Кондитерские изделия
Кофейни, отели,
туризм
Молочная продукция
Минеральная вода



ВОЗМОЖНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Экологичность
Натуральность
ЗОЖ
Европейские
ценности
Гурманство



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Потребители до 55
лет с опытом
европейских
путешествий

Альфа и зумеры



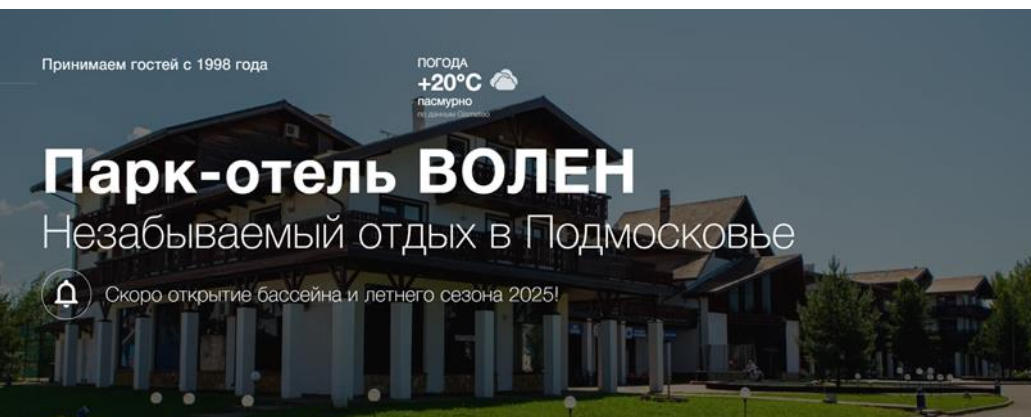
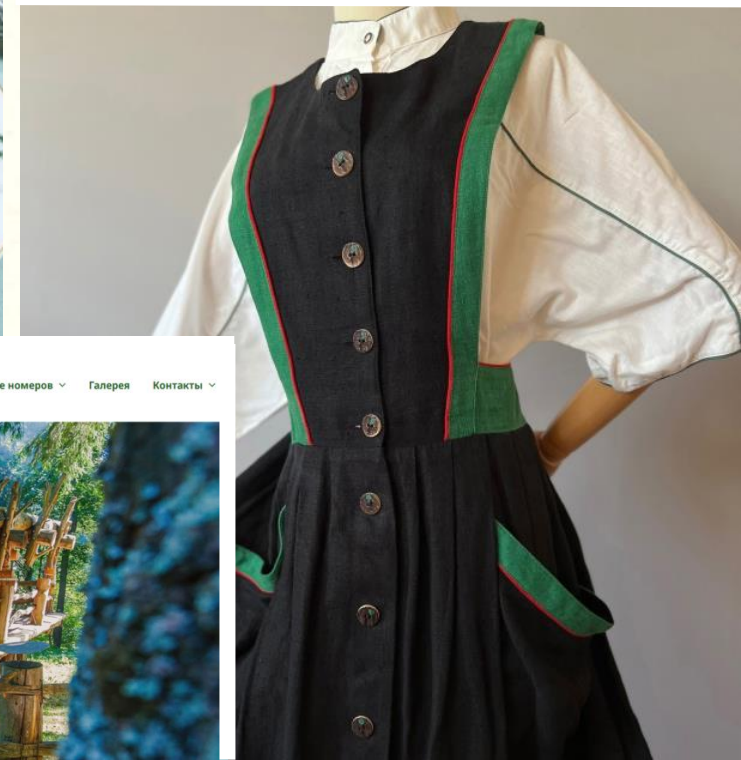
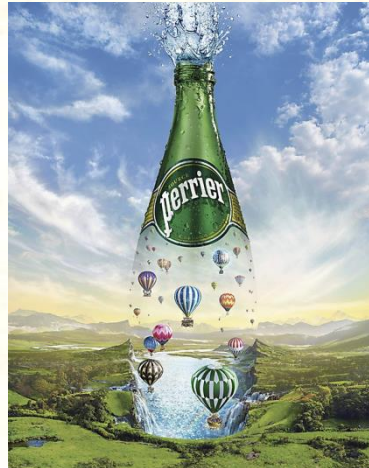
АЛЬПИЙСКАЯ СКАЗКА

Звуковые, визуальные и текстовые символы

- ✓ **Природа:** горы, водопады, альпийские поля, цветы, солнце
- ✓ **Яркое, «открыточное»**, но не примитивное изображение
- ✓ **Архитектура:** шале, пекарни, сыроварни, мельницы,
- ✓ **Спортивная экипировка**
- ✓ **Цветущий внешний вид**
- ✗ **Излишняя премиальность** и гламур
- ✗ Попытка рекламировать **недорогой масс-маркет**

АЛЬПИЙСКАЯ СКАЗКА

Отели, одежда, минеральная вода, техника, бакалея





АНГЛИЙСКИЙ СТИЛЬ



КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ

Аксессуары и декор

Финансовые услуги

Чай, бакалея

Одежда, обувь

Алкоголь: виски, эль

Пабы, музеи, отели



ВОЗМОЖНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Премиальность

Эксклюзивность

Праздничность

Долгая история

Магия и сказка



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Широкая аудитория
в ситуациях поиска
подарка

Альфа и зумеры

АНГЛИЙСКИЙ СТИЛЬ

Звуковые, визуальные и текстовые символы



Антиквариат и аксессуары:

часы, трубки, зонтики



Погода: суровое небо, дождь,
осень



Английская готика



Ситуации: чаепитие, чтение,
скачки, карты



Настроение: английский юмор



Снобизм, чопорность,
надменность



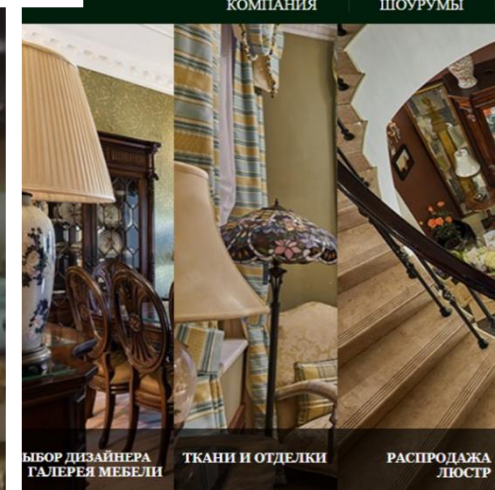
Неаргументированное
использование стиля

АНГЛИЙСКИЙ СТИЛЬ

Сериалы, рестораны, одежда, магазины, бакалея



ОСЕНЬ
В СТИЛЕ
OLD MONEY



СБОР ДИЗАЙНЕРА
ГАЛЕРЕЯ МЕБЕЛИ

ТКАНИ И ОТДЕЛКИ

РАСПРОДАЖА
ЛЮСТР



СОВЕТСКОЕ РЕТРО



КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ

Продукты питания «из
Советского Союза»

Общепит: пельменные
/ гастрономы в
советском стиле

Музеи, квесты



ВОЗМОЖНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Стабильное качество

Семейные ценности

Патриотизм

Доступная цена

Простота и
понятность



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Люди с
традиционными
ценностями, 40+

Альфа и зумеры

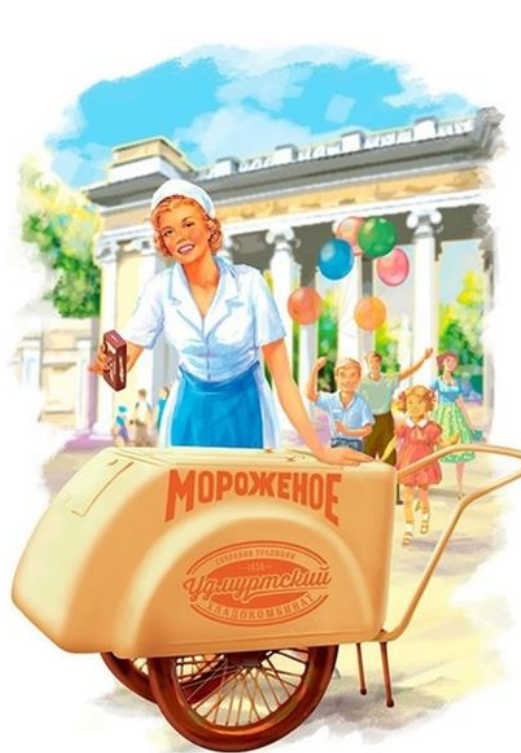
СОВЕТСКОЕ РЕТРО

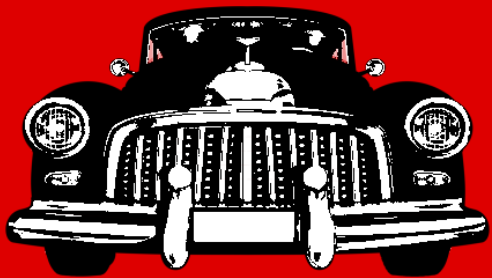
Звуковые, визуальные и текстовые символы

- ✓ **Стиль плаката / открытки**
- ✓ **В фокусе человек и его эмоции,**
а не пропаганда
- ✓ **Символы эпохи:** ВДНХ, ГУМ,
Парк Горького, высотки и т.д.
- ✓ **Транспорт:** метро, ретро
автомобили, речной транспорт
- ✓ **Одежда:** послевоенный new look
- ✗ **Неестественность** улыбок
- ✗ **Пропагандистская /**
агрессивная риторика
- ✗ Использование сакральных,
поляризующих образов

СОВЕТСКОЕ РЕТРО

Фильмы, мероприятия, продукты «родом из СССР»





АМЕРИКАНСКАЯ МЕЧТА

Enjoy Life!



КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ

Сигареты, алкоголь,
лимонад
Кафе, лотерии,
стендапы
Одежда
Образование



ВОЗМОЖНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Свобода, вызов
Фарт
Энергия, молодость
Веселье
Индивидуализм
Сексуальность



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Потребители до 40
лет



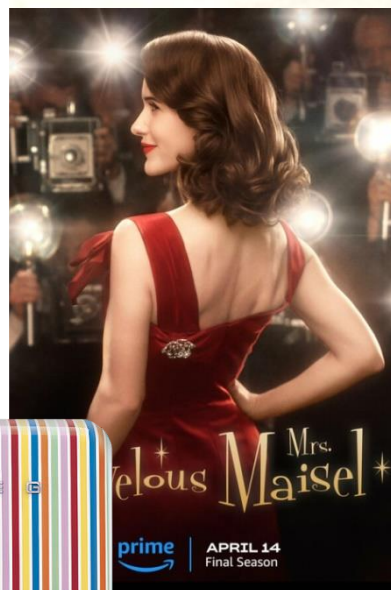
АМЕРИКАНСКАЯ МЕЧТА

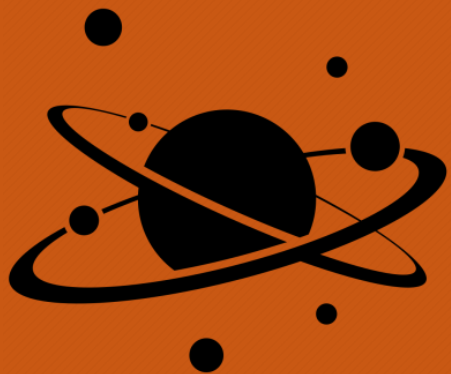
Звуковые, визуальные и текстовые символы

- ✓ **Молодые, свободные герои**
- ✓ **Яркая цветовая гамма**
- ✓ **Локации:** джаз клуб, гараж, пляж, дайнер, дискотека
- ✓ **Детали:** автомобили, музыкальные инструменты (саксофон, гитара), грампластинки
- ✓ **Одежда:** послевоенный new look
- ✗ **Излишняя гляцевость, неестественность**
- ✗ **Чрезмерная яркость, китч**
- ✗ Герои, вызывающие ассоциации с **поверхностью, распушенностью**

АМЕРИКАНСКАЯ МЕЧТА

Фильмы, сериалы, бытовая техника, рестораны, бакалея





СОВЕТСКАЯ ОТТЕПЕЛЬ



КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ

Туризм и спорт
Музыкальная
индустрия
Наука и технологии
Одежда
Настольные игры,
конструкторы, хобби



ВОЗМОЖНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Искренность
Общительность
Теплота, уют
Демократичность
Технологичность
Надежда на будущее



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Потребители 35+, у
кого есть понимание
эпохи

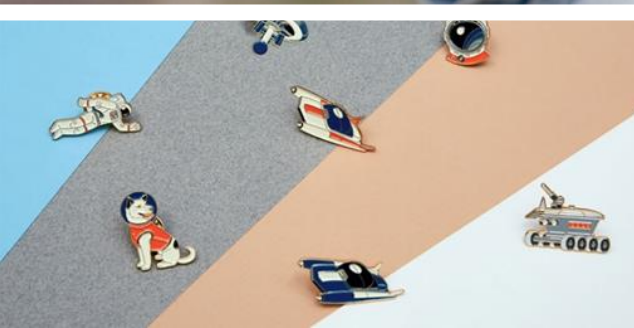
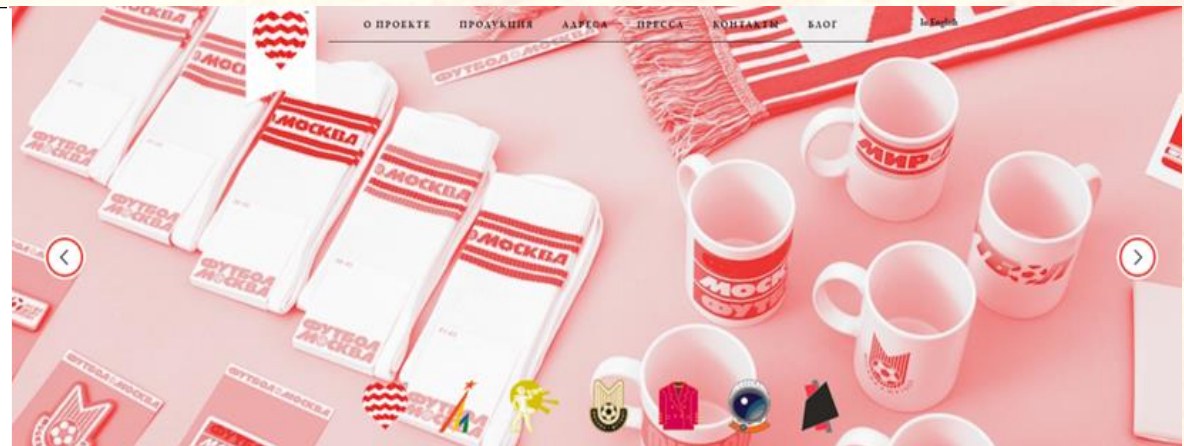
СОВЕТСКАЯ ОТТЕПЕЛЬ

Звуковые, визуальные и текстовые символы

- ✓ **Фокус на человечность**
- ✓ **«Физики – лирики»**
- ✓ **Ситуации:** песни под гитару, походы, научные и поэтические споры, встречи с друзьями
- ✓ **Приглушенная цветовая гамма**
- ✓ **Уютные детали:** книги, гитара, стол с лампой, телефон
- ✗ **Ассоциации с болевыми точками:** бедность, дефицит, отсутствие индивидуальности

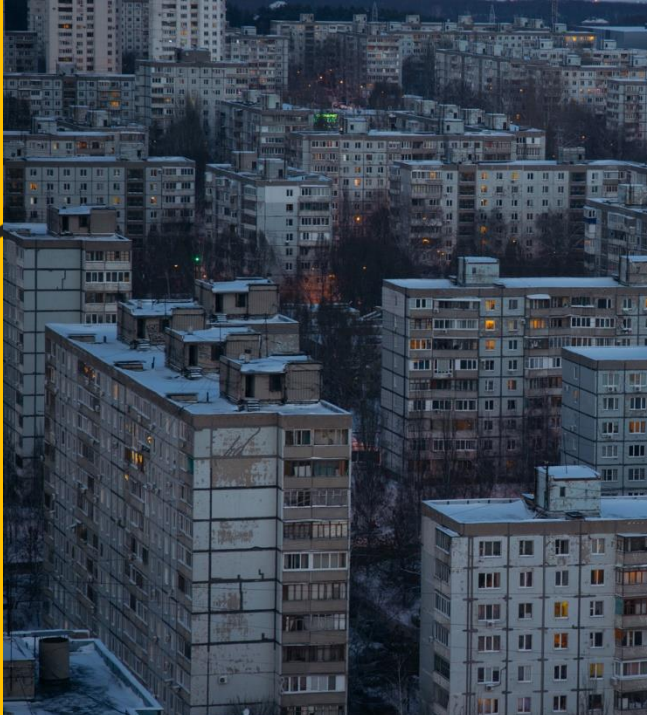
СОВЕТСКАЯ ОТТЕПЕЛЬ

Фильмы, обувь, одежда, аксессуары, сувениры





ЛИХИЕ ДЕВЯНОСТЫЕ



КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ

Одежда

Косметические
товары

Небольшие кафе,
квесты

Музыкальная
индустрия



ВОЗМОЖНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

Вызов, протест,
свобода

Энергия

Бесстрашие

Открытие нового

Молодость



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Потребители до 35
лет без тяжелых
воспоминаний о
постсоветском
времени

ЛИХИЕ ДЕВЯНОСТЫЕ

Звуковые, визуальные и текстовые символы

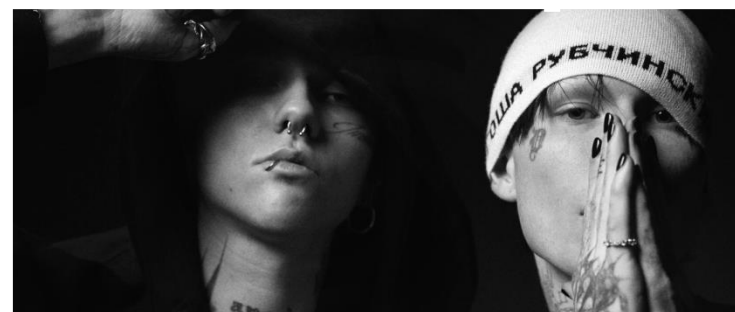
- ✓ **Детали и локации того времени но показанные уютно**
- ✓ **Одежда в стиле 90х** (спортивные костюмы, кроссовки Adidas)
- ✓ **Музыка 90х**
- ✓ **Фокус на ощущение свободы и надежду на лучшее время**
- ✗ **Ассоциации с болевыми точками:** криминал, разруха, грязь

ЛИХИЕ ДЕВЯНОСТЫЕ

Сериалы, одежда, обувь, декор

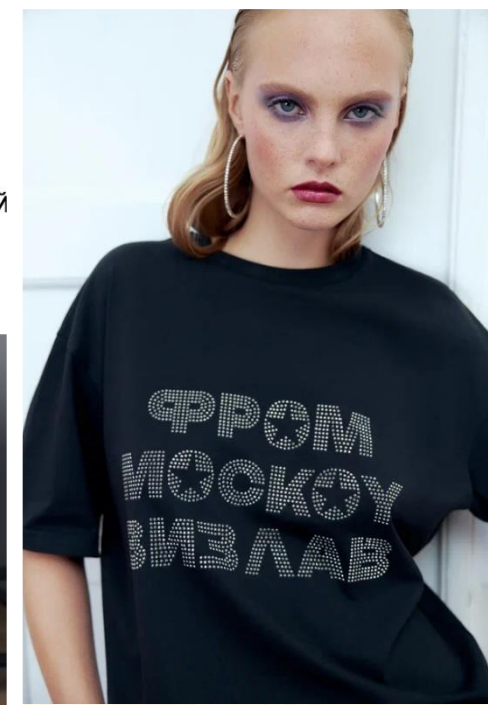


«Стокманн» запустил онлайн-маркет с вещами как из 1990-х



ГОША РУБЧИНСКИЙ

SHOP
PROJECTS
INFO
ACCOUNT





МИЛЛЕНИУМ / ДВУХТЫСЯЧНЫЕ



КАТЕГОРИИ ТОВАРОВ

Глянцевые журналы

Одежда

Украшения,
аксессуары

Кафе, квесты



ВОЗМОЖНАЯ КОММУНИКАЦИЯ

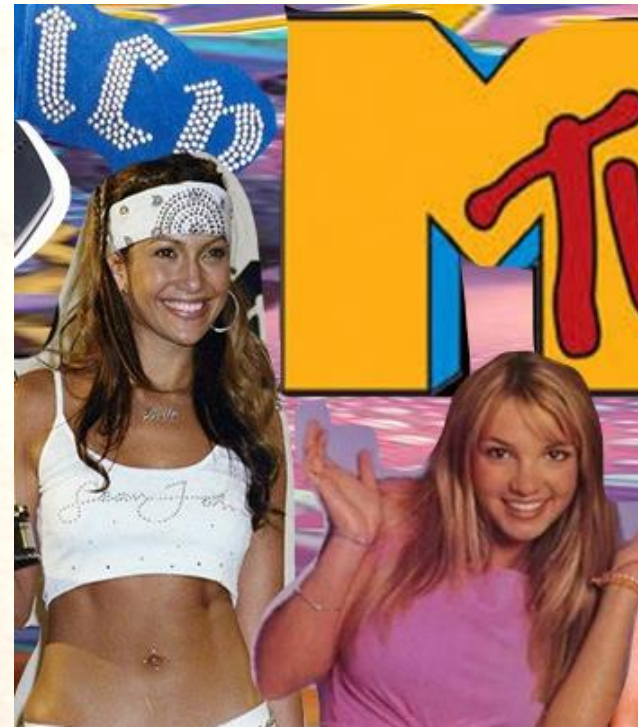
Свобода

Амбиции, смелость

Радость, веселье,
яркость

Молодость

Вызов



ЦЕЛЕВАЯ АУДИТОРИЯ

Молодежь до 25 лет



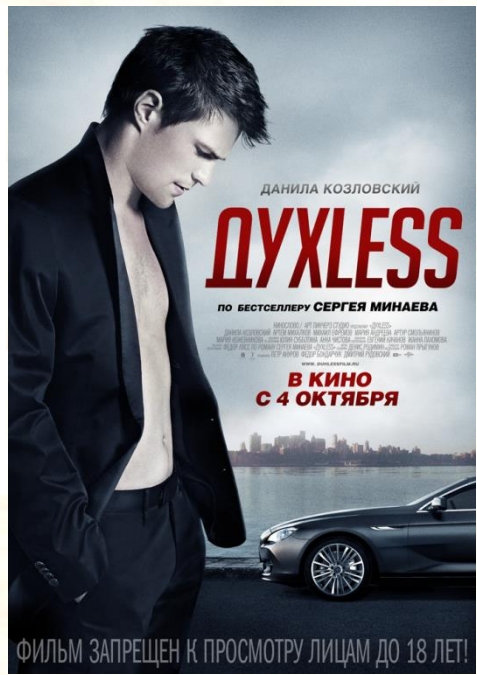
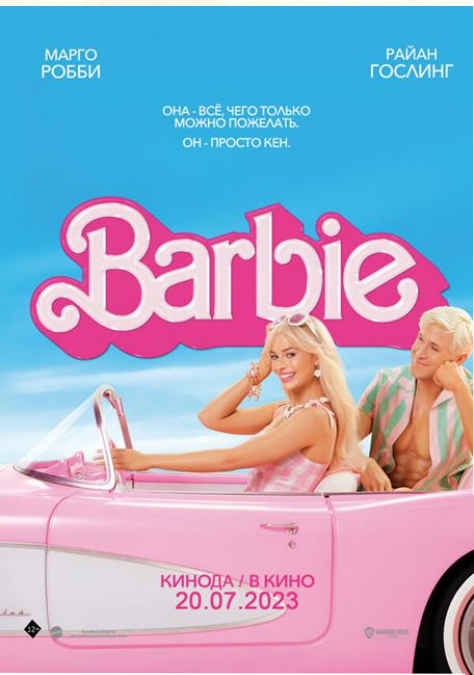
МИЛЛЕНИУМ / ДВУХТЫСЯЧНЫЕ

Звуковые, визуальные и текстовые символы

- ✓ **Картинка** как из «глянцевого журнала»
- ✓ **Локации:** ночные клубы, концерты, рестораны, турецкие отели
- ✓ **Детали:** неоновые и розовые тона, стразы, джинсы
- ✓ **Образы:** фотомодели, музыканты, бизнесмены
- ✗ **Перенасыщенность деталями** и пестрота
- ✗ Герои, ассоциирующиеся с **материальными ценностями и пустотой**

МИЛЛЕНИУМ / ДВУХТЫСЯЧНЫЕ

Фильмы, аксессуары, кафе, одежда



РЕТРО АКТУАЛЬНО И УНИВЕРСАЛЬНО

**Но требует уважения к эпохе
и внимательности к деталям**

Только так ретро станет
инструментом общения, а не
пустой стилизацией



КАК БЫТЬ РЕТРО, НО НЕ РЕТРОГРАДОМ?

- 1 Искренность и человечность**
- 2 Эстетическая составляющая**
- 3 Увлекательный сюжет**
- 4 Новый опыт и впечатления**
- 5 Важность продуманного подхода**
- 6 Путешествие в историю без риска**
- 7 Проведение параллелей с настоящим**



A sepia-toned photograph of two young girls in a classroom. Both girls are wearing dark, long-sleeved uniforms with white lace cuffs and collars. They are both smiling and have their right hands raised high in the air, indicating they want to answer a question. The girl on the left is looking towards the camera, while the girl on the right is looking slightly away. In the foreground, the back of a boy's head is visible, looking towards the girls. The background is a blurred classroom setting with bookshelves and other students. The word 'ВОПРОСЫ?' is superimposed in the center of the image.

ВОПРОСЫ?