



PORTFOLIO REAL ESTATE

**Dzień
dobry,
miło Cię
widzieć**



Michał Kobierzewski
twórca MADEby

Naszą specjalizacją jest komunikacja skierowana do klienta premium oraz transformacja marek, które aspirują do wyższych segmentów rynku.

Trzy obszary w jednym miejscu: strategiczny think-tank, doświadczenie zarządcze, agencja reklamowa 360.

Działamy na styku biznesu, strategii i komunikacji, projektując rozwiązania, które podnoszą efektywność marek i organizacji.

Osiągniesz przewagę nad konkurencją - to nie obietnica, to nasz wyróżnik



Gdy cena za metr kwadratowy ma iść górę, wkraczamy do akcji.

Pracujemy otaczając się utalentowanym i doświadczonymi profesjonalistami - nie idąc na kompromisy jakościowe.

Ekspertyzę zdobywaliśmy przez lata, pracując dla BBI Development, Invest Komfort, Dom Development, Archicom Collection, Ronson czy Marvipol.



MICHAŁ KOBIERZEWSKI - partner

Od Young Lions w Cannes po Top Creative by Epica - z dziesiątkami nagród za kreatywność i efektywność, zdobywanymi jako dyrektor kreatywny w czołowych agencjach reklamowych. Ponad 18 lat doświadczenia jako dyrektor kreatywny plus lata jako strateg i członek zarządu, współtworzący transformacje agencji, zespołów i modeli komunikacyjnych.

Współpracował z zarządami największych, światowych marek pracując na rynkach CEE, EMEA oraz EU, tworząc platformy komunikacyjne, które działają tu i teraz - i wprowadzając innowacyjne rozwiązania w obszarze punktu styku z marką. Wielokrotny juror i przewodniczący najważniejszych konkursów branżowych w Polsce.

Pracował m.in. dla: Invest Komfort, Marvipol, Ronson, BBI Development, czy Dom Development.

GOSIA SKORWIDER - partnerka

Tworzyła i zarządzała agencjami reklamowymi oraz domami mediowymi - m.in. jako prezes OgilvyInteractive, ClickAd i NEKK. Po stronie klienta przeprowadzała transformacje cyfrowe, budowała struktury i procesy obejmujące marketing, sprzedaż i strategię, jako członkini zarządu w POLSKA PRESS czy GRUPIE NEUCA.

Od ponad 25 lat łączy doświadczenie agencyjne, operacyjne i technologiczne. Specjalizuje się w strategicznym doradztwie dla zarządów i właścicieli firm - projektuje procesy, które porządkują działania marketingowe, sprzedażowe i komunikacyjne.

Wspiera transformację firm i produktów - od serwisów VOD, przez pharma oraz fintech, po portale informacyjne, e-commerce i start-upy. Działa jako interim manager, audytorka i doradczyni zarządów - tam, gdzie liczy się czas, skuteczność i mierzalne rezultaty.

Pracowała m.in.. dla Dom Development i Marvipol.



**Jak
pracujemy**

11.09.2025 - ujawnienie cen pokazało, że wielu markom brakuje spójnej narracji i wiarygodności wobec stawek za m², które proponują klientom.

Po latach pogoni za leadami, dziś – przy spadkach zapytań od 35 do 80% – deweloperzy stają przed koniecznością fundamentalnej zmiany w narracji, od performance do kultury marki.

To jest ten moment, by uzyskać przewagę. Tym właśnie się zajmujemy.

Możesz powierzyć nam całość komunikacji marki / inwestycji - w roli agencji wiodącej -

lub

powierzyć nadzór strategiczny oraz kreatywny nad obecnymi partnerami - w roli ekspertów -

Od sprzedaży do znaczenia marki Od kampanii do strategii

W trzecim kwartale 2016 roku, dzięki naszej strategii i taktyce, Złota 44 osiągnęła 1. miejsce sprzedaży w segmencie luksusowych nieruchomości.

Od tamtej pory współtworzyliśmy strategie marek i ich inwestycji: od rebrandingów, tworzenie strategii obecności online i offline, przez wprowadzanie na rynek luksusowych rezydencji, biurowców, po wielkoformatowe projekty miejskie, takie jak OFF Miasto w Gdańsku.

Dzisiaj pomagamy markom osiągać sukces, bo rynek potrzebuje nie tylko sprawnego performance, ale komunikacji, która buduje wartość marki i inwestycji na lata. Tworzymy środowisko, w którym strategia spotyka operacyjność, a kreatywność służy celom biznesowym.

**Doradzamy tam,
gdzie strategia
spotyka
zarządzanie.**

MADEby to nie tylko agencja – to partner biznesowy, który rozumie operacyjność organizacji od środka.

Prowadzimy audyty efektywności, optymalizujemy procesy, wprowadzamy kulturę współpracy i budujemy struktury, które działają.

Od komunikacji po zarządzanie – pomagamy firmom przekształcać chaos w synergię, a zespołom przywracać sens i cel działania.

**Efekt: wzrost efektywności o 40%, redukcja
kosztów operacyjnych o 30%, poprawa morale
i motywacji zespołów.**

**Dla: branży healthcare, e-commerce, agencji
reklamowych.**

Interim management i strategiczne przywództwo

Wchodzimy tam, gdzie organizacje potrzebują zmian.

MADeby pełni także rolę interim managerów, przejmując odpowiedzialność za zarządzanie w kluczowych momentach transformacji.

Łączymy perspektywę zarządczą z empatią i komunikacyjną wrażliwością, prowadząc zespoły przez zmianę – od diagnozy po wdrożenie.

Przykłady naszych działań:

restrukturyzacja i uspojnienie działań wewnętrznych w grupie spółek z branży zdrowia,

odbudowa efektywności operacyjnej i procesów w firmie e-commerce,

Efekt: trwałe zmiany systemowe, zwiększona samodzielność organizacji i wzrost zaangażowania pracowników nawet o 160%.

**Wybrane prace
2024 - 2025**

**Tworzymy marki,
które sprzedają
przez znaczenie,
nie przez
przypadek.**

**Invest
Komfort**

OFF
miasto -
Nowy nurt
miasta



O

F

F

— —

MIASTO

NOWY
NURT
GDAŃSKA

Od inwestycji do idei. Od kwartału do kulturowego symbolu miasta.

Dla najważniejszego i największego projektu Invest Komfort: kwartału Toruńska-Chmielna w Gdańsku, stworzyliśmy strategię, która buduje jego tożsamość od podstaw.

„Nowy nurt miasta” to idea, która redefiniuje relację między marką, przestrzenią i człowiekiem. Między miejską intensywnością a spokojem życia. Między kulturą a codziennością.

OFF Miasto nie jest tylko kwartałem zabudowy, ale kulturowym ekosystemem, w którym architektura, natura i sztuka współtworzą nową jakość życia w Gdańsku. Idea „być w centrum wydarzeń, a jednocześnie w poczuciu spokoju” stała się osią strategii marki. W jej duchu powstała narracja sprzedażowa, identyfikacja i język wizualny, a także zintegrowane kampanie digitalowe, outdoorowe i redakcyjne.



OFFICE

MIASTO
NOWY
NURT
GDAŃSKA

INVEST
KOMFORT

INVEST
KOMFORT

OFF

MIASTO
NOWY
NURT
GDAŃSKA

OFF.MIASTO.PL



Nowy nurt miasta – od idei do wdrożenia.

Wprowadziliśmy inwestycję zintegrowaną kampanią obejmującą: foldery, druki, prasę, outdoor, digital oraz stronę inwestycji w ramach nowej odsłony ekosystemu investkomfort.pl.

Równolegle pracowaliśmy nad narracją kulturową projektu: doborem artystów, twórców i wydarzeń, które będą towarzyszyć kolejnym etapom budowy.

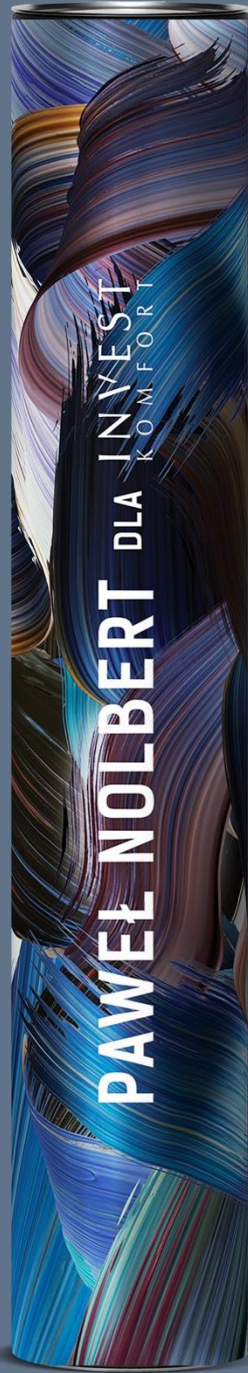
Nasza praca pomogła Invest Komfort ustanowić OFF Miasto jako nowy symbol Gdańska, łączący śmiałość architektoniczną, artystyczny wyraz i wizję miasta, które żyje w rytmie swoich mieszkańców.

INVEST
KOMFORT

OFF
MIASTO

OFFMIASTO.PL





PAWEŁ NOLBERT DLA INWESTYCYJNYCH KOMFORTU



ARCHITEKTURA NOWEGO NURTU

Wzrost i rozwój miasta, jego atrakcyjność i konkurencyjność, to przede wszystkim kwestia jakości przestrzeni publicznej i otoczenia. Wzrost i rozwój miasta, jego atrakcyjność i konkurencyjność, to przede wszystkim kwestia jakości przestrzeni publicznej i otoczenia.

SPÓJNOŚĆ W ROZMNOŻENIU

Wzrost i rozwój miasta, jego atrakcyjność i konkurencyjność, to przede wszystkim kwestia jakości przestrzeni publicznej i otoczenia. Wzrost i rozwój miasta, jego atrakcyjność i konkurencyjność, to przede wszystkim kwestia jakości przestrzeni publicznej i otoczenia.

DOŚWIADCZĄC NA WŁASNYCH ZASADACH

Wzrost i rozwój miasta, jego atrakcyjność i konkurencyjność, to przede wszystkim kwestia jakości przestrzeni publicznej i otoczenia. Wzrost i rozwój miasta, jego atrakcyjność i konkurencyjność, to przede wszystkim kwestia jakości przestrzeni publicznej i otoczenia.

OFF MIĘDZY TAMTAMACH

Wzrost i rozwój miasta, jego atrakcyjność i konkurencyjność, to przede wszystkim kwestia jakości przestrzeni publicznej i otoczenia. Wzrost i rozwój miasta, jego atrakcyjność i konkurencyjność, to przede wszystkim kwestia jakości przestrzeni publicznej i otoczenia.

FALA PRZYSZŁOŚCI PANEL NOLBERT DLA OFF MIASTA

Wzrost i rozwój miasta, jego atrakcyjność i konkurencyjność, to przede wszystkim kwestia jakości przestrzeni publicznej i otoczenia. Wzrost i rozwój miasta, jego atrakcyjność i konkurencyjność, to przede wszystkim kwestia jakości przestrzeni publicznej i otoczenia.

OFF MIASTO

OFF MIASTO NOWY NURT GDAŃSKA

INVEST
KOMFORT

INVEST
KOMFORT

SCOPE OF WORK

Strategia na komunikację "kwartału miasta i jego charakter",

Nazwa inwestycji,

Identyfikacja,

Wypracowanie idei komunikacyjnej „nowy nurt Gdańska”

Opracowanie długofalowej (16 lat budowy) strategii na ogrodzenie, jego funkcję oraz planu na zagospodarowanie przestrzeni udostępnianej w kolejnych etapach do użytku publicznego,

Selekcja artystów, wypracowanie języka wizualnego,

Wypracowanie komunikacji, w tym OOH, Digital, Prasa, materiały drukowane, folder, materiały dla sprzedawców.

Opracowanie strony w ramach Digital Culture Platform Invest Komfort.

**Digital Brand
Culture
Platform**

Od transakcji do narracji. Digital jako kapitał marki.

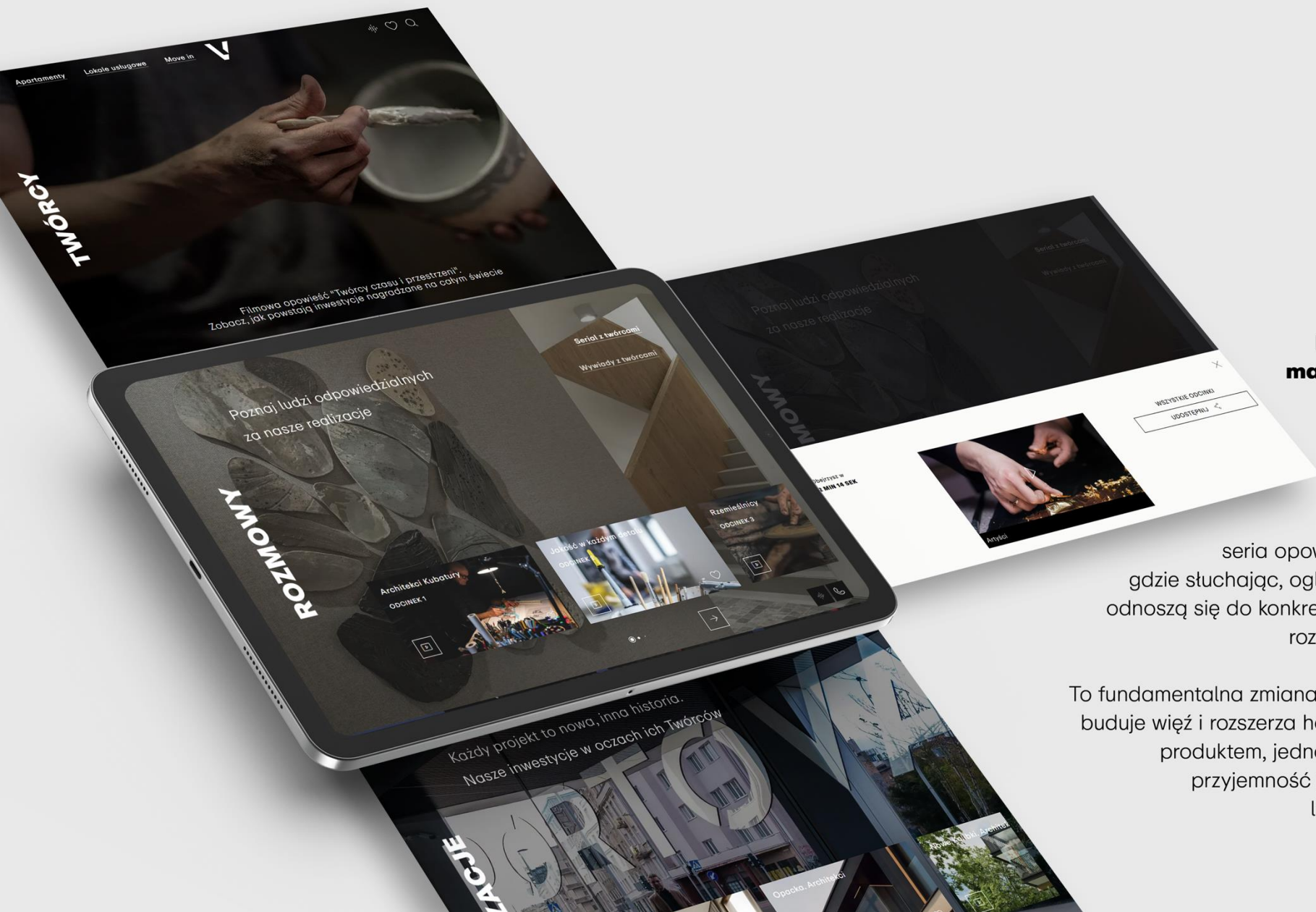
Czy można osiągnąć przewagę nad konkurencją, budując serwis nie jak katalog, nie jak broszurę, kartę produktową, e-commerce, zbiór marketingowych tekstów, lecz jako kulturowe medium marki – przestrzeń, która emanuje jej wartościami, emocjami i estetyką?

Ponad dwa lata badań i projektowania przełożyły się na spójność doświadczenia, odwagę w języku wizualnym i dojrzałość technologiczną, które przenoszą komunikację dewelopera od funkcji do narracji, od transakcji do emocji.

To właśnie ta interdyscyplinarność czyni stronę Invest Komfort projektem nowatorskim w skali rynku.

90% wzrostu jakościowych leadów, w odniesieniu: rok do roku, miesiąc do miesiąca pomiędzy poprzednim a nowym portalem to nie przypadek. Produkt nie jest tu punktem centralnym, lecz organicznie współgra z wartościami marki, odnajdując swoje miejsce w treściach, podcastach i kolaboracjach Prowych. Inwestycje stają się bohaterami felietonów, opowiadań, tematami podcastów, audiobooków.

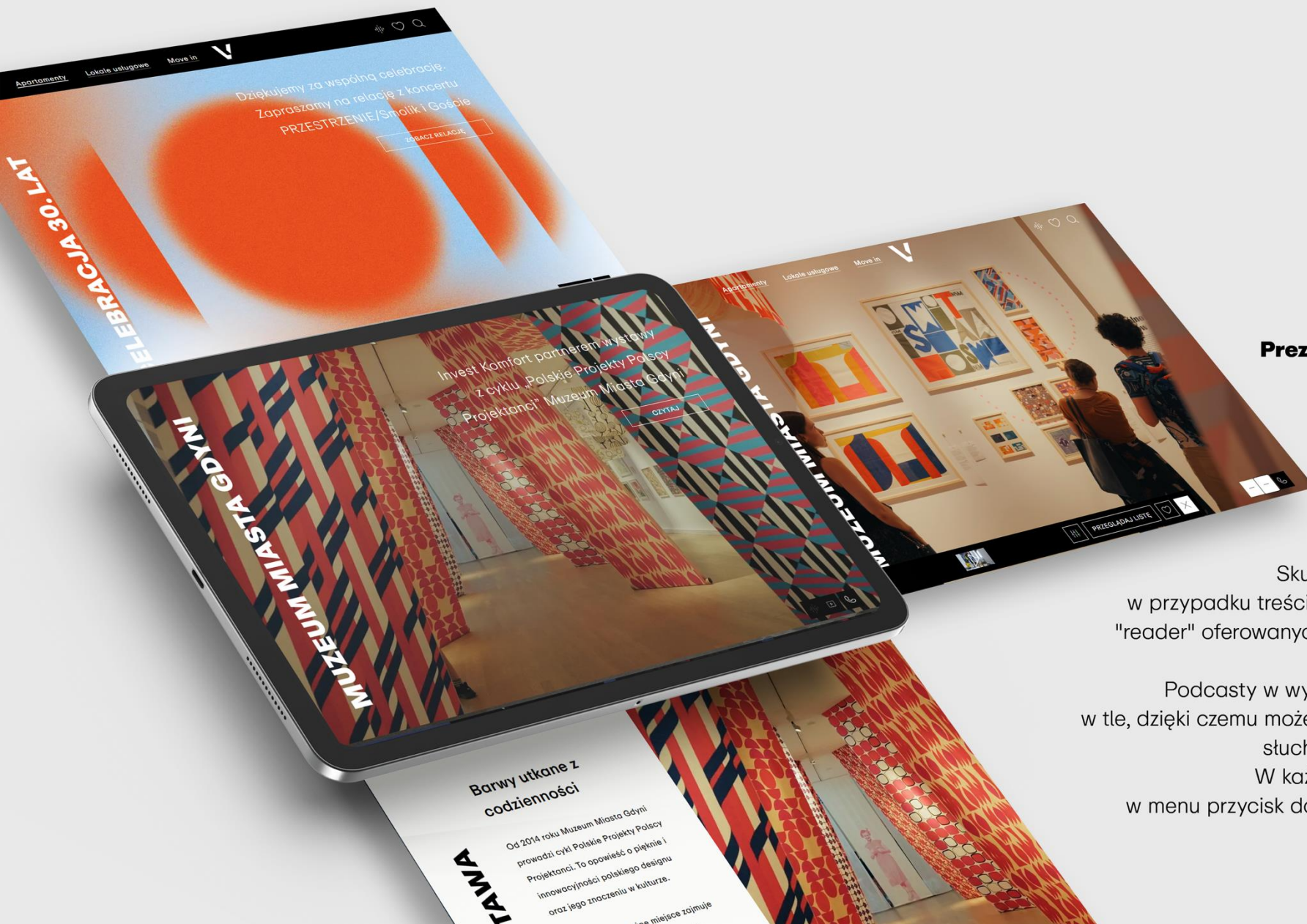
Ta zmiana była tak fundamentalna, że wymagała transformacji organizacyjnej – zaczynając od zespołów odpowiedzialnych za produkt i komunikację.



Każda treść lifestyle'owa ma za zadanie wzmacniać konkretną inwestycję.

Twórcy czasu i przestrzeni, seria opowieść o domu, to przykłady, gdzie słuchając, oglądając czy czytając, treści odnoszą się do konkretnej inwestycji, konkretnych rozwiązań, które proponujemy.

To fundamentalna zmiana narracji o produkcie, która buduje więź i rozszerza horyzonty związane z danym produktem, jednocześnie angażując i dając przyjemność porównywalną z czytaniem lifestyle'owych treści naszych ulubionych tytułów.



Prezentacja treści w formacie magazynowym wymaga odpowiedniej oprawy.

Skupiliśmy się na czystości formy w przypadku treści czytanych, czerpiąc z trybów "reader" oferowanych przez niektóre przeglądarki.

Czysto i bez rozprowadzania.

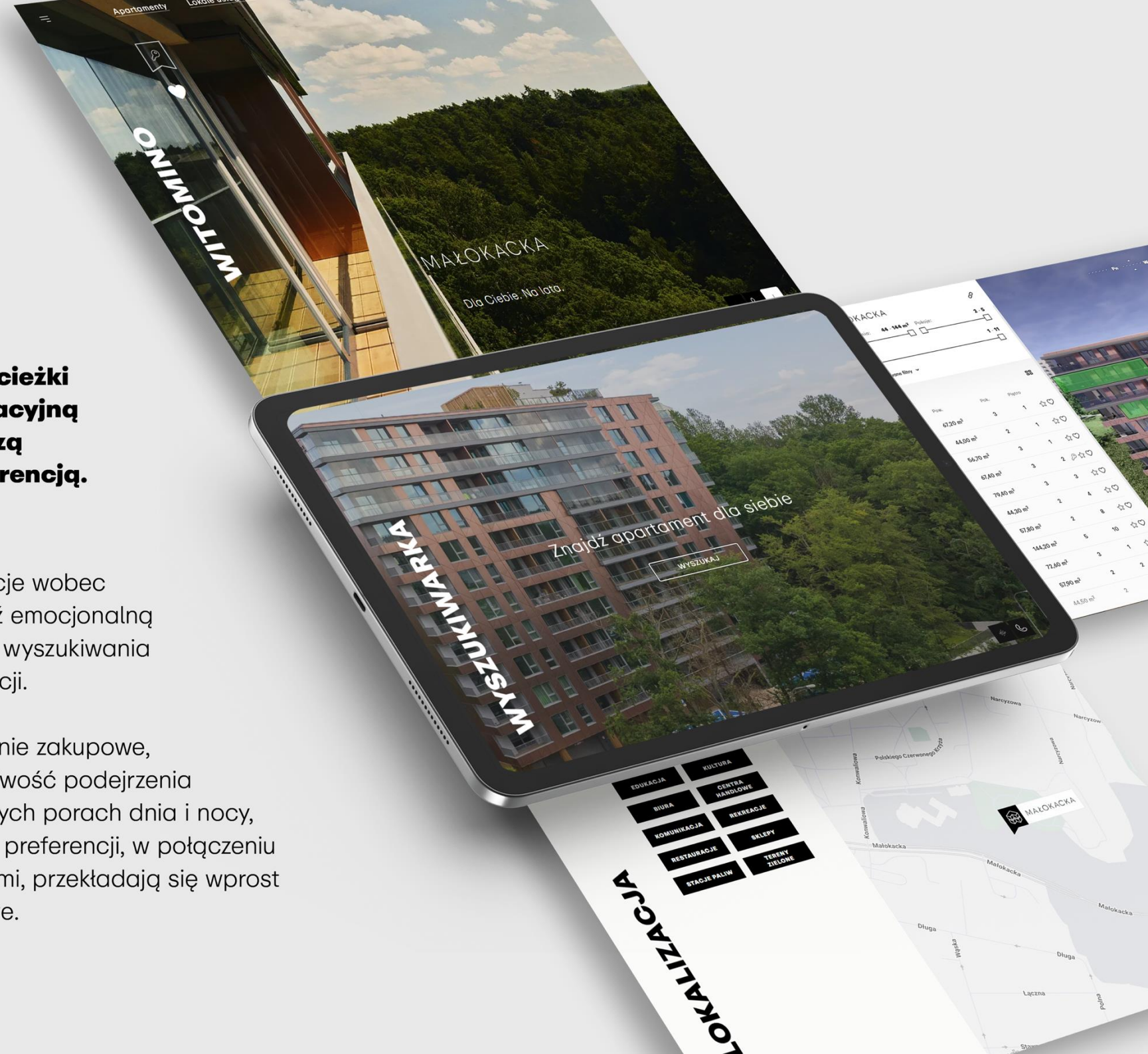
Podcasty w wygodnej formie odtwarzane są w tle, dzięki czemu możemy dalej eksplorować serwis, słuchając wywiadu czy opowieści.

W każdej chwili, pod palcem mamy w menu przycisk do wyłączenia czy przelączenia podcastu / audiobooka.

Umiejętne tączenie ścieżki zakupowej z ekslopracyjną stanowi najważniejszą przewagę nad konkurencją.

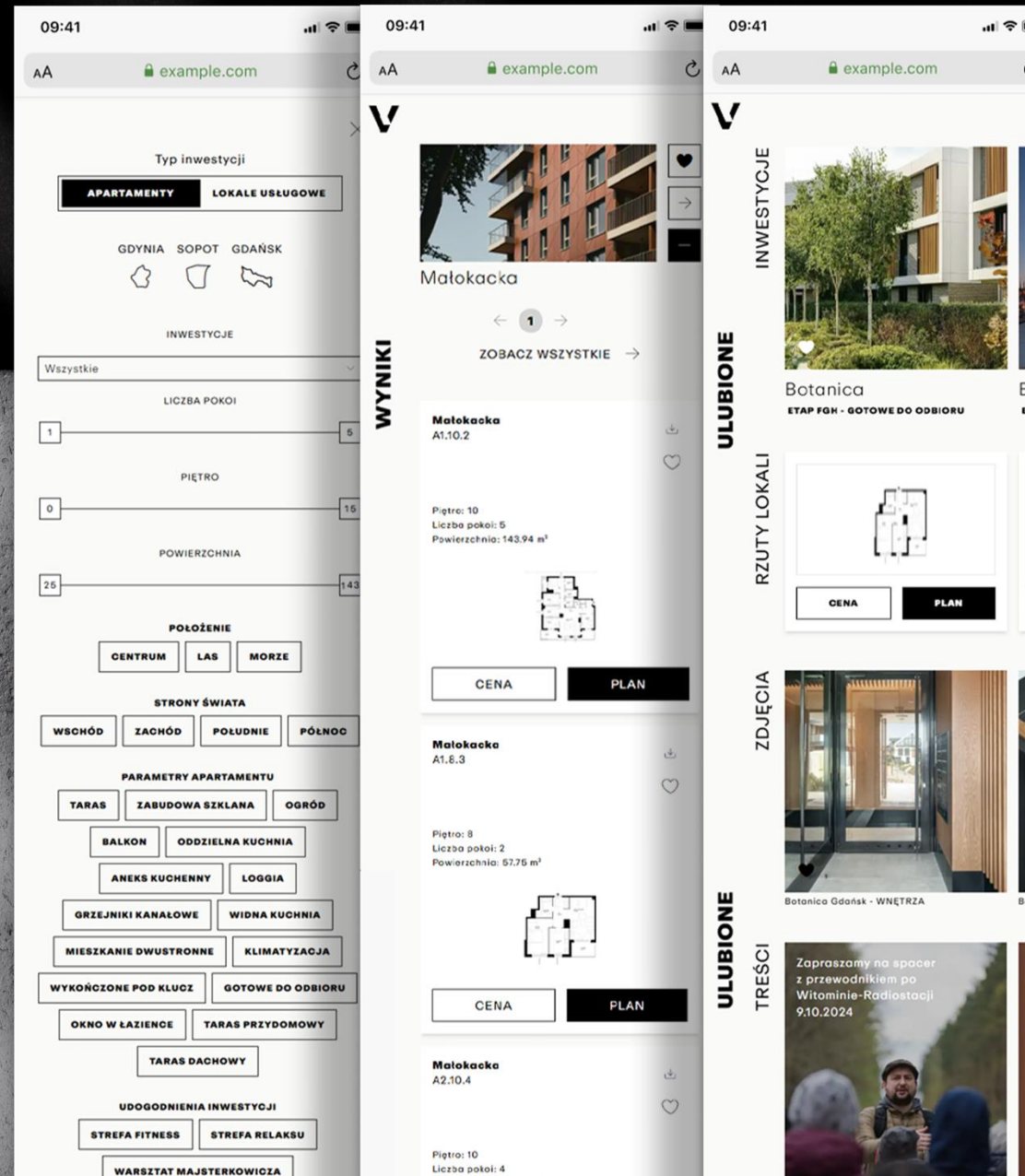
Treści kształtujące emocje wobec produktu, budujące więź emocjonalną zespolone są z silnikami wyszukiwania i precyzowania preferencji.

Pogłębione doświadczenie zakupowe, spacerzy wirtualne, możliwość podejrzenia widoku z balkonu o różnych porach dnia i nocy, podpowiedzi dotyczące preferencji, w połączeniu z treściami wizerunkowymi, przekładają się wprost na rezultaty sprzedażowe.



Ważną częścią projektowania było stworzenie ścieżki na skrót. Rozbudowane menu, sekcja polubione, wyszukiwarka z podziałem na inwestycje i treści, pozwala szybko znaleźć zarówno wymarzony apartament jak i podcast / wywiad.

Od strony profilowania Klienta, możemy na podstawie jego wyborów precyzyjniej wpisać się w jego potrzeby i sugerować produkty bądź treści, które mogą mu się spodobać. To istotny element budujący przewagę nad konkurencją. Stworzyliśmy platformę, której fundamenty są oparte o behawiorystyczne profilowanie.



Brand Culture Platform

od treści do decyzji – bez utraty tonu i estetyki.

Siła tego digitalowego kombajnu tkwi nie tylko w łączeniu funkcji wizerunkowych i sprzedażowych, wzmocnieniu kultury organizacji, porządkowania i uwiarygodnienia architektury marki, ale przede wszystkim w intelektualnej ramie, która nadaje nowe znaczenie formatom i treściom. Prowadzimy użytkownika z narracji do decyzji zakupowej bez utraty tonu i estetyki,

To fundamentalne przesunięcie: z funkcjonalności do idei, z cudzych mediów do własnych, z katalogu nieruchomości do kulturowego ekosystemu marki.

Dziś Invest Komfort nie ma strony internetowej. Ma swoje medium. Głos marki, który rozbrzmiewa głośniejsze, angażując narracyjnie i przynosząc sprzedaż.

DIGITAL BRAND CULTURE DIATREFORM



ZOBACZ PREZENTACJĘ PLATFORMY

SCOPE OF WORK

Strategia obecności w sieci dla Invest Komfort

Wypracowanie zmiany paradygmatu komunikacji online,

Badania i Analityka

UX, makiety, prototypowanie,

GUI: tonalność, język wizualny Invest Komfort w przestrzeni Digital

Prace programistyczne

Wdrożenie + konwersja istniejących zasobów + struktury linków i migracja

Czas trwania projektu: +24 miesiące

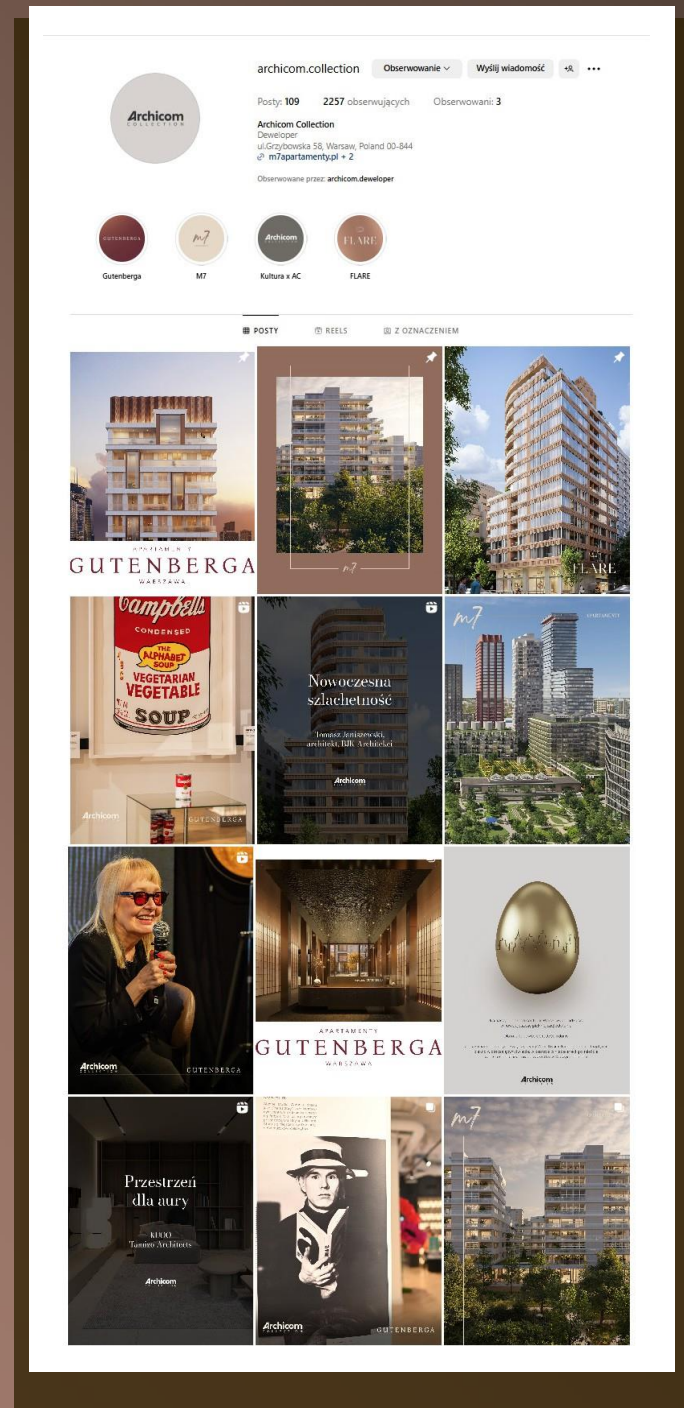
**Tworzymy
komunikację, która
sprzedaje przez
wartość – nie
przez algorytm.**

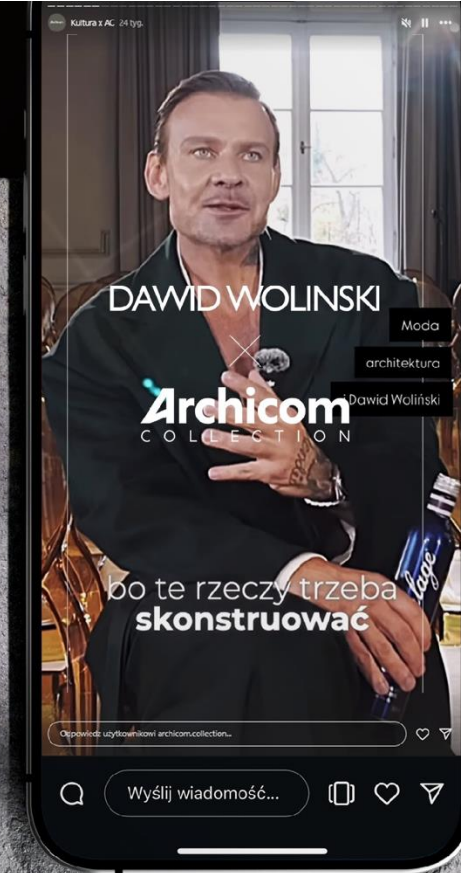
**Archicom
Collection**

Zarządzamy mediami społecznościowymi,
zmieniając komunikację w sztukę
opowiadania o wartościach.

Punktem wyjścia była strategia oparta na trzech filarach:
sztuce rozumianej jako architektura, sztuce inwestowania oraz sztuce kolekcjonowania – idei, która spaja świat marki Archicom Collection.

W oparciu o tę strategię, przez 12 miesięcy tworzyliśmy autorski, wysokiej jakości контент – łączący lifestyle z wątkiem sprzedażowym. Budując wciągające narracje oparte na wywiadach z architektami i inwestorami, kulisach projektów oraz relacjach z wydarzeń, które pokazują emocjonalny i kulturowy wymiar nieruchomości premium, zmieniliśmy każdą informację w angażujące doświadczenie.





SCOPE OF WORK

Strategia komunikacji w social mediach marki Archicom Collection,

Prowadzenie profilu, w tym wypracowanie języka wizualnego, treści własne,
w tym autorskie nagrania,

Wsparcie płatne treści, ustawienie celów i ich realizacja.

**Tworzymy marki,
które wynoszą
lokalność do rangi
lüksusu.**

**Rezydencje
Warmińskie**

Rezydencje Warmińskie to przykład, że luksus nie musi mieć adresu w centrum miasta.

Wypracowana przez nas strategia komunikacji „Radość życia”, redefiniuje pojęcie prestiżu, przenosząc go w świat bliskości z naturą, prostoty i wewnętrznego spokoju.

Wierzymy, że komunikowanie luksusu przez pryzmat lokalnego kontekstu tworzy nową jakość marek premium — nie przez skalę, lecz przez emocję, narrację i znaczenie.

**Tam, gdzie inni
widzą region - my
widzimy potencjał
marki premium.**



RADOŚĆ
ŻYCIA

REZYDENCJE
WARMIŃSKIE

ZOBACZ REALIZACJĘ

RADOŚĆ ŻYCIA

II etap
w sprzedaży

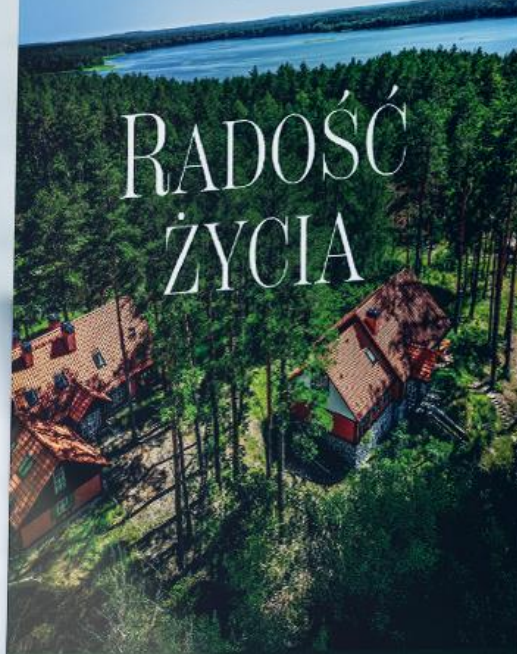
REZYDENCJE WARMIŃSKIE
PLUSKI

Całoroczne rezydencje w parku leśnym
nad jeziorem Plusznym

Zaledwie 2 godziny od Warszawy | rezydencje-warmińskie.pl
Biuro sprzedaży: +48 690-367-109

REZYDENCJE WARMIŃSKIE
PLUSKI

11 cpa
w sprzedaży



RADOŚĆ ŻYCIA

Caloroczne wille
w parku leśnym
nad jeziorem Plusznym

Zaledwie 30 minut drogi od Olsztyna,
około 2 godziny od Warszawy i Trójmiasta.

rezydencje-warminskie.pl

SCOPE OF WORK

Strategia na komunikację II etapu inwestycji,

Key Visuale,

materiały video, w tym animacje AI,

kampania prasowa,

materiały sprzedażowe.

**Tam, gdzie cena
za metr staje się
symbolem – my
nadajemy jej sens.**

**Villa
Bogoria**



VILLA
BOGORIA



Wchodzimy w projekty, które wymagają kultury wizualnej, narracji i emocji godnych architektury premium.

W MADEby wierzymy, że architektura premium zaczyna się od emocji.

Dlatego, gdy cena za metr jest wysoka — to właśnie wtedy przystępujemy do akcji.

Dla Villa Bogoria dbamy kompleksowo o komunikację marki, od strony internetowej, ogrodzenia, social mediów, przez foldery, animacje czy advertoriale.

Animacja AI – nadaje życie statycznym renderom. Zaawansowana gra światłem i ruchem – dodaje realizmu i emocji. Płynne przejścia – zapewniają naturalny odbiór przestrzeni.



VILLA
BOGORIA

Luxury
residence

ZOBACZ REALIZACJĘ AI



LANDING PAGE

SCOPE OF WORK

Wsparcie taktyczne, w tym:

kontent social mediowy,

adwertoriale,

animacje AI,

strona www,

materiały drukowane,

projekt ogrodzenia inwestycji.

**Architektura
emocji w
komunikacji marki.**

**LookUp
& Villa Foksal**



LOOKUP

skyevents

Dla Villa Foksal, Cateringu Villa Foksal oraz LookUp stworzyliśmy spójną strategię komunikacji obejmującą cały ekosystem marek premium z obszaru eventów i cateringu eventowego.

LookUp – uznany za najpiękniejszą przestrzeń eventową w Europie – wyróżnia się połączeniem architektonicznej doskonałości i emocjonalnej narracji. To miejsce, które redefiniuje pojęcie luksusu, tworząc doświadczenie, nie tylko wydarzenie.

Kiedy przestrzeń staje się doświadczeniem - zaczyna się marka.

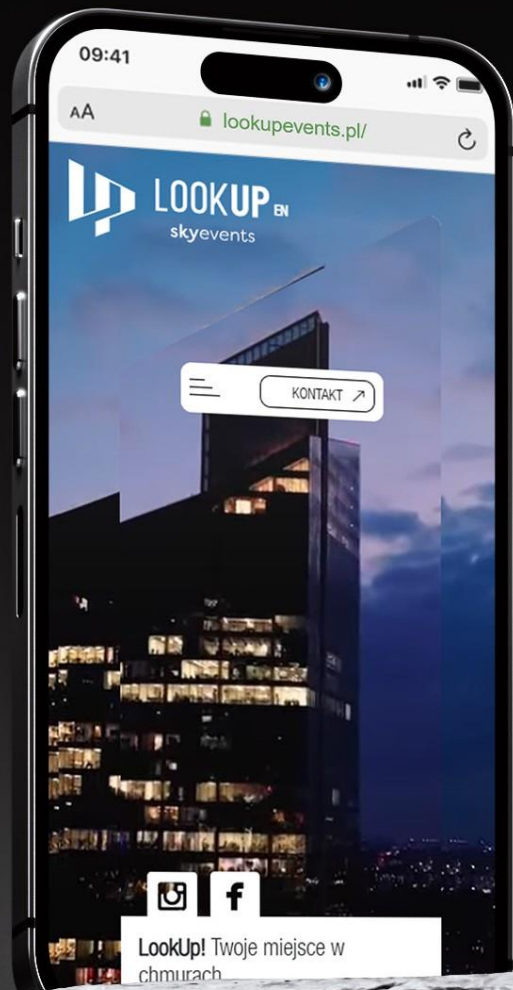
Nasza komunikacja opiera się na narracji i immersyjnym kontencie, który oddaje atmosferę miejsca, a także na strategii mediowej wspierającej działania sprzedażowe i wizerunkowe.

Odpowiadamy za kompleksową komunikację, od strategii kreatywnej, przez kanały social media, kampanie reklamowe i działania PR, po współtworzenie wydarzeń własnych.

Nasze treści i narracje łączą filmową estetykę z precyzją strategii, budując świat, który angażuje zmysły i emocje.




ZOBACZ WWW



Warszawski lokal najpiękniejszy na świecie. Prestiżowa nagroda za wnetrza

Wielofunkcyjna przestrzeń eventowa „LookUp” zwyciężyła w konkursie Restaurant & Bar Design Awards 2024. To jedyny lokal z Polski, który znalazł się w finale imprezy.



Autorem projektu wnętrza „LookUp” są architekci z pracowni MIXD z Wrocławia.

Izabela Popko

Kilka tygodni temu informowaliśmy, że do finału prestiżowego, międzynarodowego konkursu Restaurant & Bar Design Awards 2024 dostały się aż trzy projekty z Polski. Znamy już wyniki konkursu – główną nagrodę w swojej kategorii zdobyła przestrzeń „LookUp” w jednym z warszawskich wieżowców, z panoramicznym widokiem na Warszawę.

Restaurant & Bar Design Awards 2024: nagroda dla Polaków

Organizatorzy konkursu Restaurant & Bar Design Awards 2024 ogłosili grono zwycięzców w kilkunastu kategoriach. Spośród trzech polskich realizacji, które znalazły się w finale, nagrodę, najlepsze koncepcje wykorzystania powierzchni ścian, podłóg i sufitów, statuetkę otrzymała przestrzeń eventowa „LookUp” z Warszawy.

Autorem projektu warszawskiego lokalu są architekci z pracowni MIXD z Wrocławia, specjalizujący się w aranżacjach wnetrza. Projektanci mają na koncie realizacje zarówno w Polsce w Krakowie, „Ibis Styles” w Sarajewie czy „Qubus” w Katowicach, a także siedziby firm PepsiCo i Fairmont Global w Dubaju.


„LookUp” zajmuje 42. i 43. piętro warszawskiego wieżowca Skyliner, znajdującego się na warszawskiej Woli. Lokal jest wielofunkcyjny, może być barem, restauracją czy salą eventową podczas prywatnych imprez.

Nieco niżej, bo na 41. piętrze wieżowca, znajduje się najwyżej położona kuchnia w Polsce. Na jej czole stoi Marcin Wojtczak i czterech kucharzy, inspirowanych do działania przez Willi Foksal.

W pierwszym rzut oka rozległe przestrzenie „LookUp-u” dają wrażenie pustych, jednak pełno w nich jest wyczuwalnych szczegółów. To właśnie kreatywność i precyzja powierzchni tworzących lokal skłoniły projektantów do zdobycia prestiżowej nagrody.

Warszawski lokal z prestiżową nagrodą. Jest najpiękniejszy w Europie. „Niebotyczna doskonałość”

Przebrał konferencyjno-eventowa LookUp w wieżowcu Skyliner na warszawskiej Woli zdobył nagrodę w kategorii „Najlepszą aranżację powierzchni” w Europejskim międzynarodowym konkursie Restaurant & Bar Design Awards. Ten wielofunkcyjny lokal zajmuje dwa piętra.



W ubiegłym tygodniu po raz 16. przyznano prestiżową nagrodę Restaurant & Bar Design Awards w kategorii „Najlepszą aranżację powierzchni” w Europie za koncepcję wykorzystania ścian, podłóg i sufitów, posługującą się naturalnymi materiałami.

ZJAWIŁ SIĘ
„Ten lokal przetrwał, co w przyszłości ma być zbitką. To koniec młodości”

KRYZYS DEMOGRAFICZNY CO Z EMERYTURAMI?

Warszawa. Lokal w wieżowcu Skyliner z prestiżową nagrodą

„LookUp” to odważna i wieloaspektowa koncepcja aranżacji wnętrza. Niebotyczna doskonałość i precyzja w każdym detalu, które wyróżniają lokal na warszawskiej Woli. Wnętrze to nie tylko przestrzeń do pracy, ale także miejsce do odpoczynku i relaksu. Wnętrze to nie tylko przestrzeń do pracy, ale także miejsce do odpoczynku i relaksu. Wnętrze to nie tylko przestrzeń do pracy, ale także miejsce do odpoczynku i relaksu.

ZJAWIŁ SIĘ
„Ten lokal przetrwał, co w przyszłości ma być zbitką. To koniec młodości”

Warszawa. Lokal w wieżowcu Skyliner z prestiżową nagrodą

„LookUp” to odważna i wieloaspektowa koncepcja aranżacji wnętrza. Niebotyczna doskonałość i precyzja w każdym detalu, które wyróżniają lokal na warszawskiej Woli. Wnętrze to nie tylko przestrzeń do pracy, ale także miejsce do odpoczynku i relaksu. Wnętrze to nie tylko przestrzeń do pracy, ale także miejsce do odpoczynku i relaksu.

ZJAWIŁ SIĘ
„Ten lokal przetrwał, co w przyszłości ma być zbitką. To koniec młodości”

Warszawa. Lokal w wieżowcu Skyliner z prestiżową nagrodą


„LookUp” to odważna i wieloaspektowa koncepcja aranżacji wnętrza. Niebotyczna doskonałość i precyzja w każdym detalu, które wyróżniają lokal na warszawskiej Woli. Wnętrze to nie tylko przestrzeń do pracy, ale także miejsce do odpoczynku i relaksu. Wnętrze to nie tylko przestrzeń do pracy, ale także miejsce do odpoczynku i relaksu.

objektykomercyjne.

Najpiękniejsza powierzchnia w Europie znajduje się w Warszawie. Na Woli

2024-11-14 15:50

Wielofunkcyjna przestrzeń eventowa LookUp zdobyła prestiżową nagrodę „Najlepszą aranżację powierzchni” w konkursie Restaurant & Bar Design Award. Jak wygląda ta najlepsza przestrzeń, która znajduje się na szczycie warszawskiego Skylinera?



Spis treści

1. Nagrody Restaurant & Bar Design Awards 2024
2. Najlepsza aranżacja powierzchni jest w LookUp!
3. Wnętrze LookUp: To odważna i precyzyjna
4. Kuchnia na 40. piętrze

Nagrody Restaurant & Bar Design Awards 2024

Prestiżowe nagrody Restaurant & Bar Design Awards przyznano w ubiegłym tygodniu w Barcelonie już po raz szesnasty, uhonorując w ten sposób te kreatywne i najoryginalniejsze aranżacje wnętrz na świecie.

Najlepsza aranżacja powierzchni jest w LookUp!

Nagrodę w kategorii „Najlepszą aranżację powierzchni” prestiżowego międzynarodowego konkursu Restaurant & Bar Design Award zabrał warszawski lokal LookUp! – przestrzeń konferencyjno-eventowa w wieżowcu na warszawskiej Woli. To jedyna lokalizacja w Polsce doceniona w tej kategorii oraz jedną z dwóch polskich obiektów, które otrzymały te prestiżowe statuetki.

LookUp – najpiękniejszy lokal

Wielofunkcyjna przestrzeń eventowa LookUp zdobyła prestiżową nagrodę „Najlepszą aranżację powierzchni” w konkursie Restaurant & Bar Design Award. Jak wygląda ta najlepsza przestrzeń, która znajduje się na szczycie warszawskiego Skylinera?

LookUp – najpiękniejszy lokal

Wielofunkcyjna przestrzeń eventowa LookUp zdobyła prestiżową nagrodę „Najlepszą aranżację powierzchni” w konkursie Restaurant & Bar Design Award. Jak wygląda ta najlepsza przestrzeń, która znajduje się na szczycie warszawskiego Skylinera?

Najpiękniejszy lokal świata znajduje się w Polsce. Powoła

Wielofunkcyjna przestrzeń eventowa LookUp zdobyła prestiżową nagrodę „Najlepszą aranżację powierzchni” w konkursie Restaurant & Bar Design Award. Jak wygląda ta najlepsza przestrzeń, która znajduje się na szczycie warszawskiego Skylinera?

LookUp – najpiękniejszy lokal

Wielofunkcyjna przestrzeń eventowa LookUp zdobyła prestiżową nagrodę „Najlepszą aranżację powierzchni” w konkursie Restaurant & Bar Design Award. Jak wygląda ta najlepsza przestrzeń, która znajduje się na szczycie warszawskiego Skylinera?

LookUp ze statuetką Restaurant & Bar Design Award

Nagrodę w kategorii „Najlepszej aranżacji powierzchni” prestiżowego międzynarodowego konkursu Restaurant & Bar Design Award zabrał warszawski lokal LookUp! – przestrzeń konferencyjno-eventowa w wieżowcu na warszawskiej Woli. To jedyna lokalizacja w Polsce doceniona w tej kategorii oraz jedną z dwóch polskich obiektów, które otrzymały te prestiżowe statuetki.

SCOPE OF WORK

Strategia pozycjonowania oraz pełna obsługa 360 dla trzech marek: LookUp, Villa Foksal oraz Catering Villa Foksal, w tym:

Działania PRowe,

Działania mediowe,

Prowadzenie social mediowych kont,

Działania reklamowe, w tym digital i performance, materiały drukowane, projekty wielkoformatowe i flotowe.

**Wybrane
prace
2016 – 2023**

**Nie opisujemy
przestrzeni.
Tworzymy jej
język.**

Brabank

A modern apartment building with a facade of copper-colored panels and balconies with glass railings. The building is set against a blue sky with scattered white clouds. The text 'BRABANK APARTAMENTY' is overlaid in the center in a white serif font.

BRABANK
APARTAMENTY

Ponad trzy lata kształtowaliśmy komunikację Brabanku - modernistycznej inwestycji Invest Komfort w Gdańsku. Dzięki starannie opracowanej strategii „Sztuka wyboru”, Brabank stał się przestrzenią, w której wyrafinowany design spotyka się z kuratorskim stylem życia.

Tam, gdzie inni sprzedają metry – my budujemy znaczenia. Brabank stał się przestrzenią doświadczania estetyki, nie tylko miejscem do zamieszkania. Narracja marki oparta na sztuce, świadomych wyborach i designie wyniosła komunikację ponad standardowy język branży deweloperskiej, czyniąc z niej kulturowy statement.

Zrealizowaliśmy kompleksowy ekosystem działań – od kreacji wizerunkowych i filmowych po kampanie z udziałem znanych osobowości, m.in. Rafała Królikowskiego. Wielokanałowa komunikacja digital, print i film konsekwentnie budowała świat marki premium – wyważony, nowoczesny i nieoczywisty.

INVEST
KOMFORT

S Z T U
K A
W Y
B O R U

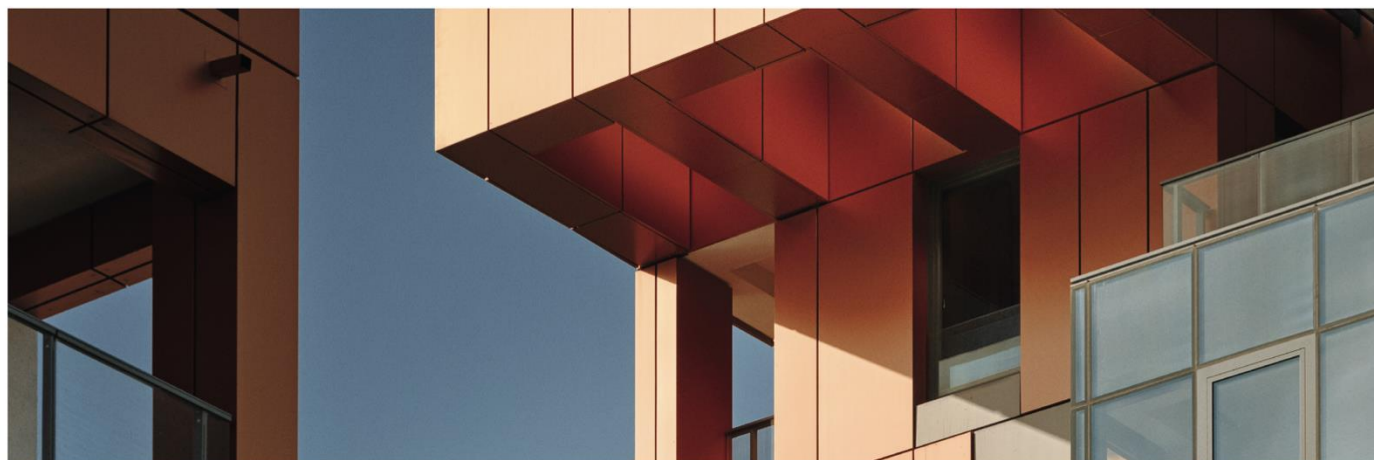
APARTAMENTY GDAŃSK
T: 58 585 93 50 / BRABANK.PL

BRABANK
APARTAMENTY



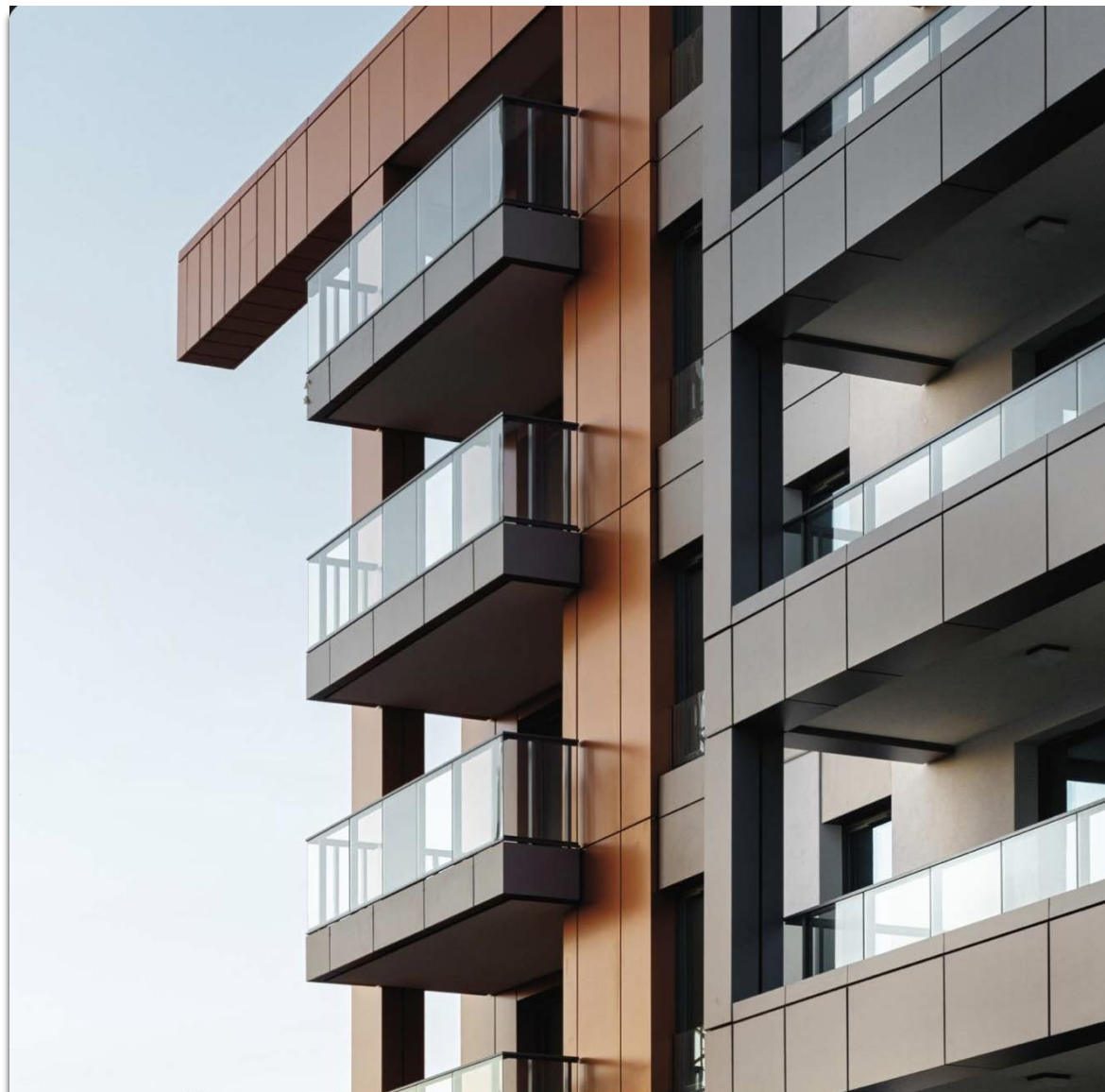
INVEST
KOMFORT

S Z T U K A
W Y B O R U



APARTAMENTY BRABANK NAD MOTŁAWĄ, GDAŃSK

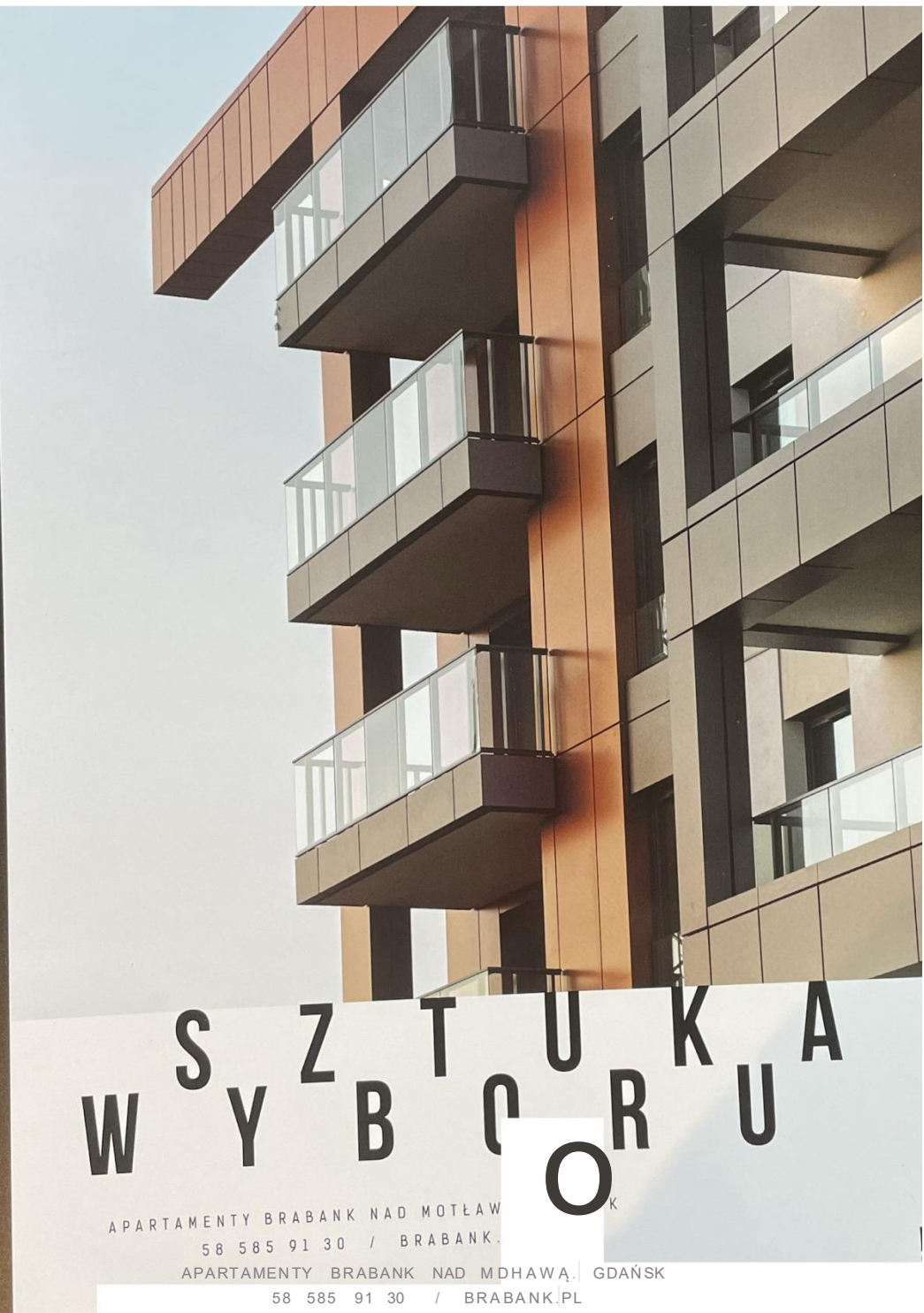
58 585 95 43 / BRABANK.PL



W SZTURKA Y B O R U

APARTAMENTY BRABANK NAD MOTŁAWĄ, GDAŃSK
58 585 91 30 / BRABANK.PL

INVEST
KOMFORT





ZOBACZ REALIZACJĘ

Sesja do kampanii: „Piękne historie się nie kończą”



SCOPE OF WORK

Strategia pozycjonowania Brabank,

Idea komunikacyjna, kampanie taktyczne oraz pełna obsługa 360, w tym:

Kampanie ATL (film, radio, prasa, OOH),

Kampanie digital wizerunkowe i performance,

Materiały sprzedażowe,

**Stworzyliśmy
język, którym dziś
mówi segment
premium.**

Złota 44



ZŁOTA⁴⁴

Dla najważniejszego wysokościorowca w tej części Europy – Złotej 44 – stworzyliśmy kompleksową strategię, kreację i komunikację marki. Przez ponad dwa lata przekładaliśmy ideę luksusu na spójny system narracyjny obejmujący wszystkie punkty styku: od druku i digitalu po wydarzenia specjalne kluczowych momentów tej inwestycji:

- **Uroczyste otwarcie 8. piętra** – ekskluzywne wydarzenie podkreślające unikalność przestrzeni,
- **Oficjalna inauguracja Złotej 44** – spektakularna premiera redefiniująca segment luksusowych nieruchomości w Polsce.

Nasza strategia wyznaczyła nowy benchmark w komunikacji prestiżowych inwestycji, zarówno w Polsce, jak i na kluczowych rynkach europejskich – w tym Rosji, Ukrainie i Wielkiej Brytanii.

Dzięki spójnej i precyzyjnej narracji Złota 44 stała się numerem 1 wśród inwestycji w Polsce, osiągając status najlepiej sprzedającej się nieruchomości premium w 2016 roku.



Coś, co było myślą, pragnieniem, staje się częścią nowoczesnej Warszawy.

ZOBACZ REALIZACJĘ

HOME OF EUROPE'S BEST NOW OPEN!

THE BEST SELLING PREMIUM PROPERTY in 2016!

According to the research conducted by REA Residential Advisors

MAKE ZŁOTA 44 YOUR HOME IN 2017

LOCATED IN WARSAW, IT IS THE MOST PRESTIGIOUS RESIDENTIAL TOWER IN POLAND, AND THE TALLEST IN THE EUROPEAN UNION. IT PROVIDES CUTTING-EDGE SOLUTIONS IN PROMOTING A HEALTHY AND ACTIVE LIFESTYLE, UNMATCHED BY ANY OTHER RESIDENTIAL BUILDING IN EUROPE WITH ITS RECREATIONAL FLOOR THAT INCLUDES:

25 m indoor pool, Finnish sauna and steam room, gym with fitness facilities, massage rooms, private cinema and golf simulator, terrace with greenery and jacuzzi, special relaxation area and piano bar as well as play rooms for children.

Contact us to arrange
A PRIVATE TOUR OF ZŁOTA 44.

+48 22 250 14 44 | www.zlota44.com

Investors: BBI Development & Amstar

luxury apartments by Daniel Libeskind

ZŁOTA™

HOME OF EUROPE'S BEST NOW OPEN!

THE BEST SELLING PREMIUM PROPERTY in 2016!

MAKE ZŁOTA 44 YOUR HOME IN 2017

LOCATED IN WARSAW, IT IS THE MOST PRESTIGIOUS RESIDENTIAL TOWER IN POLAND, AND THE TALLEST IN THE EUROPEAN UNION. IT PROVIDES CUTTING-EDGE SOLUTIONS IN PROMOTING A HEALTHY AND ACTIVE LIFESTYLE, UNMATCHED BY ANY OTHER RESIDENTIAL BUILDING IN EUROPE WITH ITS RECREATIONAL FLOOR THAT INCLUDES:

gym with fitness facilities, massage rooms, private cinema and golf simulator, terrace with greenery and jacuzzi, special relaxation area and piano bar as well as play rooms for children.

Contact us to arrange
A PRIVATE TOUR OF ZŁOTA 44.

+48 22 250 14 44 | www.zlota44.com

Investors: BBI Development & Amstar

ZŁOTA™

GWIAZDY NA ŻŁOTEJ AUKCJI OMENY MENSAH: KAROLINA SZOSTAK, ANITA WERNER, PIOTR KRAŚKO...



ZOBACZ REALIZACJĘ

Uroczysta gala otwarcia 8. piętra rekreacyjnego, była ekskluzywnym wydarzeniem z udziałem gwiazd świata biznesu, kultury i mediów.

Pokaz mody TOMOTOMO przy basenie, w którym modelki zdawały się „chodzić po wodzie”, oraz charytatywna aukcja podkreśliły wyjątkowy charakter miejsca. Wydarzenie stało się medialnym fenomenem, przyciągając uwagę kluczowych osobowości i opiniotwórczych mediów.



ZOBACZ REALIZACJĘ



Uroczyste otwarcie Złotej 44
Spektakularna gala na 50. piętrze połączona
z pokazem fajerwerków i limitowaną wystawą
szkiców Daniela Libeskinda zdefiniowała nowy
standard wydarzeń w sektorze premium.
Ekspozycja była następnie udostępniona
mieszkańcom Warszawy, rozszerzając zasięg marki
poza środowisko inwestorów.



**Projektujemy
doświadczenia, które
zapadają
w pamięć**

BYĆ JAK DANIEL LIBESKIND
BEING DANIEL LIBESKIND

MARZEC

17
19
MARCH

WYSTAWA
EXHIBITION

GODZ.

10
20
HOURS

ZAPRASZAMY NA WYSTAWĘ SZKICÓW DANIELA LIBESKINDA W DNIACH 17-19 MARCA
EXHIBITION OF DRAWINGS BY DANIEL LIBESKIND OPEN: 17-19 MARCH



ZOBACZ REALIZACJĘ

SCOPE OF WORK

Strategia pozycjonowania Złotej 44,

Idea komunikacyjna, kampanie taktyczne oraz pełna obsługa 360, w tym:

Kampanie ATL (film, prasa, OOH),

Kampanie digital wizerunkowe i performance (rynki CEE),

Materiały sprzedażowe, materiały drukowane,

Eventy (otwarcie 8, piętra, otwarcie Złotej 44),

Wystawy,

Ogrodzenie i branding zewnętrzny,

Strategiczne akcje taktyczne (apartamenty ready made,
Robert Lewandowski na Złotej, Golf cup, i inne)



No. 44

LUXURY RENTALS
AT ŻŁOTA 44

**Zmieniamy adres
w ikonę.**

**Luksusowy
wymiar
najmu
No. 44**

Po zakupie dziewięciu pięt w Złotej 44, Fundusz Catella powierzył nam stworzenie strategii marki najmu, która wykorzystuje siłę jednego z najbardziej rozpoznawalnych adresów w Polsce.

Naszym punktem wyjścia była myśl, że Złota 44 to więcej niż budynek – to status, do którego się należy.

Chcieliśmy, aby każdy najmujący mógł ten adres nosić jak symbol prestiżu – dlatego stał się on kluczowym elementem narracji marki i języka komunikacji.

Stworzyliśmy system, który wzmacnia znaczenie miejsca:

- naming i identyfikację wizualną opartą na elegancji i sugestywności,
- kampanię launchową, która uczyniła z adresu Złota 44 synonim luksusowego życia w centrum Warszawy, bez konieczności zakupu apartamentu.

To podejście na nowo zdefiniowało Złotą 44 – jako najbardziej pożądaną adres wśród inwestorów i najemców premium.



LOGO
PODSTAWOWA FORMA ZNAKU
CHARAKTERYSTYKA

Logo stanowi główny element identyfikacji wizualnej No.44. Znak występuje w kilku dozwolonych do wykorzystania formach – formie podstawowej pionowej i poziomej oraz alternatywnej.
 Na podstawowej formie znaku składają się trzy elementy – sygnet, logotyp oraz claim, gdzie logotyp obrotowy jest zawsze pod lub obok sygnetu znaku.

SYGNET

Zbudowany jest na podstawie formu Cinesz. Kompozycja jest obszerną graficznym nazwą firmy. Składa się z dwóch zmodyfikowanych cyfr 4 i 0, których linie "T" zamierzony w okręgu, który jest generowany na formie litery "O". Po prawej stronie okręgu znajduje się kropka, która jest częścią napisu, a jednocześnie nie równoważy znak.

LOGOTYP

Literowo wykorzystane do stworzenia logotypu słowo wyodrębnione odpowiednio skrajnie, nieograniczone. Ma ono za zadanie podkreślić ekskluzywny, ale również nowoczesny charakter apartamentów oferowanych przez firmę. Zbudowany jest na podstawie formu Cinesz.

CLAIM

Docierające znanie, ciekawy charakter i specyficzne firmy. Zbudowany jest na podstawie formu Cinesz.



sygnet

No. 44

logotyp

LUXURY RENTALS
 AT ŻŁOTA 44

claim

LOGO
FORMA ZNAKU
PROPORCJE ZNAKU

Cały znak zbudowany jest na module "A", który stanowi specyficzny kształt zmodyfikowanej cyfry "4". Konstrukcja oparta jest na duplikacji modułu podstawowego.

SYGNET

RAMA "O"
 Ramę sygnetu stanowi okrąg o promieniu 3,5A (grubość obrębu 0,5A).

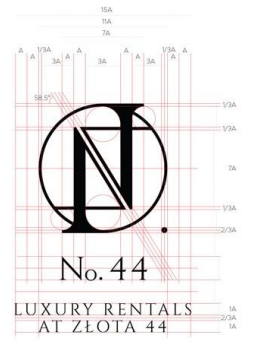
TRZĘDZI "4" + "4" + "0"
 W okręgu wpisane są dwie "4" w leżącym od siebie przy czym druga z nich jest obrotowa zadaniem współzależności i nie podlegają.

Cyfry składają się w literę "N" która ma formę 2,5 x 1,5A. Jest wykorzystywana w całości pionowej i poziomej osi okręgu. Wykolecie "N" jest równa średnicy okręgu.

Litera "N" jest szarym. Szary został zbudowany wewnątrz litery "O" na okręgu o średnicy 3A, na zewnętrznej litery "O" na okręgu o średnicy 2A.

KROKA

Kropka stanowi kółko o średnicy 0,5A. Umieszczona jest w prawym dolnym rogu, wewnątrz kwadratu w który wpisujemy "O".



LOGO
SPECYFIKACJA KOLORYSTYCZNA

PANTONE

W celu jak najbardziej odwzorowania kolorów: stylów w materiałach poligraficznych preferowane jest stosowanie kolorów z zakresu Pantone. W przypadku koloru obrzebnego i szarego przewidziany jest również dual media podstampa.

CMYK

Jeżeli zastosowanie kolorystyki z zakresu Pantone nie jest możliwe, materiały poligraficzne powinny być drukowane w oparciu o składowe wartości kolorów CMYK.

RGB

Kolorystyka RGB przeznaczona jest do materiałów funkcjonujących w formie cyfrowej – strony internetowe, materiały publikowanych w postaci plików pdf, internetowych materiałach reklamowych itp.

SKALA SZAROSCI

Stosowanie logo w wersji achromatycznej dopuszczalne jest jedynie wtedy, gdy w kolejnych technologicznych lub projektowych realizacjach jest prezentowane materiałach reklamowych w wersji kolorystycznej.

	Pantone 877 C Róż ciemny C 45, M 35, Y 35, K 5 R 142, G 145, B 147		Pantone 282 C Czarna C 100, M 80, Y 45, K 70 R 0, G 0, B 0
	Pantone 871 C Róż ciemny C 20, M 30, Y 75, K 10 R 208, G 173, B 94		Pantone 282 C [50%] C 15, M 15, Y 40, K 60 R 215, G 205, B 160
	Pantone 871 C Róż ciemny C 20, M 30, Y 75, K 10 R 208, G 173, B 94		Pantone 282 C [50%] C 15, M 15, Y 40, K 60 R 215, G 205, B 160

No. 44
LUXURY RENTALS
AT ZŁOTA 44

LIVING LIKE IN MANHATTAN

Manhattan is a place like no other. A melting pot of cultures and nationalities, with over 500 languages and dialects spoken. Manhattan is the world's leading financial centre and one of the most preferred destinations for the rich. More millionaires live there than anywhere else in the world. Manhattan mesmerizes you with its uniqueness and inspires you in every respect, including the way of life in "The City". This is where the fashion for residential towers came from. The famous 740 Park Avenue is a place where John Rockefeller III lived. Today, it is home to Vera Wang, David Koch and Ronald Lauder. Every house is associated with names like Rockefeller, Kissinger and Cramer. The Manhattan lifestyle stands for a luxury apartment in a prestigious skyscraper rather than a house with a garden.

This same concept is brought to life in what No.44 has to offer - a long-term lease of apartments in Złota 44, the tallest luxury residential skyscraper in the European Union, the epitome of contemporary Warsaw, designed by Daniel Libeskind. The apartments with an area from 67 sq.m to 219 sq.m offer an extraordinary view of the city skyline, several amenities and an exceptional recreational floor with a 25-metre long swimming pool, perfectly equipped gym, spa area, private cinema and golf simulator. If you want to spend your time in a unique and exceptional manner and relax in luxury, this place has been designed for you!

Just like in Manhattan, residents of No.44 apartments do not need cars (although parking spaces are available of course). A prestigious address in the very city centre of Warsaw involves immediate access to the best restaurants, cafes, bars, museums, theatres, art galleries, as well as shopping centres and green areas. The proximity of the Warsaw Metro and various forms of international transportation means that you can reach any place in no time at all. It will take you only 25 minutes to get to the Chopin Airport, and the Central Business District is only a short distance away.

Still, there is something No.44 residents have that Manhattan residents can only dream about. The architect Daniel Libeskind pointed to this when referring to the elegance and style that the Złota 44 residential skyscraper was built with. This level of quality and fine craftsmanship cannot be found in NYC. There is hardly any other place that offers similar luxury living conditions. Those leasing an apartment within No.44 are set to begin a dream life like in Hollywood movies - in the early morning, swimming in the pool early and watching the city waking up; later on in the day, relaxing on the sunny deck or in the hot tub; all of this followed by a game of golf, workout, massage and sauna, and then an evening movie and dinner with a view of the brilliantly lit Warsaw. And all this without having to leave the apartment building. This offer is unparalleled by any other residential tower in Europe.

RENT AN APARTMENT +48 720 244 444 | www.no44.pl

NO.44 APARTMENTS CATER TO THE LATEST INTERNATIONAL TRENDS BY PROVIDING LONG-TERM LEASES FOR LUXURY APARTMENTS WITHIN THE WORLD-FAMOUS ZŁOTA 44 RESIDENTIAL TOWER.

EXPERIENCE THE HIGHEST STANDARD OF LIVING

RENT AN APARTMENT
+48 720 244 444
www.no44.pl

No. 44
LUXURY RENTALS
AT ZŁOTA 44



No. 44
LUXURY RENTALS
AT ŻŁOJA 44

ZAMIESZKAJ
NA
NAJWYŻSZYM
POZIOMIE
LUKSUSU

WYNAJMIJ APARTAMENT
WWW.NO44.PL
+48 72 024 44 44

SCOPE OF WORK

Strategia na komunikację marki,

Nazwa marki i identyfikacja marki,

Wypracowanie idei komunikacyjnej

Wypracowanie key visuals, w tym OOH, Digital, Prasa, Materiały drukowane, strona
www

Kampanie performance i taktyczne: digital, prasa, OOH.

**Tworzymy miejsca,
które pracują na
wizerunek miasta.**

**Centrum
Marszałkowska**

McDonald's

C M

sezam

Orange

Orange

Orange



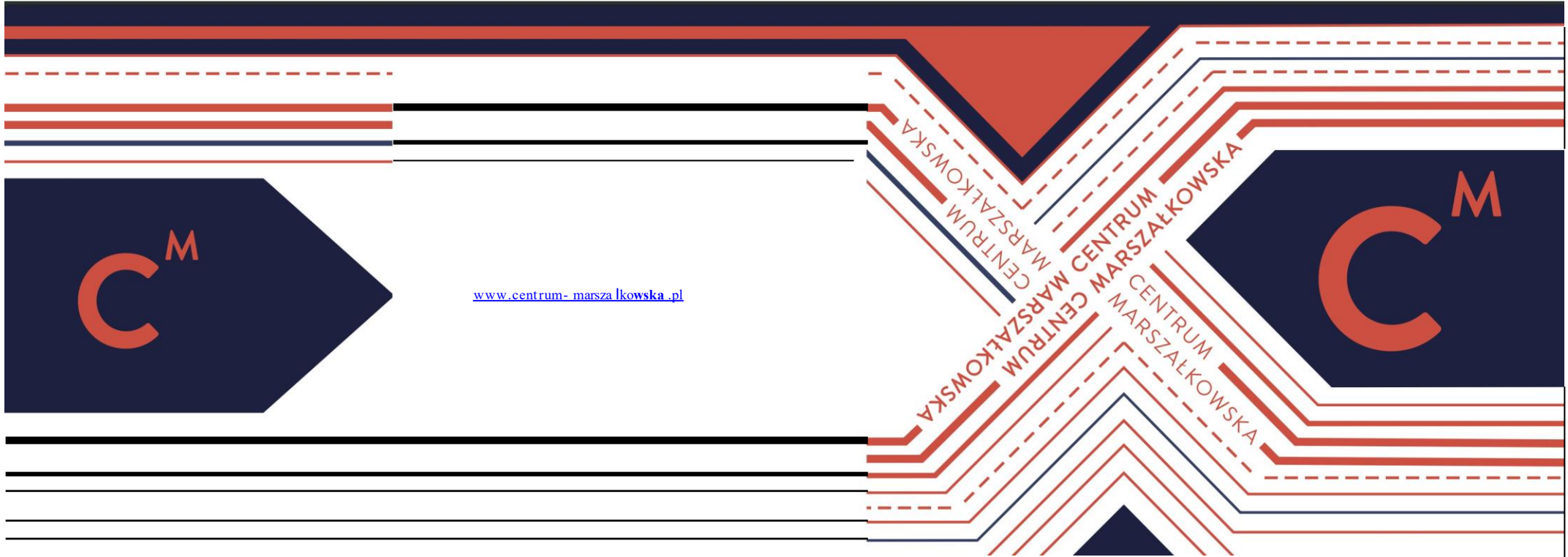
Flagowy budynek biurowy, który na nowo kształtuje przestrzeń biznesową i kulturalną stolicy.

Centrum Marszałkowska to więcej niż biurowiec – to symbol nowego dialogu między biznesem, sztuką i miejską kulturą.

Zbudowaliśmy strategię marki, która łączy energię centrum miasta z elegancją premium, redefiniując sposób, w jaki postrzegane są przestrzenie komercyjne w stolicy.

Tworzyliśmy narrację marki, łącząc komunikację digital, social media, outdoor i content wideo w spójną opowieść o biznesie z ludzkim DNA.

Dziś Centrum Marszałkowska łączy światy: korporacyjny, artystyczny i społeczny, ustanawiając nowy standard miejskiego stylu pracy i życia.





ZOBACZ REALIZACJĘ

SCOPE OF WORK

Wypracowanie idei komunikacyjnej,

Wypracowanie key visuals, w tym OOH, Digital, Prasa,

Strategia i prowadzenie kont social mediowych,

Materiały drukowane, folder,

Ogrodzenie,

Strona www,

Kampanie performance i taktyczne: digital, prasa, OOH

Sesje video, foto,

Wsparcie eventowe (Wiecha, otwarcie).

**Porozmawiajmy o Twojej marce
i inwestycjach, które są w planach:**

Gosia: 793 322 220

Michał: 793 288 299