

B R ● ● K L Y N
B ● W L

БРУКЛИН БУК

2020

МАЛО КТО ЗНАЕТ, НО БРУКЛИН —
ЭТО ГДЕ-ТО МЕЖДУ ПЕРВОЙ И ВТОРОЙ КЕГЛЕЙ...

СОДЕРЖАНИЕ

1	БРЕНД	
	История.....	4
	Миссия.....	5
	Ценности.....	6

4	ДИЗАЙН	
	Шрифт.....	20
	Логотип и слоган.....	22
	Эмблемы.....	30
	Цвет.....	32

2	АУДИТОРИЯ	
	Основные группы.....	12
	Визуальный портрет.....	13
	Обратная связь.....	15

5	ВЕРСТКА	
	Описание.....	35
	Полиграфия.....	36
	Документы.....	45
	Web.....	46

3	ХАРАКТЕР БРЕНДА	
	Описание.....	16
	Позиционирование.....	17
	Образ и интонация.....	19

6	ПРОЧЕЕ	
	Интерьер.....	51
	Экстерьер.....	56
	Вуди Харрельсон.....	59

КАК ЗАЧЕМ И КОГДА ПОЯВИЛСЯ БРУКЛИН

ИСТОРИЯ

Идея создать совершенно новый формат боулинга зародилась задолго до строительства Бруклина. Мы очень любили играть в боулинг и даже состояли в Федерации боулинга Тюменской области, но с каждым походом в местные заведения отчетливо понимали, что эта индустрия совершенно не развита не только в нашем городе, но и в целом во всей России.

Простая идея быстро переросла в одержимость, и тогда у нас появилась **миссия — возродить боулинг в нашей стране**. Постепенно к нам стали подключаться единомышленники с такими же горящими глазами и жаждой к жизни. Так начала формироваться #командаБруклина, а мы стали членами правления Федерации боулинга России.

Мы по сей день работаем по 12-14 часов в сутки, чтобы становиться еще на шаг ближе к своей цели.



МИССИЯ

#КомандаБруклина здесь, чтобы развивать индустрию боулинга в России.

Сначала мы восстановим индустрию боулинга в России. А после — захватим эту планету... 🐼

Захватим планету, чтобы сделать людей счастливее и показать, что в боулинге можно круто проводить время.



ЦЕННОСТИ

1. КОМАНДА И ЮМОР

Команда занимает первое место в списке наших приоритетов, и только потом идут гости, друзья и партнёры.

Команда Бруклина — это неотъемлемая часть бренда.

Открытость, чувство юмора, любовь к жизни, самоирония и здравый смысл — критерии, по которым мы принимаем в команду. Чувство юмора здесь далеко не на последнем месте. Именно юмор в команде помогает справляться с любыми задачами. Даже самые серьезные совещания всегда сопровождаются смехом.

Маленькие шалости давно стали узнаваемым почерком Бруклина, а добрый “троллинг” — уже традиция. Важно понимать тонкую грань между сатирой и провокацией.





ЦЕННОСТИ

2. ГОСТИ

У НАС НЕТ ПОСЕТИТЕЛЕЙ.
У НАС ЕСТЬ ГОСТИ.

Каждый человек, вошедший в Бруклин — наш гость.

Мы никогда не называем наших гостей посетителями и уж тем более клиентами. Каждый человек, вошедший в Бруклин, в не зависимости от возраста, статуса и прочих факторов — наш гость. Даже если человек заглянул к нам, чтобы просто посмотреть. Мы одинаково встречаем и провожаем всех гостей Бруклина.

Сегодня человек заглянул к нам, чтобы просто посмотреть. И если он влюбится в нас сейчас, то завтра он приведет своих самых дорогих людей.

Наша задача — сделать их счастливыми.

ЦЕННОСТИ

3. ДРУЗЬЯ И ПАРТНЁРЫ

Мы смело доверяем нашим партнерам и всегда радуемся, когда это взаимно. Часто такие отношения перерастают в крепкую дружбу, и друзей с каждым годом становится всё больше.

Мы любим наших друзей, но у них нет преимуществ перед командой или гостями.

И если друг заглянул в гости на “поболтать”, мы всегда помним — сначала помощи члену команды, потом гостю и, если осталось время, пообщайся с нашими друзьями. Именно в таком порядке. И никак иначе.

**“— Ну что ты
молчишь?”**

**— Я верю,
— сказал Ежик.”**



ЦЕННОСТИ

4. УЧРЕДИТЕЛИ

У учредителей, собственников, директоров и других руководителей тоже нет никаких преимуществ перед командой, гостями или партнёрами.

Скорее наоборот. Можно легко попросить учредителя (если он не проводит важную встречу) куда-нибудь пересесть или освободить дорожку для нашего гостя.

В то же время учредитель, как и любой член команды, может прийти в качестве гостя. Среди гостей градаций не существует.

В ОБЩЕМ И ЦЕЛОМ

ЗНАЧИМЫЕ ОБЩЕПРИНЯТЫЕ РАЗДЕЛЯЕМЫЕ ЦЕННОСТИ

МЫ — КОМАНДА

На этом выстроены все взаимоотношения в Бруклине. Команда всегда на первом месте.

БРУКЛИН — НАШ ДОМ

В котором каждый член команды — полноправный хозяин. Мы не проходим мимо разбитой посуды или потёкшего крана.

МЫ ЛЮБИМ СВОИХ ГОСТЕЙ

Горячо и искренне! Самое важное, что мы дарим нашим гостям — это внимание и забота.

ГОСТЬ НЕ ВСЕГДА ПРАВ

Бывает и такое. Мы не позволяем гостям вести себя по-хамски и обесценивать наш труд.

У НАС МНОГО ДРУЗЕЙ

И это круто! Но мы всегда помним — сначала помощи команде, затем гостю и, если есть время, удели его другу.

ЮМОР

Юмор в нашей команде, как воздух. Даже если ты косячишь, косячь с юмором. Все будут смеяться и забудут про твой fuck up.

ИЗ БРУКЛИНА НЕ УХОДЯТ

К нам часто возвращаются “блудные дети” :) И мы этому чертовски рады. Если ты в команде, то это навсегда.

БРУКЛИН — ЭТО МАЛЕНЬКОЕ ГОСУДАРСТВО

Со своими жителями, законами и традициями. Каждый год мы растём и размножаемся :)

АУДИТОРИЯ

К нам приходят люди разных возрастов, и мы стараемся сделать так, чтобы каждый нашел #вБруклине что-то своё. Но какой бы широкой ни была наша аудитория, есть преимущественное большинство. Мы выделили две основных группы.

Молодые люди

Собираются компаниями, чтобы весело провести время, отпраздновать событие или просто вкусно поесть. Для них важно, чтобы всё было современно, доступно и качественно.

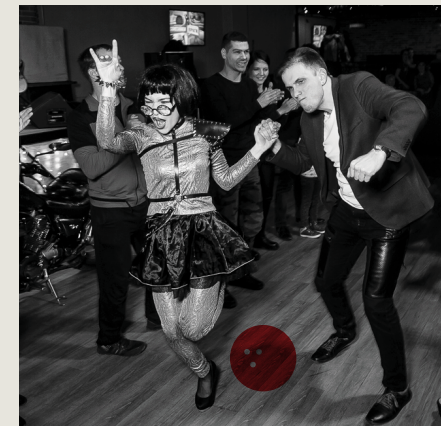
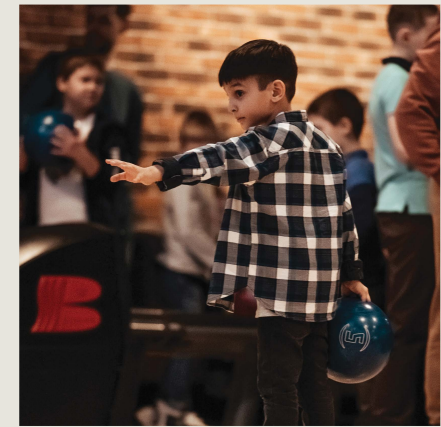
Дети и семьи с детьми

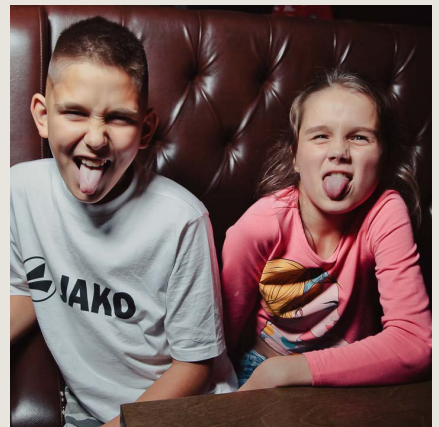
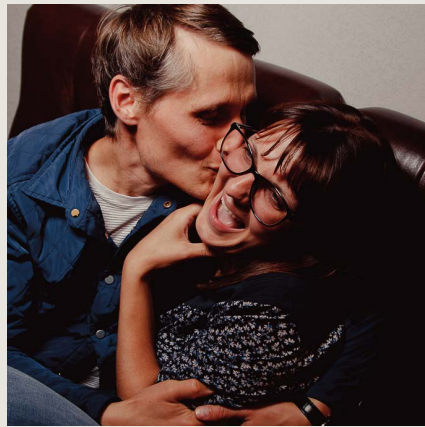
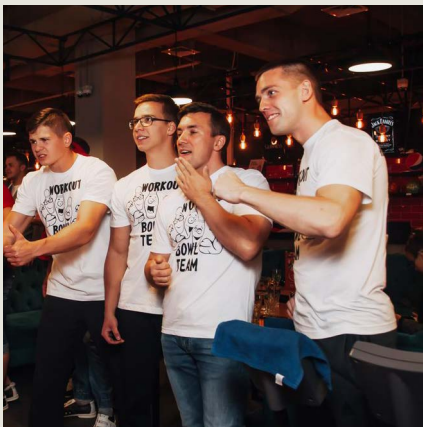
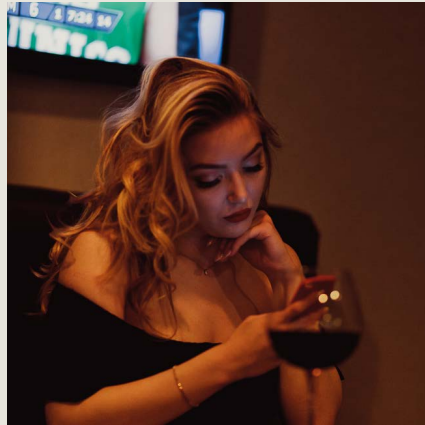
Часто отмечают у нас Дни рождения, выпускные и другие праздники. Захватывают Бруклин с раннего утра в дни школьных каникул. Любят пиццу и картошку фри :)



BROOKLYN BOWL • КЕ...НЯ
LIVE • РОК-Н-РОЛЛ

ВИЗУАЛЬНЫЙ ПОРТРЕТ НАШИХ ГОСТЕЙ





ПОЧЕМУ ЛЮДИ ПРИХОДЯТ В БРУКЛИН

Особое внимание мы уделяем отзывам наших гостей. Ежедневно мы собираем обратную связь со всех возможных источников, внимательно изучаем каждый отзыв и проводим работу над ошибками. Один отзыв может в корне изменить подход к работе.

Мы смело признаем свои ошибки и открыто их исправляем.

Искренность и здравый смысл — движущая сила всех процессов в команде Бруклина. Именно поэтому люди доверяют нам самый ценный ресурс — своё время.



B R ● ● K L Y N
B ● W L

ХАРАКТЕР БРЕНДА

У Бруклина есть характер. Он добрый, открытый и с ебанцой.

Ввязываться в авантюры, бросать вызовы, вершить невозможное, ломать и строить, смеяться, когда, казалось бы, не до смеха — это по-бруклински. Особенно смеяться над собой.

Бруклин обожает людей и шумные вечеринки. Он любит быть душой компании и поводом для встреч.

Бруклин — это про вкусную еду, дружбу и шуточки.

ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ

Мы являемся самой большой и единственной сетью боулинг-ресторанов в Тюменской области. Но это не даёт нам повода для того, чтобы расслабиться.

Каждый день мы сражаемся с воображаемыми конкурентами, придумываем себе всякие сложности вместо того, чтобы спокойно плыть по течению жизни и делить выручку в конце месяца.

Например, каждый год мы проводим крупнейший в России международный турнир по боулингу — BrooklynOpen.





WTF

У КОГО ТУТ
САМЫЙ
БОЛЬШОЙ

БОУЛИНГ-РЕСТОРАН?

B R ● ● K L Y N
B ● W L

ОБРАЗ И ИНТОНАЦИЯ

Несмотря на достаточно смелый образ бренда, мы не позволяем себе резких высказываний или неуместных, пошлых и обидных шуток.

Любое взаимодействие с Бруклином должно вызывать у человека только положительные эмоции. Да, мы действительно любим смеяться и шутить, но в первую очередь над собой и по-доброму.

И напротив, мы никогда не стремимся кому-то наигранно угождать и натянуто улыбаться. Искреннее и простое общение — это про нас.

Если мы пишем сообщение или пост в социальных сетях, текст должен быть понятен каждому. Как если бы мы писали его своему другу. Мы не пытаемся начинить его содержание сложными речевыми оборотами или глубокими размышлениями.

Человек должен прочитать текст и с первого раза понять, о чем речь, а еще лучше — улыбнуться, ведь мы обязательно смешно пошутили в своем послании :)

Мы не используем острые политические, религиозные или провокационные темы для своего контента.

ШРИФТ

Основной шрифт бренда, используемый для набора любых текстов, заголовков и слоганов, — Proxima Nova

Для набора основного текста рекомендуется применять начертание Regular, а для заголовков, слоганов, вывесок и пр. — начертания Bold и Black.

B R ● ● K L Y N
B ● W L

Proxima Nova (Regular)

Съешь ещё этих мягких французских
булок да выпей [же] чаю.

1234567890

@#%&*()!«»N°

Proxima Nova (Bold)

**Съешь ещё этих мягких французских
булок да выпей [же] чаю.**

1234567890

@#%&*()!«»N°

Proxima Nova (Black)

**Съешь ещё этих мягких французских
булок да выпей [же] чаю**

1234567890

@#%&*()!«»N°

BRKLN

В написании заголовков и текстов приветствуется Caps Lock.

Курсив при наборе текстов не используется.

Proxima Nova (Regular)

СЪЕШЬ ЕЩЁ ЭТИХ МЯГКИХ
ФРАНЦУЗСКИХ БУЛОК
ДА ВЫПЕЙ ЖЕ ЧАЮ.

Proxima Nova (Bold)

**СЪЕШЬ ЕЩЁ ЭТИХ МЯГКИХ
ФРАНЦУЗСКИХ БУЛОК
ДА ВЫПЕЙ ЖЕ ЧАЮ.**

Proxima Nova (Black)

**СЪЕШЬ ЕЩЁ ЭТИХ МЯГКИХ
ФРАНЦУЗСКИХ БУЛОК
ДА ВЫПЕЙ ЖЕ ЧАЮ.**

ЛОГОТИП

Логотип Бруклин Боул является зарегистрированным товарным знаком.

Необходимо использование логотипа на всех брендированных носителях.

B R ● ● K L Y N
B ● W L

Основной логотип

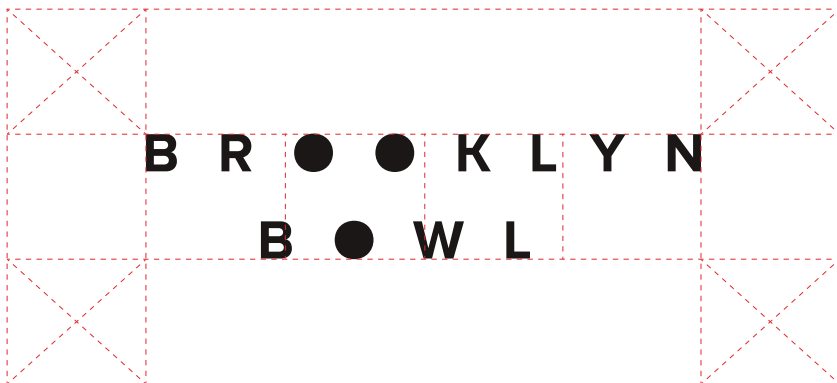


Упрощенный

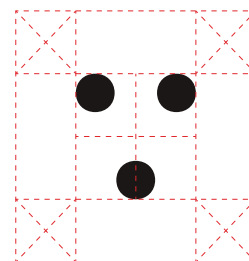
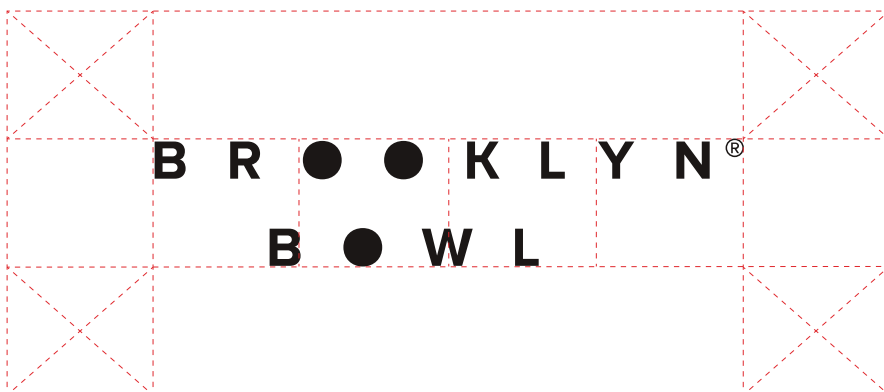
B R ● ● K L Y N[®]
B ● W L

Товарный знак

СВОБОДНОЕ ПОЛЕ



Оставляйте свободное поле вокруг логотипа. Наименьшее значение равняется 1/4 от общей площади логотипа.

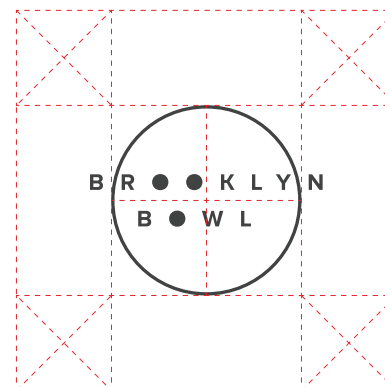
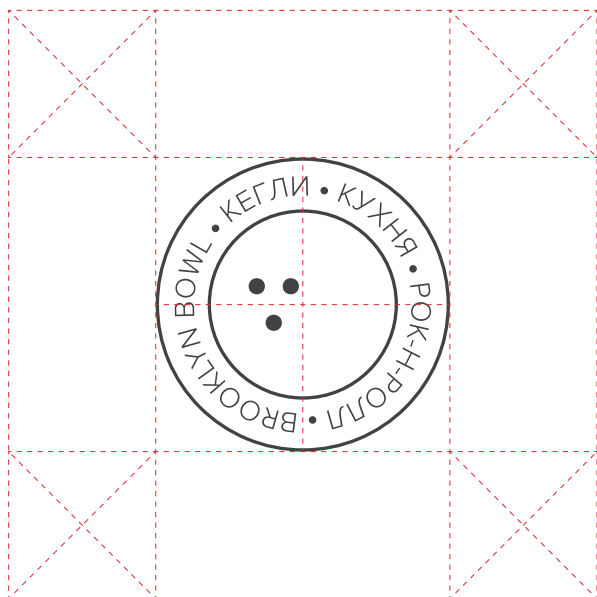


ЕЩЁ ЛОГОТИПЫ

У нас есть
альтернативные
варианты логотипов,
и их тоже можно
использовать везде.



СВОБОДНОЕ ПОЛЕ



ЧТО ЗА СЛОГАН ТАКОЙ?

Слоган отражает три главных направления Бруклина — боулинг, ресторан и сцена.

В Бруклине каждый найдет что-то для себя, а может быть всё и сразу :)

КЕГЛИ
КУХНЯ
РОК-Н-РОЛЛ

СЛОГАН

Слоган Бруклин Боул является зарегистрированным товарным знаком.

КЕТЛИ
КУХНЯ
РОК-Н-РОЛЛ®

СВОБОДНОЕ ПОЛЕ

Минимальное свободное поле
вокруг слогана равняется
букве «К».



ЛОГОТИП + СЛОГАН

Возможно использование
логотипа и слогана в дуэте.

B R ● ● K L Y N

B ● W L

КЕГЛИ
КУХНЯ
РОК-Н-РОЛЛ

ЭМБЛЕМЫ

У нас есть фирменные эмблемы. Вы их могли заметить на некоторых страницах этого бренд бука. В эмблему можно вкладывать любую смысловую нагрузку за счет изменения центрального слова.

Слово должно быть коротким и сочетаться с общим смыслом в макете. Набор шрифта **Proxima Nova (Black)**.





• БРОККЛИН-БОУЛ • КЕГЛИ • КУХНЯ • РОК-Н-РОЛЛ •

STAND-UP

ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

CMYK
0 0 0 0
RGB
255 255 255
RAL
9016

CMYK
6 5 9 0
RGB
236 234 226
RAL
9001

CMYK
0 100 100 0
RGB
237 28 36
RAL
3020

CMYK
0 0 0 90
RGB
64 64 65
RAL
7024

CMYK
45 45 45 90
RGB
30 24 23
RAL
8022

Внимание! Цветовая палитра RAL не имеет 100% совпадения с указанными цветами в RGB И CMYK, лучше всего видеть палитру вживую, чтобы безошибочно подобрать цвета.

ПРИМЕРЫ ЦВЕТОВЫХ СОЧЕТАНИЙ



B R ● ● K L Y N®
B ● W L



ЦВЕТОВАЯ ПАЛИТРА

В большинстве случаев мы используем фирменные цвета для создания макетов, но это не запрещает нам применять другие палитры, если это необходимо. Например, в макетах, которые нацелены на детей.

КАК МЫ ОФОРМЛЯЕМ МАКЕТЫ

ВЕРСТКА

Текст

Используем только фирменные шрифты. Текст располагается строго горизонтально или вертикально, никаких наклонов. В заголовках часто используется Caps Lock.

Эффекты

Мы не накладываем на шрифты эффекты градиента, объема или теней. Придерживаемся простоты написания и лёгкой подачи.

Стиль

Современный, выдержанный, минималистичный стиль. Но не строгий, скорее наоборот. Оставляем достаточно свободного пространства между элементами для наиболее лёгкого восприятия.



АФИШИ

КАЖДУЮ ПЯТНИЦУ

LIVE

МУЗЫКА
В УШИ.
ТАНЦЫ
В НОГИ

БР • • • К Л Y N
Б • • W L

ТРЦ «ТЮМЕНЬ СИТИ МОЛЛ»
Тюмень, Тимофея Чаркова, 60

+7 (3452) 560-590
brooklynbowl.ru

С 17 ИЮНЯ
ПО 2 ИЮЛЯ

FAN

ФУТ
БОУЛИНГ

Кубок конфедераций 2017

ПРЯМЫЕ
ТРАНСЛЯЦИИ

Все войдут. Приходите.

БР • • • К Л Y N
Б • • W L

ТРЦ «ТЮМЕНЬ СИТИ МОЛЛ»
Тюмень, Тимофея Чаркова, 60

+7 (3452) 560-590
brooklynbowl.ru

КАЖДУЮ ПЯТНИЦУ

LIVE

МУЗЫКА
В УШИ.
ТАНЦЫ
В НОГИ

БР • • • К Л Y N
Б • • W L

ТРЦ «ТЮМЕНЬ СИТИ МОЛЛ»
Тюмень, Тимофея Чаркова, 60

+7 (3452) 560-590
brooklynbowl.ru

31
МАЯ
21:00

brooklynbowl.ru
560-590
Ул. Тимофея Чаркова, 60
ТРЦ "Тюмень Сити Молл",
3-й этаж

STAND UP
#ВБРУКЛИНЕ

ВИТАЛИЙ КОЛОМИЕЦ САША МАЛОЙ ВЛАДИМИР БУХАРОВ



STAND UP club BROOKLYN BOWL ПЕРВОЕ ОТКРЫТИЕ

BROOKLYN BOWL

БОЛЬШОМУ БОУЛИНГУ

БОЛЬШОЕ ОТКРЫТИЕ

ПЕРВОГО МАРТА

pshhh

Торжественное открытие по настоящему большого боулинга

2 | МАРТА
Отмечаем 2-й день

3 | МАРТА
Stand Up вечер с Романом Косицыным и Иваном Усовичем

4 | МАРТА
Традиционная субботняя вечеринка в Бруклине

5 | МАРТА
Семейное Party

Забронировать дорожку или заказать столик в ресторане: +7(3452)560-590

BROOKLYN BOWL • КЕГЛИ • КУЛИЯ • БИСКВИТ

LIVE

ВДАРИМ РОК В ЭТОЙ ДЫРЕ



BROOKLYN BOWL

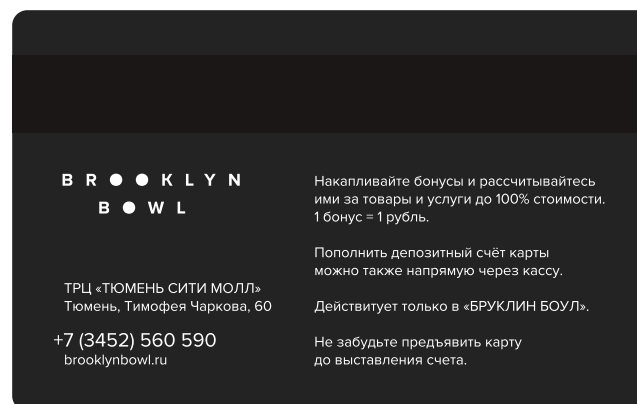
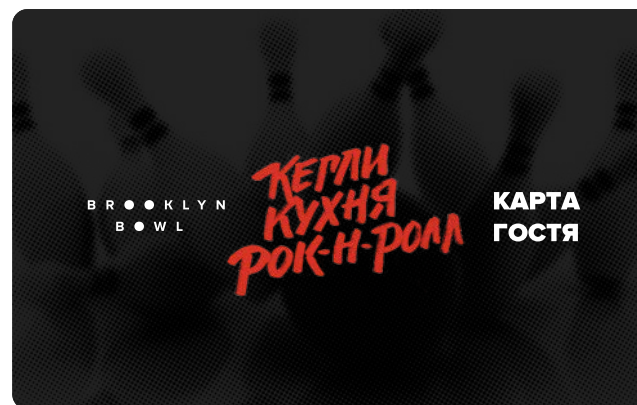
ТРЦ «ТЮМЕНЬ СИТИ МОЛЛ»
Тюмень, Тимофея Чаркова, 60

+7 (3452) 560-590
brooklynbowl.ru

БОНУСНЫЕ КАРТЫ

Важно, чтобы обладатель карты смог быстро найти её среди прочих, при этом не вчитываясь в содержание.

Карта должна быть моментально узнаваемой.



VIP КАРТА

VIP карта отличается от простой не только дизайном, но и содержанием. Помимо уникального номера на карте указаны контакты генерального директора, что даёт возможность гостю напрямую позвонить Артёму в случае такой необходимости.

Карта вручается гостю в золотом дизайнерском конверте.



ДЕТСКАЯ КАРТА

Дети — это значительная часть нашей аудитории. И у них, определённо, должна быть своя собственная карта гостя.



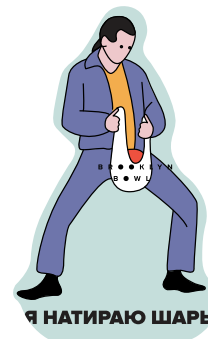
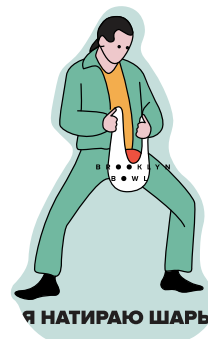
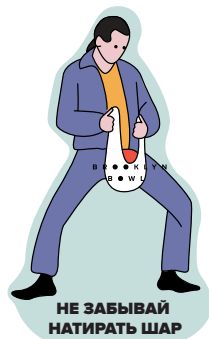
ПОДАРОЧНЫЙ СЕРТИФИКАТ

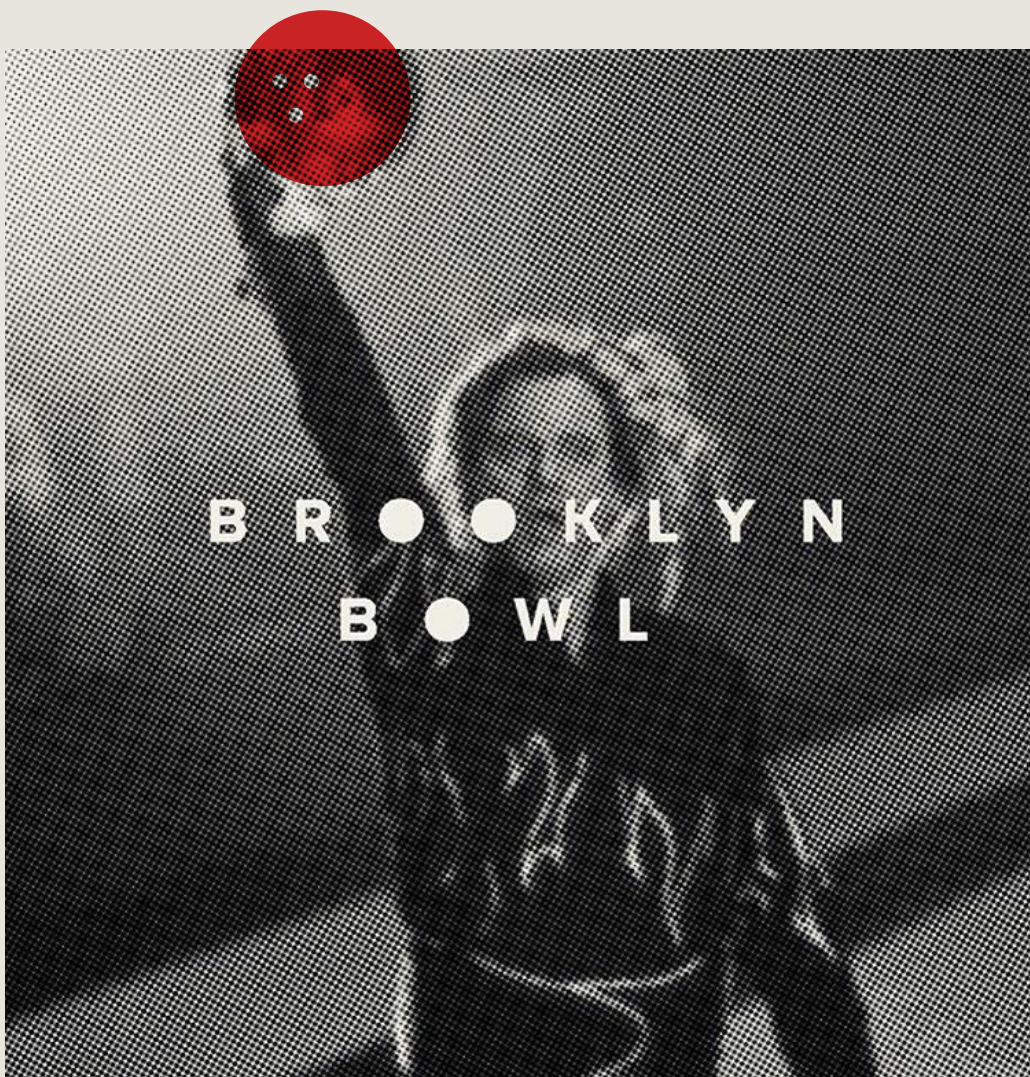


ГРАМОТА



НАКЛЕЙКИ





ЭФФЕКТ ХАЛФТОНА

Неотъемлемой частью фирменного стиля Бруклина является эффект халфтона.

Halftone — эффект крупнозерновой печати.

Могут быть использованы как векторные, так и растровые изображения.

ДОКУМЕНТЫ

B R O O K L Y N
B O W L

**КЕГЛИ
КУХНЯ
РОК-Н-РОЛЛ**

+7 (3452) 560 590
info@brooklynbowl.ru
brooklynbowl.ru
brooklynbowl
brooklynbowl.ru
@brooklynbowl.ru

Исх. № _____ от _____

Директору
ООО "Кегельбан"
Ю.В. Степанцеву

Уважаемый Юрий Викторович!

Сообщаю вам, что боулинг — это спортивная игра в шары, которая произошла от игры в кегли. Цель игры — с помощью как можно меньшего количества пускаемых руками шаров сбить кегли, установленные особым образом в конце безбортовой дорожки. В мире существует много разновидностей боулинга: 5-кегельный боулинг отличается от 10-кегельного не только количеством кеглей, но и, например, количеством бросков в каждом фрейме[1], а также различной игровой ценностью кеглей; кэндлпин-боулинг отличается формой кеглей, которые напоминают свечи; дакпин-боулинг также отличается формой кеглей, они похожи на уточек, меньше по размеру и очень устойчивы, при этом шары легче; скитлз и другие виды. Однако самый распространённый в мире вариант — это 10-кегельный боулинг (Tenpin), в котором кегли установлены в виде треугольника, по правилам, принятым в 1895 году первой профессиональной ассоциацией игроков — «Американским конгрессом боулинга»[2]. Игра весьма популярна в США, — эта страна лидирует по количеству дорожек в расчёте на одного жителя (1/2 250); по этому показателю за США следуют страны Британского Содружества, Скандинавии и Японии. Всего в 120 странах мира по данным на 2007 год насчитывалось порядка 10 миллионов постоянных игроков в боулинг.

Генеральный директор
ООО "Бруклин Боул"

 А.Е. Рахмеев

B R O O K L Y N
B O W L

**КЕГЛИ
КУХНЯ
РОК-Н-РОЛЛ**

+7 (3452) 560 590
info@brooklynbowl.ru
brooklynbowl.ru
brooklynbowl
brooklynbowl.ru
@brooklynbowl.ru

ЧТО ТЫ ЗНАЕШЬ ПРО БРУКЛИН?

Боулинг (от англ. to bowl — катить) — спортивная игра в шары, которая произошла от игры в кегли. Цель игры — с помощью как можно меньшего количества пускаемых руками шаров сбить кегли, установленные особым образом в конце безбортовой дорожки.

В мире существует много разновидностей боулинга: 5-кегельный боулинг отличается от 10-кегельного не только количеством кеглей, но и, например, количеством бросков в каждом фрейме[1], а также различной игровой ценностью кеглей; кэндлпин-боулинг отличается формой кеглей, которые напоминают свечи; дакпин-боулинг также отличается формой кеглей, они похожи на уточек, меньше по размеру и очень устойчивы, при этом шары легче; скитлз и другие виды. Однако самый распространённый в мире вариант — это 10-кегельный боулинг (Tenpin), в котором кегли установлены в виде треугольника, по правилам, принятым в 1895 году первой профессиональной ассоциацией игроков — «Американским конгрессом боулинга»[2].


Игра весьма популярна в США, — эта страна лидирует по количеству дорожек в расчёте на одного жителя (1/2 250); по этому показателю за США следуют страны Британского Содружества, Скандинавии и Японии. Всего в 120 странах мира по данным на 2007 год насчитывалось порядка 10 миллионов постоянных игроков в боулинг[3]. Игроки объединяются в клубы, клубы — в различные ассоциации, которые, в свою очередь, организуют национальные и международные турниры.

А.Е. Рахмеев



B R O O K L Y N
B O W L


+7 (3452) 560 590
info@brooklynbowl.ru
brooklynbowl.ru
brooklynbowl
brooklynbowl.ru
@brooklynbowl.ru



Сообщаю вам, что боулинг — это спортивная игра в шары, которая произошла от игры в кегли. Цель игры — с помощью как можно меньшего количества пускаемых руками шаров сбить кегли, установленные особым образом в конце безбортовой дорожки. В мире существует много разновидностей боулинга: 5-кегельный боулинг отличается от 10-кегельного не только количеством кеглей, но и, например, количеством бросков в каждом фрейме[1], а также различной игровой ценностью кеглей; кэндлпин-боулинг отличается формой кеглей, которые напоминают свечи; дакпин-боулинг также отличается формой кеглей, они похожи на уточек, меньше по размеру и очень устойчивы, при этом шары легче; скитлз и другие виды.

Однако самый распространённый в мире вариант — это 10-кегельный боулинг (Tenpin), в котором кегли установлены в виде треугольника, по правилам, принятым в 1895 году первой профессиональной ассоциацией игроков — «Американским конгрессом боулинга»[2]. Игра весьма популярна в США, — эта страна лидирует по количеству дорожек в расчёте на одного жителя (1/2 250); по этому показателю за США следуют страны Британского Содружества, Скандинавии и Японии. Всего в 120 странах мира по данным на 2007 год насчитывалось порядка 10 миллионов постоянных игроков в боулинг.

А.Е. Рахмеев



WEB



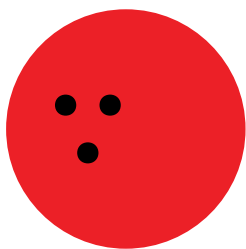
Для Web верстки мы часто используем фотографии наших гостей. Сайт практически состоит из фотографий, таким образом мы передаём интернет-пользователю атмосферу Бруклина и делимся эмоциями.

Важно, чтобы все Web макеты были адаптированы под мобильные устройства.



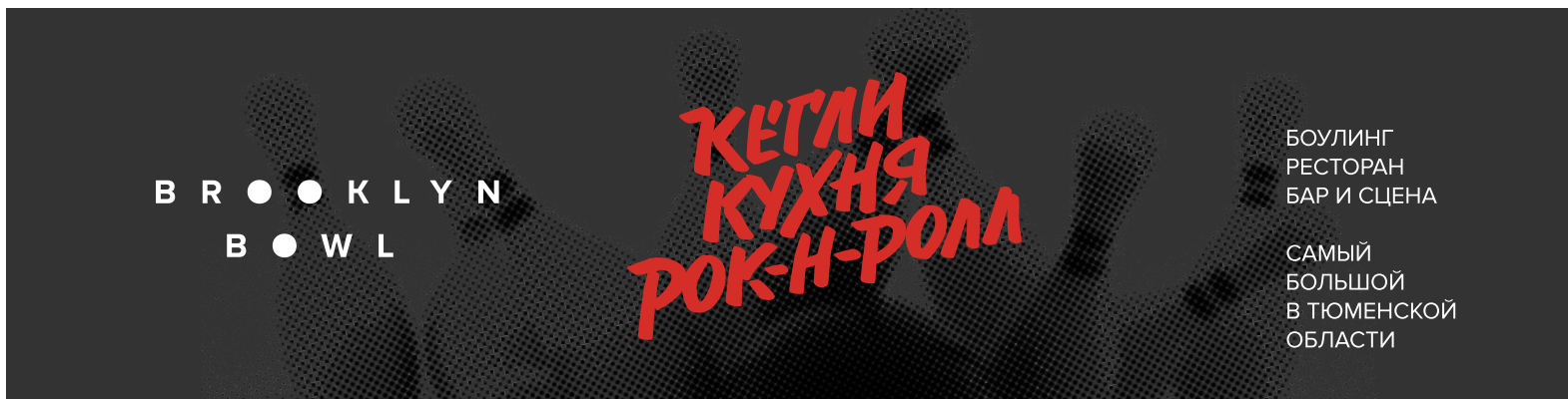
СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ

Дизайн аватара для социальных сетей и мессенджеров.

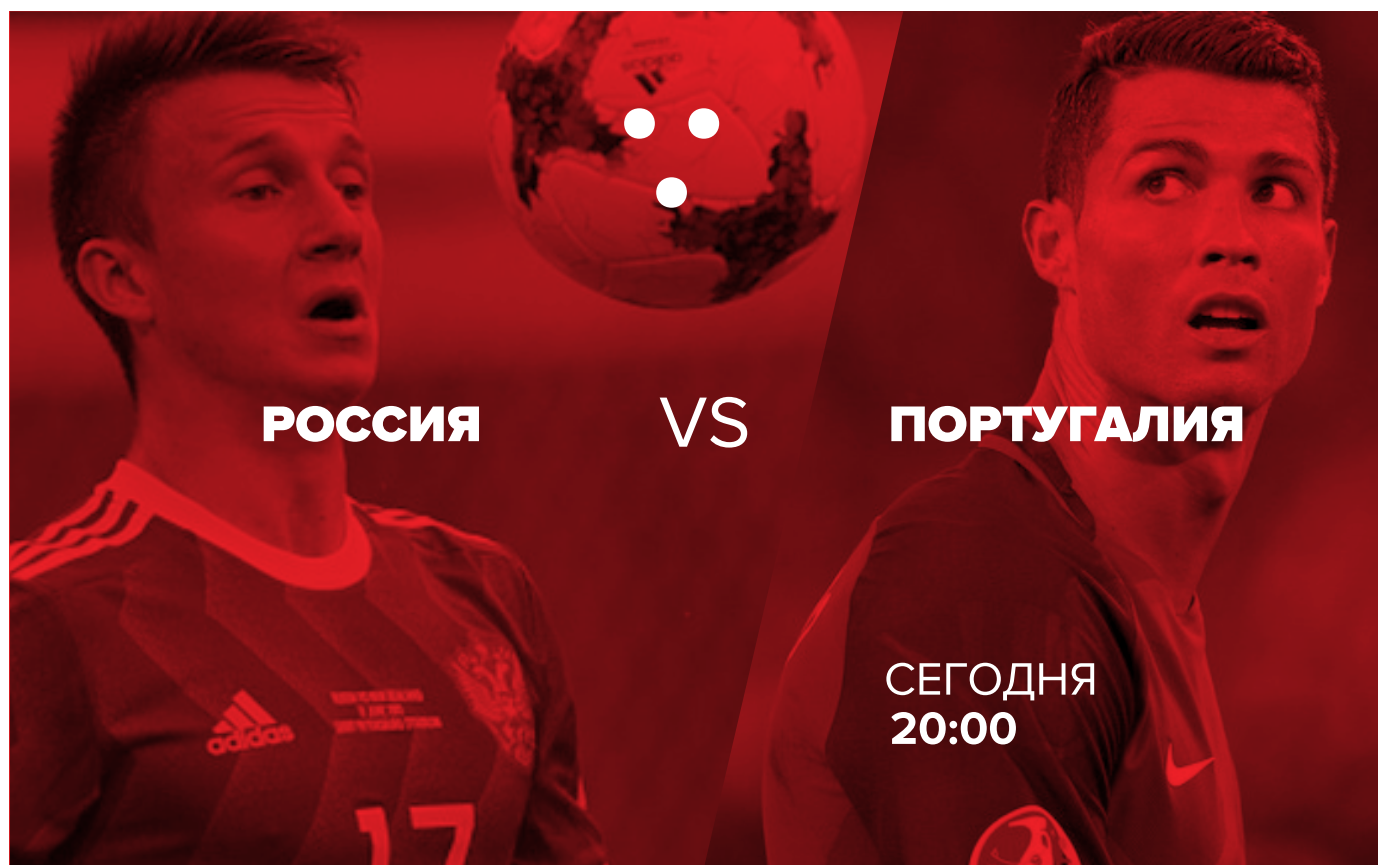


В отличие от шапки профиля аватар не имеет альтернативных вариантов и должен быть использован только так, никак иначе.

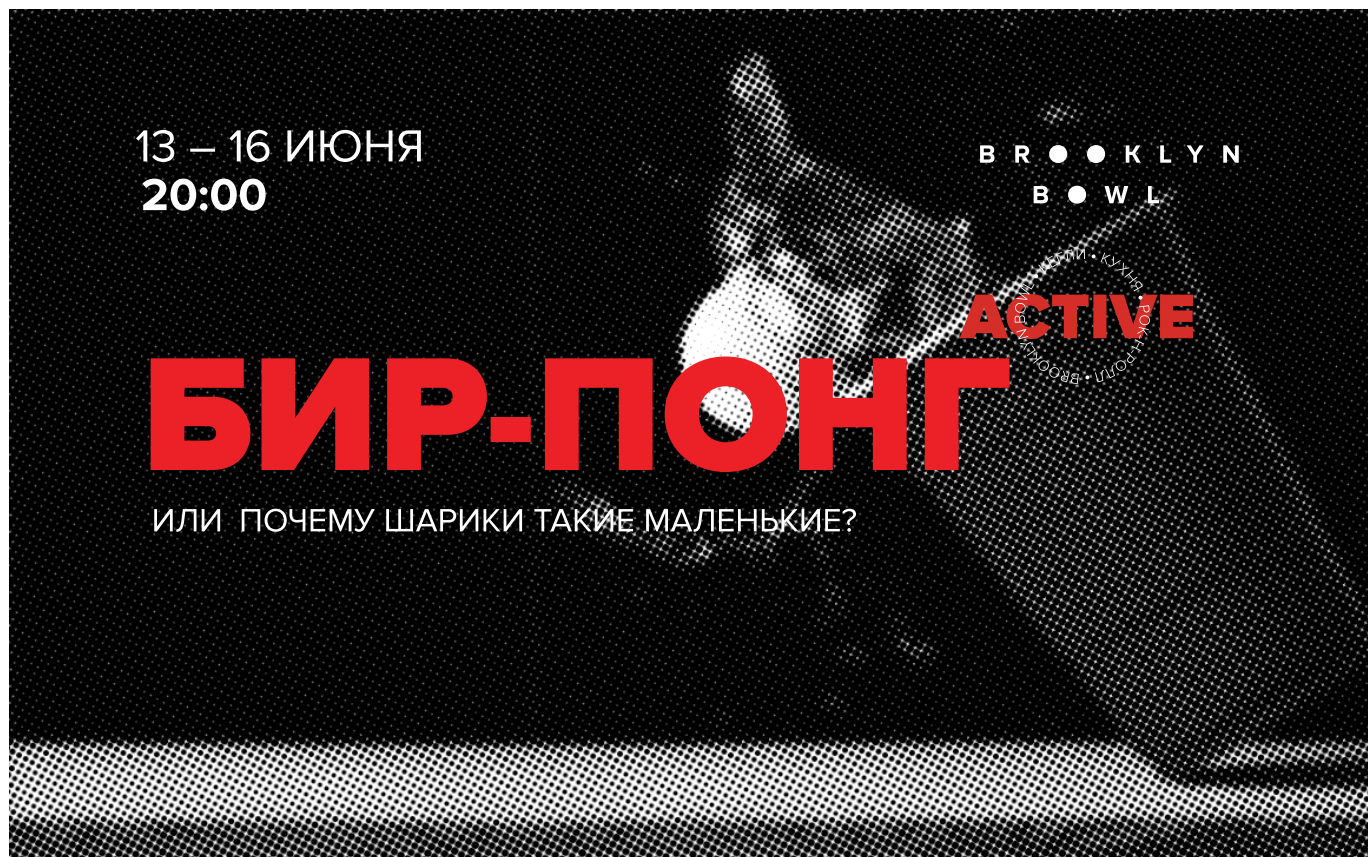
Пример дизайна шапки профиля для социальных сетей.



ПРИМЕР МАКЕТА ДЛЯ ПОСТОВ В СОЦСЕТЯХ



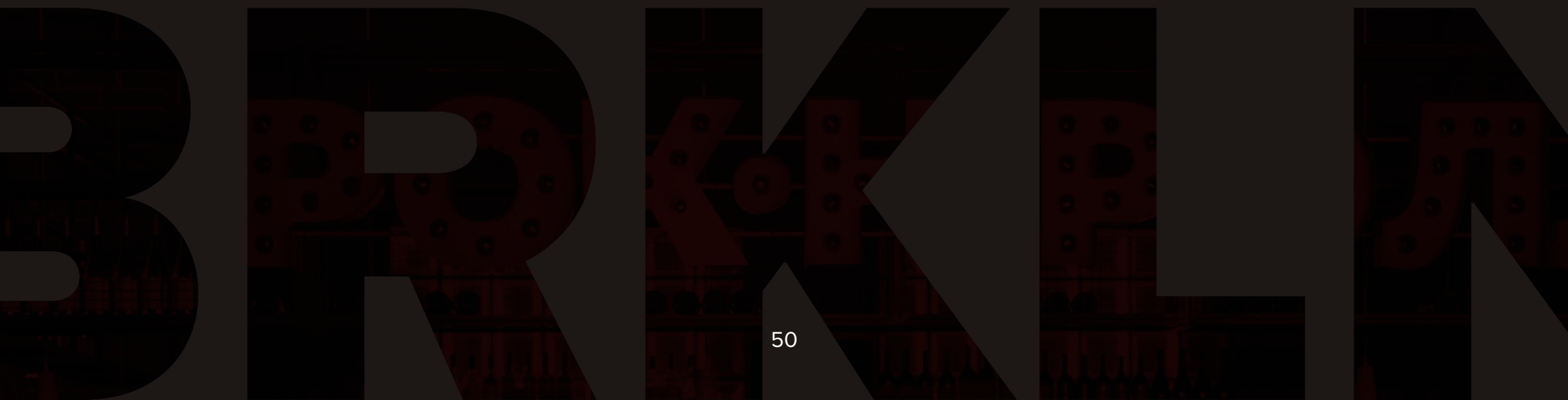
ПРИМЕР МАКЕТА ДЛЯ ПОСТОВ В СОЦСЕТЯХ



ХЭШТЕГИ

У нас есть фирменные хэштеги, и мы стараемся их использовать везде, где это полезно. Выдумывать ничего не нужно, берешь хэштег и используешь. Только убедись, что указал его правильно.

#КЕГЛИКУХНЯРОКНРОЛЛ
#КОМАНДАБРУКЛИНА
#ВБРУКЛИНЕ



ИНТЕРЬЕР

Интерьер — это важнейшая составляющая Бруклина. Это пространство, в которое попадает гость и сталкивается с всевозможными, продуманными до мелочей, точками контакта.

Интерьер создает атмосферу. Благодаря красивому и функциональному дизайну мы проявляем заботу о наших гостях.

Например, вместо привычных для боулинга пластиковых сидухек мы поставили огромные мягкие диваны.

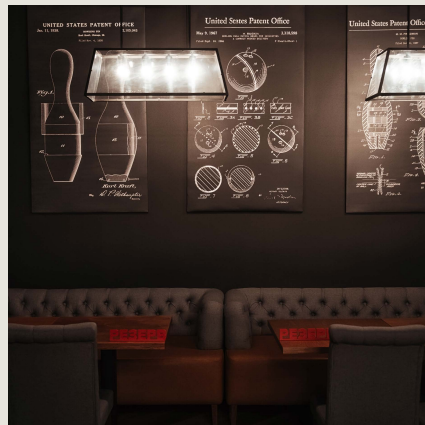
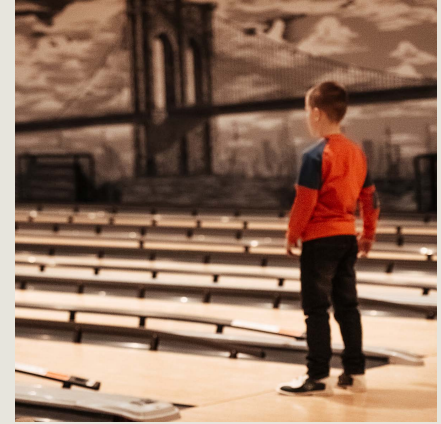
Мы всегда стараемся сделать лучше, поэтому легко можем снести и построить заново. Как это было с лаунж зоной, которая показалась нам недостаточно уютной.

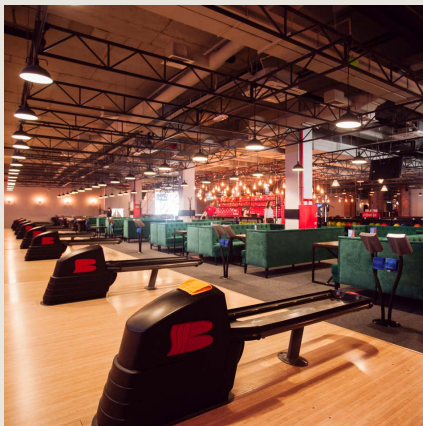
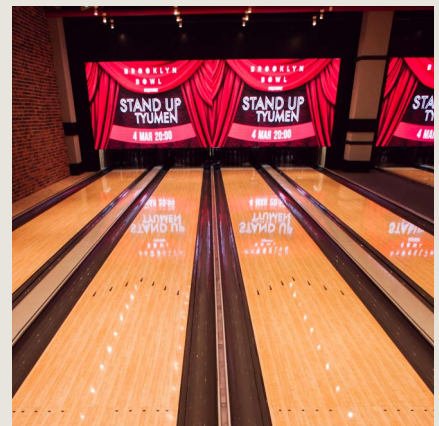
В дизайне интерьера мы стараемся выдерживать фирменный стиль, цвета и даже шрифты. И, конечно же, не упускаем возможности посмеяться там, где это уместно, например, в мужском туалете :)

Световые буквы, металлические конструкции в сочетании с деревом и расписанные вручную стены — это по-бруклински.

Мы стремимся создать “свою” атмосферу, в которой гости вообще не захотят уходить. Атмосферу, в которой бармен, заметив долгожданного гостя, подмигнёт и спросит: “Вам как обычно?”. А гость усядется за любимый “свой” столик и в ответ жестом махнёт — “Ок”.







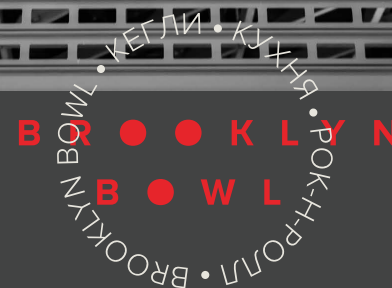


Мы ко всему относимся с юмором, интерьер — не исключение.

ЭКСТЕРЬЕР

Мы любим, когда люди делают фотографии наших надписей на фасаде и выкладывают в соцсети с подписью “крутая идея”. Собственно, для этого мы и стараемся создать на входе в Бруклин что-то интересное, пропитанное тонким юмором и гостеприимством. Чтобы с первой секунды подарить гостю улыбку.

МАЛО КТО ЗНАЕТ, НО БРУКЛИН –
ЭТО ГДЕ-ТО МЕЖДУ ПЕРВОЙ И ВТОРОЙ КЕГ ЛЕЙ



Б Р ● ● К Л И Н
Б ● У Л

ВЕЛКАМ

ЛЕТ МИ
СПИК ФРОМ
МАЙ ХАРТ

В БОУЛ • КЕГЛИ • КУХТЯРЬЯН

В BOWL • KEGLES • KUCHTYARYAN

В BOWL • КЕГЛИ • КУХТЯРЬЯН

В BOWL • КЕГЛИ • КУХТЯРЬЯН



INVENTOR
HENRY RUSKIN
BY *Henry Ruskin*
ATTORNEY

И ПОМНИТЕ!

Из любых правил
бывают исключения.

