

## FØRSTE PLADS

Arbeidet sto frem som en klar vinner. Designeren viser en fremtidsrettet forståelse for hvordan en identitet kan fungere gjennom mange medier og har få begrensninger. Juryen var enstemmig og så med en gang for seg hvordan denne identiteten kan bygges videre. Arbeidet har i tillegg et veldig stort potensiale. Bruken av farger er modig, men veldig passende. Profilen treffer kjernen av kinogjengere. Juryen uthever følgende:

Fleksibel  
Attitude/personality  
Brave colors  
App-popcorn-poster  
Contemporary  
Hardcore cinema goers  
Riktig valg av typografi

**TITTEL**  
Empire Bio Identitet

**HVEM**  
Thomas Østerhus

**SKOLE**  
Grafisk Design,  
Skolen for visuell kommunikation,  
København

**KUNDE**  
Empire Bio, København



**EMPIRE  
BIO**

Oppgave  
Empire Bio er en biosalgskjede som består av biografene, restauranter, cafeer og barer. Oppgaven var å utvikle en identitet som "empire bio". Bygges ut over Empire Bio for en film og utvalgte biografene. Oppgaven var å utvikle en identitet som "empire bio".

Løsningen  
Identiteten er basert på "Word of mouth". Kilden har siden oppstarten i 2001 utviklet en identitet som "word of mouth" og har utviklet en identitet som "word of mouth". Identiteten er basert på "Word of mouth".

