Сочная Долина, один из лидеров на рынке соков и нектаров, обратилась к нам за редизайном в рамках ребрендинга, расширения линейки и смены позиционирования. Основные задачи заключались в повышении уникальности и актуальности упаковки, разработке элементов идентичности и сохранении узнаваемости бренда. Цель редизайна – повысить воспринимаемую ценность бренда.

В первую очередь мы трансформировали логоблок, учитывая форму упаковки в виде призмы, что создало рифму форм. Проработав типографику, добавили растительные хвосты к буквам, что увеличило уникальность написания. Мы очистили логоблок от лишнего, сделав его более легкочитаемым.

Создали характерную фуд-зону, которая усилила идентификацию фруктов на упаковке. Параллельно разработали упаковку новой линейки витаминизированных соков Vitamix и обновили дизайн упаковки соков для детей Сочная Долина KIDS. Во всех новых продуктах мы сохранили преемственность с головным брендом, используя элементы логоблока и белый цвет на упаковке.

В финале процесса мы разработали дизайн-систему и гайдлайн для масштабирования нового образа на все активы бренда.



















Было Стало

























Сделан из узбекских фруктов. Вкусно и полезно.

Oʻzbekiston mevalaridan tayyorlangan. Mazali va foydali.

















