

Упаковка ключевой элемент продуктового брендинга

DDC.
GROUP

абкр

Ассоциация Брендинговых
Компаний России



**Занимаемся брендингом
и продвижением ваших
ценностей.**

С 2007 года мы создаем уникальные бренды и разрабатываем эффективные стратегии, создаем дизайн упаковки, неймы, проводим исследования, изучаем рынки, помогаем российским и зарубежным компаниям найти свою индивидуальность.



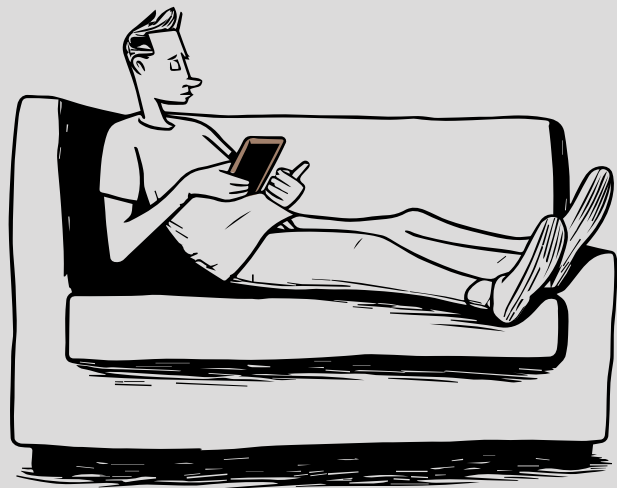
Дмитрий Иванченко
дизайн-директор DDC.Group

17 лет на рынке

182 реализованных
проектов в 2023г.

23 сотрудника
в команде



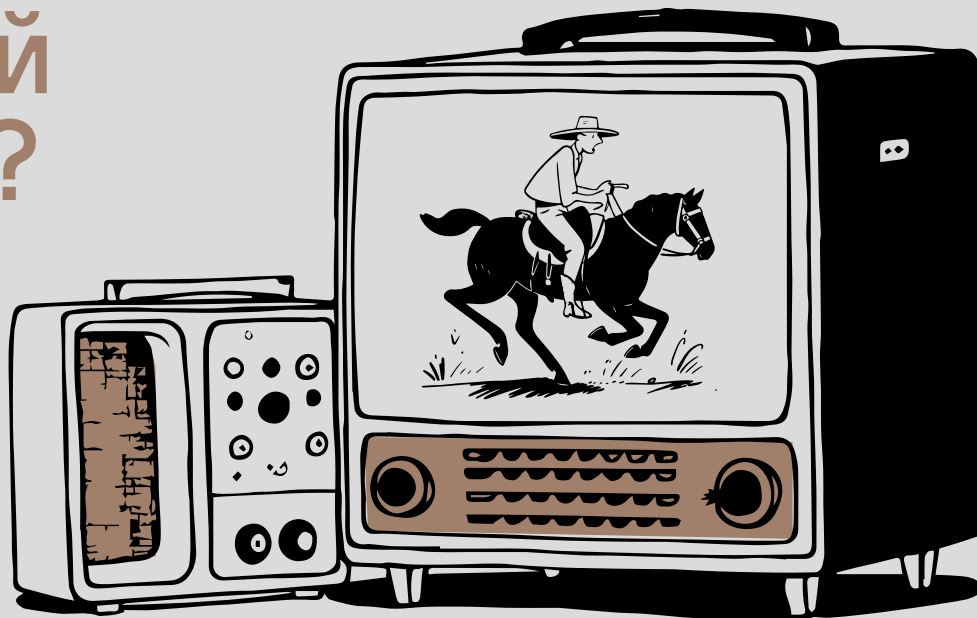


онлайн
vs
офлайн



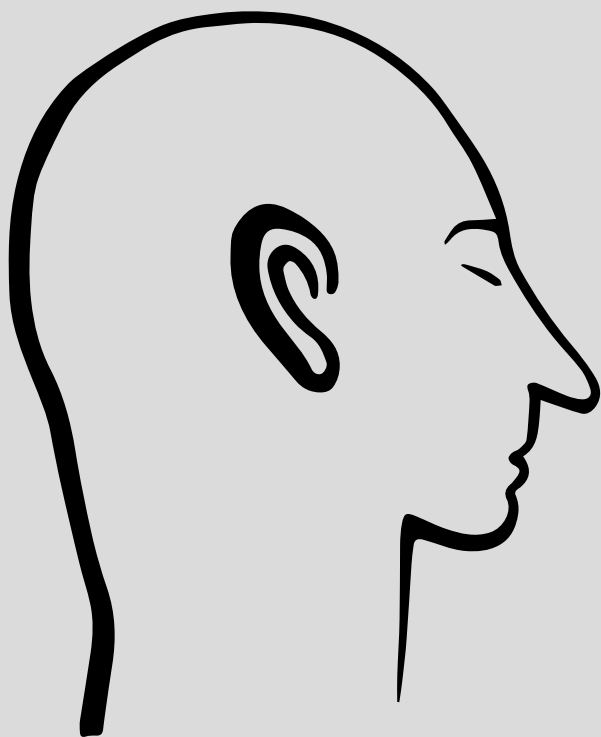
ТВ и радио.

Почему фильм
на ТВ интересней
чем в интернете?



Мы принимаем много
решений каждый день.
И хотим что-бы кто-то
решал за нас. Хотя бы иногда.
А еще мы любим сюрпризы.





Процесс покупки раньше

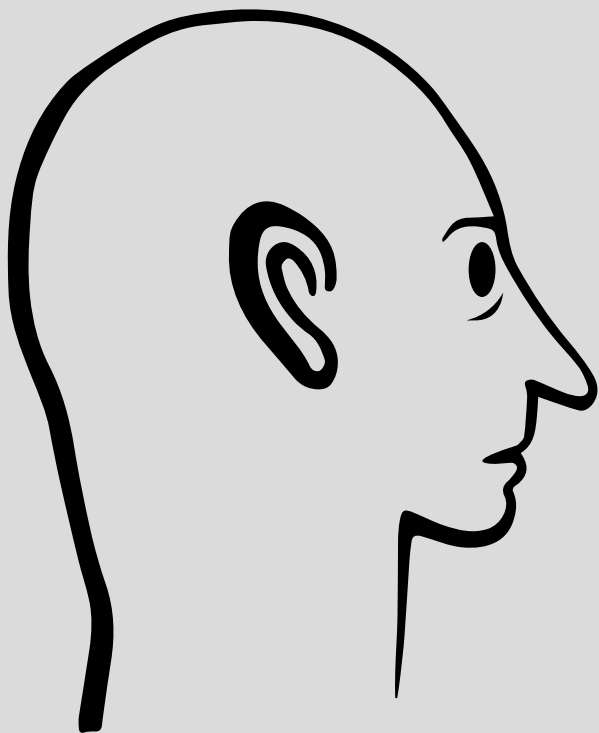


Увидел
любимый
бренд

Испытал
заложенную
им эмоцию

Купил.
Радуюсь!





Процесс покупки сейчас

Увидел
незнакомый
бренд



~~Испытал
заложенную
им эмоцию~~



Купил.
Радуюсь?



Упаковка/дизайн упаковки=
Впечатления от бренда



Какой должна быть
упаковка в новых
реалиях?



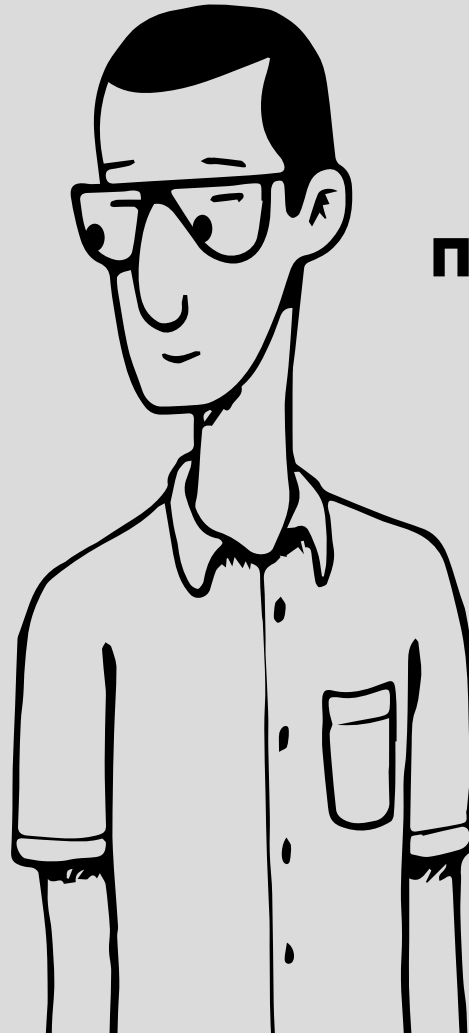
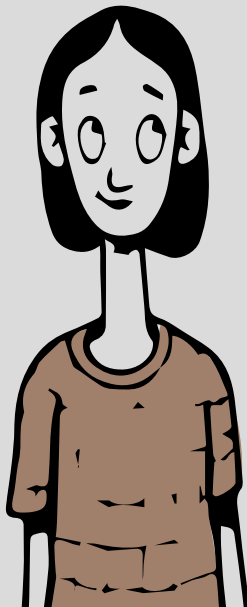
1. Релевантность ожиданиям



Отделы маркетинга/агентства

Ультрамодный,
но не работающий
дизайн

Массовый
потребитель





D.

MADE IN SWISS LAB
LAVINA ENERGY DRINK
CHOCOLATE
LAVINA ENERGY DRINK
CHOCOLATE
LAVINA ENERGY DRINK
CHOCOLATE

LAVINA ENERGY DRINK
CHOCOLATE
LAVINA ENERGY DRINK
CHOCOLATE

MADE IN SWISS LAB
LAVINA ENERGY DRINK
CHOCOLATE
LAVINA ENERGY DRINK
CHOCOLATE

0,45 л
LAVINA ENERGY DRINK
CHOCOLATE
LAVINA ENERGY DRINK
CHOCOLATE

MADE IN SWISS LAB
LAVINA ENERGY DRINK
CHOCOLATE
LAVINA ENERGY DRINK
CHOCOLATE

MADE IN SWISS LAB
LAVINA ENERGY DRINK
CHOCOLATE
LAVINA ENERGY DRINK
CHOCOLATE



D.

Черный
категорийный
цвет энергетиков



Динамика
движения

Кристалльный
морозный
эффект

2. Консистентность дизайна



М МАГНИТ

КРУПА РИСОВАЯ ШЛИФОВАННАЯ. РИС КРУГЛОЗЕРНЫЙ

НЕ НУЖНО ПРОМЫВАТЬ КРУПУ
в пакетиках она чистая и отборная

КРУПА В ПАКЕТИКЕ ВАРИТСЯ САМА
не нужно помешивать, доливать воду,
накрывать крышкой, контролировать
нагрев. Крупа никогда не пригорит!

ЛИШНЕГО НЕ ОСТАНЕТСЯ
легко сварить даже одну порцию

КАСТРЮЛЮ НЕ НУЖНО МЫТЬ
достаточно ополоснуть водой,
без моющих средств



Пакетики для варки
изготовлены из безопасных
материалов



Отлично сочетается
в качестве гарнира



В кипящую подсоленную
воду поместить пакет
с крупой. Варить в течение
20 мин.



Достать пакет из воды,
подцепив вылов за клепки,
закрыв его по линии
перфорации, выложить
продукт на тарелку.



По желанию можно добавить
сливочное масло,
соль по вкусу, перемешать.



РИС КРУГЛОЗЕРНЫЙ

Состав: крупа рисовая шлифованная. Рис круглозерный сорт премиум. Продукт готов к употреблению, требует термической обработки.

Возможно наличие следов глютена.

ГОСТ 5292-93

Пищевая ценность на 100 г
продукта (среднее значение):

| белки | жиры | углеводы |
|-------|-------|----------|
| 6,5 г | 0,5 г | 75,0 г |

Энергетическая ценность /
калорийность: 1406/330
кДж/ккал

**СРОК ГОДНОСТИ:
18 МЕСЯЦЕВ С ДАТЫ
ИЗГОТОВЛЕНИЯ**

Условия хранения: Увлажнить
в сухом проветриваемом месте.

**МАССА НЕТО: 500 г
(5 ПАКЕТОВ ПО 100 г)**

М МАГНИТ

РИС КРУГЛОЗЁРНЫЙ В ПАКЕТИКАХ ДЛЯ ВАРКИ



только отборная крупа



УДОБНОЕ ПРИГОТОВЛЕНИЕ

ГОТОВНОСТЬ
20 МИНУТ

УДОБНО
ГОТОВИТЬ

100 ГРАММ
5 ПАКЕТИКОВ

М

Изготовитель: ООО
«Киевская рисовая компания»
183307, Россия, Калининградский край, Абдинский р-н, станция Холмское, ул. Швейцарская д. 2.
АО «РСО «Агро-Альянс»
197273, Россия, г. Санкт-Петербург, пр. Шуваловская д. 28.
РП «ООО «Центральная рисовая компания» 203026, Россия, Омская область, Мичуринский р-н, п. Волы, ул. Магистральная д. 8А.
Усп. после даты изготовления

Изготовлено для: АО
«ТАДЕР» 180015,
Россия, г. Калининград, ул. Первомайская 25С,
тел./факс: 8 (951) 210-38-10

Отзывы о продукции
приветствуем по телефону
горячей линии:
8 800 200 900 2
Электронная почта:
e-mail: info@magnum.ru







1500+

SKU





МАНИФЕСТ

МАГНИТ БАЗОВЫЙ — ЭТО НЕ ПРОСТО БРЕНД. ЭТО ОТРОМЫШЛЕННЫЙ ПОЛНЫЙ САМЫЙ РАЗНЫХ ПРОДУКТОВ.

МИССИЯ

Быть рядом с людьми, каждой день дарить им радость и дарить с любовью больше качественного ассортимента самых качественных продуктов.

ПРОЗРАЧНОЕ ОКНО

Лицевая сторона упаковки используется для демонстрации информации о продукте. Габариты, вес, состав, сроки годности, условия хранения, условия доставки, условия возврата, условия обмена, условия гарантии, условия акции, условия скидки, условия рассрочки, условия кредитования, условия страхования, условия страхования жизни, условия страхования здоровья, условия страхования имущества, условия страхования ответственности, условия страхования от несчастных случаев, условия страхования от краж, условия страхования от пожара, условия страхования от вандализма, условия страхования от терроризма, условия страхования от военных действий, условия страхования от пандемии, условия страхования от коронавируса, условия страхования от гриппа, условия страхования от ОРВИ, условия страхования от COVID-19, условия страхования от других инфекционных заболеваний, условия страхования от других вирусных заболеваний, условия страхования от других бактериальных заболеваний, условия страхования от других грибковых заболеваний, условия страхования от других паразитарных заболеваний, условия страхования от других аллергических заболеваний, условия страхования от других аутоиммунных заболеваний, условия страхования от других хронических заболеваний, условия страхования от других острых заболеваний, условия страхования от других травматических повреждений, условия страхования от других ожогов, условий страхования от других обморожений, условия страхования от других укусов насекомых, условия страхования от других укусов животных, условия страхования от других укусов человека, условия страхования от других укусов пауков, условий страхования от других укусов змей, условий страхования от других укусов ядовитых насекомых, условий страхования от других укусов ядовитых животных, условий страхования от других укусов ядовитых растений, условий страхования от других укусов ядовитых грибов, условий страхования от других укусов ядовитых насекомых, условий страхования от других укусов ядовитых животных, условий страхования от других укусов ядовитых растений, условий страхования от других укусов ядовитых грибов.



МАГНИТ

РУКОВОДСТВО ПО ОФОРМЛЕНИЮ УПАКОВКИ БРЕНДА «МАГНИТ БАЗОВЫЙ» 2022

ЦВЕТОВОЕ КОДИРОВАНИЕ

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ

- 1. Крестный — фирменный цвет бренда «Магнит», используется для оформления логотипа и значимых элементов упаковки.
- 2. Белый. Используется для оформления логотипа и значимых элементов упаковки.
- 3. Темно-серый Риптоле 412С. Используется для оформления логотипа и значимых элементов упаковки.
- 4. Акцентный цвет продукта. Используется для оформления упаковки и значимых элементов упаковки.
- 5. Фоновый цвет продукта. Используется для оформления упаковки и значимых элементов упаковки.



БАТОН НАРЕЗНОЙ ВЫСШЕГО СОРТА

БАЗОВЫЙ НАБОР РАЦИОНАЛЬНЫХ КЛЕЙМОВ



ОФОРМЛЕНИЕ КЛЕЙМОВ



РИС КРУТЛОЗЕРНЫЙ В ПАКЕТИКАХ ДЛЯ ВАРКИ



2. Подготовить макет в фирменном цвете и разместить его на соответствующих углах.
 3. Включить в макет продукты. Допускаются минимальные параметры шрифта (кегль, ширина, оптический размер, высота и др.) для обеспечения читаемости информации на малых экранах (Док. С11, С12, С13-С16).
 4. Бренды с расширенными клеймами, на квадратные и горизонтальные форматы клеймы адаптируются пропорционально, на вертикальные — по желанию.
 5. Особое внимание уделить объектам в зоне «ножки утюга».
- В зависимости от истории взаимодействия рекомендуем использовать следующие основные элементы для оформления: **Фирменный шрифт и фирменный логотип**. В случае отсутствия фирменного шрифта и логотипа — использовать фирменный шрифт и логотип.



РАЗРАБОТАНО С УДОВОЛЬСТВИЕМ

DDC GROUP 2022



ОФОРМЛЕНИЕ КЛЕЙМОВ 07

РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОФОРМЛЕНИЮ ДИСКЛЕЙМЕРА

На фоне упаковки при изображении фотографий необходимо использовать фирменный фон дисплея «Ивент» при оформлении «Ивент» — «Смешанное изображение», «Ивент» «Смешанное изображение».

1. Цвет — Белый (R=255, G=255, B=255).
2. Размер кегля 4-6 pt.
3. Цвет текста соответствует цвету изображения на упаковке.

Используйте фирменный шрифт «Смешанное изображение».



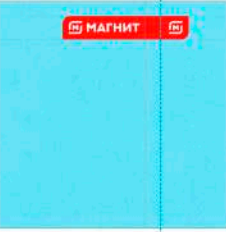
ЛИЦЕВАЯ СТОРОНА 06

ПРОЗРАЧНОЕ ОКНО

В оформлении упаковок бренда иногда используются прозрачные окна для демонстрации продукта. Логотип, прозрачные и ориентированные таким образом окна могут быть размещены, однако следует соблюдать следующие правила:

1. Прозрачные окна не должны перекрывать логотип и включаться в общую композиционную сетку упаковки упаковки.
2. На лицевой стороне упаковки размещаются логотипы прозрачного окна — по левую часть. Допускается размещение логотипов прозрачного окна по правой стороне.
3. Рекомендуется четкое разделение объектов фирменного логотипа (красный квадрат). При этом объекты должны быть четкими, без лишнего фона и не должны содержать прозрачных элементов.

На упаковке показаны примеры использования прозрачных окон.



ЛОГОТИП

ПРАВИЛА РАЗМЕЩЕНИЯ

Логотип размещается строго в правом верхнем углу лицевой стороны упаковки.

Основным видом логотипа в фирменном стиле является размещение логотипа с четким контуром логотипа на фоне упаковки.

На квадратном, вертикальном и горизонтальном форматах логотипа используется фирменный логотип с двумя сторонами упаковки.

Для упаковки, содержащей текст, логотип размещается в верхней части упаковки, оставляя достаточное пространство для размещения текста. Логотип размещается в верхней части упаковки, оставляя достаточное пространство для размещения текста.

Логотип размещается строго в правом верхнем углу лицевой стороны упаковки.

ПРИМЕРЫ ОФОРМЛЕНИЯ И ВИЗУАЛИЗАЦИИ 09

СМЕТАНА. ОБЕЧАЙКА



© Иллюстрация: Виктория Сидорова

ОФОРМЛЕНИЕ КЛЕЙМОВ 07

ПОСТРОЕНИЕ РАЦИОНАЛЬНЫХ КЛЕЙМОВ

В оформлении упаковок бренда «Магнит» используются два типа объектов. Визуально они не являются рациональными. Более того, они являются одним из основных элементов композиции упаковки. Именно поэтому их построение является особым искусством.

Для построения рациональных клеймов разработана методика построения сетки построения, которая включает в себя размещение сетки построения рациональных объектов построения, направленных к сетке. Рациональные объекты состоят из 3 основных элементов:

1. Квадратная основа в фирменном красном цвете.
2. Индивидуальный текст, расположенный по окружности, разбитый на верхнюю и нижнюю части для удобства чтения.
3. Логотип, размещаемый в нижней части клейма.



НОВЫЙ ВЗГЛЯД НА БРЕНД 01

МАНИФЕСТ

МАГНИТ БАЗОВЫЙ — ЭТО НЕ ПРОСТО БРЕНД, ЭТО ОТ РОДНЫЙ МИР, ПОЛНЫЙ САМЫХ РАЗНЫХ ПРОДУКТОВ.

С каждым годом это становится все более и более популярным. Каждый день мы слышим о новых продуктах, которые появляются на полках магазинов. Это не просто продукты, это стиль жизни. Каждый день мы слышим о новых продуктах, которые появляются на полках магазинов. Это не просто продукты, это стиль жизни.

МИССИЯ

Быть рядом с людьми, каждый день делать их жизнь лучше и удобнее с помощью большого и разнообразного ассортимента самых качественных продуктов.



3. Out of the box

(при условии соблюдения первых двух критериев)







D.









Финальное.

Упаковка остается главной,
а иногда и единственной точкой
контакта с потребителем.

Давайте радовать и удивлять!





Спасибо!

Дмитрий Иванченко
дизайн-директор
di@ddc.group

DDC.
GROUP



абкр

Ассоциация Брендинговых
Компаний России



abkr@russianbranding.ru
t.me/brandinginrussia
russianbranding.ru
+7(977)676-7131