



Упаковка — мультисенсорный  
носитель фирменной идентичности,  
как использовать ее возможности  
максимально эффективно



# Коротко об агентстве

**depot** BRANDING  
AGENCY

27

лет опыта

80

экспертов  
в команде

depot

6000+

реализованных проектов

Depot №1  
в брендинге

1000

профессиональных  
и индустриальных наград

На счету агентства Depot более  
шести тысяч успешных кейсов,  
награды международных премий  
и лидирующее место российских  
рейтингов креативности в  
категории «Брендинг».

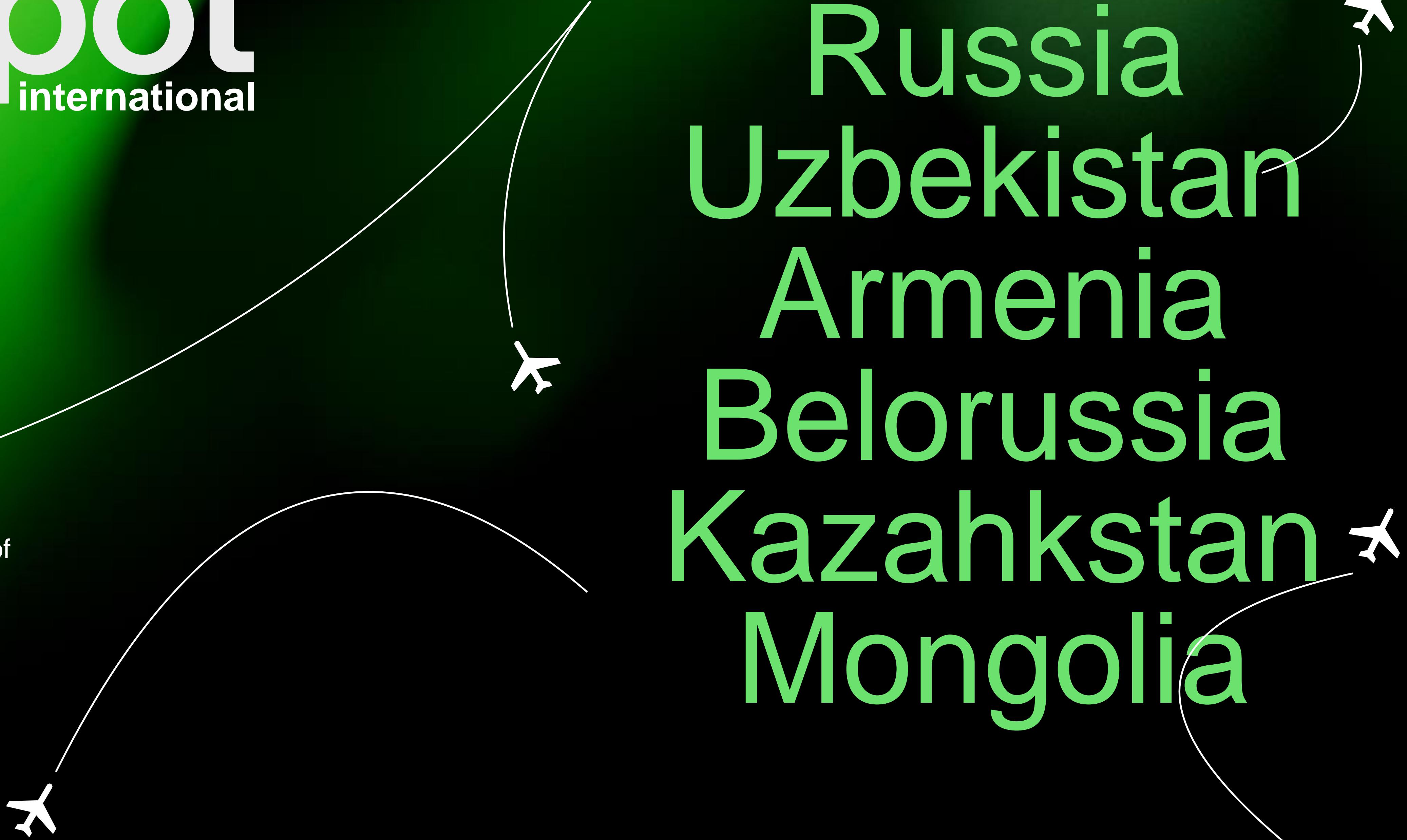


#1 brand hub®  
TOP 100

№1 РРАР  
ALLADVERTISING

depot  
international

founding member of  
Global  
Local  
Branding  
Alliance



Russia  
Uzbekistan  
Armenia  
Belorussia  
Kazakhstan  
Mongolia

## Стратегия

Проведение исследований, разработка позиционирования и архитектуры бренда

## Копирайт

Копирайтинг, название, слоган, легенда бренда, tone of voice

## Дизайн

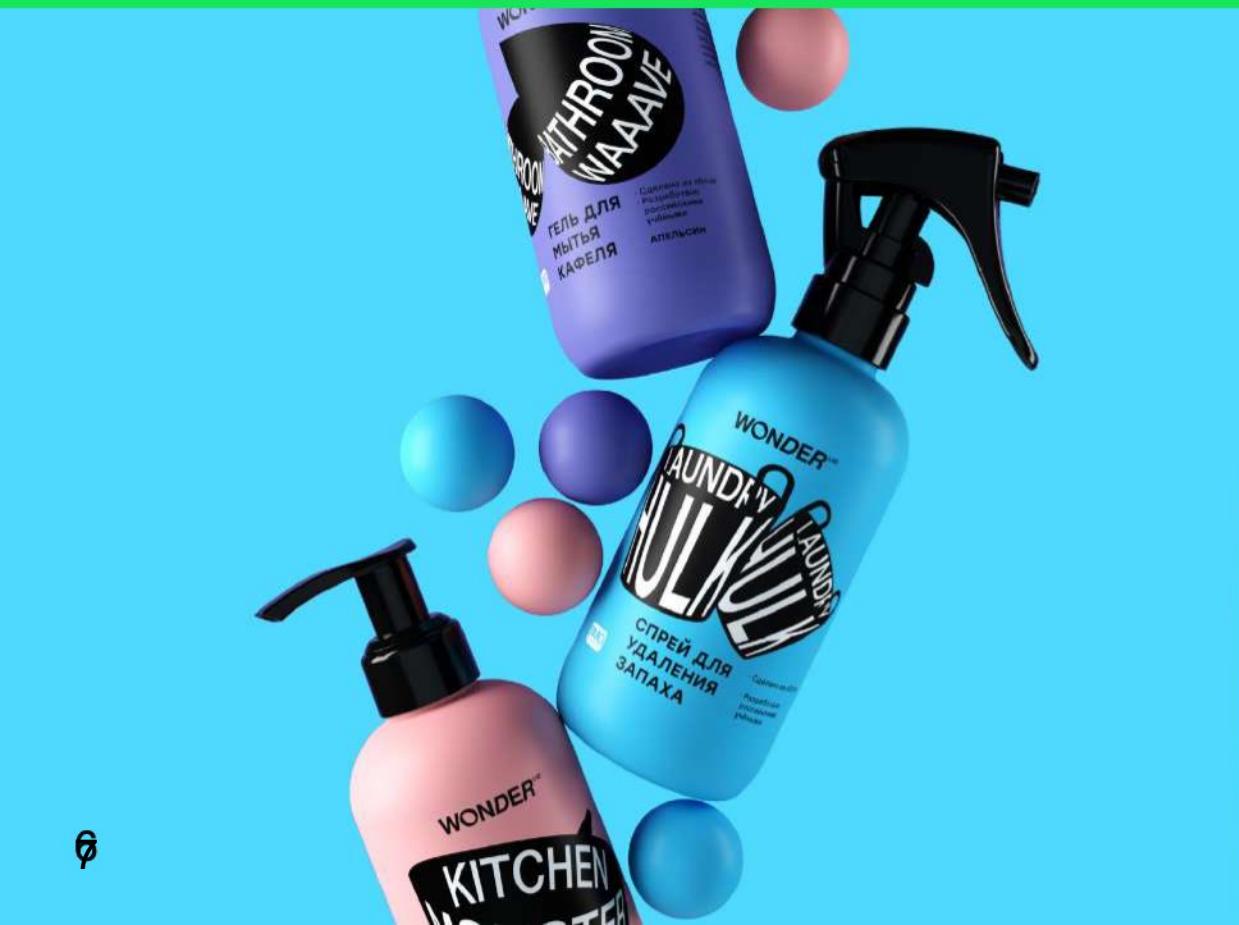
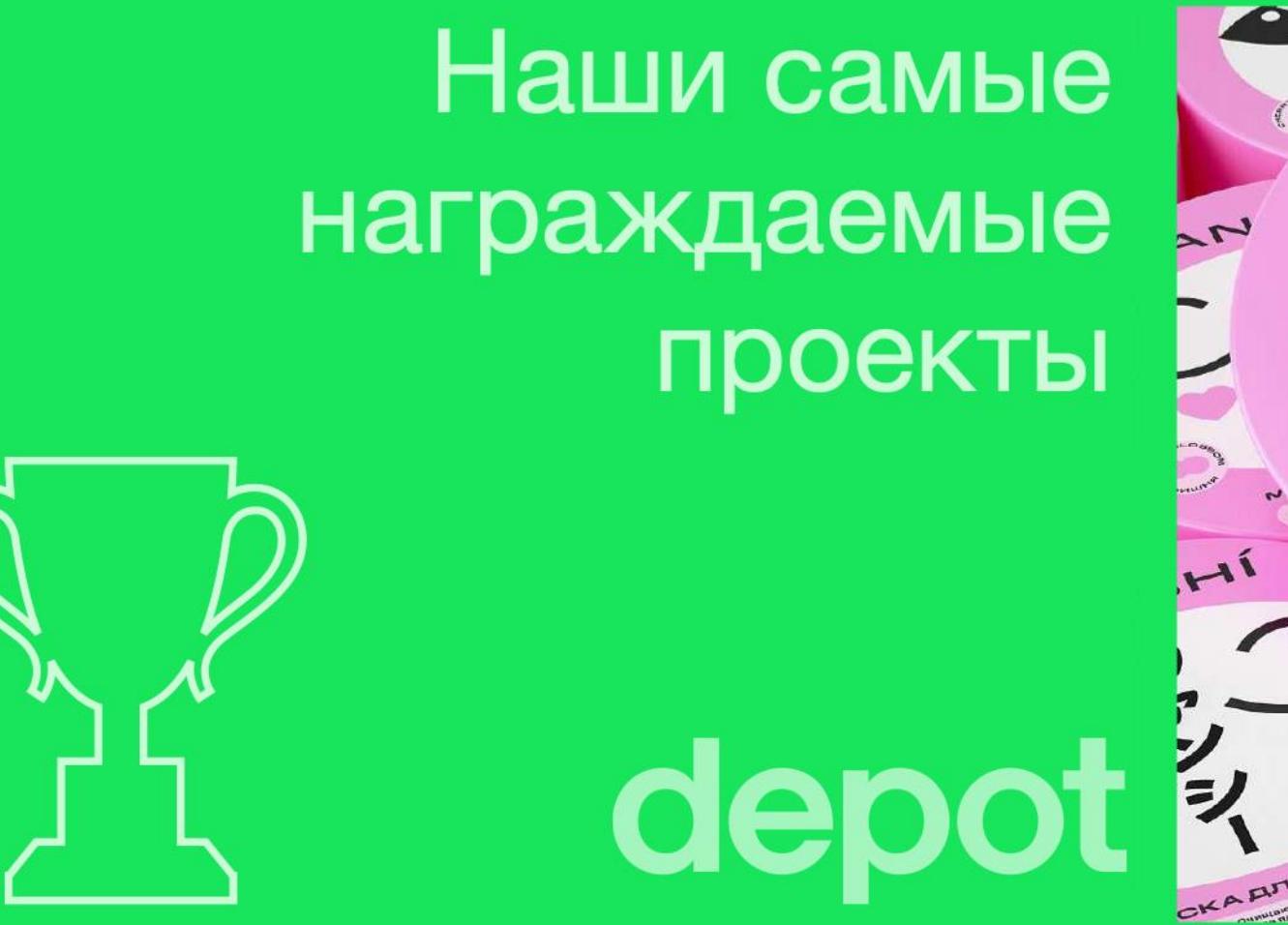
Разработка фирменного стиля, дизайн упаковки, ритейл-дизайн, дизайн среды, Digital design, брендбук

## Комстрат

Разработка коммуникационной стратегии, стратегический бренд-консалтинг

## Креатив

Разработка креативной концепции, креативной рамки, дизайн коммуникаций





## Елизавета Катанская

Креативный директор  
агентства Depot  
Направление FMCG





# упаковка физический трехмерный объект

Соответственно, она обладает свойствами физических объектов, и необходимо учитывать и продумывать: форму, объем, текстуру, фактуру, функциональность, запах, цвет. Упаковка способна воздействовать практически на все органы чувств человека, и каждая деталь имеет значение.

**ФОРМ-ФАКТОР**









Coca-Cola

**WONDER<sup>LAB</sup>**

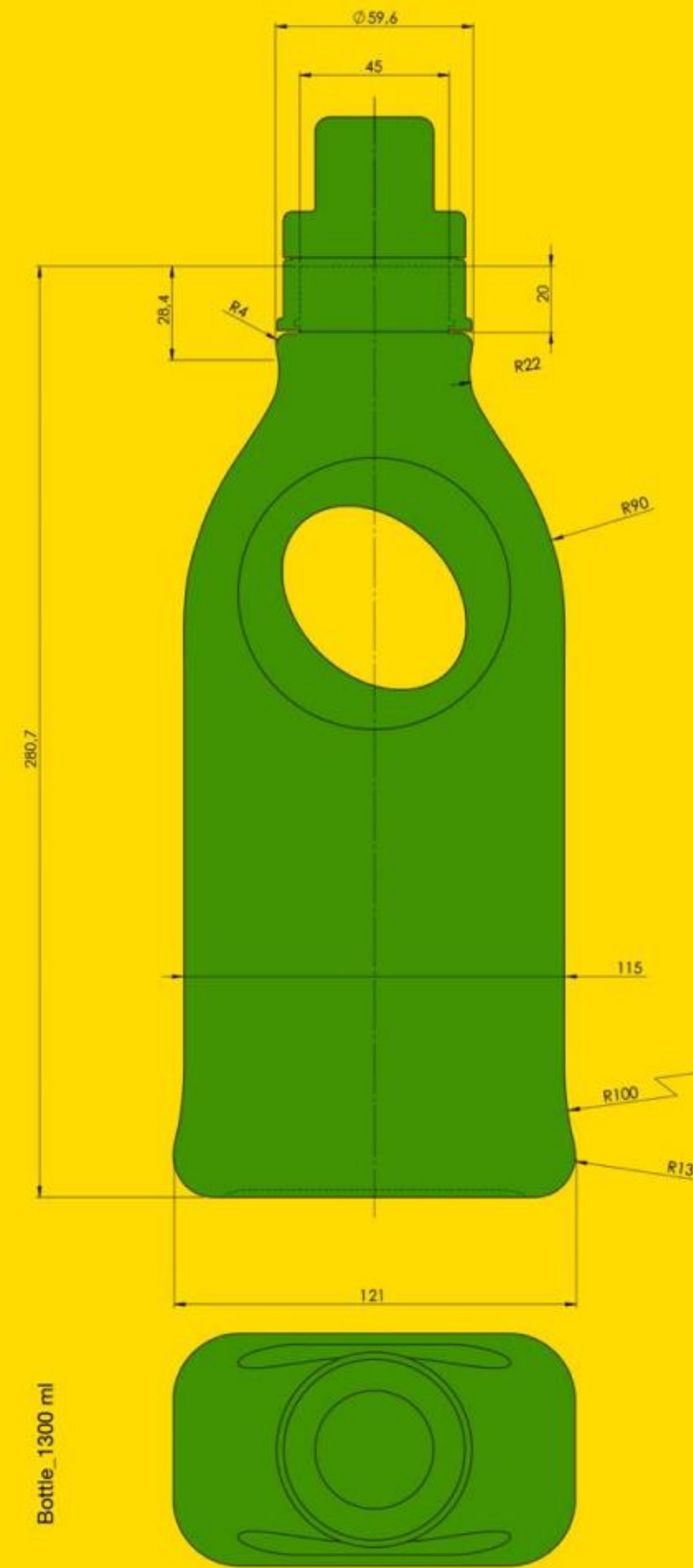


Fun + engineering — то самое сочетание, которое дает возможность посмотреть на консервативную бытовую категорию с другого ракурса.

В процессе разработки бренда мы имели возможность задавать такие атрибуты продукта как цвет, запах, ассортимент, развитие линеек и продуктов, инновационные формы и форматы продукта — а не только оперировать уже имеющимися.

# FUN GINEE RING

Вдохновившись идеей изобретения, нам хотелось предложить столь же оригинальный и свежий подход и к форм-фактору. Мы пробовали баночки для моющих средств и в виде очертаний овощей, и в стилистике «научных» пробирок, и даже брали кросс-категорийные формы. В итоге фаворитом стала идея форм-фактора, где в одной из бутылок уже был заложен айдентический знак — нестандартный проем в центре упаковки.





Бронза на фестивале ADCR

Бронза на фестивале «Среда»

Бронза на фестивале European Design Awards

Dot на фестивале Red Dot 2019

Шортлист на фестивале Pentawards

Шортлист на фестивале White square

ADCR

Среда new design festival • фестиваль нового дизайна Среда • середа new design festival

\* EDAWARDS  
EUROPEAN DESIGN



reddot award



Свет обычно проникает через дверь или окно. Мы были удивлены, когда узнали, что форма арок в храмах, соборах и мечетях очень схожа. Поэтому мы взяли эту форму за основу при разработке этикетки. Тем самым мы соединили чистоту воды с чистотой помыслов.



Когда свет проходит через воду, мы можем наблюдать солнечные лучи и оценивать чистоту воды. Поэтому мы добавили в верхнюю часть бутылки вертикальные желобки, напоминающие солнечные лучи.

Таким образом, мы создали предельно лаконичный, но при этом содержательный дизайн, который ассоциируется у представителей всех наций и конфессий с чистотой. Чтобы передать свет и чистоту, было использовано небольшое количество элементов дизайна, в каждом из которых отражался скрытый смысл.

Золото на фестивале White square 2021

Золото на фестивале Pentawards 2021

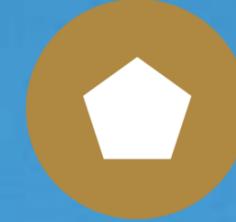
Бронза на фестивале Red Dot 2021

Шортлист на фестивале ADCR 2021

Шортлист на фестивале «Среда» 2021



white  
square



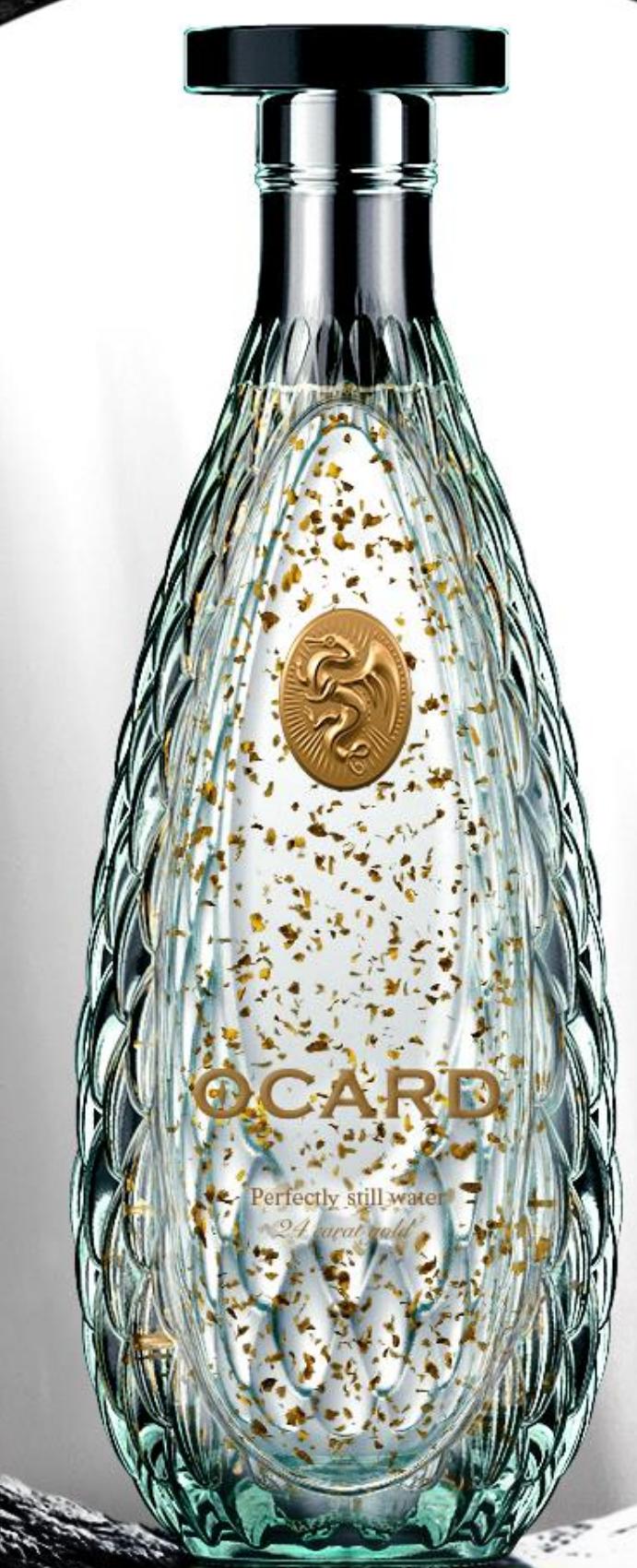
reddot award



ADCR







OCARD





Бронза на фестивале Dieline 2021

Бронза на фестивале White square

Dot на фестивале Red Dot 2021

Бронза на фестивале Pentawards

Шортлист на фестивале Red Apple



**reddot** award



**white square**

**DIELINE**





Заимствование форм-фактора  
из другой товарной категории



# Интерактив



# «Подыгрование» содержимому упаковки



Yu Guang (Shenzhen Polytechnic University), Shenzhen, China



<https://www.behance.net/gallery/111350001/Monroe-Art-Sponge-Implemented>



<https://www.behance.net/gallery/100256077/Hrum-Hrum>  
r @Constantin Bolimond @Nikita Bulgakov @Aleksey Koler @Tamara Vareyko



<https://www.behance.net/gallery/52154443/Doggie-Dazzle-Student-Project>

# ФИЧИ



Designed by Yeongkeun, South Korea.



<https://www.behance.net/gallery/4763861/Honey-Spoon>



<https://hoekschechips.nl/>

©1998-∞ DEPOT / ВСЕ ПРАВА ЗАЩИЩЕНЫ DEPOTWPFRU

PEKMEPHOCU



<https://win-ci.com/work/fuel-me-up/>

©1998-∞ ДЕПОТ / ВСЕ ПРАВА ЗАЩИЩЕНЫ DEPOTWP.RU



<https://win-ci.com/work/fuel-me-up/>

©1998-∞ DEPOT / ВСЕ ПРАВА ЗАЩИЩЕНЫ DEPOTWP.RU



<https://win-ci.com/work/fuel-me-up/>



# valentina zigangirova

<https://www.behance.net/byvalia>













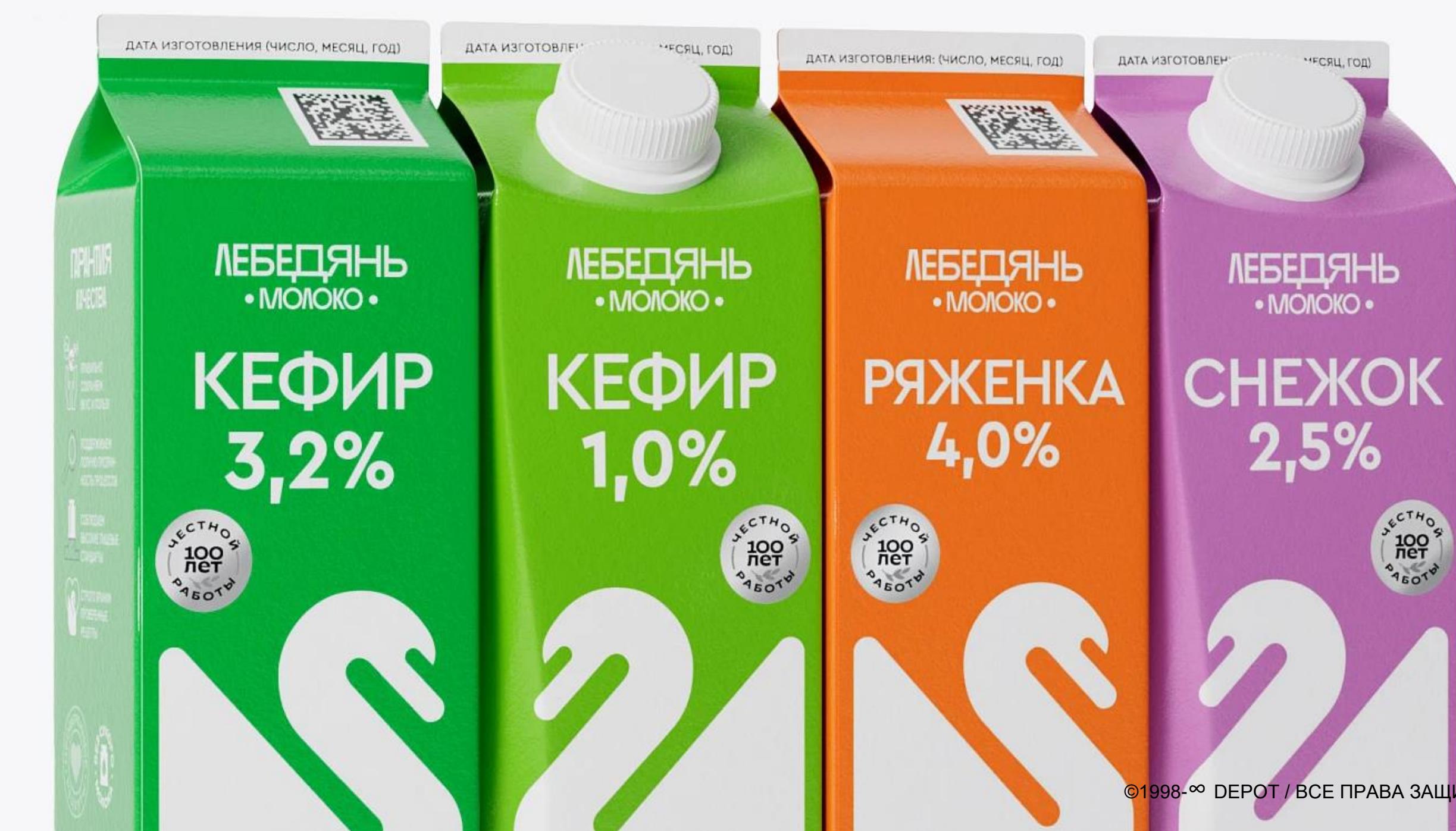
[HTTPS://WWW.MICHELBERGERHOTEL.COM](https://www.michelbergerhotel.com)

AHSLEY SHEN

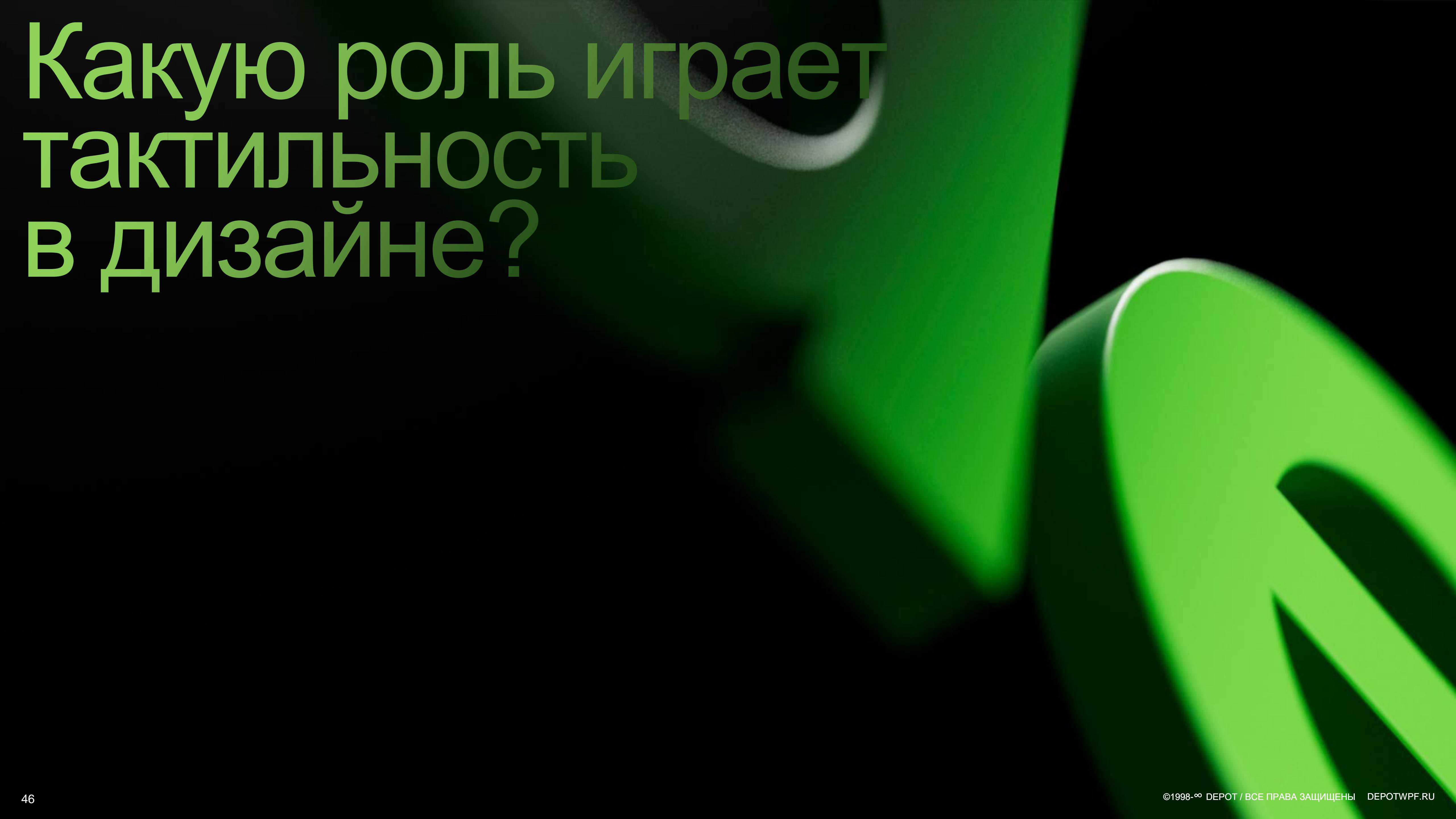


[HTTPS://WWW.MICHELBERGERHOTEL.COM](https://www.michelbergerhotel.com)

AHSLEY SHEN



Google



# Какую роль играет тактильность в дизайне?

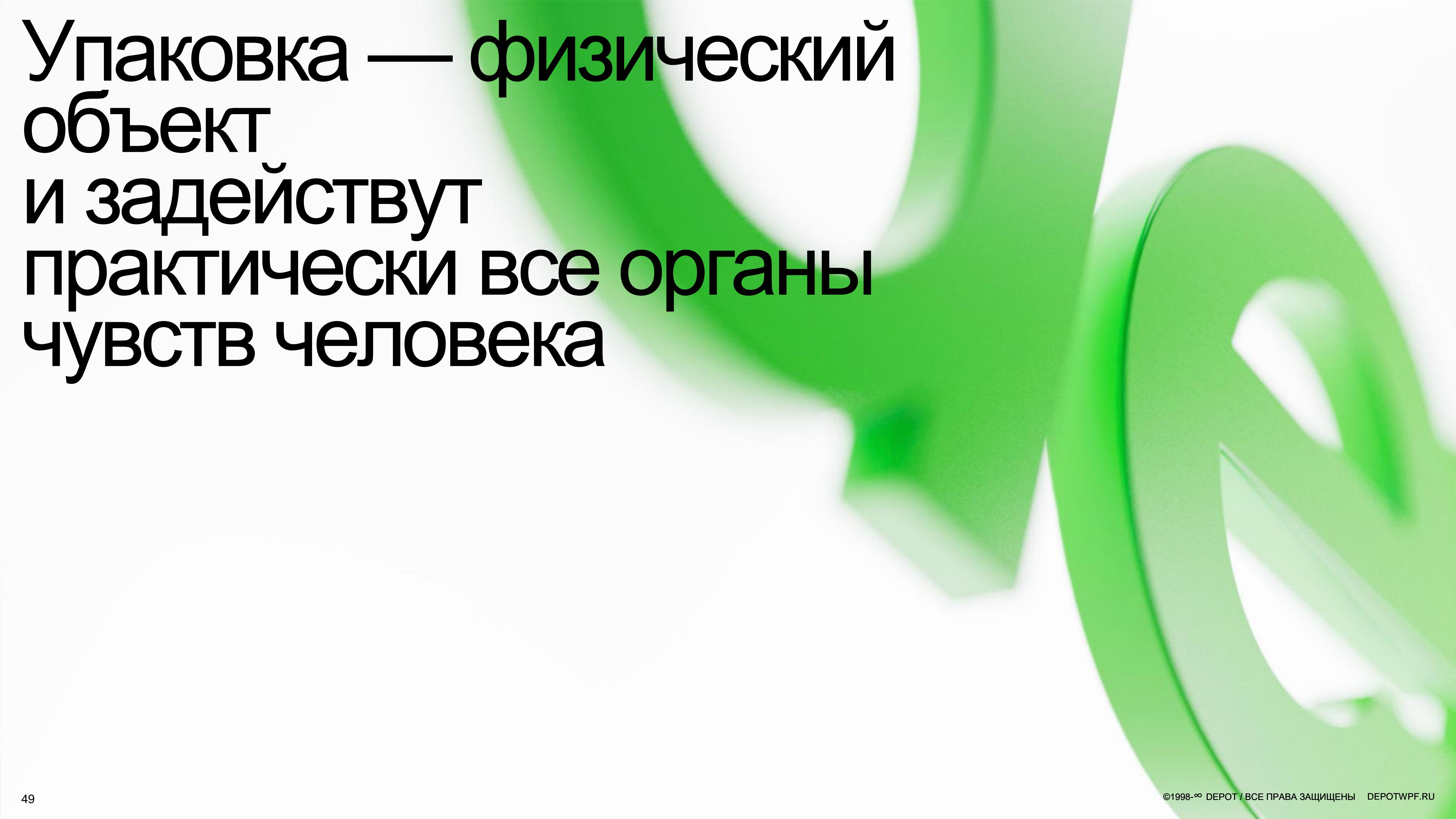
# Разница в восприятии различных фактур

- **гладкие:** современность и технологичность
- **металлизированные:** технологичность, премиальность и инновационность
- **софт-тач:** забота, нежность, мягкость и комфорт
- **комбинированные:** премиальность, продуманность
- **шершавые:** экологичность, природность, натуральность
- **бархатные:** роскошь и благородство

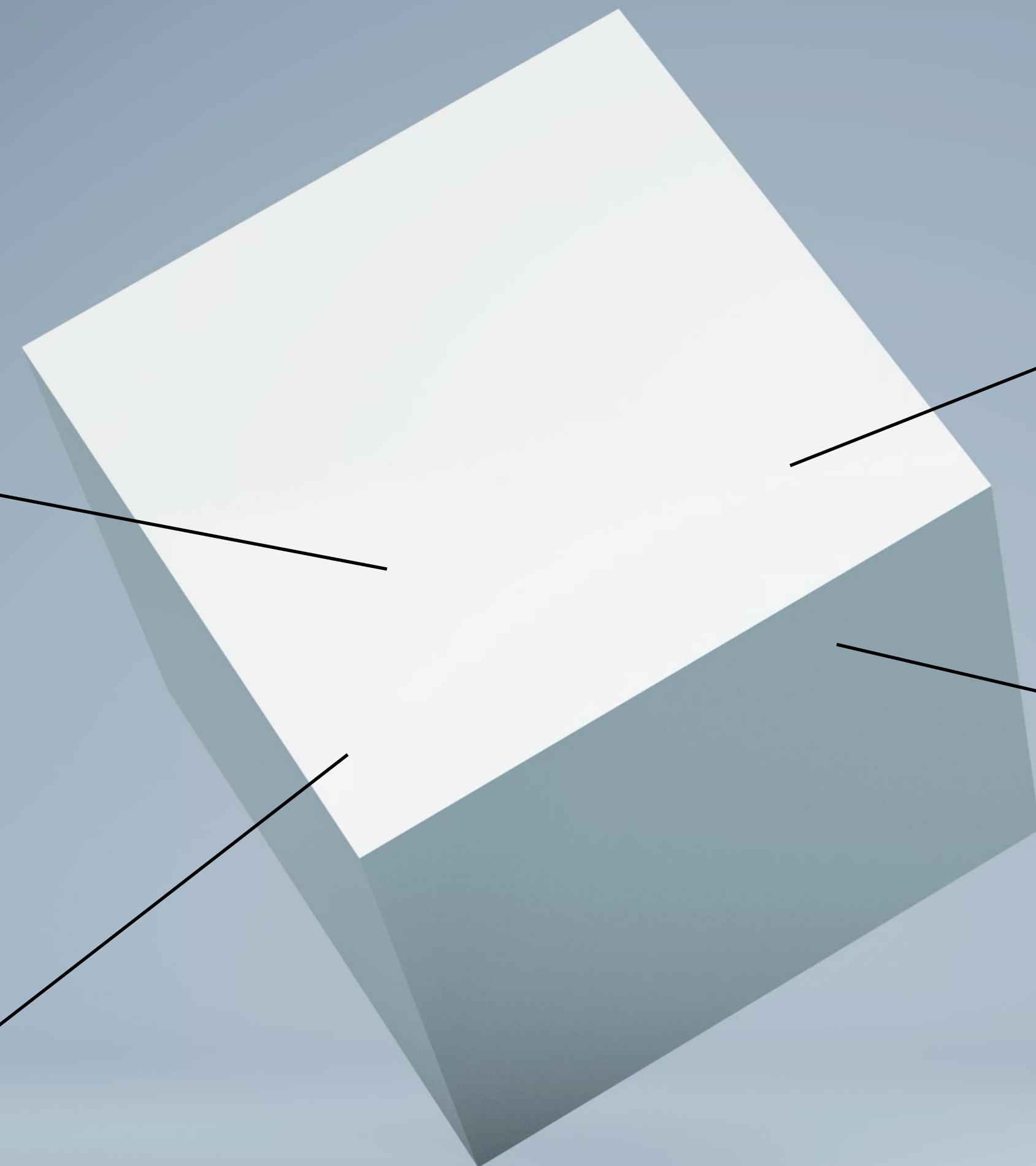
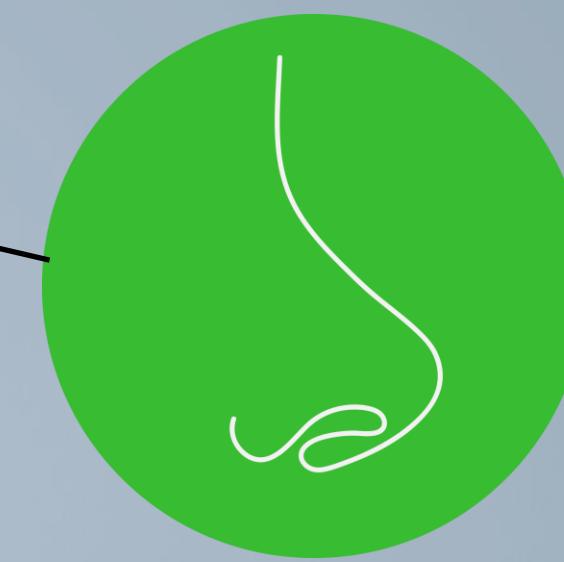
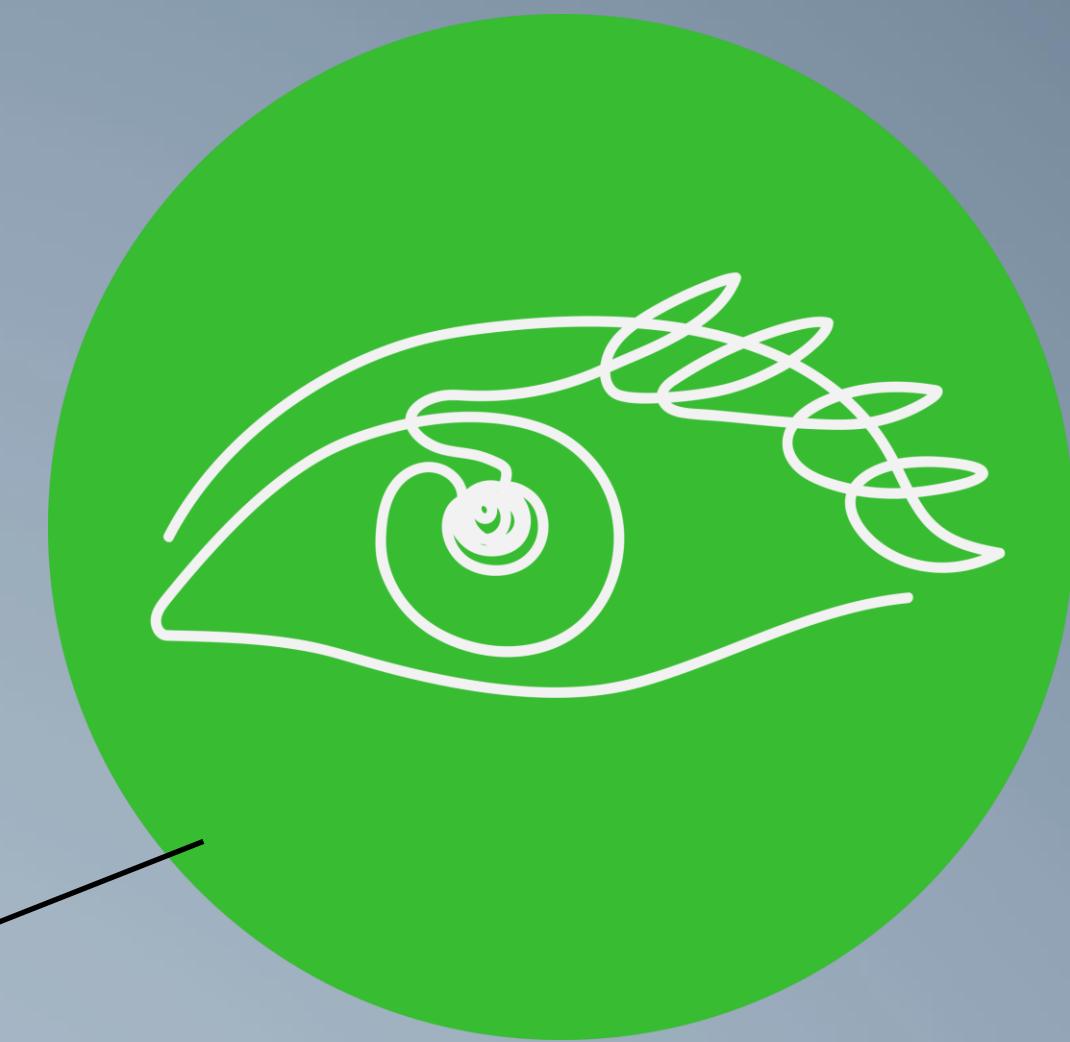


<https://ru.pinterest.com/>





Упаковка — физический  
объект  
и задействуют  
практически все органы  
чувств человека



# Мы всегда на связи:

 [depotwpf.ru](http://depotwpf.ru)

 +7 (495) 363-22-88

 [hello@depotwpf.ru](mailto:hello@depotwpf.ru)

 [t.me/depot\\_chat\\_bot](https://t.me/depot_chat_bot)



# Следите за новостями в ТГ:



[t.me/depot\\_branding](https://t.me/depot_branding)