

# АЙДЕНТИКА: ZANOZA КРУАССАНТЕРИЯ

1. Задача
2. Решение
3. Идея 1/2
4. Идея 2/2
5. Примеры составных форм
6. Логотип
7. Палитра цветов
8. Айдентика и интерьер
9. Стаканчики
10. Стикер-пак
11. Стикер-пак
12. Оформление соц.сетей
13. Оформление постов и анонсов
14. Пакеты для выпечки
15. Коллаж
16. Итоги

# ЗАДАЧА:

Разработать альтернативную версию айдентики для нового направления, сохранив узнаваемость бренда

# ОСОБЕННОСТИ:

## Сохранить узнаваемость

Бренд ZANOZA уже заработал репутацию и свой ассоциативный ряд. Он отождествляется с современностью, лёгкостью, молодостью, гармонией, яркостью, радостью и системностью.

Крайне важно сохранить данное отождествление и ощущение подлинности - это та же ZANOZA, но в новом и интересном формате.

## Учесть масштабируемость

В отличие от предыдущих форматов ZANOZA данный предполагает масштабируемость, что является важнейшим условием при разработке визуальной коммуникации. Масштабируемость диктует нам необходимость учитывать потенциальную возможность изменения целевой аудитории в зависимости от месторасположения.

Айдентика должна быть вариативной и подстраивающейся под потребности ЦА, сохраняя при этом свою узнаваемость.

# РЕШЕНИЕ

Решение задачи будет состоять из:

1. Сохранения составляющих узнаваемости: простота и символ подлинности.

2. Внедрения требований для нового формата ZANOZA КРУАССАНТЕРИЯ: заметная отличимость от предыдущих заведений и соблюдение условий для дальнейшего масштабирования.

## Простота

Обе предыдущие концепции использовали простые плоские формы: эта характеристика позволит сохранить общую стилистическую направленность.

+

## Отличимость

Не должно остаться сомнений, что ZANOZA КРУАССАНТЕРИЯ - отличный от предыдущих формат, более лёгкий. К нему необходимо сформировать новое отношение. Пример: В Open bar я иду вечером, на встречу с друзьями, а в ZANOZA КРУАССАНТЕРИЯ каждый день заезжаю за кофе и круассанами.

+

+

## Символ

В двух предыдущих форматах ZANOZA присутствует стилизация буквы "O". Стратегически правильно этот прием сохранить в качестве элемента подлинности - это оставит ощущение, что это та же ZANOZA в ещё одном интересном формате.

+

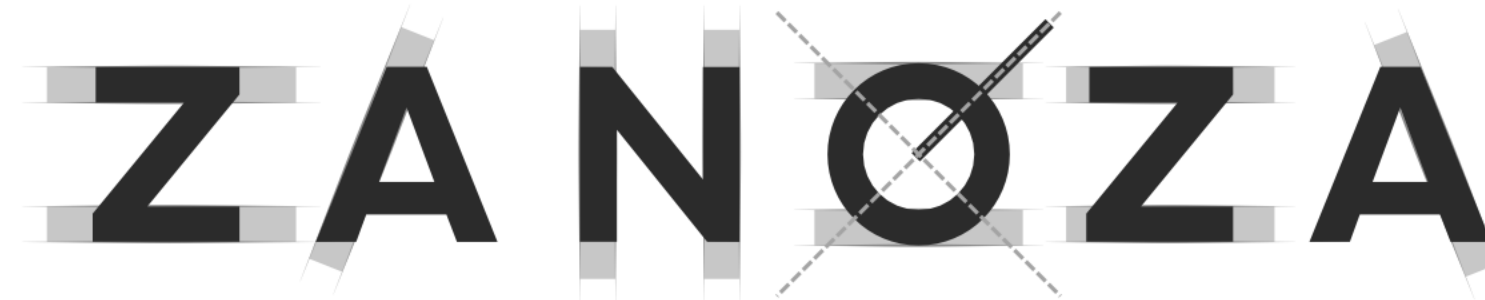
## Вариативность

Необходимо создать систему визуальной коммуникации, способную отлично восприниматься в сдержанном, максимально ярком и праздничном образах, сохранив при этом узнаваемость ZANOZA.

# ИДЕЯ 1/2

Для того чтобы создать новую концепцию внутри существующей, необходимо проанализировать имеющийся, основной логотип ZANOZA.

## Анализ текущего логотипа:



Основной логотип ZANOZA

1. Буквы четкой геометричной формы;
2. Буквы составлены линиями единой ширины;
3. Буква "О" выделяется на фоне остальных благодаря круглой форме;
4. "Трубочка" имеет контрастную толщину линии;
5. "Трубочка" пересекает букву "О" под углом 45°.

**Все пять аспектов будут взяты за основу для дальнейшего развития айдентики для нового направления.**



# ИДЕЯ 2/2

Формат ZANOZA КРУАССАНТЕРИЯ более лёгкий, в отличии от предыдущих. В нём другая атмосфера, более непринуждённая. Нет официантов, еду проще взять с собой, всё для этого приспособлено: круассанов хватит на всех. Всё чётко и просто.

При этом сохраняются ценности ZANOZA: качество, любовь к людям и важным мелочам.

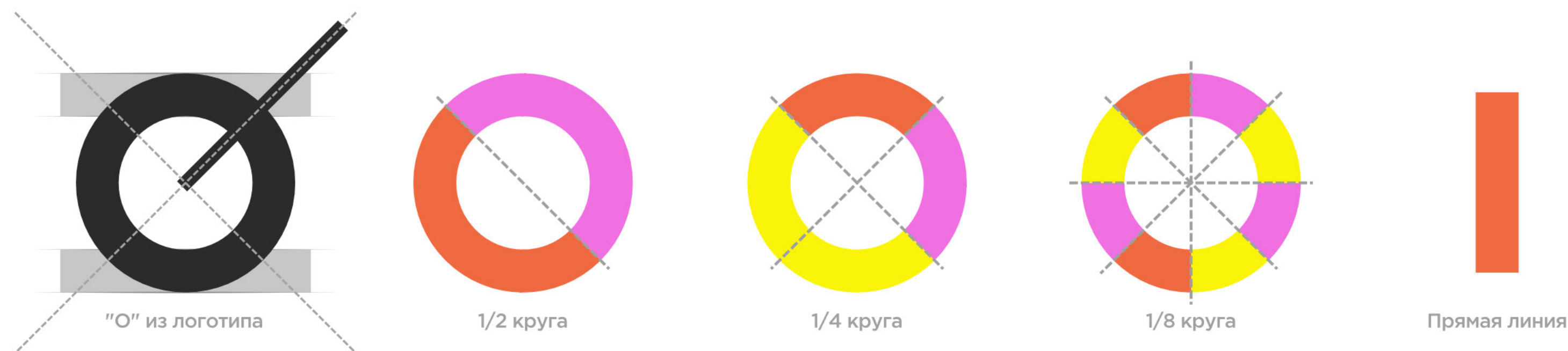
Это должно отражаться в визуальной коммуникации.

## Принцип построение айдентики. Конструктор форм

Основная идея концепции заключается в конструкторе форм, основой которым служат только части круга и ровные линии.

Этот принцип позволяет создавать разные причудливые фигуры, используя при этом только строгие геометрические формы.

Образ излучает радость и яркость, оставаясь строгой системой, как и сама ZANOZA.



### Состав конструктора:

Конструктор состоит всего из 4 элементов: 1/2 круга, 1/4 круга, 1/8 круга, прямая линия.

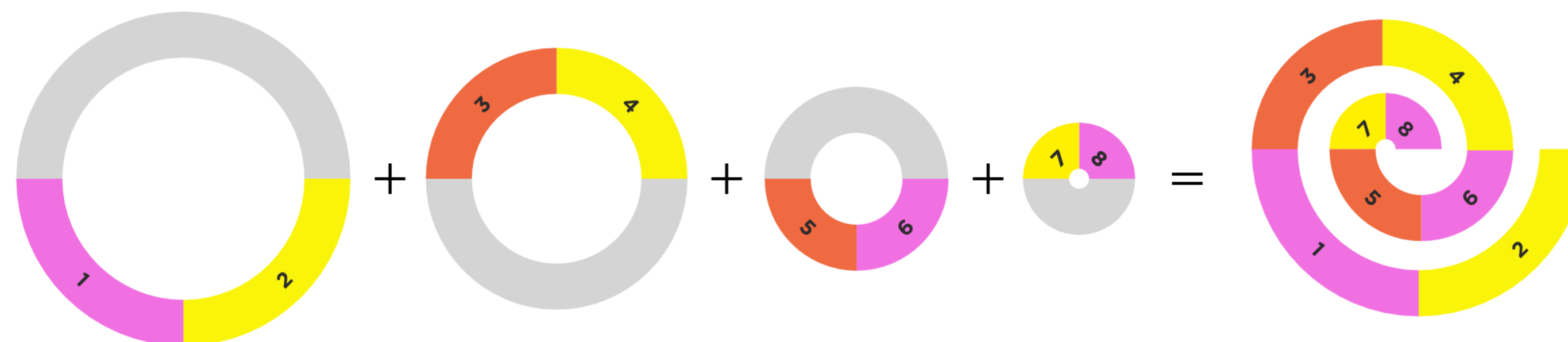
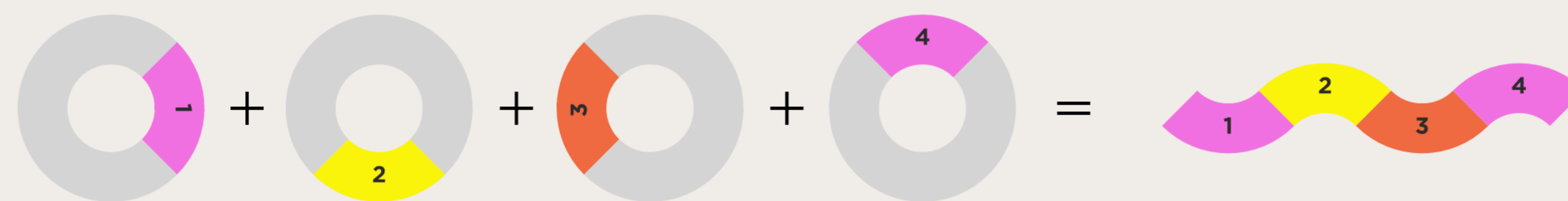
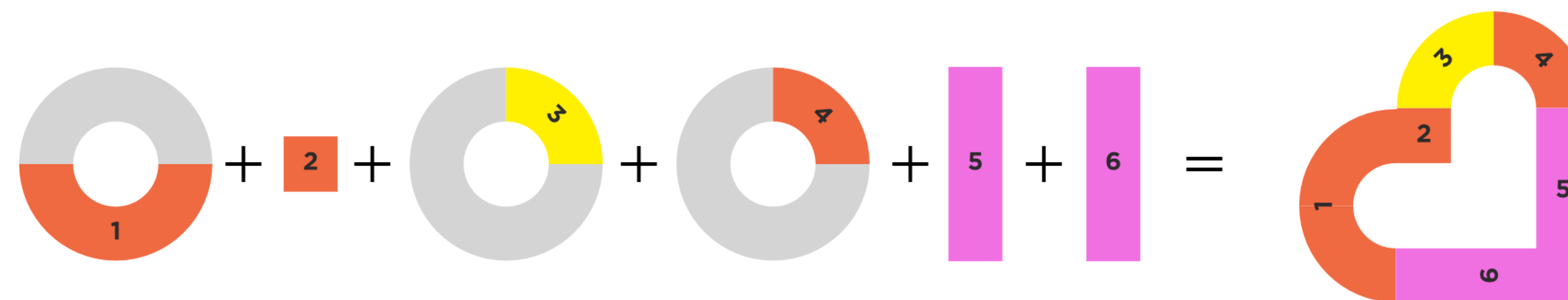
### Условия:

1. Стыковать элементы нужно концами, под углом, кратным 45°;
2. Толщина линии одного элемента должна быть единая.

# ПРИМЕРЫ СОСТАВНЫХ ФОРМ

Наглядный пример как работает конструктор форм.

По этому принципу можно придумать бесконечное количество новых форм и каждая будет существовать внутри концепции и сохранит узнаваемость.





**ZANOZA**  
КРУАССАНТЕРИЯ



# ПАЛИТРА ЦВЕТОВ

Палитра цветов коррелирует с оттенками интерьера. Три ярких цвета: сложный оранжевый, яркий желтый и светлый пурпурный. Три монохромных цвета: белый, серый, черный.

Все эти цвета могут использоваться в качестве градиентов в интерьере (пример - светильники).

HEX #FFFFFF

HEX #FOECE7

HEX #FFEF00

HEX #F170E1

HEX #EF6941

HEX #2B2B2B



# АЙДЕНТИКА И ИНТЕРЬЕР

Айдентика и интерьер  
выгодно дополняют и  
цитируют друг друга.

Градиент  
декоративного света,  
сочетание тонких и  
объемных линий,  
волнообразные  
элементы: всё это так  
же присутствует в  
айдентике.

ZANOZA  
КРУАССАНТЕРИЯ



ZANOZA  
КРУАССАНТЕРИЯ



# СТАКАНЧИКИ

Стаканчики - самый частый элемент бренда, с которым будет сталкиваться потребитель.

Дизайн стаканчиков очень важен: он должен попадать во все портреты ЦА, оставаясь ярким и узнаваемым на улице.





# СТИКЕР-ПАК

Пакет фигурных стикеров сложно и дорого изготавливать, из-за чего он не подходит для брендирования упаковки.

Такой стикер-пак тиражируется маленькими партиями и дарится гостям в честь особенного случая или продаётся как мерч.



Я, ТЫ,  
КРУАССАН

ПРИВЕТ, УЛЫБНИСЬ

ZANOZA  
КРУАССАНТЕРИЯ

ZANOZA КРУАССАНТЕРИЯ

ПРИВЕТ, УЛЫБНИСЬ

ПРИВЕТ, Я ТВОЙ КРУАССАН

ПРИВЕТ, Я ТВОЙ КРУАССАН



Круглые стикеры дешевле в производстве, чем фигурные. Их можно выгодно заказывать большими партиями.

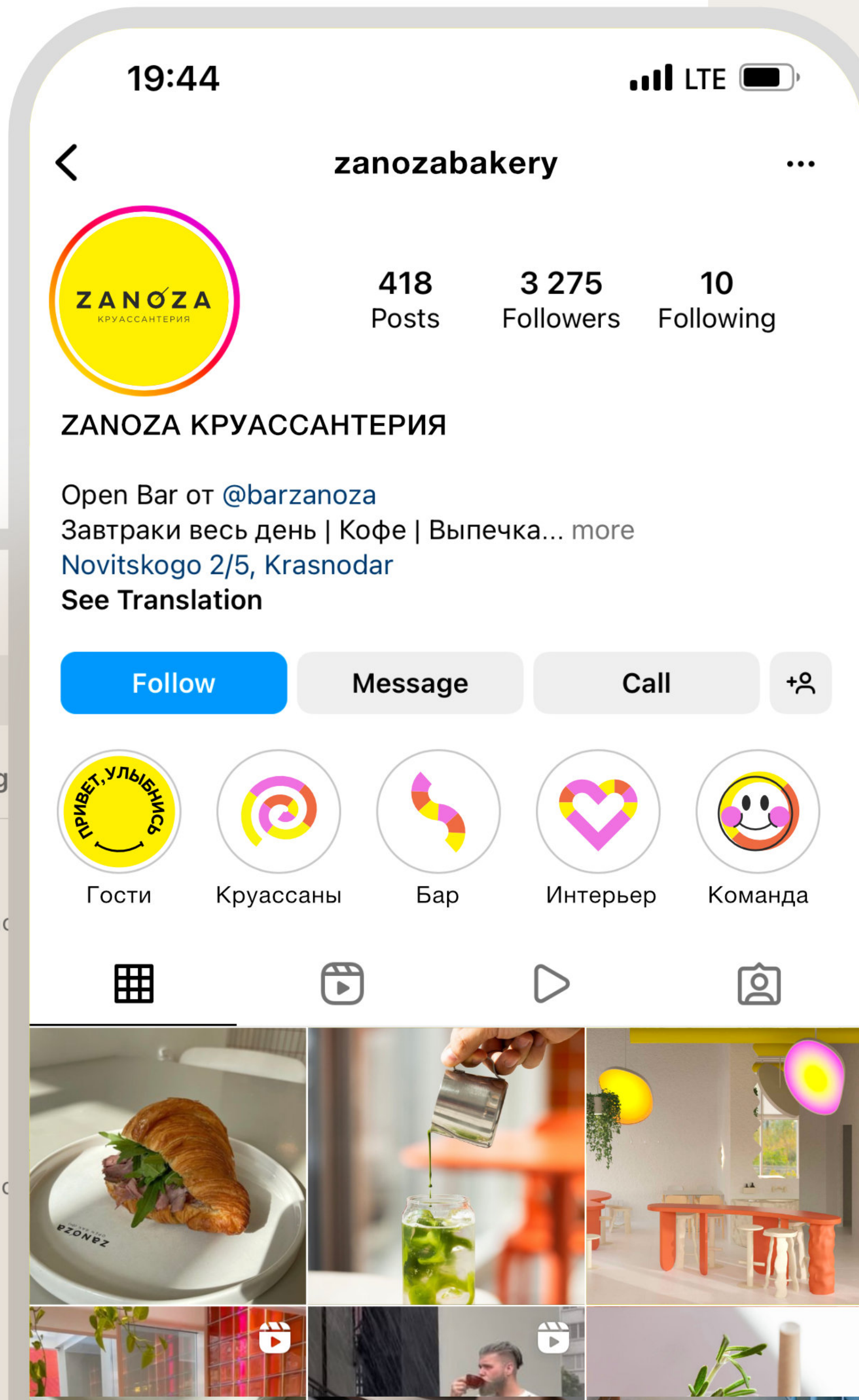
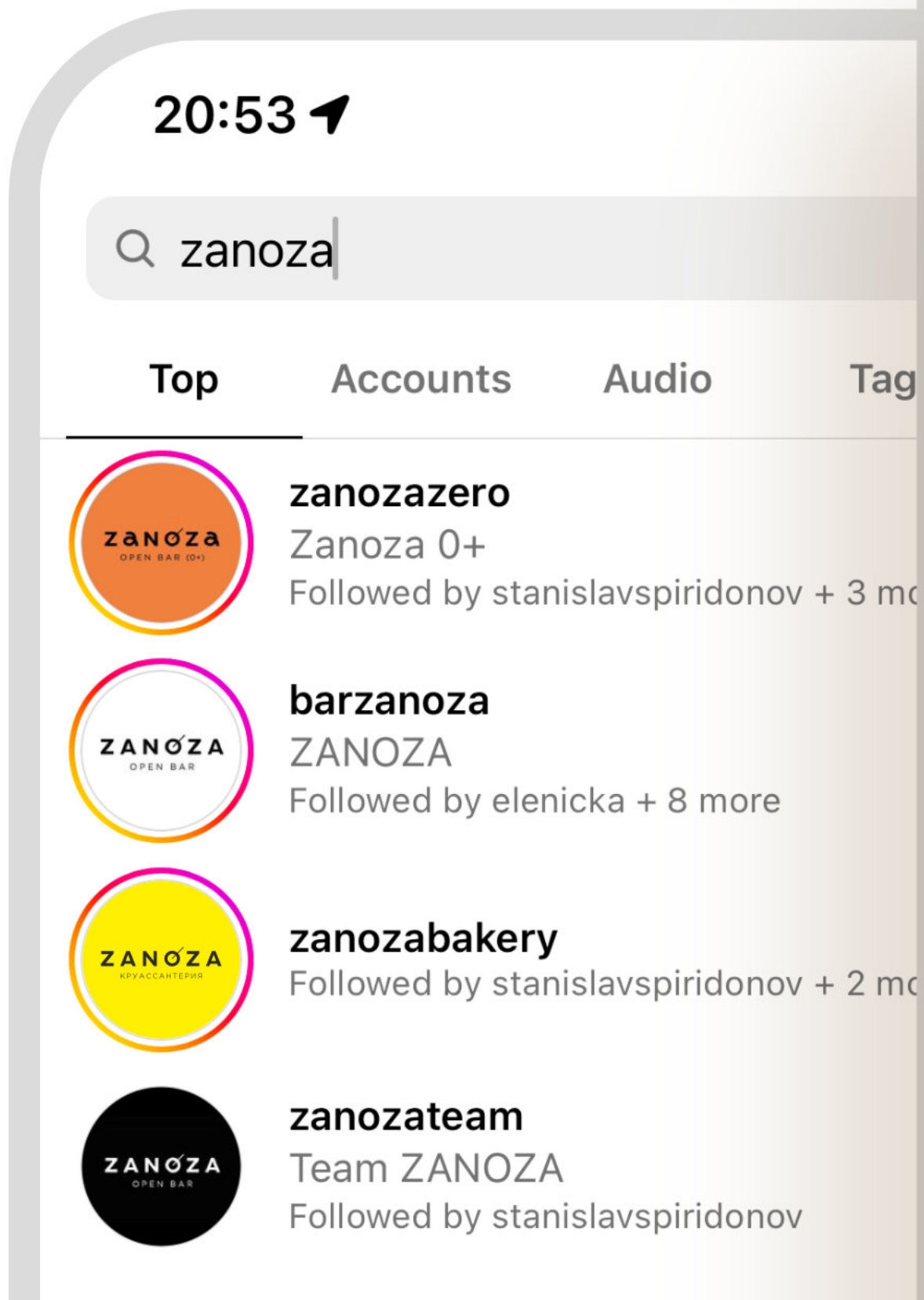
Это позволит рассматривать их как дополнительный элемент брендинга пакетов или стаканов.





# ОФОРМЛЕНИЕ СОЦ. СЕТЕЙ

Аватар ZANOZA КРУАССАНТЕРИЯ для соц.сети не должен выделяться среди аватаров других проектов ZANOZA на поиске, при этом оставаясь отличимым.

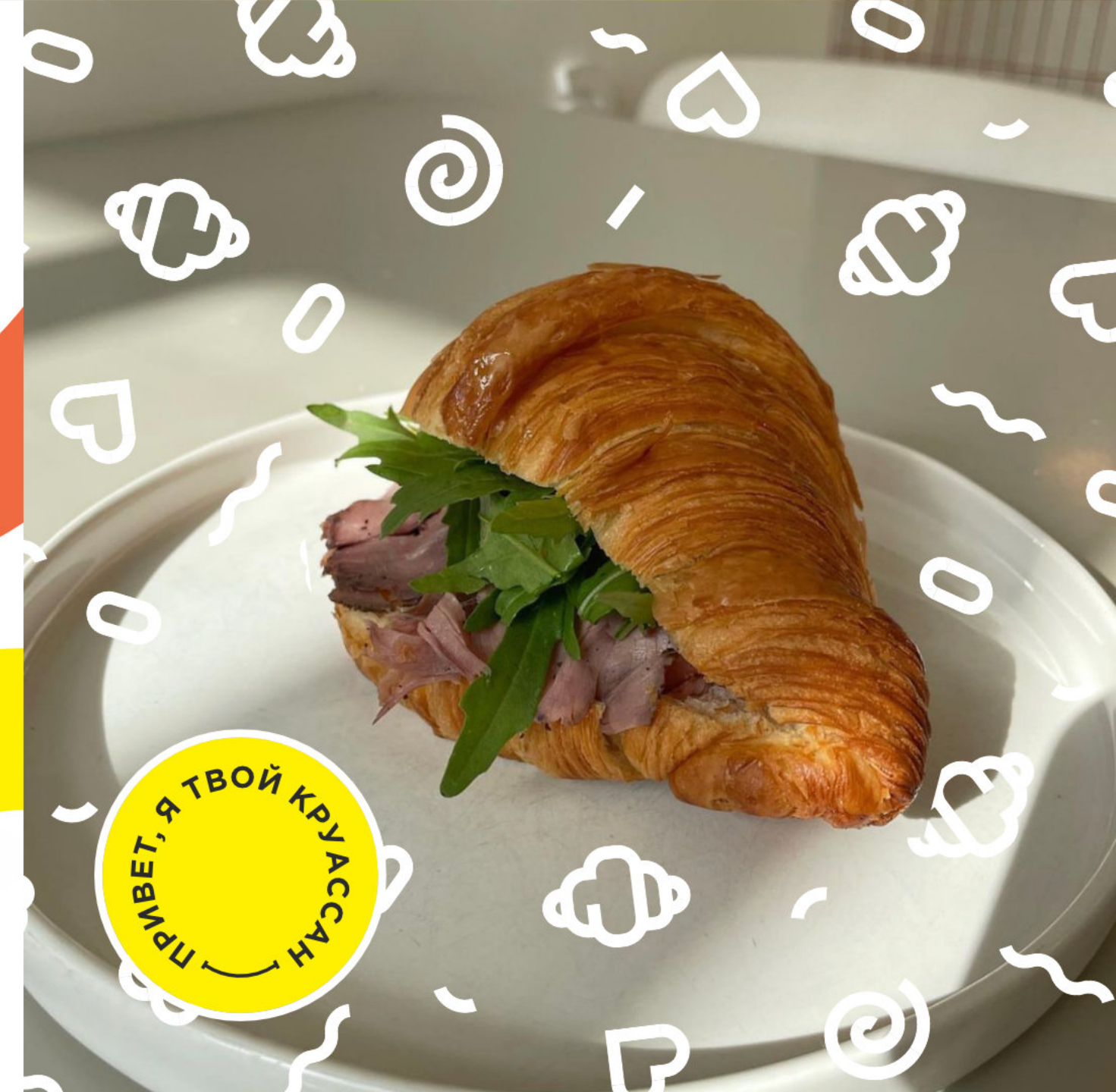




# ОФОРМЛЕНИЕ ПОСТОВ И АНОНСОВ

Айдентика позволяет оформлять яркие посты, которые будут обращать на себя внимание.

Важно этим не злоупотреблять: яркие посты должны разбавляться реальными фотографиями, за счет чего на каждой оформленной публикации будет оставаться визуальный акцент.

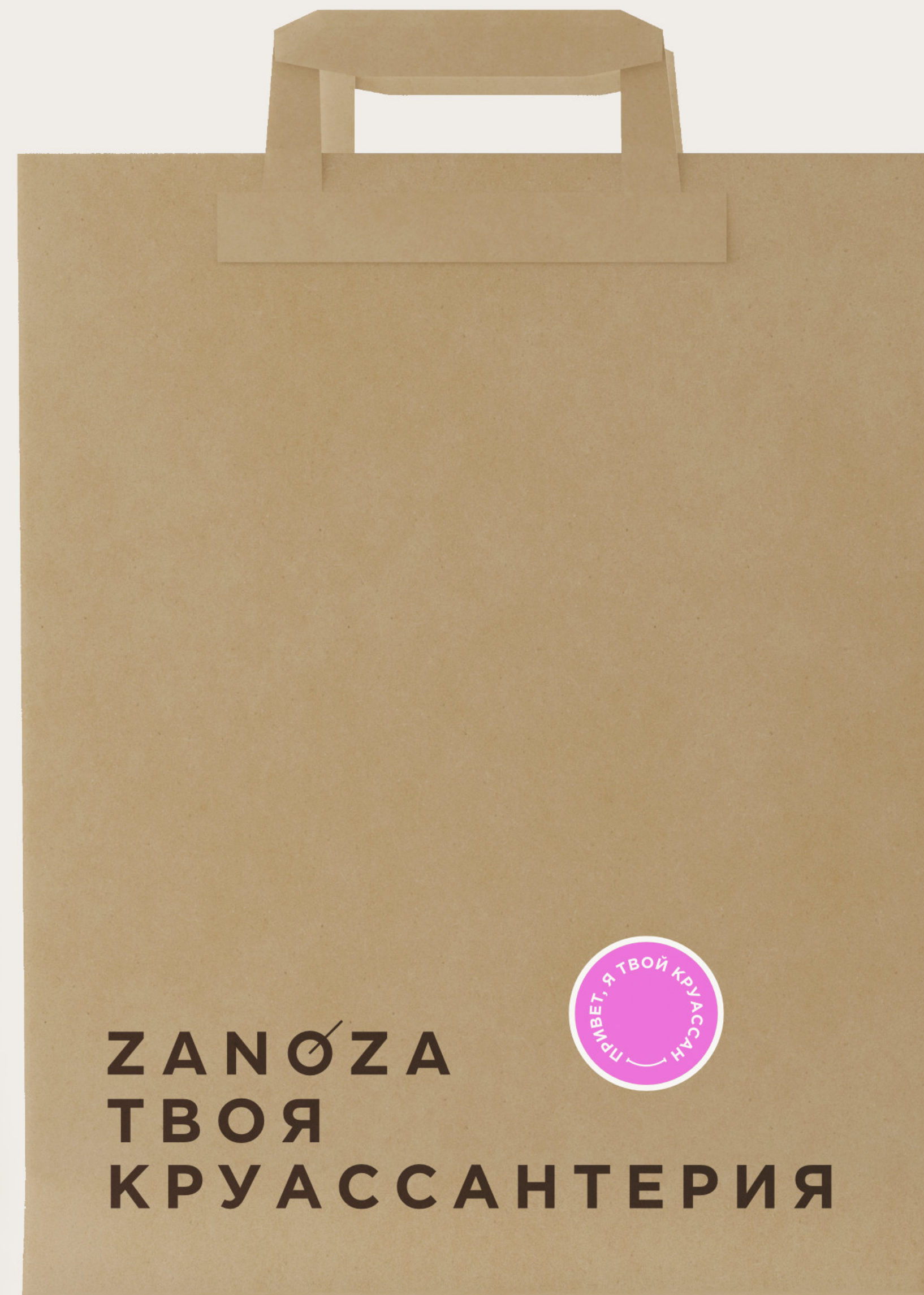




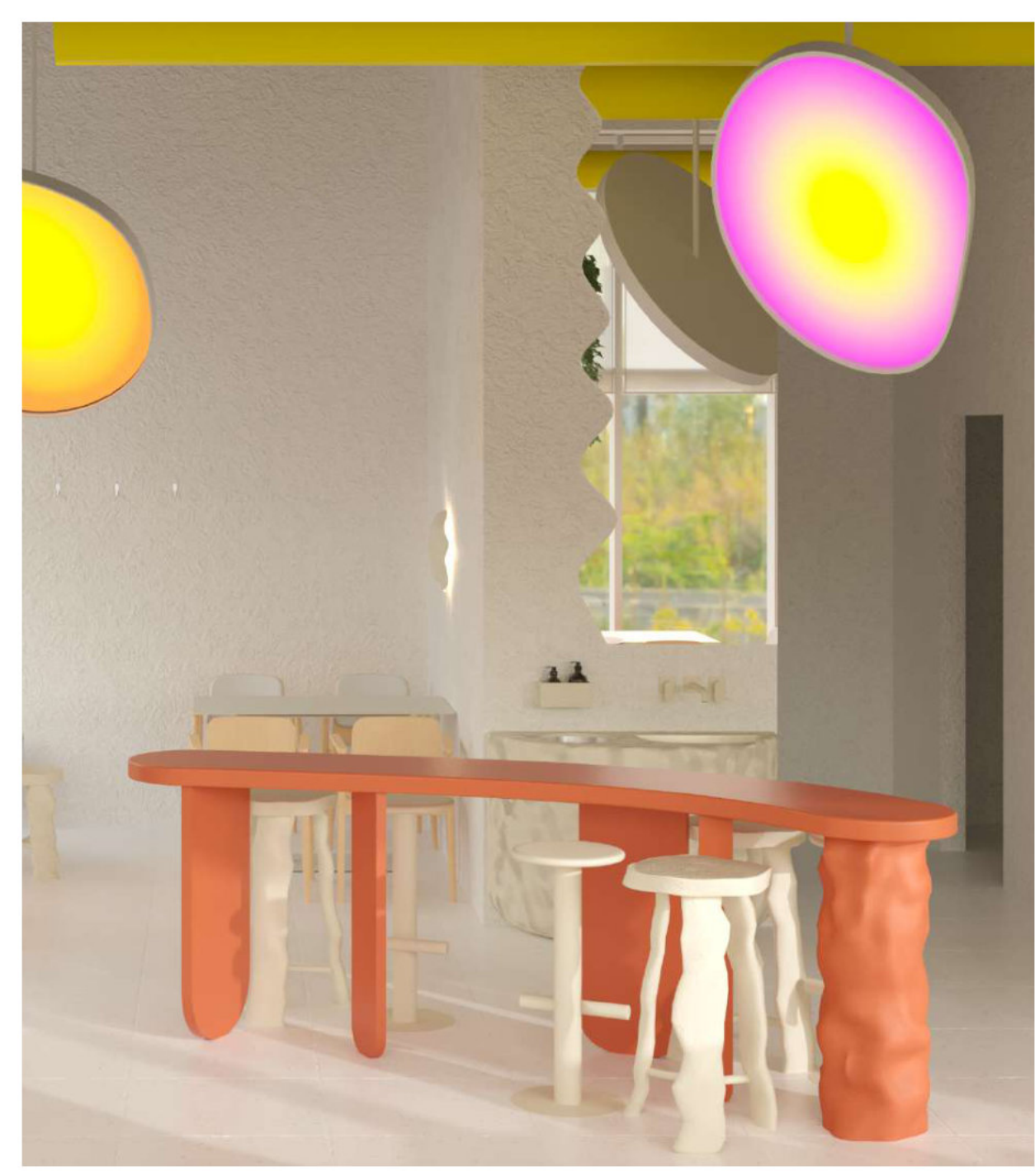
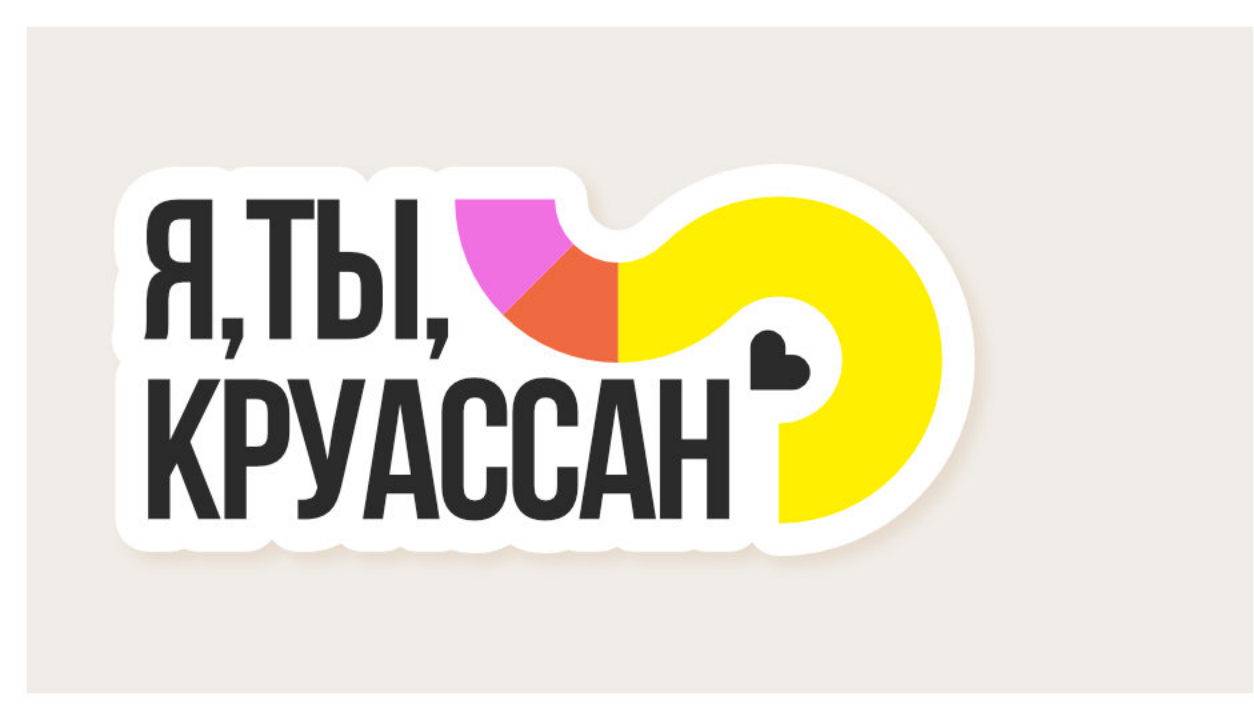
# ПАКЕТЫ ДЛЯ ВЫПЕЧКИ

Дизайн пакетов и упаковки должен отвечать требованиям бизнеса: производиться быстро и не дорого.

Использование печатных штампов и крупнотиражных наклеек самый экономически выгодный и простой для построения процессов вариант.









# ИТОГИ

Образ получился ярким, современным и лёгким, в котором получилось добиться ощущения элитарности.

Айдентика вызывает самые приятные ассоциации: с рассветным солнцем, с вкусной едой, с дружбой, командой, с теплом и молодостью.

Самое главное - получилось в духе ZANOZA.

@leyla\_vosk

