

# 0. Формат документа

Наш документ состоит из двух частей: концепция бренда и концепция упаковки. Подобная реализация позволяет очертить границы самой идеи и задает направление для поиска необходимых решений.

# 1. Концепция бренда

# 1. Концепция бренда

Новый бренд — это средства по уходу, основанные на старинных национальных классических рецептах, в их современном исполнении.

Новый бренд предлагает потребителям возрожденную категорию продуктов, существовавших ранее, к примеру, таких как бальзамы и эликсиры. Само позиционирование, должно отсылать к истокам медицины и косметики, но подчеркивать современность продукта.

При данном позиционировании, новый бренд располагает следующими базовыми характеристиками:

- натуральность продукта (качество, не позволяющее в нем усомниться, вытекающие из возраста рецептуры, по которой создается продукт)
- рациональность рецептуры (принцип «необходимо и достаточно», отсутствие лишних ингредиентов)
- безопасность для здоровья
- определенная степень доверия, вызываемая возрастом рецептуры
- экологичность производства

Идея бренда позволяет бесконфликтно уживаться в себе концепции национальной принадлежности. К примеру, бренд представленный двумя продуктовыми линейками одна из которых на основе классической русской рецептуры, другая — на основе скандинавской, вовлекает всю возрастную группу, старшая часть которой тяготеет к русским продуктам, молодая — к западным.

A close-up photograph of a dark wood surface, showing a prominent knot. The wood grain is characterized by concentric, wavy lines that radiate from the center of the knot. The lighting is dramatic, highlighting the texture and depth of the wood. The knot itself is a dense, circular area of growth, with a lighter, more textured center. The overall color palette is dark, ranging from deep blacks to dark browns.

## 2. Концепция упаковки

## 2. Концепция упаковки

Основу концепции упаковки составляют простые формы и минималистичность оформления.

Однако, характерной чертой упаковки, должны стать детальные текстурные изображения поверхностей дерева, камня, морской раковины, губки, кожи и т.д., занимающие большую часть площади упаковки.

Эти решения не только усиливают ощущения натуральности, рациональности и первичности рецептуры, но и позволяют заметно выделить упаковку на фоне других.

### Примеры упаковки

#### *Упаковка шампуня*

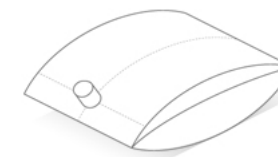
Высокая (выше стандартной емкости для шампуня), узкая цилиндрическая емкость, удобно помещающаяся в руке, с плоским дном и крышкой. На горловине и крышке, небольшое овальное углубление для пальца, позволяющие открывать упаковку. Логотип располагается в верхней 1/3 части.

#### *Упаковка крема*

Упаковка, соизмерима с куском мыла и имеет форму подушечки. Выполнена из пластика, имеет продольные ребра жесткости, образуемые двумя слоями сгибаемого пластика. По мере опустошения упаковки, ребра жесткости уходят внутрь. Клапан находится на одной из стенок упаковки.



Упаковка шампуня



Упаковка крема



С уважением,  
Валерий, Василий, Михаил, Филипп