

# ACTIWELL

Спортивные бренды в ритейле —  
активный отдых в шаговой доступности

Разработка спортивного бренда

Клиент:  
Лента

Санкт-Петербург. Россия.  
2020

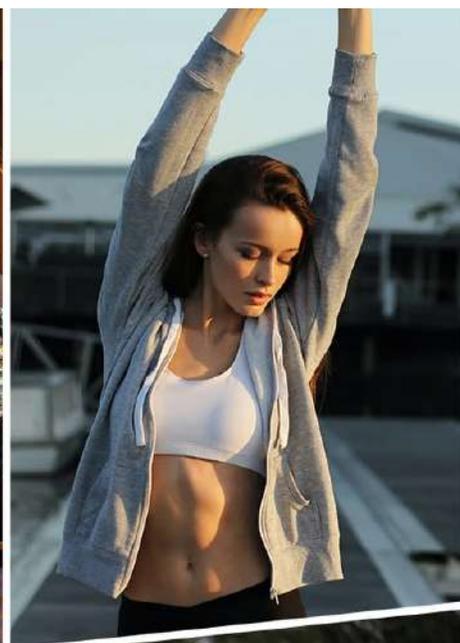
В городской среде люди не лишены активности. Город кипит, бурлит энергией. Но хорошая ли это энергия? Дарит ли она улыбки на лицах? Собирает ли она всю семью за любимым делом? Это вопрос. Включиться в активную жизнь стало намного проще. Захотел в горы — вот горный велосипед. Захотел поближе к природе — держи палатку.

Здорово, что не надо ждать выходной день, чтобы провести его в пробке за заветным самокатом. Любой инвентарь можно купить в любое время, прямо рядом с домом, в соседней «Ленте».



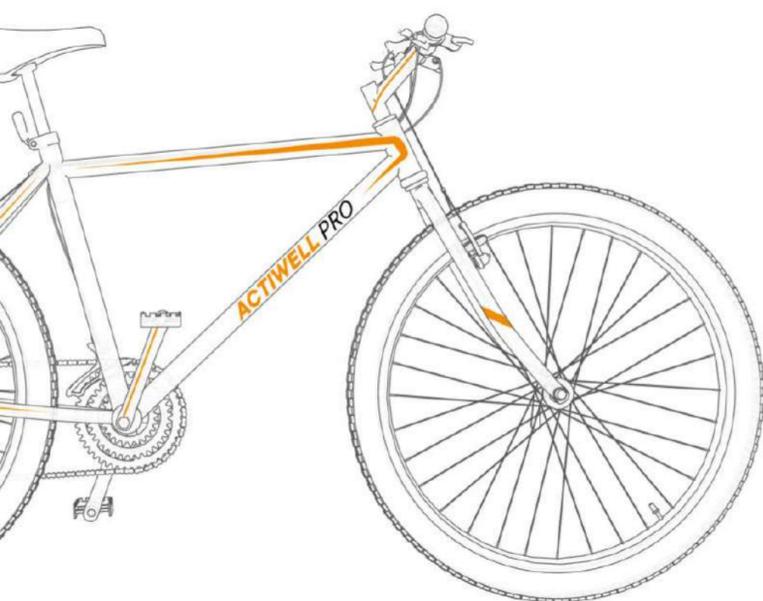
Хочу активно отдыхать прямо здесь и прямо сейчас — основной мотив приобретения товаров для спорта и туризма в гипермаркетах. Все доступно — магазин рядом, покупка не требует больших затрат. Такая торговая марка была и в «Ленте». У бренда Actico уже имелся ценный «капитал», который отвечал инсайту потребителя. Нам же оставалось структурировать эти наработки, преобразовать их в систему. И первым этапом стало создание платформы.

Поиск идеи для позиционирования — то, с чего начинается работа над платформой бренда. Сделав анализ конкурентов, изучив тренды, зарубежные референсы и целевую аудиторию, мы вышли на уникальные идеи и возможные сценарии презентации продукта потребителю. В итоге мы остановились на слогане «Быть легким на подъем!», этот брендлайн стал основой бренд-платформы.



Работая над ребрендингом, мы стремились к легкости восприятия нового названия, логотипа и стилиобразующей графики. Немаловажную роль при этом играла преемственность предыдущей марке. В нейминге мы оставили первую часть названия, отвечающую за активность, и добавили well — от wellbeing (англ. «хорошо себя чувствовать»).

Тем самым мы ушли от ненужных ассоциаций, таких как Арктика, энергетические напитки и устаревшее сокращение «& Со», то есть «и компания». Новое название ясно отражало идею «Быть легким на подъем!» и

При работе над логотипом и стилем нового бренда, нам было важно усилить узнаваемость, сохранив универсальность — логотип и фирменные элементы должны выглядеть одинаково уместно как на товарах для туризма, так и на спортивном инвентаре.



Было



Стало

В новом знаке легко считываются черты прежнего лого, но добавились динамика и стремление вверх. Для этого мы изменили шрифт — ушли тяжеловесные технократичные буквы, появился легкий и подвижный курсив. Новое написание более современное, оно легче считывается и упрощает восприятие.

Важный элемент логотипа — стрелка. Она стала более упругой и динамичной. Скользя по ней взглядом, видишь трамплин — он подталкивает покупателей к новым спортивным вершинам и туристическим приключениям.

0.5N  
N



Следующим этапом стало создание системы дизайна, которая в дальнейшем легла в основу упаковки и рекламных коммуникаций.

Ряд приемов нашей методики PLVI® помогли нам выстроить ассортимент с учетом различных групп, видов и товарных категорий.



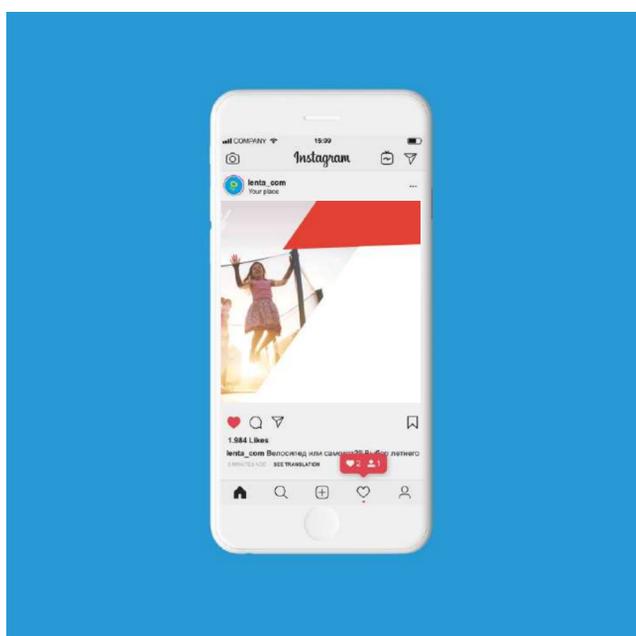
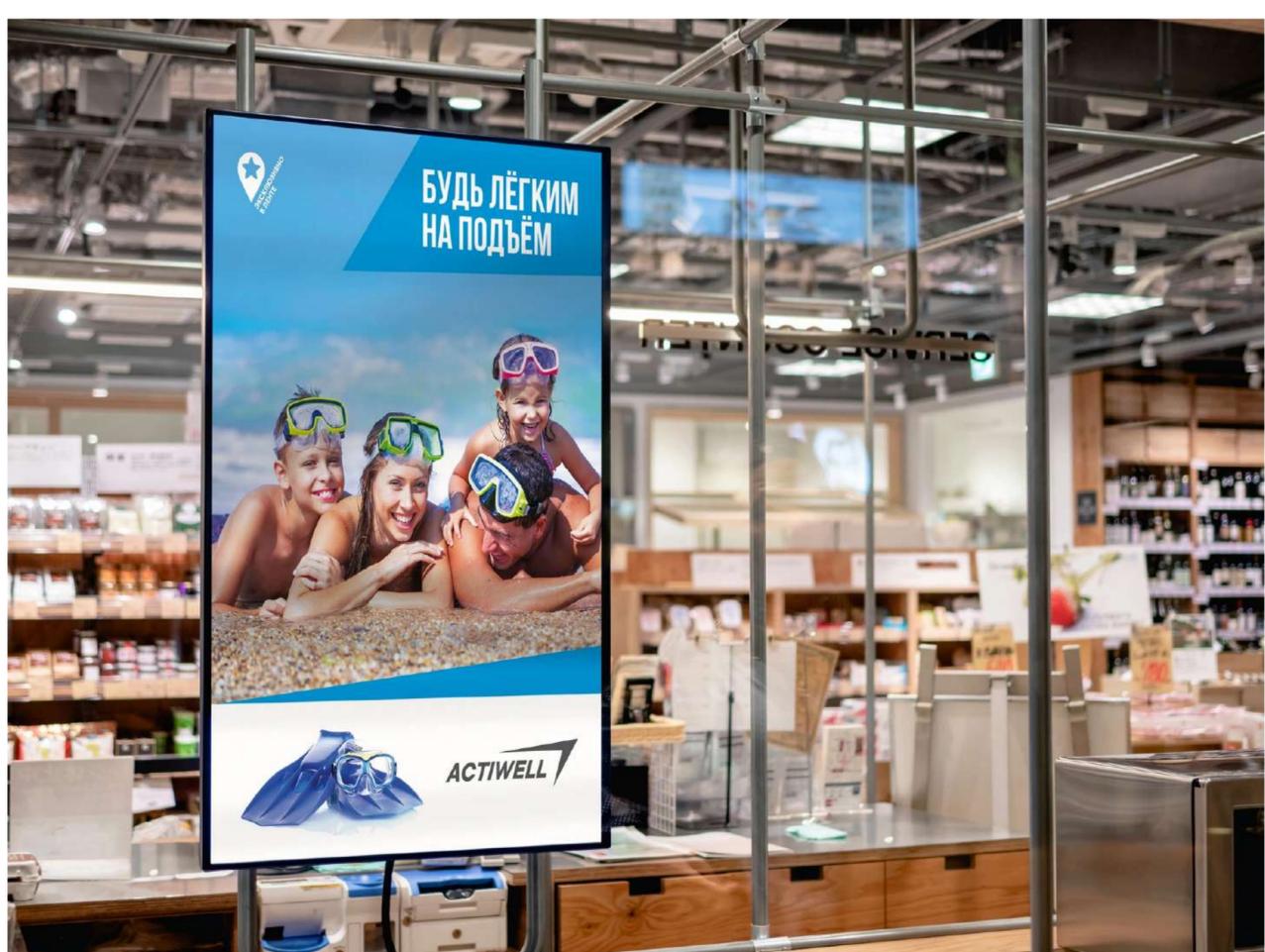
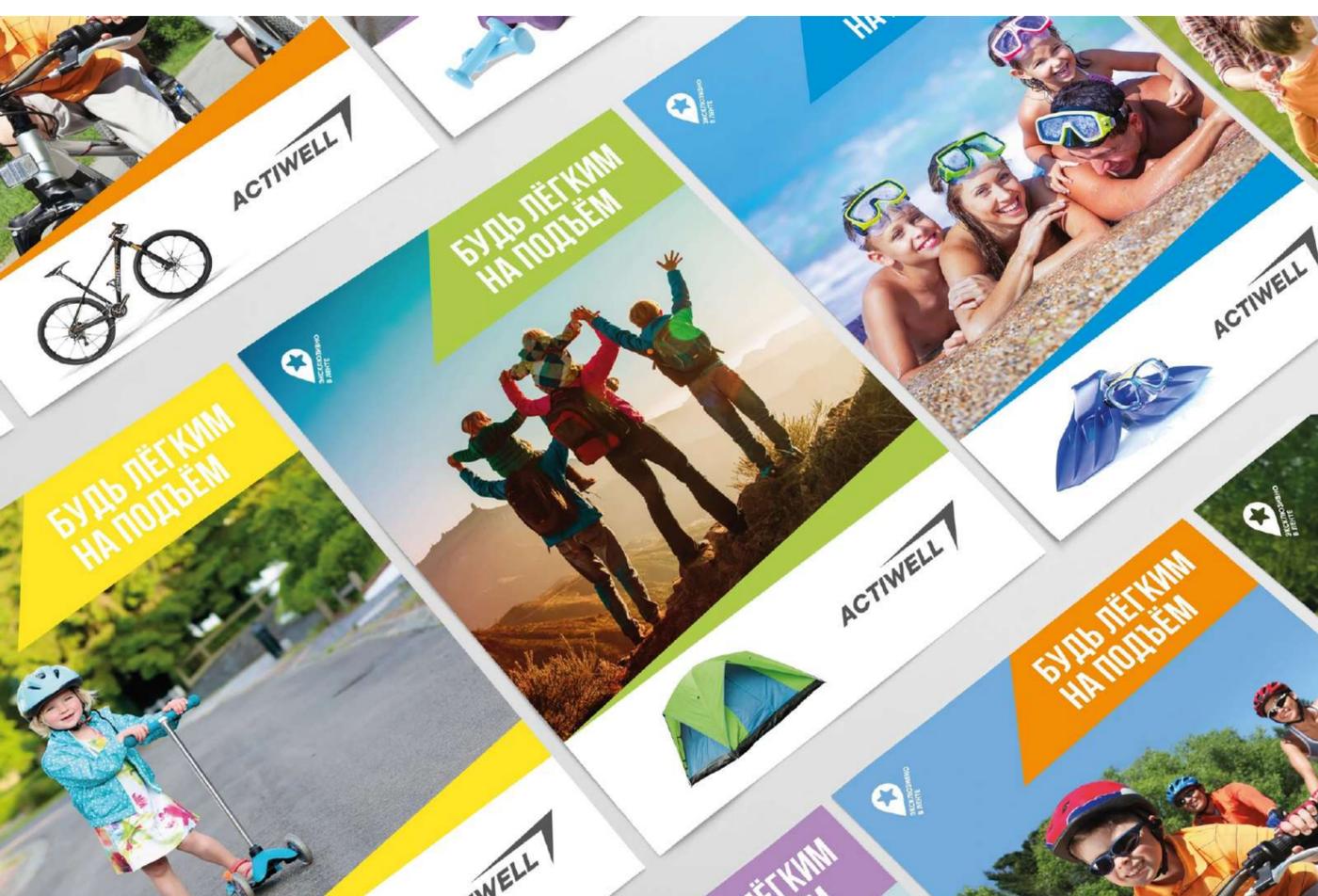
За каждым направлением мы закрепили определенный цвет. Так потребителю проще найти нужный товар на полке и сделать правильный выбор. Помимо цвета, у каждого направления есть свое тематическое фотоизображение.





Завершающий этап — создание коммуникационной платформы. У бренда большой ассортиментный ряд, поэтому нам было важно продумать, как донести до потребителя информацию о каждом товаре с минимальными затратами для клиента. Поэтому мы создали универсальные макеты с переменным продуктовым блоком, а в качестве

основы для имиджей взяли активную семью, в действиях которой раскрыли идею бренда «Будь легким на подъем!» Главные персонажи словно герои travel-блога — энергичная, открытая новому, счастливая семья, которая мотивирует на здоровый образ жизни. Ведь если well для тебя, значит оно well и для твоих близких.



Так, благодаря командной работе, мы за короткий срок вывели на рынок полноценный бренд товаров для активного образа жизни. Ищите Actiwell в «Ленте», встречайте на улицах города!



## Команда проекта

### Куратор проекта

Ким Сергей  
Васильевич

### Директор проекта

Павел Мельников

### Стратеги

Марина Гирич  
Антон Черемушкин  
Владлена Ким (Стефанцова)

### Руководитель дизайн-группы

Усанов Иван

### Арт директор

Фельдман Ольга

### Дизайнеры

Плотников Андрей  
Павел Васильев

### Руководитель креативной группы

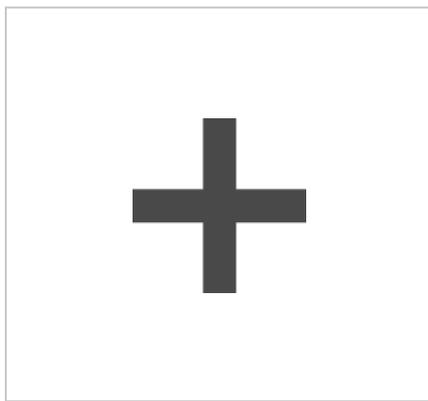
ЮрийМаляренко

### Специалист пре-пресс

Черепков Кирилл

### Менеджер студии KIMA

Аня Скотникова



## Закажи свой проект

### ЯСНО СОЛНЫШКО

Редизайн упаковки для  
бренда хлопьев и каш

### Dolce Vita

Разработка дизайна  
премиальной упаковки

### ROSES

Экспресс разработка  
логотипа и фирменного

vk  
behance  
facebook

Москва, 119017,  
ул. Пятницкая, д. 37, оф. 1  
office@coruna.ru  
+7 (499) 500 49 30

Санкт-Петербург, 191167  
площадь Александра Невского, д. 2  
б/ц «Москва», офис 901  
office@coruna.ru  
+7 (812) 318 33 64

