

Dolce Vita

Разработка дизайна премиальной
упаковки томатов



Клиент:
УК РОСТ

Санкт-Петербург. Россия.
2020

Группа компаний «РОСТ» — одна из лидеров рынка овощей защищенного грунта России. Ей принадлежит 4 действующих тепличных комплекса, которые обеспечивают свежими продуктами людей из разных уголков страны.



ГК «РОСТ» активно развивает сегмент премиальных овощей в России. Первым брендом, который компания вывела на рынок, стали «Томаты Медовые». Их успех показал востребованность таких продуктов не только у Европейских, но и у Российских потребителей. В 2020 году компания совершила стратегически значимый шаг и вывела на рынок второй бренд в данном сегменте.



Dolce vita — это искусство сладкой жизни. Это утонченный вкус момента. Талант превращать каждое мгновение в наслаждение.

Томаты Dolce vita стали гастрономическим изыском, который позволяет ощутить очарование повседневности. И дизайн упаковки такого бренда должен был подчеркнуть особый вкус продукции



Перед нами стояла задача создать концепцию дизайна упаковки томатов Dolce vita, которая смогла бы достойно отразить идеологию бренда и его преимущества, а также соответствовала бы заданному ценовому сегменту.



Чтобы качественно реализовать этот проект, мы постарались понять: что делает томаты Dolce vita особенными? Сладкие томаты черри – одна из мелочей, которая позволяет получить мгновенное удовольствие.

Вместе с Dolce vita наслаждение моментом начинается с трапезы: сочные ароматные овощи раскрывают вкус любого блюда и наполняют жизнь приятными ощущениями.



Под стать неизгладимым впечатлениям упаковка томатов Dolce vita вобрала в себя насыщенные краски и утонченные детали.

Решением стала черная глянцевая обертка



Ее исключительной особенностью послужило залитое краской перекрещивание на лицевой стороне этикетки: внутри него гармонично расположились фудзона, наименование продукта и печать уникальности, подчеркивающая статус марки. На пересечении линий разместился крупный логотип бренда, напоминающий средневековую наружную вывеску. Сами томаты легли внутри картонного лотка черного цвета.

Перекрещивание как основная изюминка дизайн-концепции позволило не только передать изящество жизненных перипетий, но и создало заметный издали ритмичный орнамент из упаковок томатов, стоящих на полке рядом. Сильный контраст насыщенных красных плодов и емкости, в которой они находятся, подчеркивает спелость и сочность продукции Dolce vita.



В ассортиментную структуру Dolce vita вошли два вида овощей: коктейльные рубиновые томаты и сладкие томаты черри. Для них были разработаны 3 вида упаковки флоу-пак и одна упаковка top-seal.



Результатом совместной работы ГК «РОСТ» и агентства Coruna Branding стала продуманная до мелочей концепция дизайна упаковки бренда томатов премиум сегмента Dolce vita. Кропотливое отношение к проекту позволило создать неповторимое предложение, и это стало толчком для дальнейшего сотрудничества.

Благодаря партнерству ГК «РОСТ» и Coruna Branding появилась еще одна премиальная марка томатов — «Сладкая Ягода». О том, как она создавалась, читайте в следующем релизе.

Команда проекта

Куратор проекта

Ким Анатолий Николаевич
Ким Сергей Васильевич

Менеджер проекта

Пономарев Александр
Шилова Нина

Руководитель дизайн-группы

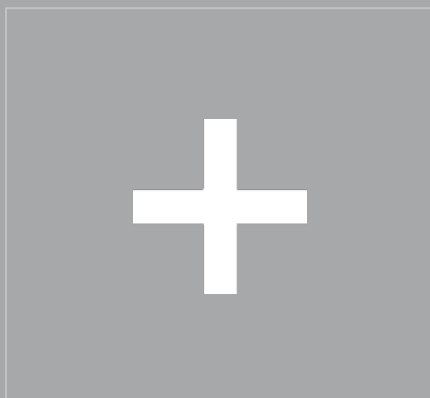
Усанов Иван

Специалист пре-пресс

Черепков Кирилл

Дизайнеры

Фельдман Ольга
Терехов Дмитрий
Дмитрий Васильев



Закажи свой проект

ROSES

Экспресс разработка
логотипа и фирменного

Запстрой

Разработка
корпоративного

Amprio Alliance

Разработка
корпоративного

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

