



Radu Ţinc, Senior Art Director, McCann Erickson

Despre proiect

În anul 2006, în cadrul unui proces de modernizare a businessului, Fabryo Corporation a angajat Brandient pentru a reface întreaga identitate de corporație și pentru a redesena brandurile Savana și Ekonomic.

În cazul Savana, un studiu de piață și consumator realizat cu ocazia rebrandingului a relevat faptul că identitatea ambalajului nu transmitea calitatea premium a produsului.

Pentru a revitaliza brandul într-un mod profitabil pentru client, s-a decis păstrarea numelui Savana folosind investiția realizată prin comunicare în brand equity și s-a desenat un ambalaj care să susțină calitatea produsului și să îl diferențieze.

Noua identitate vizuală a dorit să inspire calitate prin viață, culoare, exuberanță. Savana a devenit dintr-un loc arid și aspru un spectacol al vieții și al culorii. Folosirea extensivă a albului sugerează curățenie, lumină și calitate.

Repoziționarea produsului s-a realizat nu numai la nivel de design de ambalaj, ci și la nivel de produs. În urma parteneriatului semnat cu DuPont, producătorul Fabryo și-a extins gama cu un produs star — Savana cu Teflon. De promovarea imaginii noului brand s-a ocupat agenția de publicitate Ogilvy & Mather, iar campania de OOH și spoturile TV au fost realizate de către agenția Ogilvy pornindu-se de la poziționarea și platforma create de Brandient.



Părerea specialistului

...o zonă aridă situată undeva în Africa, multă iarbă, câțiva baobabi, o duzină de specii animale: leul, ghepardul, antilopa, tigru, și o vopsea care rezistă, după cum spun specialiștii. Întrebarea pe care mi-o pun: e ce au în comun aceste lucruri? Răspunsul e simplu: Savana. Iar cei care au reușit cu brio să combine morcovul cu călimara sunt cei de la Brandient. Pornind de la un nume la care clientul nu putea să renunțe din cauza comunicării îndelungi, un nume care nu are nimic în comun cu saturația și gama variată de culoare, aceștia au găsit liantul, și anume animăluțele care populează zona: girafa — un spectacol în negru și oranj, zebra — acest efect optic reușit în alb și negru, leopardul cu petele lui negre care-i umplu blana, și așa mai departe. Acu' noua problemă care se iveaua era gama coloristică neofertantă și desenul formelor de pe pieile viețuitoarelor care sunt, în mare, cam aceleași. Rezolvarea a fost trecerea în negativ a texturii pieii și colorarea acesteia în diferite culori, în funcție de gama de vopsele, rezultând un efect grafic de impact. Frumos, o rezolvare drăguță a îmbinării între savană și Savana. Grafică simplă, contrast de alb și culoare, bine echilibrat, elegant, dar și funcțional.

De apreciat elementele puține și sugestive ale ambalajului, renunțarea la efecte grafice de prost gust pe care le regăsim pe alte ambalaje din categorie.

Dacă aș fi un juriu aș da un nouă.