

GARAGE LOVE FUSION

Дизайн нового вкуса Garage к 14 февраля

Задача

Перед нами стояла задача разработать дизайн лимитированного продукта Garage Love Fusion ко Дню всех влюблённых. Важно было избежать банальной «валентинской» эстетики, сохранить дерзкое ДНК бренда и создать смелый образ, который выделится на полке и сам станет главным медианосителем кампании.

Решение

Визуальная идея этикетки воссоздает образ «любовного эликсира», рожденного в результате тайного эксперимента в гараже. Графические элементы в виде сердец использованы не как декоративный символ, а как часть формулы, подчеркивая концепцию fusion. Типографика и логотип остаются фирменными, создавая контраст между романтическим содержанием и уверенным характером бренда. Дизайн Love Fusion балансирует между игривостью и силой, превращая лимитированный продукт в визуальную метафору любви как процесса.

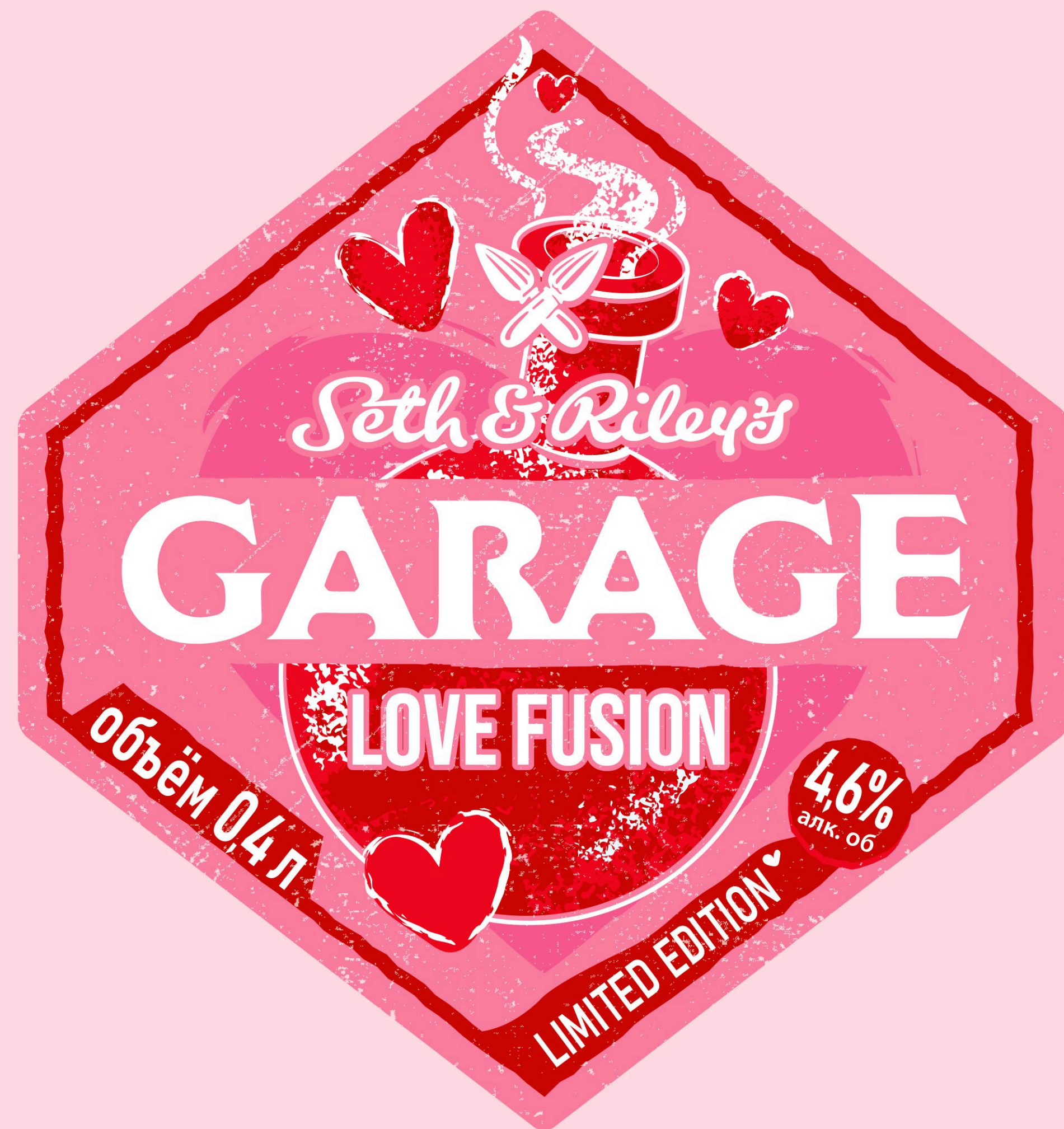
Результаты

Сильная визуальная концепция обеспечила продукту максимальную заметность на полке и высокие показатели продаж:

- Первая партия лимитированной серии была **полностью распродана менее чем за неделю**.
- Доля продаж новинки составила **27% от всего портфеля бренда** (при плане 8%).
- Рост общих продаж бренда в зимний период (февраль к январю) составил **+30%**.



КРЫШЕЧКУ СНОСИШЬ * ТЫ МНЕ КРЫШЕЧКУ СН



















Seth & Riley's

GARAGE

