

Mix Up

NICOLAS NEGRONI

Identité visuelle

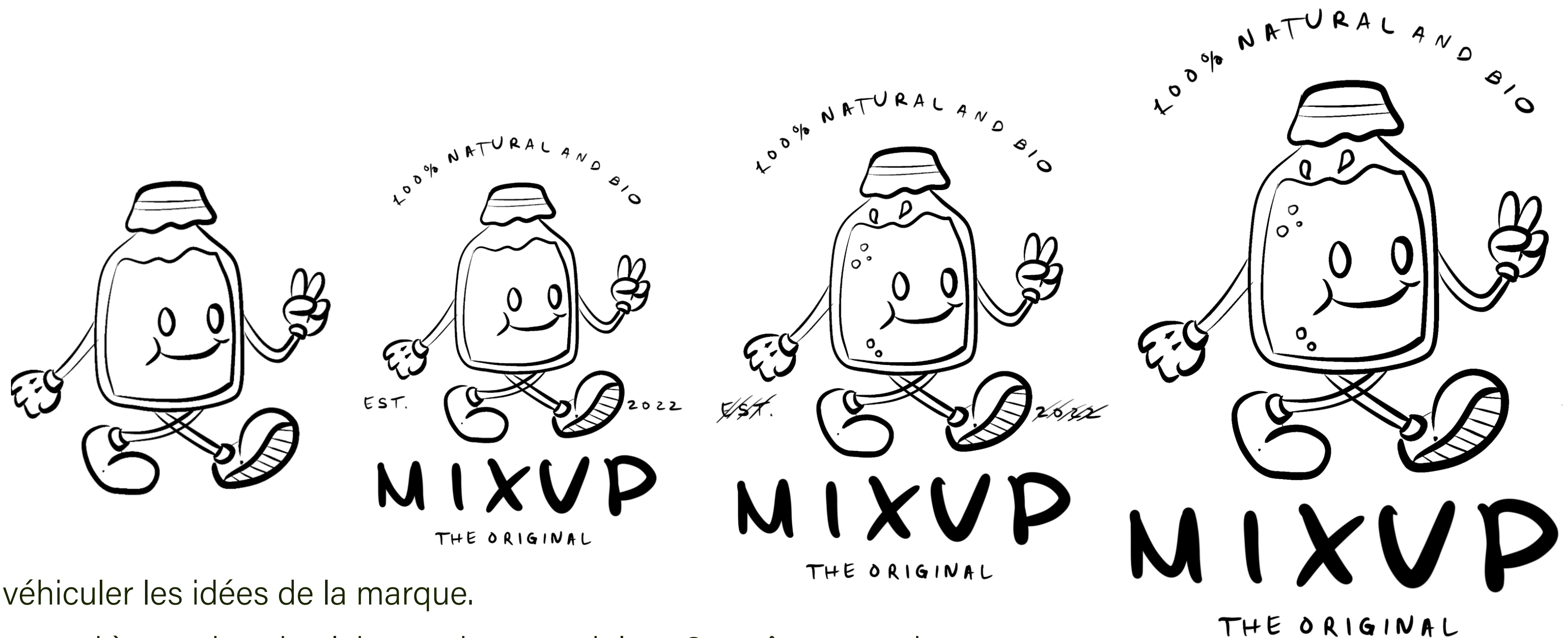
Un personnage est parfait pour un logo, il s'ancrera plus facilement dans l'esprit des gens plutôt qu'une typographie seule.

Comme vous le savez j'avais comme idée principale de créer une bière dans laquelle on ajoutera un sirop fourni avec la bière. Cependant, je n'ai pas réussi à modéliser quelque chose de propre. J'ai donc changé de stratégie comme la méthode AGILE le suggère.

J'ai gardé le concept des sirops mais ils sont intégrés à la bière en tant qu'arômes.



Personnage



Le personnage doit véhiculer les idées de la marque.

Mix Up est une marque qui à pour but de plaire aux jeunes adultes. Surtoût ceux qui ont gardé leur esprit enfantin et joyeux. Un personnage joyeux semblait s'imposer. En m'inspirant d'un style de dessin connu j'ai commencé par esquisser les traits du personnage sur Tablette.



Logo

Après l'avoir mit au propre sur illustrator j'ai décidé de rajouter le nom de la marque ainsi que le parfum de la canette. Ce logo est ccelui de la bière "originale" qui n'est pas destiné à la production, pas au lancement de la marque en tout cas.

Typographie

Pour rester dans l'ADN de la marque j'ai préféré utiliser des typographies sans sérif et grasses.

Pour le nom de la marque, je me suis dirigé vers la typographie "Titan One" qui propose des lettres qui donnent un aspect moins formel et sérieux que d'autres.

Pour le goût, j'ai choisi d'utiliser une typographie qui ressemble quelques peu à la "impact" , la "Kanopi Brazil".

Pour finir, j'ai utilisé une troisième police pour certains textes placés dans l'étiquette, la "Coco Sharp".

Titan One

KANOPI BRAZIL

Coco Sharp

Couleurs

Mix Up propose 4 variétés de bières.

Celle à la Grenadine, celle à la violette, celle à la pêche et celle à l'érable. il me faut donc 4 couleurs dominantes.

Chacune de ces couleurs est accompagnée de deux variantes (une plus sombre et une plus claire) ainsi que d'un motif que l'on retrouvera sur la canette qui y est associée



Grenadine

#e52a1f



Violette

#b80e80



Pêche

#e9b140



Érable

#e9b140

100% NATURAL AND BIO



Mix up

GRENADINE

100% NATURAL AND BIO



Mix up

VIOLETTE

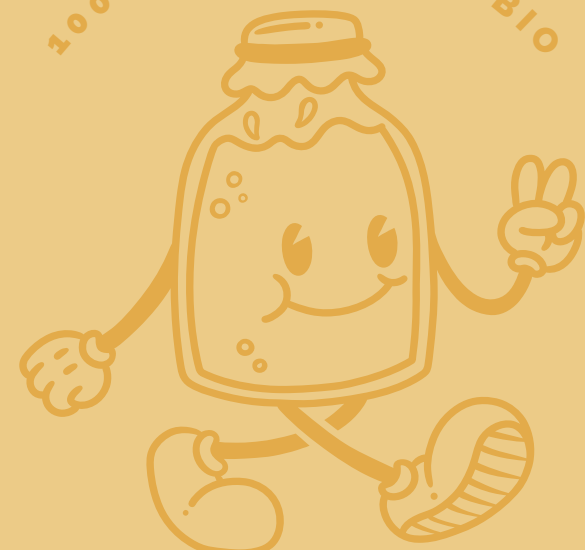
100% NATURAL AND BIO



Mix up

PECHE

100% NATURAL AND BIO



Mix up

ERABLE

Goûts

Logo colourways for Client Name

La grenadine et la pêche sont car ces sirops sont appréciés par une grosse partie de la popularité, et il n'est pas rare de les voir mélangés à une bière blonde dans les terrasses de bar.

La violette et la pêche sont cultivables en Corse, cela vient appuyer la démarche bio et naturelle de la marque. L'érable et la violettes sont là pour apporter un peu d'originalité à la gamme.



Étiquette

Avant tout, je tiens à préciser que ma bière sera vendue en canette. Il faut changer l'image que les gesn ont de la bière en canette. De plus, les canettes refroidissent beaucoup plus vite que les bouteilles en verre, utile lors d'une soirée.

Mon étiquette fait le tour complet de la cannete, en sachant qu'une canette classique de 33 cl mesure 50 mm de diamètre et 115 mm de hauteur, j'ai décidé que mon étiquette ferait 120 mm (en considérant la courbure de la canette) de longueur et 100 mm de hauteur. Je tiens à préciser que pour un particulier, il est difficile d'avoir accès aux dimensions standards d'une étiquette de canette.

Communication

Il est important de savoir à qui l'on veut vendre sa bière, c'est pour cela que l'on porte une réflexion sur l'identification de personnes. J'en ai identifié deux.

Le premier est un(e) jeune adulte qui a entre 18 et 30 ans, vivant en France et appréciant les alcools sucrés et fruités. Cette cible consomme de la bière principalement en soirée.

Le deuxième persona, le moins acquis et le plus à conquérir est composé par les autres consommateurs de bière, ceux qui préfèrent les bières « basiques » sans aromatisation. Ils sont généralement âgés de 30 à 60 ans.



Merci
d'avoir prit le temps de lire

Réalisé avec Indesign 2023