

10조

2018-2 그래픽 디자인
파스퇴르 CIP

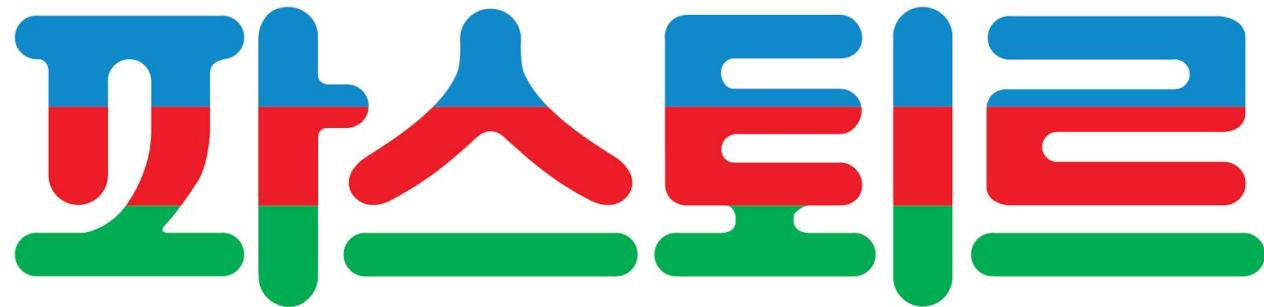
도은혜 도형경 장윤석 최윤석

목차

- 1 파스퇴르 기업분석
 소개
- 2 문제점
- 3 CIP 전략
 발전과정 / Keywords / Slogan / Mood Board
- 4 완성 CIP
 Progress / New Identity
- 5 Application
 Business Card / Letterhead Memo Postcard / Envelopes
 Milk / Yogurt / Eco Bag / Mug / Sign

01

파스퇴르 기업분석
소개



“건강한 저온살균 우유”

브랜드 철학: 최고 품질의 원유를 소비자에게 공급한다.



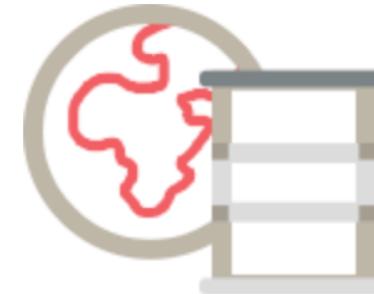
우리나라 최초의 저온살균 우유



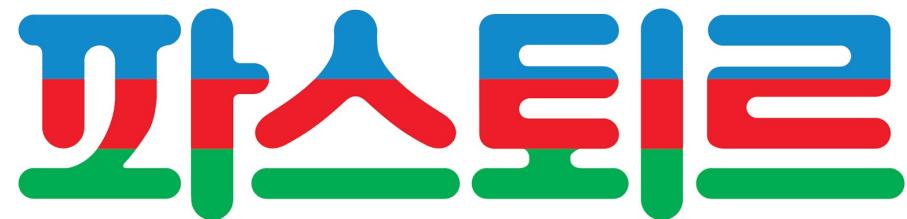
엄마가 안심하고 먹이는 이유식



고객의 건강을 먼저 생각하는 파스퇴르 제품



세계가 사랑하는 파스퇴르



HEALTH & HAPPY (건강과 행복, 푸르게)

HUMAN (인간, 아름답게)

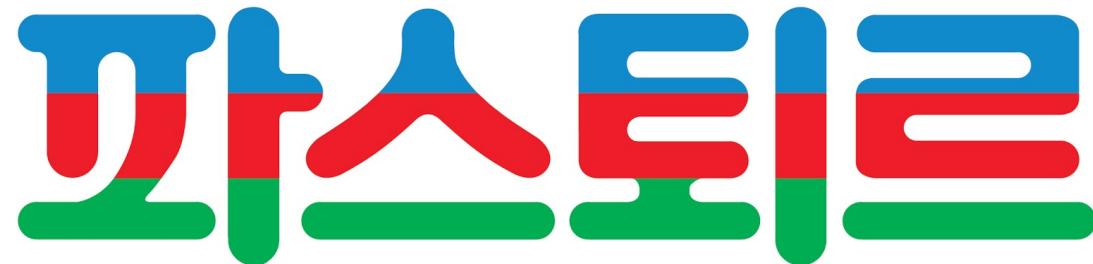
NATURE (자연, 깨끗하게)

파스퇴르의 삼색: 우리나라 전통적인 관념상 완전수, 천지인의 원리

깨끗한 자연 속 청결한 원료 + 첨단과학과 정성 = 건강 사회 건설

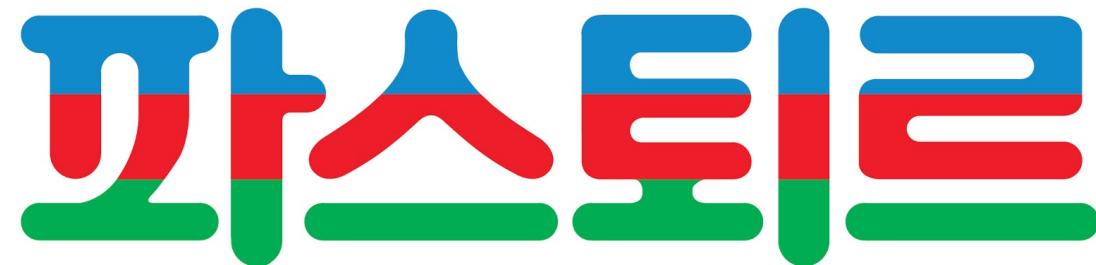
02

문제점



구식 외형/약화된 상징성

한글 타이포그래피를 컬러로 3등분하여 적용하고 있는 현재 로고는 유제품 사업과 유추하기 힘들어 **상징성이 떨어지고** 오래된 듯한 느낌의 기업 이미지를 보여준다. 로고전반에서 느껴지는 분위기는 현대적인 것이 아니라 **옛 느낌**을 주고 있다. 이는 의도된 느낌이기 보다 시대에 맞춰 변화를 주지 않은 분위기를 뛴다.



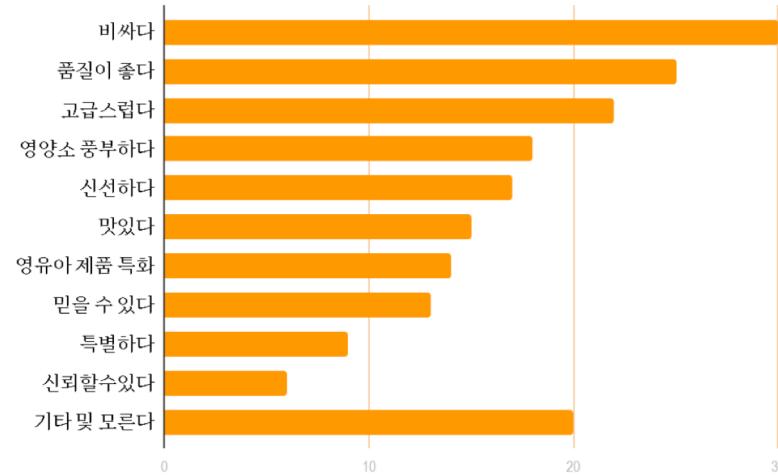
국제성 부족

현재 파스퇴르는 한글 워드마크와 함께 우리나라 전통적 관념상 완전수를 택한 3색을 사용하고 있는데, 이는 국제무대에서 파스퇴르의 아이덴티티를 정확히 표현하지 못하며 기호성이 떨어지는 로고를 갖고 있다.

흰 우유 가격비교

순위	브랜드	1팩당 가격	100ml당 가격
1위	남양유업	2,420원	242원
2위	덴마크우유	2,220원	247원
3위	서울우유	2,600원	260원
4위	미우기우유	2,200원	221원
5위	파스퇴르	3,090원	332원

*가격비교사이트 나나와 / 2018.03.28 기준



품질, 가격 대비 저렴한 이미지

현재 파스퇴르 기업은 우유시장에서 ‘저온살균공법’을 고집하고 있기에 타사 우유에 비해 높은 가격이 책정되고 있다. 하지만 ‘저온살균공법’을 프리미엄화 시키지 못하고 이를 기업 이미지에 담아내지 못하고 있다. 기존 워드마크 로고와 CI로는 소비자들이 우유 가격이 높은 이유를 납득하기 어려울 것이며 신뢰성, 프리미엄 이미지를 더욱 높여야 한다.



제품군 일관성 부족

현재 시장에 판매되고 있는 파스퇴르의 제품을 둘러보면 그들이 공통적으로 갖고 있는 파스퇴르의 아이덴티티를 찾기 어려우며 같은 브랜드로부터 나온 제품임을 확인하기 힘들다. 이는 파스퇴르의 CI가 확립되지 않아 제품군별로 일관성이 없다고 볼 수 있다.

파스퇴르

구식외형
제품군 일관성 부족
품질, 가격대비 저렴한 이미지
떨어지는 국제성



현대적인 프리미엄 이미지

유제품사를 대표하는 상징적인 기업

신뢰할 수 있는 기업

세계화를 위한 영문 워드마크

불투명한 CI

뚜렷한 CI



03

CIP 전략

Concept / Keywords / Mood Board



품격있는 소비자의 확실한 선택

Premium

Target Customer

Trustworthy Pasteur



PREMIUM

최고 품질을 자랑하는 신선한
파스퇴르의 느낌을 살리기 위한
전략으로 프리미엄화 리뉴얼



TRUSTWORTHY

‘저온살균공법’의 품질적인 면과
그에 상응하는 가격으로 거품없이
오직 원유 그대로의 영양을 전달하는
소비자에게 솔직하고 믿음직한 기업



TARGETING

기존 주 고객층인 자녀를 둔 부모
뿐만 아니라 다양한 연령층의
남녀노소가 쉽게 다가갈 수 있는
친근한 유제품 브랜드

GLOBALIZATION

기존 ‘파스퇴르’ 로고의 한글 타입의 한계를
극복하고 국제시장에서 첫걸음을
디딜 수 있는 변화를 주는 기업

03

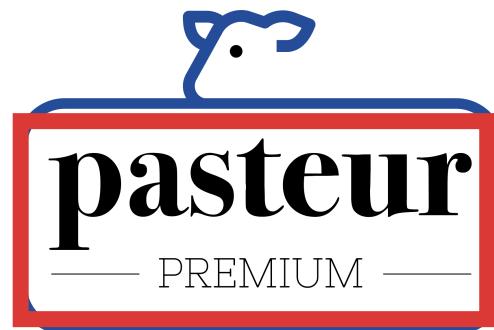
Mood Board



04

완성 CIP

Progress / New Identity / Application

1st Sketch**2nd Sketch****Idea 도출**

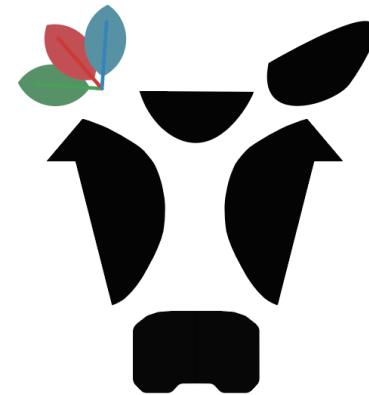
브랜드 소문자
슬로건 대문자

소머리심벌

가독성 있는
스크립트체



pasteur
premium



pasteur



Pasteur
Premium



pasteur
PREMIUM





Typeface

Petit Formal Script

COPPERPLATE

Color Pasteur Blue



HEX #4689C8

C72 M38

R70 G137 B200



Freshness / Nutritious

우유의 신선함, 좋은 품질, 좋은 영양분을
먹고 자란 소를 머리의 **형상화**와 함께 **나뭇잎**을
negative space로 활용하여 중의적인 의미를 줄 수 있다.

Customer Friendly

기업이미지가 약했던 전 로고와 달리 **정체성이 강화된**
새 로고는 소비자들이 기업의 사업을 쉽게 알아채고 다가갈 수 있다.
심플하지만 확실한 새로운 로고를 통해 기존의 주 고객층인 자녀를 둔
부모를 포함하여 색다른 연령의 고객층을 확보할 수 있다.

기호성 강화

모두가 공감하는 의미를 가진 대표적인 형상을 이용하여
즉각적인 커뮤니케이션이 가능하도록 한 심벌이다.

정체성 강화

젖소 머리를 형상화하여 유제품 브랜드의 특성을
더욱 강화하고 기업 목적을 명확하게 한다.



Cow

전체적으로 보았을 때 소의 머리를 형상화 시키는 심벌을 제작했다.

Negative Space

신선함과 풍부한 영양, 갓 나온 우유를 상징하는 나뭇잎의 형태를
컬러나 다른 위치에 두지 않고 소 얼룩의 안에 negative space로
배치하여 ‘신선한 소’의 의미를 조화롭게 부여했다.

Asymmetry

대칭으로 할 수도 있었던 머리모양을 좌우 비대칭으로 만들어 신선함,
영양소를 상징하는 나뭇잎의 자연스러운 조화를 돋고 시각적으로
재미있는 형태를 제작했다.

Black & White

기존의 파스퇴르 3색을 버리고 단순한 검정색/흰색을 사용하여
심플하면서도 확실한 의미를 주는 형상을 제작했다.



Pasteur

기존의 한글 타이포그래피가 아닌 영문 워드마크로 바꾸어 국제시장 진출에 가능성을 열어두었다. 또한 고급스러우면서도 절제된 스크립트체를 사용하여 파스퇴르가 추구하는 기업문화와 정체성을 뚜렷하게 했다. 프리미엄, 고급 브랜드 이미지를 표현하는 타입페이스 선정과 함께 소문자를 사용하여 가독성을 높였다.

Premium word

추상적인 개념인 '프리미엄'을 대문자 사용과 파스퇴르 블루 색을 이용하여 강조함과 동시에 워드마크의 크기보다 작게 하여 기업이름을 침해하지 않는 선에서 디자인 하였다.

Premium Color

신뢰, 믿음을 나타내는 파스퇴르 블루컬러를 프리미엄 슬로건에 사용하여 의미를 강조함과 동시에 스크립트체와 조화롭게 어울리는 서체를 사용하여 전체적인 기업 이미지를 극대화 시킨다.



PREMIUM

서체의 조화로움이 보여지는 워드마크와 B&W로 이루어진 심볼마크의 결합으로 이전 로고에 비해 고급스러운 이미지를 완성하였으며 나뭇잎의 형태가 신선함을 표현하고 있다.



GLOBALIZATION

영문 워드마크와 슬로건을 사용하여 국제시장의 도약을 위한 변화를 주었으며 가독성을 높이고 슬로건과의 대비를 뚜렷하게 주기 위해 소문자-대문자 조합을 이용하였다.



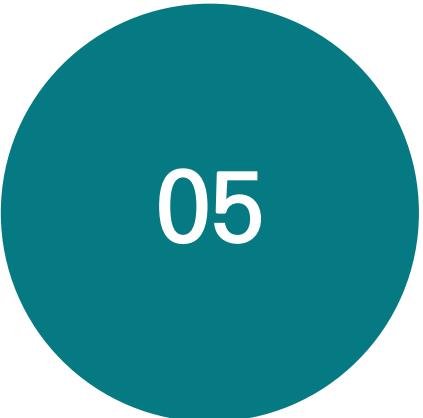
TARGETING

소형상의 심볼마크는 고객들에게 친근하게 다가갈 수 있고 남녀노소를 모두가 공감할 수 있는 의미를 내포함으로서 자녀를 둔 부모와 더불어 다른 연령의 고객층을 확보할 수 있는 디자인이다.



TRUSTWORTHY

절제된 스크립트체와 파스퇴르 blue 색을 이용한 프리미엄 슬로건을 통해 신뢰, 믿음, 신선함을 동시에 표현하고 있다.



05

Application

Business Card / Letterhead Memo Postcard / Envelopes
Milk / Yogurt / Eco Bag / Mug / Sign



Marketing Dept.

Do, Yun Seok

Pasteur Co. Ltd.

3F Milk Building, Paldal-Gu
Tel 0312158272 Fax 0312158282
Mobile 01072677262
Email dmmsgo96@ajou.ac.kr

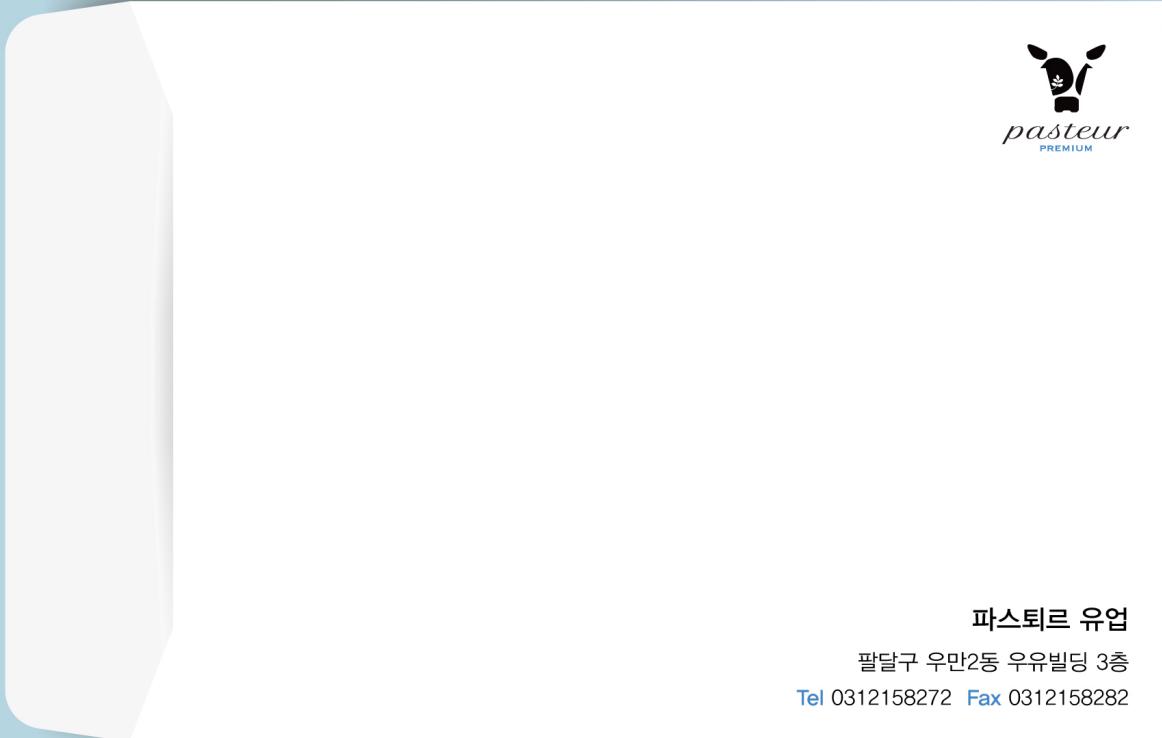




파스퇴르 유업

팔달구 우만2동 우유빌딩 3층

Tel 0312158272 Fax 0312158282















THANK YOU!