

სტუდენტი: ნინი ცხოვრებაშვილი
ლექტორი: თამარიკო ლომიჭაშვილი
მოდული:ესთეტიკა

1.ბრენდის კონცეფცია

სახელი: **Red Wine**

ქართული აღნიშვნა: წითელი ღვინო



პროდუქტის კონცეფცია ეფუძნება კლასიკურ ელევანტურობასა და გრადიციულ მეღვინეობას. იღება არის ბუნებასთან კავშირი, ხარისხი და სიმყუდროვე – ისეთი ღვინო, რომელიც ასოცირდება მზიან ვენახთან, სითბოსთან და დახვეწილ გემოსთან.

„ბუნების სიღრმე თითოეულ ყლუპში“

2. სამიზნე აუდიტორია

- 25+ ასაკის მომხმარებელი
- ადამიანები, რომლებიც აფასებენ ხარისხიან, კლასიკურ პროდუქტს
- სასაჩუქრე სეგმენტი
- რესტორნები და ღვინის ბარები

3. ფერების პალიტრა 🎨

პროდუქტის ვიზუალური იდენტობა აგებულია თბილ და მდიდარ ტონებზე:

- ღრმა ბორდო – ღვინის სიმდიდრე და სიღრმე
- ოქროსფერი – პრემიუმ ხარისხი
- კრემისფერი / ბეჟი – ელეგანტური სისუფთავე
- მუქი ყავისფერი – მიწა, ტრადიცია, სტაბილურობა

ეს კომბინაცია ქმნის პრემიუმ, თბილ და ბუნებრივ შთაბეჭდილებას.

4. ლოგო და ტიპოგრაფია

- სერიფული (Serif) შრიფტი – კლასიკური და დახვეწილი სტილი
- ოქროსფერი ემბლემა ყურძნის ან ვაშლის ელემენტით
- მთავარი სახელწოდება დიდი ზომით
- ქვემოთ ქართულად – „წითელი ღვინო“

ლოგოს სტილი – მინიმალისტური, მაგრამ პრესტიჟული.

5. შეფუთვის დიზაინი

- მუქი მინის ბოთლი
- მაგოვი ეტიკეტი
- ოქროსფერი ფოლგა ყელზე
- მინიმალური, სუფთა კომპოზიცია

დიზაინი არ არის გადატვირთული — აქცენტი კეთდება ხარისხზე და ელეგანტურობაზე.

6. ბრენდის ხასიათი

- კლასიკური
- დახვეწილი
- თბილი
- ტრადიციული
- ნდობის მომგვრელი

7. მარკეტინგული იდეა

სლოგანები:

- „ღროის გემო“
- „გემო, რომელიც ისტორიას ჰყვება“
- „ქართული ტრადიცია ერთ ბოთლში“