
ბრენდის კონცეფცია

სტუდენტი: მარიამ ივანიძე

ლექტორი: თამრიკო ლომიტაშვილი

მოდული: ესთეტიკა



FLUX

The Wine in Motion

პოსტერის მთავარი იდეა:

პოსტერი არ ყიდის უბრალოდ ღვინოს —
ის ყიდის მოძრაობას, ემოციას და სიღრმეს.

“FLUX” წარმოადგენს მუდმივ ცვლილებას:

დრო → გემო → შეგრძნება



ვიზუალური კონცეფცია

ფონი:

ღრმა შავი ან მუქი ბორდო

რბილი ჩრდილები, თითქოს ღვინო სიბნელიდან „ჩნდება“

ცენტრალური ელემენტი:

FLUX-ის ბოთლი ცენტრში

ეტიკეტზე ოქროსფერი აბსტრაქტული ლოგო

ბოთლი ნაწილობრივ განათებული — კონტრასტული სინათლით

დამატებითი გრაფიკა:

ძალიან თხელი, ოქროსფერი ტალღოვანი ხაზი

(ლოგოს შიდა მოძრაობის გაგრძელება)

ხაზი თითქოს გადის ბოთლიდან და ქრება სივრცეში

ტექსტური კომპოზიცია

ზედა ნაწილი (მცირე ტექსტი)

“RED WINE | LIMITED SELECTION”

ცენტრალური სათაური (დიდი, მინიმალისტური)

“FLUX”

ქვესათაური:

“The Wine in Motion”

აღწერა (ძალიან მოკლე)

Not static.

Not ordinary.

A moment that flows.

ან ალტერნატივა:

Wine is not a state.

It's a movement.

შრიფტი

მთავარი სათაური: მაღალი კონტრასტის Serif (პრემიუმ ეფექტი)

დამხმარე ტექსტი: თხელი Sans-serif

ბევრი „ჰაერი“ ტექსტსა და ელემენტებს შორის

გამოყენება

ეს პოსტერი იდეალურია:

- * ღვინის ბარებისთვის
- * რესტორნებისთვის
- * სოციალური მედიის კამპანიისთვის
- * ვიტრინის დეკორისთვის
- * ბრენდის პრეზენტაციისთვის

ემოცია, რომელიც პოსტერმა უნდა დატოვოს:

* სიმშვიდე

* ინტერესის გაღვივება

* სურვილი, „დააგემოვნო მოძრაობა“

