

ACEX
drive

LOGOFOLIO

COSMES CLINIC®

клиника эстетической медицины



Концепция логотипа построена на ассоциациях: образ полумесяца и лик девушки, выглядывающей из-за буквы «о». Акцент на сторителлинг и в качестве визуализации рода деятельности клиники. Шрифт нейминга отрисован вручную, имеет мягкие закругления, свойственные формам и футуристическим объектам. Color storytelling проекта: космические просторы галактики / белоснежная пенка — знак чистоты.



CAN
DLE
HARMONY



Аутентичный и графичный логотип бренда соевых свечей. Необходимо было создать монограмму из двух слов нейминга, объединив ее в элегантный знак. Шрифт нейминга должен был быть необычным, футуристичным, дерзким, но утонченным. Для визуальной аутентификации уюта, буквы А и L в нейминге CANDLE соединены, и образуют силуэт проекции дома (крыша и стена).



EVLN

НА ВОЛНЕ КОМФОРТА



В магазине EVLN можно приобрести одежду для отдыха и путешествий: купальники, костюмы, пляжную одежду и др. В концепции визуализирована идея «одежда для комфортного отдыха». Аббревиатуры символизируют собой слова Easy | Value | Life | Nice. В силуэт буквы «L» лаконично добавлен элемент волны. Капли воды в форме круга (море / океан), одновременно напоминающие лучики солнца – ассоциация с отпуском.



drevo.eco
paint on wood



drevo.eco

paint on wood

Атмосферный логотип для компании по производству экологичной краски по дереву. Фирменный знак, он же – торговая марка для брендингования банок. Концепция логотипа: в форму прямоугольника (план строительства) лаконично добавлены линии (текстура листика) и кружок (окно дома / капля росы). Гарнитуры шрифтов подобраны по принципу контраста: округлый нейминг, и аутентичный рукописный дескриптор.



AVETYAN

men's accessories



Брутальный и лаконичный логотип бренда аксессуаров для мужчин. Концепция: монограмма инициалов владельца (Musheh Avetyan) в центре круга, который олицетворяет собой «циферблат часов» или «подвеску / перстень» — главные атрибуты стильного мужского гардероба.

umbera

аксессуары для непогоды



Задача: создать однозвучный слову «umbrella» нейминг и интересный дескриптор (т.к. на рынке уже был подобный проект). Логотип необходимо было наполнить смыслом, отражающим сферу деятельности бренда: аксессуары для непогоды. Реализация: нейминг был отрисован мягким шрифтом (плавным, как стекающие капли дождя) / буква «b» – это образ двух зонтов / буква «r» – ручка зонта (umbrella).



MON CLASSIC



Идея логотипа: соединить силуэт кондитерского венчика (акцент на деятельности) с образом сердечка (эмоциональная связь с потребителями, любовь к своему делу). Эстетика логотипа построена на создании образа «французской кондитерской»: легкой, нежной, весенней, а элементы «сердечек» невольно ассоциируются с главным городом любви. Листик в нейминге – акцент на продукте, сделанном в домашних условиях.

FIRENIX

custom backpacks



Бренд изготавливает высококачественные кастомные рюкзаки из натуральной кожи, позволяющие выразить собственную индивидуальность. Для поддержания позиционирования и бренд-стратегии фирменным знаком марки был выбран стилистический образ птицы феникс (так как это уникальная птица — единственная и неповторимая, всего в одном экземпляре). Нейминг создан из двух слов «fige» и «phoenix».

СОН
В ОБЛАКАХ



Мастерская по пошиву постельного белья премиум-класса. Идеология бренда: забота о здоровье и комфорте, эстетическое наслаждение. В концепции элемент стилизованного бутона хлопка символизирует собой «корону». Также – монограмма буквы «с» и «о», закрученная по спирали. Нейминг «СОН» – отрисовка заглавных букв, с добавлением элемента «нитки», которая является еще и частью буквы «Н».





«Эхо природы» – дословное позиционирование бренда натуральной косметики. Концепция построена на ценностях компании, которая создает не просто хорошие средства по уходу за кожей, а фанатично заботится о том, чтобы компоненты каждого продукта были не просто аналогом, а эхом природы.



LUMOS



Предыстория: заказчица (фанатка фильмов про Гарри Поттера) для своей маникюрной студии хотела необычный, магический логотип. Нейминг «lumos», дословно «заклинание света», создается «Л» -м движением волшебной палочки, рассекающим буквы. Именно этот прием было решено использовать в дизайне. Цветовая гамма проекта выбрана под оттенок учебной формы факультета Slytherin.



ASTARTÉ
CREATIONS



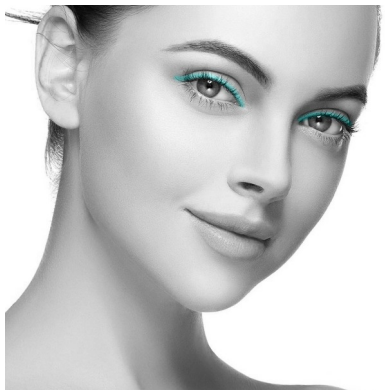
Astarte Creations (Швейцарский бренд) по производству украшений из золота 18-ти карат. Фирменный оттенок – пурпурный, так как с ним связана история региона и мифология о богини Астарте. Редизайн: в элемент «цветок» была внесена легкость в виде тонкого «овала» (образы браслетов / цепочек) и «круга» (кольца). Для гармонии с цветочной тематикой, в буквы «А» добавлены акценты, напоминающие «стебли».

DAVINI



Нейминг должен был звучать стильно и статусно, быть «на уровне» со знаменитыми марками мужской одежды. Стиль логотипа – лаконичным и брутальным. Шрифт читаемым, а образ – целостным. Помимо логотипа была разработана имиджевая полиграфия для функционирования магазина.

LAZUR'



В концепции предложен образ «spa на Мальдивах». Отличный прием, работающий на сознание: формируются ассоциации с роскошным курортом, ухоженными девушками, лазурным берегом. Для поддержания стилистики в логотип добавлен элемент «волны». Для фонетического смягчения согласной буквы «R», добавлен апостроф «'». Логотип удобен для прочтения и легко запоминается.

Сырный
ЛАРЧИК

estd.



2017

Сыры ручной работы, достойные Вашего стола!



Концепция логотипа: лаконичный и атмосферный визуальный образ. Гарнитура шрифтов подобрана контрастная: рукописный и антиква. Центральный элемент логотипа - вкусный сыр. Год создания бренда «Сырный Ларчик» - элемент доверия для покупателей. Эстетика логотипа создает особую атмосферу, свойственную крафтовым продуктам из частных сыроварен.



Vabé
COSMETICS



Косметическая марка Vabé Cosmetics – товарный знак, прошедший регистрацию в Роспатенте как уникальная крафтовая косметика. Редизайн логотипа сделал знак более лаконичным. Необходимо было акцентировать внимание на двух аспектах: внести в дизайн этнические нотки Африки, а упаковку сделать экологичной, тем самым продемонстрировав покупателям любовь бренда к экологии, натуральности и разумному потреблению. Была выбрана тара из темного стекла с фурнитурой из дерева.

OZAT
OPTICS



Был разработан концепт модного салона очков (для коррекции зрения и солнцезащитных). Логотип должен был стать торговой маркой, легко считываться и содержать в себе смысл концепта. Итоговый вариант представляет круг из линз разной толщины, как акцент на ассортименте салона. Стиль нейминга строгий и лаконичный. Также к неймингу были предложены слоганы: «четкость во всем» (ассоциация с оптикой / качественным сервисом от диагностики до помощи в подборе очков), и «перезагрузка вашего зрения» (так как круг из линз в логотипе визуально похож на процесс загрузки).



NORTHERN
• cozy home decor •



Данный логотип был создан для компании «уютных товаров для дома». Бренд позиционирует идею, что окружающие вещи в декоре способны преобразить интерьер и расслабить разум. Целостный образ философия стиля хюгге: эстетика Скандинавии (силуэт оленя) и аутентичный шрифт нейминга.





«Зубастый» логотип для дайвинг-клуба FAST.
Фирменный знак – стилизованная под силуэт акулы
буква «F». Драйв, глубина, адреналин –
эмоциональная окраска бренда.



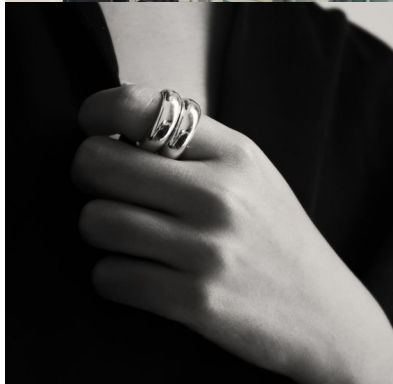
FILAPPA JORY



Логотип-монограмма по мотивам инициалов заказчицы. Сфера деятельности: утонченный экодизайн интерьеров премиум-сегмента. Для усиления графического эффекта фирменная монограмма была намеренно деформирована, а буквы лаконично соединены в форме инженерного плана. Чисто, утонченно и изящно.



SANNETA



В логотипе соединены буква «S» и «вешалка» (как ассоциация с гардеробом). Концепция объединяет идею «природы / натуральности» и «бренда одежды» воедино, аккуратно и лаконично. По желанию заказчицы были добавлены два листочка: по Фэн-шуй «2» обеспечивает гармонию энергий Инь и Ян, которая необходима для создания жизни. Оттенок темно-розового с черным облагораживает бренд, делая его премиальным.



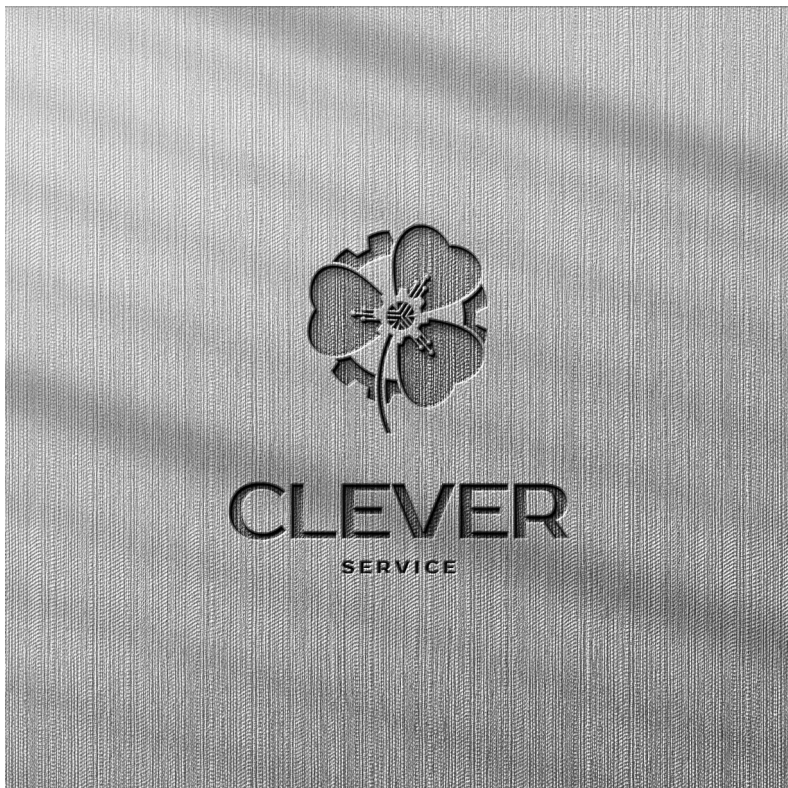
АНГАРА

СТРОИТЕЛЬСТВО & ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Минималистичный логотип для строительной компании «Ангара», специализирующейся на постройке загородных домов. Создан в стилистике «экоскандинавии». Основной смысловой посыл всей концепции акцентирован на элементе силуэта дома (он же – стилизованная буква «А»). Для графичности добавлены линии, будто прочерченные архитектором при проектировании.



CLEVER
SERVICE



Логотип компании «КЛЕВЕР СЕРВИС»: доработка пищевого оборудования на заводах, установка систем безопасности и технологическое сопровождение. В логотипе нужно было задействовать ТРИЛИСТНИК (именно 3 листа, а не 4, т.к. работа не на удачу) и шестерню. Логотип должен быть символичным и легким в прочтении для технарей. Также был добавлены элементы линий электропередачи.

Pro TRADITION



Pro TRADITION



Онлайн-школа старинных ремесел. Концепция: круг — символ единства, гармонии, в котором соединены образы ягод клюквы. Ягодки с короной — «созревшие», означают, что программа школы подходит и профессионалам, и новичкам («несозревшие»). Клюквы с коронами символизируют четыре стороны света: обучение в любой точке мира. Все эти элементы гармонично образуют орнамент рисунка в славянской стилистике.

COSMES CLINIC®
клиника эстетической дерматологии



**CAN
DLE**
HARMONY

EVLN
НА ВОДНЕ КОМФОРТА

drevo.eco
paint on wood



AVETYAN
men's accessories

Vabé
COSMETICS

MON CLASSIC

umbera
аксессуары для беременных

COH
В ОБАКАН

CLEVER
SERVICE

FIRENIX
custom backpacks

LUMOS

SANNETA

OZAT
OPTICS

NORTHERN
with love from

FAST

FILAPPA JORY

АНГАРА
ОБРАЗОВАНИЕ & ПРОЕКТИРОВАНИЕ

DAVINI

echo
of nature

LAZUR'

**Высший
ЛАРЧИК**
old 2017
Самый лучший подарок. Самый лучший подарок.

ASTARTÉ
CREATIONS

Pro TRADITION