



ספר פרויקט גמר

מגמת עיצוב גרפי

נעמי קוקוסה
קיץ תשע"ב

לבורא העולם,
 אמן האינסוף, שמחיה
 בכל רגע את יצירותינו
 ועולמו הנפלא, על אנשיו
 מהווה בשבילי
 מקור השראה בלתי נדלה...
 להורי היקרים,
 אשר תמכו, השקיעו
 והיו בבחינת המלאך
 שאומר לי: "גדל"
 לרכזת הסמינר, המו' מלכה
 על השקעה בלי לומר די
 שנתמקצע הכי שאפשר.
 למורת', שרה דויטש
 על הסיוע, ההכוונה
 והאמון שיום אחד
 עוד אהיה מעצבת...
 לחברותי למגמה,
 שהיו מקור לעידוד, לצחוק
 ולחוויות בלתי נשכחות...

תודה!

- מבוא 4
- סקירת שוק 7
- תחקיר 10
- מקורות השראה 13
- קונספט רעיוני 16
- תהליך בניית הלוגו 18
- קונספט עיצובי 20
- סיכום 22

לוקולד הוא לא רק אומנות של הכנת פרלינים עדינים או ערבובים סודיים של שפים צרפתיים. שוקולד, אולי יותר מכל מאכל אחר, קשור לאספקטים שונים בחיים שלנו, לרגשות ולתחושות שלפעמים הם כל כך מנוגדים זה לזה: מצד אחד הוא המתנה הכי רומנטית ואישית, מצד שני הוא חומר גלם שנסחר בבורסה.

הוא נמכר כתכשיט בחנויות מעודנות ויוקרתיות, אבל הוא המאנצ'יז הכי ממכר שיש שמונח על המדף בכל קיוסק. טועמים אותו כמו יין עדין, אבל הכי אוהבים לאכול אותו בכיף, לשפוך אותו, לטבול וללקק את האצבעות.

1/3 מה לוקולד?

שוקולד הוא ממתק העשוי מזרעים מותססים של עץ הקקאו הטרופי *Theobroma cacao* "תאבורמה" ביוונית ('מזון האלים'). השוקולד הוא שילוב של מוצקי קקאו ומרכיבים נוספים - השוקולד גורם לשיחרור אנדורפינים

במוח, ועל ידי כך משרה תחושה טובה, ויש אף האומרים שממכר.

ישנם שלושה זנים של עצי קקאו אשר בפוליהם משתמשים לצורך הכנת שוקולד:

הזן הראשון, היקר, הנדיר והמבוקש הוא הקרילו, המשמש כ-10% מתעשיית השוקולד. לפולים של עץ זה טעם פחות מריר משל הזנים האחרים. כמו"כ טעמו ארומטי יותר. הזן השני- פורסטרו, הוא הפורה ביותר, בו משתמשים ב-80% מתעשיית השוקולד, ואילו ה-10% הנותרים הם מזן המכונה טריניטריו שהוא הכלאה של שני הזנים האחרים.

בעל מקצוע העובד עם שוקולד ומייצר פרלינים ומוצרי שוקולד נקרא "שוקולטייר" (מצרפתית: *Chocolatier*)

הלוקולד הוא?

בני המאיה היו כפי הנראה הראשונים שהשתמשו בפולי עץ הקקאו למאכל. הם היו מכינים משקה מר (ללא תוספת

סוכר) בשם "צ'וקואטל" שהוכן מפולי קקאו טחונים, לעתים בתוספת פלפל צ'ילי חריף, וניל ופימנטו. משקה זה שימש כמשקה מעורר ונחשב לתרופה למחלות שונות.

עבור האירופאים משקה מר זה היה בבחינת "טעם נרכש", הראשון שהביא את הקקאו לאירופה היה 'הרנאן קורטז' שלקח איתו פולי קקאו בחזרה לספרד כמתנה למלך קרלוס הראשון לאחר שהבחין שהמקומיים מתייחסים לפולים אלו כבעלי ערך רב. אולם רק קרוב למאה שנים לאחר מכן, מגלה הארצות 'הרננדו דה סוטו' הכיר לאירופאים את פרי עץ הקקאו באופן מעמיק יותר. המשלוח הראשון המתועד של פולי קקאו לאירופה היה בשנת 1585. בשלב זה עדיין שימשו פולי הקקאו למשקה בלבד, אלא שהאירופאים החליפו את הצ'ילי בסוכר שהמתיק את המשקה המר. באותה עת נחשב משקה הקקאו למצרף מותרות בקרב האירופאים.

בשנת 1828, הולנדי בשם 'קונרד ון הוטן' המציא שיטה להוציא את השומן מתוך פולי הקקאו וליצור אבקת קקאו וחממת קקאו. תהליך זה אפשר את יצור טבליות השוקולד המודרניות. ככל הידוע, האנגלי 'ג'וזף פריי' ב-1847 היה הראשון שיצר שוקולד למאכל. 'דניאל פטר', יצרן דברי מתיקה שווייצרי החל לערוך ניסויים בהוספת חלב אל תוך השוקולד. ב-1875 הוא שיווק את שוקולד החלב הראשון, לאחר שנעזר בפיתוח תהליך יצירת אבקת החלב של 'הנרי נסטלה'. 'רודולף לינט' השווייצרי המציא את תהליך החימום והערבול של התערובת שאיפשר יצירת מרקם חלק ואחיד של ממתק השוקולד.

היזם

{ השוקולד כחומר ממריץ

השוקולד מכיל חומר בשם תאבורמין וכמויות קטנות של אנאנדמיד שהוא מולך עיצבי כמו גם קפאין וטריפטופן. לכן ידוע כחומר ממריץ מאוד ומעורר.

{ השפעות נוספות

במחקר שנערך לאחרונה, נמצא כי

האלקלואיד תאבורמין שבשוקולד מסוגל להקל על שיעול עיקש. במחקר אחר נמצא גם כי צריכת כמות קטנה של שוקולד בכל יום, עשויה להפחית במידה ניכרת את הסיכון ללקות בשבץ מוחי והתקף לב.

פיליפ לוקולד

פרלינים הם ממתקי שוקולד בציפוי שוקולד העשויים בתבנית או בטבילה ידנית. ובתוכם מלית, לרוב על בסיס שוקולד ושמנת או חמאה עם תוספות טעם שונות כגון מחיות פרי או אגוזים, תבלינים, קרמל ועוד...

לוקולד הוא?

האם אי פעם תהיתם איך אנשים פיתחו את הרגל נתינת שוקולד במתנה בכל הזדמנות? לרגל יום הולדת, אירוסין, לידה, או פשוט לומר "תודה" או "אני חושב עליך". רבים פתרו את בעיית בחירת המתנה המושלמת, על ידי מתן





מארז שוקולדים: ליה



הסניף בקניון רוטשילד: ראשון לציון



הסניף בדיונגוף סנטר: תל אביב



ליה Lia

חברת "ליה שוקולד גורמה", מייצרת את מוצריה במפעל שברשותה. ל"ליה" נוסחה ייחודית להכנת שוקולדים במבחר צבעים, טעמים וסגנונות בעבודת יד. תוך שימוש בחומרים האיכותיים ביותר על בסיס האהבה לתחום.

לחברה רשת חנויות, הנושאות אופי של דוכן בקניונים ברחבי הארץ: רמת השרון, תל אביב, ראשון לציון, הרצליה, חיפה ואשדוד. וכן סדנאות ליצירת והכנת מוצרי שוקולד.

בחנויות נמכרים מבחר שוקולדים אלגנטיים, פרלינים, טראפלים, טבלאות שוקולד ועוד. במארזים יוקרתיים. כמו"כ החברה מייצרת מארזים אישיים ומשקאות שוקולד, מוצרי השוקולד של "ליה" כשרים למהדרין.

סקירה כללית על החברה

כיום, שוקולד הינו תרבות בפני עצמה. ייצור שוקולדים איכותיים ופרלינים הינו שוק משגשג ולא רק בשנים האחרונות. חובבי שוקולד רבים החלו את המסחר בשוקולד ממטבחם הביתי וכיום עומדים בראש חברות ענק, הדגש הינו על חומרים איכותיים המיובאים ברובם מארצות אירופה, ועל תהליך ביתי המקנה לכל שוקולד יחס אישי. חלק מהחברות משווקות את מוצריהן לחנויות קטנות ולבוטיקים. וחלקן רק ברשת החנויות שברשותן.

בחרתי להרחיב על שלושת מותגים גדולים ומוכרים: ליה, דה קרינה ודוריס.

ירגיש טוב יותר. אבל היתה זו המלכה ויקטוריה אשר הפכה את נתנית השוקולד כמתנה מתבקשת. בתחילת שנות המאה ה-20 היא שלחה קופסאות של שוקולד לחייליה במלחמת הבורים כמתנה לשנה החדשה. נוהג זה אומץ על ידי אירופאים רבים. ולאחר מכן במדינות אחרות - כל אחד והמסורת שלו. בשנים האחרונות, משלוחי השוקולד הפכו פופולאריים מאד ונחשבים לאחד ממוצרי המזון הנצרכים ביותר בארצות הברית ובחלקים נרחבים של העולם.

חפיסת שוקולד פשוטה, או קופסא מלאה שוקולדים. אין דבר מתוק יותר מאשר להראות כמה אתה באמת מרגיש לאדם מיוחד בחיך, באמצעות משלוח של פרלינים משוקולד בלגי, סל של מגוון ריבועי שוקולד או סידור טראפלים ייחודי. המשמעות של לתת שוקולד במתנה נעוצה בימי קדם, כאשר האצטקים הציגו כוסות של תערובות השוקולד שלהם למלכים, נסיכים ולוחמים. השוקולד היה ידוע בזמנים עתיקים בתור שיקוי. הקיסר האצטקי 'מונטזומה' היה מפורסם בהרגלו לשתות כמה כוסות של שוקולד ביום כדי לקיים את בריאותו. זוהי הסיבה מדוע הפך פופולארי מאד באירופה, למרות שאז היה לשוקולד טעם מר. סיפור נוסף אף מספר על הרופאים הצרפתים שנתנו מרשמים של שוקולדים לרפא לב שבור ולשפר מצבי רוח.

במהלך השנים, שוקולדים הפכו ללהיט מיידי כמתנה לאירועים רבים, כאשר את/ה רק רוצה שמישהו/





דור'ס

חברת דור'ס הינה בוטיק שוקולד בבעלות נעמה ודורי וולשטיין אשר מכינים שוקולדים בעבודת יד בצפון הגליל. הבוטיק מתמחה בליקרים ובשוקולדים גורמה בהשראה אירופאית, המופקים על טהרת עבודת היד ומחומרי גלם טריים, איכותיים וטבעיים, הליקרים הביתיים והמשובחים מוצעים במגוון עשיר של טעמים, וגם השוקולדים האיכותיים של דור'ס מסופקים במגוון עשיר של סוגים וטעמים, כגון טראפלס ייחודיים בשלל מילויים, נגיעות שוקולד מתוקות ועוד הרבה הפתעות הניתנות לאריזה בשלל אריזות מעוצבות. מוצרי החברה נמכרים בבוטיק שבצפון וכן משווקים למיטב החנויות והעסקים המובחרים בארץ, כדוגמת דוכני מקס ברנר.



דה קרינה De karina

זה היא הגשמת חלום של איכות חיים וחלוציות. שם, החליטו להמשיך את המסורת המשפחתית ולפתוח שוקולטריה מיוחדת במינה. בדה קרינה ממשיכים מסורת זו, מייצרים שוקולדים טובים בעבודת יד, בקפדנות ומקצועיות, עם מסורת והשפעות דרום אמריקיות. ליד המפעל חנות המשווקת את המוצרים וכן 'חוות שוקולד' המייצר סדנאות ואטרקציות למבקרים באתר. החברה משווקת את מוצריה לחנויות ברחבי הארץ באריזות מעוצבות ואלגנטיות.



"דה קרינה" הינו מפעל בוטיק המייצר שוקולד הררי בעבודת יד. השוקולד מיוצר מהמרכיבים האיכותיים ביותר, פרי ניסיון העובר מדור לדור עם השפעות דרום אמריקיות. דה קרינה, בספרדית: "של קרינה" קרינה צ'פלינסקי, השוקולטריה-דור שלישי למשפחת יצרני שוקולד מארגנטינה. לפני קצת פחות ממאה שנה, סבא של קרינה ברח מאירופה והגיע לארגנטינה, שם המשיך במקצועו ופתח מפעל ביתי קטן, אשר עם השנים התפתח וגדל. אבא של קרינה המשיך לפתח את העסק המשפחתי, עד למפעל אשר העסיק יותר ממאה עובדים. הם אף פעם לא זנחו את שיטות הייצור הידניות אשר הסבא הביא מאירופה. קרינה ובעלה יחד עם ילדיהם עלו לארץ והקימו את ביתם בלב אזור הררי, שליו ורגוע, עין זיוון שבגולן. בשבילם



Petite Sweets

פטיט סוויטס, מתנות ושוקולדים בעיצוב אישי



מה האחים אמרו בה?

האחות: חיה יוסקוביץ
הבן: מיתוג חנות מתנות ושוקולדים.
האחים: פטיט סוויטס / Petite Sweets

'פטיט סוויטס' הינה חנות בוטיק בה אפשר למצוא מתנות ייחודיות המיובאות מחו"ל, בעיצוב עם מגוון שוקולדים ופרלינים משובחים.

גם היסטוריה

מנהלת החנות, גב' חיה יוסקוביץ, ילידת ארה"ב, פתחה את החנות בשנת 2001 בתחילה כמכירה ביתית בביתה ברח' הצבעוני 9 הממוקם ברובע ח' באשדוד. המכירה הציעה מגוון שוקולדים ופטיפורים משובחים ביתיים תוצרת ידיה, בשנת 2002 התפתחה המכירה הביתית לחנות שוקולדים ביתיים עם מתנות בעיצוב אישי, וזו למעשה החנות הראשונה באשדוד שעיצבה מתנות. עד כה נמכרו המתנות בחנויות כמו שהן,

ובחנות החדשה נמכרו המתנות בעיצוב אישי בשילוב שוקולדים. החנות בשלב זה עברה לרובע ז', ברח' שמאי 10, באחד מחדרי הבית. בשנת 2006 שודרגה החנות ומיקומה הועבר למחסן בק"ק של הבנין, השוקולדים כבר לא היו השוקולדים הביתיים אלא פרלינים בלגיים המיובאים מחו"ל, מבחר המתנות גדל, והחנות ענתה לקשת רחבה יותר של צרכים כמו: מתנות ליולדת, לימי נישואים, אירוסים, הוקרת תודה וידידות.

בשנת 2008 הפכה החנות למבוססת יותר ומיקומה הועבר למיקומה הנוכחי: רח' רבא 10 ברובע ז'. בוילה המחולקת ליחידות. מבחר המתנות גדל, וכן התווספו פרלינים ושוקולדים איכותיים ממותגים ידועים.

עם פתיחת האתר ברשת, המאפשר הזמנת עיצובים מרחבי העולם ולשלחם לרחבי הארץ/לחו"ל. התרחב מעגל הלקוחות והיקף ההזמנות גדלו.



גם הליף והליון

את שם החנות: 'פטיט סוויט' הגתה גב' יוסקוביץ, כאשר משמעות המילה Petite {פטיט} - 'קטן' בשפה הצרפתית. ו-Sweets {סוויטס} 'מתוק' בשפה האנגלית. 'פטיט סוויטס' - 'קטן ומתוק', הכוונה להדגיש את משמעות נתינת השוקולד בתור משהו קטן, איכותי אך תמיד הוא מתוק, מחמם את הלב.

את לוגו החנות הנוכחי עיצבה גרפיקאית מתחילה, הלוגו רוצה לשדר יוקרה ואיכות, באמצעות צבעי החום-זהב-שמנת וכן סוג הפונט האצילי.

גם המנג' והמנג'

החנות נושאת אופי של בוטיק: המתנות ייחודיות ברובן ומיובאות מחו"ל - לא בכמות. כמו"כ החנות פתוחה בשעות הערב בלבד ובכך שומרת על מסגרת של 'מכירה ביתית' בה ניכרים היחס האישי

ו'חיות קניה' לכל לקוח.

מנהלת החנות - גב' יוסקוביץ, מנהלת את ההזמנות, העיצובים והמשלוחים. במשך ימות השבוע נמצאת בחנות מוכרת אחת או שתיים לפי תקופות עומס, אשר מעבר להבנה בשירות לקוחות יש לה ידע רחב בענייני העיצוב,

עונות המכירה מתפרסות על פני כל השנה, כשרמת המכירות עולה בשעות של ערב חג, בה רואים אנשים רבים הזדמנות לתת מתנה כאות הוקרה-הערכה.

גם היג' והיג'

רובן של הלקוחות קבוע, מכיר את המנהלת והמוכרות, בד"כ יודע מה רוצה. ורכישותיו רב פעמיות. לעומת קהל חדש שכל הזמן מגיע, מתפעל ורוכש, לעיתים באופן חד פעמי ולעיתים חוזר שוב. דפוס החיים של מעגל הלקוחות הקבוע שרבות מהן תושבות חו"ל, הוא הכנסות ממוצעות+ / מוכנות להשקיע סכום כסף במתנות / הערכת יוקרה, מותגים, איכות. שאר הלקוחות נכנסות לחנות כשברצונן לתת מתנה יוקרתית.

גם היג' והיג'

בחנות מבחר מתנות לכל אירוע, שמחה, או סתם הזדמנות. מגוון של כלי קריסטל, אגרטלים, פרחים מלאכותיים, שעונים, כלי הגשה וקערות, מפות שולחן, בגדי תינוקות, תיקים לילדות ומכשירי כתיבה מסדרת המותג 'ניקי' {nici} וכן קופסאות מעוצבות לפרלינים, מגבות בכיתוב אישי, סבונים, מחזיקי מפתחות ומגנטים בכיתוב מתאים לכל אירוע.

המתנות ברובן ממותגים מוכרים ברחבי העולם כמו: Bebetto; Carter's; Nici; Jou; מחירי המתנות הן מעל לממוצע בחנויות העממיות ולכן לקוח שיחפש את המחיר הזול ולא את האיכות והיוקרה לא ימצא לנכון להשקיע ולרכוש מתנה בחנות,



חוקיות האספקה



שי מתוק

חנויות שי מתוק הוקמה בשנת 2002 בלב העיר בני ברק, ברח' ר' עקיבא 137. החנות מתמחה בעיצוב ושיווק של סידורי שוקולד יוקרתיים, מתנות בשילוב שוקולדים, אריזות שי ומתנות לכל אירוע. כל מוצרי השוקולד בחנות כשרים למהדרין. כמו כן מבצעים משלוחים במרכז הארץ. יתרונות החנות על פני 'פטיט סוויט' הוא מבחר השוקולדים, לעומת זאת אופי החנות יוקרתי פחות. המתנות יותר עממיות וכן קהל הלקוחות גדול ומגוון. החנות פופולארית ולעיתים עמוסה מאד בקונים מה שמוריד מאיכות 'חווית הקניה'.



חנויות 'שי מתוק': בני ברק

חתונות בר מצוות ולכל חג לפי מאפייניו. במומנטום גם ניתן למצוא כלי קריסטל וזכוכית ייחודיים שמיובאים מרחבי אירופה. ישנה אפשרות קניה דרך אתר האינטרנט וכן משלוחים לערים ברחבי בארץ.



סידור שוקולדים מבית 'מומנטום'



עיצוב מבית 'מומנטום'

ספיקה מומנטום



מומנטום Momentum

מומנטום שוקולד הינה חנות מתנות בעיצוב שוקולדים הנמצאת ב'מרכז גאולה' בירושלים. מומנטום היא גם המשווקת הראשית של שוקולדים איכותיים מבית המותג Hauser שנוסד בשנת 2004. לאחר שבמשך מספר שנים עסקו ביבוא שוקולד מבלגיה החליטו שהגיע הזמן לנצל את הידע שצברו ולספק את המוצר הייחודי בישראל. בשיתוף עם שוקלטיירים ידועים בבלגיה פיתחו קו של פרלינים בכשרות מהודרת אשר יתאים לטעם ולדרישות של ציבור הלקוחות. את הפרלינים של Hauser ניתן לרכוש בחנות הדגל - "מומנטום" וכן בעשרות חנויות ברחבי ישראל ובמספר ערים ברחבי העולם כגון לונדון, פריז, ניו יורק ואנטוורפן. חנות הדגל "מומנטום" משלבת את הפרלינים עם מתנות, בעיצובים שמתאמים לאירועים השונים כגון



מתיב פוטי

| RBN02 Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

הפונט מאזכר את צורת קוביות השוקולד, לועזי: יוקרתי.

| JaneAusten

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

הפונט משדר את תחושת החדשנות יחד עם הזרימה. לועזי: אישי, שובב וקליל.

| Rovny רובני

אבגדהוזחטיכלמנסעפצקרשת

פונט עברי המהווה תשובת המשקל לפונט הלועזי, שוקולדי, צעיר ומזמין.

| Emek עמק

אבגדהוזחטיכלמנסעפצקרשת

פונט עברי, ניטרלי. המשדר אמינות ומקצועיות.

מתיב פוטי

c=3 m=0 y=24 k=0

c=100 m=0 y=40 k=27

c=51 m=75 y=81 k=74

חום | החום מאזכר את צבע השוקולד. צבע אמין ויציב, משדר יוקרה בינלאומית, יוצר אווירה נוסטלגית - ובכך משרת את הקונספט.

טורקיז | מקורי, צעיר וחדשני. מאזן את צבע החום הכבד שעלול להרתיע. ומזמין את הלקוח הסקרן להציץ מה חדש...

שמנת | מאזן את הצבעוניות, ומשרה נינוחות ורוגע, מבטא את היחס האישי והסבלן ומוכרח לשם השמירה על קו נקי המעדיף את הבהיר ע"פ הכהה.

לאחר מציאת יתרון המותג על פני שאר המתחרים וגיבוש היו.אס.פי של המותג Petite Sweets שהינו: חווית הקניה. המתבטא בשירות, וביוקרת המתנות והשוקולדים. התגבש הקונספט שלי ששם דגש על 'אווירה'. לעיצוב הגרפי של המותג תהיה השפעה על הרגש של הלקוח.

לון וסגנון העיצוב

טון העיצוב יהיה יקר לצד חדשני ודינאמי. סגנון העיצוב יהיה 'רטרו', רטרו הוא סגנון, טרנד או אופנה מיושנים, אשר לקוחים מהעבר הפוסטמודרניסטי, והפכו להיות חלק מהנורמה פעם נוספת. השימוש בסגנון רטרו בתמונות ובסמלים חדר לאומנות, לפרסום, ולתקשורת הפוסטמודרניסטית. המונח בדרך כלל מתייחס לתקופה של לפחות 15 או 20 שנה.

חיוביים באמצעות תשורה. הענקת כבוד הן למקבל המתנה והן לנותן. ערכו העליון של המותג הינו 'ייחודיות ויוקרה' ערכים נוספים: איכות, שייכות.

עליו המותג

אישיות המותג הינה ייחודית, יוקרתית, יקרה, אך עם כל זאת דינאמית, צעירה, זורמת וקורצת. הסיבות שבגללן יקנה הלקוח את המותג הינם הרצון להיות מכובד בנתינת מתנה מכובדת. הרצון להביע רגשות של כבוד, הערכה, תודה, חיבה באמצעות מתנה ו'שוקולד' בדווקא, המקובל כביטוי של רגשות. קניית המותג תגרום לצרכן להרגיש איכותי, משקיע במקומות הנכונים, יודע לכבד.

קבל המלכה

קהל המטרה של המותג הינו רב מגזרי וכולל לקוחות בעלי מעמד חברתי וכלכלי המתגורר בשכונות לחנות, ברחבי אשדוד, ברחבי הארץ, ובחול"ל. וכן לקוחות עממיים החפצים להשקיע במתנה יוקרתית. ייחודית.

עליו המותג

המותג יתפרסם בעיתונות המקומית, וכן פרסום ישיר הנשלח לדואר האלקטרוני האישי לחברות הקלאב [המועדון] כמו"כ עיצוב החנות והאתר ישפיע על תודעת הקונים בהחלטה האם לקנות ובכמה.

עליו המותג

מיצוב המותג הינו יוקרתי, איכותי ומשובח. אך עם כל זאת נגיש, ומותאם לרצון הלקוח. מזמין, זורם, קורץ. [אישי, חברה'מן] המותג מספק צרכים של הבעת רגשות

מטרת מיתוג החנות היא רענון וחיידוש המותג, וכן שדרוג והעלאת רמת הגרפיקה והפרסום בכל הנוגע לעיצוב החנות.

ייחודיות המותג

ייחודיות החנות על פני שאר חנויות המתנות היא העיצוב של המתנות עם שוקולדים. לשוקולד יש טעם נפלא והוא מקובל כביטוי של יוקרה, הערכה וכבוד. וכן מיחסים לשוקולד תכונות ורגשות. תוספת השוקולד למתנה מייקרת אותה ומוסיפה לה שיק וטעם.

גיוון המותג

יתרון המותג 'פטיט סוויט' על פני המתחרים:
1. מתנות ייחודיות המיובאות מחול"ל.
2. 'חיות קניה'-יחס אישי לכל לקוחה. יתרונות אלו אינן כמותיות, ולכן יבוטאו בצורה של 'ערך מותג' - הערך הריגשי שהאדם מייחס למותג.



1.



2.



3.



4.

1. צורת הפשטה גאומטרית של קופסת מתנה. המאזכרת גם תבנית שוקולד. הלוגו נפסל בשל היותו יוקרתי וכבד מדי, אינו משדר את אופי החנות.

2. קופסת מתנה צעירה, בתוספת סרט עכשווי. מאזכרת שוקולד. הלוגו נפסל כיון שהינו משדר חנות מתנות יותר משהינו משדר את השוקולד.

3. לוגו טיפוגרפי בו השם במרכז. תחום בעיטורים. הלוגו משדר יוקרה, אך נפסל כיון שאינו בולט ומייחד מספיק את החנות.

4. לוגו התחום במסגרת המשווה ללוגו נגיעה של 'רטרו'. נפסל בשל היותו מתאים לתחומים רבים ואינו מייחד את השוקולד. זהו הסקיצה של הלוגו הנבחר.

הלוגו הנבחר



אמנותי הלוגו...

שם החנות מופיע בלוגו במקום מרכזי ובולט, בשפה הלועזית - כדי להדגיש את מיצוב המותג. מסגרת הלוגו בסגנון רטרו, נוסטלגיה לצד עכשוויות. הוספת העיטורים בצבע הטורקיז יוצרים קונטרס וענין. הקוים המעוגלים והדינאמים מאזנים את הכבדות והיוקרה שבלוגו. הצבעים לפי הקונספט הרעיוני. שלושת השוקולדים באים כדי להודיע לצופים שבשוקולד עסקינן... צורת ההתמודדות עם ההכרח שבשוקולד היתה הצורה של שוקולדים קויים, שמלבד היותם בסגנון 'רטרו' הינם גם די מופשטים בכדי להופיע בלוגו.

הלחיות



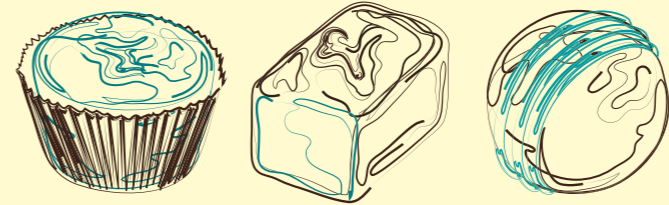
כרטיס ביקור - קידמי



גיפטכארד - כרטיס מתנה



קטלוג שוקולדים



חוקימי החוגג

לאורך העיצוב נראה שילוב של סגנון רטרו המגיע לידי ביטוי בצבעים הכהים ובקווים הישרים, לצד העכשוויות, היחס האישי, ההפתעה והריגוש המגיעים לידי ביטוי בצבע הטורקיז, בטיפוגרפיה האישית ובאלמנטים מפתיעים.

כחובבת שוקולד, נושא השוקולד והפרלינים משך אותי וראיתי בפרויקט זה - פרויקט של ניחוח, אוירה ונוסטלגיה. כשחיפשתי חנות למיתוג מחדש חיפשתי אתגר, ראיתי בחנות מתנות ושוקולדים פוטנציאל של מותג שביכולתי לחזק. לבנות קונספט ורעיון חזק ולרוץ הלאה. כך בניתי לא רק לוגו וניירת, אלא שפה עיצובית המדברת את המותג, מרגשת ומרגישה.

הפרויקט החכים אותי רבות. מצאתי הנאה רבה בחקירת הנושא, בשאיבת ההשראות, בעיצוב שפת המותג, וכל השאר.

בס"ד, הפרויקט יצא גם לאור ומלבד היותו מוצג בתערוכת הגמר, הינו משמש כמותג קיים, מוכר ובעיקר מוכר. תפילתי כי התובנות שהפקתי מכל שלבי העבודה, ילוו ויסייעו בהמשך דרכי.

