МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

ФАКУЛЬТЕТ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ ТА ПСИХОЛОГІЇ
КАФЕДРА ДИЗАЙНУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

бакалавра

на тему: РОЗРОБКА ДИЗАЙНУ ЕТИКЕТКИ HENNESSY XO BRANDY

Виконала: студентка 4 курсу, групи 6.0220-2 спеціальності 022 «Дизайн» освітньо-професійної програми «Графічний дизайн»
Ковальова Софія Валеріївна

Керівник: старший викладач кафедри дизайну _____ Олександр БРЯНЦЕВ

Рецензент: викладач кафедри дизайну _____ Микола ПОТАПЕНКО

Запоріжжя
2024

АНОТАЦІЯ

Ковальова С. В. Розробка дизайну етикетки “HENNESSY X.O. BRANDY” : кваліфікаційна робота бакалавра спеціальності 022 «Дизайн» освітньо-професійної програми «Графічний дизайн» / старший викладач кафедри дизайну. О. А. Брянцев. Запоріжжя : ЗНУ, 2024. 67 с.

UA : Робота викладена на 67 сторінках друкованого тексту. Перелік посилань включає 39 джерел. Об’єкт дослідження: премільне брендування, його ретроспективний аналіз і особливості сучасного дизайну. Предмет дослідження: дизайн упаковки на прикладі етикеток бренді фірми Hennessy. Мета дослідження: розробити преміальний дизайн пакування Hennessy X.O. Brandy.

Ключові слова : дизайн, етикетка, історія.

Kovalova S. V. Development of the Design of the HENNESSY X.O. BRANDY label : qualification work of the bachelor of specialty 022 "Design" of the educational and professional program "Graphic Design" / Senior Lecturer at the Design Department O. A. Bryantsev. Zaporizhzhia: ZNU, 2023. 67 p.

EN : The work is presented on 65 pages of printed text. The list of references includes 39 sources. Object of research: premium branding, its retrospective analysis and features of modern design. Subject of research: packaging design on the example of Hennessy brand labels. Purpose of the study: to develop a premium packaging design for Hennessy X.O. Brandy.

Key words : design, label, history.

Апробація кваліфікаційної роботи : *(за наявності)*

1. Ковальова С. В., Брянцев О. А. Історія і розвиток дизайну етикетки бренді. *Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології: міжнар. наук.-практ. конф.* (м. Запоріжжя: 12 грудня 2023). ЗНУ, 2022. Т. 2. С. 23-26. DOI : 10.5281/zenodo.7489383.
2. Ковальова С. В., Брянцев О. А. Особливості дизайну етикеток бренді. *Молода наука* : збір. наук. праць. (м. Запоріжжя, 17-22 квітня 2023) : ЗНУ, 2023. Т. 3. С. 92-93

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЗАПОРІЗЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет *соціальної педагогіки і психології*
Кафедра *дизайну*
Рівень вищої освіти *другий (бакалаврський)*
Спеціальність *022 «Дизайн»*
Освітньо-професійна програма *«Графічний дизайн»*

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри дизайну
PhD_____ Ганна ЧЕМЕРИС
«___» _____20__ року

ЗАВДАННЯ
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ СТУДЕНТЦІ

Ковальовій Софії Валеріївні

1. Тема роботи: *Розробка дизайну етикетки Hennessy HO Brandy* керівник роботи *старший викладач кафедри дизайну Брянцев О. А.* затверджені наказом ЗНУ від 05.02.2024 № 234-с

2. Строк подання студентом роботи: *13.06.2024*

3. Вихідні дані до роботи: *завдання замовника*

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що належить розробити): *Опис об'єкта, мети та предмету дослідження, репродуктивний аналіз лінії етикетки та пакування Hennessy. Підготовка до розробки етикетки. Розробка дизайну етикетки Hennessy X.O. BRANDY.*

5. Перелік графічного матеріалу: *презентація, демонстраційна графіка.*

6. Консультанти розділів роботи

Назва розділу	Прізвище, ініціали консультанта	Дата, підпис	
		Надано	Отримано

7. Дата видачі завдання: *2.11.2023*

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання	Примітка
1.	***Початок роботи.*** *Загальні збори. Організаційна інформація.*	Жовтень	
2.	***Реєстрація теми..*** *Обговорити з керівником тему проєкту. Визначити правильне формулювання теми. Підготувати лист завдання та інших необхідних документів.*	Листопад	
3.	***Етап 1. Аналіз теми.*** *Провести дослідження об'єкту теми. Підготувати опис дослідження у відповідному розділі ПЗ*	Грудень	
4.	***Етап 2. Визначення концепції проектування.*** *Провести дослідження предмету теми. Підготувати опис дослідження у відповідному розділі ПЗ*	Лютий	
5.	***Етап 3. Пошуковий етап.*** *Аналіз аналогів*	Лютий	
6.	***Апробація.*** *Написання і подання тез для участі у науковій конференції, Хортицька академія, DVAC , «Молода наука».*	Березень	
7.	***Етап 4. Етап концептуальної ідеї та дизайн пропозиції .*** *Завершити процес проєктування та описати його у відповідному розділі ПЗ. Завершення розробки (в чернетках) для отримання фінальних коментарів від керівника та консультантів.*	Березень	
8.	***Етап 6. Технічна реалізація проєкту.*** *Усунути зауваження і врахувати рекомендацій керівника та консультантів. Подати чернетки ПЗ та проєкту для проходження передзахисту. Підготувати доповідь та презентаційний супровід для передзахисту.*	Квітень	
9	***Завершення виконання роботи*** *Подати чернетки ПЗ та проєкту для проходження передзахисту. Підготувати доповідь та презентаційний супровід для передзахисту/захисту. 90%*	Квітень	
10	***Попередній захист.*** *Отримання допуску до захисту.* *Отримання коментарів та зауважень.*	Травень	
11	*Усунення зауважень до виконаної роботи. Виконати* ***чистове оформлення роботи.*** *Підготовка і* ***подання графічної статті.*** *Підготувати презентацію проекту для завантаження у електронне портфоліо кафедри artstation.com/designznu*	Травень	
12	***Проходження нормоконтролю - Anyta.Chemeris@gmail.com*** ***Отримати довідку про антиплагіат****-перевірку Unicheck. -* ***albrypaper@gmail.com*** ***Отримати рецензію.*** *Підготувати анотацію. Отримати акт-впровадження (якщо заплановано)* ***Отримати відгук керівника.***	Травень	
13	*Завершити друк та збір матеріалів кваліфікаційного проекту Передати пакет курсової роботи на кафедру. Розміщення тексту роботи у репозитарії ЗНУ.*	Травень - Червень	
14	***Захист кваліфікаційної роботи*** *на засіданні ЕК.*	Червень	

Студент _____ Софія *КОВАЛЬОВА*

(підпис) *(прізвище та ініціали)*

Керівник роботи _____ Олександр *БРЯНЦЕВ*

(підпис) *(прізвище та ініціали)*

Нормоконтроль пройдено

Нормоконтролер _____ Ганна ЧЕМЕРИС

(підпис) *(прізвище та ініціали)*

ЗМІСТ

ВСТУП.....5

РОЗДІЛ 1

ОСОБЛИВОСТІ ПРЕМІАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ ПАКУВАННЯ.....7

1.1 Преміальне брендування етикеток.....7

1.2 Особливості сучасного дизайну пакувань коньячної продукції.....11

1.3 Ретроспективний аналіз етикетки і пакування лінійки brandy HENNESSY..... 19

1.4 Відмінність етикеток BRANDY & COGNAG.....33

РОЗДІЛ 2

ПРОЕКТУВАННЯ ЕТИКЕТКИ “HENNESSY XO BRANDY”..... 36

2.1 Опис технічного завдання.....36

2.2 Поетапна розробка етикетки.....39

2.3 Візуалізація.....49

ВИСНОВКИ..... 57

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ..... 59

ДОДАТОК А

Бриф замовника.....63

ВСТУП

У сфері напоїв конкуренція дуже велика, тому дизайн пакування є критично важливим для успіху на ринку. Виробники вин, горілки та інших видів напоїв шукають дизайнерів, які можуть створити привабливе та функціональне пакування. Головними елементами є упаковка та етикетка пляшки, які бачить споживач на полиці магазину [1, с. 2; 5]. Актуальність підтримки і створення бренду є надзвичайно важливою задачею. Основною умовою виступає конкуренція виробників за власний продукт, яка забезпечується необхідністю робити брендування власного виробництва та у відповідності до власної місії, стратегій або фірмового стилю, підтримувати рівень дизайну пакування з кожним новим продуктом.

З огляду на актуальність поширеного попиту на розробку дизайну пакування, потребу у теоретичному дослідженні питань дизайну, практичній розробці створення конкурентного дизайну пакування, врахування побажань замовників на потребу в послугах графічного дизайнера, щодо розробки дизайн пакування, вирішенні питання конкурентного дизайну, який буде відповідати сучасним тенденціям та вимогам продукту, зумовило вибір теми кваліфікаційної роботи *«Розробка дизайну етикетки Hennessy X.O. Brandy»*.

Об'єкт дослідження – преміальне брендування.

Предмет дослідження – дизайн упаковки.

Мета – розробити преміальний дизайн пакування HENNESSY X.O. BRANDY.

На основі об’єкту, предмету та мети дослідження необхідно виконати наступні **завдання:**

1. Дослідити доступні друковані та онлайні джерела, щодо теми кваліфікаційної роботи.
2. Виконати оглядове дослідження в області дизайну етикеток.
3. Здійснити дослідження поняття преміального дизайну.

4. Описати попередню лінію розробок дизайн етикеток HENNESSY .
5. Розробити дизайн етикетки Hennessy X.O. Brandy.

Практичне значення роботи. Теоретичні матеріали можуть бути використані під час наукових досліджень дизайну упаковки, і корисними з питань розробки етикетки Hennessy XO Brandy, де враховуються історія та розвиток, цільова аудиторія та аналіз, які підсилюють відчуття преміальності та елегантності продукту, а розроблені етапи практичної роботи будуть відмінною основою для подальших досліджень та впровадження новітніх технологій у процесі розробки етикеток для алкогольної продукції.

Апробація результатів дослідження здійснювалась шляхом публікації наукової статті «Історія і розвиток дизайну етикетки бренді» у науковому збірнику «Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології» (м. Запоріжжя: 12 грудня 2023). ЗНУ, 2022. Т. 2. С. 23-26. DOI : 10.5281/zenodo.7489383, публікації з доповіддю на тему “Особливості дизайну етикеток бренді” у рамках конференції «Молода наука», (м. Запоріжжя, 17-22 квітня 2023) : ЗНУ, 2023. Т. 3. С. 92-93.

Структура документу складається зі вступу, двох розділів, де у першому розділі викладено інформацію про історію, ретроспективний аналіз, відмінність етикеток BRANDY & COGNAG та особливості розвитку дизайну етикетки. У другому розділі відображена інформацію про завдання замовника та поетапна розробка дизайну етикетки, далі висновки, список використаних літературних джерел і додатків.

РОЗДІЛ 1
ОСОБЛИВОСТІ ПРЕМІАЛЬНОГО ДИЗАЙНУ ПАКУВАННЯ

1.1 Преміальне брендування етикеток

Сучасні проблеми на ринку вимагають нових підходів, досліджень і аналізу маркетингової діяльності. Успіху досягає той виробник, який може сформувати у споживача на стійке позитивне ставлення до свого товару та надати йому індивідуальні характеристики. Проте разом із появою нових товарів і модифікацією наявних змінюються смаки, уподобання, настрої та поведінка споживачів. Сьогодні для звичайного споживача недостатньо побачити рекламу товару та одразу придбати його. Такий підхід вже застарів. Тому необхідно змінювати підходи до сприйняття товару. Одним із ключових способів привернення уваги потенційних покупців є брендинг. На сучасному етапі розвитку ринку брендинг (див. на рис. 1.1) має важливе значення, оскільки бренди національних виробників є істотним фактором розвитку економіки. З часом позиції бренда на ринку змінюються, тому потрібно постійно відстежувати його стан і вживати заходів для укріплення його позицій. Тому важливим є аналіз підходів до оцінки ринкових позицій бренда з метою здійснення відповідного аналізу, оперативного реагування на негативні тенденції та розробки ефективної стратегії подальшого розвитку бренда [1, с. 9; 3].

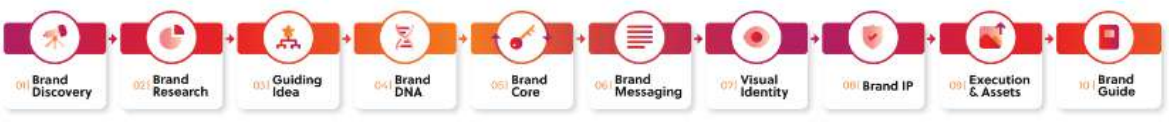


Рисунок 1.1 – Процес брендингу

У процесі брендингу відбувається розтягування та розширення бренду. Розтягування відбувається, коли для нового товару під тим самим іменем

зберігаються незмінними товарна категорія, призначення, цільова аудиторія та ідентичність бренду, змінюючи тільки вигоду для споживача [9, с. 95; 10].

Брендинг полягає на діяльність зі створення тривалої прихильності до товару шляхом спільного впливу на споживача. Брендинг допомагає *підтримувати* запланований обсяг продажу; *Забезпечити* збільшення прибутковості; Та *передати* в рекламних матеріалах і кампаніях культуру країни, регіону, міста, де виготовлений товар, врахувати запити споживачів;

Преміальне брендування (див. рис. 1.2) полягає у створенні та підтриманні образу бренді, який асоціюється з високою якістю, ексклюзивністю і статусом.



Рисунок 1.2 – Преміальне брендування дизайн етикетки вина [36]

Основні аспекти такого брендування включають: *Дотримання* високих стандартів виробництва та *використання* найкращих матеріалів забезпечує продукції надійність і довговічність. Це є ключовою під час розробки дизайну етикетки для Hennessy X.O. Brandy. Етикетку прагнуть відобразити розкіш і преміальність напою, підкреслюючи його витонченість та елегантність, щоб кожен покупець міг відчути автентичність та майстерність, вкладені в кожну пляшку.

Дизайн стильного, елегантного та сучасного образу продукції часто використовують високоякісні матеріали та ретельно продумані деталі, що

підкреслювати преміальність бренді. Особлива увага приділяється вибору шрифтів, кольорової палітри та графічні елементи, щоб забезпечувати незабутнє враження для споживачів.

Продукція преміальних бренді, як правило, характеризується високою ціною, яка підкреслює їхню ексклюзивність та обмежену доступність. При розробці дизайну етикетки brandy, враховують високу ціну цього продукту, що є частиною його іміджу. Етикетка має передавати розкіш та вишуканість, які асоціюються з брендом, підкреслюючи його преміальність (див. рис. 1.3). Візуальні елементи повинні відображати витонченість та унікальність, що допоможе виправдати вартість продукту та створити у споживачів відчуття особливої цінності.



Рисунок 1.3 – Преміальне брендування дизайн етикетки brandy [34]

Зокрема, співпраця з відомими художниками та дизайнерами, які використовують вишукані та витончені дизайни етикеток, створюють ексклюзивні концепцій та впровадження розкішні елементи дизайну. Основна мета полягає у формуванні образу престижу і бажаності, щоб відображати високу якість та багатий спадок продукта.

Розробка дизайну етикетки Hennessy X.O. Brandy передбачає матеріал, який додає преміальність продукту. Кожен елемент дизайну етикетки повинен

відображати статус розкіш, щоб підкреслювати його історичну спадщину та неперевершену якість.

Важливо при розробці дизайну, забезпечити високий рівень обслуговування клієнтів і приділити особливу увагу деталям. Це включає в себе індивідуальний підхід до кожного клієнта, створення ексклюзивних пропозицій і впровадження спеціальних програм. Розробка дизайну етикетки Hennessy має глибокі корені в історії та спадщині бренду. Hennessy – це не просто назва, а символ багатовікових традицій, майстерності і незмінної якості, яка передається з покоління в покоління. Репутація бренду, сформована протягом століть, викликає довіру і повагу серед споживачів у всьому світі.

Саме при створенні дизайну етикетки важливо враховувати ці історичні аспекти. Етикетка повинна відображати не лише естетичну привабливість, але й глибоке розуміння традицій, культурного спадку і унікальної ідентичності бренду. Кожна деталь дизайну, від кольорової палітри до шрифтів і графічних елементів, має підкреслювати ексклюзивність і престиж.

Важливим аспектом є збереження автентичності і спадковості. Дизайн повинен передавати історію і майстерність, що закладені в кожній пляшці. Використання символів і мотивів, які асоціюються з багатою історією Hennessy, допомагає створити зв'язок з минулим, водночас адаптуючи їх до сучасних тенденцій і вподобань. Це забезпечує гармонійний баланс між традиціями і інноваціями, підсилюючи відчуття довіри і поваги до бренду серед нових поколінь споживачів.

Таким чином, розробка дизайну етикетки є відповідальним процесом, який вимагає врахування багатьох аспектів: від історичної спадщини до сучасних дизайнерських тенденцій. Це сприяє зміцненню репутації бренді і підтримці його позицій на світовому ринку.

Преміальне брендування спрямоване на формування позитивного іміджу бренді, який асоціюється з високою якістю, ексклюзивністю та статусом. Така стратегія допомагає залучити специфічну цільову аудиторію, яка цінує ці

характеристики і готова платити вищу ціну за продукт, що відповідають їхнім високим вимогам та соціальному статусу. Завдяки преміальному брендуванню, компанії можуть створювати унікальну ринкову пропозицію, яка резонує з потребами споживачів, що шукають не просто продукт, а символ престижу і відмінності. Це підвищує лояльність клієнтів і дозволяє виділятися серед конкурентів, підкреслюючи ексклюзивність та вартість пропонованих товарів чи послуг [13].

1.2 Особливості сучасного дизайну пакувань коньячної продукції

Дизайн етикетки – один з основних каналів комунікації бренду зі споживачем. Якісний, оригінальний і сучасний дизайн етикетки – запорука успішного просування товару на ринку, оскільки емпірично доведено, що привабливе візуальне оформлення стимулює зростання спонтанних і запланованих покупок [20].

Етикетка, це як візитка торгової марки, частина упаковки, що є важливим стимулятором продажів. Від того, наскільки етикетка відповідає смакам і перевагам цільової аудиторії, залежить доля продукту – від разових покупок до постійного споживання. Виразний дизайн етикетки виділяє товар на полиці серед незліченної кількості конкурентних марок, привертає увагу, робить бренд впізнаваним. Розробка дизайну етикетки – необхідна умова для високих продажів [2, с. 3; 23].

Наскільки б хорошим, якісним або доступним не був продукт, якщо його етикетка непримітна – він ніколи не приверне увагу споживачів. Коли візуальна частина бренду впливає на покупця, всі інші якості продукту відходять на другий план. Непродумана етикетка може нашкодити товару, змусивши споживача зробити вибір не на її користь [20].

Дизайн упаковки та етикетки – це синергія творчості і стратегічного маркетингу, яка повинна: «*Бути в рамках єдиної дизайн-концепції компанії,*

фірмового стилю; Враховувати специфіку споживчої аудиторії; Підкреслювати унікальні переваги продукту». Успішний бренд, який лідирує в своєму сегменті, повинен мати важливу відмінну рису – якісний та красивий дизайн етикетки [20].

Професійний дизайн пляшки та етикетки передає споживачеві відчуття високої якості та унікальних переваг продукту. Вдало підібрані колір, форма і графічні елементи етикетки гармонійно доповнюють упаковку товару, роблячи її привабливою. Важливо враховувати також візуальні образи: наприклад, для створення відчуття міцності або масивності в дизайні краще використовувати товсті горизонтальні лінії. Значущим є і матеріал, з якого виготовляється етикетка – це може бути картон, фольга, папір, полімери або самоклеючий папір [20].

Останнім часом виробники все більше цікавляться дизайном етикетки, його впливом на споживачів і обсягами продажів продукції. Етикетка не просто привертає увагу до продукту, вона виділяє його серед конкурентів, переконує покупця придбати саме цей товар, повідомляє про головні переваги товару. Дизайн етикеток має відображати загальний фірмовий стиль компанії або бренду через створені художні образи. Він також повинен підкреслювати ключові переваги продукту та відповідати його функціональному призначенню [25, с. 65; 11].

Етикетка для коньяку і бренді складається з трьох основних частин: основної етикетки; контретикетки; кольєретки. Основна етикетка, містить, логотип, назву, позначки міцності і сорту напою. Кольеретка, символіку бренду, логотип, назву продукту і рік випуску. Контретикетка - включає детальну інформацію про товар та інше. Професійне оформлення етикеток, передає споживачеві інформацію про високу якість продукту, створює привабливий зовнішній вигляд [20].

Дизайн етикеток бренді визначається рядом факторів, включаючи сегмент ринку, цільову аудиторію, корпоративну ідентичність та маркетингові

стратегії. Основні особливості, які можуть характеризувати дизайн етикеток бренді допомагають вирішити завдання продажів. Логотип та назва, виражають корпоративну ідентичність. Використання фірмового кольору, допомагає відрізнити бренд від конкурентів. Важливим також є і вибір шрифту, який може бути розміщений стримано і елегантно, бути виразним та динамічним. Наявність зображення на етикетці привертає найбільшу увагу включаючи в себе фотографії виноградників, пейзажів, абстрактних малюнків чи інші графічні елементи, що відображають стиль та характер бренду. Використання спеціальних матеріалів, таких як текстиль, папір із спеціальним покриттям або металізований картон, підкреслює преміальність продукту. Сучасні тенденції включають мінімалістичний дизайн або, вишукані та елегантні елементи. Інтеграція інноваційних технологій надає інтерактивності та додаткової інформації для споживачів. Врахування факторів тривалості етикетки та її стійкості до впливу світла, тепла та вологості. Деякі бренди створюють спеціальні етикетки для святкових сезонів або обмежених випусків, які можуть мати особливий дизайн [20].

Прозорі фруктові бренді традиційно не витримуються, щоб зберегти чудову інтенсивність фруктів. Зазвичай ці спиртні напої розливаються в пляшки міцністю близько 80° або вище, їх зазвичай подають наприкінці трапези або між стравами. У Нормандії, духовній батьківщині яблучного бренді, відвідувачі, насичені їжею, відроджуються за допомогою бадьорої порції кальвадосу в середині трапези [31].

Яблучний та виноградний бренді становлять виключення з правила про не витримування. Їхнє дозрівання відбувається у дубових бочках, що забезпечує напоям додаткову глибину та складність. Як у «воді життя» (фр. *eau de vie*), так і у витриманих коньяках плоди подрібнюються на абсолютному віку стиглості. Всю фруктову брагу акуратно зброджують, а потім спирт переганяють у мідних дистиляційних апаратах [35].

Бренді має традиційну систему вікової класифікації, хоча його

використання не регулюється за межами коньяку та арманьяку. Ці показники зазвичай можна знайти на етикетці біля назви бренду [26].

Бренді як алкогольний напій виник у регіоні Коньяк, Франція, у XVIII столітті. Перші виробники використовували, прості етикетки з основною інформацією про виробника та місце виробництва. За зразком (див. рис. 1.4) можна вважати що етикетки були виготовлені вручну і не мали вишуканого дизайну [17].



Рисунок 1.4 – Етикетка Château de Montifaud [33]

Ручна етикетка (фр. *Château de Montifaud*) стильна та витончена, що відображає багату історію та традиції бренді з нотами ванілі, карамелі та стиглих фруктів. Дизайн етикетки був виконано у літеральному стилі, що означає пряме і ясне відображення інформації без зайвих артистичних надмірностей. У дизайні використано мінімальну кількість графічних елементів, що підкреслює класичність і традиційність продукту. Такий підхід вибирають, коли хочуть наголосити на якості та історії бренді, зосереджуючи увагу споживача на найважливішому – назві виробника, типі продукту та іншій важливій інформації, яка може бути прямо вказана на етикетці без відволікань на яскраві графічні зображення. Така етикетка виконана на якісному папері з використанням елегантних шрифтів, які підкреслюють вишуканість і

преміальність продукту.

У середині XIX століття (див. рис. 1.5) важливим етапом у розвитку дизайну використовувати логотипи та символи на етикетках для визначення своїх продуктів [10, с. 71; 2].



Рисунок 1.5 – Етикетки бренді XIX століття [8; 9]

Художники та гравери стали створювати складніші та вишукані дизайни. Етикетки отримували гравюри, які відображали тематику французької культури, замки, виноградні лози та інші символи (див. рис. 1.6).



Рисунок 1.6 – Етикетки, які відображали тематику французьких символів [7]

В кінці XIX на початку XX ст. був розквіт індустрії коньяку. З'явилися нові бренди, і змагання між ними стимулювало розвиток вишуканих та оригінальних дизайнів етикеток. Багато етикеток мали елементи літографії та зображення пейзажів регіону виноградників (див. рис. 1.7) [32].



Рисунок 1.7 – Ручні етикетки мали елементи літографії та зображення пейзажів виноградників [4; 37]

З поширенням масового споживання та розвитком глобального ринку алкоголю, бренди коньяку акцентували на дизайні етикеток як частині своєї маркетингової стратегії. Етикетки стали більш стильними, а маркування стало більш інформативним.

Сучасні етикетки коньяку можуть містити інноваційні елементи, такі як QR-коди або RFID-технології, щоб споживачі могли отримувати більше інформації про виробника, історію коньяку та його виробництва (див. рис. 1.8).



Рисунок 1.8 – Етикетки з QR-коди або RFID-технології [31]

Етикетка вважається паспортом бренді і те, як вона виглядає, як оформлена, її розмір – відіграє вирішальну роль при виборі коньяку. Приваблива етикетка збільшує частоту імпульсних купівель, а значить, активно знайомить аудиторію з коньячним брендом. При вдало розробленій стратегії, етикетка навіть може бути провідним засобом створення бажаного для виробника іміджу. Етикетка стає першорядним засобом комунікації коньячного

бренда, яка ідентифікує продукт, несе його емоційні вигоди, цінності та переваги, а також транслює інформацію, важливу для покупця за прийнятими держстандартами. Етикетка повідомляє споживачеві про якість і особливі вигоди продукту.

Красива і незвичайна етикетка зацікавлює покупця і мотивує його до здійснення купівлі, (див. рис. 1.9) саме тому так важливий дизайн етикетки. Грамотний і виразний дизайн етикетки виділяє продукт на полиці серед незліченної кількості аналогів, привертає увагу, робить бренд впізнаним.



Рисунок 1.9 – Етикетка Бренді [ФАНТИК 25]

На сучасній етикетці «БРЕНДІ» містять надписи з різним шрифтовим дизайном. Фраза (англ. *Original recipe of Brandy*) знаходиться у лівій частині етикетки з вишуканим каліграфічним шрифтом українського стилю. По центрі фото старовинне, далі вниз у правий куток зображується два келиха. Прямокутна рамка з кутами у вигляді грони винограду додають винточеность дизайну.

Дизайн – це цінна складова, що дозволяє значно скоротити витрати на інші способи стимулювання продажів та в рази збільшити їх ефективність і, як наслідок, сформувати та зміцнити довготривалу лояльність споживачів. Важливу роль відіграє матеріал, з якого виготовляється етикетка – картон, фольга, папір, полімери, самоклеючий папір та інші. Етикетка Бренді «спілкується» із споживачем через колір, форму, текстуру і та ін. Тому

кольорове вирішення, форма, фактура етикетки впливають на споживача на підсвідомому рівні. Вибираючи відповідні колірні рішення і зображення, виробник підвищує шанси власного бренда на впізнаваність серед споживачів.

Отже, грамотний і виразний дизайн етикетки бренда повинен проходити в рамках загальної дизайн-концепції виробника, фірмового стилю, враховувати вік потенційних покупців, підкреслювати унікальні переваги продукту. Абсолютно всі елементи етикетки мають відповідати загальному задуму і максимально доносити до споживачів цінності продукту. При виборі необхідного типу етикетки обов’язково потрібно врахувати наступні фактори: вартість витратних матеріалів; вартість друку та маркування; передача і зовнішній вигляд зображення; довговічність; гнучкість на виробництві; екологічні якості; функціональні якості; інформаційні вимоги; захисні властивості. При виробництві етикеток сьогодні використовуються останні новинки і досягнення техніки. У зв’язку з цим відкриті великі можливості для розробки сучасних концепцій, враховуючи форму, матеріал, технологію виготовлення, креативні ідеї – все те, що працює на диференціацію товару на полиці і мотивує споживачів.

В кінці XIX століття з'явилися перші графічні елементи, такі як логотипи та зображення продукту. Розвиток друкарства та можливість виготовлення більш складних дизайнів привели до кращого використання кольорів та форм. З розвитком масового виробництва та підвищенням конкуренції, бренди стали акцентувати увагу на дизайні для привернення уваги споживачів. Яскраві кольори, стильні шрифти та привабливі зображення стали стандартними.

В кінці XX століття бренди почали експериментувати з різними стилями дизайну. Від модернізму до ретро, вони використовували різні естетичні підходи, щоб відобразити свій унікальний стиль.

В сучасних умовах дизайн етикеток часто враховує екологічні аспекти. Використання природних матеріалів та привертання уваги до сталкера на упаковці стає важливим для споживачів. Також відбувається інтеграція

інтерактивних елементів, таких як QR-коди або аугментована реальність, які розширюють історію бренду. В сучасному дизайні етикеток можна помітити тенденцію до мінімалізму. Прості лінії, нейтральні кольори та чіткий шрифт можуть стати ключовими елементами. Також набуває популярності персоналізація, коли бренди створюють унікальні дизайни для різних варіацій свого продукту.

Загалом, розвиток дизайну етикеток бренді відбиває еволюцію смаків споживачів, технологічний прогрес та стратегії маркетингу. Дизайн стає ключовим елементом для створення унікальності бренду та взаємодії зі споживачами.

Hennessy – найвідоміша і найпопулярніша марка французького коньяку (бренді). Є частиною холдингу «Louis Vuitton – Moet Hennessy», французької транснаціональної компанії, найбільшого виробника предметів розкоші. Саме торговий будинок Hennessy подарував світові класифікацію коньяків літерами VS, VSOP, XO тощо, і саме представники будинку Hennessy запропонували позначати витримку коньяку зірочками [18].

Це популярний французький напій виготовляють у місті Коньяк. Компанія продає близько 50 мільйонів пляшок на рік, що дозволяє довгий час залишатися лідером алкогольного бізнесу. Керівники компанії, до речі, хоч і не діляться секретами виробництва вишуканого коньяку, але відкрили музей бренду, де кожен охочий може на власні очі побачити, як роблять Hennessy. У музеї не лише розповідають історію коньячного будинку, а й представляють велику колекцію унікальних пляшок та етикеток [17].

1.3 Ретроспективний аналіз етикетки і пакування лінійки brandy HENNESSY

Зважаючи на вищесказано загально особливості історію та розвиток дизайну етикеток бренді, можу дійти висновку, що «HENNESSY», як бренді

коньяку, також пройшов еволюцію в дизайні своїх етикеток. Ця еволюція може бути відображена через зміни в стилі, використанні кольорів та графічних елементів, а також через зміни в логотипі або ідентифікаційних символах бренду.

Hennessy – це один з найбільш відомих брендів коньяку в світі, який створений у 1765 році. Заснував компанію Річард Хеннессі, переїхавши з Ірландії до Франції. Річард назвав бренді своїм ім'ям, зробивши ім'я Hennessy частиною історії продуктів, що містять етанол. Він використав свої знання в галузі створення віскі, і вирішив зробити коньяк за схожою технологією [17].

Hennessy, (див. рис. 1.10), виробляє декілька видів коньяку, зокрема Hennessy V.S, V.S.O.P, X.O та Hennessy Paradis. Кожен з цих видів має свій власний унікальний смак та аромат.



Рисунок 1.10 – Класична гама коньяків та легендарна етикетка Hennessey [18]

На легендарному логотипі бренді містять написи, кожна зі своїм дизайном. Фраза «Maison fondée en» є прикладом вишуканого французького стилю. Ця фраза на етикетці Hennessy (всіх вікових категоріях) лише нагадує про багату історію і спадщину. Його елегантний шрифт, що візуально виглядає як каліграфічний почерк з завитками та помітним нахилом вправо. Назва «Hennessy» на етикетці виконано великими та елегантними літерами, що підкреслює розкіш та статус. Шрифт класичний із вузькими трикутними засічками та різкою зміною між основними та сполучними штрихами, що асоціюється з традиціями та вишуканістю. Слово «COGNAC» написано

схожим шрифтом. Логотипом Hennessy був обраний сімейний герб із зображенням піднятої руки з сокирою, стиснутою в кулаці. Благородство і аристократичність напою підкреслює сувора золоте тиснення та чорно-біла палітра [17].

Hennessy V.S. (Very Special) (див. рис. 1.11), який створений у 1865 році Морісом Хеннессі, правнуком засновника Річарда Хеннесі, як перший коньяк із зазначенням віку у вигляді трьох зірок на контретикетці пляшки.



Рисунок 1.11 – Дизайн пакування та етикетка Hennessy V.S. []

Етикетка Hennessy V.S. включає численні написи, кожен з яких має унікальний дизайн. Фраза «Maison fondée en» демонструє елегантність французького стилю з її каліграфічним шрифтом, що містить завитки та помітний нахил вправо. Назва «Hennessy» використовує шрифт з вузькими трикутними засічками та гострими переходами між основними та сполучними штрихами. Слова «COGNAC» та «Very Special» написані подібним шрифтом. Логотип Hennessy представляє сімейний герб із зображенням руки, що тримає сокиру, підняту вгору. Аристократичність та благородство напою підкреслено золотого фольгування та орнаменту у вигляді виноградної лози [17].

Hennessy V.S.O.P. Privilege (Very Superior Old Pale), (див. рис. 1.12), як напій було створено у 1817 на замовлення майбутнього короля Англії Георга IV, як «a very superior old pale eau-de-vie». Етикетка Hennessy V.S.O.P. Privilege використовує багаті золотисті та коричневі тони, що підкреслюють вишуканість і зрілість напою. Ці кольори асоціюються з багатством і класом.



Рисунок 1.12 – Дизайн пакування та етикетка Hennessy V.S.O.P.

Етикетка містить численні написи, кожен з яких має свій унікальний дизайн. Фраза (фр. *Maison fondée en*) виконана в елегантному французькому стилі, зі шрифтом, що імітує каліграфічний почерк з нахилом вправо та декоративними завитками. Основним елементом на етикетці є логотип Hennessy, виконаний у виділеному шрифті з великою літерою «H». Слово «Privilege» також оформлено в розкішному французькому стилі з каліграфічне впізнавання. Шрифт вибрано жирним із вузькими трикутними засічками і різкими переходами між основними та сполучними лініями. Термін ними завитками та вираженим нахилом вправо. Абревіатура V.S.O.P. (Very Superior Old Pale), що вказує на вікову категорію коньяку, де напій дозрівав у бочках

мінімум чотири роки, виконана подібним, але менш жирним шрифтом. Логотип Hennessy рука з бойовою сокирою, використаний озолочення та тиснення [17].

Hennessy X.O, створений Морісом Хеннессі у 1870 році для своїх друзів, був першим коньяком, на етикетці якого з'явилася позначка «Extra Old Cognac» (див. рис. 1.13) . У 1947 році була спеціально розроблена пляшка, прикрашена орнаментами виноградної лози, що підкреслювало його статус як найстарішого та найвишуканішого коньяку в асортименті Hennessy.

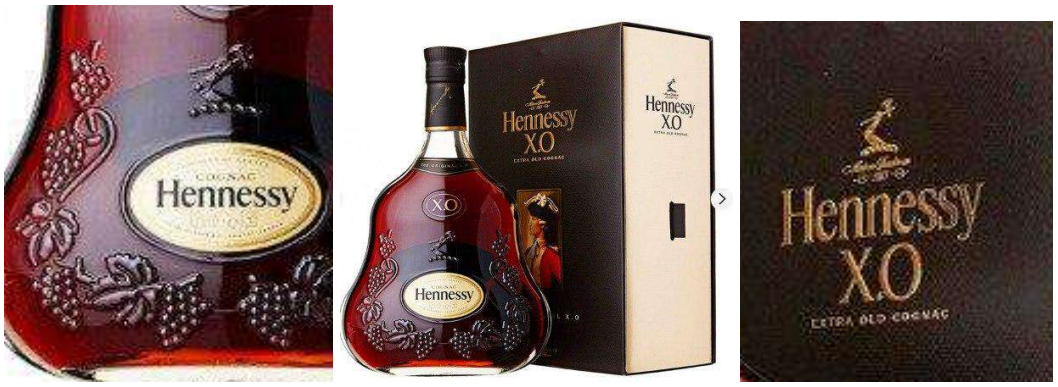


Рисунок 1.13 – Дизайн пляшки, етикетка та пакування Hennessy X.O. (Extra Old)

На пакування Hennessy X.O присутні написи, кожен з яких виконаний у своєму унікальному стилі. Вираз «Maison fondée en» виконаний у рафінованому французькому стилі з каліграфічним шрифтом, що має завитки та нахил вправо. Назва «Hennessy X.O.» виділена особливим дизайном: шрифт жирний з вузькими трикутними засічками та чіткими переходами між основними та сполучними лініями. Фраза «EXTRA OLD COGNAC» написана аналогічним шрифтом, але з менш жирними літерами. Сімейний герб Hennessy, що зображує руку з сокирою, обрано як логотип. Золоте фольгування додає напою аристократичності та благородства. Коробка повністю лакована з темною матовою трічкою поверх, якої золота гілка виноградної лози, щоб виокремити продукцію бренді [17].

Hennessy Paradis (див. рис. 1.14), як напій з 1979 році «майстром асамбляжу» Морісом Фійю, вирізняється своїми вишуканими, делікатними нотами, об’єднуючи деревний та квітковий аромати з відтінками жасмину та апельсинових квітів. Для розробки нового дизайну етикетки або пляшки цього особливого напою, будинок Hennessy звернувся до дизайнера Стефані Баліні. Цей крок мав на меті підкреслити унікальність та вишуканість Hennessy Paradis через візуальне оформлення, яке б відповідало його преміальному статусу і ароматичному багатству.



Рисунок 1.14 – Дизайн пляшки та пакування Hennessy Paradis

Дизайн етикетки Hennessy Paradis для нового елегантного графіна з фасетованою поверхнею демонструє вражаючу витонченість. Його верхня частина прикрашена кристалом, а оздоблення виконано з використанням 18-каратного золота. Кожна пляшка має унікальний номер і розміщена у скриньці з золотистою оббивкою, що виступає як підставка і захисний чохол, що підсилює ексклюзивність продукту. Логотип «Hennessy» створено в яскравим шрифтом, який включає вузькі трикутні засічки та чіткі переходи між лініями. Напис «PARADIS» зроблено у подібному дизайні, але з ширшим шрифтом і більшими відстанями між літерами, краї яких не мають засічок. Слово «COGNAC» написане у подібному шрифті, але з менш виразними літерами. Логотип Hennessy представлений у вигляді сімейного герба з рукою,

що тримає сокиру, замкненою в кулак. Сувора біла палітра етикетки та золоте тиснення акцентують аристократичний дух і благородство напою [17].

Hennessy Richard, (див. рис. 1.15), є ультра–ексклюзивною серією коньяку, створеною в 1996 році. Ця колекція включає коньяки з понад 50–річною витримкою, до складу яких входять унікальні спирти, виготовлені з винограду сорту (фр. *Folle Blanche*) 1830 та 1860 років. Цей сорт був майже знищений під час епідемії філоксери у 1870 році і згодом замінений на (corsu. *Ugni Blanc)*. Назва цієї серії походить від імені засновника винокурні, Річарда Хеннессі.

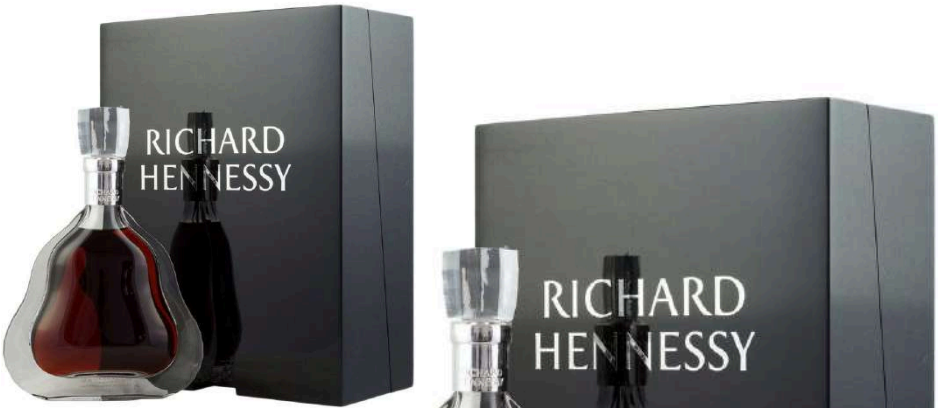


Рисунок 1.15 – Дизайн пляшки та пакування Hennessy Richard

Дизайн упаковки цього напою є таким же унікальним, як і його бленд коньячних спиртів (фр. *eaux-de-vie*). Ручна робота кришталевого декантера від (англ. *Baccarat)*, доповнена гравіровкою срібною шийкою, підкреслює його винятковість. На дизайні пакуванні знаходиться назва «HENNESSY RICHARD» вишукано вигравірована великими літерами, використовує класичний шрифт з елементами арт-деко, що додає їй візуальної привабливості. Це є втіленням розкоші та елегантності, відповідає високому статусу напою. Мінімалістичний, але інформативними деталями про напій, включаючи його дизайн пакувань. Такий дизайн не тільки залучає увагу конкурентів, але й відображає ексклюзивність і високу якість Hennessy Richard [17].

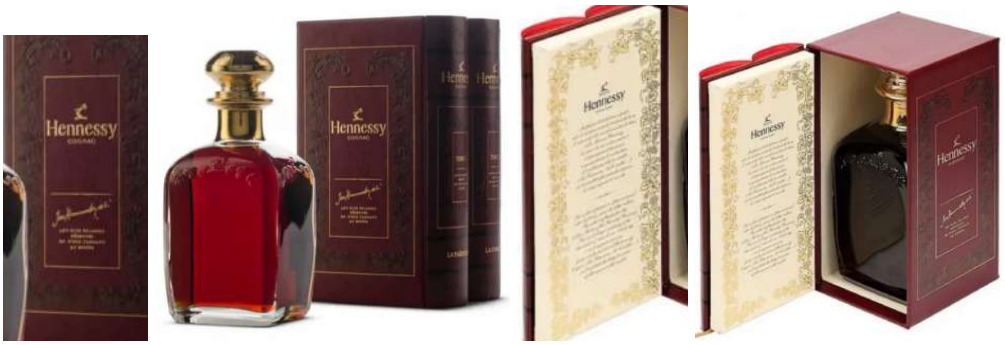


Рисунок 1.16 - Дизайн пляшки та пакування Hennessy Library [16].

Hennessy Library (див. рис. 1.16), є колекційним варіантом всесвітньо відомого коньяку. У ньому відбивається вся філософія сім'ї Хеннессі, що відноситься до своїх напоїв як до рідкісних, антикварних книг. У складі коньяку – суміш старих коньячних спиртів, змішаних і збудованих у визначеному порядку. Hennessy Library можна віднести до категорії, що знаходиться між V.S.O.P та X.O. Цей коньяк призначений для тих, хто здатний розглянути у повсякденній метушні справжні цінності та насолоджуватися ними.

Унікальне пакування Hennessy Library у вигляді книги, що робить цей продукт особливо привабливим. Завдяки високоякісному напою в комбінації з яскравою і оригінальною упаковкою, Hennessy Library не тільки вартує місця у найрозкішніших колекціях, але й стає вишуканим подарунком. Таке оформлення перетворює стандартне сприйняття пакування на справжній арт-об'єкт, який здатен прикрасити будь-яку бібліотеку чи книжкову полицю, додаючи культурного звучання будь-якому інтер'єру.

Hennessy Private Reserve (див. рис. 1.17) був створений у 1865 році для відзначення сторіччя з дня заснування компанії Hennessy. Етикетка цього коньяку відрізняється різноманітністю написів, кожен з яких має свій унікальний дизайн.



Рисунок 1.17 – Етикетка та пакування Hennessy Private Reserve

Фраза «Maison fondée en» виконана у витонченому французькому стилі, з шрифтом, що імітує каліграфічний почерк з елегантними завитками і нахилом вправо. Назва «Hennessy» представлена в надзвичайно виразному шрифті з вузькими трикутними засічками та чітким контрастом між основними лініями та з'єднаннями. Напис «GRANDE CHAMPAGNE COGNAC» використовує подібний шрифт, але менш жирний. Логотипом коньячного дому Hennessy є сімейний герб із зображенням руки, що тримає сокиру. Елегантність і аристократизм напою підкреслено за допомогою стриманої чорної та світло-жовтої колірної гами. Етикетка нагадує карту скарбів, намальовану на сторінці зі зношеного зошита з нерівними краями, що нагадують хвилі, та відмітками градусів для навігації. Таку етикетку легко впізнати завдяки виділеному великому слову «Hennessy» [17].

Етикетка коньяку Hennessy Timeless (див. рис. 1.18) від коньячного дому відрізняється розмаїттям текстових елементів, кожен з яких має унікальний дизайн. Фраза «Maison fondée en» виконана у витонченому французькому стилі з елементами каліграфії, включаючи завитки і помітний нахил вправо.



Рисунок 1.18 - Логотип Hennessy Timeless

Назва «Hennessy» представлена у жирному шрифті із тонкими трикутними засічками та різкою відмінністю між основними і сполучними лініями. Текст «COGNAC» використовує схожий шрифт.

Слово «timeless» виглядає як написане машинописним шрифтом. Фраза, яка згадується в описі, «To celebrate the coming of the 3th Millennium, we have imagined the symbol for tomorrow A symbol beyond time», написана з невеликим нахилом вправо, що нагадує каліграфічний почерк. Ця фраза перекладається як: «Для відзначення приходу третього тисячоліття, ми створили символ майбутнього, символ, що виходить за межі часу». Це вказує на те, що бренді прагне представити свій продукт як вічний і значущий для майбутніх поколінь. Логотип Hennessy представлений сімейним гербом із зображенням руки, яка тримає сокиру. Дизайн етикетки в червоно-білих тонах підкреслює благородство та аристократичність напою [17].

Hennessy Ellipse (див. рис. 1.19) є витонченим виразом майстерності та історії, представлений як ультра ексклюзивна серія знаменитого бренді коньяку. Цей видатний напій став результатом неперевершеної роботи семи поколінь майстрів з родини Фійю, кожне з яких внесло свій вклад у колекцію ексклюзивних купажів. Ці купажі згодом стали основою для створення Hennessy Ellipse, який вирізняється своєю унікальною формою та структурою.



Рисунок 1.19 – Дизайн пляшки та пакування Hennessy Ellipse

Дизайн пляшки Hennessy Ellipse, яку створив Томас Бастід із відомої французької компанії Baccarat, є втіленням розкоші та інновацій. Особливість конструкції пляшки полягає в її еліптичній формі, яка доповнена сімома напівсферами на її поверхні. Кожна напівсфера символізує один з семи вишуканих коньячних спиртів, що входять до складу купажу. Виробництво кожної пляшки ведеться вручну, і вона індивідуально пронумерована, підкреслюючи її ексклюзивність і колекційну цінність. Дизайн упаковки Hennessy Ellipse продумана до дрібниць, щоб відповідати високому статусу напою. Вона виконана з високоякісних матеріалів, які забезпечують не тільки захист пляшки, але й додають естетичної привабливості. Зазвичай упаковка має стильний, сучасний дизайн, що включає елементи логотипу Hennessy та вишукані орнаменти, які відображають багату історію та культуру бренду. Дизайн етикетки Hennessy Ellipse також відображає вишуканість і унікальність продукту. Вона зазвичай містить інформацію про лімітовану серію, номер пляшки та інші важливі деталі, які підкреслюють автентичність та ексклюзивність напою. Шрифти та кольори на етикетці підібрані так, щоб гармонійно доповнювати загальний дизайн і залишатися вірними

корпоративному стилю Hennessy. Етикетка виготовлена з прозорого матеріалу та липкою стороною для зручності приклеювання.

У 2008 році Будинок Hennessy представив випуск своєї ультра-преміум серії Hennessy XO Mathusalem (див. рис. 1.20) у величезній 6-літровій пляшці, яка розміщена у стильному дорожньому кейсі. Етикетка на пляшці Hennessy Mathusalem зберігає класичний дизайн оригінального Hennessy, вперше представленого у 1947 році, але отримала декілька видозмін.



Рисунок 1.20 – Етикетка та пакування Hennessy Mathusalem

Ця гігантська пляшка має рельєфний декор у вигляді виноградних грон, що додає їй вишуканості, а також вищу та ембосовану кришку, яка підкреслює її ексклюзивність. Пляшка упакована у компактну, темно-сіру, блискучу валізу зі справжньої шкіри, оснащену колесами та висувною ручкою, що робить її схожою на ручний багаж. Комплект також включає спеціальну скляну трубку для дегустації, яка дозволяє відчути традиції старовинного дегустування коньяку прямо з бочки. Дизайн для Hennessy XO Mathusalem розробила Марі-Вірджіні Бербе.

Moet Hennessy Louis Vuitton випустило лімітовану серію Hennessy на честь відкриття Олімпійських Ігор в Пекіні 8 серпня 2008 року. В Азії число

«вісім» символізує успіх і процвітання, тому ця дата була вибрана не випадково. В комплект Hennessy X.O. 888 (див. рис. 1.21) входила пляшка об'ємом 750 мл і два дизайнерські келихи від Hennessy Baccarat.



Рисунок 1.21 – Дизайн пакування у подарунковому набору на честь відкриття літньої Олімпіади у Пекіні

Подарункова упаковка була оформлена в червоних та золотих відтінках, з написами на двох мовах — англійській та китайській. Назва «Hennessy» зображена жирним шрифтом з вузькими трикутними засічками та різкими переходами між лініями. Фразу «COGNAC» написано в аналогічному стилі, але літери тонші. Сімейний герб Hennessy, що зображує руку з піднятою сокирою, а золоте фольгування підкреслює благородство та аристократичний характер напою.

Hennessy 44 Limited Edition (див. рис. 1.22), коньяк виданий на честь інавгурації 44-го президента США Барака Обами. Етикетка цієї серії виконана у чорному кольорі з золотим фольгування та містить спеціальний символ — печатку з датою інавгурації, 20 січня 2009 року.



Рисунок 1.22 - Етикетка Hennessy 44 Limited Edition

Логотип Hennessy 44 Limited Edition відрізняється насиченістю текстових елементів, кожен з яких має унікальний дизайн. Назва «Hennessy» виконана у виразному шрифті «TT Ramillas» з тонкими трикутними засічками і гострим переходом між основними та сполучними лініями. Фраза «Problem Feat T.I. & Rich Homie Quan» демонструє елегантність французького стилю, а словосполучення «LIMITED EDITION» написане аналогічним, але менш жирним шрифтом. В якості логотипу обрано сімейний герб із зображенням руки, що тримає сокиру.

Hennessy пройшов довгий шлях розвитку і став легендою у світі алкогольних напоїв, що поєднує в собі історію, традицію та вишуканість.

Сьогодні бренд Hennessy, коньяк якого задає тон усієї алкогольної індустрії, відомий усьому світу. Секрет його успіху – в особливих технологіях виробництва та у волі до перемоги, що передаються з покоління до покоління, від батька до сина. У 1865 році з метою боротьби з контрафактною продукцією, коньяк, що спочатку реалізується в бочках, стали вперше постачати в пляшках. Тоді ж і була винайдена і культова форма пляшки, що нагадує за контурами виноградного грона. У той же час Морісом Хеннесі було придумано легендарну зіркову класифікацію купажів, за кількістю яких

визначається вік коньячного спирту. Число зірок означало мінімальний термін витримки. Наприклад, Hennessy Very Special отримав три зірки, а Hennessy V.S.O.P. – чотири.

Виготовляється всі продукти Hennessy на однойменному заводі. Він був заснований у 1765 році (див. рис. 1.23).



Рисунок 1.23 - Завод Хеннессі , що розташувався на березі річки Шаранти [17].

1.4 Відмінність етикеток BRANDY & COGNAG

Основні та різні відмінності між словом «COGNAC» та «BRANDY» (див. рис. 1.24), це географічне положення Cognac виробляється тільки у французькому регіоні Коньяк, а Brandy може вироблятися, де завгодно в світі. Коньяк має строгі правила виробництва, включаючи використання певних сортів винограду і двічі дистиляцію у мідних кубах, а Brandy може варіюватися за методами виробництва та інгредієнтами. Коньяк зазвичай більш складний і витончений смак через свої унікальні методи виробництва та витримки [14].

Етикетки бренді та коньяку містять назву виробника, регіон, об’єм алкоголю, та часто вказують на вік або клас напою VS, VSOP, XO. Етикетки цих напоїв мають більш класичний або традиційний вигляд, акцентуючи увагу на історії бренду та спадщини. Для коньяку особливо характерне використання елементів, що підкреслюють давність та благородство напою. На етикетках бренді та коньяку може бути наголос на традиційних виробництвах, вікових

напоях і навіть індивідуальних особливостях смаку. А також інформація про рекомендації до споживання. Також важливою є інформація про вік або специфіку виробництва, наприклад, використання певного бочка для візирування.



Рисунок 1.24 – Коньяк і бренді этикетка

Brandy Hennessy, відомий своїм коньяком, традиційно асоціюється з декількома ключовими кольорами. Включає в себе відтінки золотого, коричневого, чорного та білого. Кожен кольорів має свої унікальні асоціації та символізм, які можуть посилити сприйняття. Золотий колір brandy Hennessy асоціюється з розкошем, успіхом, досягненнями та якістю. Часто використовується для підкреслення високого статусу та вартості продукту. Також золотий колір символізує вишуканість та вищий клас, підкреслюючи його якість та ексклюзивність. Коричневий асоціюється з землею, надійністю, комфортом та стабільністю. Він символізує природність та органічність. Коричневий відображає багатство та глибину смаку коньяку, а також його природне походження та традиційні методи виробництва. Чорний колір асоціюється з силою, елегантністю, таємничістю та солідністю. Він також може вказувати на престижність та ексклюзивність. Підкреслює вишуканість та преміальний характер бренді, надаючи йому більш солідного та серйозного іміджу. Білий асоціюється з чистотою смаку, простотою, невинністю та досконалістю. Використовується для створення контрасту, підкреслюючи високу якість продукту. Означені кольори, у поєднаннях, разом можуть створити гармонійний та привабливий дизайн етикетки [12].

Приваблива та розкішна этикетка є важливим показником якості будь якого видів бренді. Всі елементи етикетки мають бути взаємопов’язаними та логічно структурованими. Головним завданням етикетки є потреба зробити його максимально вишуканим, простим та зрозумілим для споживачам. Особливості розробки етикетки полягають в інформаційній структурі, плануванні взаємодії та привабливості дизайну. Зрозуміло та грамотно створена этикетка спростить життя споживачу, адже тоді споживач алкогольної продукції досягне і витратить мінімум сил і часу для отримання шуканої інформації.

Таким чином, за допомогою цієї етикетки дизайнер зможе задати конкретні вимоги на основі аналізу цільової аудиторії, наприклад, форму етикетки або наявність елементів та отримати основний перелік рекомендацій для формування технічного завдання. Перед розробкою етикетки було проведено наукове дослідження, в ході якого було створено варіантів ідеї даної теми. Зовнішній вигляд не повинен відволікати споживача від продукту товару, тому повинен бути більш простим та розкішним.

Бренді або коньяк має багатолітню історію та значну спадщину, що сягає багатьох поколінь. Його традиції та репутація формувалися роками, передаючись від одного покоління до іншого. Це сприяє створенню глибокої довіри та поваги до бренді серед споживачів, які цінують стабільність та надійність, яку він втілює. Багаторічна історія підтверджує його вірність якості та послідовності, що підкріплює лояльність клієнтів і позитивний імідж на ринку.

РОЗДІЛ 2
ПРОЕКТУВАННЯ ЕТИКЕТКИ “HENNESSY XO BRANDY”

2.1 Опис технічного завдання

Етикетки повинні створювати відчуття розкоші, при цьому використовувати мінімалістичний підхід у кольорах. Це ідеальний приклад того, чого ми прагнемо досягти: етикетка, що демонструє дух і стиль продукту, зображення якого видно крізь рідину в пляшці. Для задньої етикетки обирають класичний і спрощений стиль з використанням рукописних шрифтів, що додають індивідуальності.

Особливості дизайну повинні відповідати ключовим вимогам клієнта такі, як класична, але елегантна етикетка, яка використовує текстуру, форму та малюнок для демонстрації стриманої розкоші. Подвійний друк задньої етикетки: клейка сторона із зображенням дитини, яке покриває більшу частину задньої частини пляшки. Мінімалістична передня етикетка обгортає пляшку, зображення видно спереду крізь рідину. Включення біблійних елементів/символів у дизайн, враховуючи релігійність власників.

Компанія Jaclyn Wine & Spirits Co доручила розробити дизайн етикетку Hennessy X.O. Brandy в новому образі. Представляє пам'ятний коньяк, який створений на честь народження доньки виробника. Всього буде виготовлено лише 3700 пляшок, які походять з 5 бочок бренді, закладених 8 років тому, коли пара одружилася. Завдяки своїй високій якості бренді буде розлито в пляшки при міцності бочки. Цей коньяк буде виставлений на виноробні як частина історії бренді, підкреслюючи елегантний стиль і найвищу якість. Цей напій для зрілих та успішних бізнесменів, які цінують високу якість і елегантність.

Представлена вибір кольорів від світлих та темних відтінки, що надає ексклюзив творчого підходу до кольорової схеми етикеток. Ще виявляється акцентуючи колір, жовтих відтінків.

Розміри етикеток для бренді, можуть варіюватися в залежності від дизайну, форми пляшки та вимог виробника. Параметри етикеток бувають такими як передня та задня етикетка, бічні етикетки (якщо присутні), етикетка на горловині та інші елементи. Ширина, висота та діаметр (якщо присутно) на всіх етикетках різна. Для передньої етикетки ширина зазвичай відповідає передньої частини пляшки, а водночас висота покриває більшу частину передньої поверхні пляшки, від горловини до дна. Тоді для задньої етикетки має ширину меншою, ніж передня етикетка, але зазвичай вона також покриває більшу частину задньої поверхні пляшки, щодо висоти це залежить від вимог виробника та розмірів передньої етикетки. Для етикетки на горловину ширину та висоту відповідає діаметру горловини пляшки. Замовник предоставив розміри : етикетка на горловині 25 мм х 101 мм, етикетка для обгортки спереду 30 мм х 100 мм та етикетка на тильній стороні: 72 мм зверху х 62 мм знизу х 177 мм. Бічні етикетки не присутні в завдані, але їх ширина та висота зазвичай менші ніж передня та задня етикетка і можуть варіюватися в залежності від дизайну. також є додаткові елементи, які хоче бачити замовник на етикетці. Для полегшення роботи надаються файли, які треба додати до етикетки. Технічні характеристики пляшки, логотип, підпис виробника текст для етикетки та штрих-код для етикетки на тильній стороні. (див. додаток А)

Правильна послідовність етапів проектування етикетки – гарантія успіху кінцевого продукту. На перший погляд може здатися, що тут складного – продумав дизайн, зробив структуру, включив елементи – і готово. Кожен етап створення етикетки важливий і вимагає відповідальності з боку креативного професіонала. Створення нової вишуканої етикетки охоплює не просто розробку дизайну і додавання елементів, а й розгорнутий аналіз проекту.

Практичним завданням кваліфікаційної роботи є розробка дизайну етикетки Hennessy X.O. Brandy для зрілих і успішних бізнесменів. Основної концепції дизайнерського рішення є розробити вишуканий стиль, який підвищить інформативність та зручність етикеток алкогольних напоїв.

Процес створення етикетки Hennessy X.O. Brandy включає кілька етапів: цільова аудиторія, створення ескізів, кольорова та шрифтова композиція, додаткові елементи, конструювання у програмі, візуалізація на пляшці і додаткова своя підбірка візуалізації. *Цільова аудиторія* включає в собі для зрілих та успішних бізнесменів з вищим соціальним статусом. Очікують, щоб етикетка була елегантною та престижною, щоб вона відображала вишуканість та класичний стиль, яка відтіняється елітарністю та статусом, а також містить інформацію, яка підтверджує високу якість продукту та його багату історію. Також важливо, щоб етикетка буде приваблива та привертала увагу своїм дизайном, підкреслюючи елітарний характер напою. *Створення ескізів* вимагає довгий творчий процес, що включає аналіз бренді та його цільової аудиторії, дослідження трендів у дизайні алкогольних напоїв, інтеграцію елементів, історії та спадщини Hennessy, а також особливості вираження розкіші, елегантності та ексклюзивності продукту через кольори, форми, шрифти та графічні елементи. Кожен ескіз спрямований на створення унікального візуального враження, яке відповідає концепції бренді та виражає його цінності. Для розробки цієї етикетки обрали елегантну та преміальну *кольорову гаму*, можливо, з використанням поглиблених та теплих відтінків, які відображають розкіш та витонченість продукту. Щодо *шрифтів*, можна використовувати розкішні та класичні, які підкреслюють статус бренді та його історію. Важливо, щоб дизайн відображав вишуканість і унікальність, залишаючи його впізнаваним серед інших конкурентів. Під час розробки дизайн етикетки замовник бажає додати *елементи*, що відображає біблійні символи, оскільки власники віддані християни – це придаст вишуканість та престиж цього бренді. Включає опрацювання ескізів *у програмі графічного*

дизайну з урахуванням усіх вимог та побажань замовника. Цей процес вимагає створити стиль, який відображає елегантність та розкіш. Brandy, забезпечуючи відчуття престижу та вишуканості. Такий дизайн повинен бути інформативним і привабливим для споживача, відповідати стандартам бренду і вирізнятися серед конкурентів на полицях магазинів. *Візуалізація* етикетки передбачає створення елегантного, стильного та привабливого образу, як буде виглядати на пляшці. Власне доповнення до етикетки (рекламна, сувеніри до продажу бренді, тощо), які будуть йти до купівлі пляшки або щоб запросити людей для приобрести пляшку.

Розробка етикетки здійснювалася згідно всіх рекомендаціях, буде вишуканий, елітний, більш мінімалістичний, легко сприймається і запам'ятовується, особливо буде зручним у використанні.

2.2 Поетапна розробка етикетки

Мудборд для етикеток (див. рис. 2.1) може служити підказкою або інструментом, який допомагає дизайнеру визначити загальний настрій майбутнього проекту. Вайб проекту створюється за допомогою фотографій, іконок, зображень, шрифтів, кольорів тощо. Використовуючи мудборд, дизайнер формує уявлення про кінцевий результат як для себе, так і для замовника. Не обов'язково використовувати всі елементи з мудборду в остаточній роботі; це лише набір інструментів, які можуть бути потенційно використані [6].

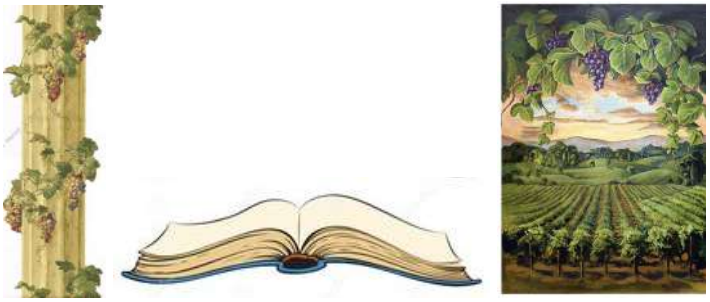


Рисунок 2.1 – Мудборд до етикеток

Щодо стандартної вишуканої етикетки для замовника, використано мудборд для допомоги щоб зобразити по іншому, але в цілому все так. З рисунка розгорнутої книжки взяте нічого, окрім форму яку було намальовано хвилясті закручені лінії у вигляді стовбура винограда. З рисунка останнього узято поле, де вирощували виноград та створювали різні смаки алкоголю тільки дадали будівля (комор) і вгорі прибрали виноград з листьями. на першому малюнку домальовували верхню та нижню частину. Всі ці елементи були задіяні у розробці етикетки для вишуканість коли додати колір і шрифтову композицію.

У програмі «HiPaint» було зроблено вся практична частина, тобто від ескізування етикеток до фінального візуалізації. Створення дизайну етикетки починається з історії, особливості розвитку та аналізу аналогів, а також дослідження цільової аудиторії. У сучасних умовах дизайн етикетки або упаковки стає ключовим маркетинговим інструментом, а визначення форми, розміри, кольори, шрифти і головне дизайн є першим кроком у процесі розробки.

Пошукові ескізи (див. рис. 2.2) на папері А4, який відображає витончений характер brandy. Всі рекомендації замовника включено у ескіз та декілька варіантів ескізів етикеток власна думка.

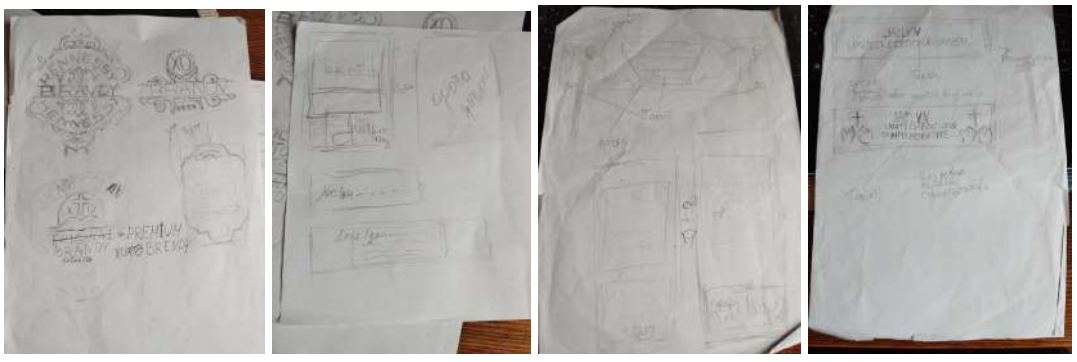


Рисунок 2.2 – Пошукові ескізи

На форматі з розмірами, зазначеними замовником (див. рис. 2.3), представлено ключовий з усіх раніше створених вручну ескізів. Для створення

цього ескізу використано мудборд бетонної колони, обвитая виноградом, а також розташування текстів та елементів.

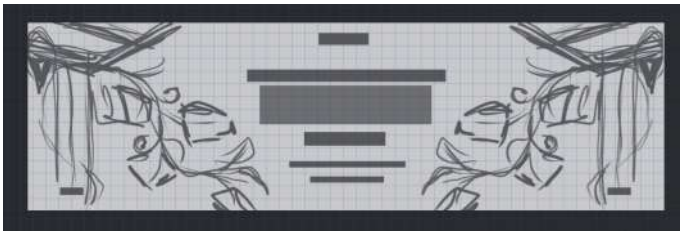


Рисунок 2.3 – Ескізування на модульній сітки

Можемо побачити ескізування передньої етикетки на модульній сітки. Текст розміщується у прямокутнику, а символи утворюються з комбінації графічних фігур, який надасть етикетці більш вишуканості.

На форматі з розмірами, вказаними замовником (див. рис. 2.4), представлено найважливіший з усіх раніше створених вручну ескізів. При створенні цього ескізу був використаний мудборд бетонної колони, обвитої виноградом, а також розміщені тексти та елементи.

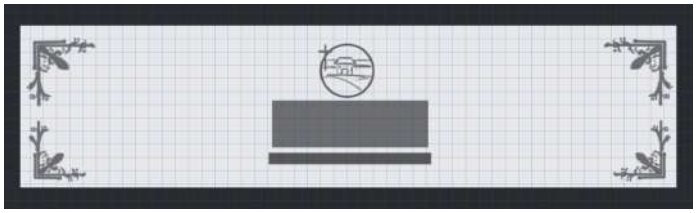


Рисунок 2.4 – Ескізування на модульній сітки

Можемо побачити ескізування етикетки на горловину модульній сітки. Прямокутник відповідає за текст. а символи – з поєднання графічних фігур, який зробить етикетку більш елегантною.

На форматі з розмірами, зазначеними замовником (див. рис. 2.5), зображений найзначніший з усіх раніше створених вручну ескізів. Для його створення було використано мудборд виноградним хвилястим стовбуром у вигляді розгорнутої книги,, а також розміщення текстів та елементів.

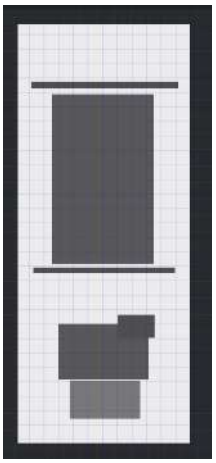


Рисунок 2.5 – Ескізування на модульній сітки

Ескізування етикетки на тильній стороні модульній сітки. Прямокутник містить текст, а довгий і вузький прямокутник представляє за допомогою каліграфічною пером, який зробить етикетку більш розкішною.

Етап ескізного проектування є одним із найважливіших процесі створення даної етикетки. Фінальний ескіз представляє собою завершений варіант творчої концепції, який точно визначить всі характеристики проекту. На цьому етапі (див. рис. 2.6) здійснюється концептуальний ескіз з розмірами, який відображає весь витончений характер Hennessy X.O. brandy.

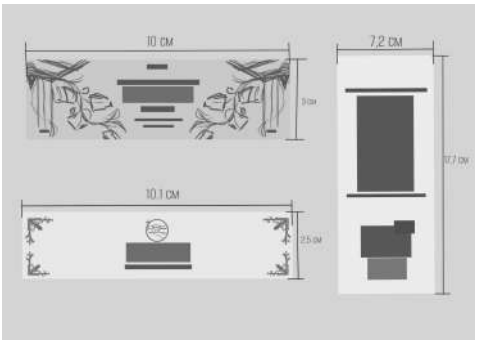


Рисунок 2.6 – Концептуальний ескіз з розмірами

Дизайн-концепту етикетки алкогольної продукції, за результатами якого було обране стильове направлення «Вишуканий». Для даного направлення характерно використовується мінімальну кількість елементів та залишити багато вільного простору між ними. Така етикетка виглядає сучасно та

розкішна, завдяки складними елементами, які яскраво доповнюють загальну композицію.

Колірна гамма складається з темних та акцентних кольорів, котрі елітно представляють текстову інформацію на темному фоні. Оформлення не відволікає увагу споживача, при цьому не втомлює його, залишаючи привабливим. Більшість елементів мають відтінки акцентичного кольору, який є основним та використовується зазвичай для тексту. Акценти розставлені ближче до бурштинового кольора, який являється вторинним у проекті. Представлена лінійка кольорів (див. рис. 2.7.) :



Рисунок 2.7 – Кольорова гама етикетці

Основна концепція дизайну етикетки для бренді Hennessy X.O. – це поєднання графічних елементів та зображення (намальовані вручну у програмі, яка вказана вище), що асоціюються з вишуканістю та розкішшю. Мінімалістичний підхід дозволяє легко візуалізувати складні елементи дизайну, такі як групи критеріїв та їх характерні особливості. Це також допомагає виділити важливі деталі, наприклад, компоненти інформації про продукт.

Використання модульної сітки та ретельного дизайн-оформлення етикетки забезпечує елегантний та привабливий вигляд продукту (див. рис. 2.8). Кожен елемент був від руки від мальовано з акцентуючим кольором, що придаст розкішшю.

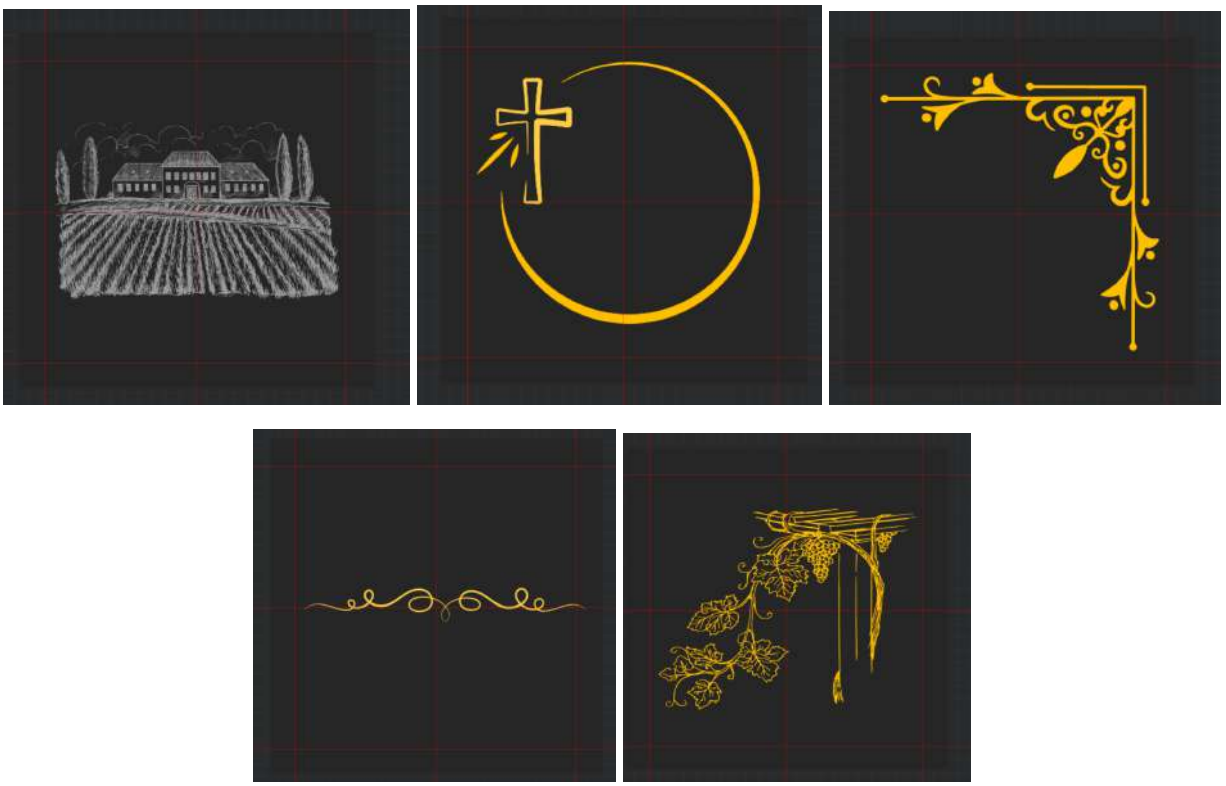


Рисунок 2.8 – Модульна сітка елементів на етикетку

Для дизайну етикетки brandy було обрано два шрифт «Open Sans» (див. рис. 2.9a) та шрифт «Montagna» (див. рис. 2.9b) на етикетку для передньої обгортки, на горловину та на етикетці для тильній стороні.



a b

Рисунок 2.9 – Представлені шрифти :
a - Open Sans, b - Montagna. [6]

Шрифт Open Sans є рукописні прямим, але водночас має злегка закруглені кути. Їх класична форма та рівномірне співвідношення засічок забезпечують комфортне читання й елітну привабливість. Такі відчуття повинні створити правильний емоційний фон для споживачів, підкреслюючи елегантність і престижність Hennessy X. O.

Шрифт Montagna є рукописні каліграфічними, але водночас має злегка загостреними кутами. Їх класична форма та рівномірне співвідношення засічок забезпечують комфортне читання й елітну привабливість. Такі відчуття повинні створити правильний емоційний фон для споживачів, підкреслюючи елегантність і престижність Hennessy X. O.

Усі елементи дизайну етикетки Hennessy X.O. (див. рис. 2.10) гармонійно поєднуються, створюючи єдину стильову композицію, яка привертає увагу своїм художнім оформленням. Простота форм, невимушені кольорові рішення, вдале поєднання елементів та геометричних форм надають етикетці сучасного вигляду та роблять її візуально привабливою.



Рисунок 2.10 – Фінальна етикетка передньої етикетки

Це фінальну передньої етикетки на модульній сітки. Намальовано бетонні колони з вьющимся виноградом, де потім в центрі – текст. Написаним світло сірим кольором, а центральна напис – має акцентний колір, як і елемент для того щоб придати етикетці елітність. По бокам розташовується також текст, що вказує на відсоток та об'єм. Фон темного кольору.

Усі елементи дизайну етикетки Hennessy X.O. (див. рис. 2.11) органічно взаємодіють, утворюючи цілісну стильову композицію, яка вирізняється своїм художнім оформленням. Лаконічні форми, ненав'язливі кольорові рішення, гармонійне поєднання елементів та геометричні форми надають етикетці сучасного вигляду та роблять її візуально привабливою.



Рисунок 2.11 – Фінальна етикетка на горловину

Це фінальна етикетки на горловину модульній сітки. Намальовані кути за допомогою графічними фігурами, де потім в центрі з'являється текст. Написано світло-акцентним кольором, як і кути більш темно-акцентним для того щоб придати етикетці елітність. Зверху над словом «JACLYN» знаходиться намальований два елемента. Перший – дім де вирощують сам напій та виноград, а другий – коло з хрестом, тому що сім’я замовника християні і обов’язково треба включити у етикетку. це придасть яскравість та вишуканість. Фон темного відтінку.

Всі елементи дизайну етикетки Hennessy X.O. (див. рис 2.12) гармонійно поєднані, створюючи цілісну стильову композицію, яка відзначається своїм художнім оформленням. Прості форми, ненав'язливі кольорові рішення, збалансоване поєднання елементів та геометричні форми надають етикетці сучасний вигляд і роблять її візуально привабливою.



Рисунок 2.12 – Фінальна етикетка на тильній стороні

Це фінальна етикетка на тильній стороні модульній сітки. Фон темного кольору, щоб побачити фото пшениці на зниженій прозорістю. Опис про продукт, штрих-код, графічний елемент та підпис розміщується в центрі. Графічний елемент намальований за допомогою каліграфічним пером з відтінком бурштина, а інший текст взяв колір світло сірий також підпис замовника.

Річард Хеннессі за свою військову службу в полку «Клер» отримав від французького короля власний герб (див. рис 2.13).



Рисунок 2.13 – Герб сімейства Хеннессі: ліворуч – сучасний малюнок;
праворуч – барельєф у родовому маєтку Хеннессі Шато-де-Баньоле у провінції Коньяк.

На червоному полі щита зображувався дикий кабан — символ сили та люті, який був популярним серед лицарів. Щит увінчував лицарський шолом з бурелетом — плетеним джгутом, запозиченим у сарацин. На шоломі була закріплена рука в латах з бойовою сокирою. Герб супроводжувався девізом « фр. *Vi vivo et armis* » — «Живу силою та зброєю».

У 1813 році Жак Хеннессі зареєстрував торгову марку Jas HENNESSY & C°. У 1856 році відбулася презентація нової лицьової етикетки коньяку з маркою Jas Hennessy & Co, на якій в честь засновника розмістили герб Хеннессі, відомий як Bras Armé — руку в латах із занесеною алебардою (див. рис 2.14) [16].



Рисунок 2.14 – Архаїчна етикетка коньяку Hennessy та сучасна версія торгового знака

Також логотип включає двоколірний червоно-білий бурелет з герба Хеннессі. На лезі сокири можна побачити лілію — символ французьких королів, що нагадує про службу Річарда у французькій армії. Логотип розробляла компанія, яка серйозно підійшла до розробки, включаючи спеціально розроблений шрифт «NR 2653 Hennessy» [30]. Однак найбільш запам'ятовується саме рука з бойовою сокирою. Насолоджуючись французьким коньяком, згадайте славного капітана Річарда добрим словом.

Відмальовка (див. рис 2.15) легендарного логотипа рука з бойовою сокирою. Кольорова гама та шрифтова композиція така сама, як і на етикетках (акцентний та темний). Форма - круг



Рисунок 2.15 – Відмальовка логотипа Hennessy

2.3 Візуалізація

Дизайн–концепція етикетки для HENNESSY X.O. BRANDY була створена з акцентом на простоту. Загалом, етикетка поєднує мистецтво декоративної вишуканості з сучасними технологіями для споживачів. Окрім традиційних етикеток, ця етикетка пропонує новий підхід до дизайну та інформації про продукт, включаючи деякі ексклюзивні елементи. Додатково можуть бути використані етикетки на кришках, крейдові етикетки чи підвіски для рекламних та інших цілей.

Візуалізація етикетки (див. рис. 2.16) на пляшці додає продукту всі зазначені рекомендаціями замовника. Пляшка була додана до завдання замовника (див. додаток А) у розділі додаткових файлів, щоб використати для покращення якості та додати вишуканості.



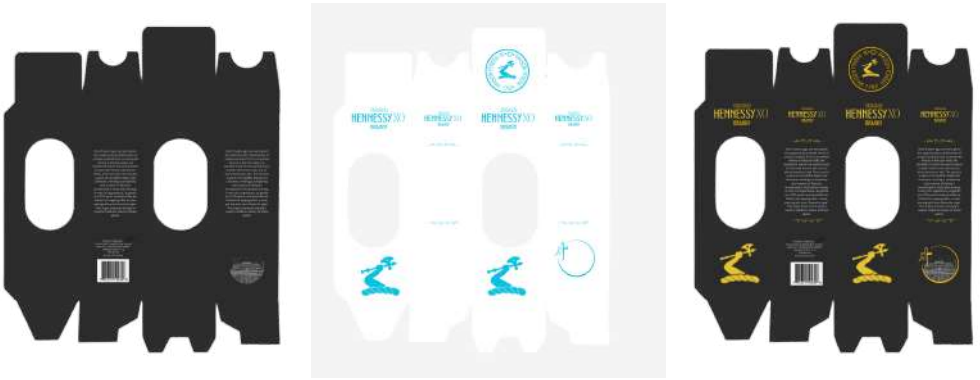
l

Рисунок 2.16 – Візуалізація етикетки на пляшці.

Пляшка Hennessy XO вражає своїм стильним дизайном, який відразу привертає увагу. Її форма і матеріал відображають елегантність і розкіш, що характеризують бренд Hennessy. На передній частини пляшки, знизу, розташована вишукана етикетка розроблена у світлих і темних відтінків та у золотистих тонах, що додає вишуканості та престиж. Додаткові елементи,

переплетіння виноградної лози та біблійні символи, додають етикетку більш привабливою. На горловині зображуються логотип, де створювали напій та кутові геометричні рами, що додасть етикетці розкішність. На задній частині пляшки або на тильній стороні зображується этикетка виконана у темних, золотистих та світлих тонах. Саме ця етикетка, буде надрукована подвійно, бо клейна сторона буде зображуватися фото дитини, як показано на передній пляшки через рідину відображається.

Розробка пакування зайняло не багато часу, але мінімально вишуканий. На макеті (див. рис. 2.17) підготовлено для друку, можемо побачити дизайн пакування у розкладеному варіанті по етапі друкування.



a b c

Рисунок 2.17 – Макет для друку

Ця розробка теж пов’язана такими рекомендаціями, як і етикетка. Кольори від світлих і до темних відтінків, та акцентний бурштиновий колір. Розміри трішки більше за пляшку висота 23,2, а ширина - 15, 2. Макет, що буде надруковано звичайним цифровим друком (див. рис. 2.17a). Далі друкується ті елементи, які зображуеться яскравим кольором (синій) (див. рис. 2.17b). Прев’ю готового виробу з фольгою (див. рис. 2.17c).

Візуалізація етикетки на пляшці (див. рис. 2.18), на поверхні відображається гра світла і тіней, що створюють ефект глибини та розкіш.



Рисунок 2.18 – Візуалізація етикетки на пляшці на поверхні

Прозоре скло пляшки дозволяє бачити відтінки бренді в середині та клейна сторона відображено дитини, що додає йому загадковість. Текст написаний ефектом неоновою золотистим підсвіткою, надаючи вигляду унікальністю.

Пляшка та пакування Hennessy XO представлена на різних гаджетів (див. рис. 2.19) з кожного кута, щоб передати елегантність.



Рисунок 2.19 – Реклама бренда на гаджетів

На екрані смартфона, бачимо пляшку Hennessy XO у вигляді реклами соціальних мережах. Якщо зблизити зображення, то можна роздивитися кожен аспект дизайну: вишуканість пляшки з етикеткою на фоні бару. Розмір екрану планшета дозволяє побачити пляшку Hennessy XO у всій її величі. Ви можете перевірити кожен деталь, від тонкої форми пляшки до елегантності горловини, який привертає увагу з будь-якого кута особливо фото дитини. На великому екрані ноутбука або на моніторі комп'ютера, можемо насолодитися розгорнутим зображенням пляшки Hennessy XO. Ви можете відчути вишуканість та розкіш, яка випромінюється з цього алкогольного напою, і зануритися в деталі її дизайну, щоб оцінити кожен аспект.

Ці візуалізації пляшки Hennessy XO на різних гаджетах допомагає передати її престиж і вишуканість в будь-якому форматі.

Для вирішення питання щодо презентації напою на сайті продажу елітної алкогольної продукції (див. рис. 2.20) було підготовлено окреме презентаційне зображення.

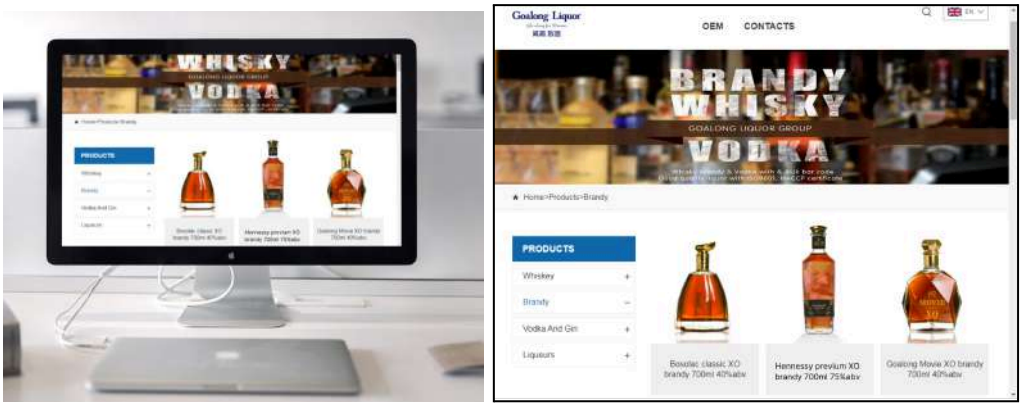


Рисунок 2.20 – Лендінг серед інших товарів на сайті

Особливості розробки лендінгу для сайту продажів відрізняється білим фоном і прямим поданням лицьової сторони продукту. Також сайти продажів пропонують розглянути продукт з різних боків. В упакованому і відкритому

видах. Для більш детального перегляду також було зроблено ряд зображення (див. рис. 2.21)



Рисунок 2.21 – Продукція на сайті інтернет-магазину

Подання продукту вимагали врахування низки нюансів. Зокрема це, необхідно було дотримуватися певних вимог щодо дизайну, розміру зображень та рекламних матеріалів. Ці особливості можуть суттєво впливати на ефективність лендінгу та загальне сприйняття продукту.

Продукція, яка представлена на поличках в елітних алкогольних бутиках (див. рис. 2.22), зазвичай відрізняється високою якістю, унікальністю та престижем. Елітні алкогольні бутики пропонують широкий асортимент продукції, який відрізняється високою якістю та унікальністю. На поличках знайдеться всі види алкоголю, починаючи з вин закінчується бренді, коньяк.



Рисунок 2.22 – Вид дизайну серед інших дизайнів продукцій виду

Також на поличках можна знайти всім відомий бренді «Hennessy», який відзначається багатошаровою текстурою та глибоким, насиченим смаком. Цей коньяк має складний букет з нотками шоколаду, ванілі та спецій, що робить його символом розкоші та популярним вибором для особливих випадків.

Рекламні плакати на білбордах (див. рис. 2.23) або на зупинці транспорту, який розташований на вулиць міста, привертає більше увагу перехожих та водіїв. Він майстерно поєднує елегантний дизайн та вишукані деталі, створюючи атмосферу розкоші та ексклюзивності. Ці плакати рекламують будь яких відомих бренди, підкреслюючи його високий клас.



Рисунок 2.23– Рекламний плакат на білборді вулиці.

Білборд, розташований на вулиці, де розміщений рекламний плакат бренді «Hennessy». Плакат привертає увагу своїм елегантним дизайном та витонченими деталями. На плакаті зображена пляшка Hennessy на фоні бару, що запрошує своїх постійних відвідувачів насолодитися чудовим вечором. Напис на плакаті, підсвічений неоновими літерами, підкреслює багатошарову текстуру та глибокий, насичений смак цього коньяку. Hennessy – це символ розкоші, ідеальний вибір для особливих моментів.

Візуалізація пляшка з дизайном пакування (див. рис. 2.20).



Рисунок 2.24 – Візуалізація пляшка з дизайном пакування



Рисунок 2.25 – Серед інших товарів

ВИСНОВКИ

Під час виконання кваліфікаційної роботи було проведено дослідження всіх доступних друкованих та онлайн англо- та україномовних джерел щодо теми кваліфікаційної роботи. Досліджено інформацію в дизайні етикетки та поняття преміального дизайну. Оглянено лінію бренда Hennessy, створену для успішних бізнесменів.

Було розроблено унікальний дизайн етикетки для коньяку Hennessy X.O Brandy, починаючи з пошуку ідей у форматі мудборду, який включав концепції відповідно до рекомендацій замовника, і завершуючи фінальним дизайном, створеним у програмі. Значну увагу приділено підбору кольорів та шрифтів, що забезпечило вишуканий і привабливий вигляд.

Крім того, здійснено ретроспективний аналіз історії та розвитку бренду Hennessy, що дозволило створити преміальний дизайн, який відповідає високим стандартам бренду і відображає його багаторічну спадщину.

У процесі наукового дослідження були виконані апробація у двох підрозділах першого розділу. У технічному розділі було детально описано процес розробки етикетки для алкогольної продукції бренді.

В ході проведеної роботи були розроблені такі компоненти: основна ідея та концепція, структура та інформація для етикетки, основні графічні елементи, кольорова гама, підібрана шрифтова композиція, цільова аудиторія, розмір та форма етикетки, зміст та обсяг тексту, основний стиль та загальна композиція, геометрія та розташування, функціональність, фірмовий стиль та вимоги.

Отже, за результатами виконання кваліфікаційної робота, мета, об'єкт, предмет та практичні завдання були виконані в повному обсязі.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алкоголь : Коньяк хеннессі vsop. Webgrafica : веб-сайт. URL : https://webgrafica.com.ua/konyak-xennessi-vsop/ (дата звернення: 3.06.2024).
2. Бондар А. Д. Розробка фірмового стилю бренду чоловічих парфумів. Розробка брендбука : кваліф. роб. … бакалавр спеціальності 022 Дизайн / Кривий ріг. Криворізький державний педагогічний університет. 2023. 71 с.
3. Березова С. М. Наукові засади та практичні аспекти оцінки ринкових позицій бренда (на прикладі галузі шоколадних і кондитерських виробів україни) : *Marketing and Management of Innovations*. 2012. Т. 3. Вип. 1. С. 105-113. URL: https://mmi.sumdu.edu.ua/ua/uammi/volume-3-issue-1/article-11/
4. Стокові ілюстрації на тему Ілюстрація вина, намальована вручну. Istockphoto : веб-сайт. URL : https://www.istockphoto.com/uk/векторні-зображення/ілюстрація-вина-намальована-вручну-gm1796625043-548185571 (дата звернення: 3.06.2024).
5. Габрійчук А. Ключові елементи ефективного дизайну упакування товарів. *Соціально-гуманітарні студії: інновації, виклики та перспективи.* 2023. С. 230-232. URL : http://eprints.zu.edu.ua/id/eprint/37572 (дата звернення: 3.06.2024).
6. Дизайн : Що таке мудборди і як вони спрощують життя графічному дизайнеру. GENIUS. веб-сайт. URL : https://genius.space/lab/shho-take-mudbordi-i-yak-voni-sproshhuyut-zhittya-grafichnomu-dizajneru/ (дата звернення: 3.06.2024).
7. Wine labels. Vintage images for labels old medieval castles and towers architectural objects vector template. Illustration wine sticker vintage traditional. Freepik : web-site. URL : https://www.freepik.com/premium-vector/wine-labels-vintage-images-labels-old-medieval-castles-towers-architectural-objects-vector-template-illustration-wine-sticker-vintage-traditional_11447167.htm (дата звернення: 3.06.2024).

8. Етикетка. Бренді "Єреван".Violity : веб-сайт. URL : https://violity.com/ua/106877395-etiketki-sssr-brendi-erevan?utm_source=also_like&utm_medium=etiketki-sssr-brendi-erevan&utm_campaign=20uah (дата звернення: 3.06.2024).
9. Етикетка : Antigua Etiqueta Brandy Coñac, Brandy Especial Quality Ch Jobit Y Cia. Todocoleccion : веб-сайт. URL : https://www.todocoleccion.net/etiquetas-antiguas/antigua-etiqueta-brandy-conac-brandy-especial-quality-ch-jobit-cia~x201988936 (дата звернення: 3.06.2024).
10. Кулінка Ю. С. Романко Л. П., Основи айдентики : матеріали та методичні рекомендації до курсу. Кривий Ріг : ДВНЗ «КДПУ», 2017. 95 с.
11. Курек Є. І. Системи керування видавничо-поліграфічними процесами. Чернівці : Рута, 2021. с. 65.
12. Коньяк hennessy vs (хеннессі нд) і його особливості. U.bgrepon. : веб-сайт. URL : https://u.bgrepon.com/alkogolьni-marki/509-konьjak-hennessy-vs-hennessi-nd-i-jogo-osoblivosti.html (дата звернення: 3.06.2024).
13. Цільова аудиторія: як визначити цільову аудиторію клієнтів та створити портрет ЦА. Бюро продажів А. Крупкіна : веб-сайт. URL : https://krupkin.pro/uk/knowledge/marketing-ta-prodazhi/shho-take-tsilova-auditoriya-tsa-ta-yak-viznachiti-tsilovu-auditoriyu-dlya-svogo-produktu/ (дата звернення: 3.06.2024).
14. Коньяк і бренді – в чому різниця. Winewine : веб-сайт. URL : https://winewine.ua/koniak-i-brendi-v-chomu-riznytsia/ (дата звернення: 3.06.2024).
15. Кіку В. О. Художні особливості дизайну винних брендів України. К*ультурологічні трансформації xxi ст.: від теорії до практики*. 2021 : збірник тез доповідей С. 145-147. URL : https://mfknukim.mk.ua/images/konferentsii/2021/Збірка_тез_доповідей_Всеукраїнська_конференція%2018.11.21.pdf (дата звернення: 3.06.2024).

16. Коньяк Hennessy (Хеннессі) і особливості його різновидів. BIG : веб-сайт. URL : https://b-i-g.com.ua/konyak-hennessy-xennessi-i-osoblivosti-jogo-riznovidiv/ (дата звернення: 3.06.2024).
17. Коньяк Hennessy: з чого роблять і скільки коштує найпопулярніший напій? Detalibus : веб-сайт. URL : https://detalibus.com.ua/konyak-hennessy-z-chogo-roblyat-i-skilki-koshtuye-najpopulyarnishij-napij/ (дата звернення: 3.06.2024).
18. Коньяк Hennessy - опис, ціна і вартість. Yak.koshachek : веб-сайт. URL : https://yak.koshachek.com/articles/konjak-hennessy-opis-cina-i-vartist.html#google_vignette (дата звернення: 3.06.2024).
19. Логотип Hennessy: еволюція, історія та все, що вам потрібно!!! BusinessYield : веб-сайт. URL : https://businessyield.com/uk/brand-stories/hennessy-logo-evolution-history-all-you-need/ (дата звернення: 3.06.2024).
20. 11 правил розробки дизайну етикетки. як не вступити у калюжу. Koloro : веб-сайт. URL : https://koloro.ua/blog/dizain/11-pravil-razrabotki-dizajna-jetiketki-kak-ne-vstupit-v-luzhu.html (дата звернення: 3.06.2024).
21. Пазюк В. Л. Особливості формування винного бренда. *Проблеми і перспективи розвитку підприємництва.* 2015. № 2. С. 37-41. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/piprp_2015_2_9 (дата звернення: 3.06.2024).
22. Стокові ілюстрації на тему Ілюстрація вина, намальована вручну. Istockphoto : веб-сайт. URL : https://www.istockphoto.com (дата звернення: 3.06.2024).
23. Світлична В. Дизайн етикетки. *Друкарство молоде* : зб. тез. доп. 20-ї Міжнар. наук.-техн. конф. студентів і аспірантів. 2020. С. 221-221. URL: http://openarchive.nure.ua/handle/document/12407 (дата звернення: 3.06.2024).
24. Сувенірна наклейка-етикетка "Бренді" - 8 х 9 см (+ покриття). Fantiks : веб-сайт. URL :

https://fantiks.com/ua/p1152274171-suvenirna-naklejka-etiketka.html (дата звернення: 3.06.2024).

25. Французький коньяк і бренди Франції: історія напою, елітні види коньяку або бренді, Хеннессі і Курвуазьє — все про алкоголь. Vse-pro-alcohol.gorsad. : веб-сайт. URL : https://vse-pro-alcohol.gorsad.com.ua//francuzskiy-kon-yak-i-brendy-francii-istoriya-napitka-elitnye-vidy-kon-yaka-ili-brendi-hennessi-i-kurvuaz-e-uk/#google_vignette (дата звернення: 3.06.2024).
26. Що було першим – коньяк чи бренді? Історія легендарних напоїв. 24 канал : веб-сайт. URL : https://https://24tv.ua/shho_bulo_pershim__konyak_chi_brendi_istoriya_legendarnih_napoyiv_n1234430 (дата звернення: 3.06.2024).
27. Montagna. Online-Fonts : веб-сайт. URL : https://online-fonts.com/fonts/montagna (дата звернення: 3.06.2024).
28. Open-Sans. Online-Fonts : веб-сайт. URL : https://online-fonts.com/fonts/open-sans (дата звернення: 3.06.2024).
29. Hennessy Logo Font. Fontlot : веб-сайт. URL : https://fontlot.com/forum/hennessy-logo-font/ (дата звернення: 3.06.2024).
30. Цема Є. І. Методика створення додатку для вибору дизайн-концепту етикетки продукту : осв.-проф. прогр. «Технології електронних мультимедійних видань». Харків. Харківського національного університету радіоелектроніки. 2020. 82 с.
31. Як перевірити алкоголь на справжність? PriceMedia : веб-сайт. URL : https://media.price.ua/lifehacks/yak-pereviriti-alkogol-na-spravzhnist.html (дата звернення: 3.06.2024).
32. Bar Convent Brooklyn, The Lost History of California Brandy: Rediscovering California’s Native Spirit. URL : https://www.https://www.youtube.com/watch?v=vJJnOsj7VRw&t=6s (дата звернення: 3.06.2024).

33. Château Montifaud XO Millenium. PremiumGrandsCrus : веб-сайт. URL : https://www.premiumgrandscrus.com/en/cognac-xo/4612-chateau-montifaud-xo-millenium.html (дата звернення: 3.06.2024).
34. Premium label design for alcohol brandy. Behance : website. URL : https://www.behance.net (дата звернення: 3.06.2024).
35. The History of Brandy. What is Brandy? Thebrandybar : веб-сайт. URL : https://thebrandybar.com/brandy-history/ (дата звернення: 3.06.2024).
36. Wine labels set. 123RF : website. URL : https://www.123rf.com/photo_9875215_wine-labels-set.html?is_plus=1 (дата звернення: 3.06.2024).
37. Стокові ілюстрації на тему Виноградник пейзаж ручної ілюстрації, шаблон дизайну винної етикетки. iStock : website. URL : https://www.istockphoto.com/uk/векторні-зображення/виноградник-пейзаж-ручної-ілюстрації-шаблон-дизайну-винної-етикетки-gm1192196104-338645400 (дата звернення: 3.06.2024).
38. Ковальова С. В., Брянцев О. А. Історія і розвиток дизайну етикетки бренді. *Дизайн, візуальне мистецтво та творчість: сучасні тенденції та технології:* міжнар. наук.-практ. конф. (м. Запоріжжя: 12 грудня 2023). ЗНУ, 2023. Т. 2. С. 23-26. DOI : 10.5281/zenodo.7489383.
39. Ковальова С. В., Брянцев О. А. Особливості дизайну етикеток бренді. *Молода наука* : збір. наук. праць. (м. Запоріжжя, 17-22 квітня 2024) : ЗНУ, 2024. Т. 3. С. 92-93.

ДОДАТОК А
Бриф замовника

Visual style
Design inspiration

		
The luxurious feel and shape of the labels, minimalist in colour usage	perfect example of what we try to achieve with the image showing through the spirit and the style we after for the front label	Classic and simplistic style for the back label with hand writing fonts
		
Handwriting part for the individual bottle No, of the ultra limited edition	understated luxury style, using high-build texture only	

Colors to explore



Other color requirements
Unspecified

Company

Industry

Food & Drink

Company name

Jaclyn Wine & Spirits Co

Existing website

Unspecified

Product

Product name

Hennessy "the apple of my eye" XO Brandy

Description of the product

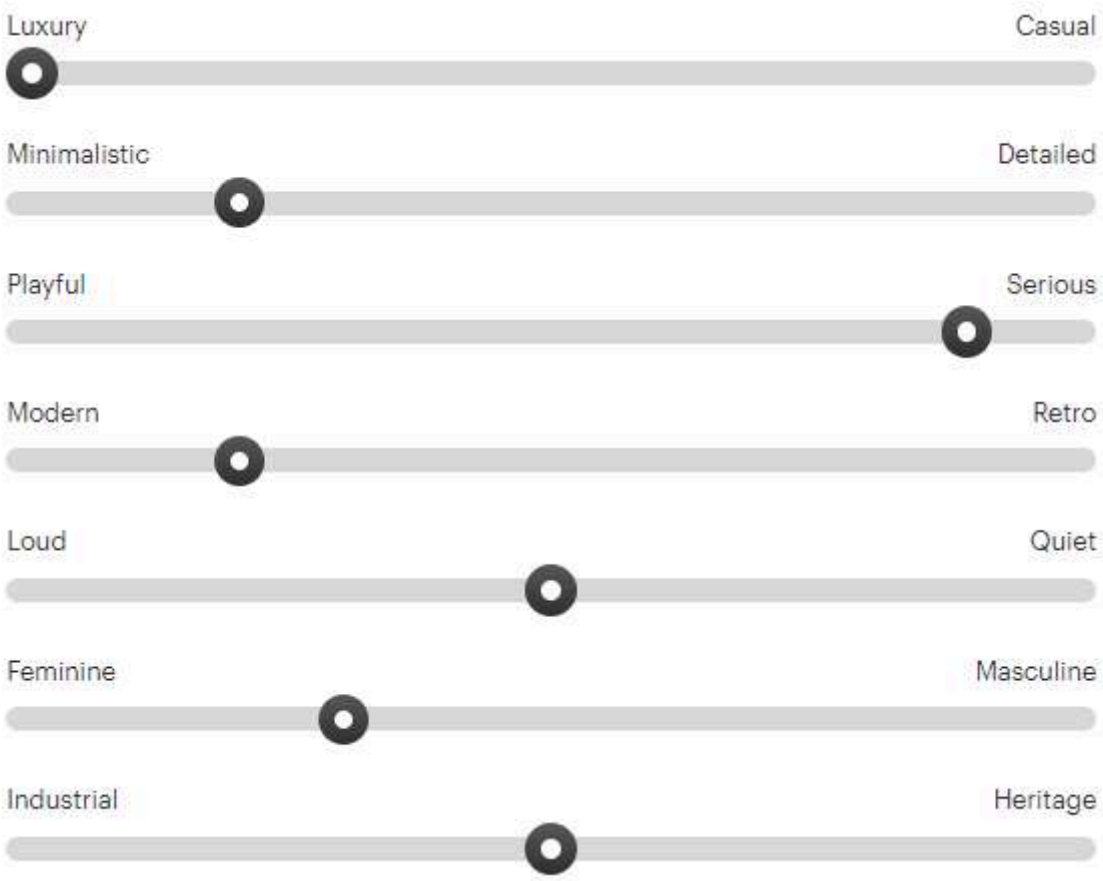
A commemorative XO Brandy for the birth of the producer's daughter, only 3700 bottles will be made from the 5 barrels of Brandy laid down 8 years ago when the couple got married, it will be bottled at cask strength due to its superior quality. The bottle will be displayed at the winery as part of the brand history, it is an epitome of elegant style and superior quality.

Description of the product target audience

mature & successful businessmen

Creative vision

Style attributes



Design needs

We are after a classic yet elegant styled label, using texture, shape and pattern to showcase understated luxury. Please use the attached inspirations as reference. The back label will be double printed, with the glue side being an image of a baby which cover most the back of the bottle and a minimalist front label wrapping arond the bottle, the image will be visible from the front through the liquid in the bottle. Pls include biblical elements/symbols in the design, as owners are devoted Christian.

What to avoid

Unspecified

Dimensions

Package dimensions

Neck label: 25mm (H) x 101mm (W)Front wrap label: 30mm (H) x 100mm (W)Back label: 72mm top/62mm bottom (W) x 177mm (H)

Files

Stock images. Client allowed the use of stock for this contest
https://www.pentagram.com/work/hennessy-vsop/story#26520

Attachments

Bottle specs
https://99designs.com/contests/1241883/brief/download/70dh0wym8fwgswogccsww4gkw
illustration of label positoning on the bottle
https://99designs.com/contests/1241883/brief/download/a4qzrocjweg48kg88o8400k48
pls note its only illustraiton for the label positioning, not the label shape
https://99designs.com/contests/1241883/brief/download/6lf4ee10hjwgg4sksoowogk08
LOGO
https://99designs.com/contests/1241883/brief/download/6fbk2vzpw24o8w4osw0g4cgco
Producer's signature
https://99designs.com/contests/1241883/brief/download/13d6ibbwrkuoc8wksw4okg0og
TEXT for the label
https://99designs.com/contests/1241883/brief/download/d48reqt0gt4co00kko40c8804
barcode for the back label
https://99designs.com/contests/1241883/brief/download/cqd9snd4flkwo8cooccosog
https://99designs.com/contests/1241883/brief/download/bg0j8ml6jjwc0084scwcc4swc
https://99designs.com/contests/1241883/brief/download/aznhv8cnu08osocogwgo88w0s
https://99designs.com/contests/1241883/brief/download/47vjno51e6cksgg00o84gw8c4ko