

ХИМИНВЕСТ

Создание бренда SOLVEX

Условия

Дмитриевский химический завод — крупнейшее предприятие и единственный производитель растворителей и нефрасов на территории России и СНГ, работающий на полноценных химических технологиях и под контролем РосТехНадзора. ДХЗ давно занимает прочную позицию ключевого игрока на оптовом рынке растворителей. С 2017 года завод-производитель выступает активным игроком в рознице, выпуская линейку из 28 основных растворителей под брендом Ultimax (разработан Артоникой). Чтобы закрепить позицию и масштабировать эффект присутствия, было решено вывести на рынок отдельную линейку профессиональных растворителей, ориентированную на верхний ценовой сегмент.

Решение

Универсально-международное имя указывает на основной продукт — сольвент, что сразу задает правильные смысловые ассоциации и максимально упрощает B2B и B2C коммуникацию. Оно четко отделяет продукт от лакокрасочных брендов, под которыми продается большинство растворителей, акцентируя внимание на предназначении. Существенно влияет на характер имени постфикс «-ex», который приобрел собственную семантику —скую ценность в поле коммерческой деятельности. Он выступает одновременно как мар-

кер бренда (не просто «сольвент», а производитель растворителей), и как маркер качества продукта (extra, excellent). Логотип решен в строгой типографике, которая отражает серьезную и устойчивую репутацию бренда. Преобладающий цвет — металллик, рифмующийся с материалом упаковки. Ключевой элемент фирменного стиля — буква «S», напоминающая знак молнии (символ скорости и движения) и идеально четкий красочный штрих. Градиент подчеркивает функцию разбавителя. Благодаря визуальным рифмам логотипа и текстуры металла, логотип и упаковка выглядят монолитно, что без лишних усилий и агрессии выделяет продукт на полке среди конкурентов.

Результат

Создан бренд, который подчеркивает промышленное качество от поставщика «первой руки», удобен и привлекателен как для посредников, так и для конечных потребителей. Он притягивает внимание своей непосредственной простотой и позицией эксперта. Под новым брендом на рынок выведена линейка из 7 растворителей, ориентированная на верхний ценовой сегмент. На основе разработанной визуальной концепции созданы все носители, необходимые для быстрого старта, включая базовые стандарты оформления упаковки и руководство по фирменному стилю.

