

РЕБРЕНДИНГ

Spasso, SPA-центр

Банно-оздоровительный комплекс, предоставляющий широкий спектр услуг для тела и души: от тренажеров и аэробики до массажа и консультаций врача-диетолога.



ЗАДАЧА:

Осуществить ребрендинг заведения, уйти от названия «Аква-Марин», которое не было зарегистрировано как ТМ и использовалось другими игроками рынка. Создать и сопроводить новое название приятными визуальными образами.

РЕШЕНИЕ:

Разработаны название и визуальный образ в стиле, ассоциирующемся с культурами Древнего Рима и Греции, которые славились своими термами. Логотип и фирменный стиль выполнены под мозаику.

(812) 952-10-18

info@proname.ru
www.proname.ru

БРЕНДИНГОВОЕ
АГЕНТСТВО

PRO.NAME

© АПРЕЛЬ 2008

РЕБРЕНДИНГ: Spasso

НАЗВАНИЕ:

По результатам анализа названий конкурентов и с учетом пожеланий заказчика нами были разработаны различные концепции потенциального названия. В качестве основного направления была выбрана Древняя Греция. Мы стремились отразить в названии основную идею Центра – оздоровление, очищение души и тела, отдых, расслабление и в то же время развлечение. Было выбрано название Spasso, которое можно рассматривать с двух сторон. Во-первых, частью названия является всем известное слово «SPA», которое звучит на латыни как «sanitas per aquam», что означает – «здоровье от воды». Во-вторых, название Spasso имеет итальянское происхождение. На современном итальянском языке данное слово означает «развлечение», «приятное времяпрепровождение», что полностью гармонирует с позиционированием SPA-центра.



ВИЗУАЛЬНЫЙ ОБРАЗ:

Дизайн логотипа Spasso выполнен в технике «монументальной декорации», когда изображение создается из мелких кубиков мрамора, гальки, керамической плитки, смальты. За счет применения техники мозаики логотип отсылает нас к истокам культур Древнего Рима и Греции, где мозаика широко применялась в создании узорных полов. Сам Древний Рим, в свою очередь, является и прародителем современных бань («терм»), именно поэтому древнеримская тематика напрямую ассоциируется с деятельностью SPA-центра. Кувшин (символ духовного триумфа), из которого вода ниспадает на цветок лотоса (символ душевной и телесной чистоты), удачно вписывается в идею логотипа, опять-таки отсылая нас к античным произведениям искусства – сосудам и амфорам. В носителях фирменного стиля Spasso (папка, визитка, бланк, конверт) идея мозаики продолжает свое развитие, переключаясь с интерьерами SPA-центра по цветовому оформлению и материалам, применяемым в оформлении помещений Центра.