



УДК 7.05

АНАЛІЗ ФІРМОВОГО СТИЛЮ УКРАЇНСЬКИХ КОМПАНІЙ-ВИБРОБНИКІВ ОРГАНІЧНОГО ВИНА

ЄЖОВА Ольга, КАПЛУН Катерина

Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
katerinakaplun3@gmail.com

У роботі проведено аналіз фірмового стилю українських компаній, що спеціалізуються на органічних винах. Досліджено використання різних складових фірмового стилю, їх вплив на сприйняття продукції споживачами та можливість створення унікального бренду.

Ключові слова: *фірмовий стиль, графічний дизайн, органічне вино, бренд, продукція, споживач.*

ВСТУП

Аналіз фірмових стилів сучасних брендів органічних вин стає важливим аспектом для розуміння динаміки ринку та визначення стратегій успіху в цій індустрії. Органічні вина не лише представляють собою вишуканий напій, але й стають символом екологічної свідомості та здорового способу життя для споживачів. У роботі пропонується провести аналіз фірмових стилів кількох провідних українських компаній органічного вина, щоб визначити їхню унікальність, використані елементи та вплив на споживача. Це дослідження сприятиме розумінню того, які фактори визначають конкурентну перевагу на ринку вин та створення власного неповторного образу бренду в цьому сегменті.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою даної роботи є аналіз фірмових стилів сучасних українських брендів органічного вина з метою виявлення їхніх особливостей, різноманітності та впливу на споживача.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

У сучасному бізнесі фірмовий стиль визначається як ключовий елемент успішної стратегії бренду. Це не лише набір графічних елементів та візуальних ідентифікаторів, але й складна система, що відображає цінності, цілі та особливості компанії [1]. Ідентичність бренду є осяжною категорією, яка звертається до почуттів. Можливо побачити її, доторкнутися, потримати в руках, почути, поспостерігати за її розвитком. Ідентичність бренду стимулює впізнаваність, посилює диференціацію, робить великі ідеї та їхнє значення доступними для розуміння [2].

Father's Wine є крафтовою виноробнею з Тернопільщини [3]. Вони зосереджені на виробництві вина високої якості з українських сортів винограду, мають у арсеналі натуральне та класичне органічне вино. Фірмовий стиль Father's Wine характеризується поєднанням сучасних тенденцій дизайну з



національними мотивами (рис. 1, а, б, в), акцентуючи на крафтовості та унікальності своєї продукції. Особливістю є використання яскравих елементів, які відображають культурну спадщину та традиції виноробства регіону, доповнені сучасними графічними рішеннями, такими як національні орнаменти. Це створює впізнаваний образ бренду, який підкреслює якість та ексклюзивність вина.



а б в

Рис. 1. Фірмовий стиль вина бренду «Fathers Wine»: а – «Пет Нат Розе»; б – «Йоханітер»; в – «Червоний трикутник»

Фірмовий стиль бренду «Biologist», який представляє крафтову виноробню, втілює сучасний погляд на традиційні винні продукти. Як видно на рис. 2, їх дизайн етикеток поєднує елементи мінімалізму з національним колоритом, що видно в увазі до деталей та використанні українських орнаментів. Кожна пляшка носить власний характер завдяки унікальним кольоровим рішенням та графічним мотивам.



а б в

Рис. 2. Фірмовий стиль вина бренду «Biologist»: а – «Renaissance White»; б – «Pershotvir Pet-Nat Rose Biodynamic»; в – «Orange Blend»



а б в

Рис. 3. Фірмовий стиль вина бренду «Beukush»: а – «Артанія Червоне»; б – «Бейкуш Совіньйон Резерв»; в – «Артанія Біле»



Наприклад, на етикетці вина «Renaissance White» (рис. 2, а) зображені орнаменти, що нагадують традиційні українські вишивки, які символізують культурну спадщину та витонченість. Ці елементи стилю створюють привабливий візуальний образ та підкреслюють якість продукції.

«Beukush» - сімейна виноробня на березі Чорного моря. Етикетки вин Beukush розкривають сутність їх виноробної філософії: гармонія природи і творчості людини. Використовуючи зображення птаха, яке символізує свободу та благородство, на етикетці "Sauvignon Blanc" (рис. 3, б), компанія підкреслює натуральність і чистоту своїх вин. «Артанія» з його живописними етикетками, що містять народні орнаменти і світлі, привабливі кольори, говорить про святковість і яскравість смаків. Ці візуальні елементи не тільки залучають споживача, але й виражають дух місцевості та культурну унікальність виноробної традиції України.

ВИСНОВКИ

Фірмовий стиль українських брендів органічного вина є яскравим відображенням їх унікальних цінностей та культурної ідентичності. Кожен бренд по-своєму інтерпретує традиції та інновації, що створює справжнє візуальне розмаїття на полицях. Важливим є зосередження на деталях, використання символів і колориту, які розповідають історію за допомогою етикетки. Ці візуальні стратегії не тільки сприяють впізнаваності бренду, але й відіграють ключову роль у залученні та збереженні уваги споживача, який цінує автентичність і якість у виборі органічного вина.

ЛІТЕРАТУРА

1. Єжова О. В., Яковлев М. І. Дизайн-проекування графічних елементів фірмового стилю бренду. *Графічний дизайн в інформаційному та візуальному просторі: монографія* / Колосніченко М. В., Гула Є. П., Пашкевич К. Л. та ін. Київ: КНУТД, 2022. С. 79-90.
2. Пономаренко І. В. Фірмовий стиль як основа комунікаційної політики компанії. *Актуальні проблеми сучасного дизайну* : збірник матеріалів III Міжнародної науково-практичної конференції, м. Київ, 22 квітня 2021 р. В 2-х т. Т. 2. Київ : КНУТД, 2021. С. 355-357.
3. Мапа українських виноробень. URL: <https://theheartofwine.com/map-of-ukrainian-wineries/>

YEZHOVA O., KAPLUN K.

ANALYSIS OF THE CORPORATE STYLE OF UKRAINIAN ORGANIC WINE PRODUCERS

The work conducted an analysis of the corporate style of Ukrainian companies specializing in organic wines. It examined the use of various components of corporate style, their impact on consumer perception of products, and the potential for creating a unique brand.

Key words: corporate style, graphic design, organic wine, brand, production, consumer.