УДК 640.43-047.8:655.245(450)

РОЗРОБКА АЙДЕНТИКИ ІСПАНСЬКОГО РЕСТОРАНУ “KORMINAS”

ОВЧАРЕК Володимир, БЄЛЯЄВА Катерина,
БАТРАК Вадим, ШАПОВАЛ Анатолій
Київський національний університет технологій та дизайну, Київ, Україна
kattebelyaeva@gmail.com

Представлено результати розгляду ключових аспектів та важливих елементів айдентики іспанського ресторану «KORMINAS». Метою роботи був аналіз сучасних тенденцій і методів створення корпоративної айдентики бренду, через вдалий концептуальний, стратегічний та візуальний підхід. Проаналізовано основні елементи сучасної айдентики.

Ключові слова: *логотип, концепція, фірмовий стиль, брендинг, айдентика, ресторан, ресторанний бізнес.*

ВСТУП

Корпоративна ідентичність (вона ж «айдентика») – це сукупність елементів та матеріалів, що створюють певний образ компанії в очах споживачів. Оскільки конкуренція зумовлює нескінченні варіанти вибору, компанії шукають способи емоційного зв’язку з клієнтами, прагнуть стати для них незамінними [1]. Корпоративна ідентичність працює на впізнаваність та запам'ятовуваність бренду та створює перше враження про нього. Брендінг ресторану – це те, як зробити його унікальним і незабутнім.

Ресторани та заклади харчування вже давно стали великою частиною нашого життя. Ми відмічаємо там важливі для нас події в житті та хочемо, щоб вони запам’ятались якомога краще та викликали в нас бажання прийти туди ще. Для цього ресторатори наймають графічних дизайнерів та розроблюють незабутній для клієнтів концепт та затишний дизайн, що буде пасувати до кухні закладу.

ПОСТАНОВКА ЗАВДАННЯ

Метою постає створення якісного візуального образу та фірмового стилю ресторану іспанської кухні «KORMINAS». Завданням дослідження є освітлення актуальних матеріалів просування власного бренду, фірмового стилю компанії та поняття сутності айдентики в сучасному світі.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ ТА ЇХ ОБГОВОРЕННЯ

Брендинг – важливий елемент комунікації бізнесу з аудиторією та носій його ДНК. Він допомагає вирізнятися на тлі конкурентів, формує у споживача стійкі асоціації з продуктом чи компанією, транслює її цінності та філософію.

Увесь світ став глобальною комунікацією і хоче розповідати історії про себе, про свою індивідуальність, важливі події та досвід [2]. Розвиток дизайн-культури змінив і запити бізнесу до айдентики. Мета бути поміченим будь-якою

ціною поступилася свідомому і відповідальному – щодо аудиторії та навколишнього середовища – підходу.

Фірмовий стиль ресторану складається з:

1. візуальної складової. Колірна гама, візерунки, логотипи і все, що бачить відвідувач;
2. кінетичної. Це меблі, посуд, розхідники - те, що можна доторкнутися;
3. вербальної. Це музика (її напрямок, гучність, навіть виконавці);
4. асоціативною. Це аромати, спілкування персоналу, подання страв тощо.

«KORMINAS» – ресторан іспанської кухні, у якому подають гостям блюда виключно іспанської рецептури. Це зроблено спеціально задля того, щоб іспанець або українець, який любить та поважає кухню іспанського народу, мав змогу насолодить стравами на смак такими ж, як в Іспанії.

Покрокова інструкція або як створюється фірмовий стиль ресторану:

- Спочатку розробляється асоціативна карта. Це потужний мозковий штурм, спрямований виявлення яскравих деталей до створення загальної концепції. При проектуванні айдентики іспанського ресторану головними пунктами були обрані іспанські національні мотиви, культурне надбання та відома архітектура.
- Визначення основних та другорядних кольорів. Саме в обраній на цьому етапі колірній гамі буде виконано основну документацію (дизайн меню ресторану, візиток, листівок). Також ці відтінки мають доповнюватися інтер'єром. Для ресторану «KORMINAS» були обрані помаранчевий, молочний та чорний кольори. Помаранчевий колір є головним, так як це симбіоз двох національних кольорів: червоного та жовтого, які присутні на прапорі Королівства Іспанії.
- Створення основного логотипу. Це є основою айдентики. Фірмова емблема створюється на підставі карти асоціацій і має повністю відповідати запланованому стилю закладу. Логотип ресторану «KORMINAS» являє собою оригінальне начертання шрифту з головним елементом – Собором Саграда Фамілія, що вдало вписаний у букву «М». Також присутній нижній дескриптор з поясненням, що це іспанський ресторан.
- Яскраві візитні картки, флаєри. Важлива частина для роботи з потенційними клієнтами та партнерами. Візитка – це спрощена презентація. Для розробки її дизайну важливо використовувати інформацію, отриману внаслідок створення карти асоціацій. Розроблена візитка ресторану має логотип, адресу, номер телефону закладу, соціальні мережі та елементи ілюстрацій: морепродукти, лимон, прянощі та плями помарачевого кольору. Плями мають важливу концептуальну роль, бо іспанці мають звичку залишати сміття та плями на столах після себе. Це, на їхню думку, показник того, що у закладі смачно та якщо на терасі багато серветок, то це також показник того, що цей заклад має попит.
- Меню. Фактично – паспорт будь-якого закладу. Умовно, у ньому описуються основні позиції кухні та бару. Вони мають бути чітко розділені за формою подачі, видами кухні та іншими аспектами, що залежать від роду закладу. Вигідно виділитись на ринку допоможе нестандартний підхід до

розробки дизайну меню. Меню ресторану розроблено таким чином, що страви поділені по сегментах: тапас, їх національне надбання, та закуски; перші страви; холодні блюда та десерти. Усі страви виключно іспанської кухні. У проектуванні меню на фоні присутня відома архітектура, ілюстрації їжі і плям та логотип.

- Вивіска. Останній, але не за значущістю, штрих для того, щоб створити фірмовий стиль ресторану чи кафе. Вона повинна містити логотип, текстову частину (назву закладу, слоган – залежно від маркетингової стратегії). На вивісці закладу є логотип з дескриптором та декілька ілюстрацій морепродуктів для швидкого розуміння, що це за заклад. Форма була обрана класична – прямокутна.

ВИСНОВКИ

Розглянуті головні критерії сучасної айдентики та брендингу ресторану, розроблено візуальний образ та фірмовий стиль ресторану іспанської кухні «KORMINAS».

ЛІТЕРАТУРА

1. Вілер А. Ідентичність бренду. КМ-БУКС, 2020. 315 с.
2. Синєпупова Н. Композиція: Тотальний контроль. ArtHuss, 2019. 220 с.
3. Ейрі Д. Логотип та фірмовий стиль. Питер, 2016. 94 с.

OVCHAREK V., BIELIAIEVA K., BATRAK V., SHAPOVAL A.

DEVELOPMENT OF THE IDENTITY OF THE SPANISH RESTAURANT "KORMINAS"

The results of consideration of key aspects and important elements of the identity of the Spanish restaurant "KORMINAS" are presented. The aim of the work was to analyze current trends and methods of creating corporate identity and a strong brand, through a successful conceptual, strategic and visual approach. The main elements of modern identity are analyzed. It is found out which visual and conceptual solutions and visual-communicative approaches lead to success in the restaurant business.

***Key words**: logo, concept, corporate style, branding, identity, restaurant, restaurant business.*