/ BRIEF DE IDENTITATE

CEDRU

Noblețea prelucrării lemnului

Rebrandingul unei companii de tâmplărie din lemn, de la identitatea veche la un sistem construit pe atributul NOBLEȚE.



/ CUPRINS

Drumul de la logo-ul vechi la sistemul nou.

01 Identitatea veche

02 Unde se pierde logo-ul

03 Ce trebuie să facă rebrandingul

04 Ce înseamnă cedru

05 Cifra trei

06 Conceptul

07 Fontul

08 Culoarea

09 Simbolul

10 Logo-ul final

11 Sloganul

12 Din arhivă

Documentul de față păstrează ideile și deciziile din brieful original de 48 de pagini, realizat de BDN Creative pentru Cedru Prod. Fotografiile de stoc, logo-urile altor branduri și textele de probă din original nu au fost preluate. Fotografiile noi sunt generate cu AI și sunt marcate ca atare.

/ 01 · IDENTITATEA VECHE

Un logo caligrafic, cu motto-ul „O altă perspectivă”.

Identitatea de la care a pornit proiectul folosea un script caligrafic într-un oval, cu un motto care nu spunea nimic despre lemn sau despre tâmplărie.



/ 02 · INTERPRETAREA GREȘITĂ

Pus lângă alt produs, logo-ul vechi își pierde identitatea.

Brieful a testat logo-ul și motto-ul pe produse din alte industrii. În fiecare caz, logo-ul se potrivea la fel de bine, ceea ce arăta că nu spunea nimic despre prelucrarea lemnului.



În original, testul folosea fotografii de produs. Aici păstrăm doar concluzia lui.

/ 03 · REBRANDING

Cedru, un brand rezistent în timp?

Problema de rezolvat a fost formulată din perspectiva clientului. Noua identitate trebuia să îl ajute să facă trei lucruri.

01

Să recunoască din prima cu ce se ocupă CEDRU.

02

Să recunoască brandul și fără nume, doar după simbol.

03

Să înțeleagă că este vorba despre un produs premium.

/ 04 · CERCETAREA CONCEPTULUI

Ce înseamnă cedru.

Cuvântul vine din grecescul **kedros** (latină, **cedrus**) și numește un arbore veșnic verde.

Lemnul de cedru era folosit la construcția bărcilor, a altarelor și a templelor.

Din cedru se fac dulapuri, pentru că esența lui ține molii la distanță, și suporturi pentru pantofi, pentru că absoarbe umezeala și miroase plăcut.

O legendă de pe coasta de nord-vest a Pacificului spune că pe mormântul unui om generos a crescut un cedru roșu, care a preluat rolul lui și i-a ajutat pe oameni să trăiască. Din scoarță își făceau haine, din ramuri adăpost, iar din rădăcini coșuri.

CU CE ASOCIEM COMPANIA CEDRU

NATURĂ · TRADIȚIE · LEGENDĂ · PUTERE · REZISTENȚĂ · LONGEVITATE · DISTINCȚIE · PROTECȚIE · SPRIJIN · EVOLUȚIE · DE LA PRIMITIV LA TEHNOLOGIC · CIFRA 3

/ 05 · CIFRA TREI

3

Trei asociați, trei ramuri, trei cuvinte.

Cifra trei leagă trecutul, prezentul și viitorul, gândirea, cuvântul și fapta.

Este cifra întregului și a perfecțiunii, a unirii a două părți într-un ansamblu unic.

În proiectul CEDRU trimite la cei trei asociați ai companiei, și de aici vin cele trei ramuri ale simbolului și cele trei cuvinte ale sloganului.

/ 06 · CONCEPTUL

Drumul lemnului, de la legendă la utilitate prin tehnologie.

Conceptul descrie trecerea de la prelucrarea brută a lemnului la prelucrarea fină, tehnologică, cu același scop, acela de a sprijini viața oamenilor. Așa cum cedrul roșu din legendă le dădea oamenilor hrană și adăpost, CEDRU le oferă clienților tâmplărie rezistentă, care le protejează casele de capriciile vremii.

Ramurile unui cedru pornesc din același trunchi și trăiesc una prin cealaltă. La fel își descria brieful oamenii companiei, de la tâmplar la inginer și de la director la dulgher. Iar povestea CEDRU a fost începută de trei prieteni care cunosc lemnul până la fibră.

/ 07 · FONTUL

De ce serif.

Fontul spune ceva înainte să fie citit cuvântul. Brieful a comparat trei familii și a ales-o pe cea care transmite experiență și rămâne lizibilă.

AaBbCc

SCRIPT · BĂTRÂN, FANTEZIST, GREU DE CITIT

AaBbCc

SERIF · EXPERIENȚĂ, CLASIC, LIZIBIL

AaBbCc

SANS-SERIF · MODERN, RIGID, LIZIBIL

CEDRU

Serife, aceeași grosime a liniei, litere capitale, simetrie și proporții egale.

Ideea lucrului făcut cu grijă și cu experiență, a unui produs calculat și executat perfect, cu finisaj premium.

Fonturi adiționale, conform briefului: Warnock Pro pentru titluri și slogan, Calibri pentru text.



/ 08 · CULOAREA

Paleta vine din cedrul roșu.

Culorile au fost extrase din fotografia unui cedru roșu și reduse la o gamă monocromatică, cu roșul ca dominantă.

ROȘU	NEGRU LEMN	GRI	ALB RECE
C24 M98 Y83 K18	C69 M70 Y64 K82	K60	C8 M4 Y2

Roșul este cea mai caldă dintre culori. Brieful îl leagă de căldură, viață, energie și frumusețe, de curaj și de protecție.

/ 09 · SIMBOLUL

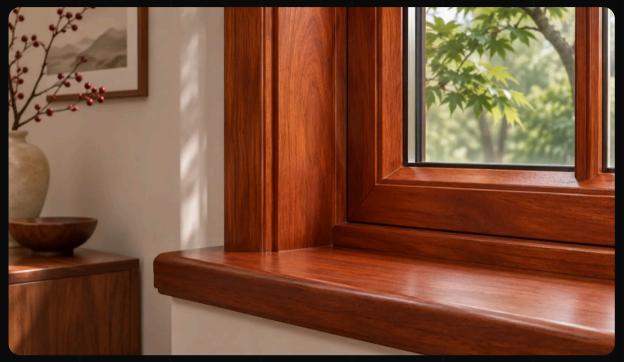
Trei stadii, un singur arbore.



01 · LEMNUL BRUT



02 · PROCESAREA



03 · PRELUCRAREA FINALĂ







Silueta organică a arborelui și geometria lemnului prelucrat se unesc pe trunchi. Cele trei ramuri principale trimit la cei trei asociați. Fotografiile sunt generate cu AI.

/ 10 · LOGO-UL FINAL





6 CM



4 CM



2,5 CM

Dimensiunile de lucru din brief. Logo-ul este acum disponibil și ca fișier vectorial (SVG).

/ 11 · SLOGANUL

Noblețea prelucrării lemnului

EN · THE NOBILITY OF WOODWORK

Spune obiectul de activitate al companiei, lemnul și prelucrarea lui.

Cuvântul **noblețe** are trei valențe, bogăție, generozitate și respect. Lemnul prelucrat este unul nobil, generos cu viața prin sprijinul și protecția pe care le dă unei case.

„Prelucrarea nobilă” înseamnă finețea și precizia cu care este lucrat lemnul.

Are trei cuvinte, la fel ca cei trei asociați. Iar produsele CEDRU se adresează celor care știu să prețuiască măiestria și puterea lemnului.



/ 12 · DIN ARHIVĂ

Invitația CEDRU la CAMEX-Brașov.

Material de comunicare cu noua identitate. Invitația poartă semnătura echipei BDN | STRATEGY, consultantul de business al companiei Cedru Prod, și anunța prezența CEDRU la Expoziția Națională de Construcții și Instalații CAMEX-Brașov.

DOCUMENT ORIGINAL, ARĂTAT AȘA CUM A FOST TIPĂRIT

/ STUDIUL DE CAZ COMPLET

Un singur atribut, dus prin tot sistemul.

Studiul de caz CEDRU, cu metodologia UNRIVALS și lectura pe cele opt dimensiuni ale coerenței de brand, este pe unrivals.ro/cedru.

UNRIVALS.RO · CONTACT@UNRIVALS.RO · 0752 177 673