

MAISON SAPANA

Lou-Anne ALLENBACH Emma CRESCI Assia EL MANFALOTI

**DOSSIER DE DIRECTION ARTISTIQUE SUR LE THÈME
DU MAGICIEN D'OZ**



SOMMAIRE

Brief Créatif	3
Moodboard	6
Identité visuelle	11
Productions	17
Note d'intention	20



BRIEF CRÉATIF - LA MARQUE



La Maison Sapana est créatrice de boissons alcoolisées à base de thé haut de gamme en bouteille. La marque prend forme en 2025 avec un produit innovateur dans le domaine de la boisson prête à boire, mais également respectueuse des coutumes et de l'histoire.

Vendue en bouteille avec une variété de saveurs, Maison Sapana s'apparente à une consommation d'exception notamment dans la restauration, l'hôtellerie ou chez le particulier. Nous nous efforçons de proposer des ingrédients de qualité issus de l'agriculture biologique et responsable. Le nom de la marque, Maison Sapana, vient du langage hindi qui signifie "rêve" (= सपना). Notre Maison est spécialisée dans la fabrication de boissons à base de thé venant tout droit d'Inde.





BRIEF CRÉATIF - LE PROJET

Le projet était de proposer une campagne de communication sur un produit ou un service d'une édition consacrée au magicien d'Oz. Après un échange d'idées nous avons décidé de créer la Maison Sapan, une marque qui propose plusieurs gamme de boissons, avec et sans alcool.

Elle s'inspire des saveurs et des types de thé d'Inde et repose sa communication sur des références au magicien d'Oz et la thématique du voyage. Les saveurs doivent être aussi originales que représente l'essence du monde du magicien d'Oz. Les produits sont composé de quatre variétés dont une sans alcool : Thé noir et rhum ambré / Carcadet et Bombay Sapphire / Thé vert, agrumes et Mahua / Thé blanc, pomme et litchi.

Notre objectif était de présenter un produit innovant à un public exigeant. Notre gamme étant particulièrement prestigieuse dans l'industrie de la boisson, elle s'adresse à un public adulte de manière mystique et convient parfaitement aux cérémonies de tout genre.





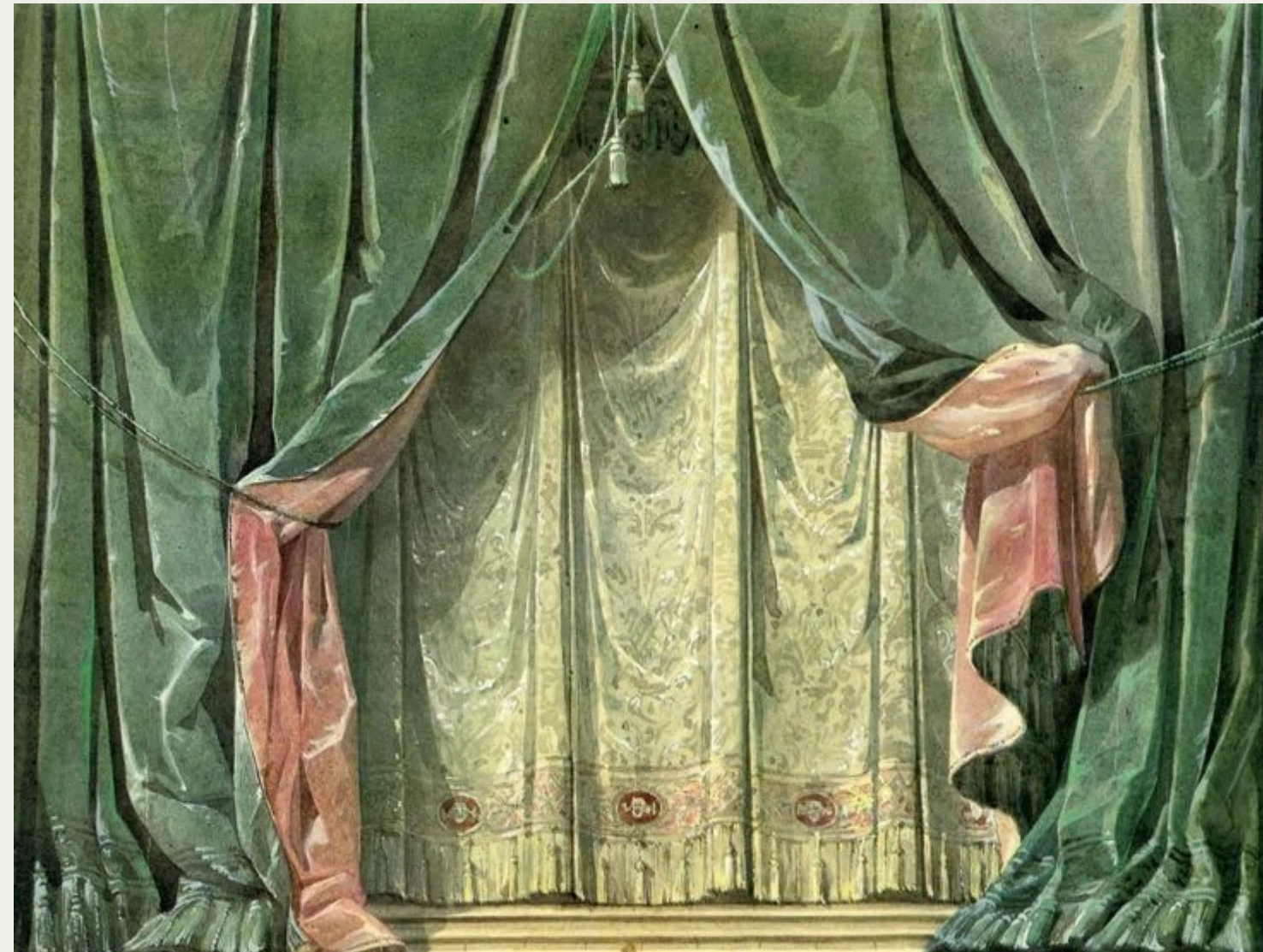
BRIEF CRÉATIF - CONTRAINTES ET CONCURRENCE

Au niveau des contraintes, le produit crée une nouvelle branche dans le marché de la boisson. Etant spécifique, le risque est qu'il ne rencontre pas son public ou reste dans l'ombre des autres types de boissons vendues en popularité sur le marché.

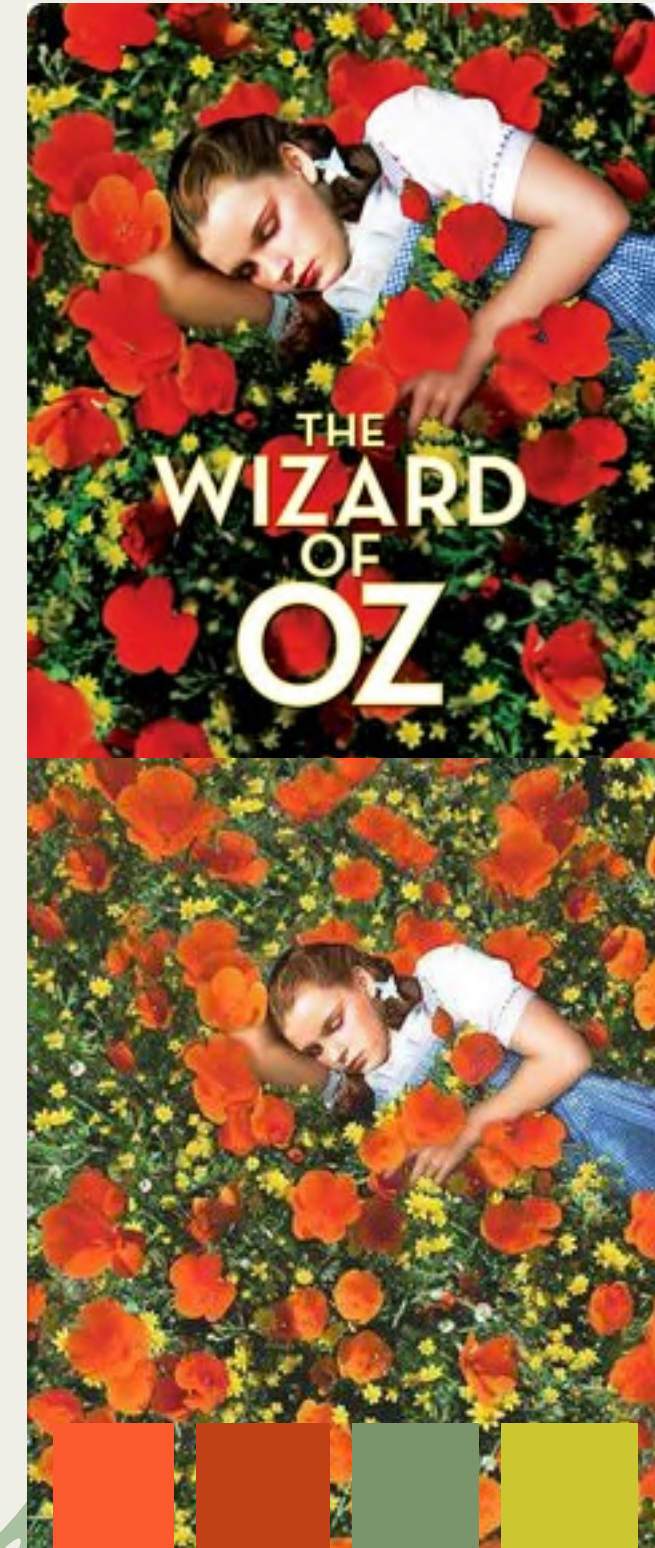
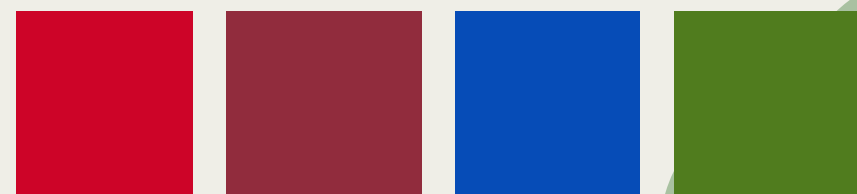
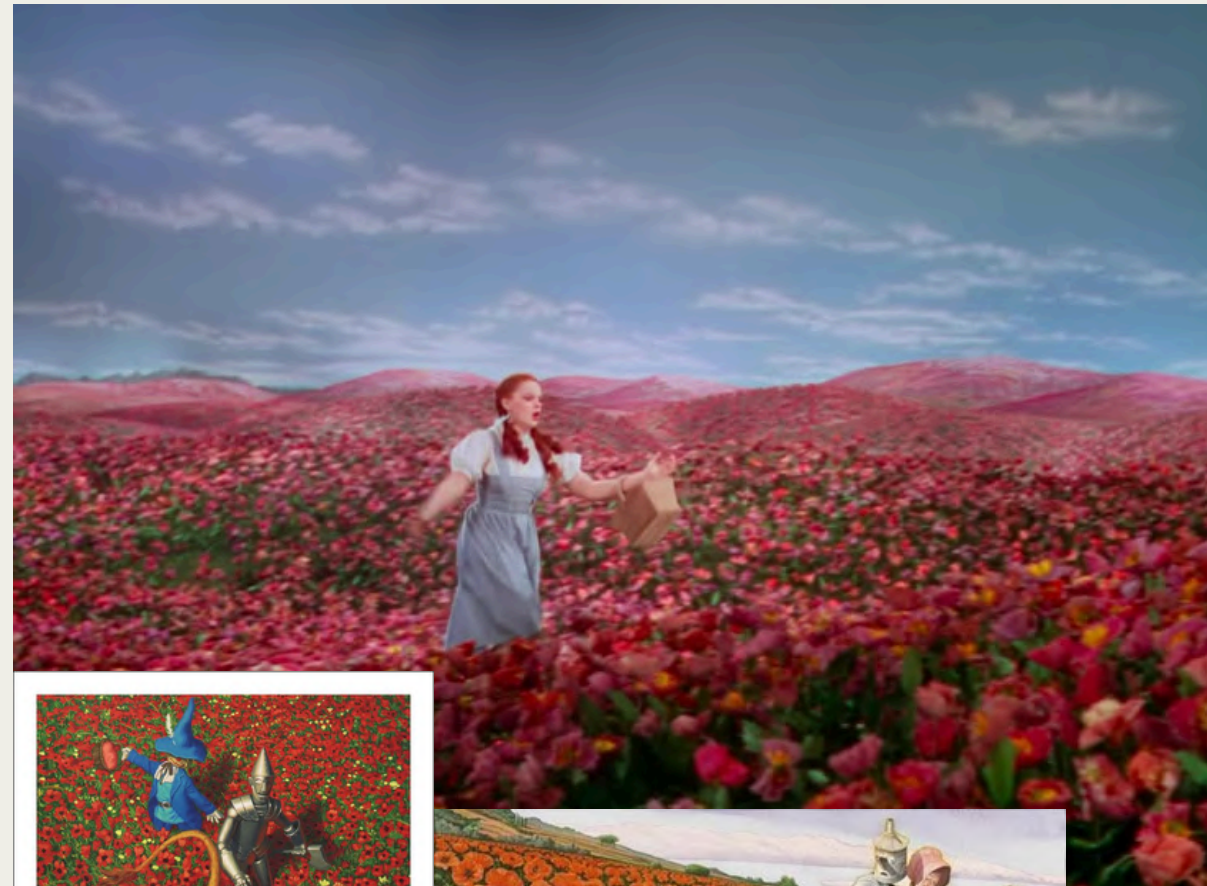
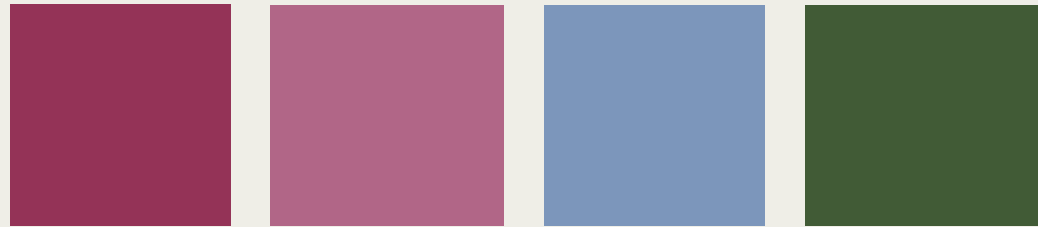
Elle rencontre toutefois une concurrence sur le territoire national : la marque Grands Jardins. La marque Grands Jardins étoffe l'art de vivre à la française en proposant de déguster le thé à la manière du vin. Les meilleurs thés du monde infusés à froid, sans sucre, sans additifs et très faiblement théinés, à savourer dans un verre à vin, à la température d'un vin blanc. Sobre et distinguée, elle propose des produits haut de gamme tout comme notre idée de marque. Nous nous sommes inspirées de sa mise en bouteille ressemblant à celle de vins classiques pour notre direction artistique, mais en présentant une dimension plus artistique et osée.



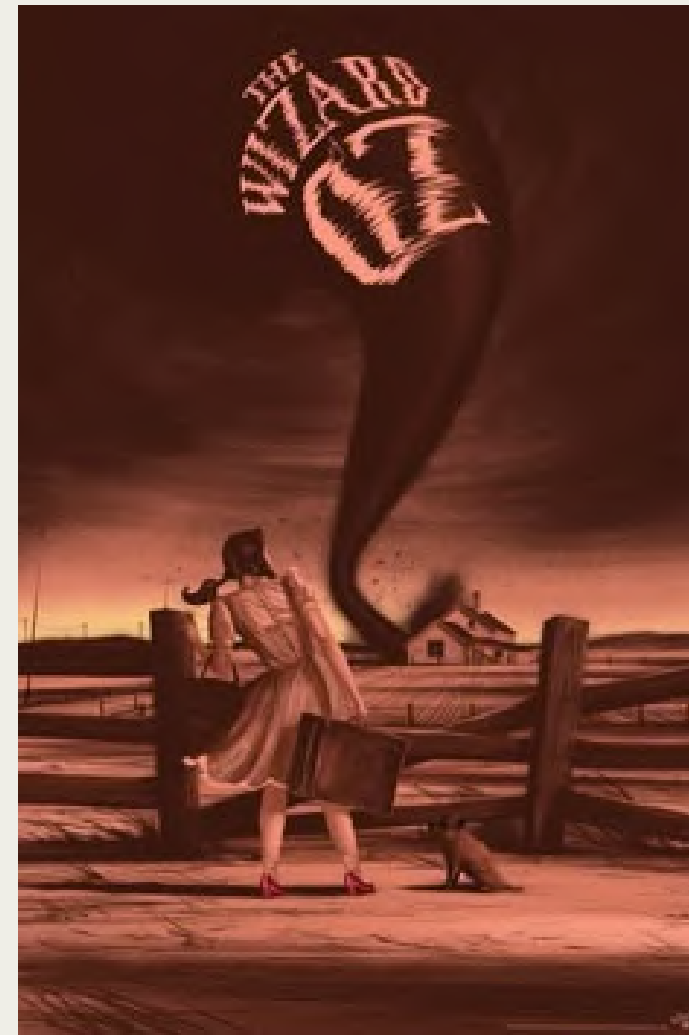
MOODBOARD - I



MOODBOARD - II



MOODBOARD - III



MOODBOARD - IV



MOODBOARD - V



IDENTITE VISUELLE - GENERAL

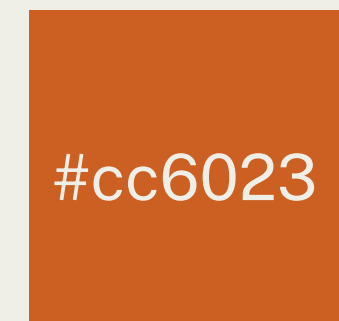
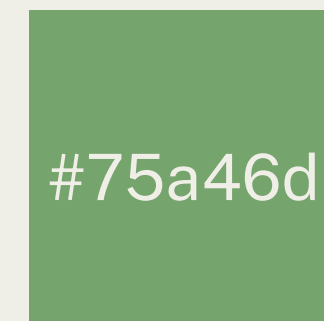
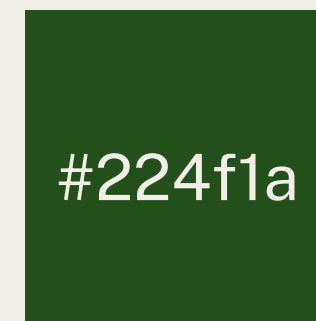


Logo

MAISON 
SAPANA

MAISON 
SAPANA

Palette de couleurs



Typographie

POLICE DAFONT - ROKU

Police - Century Gothic

Icônes



IDENTITE VISUELLE - ETIQUETTES



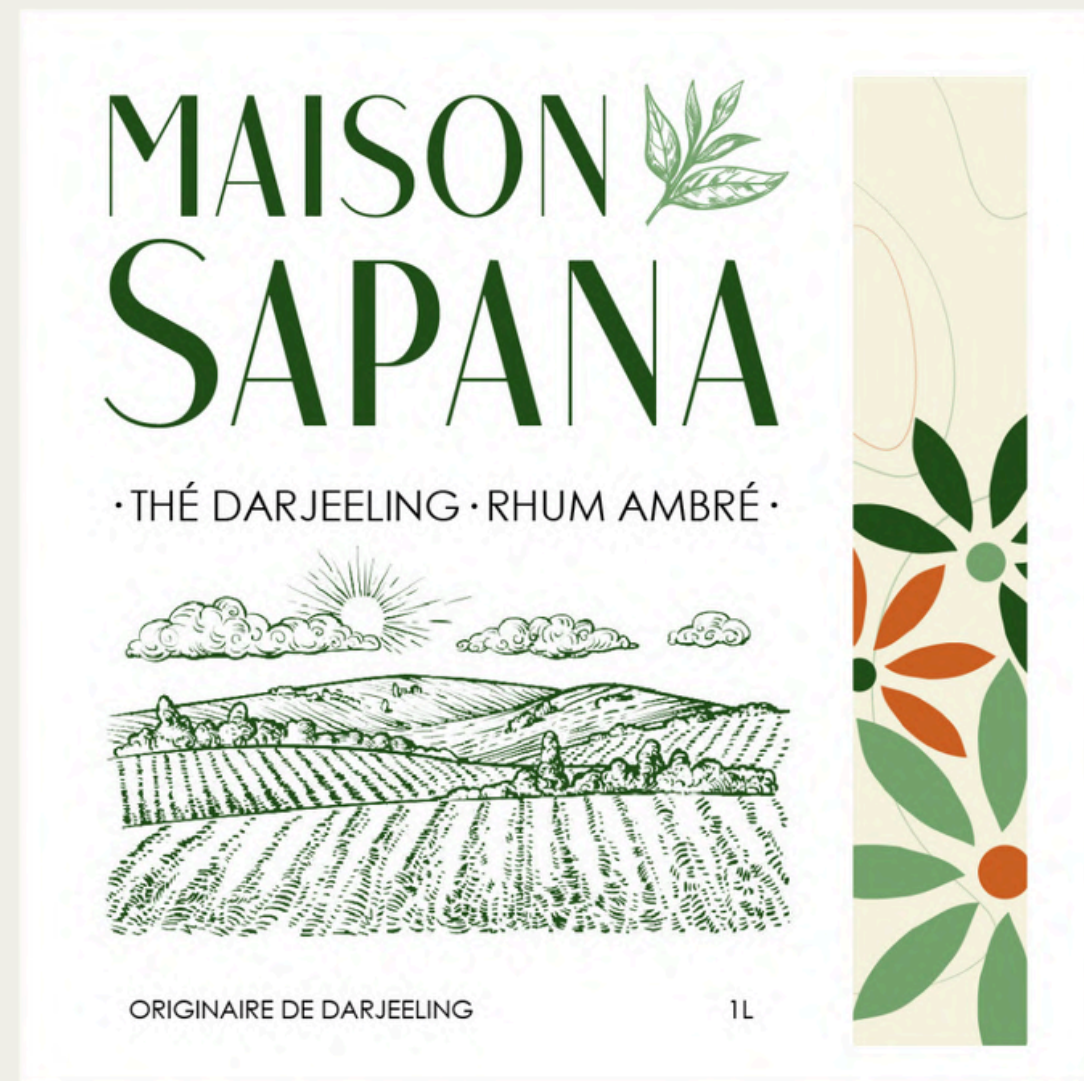
Inspiration



Premier jet



IDENTITE VISUELLE - ETIQUETTES



Etiquette de la saveur originale, crée à partir d'un motif fleural pour le thé noir et une touche d'orangée pour le rhum ambré.



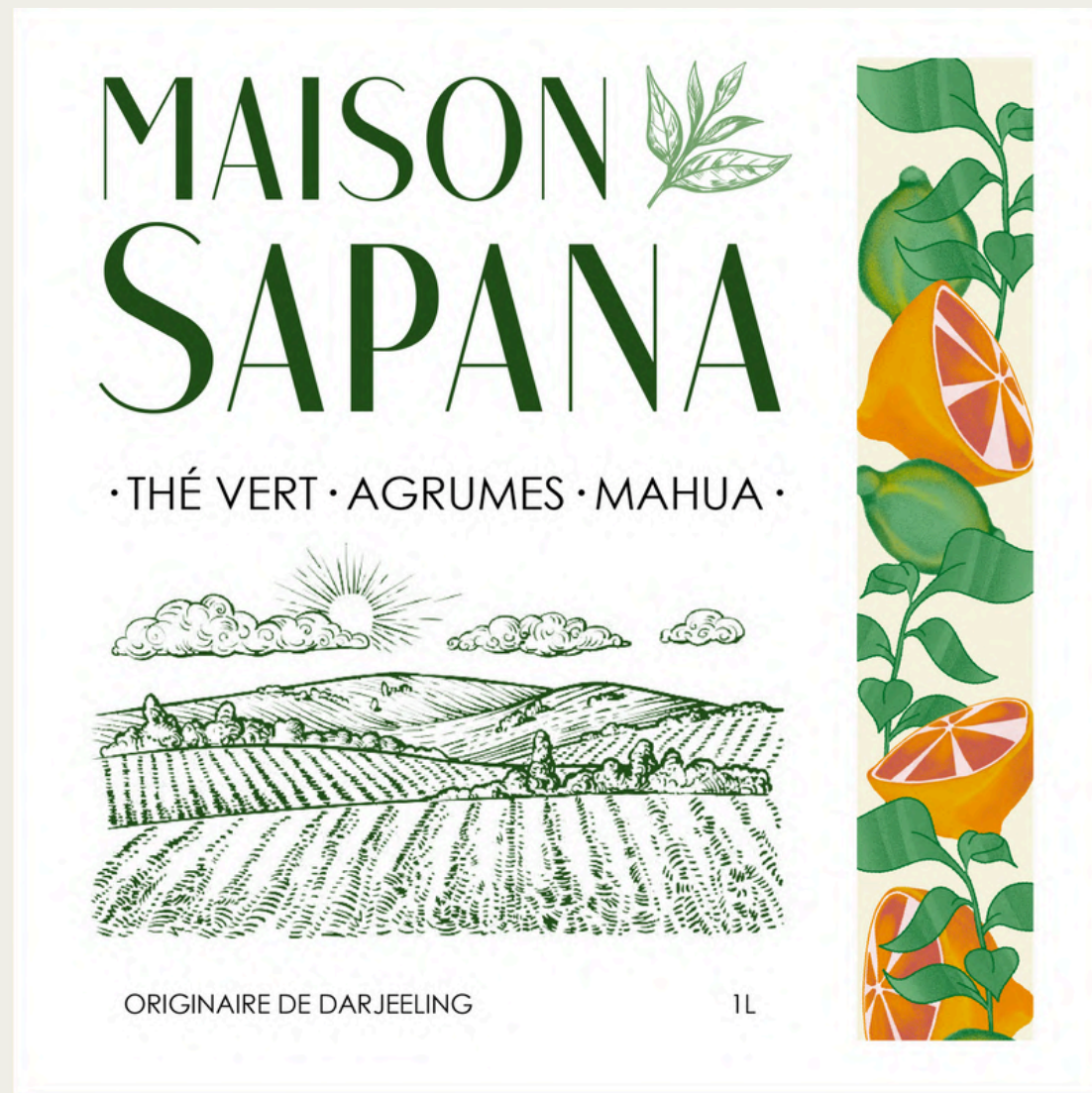
IDENTITE VISUELLE - ETIQUETTES



Etiquette de la saveur carcadet et d'un gin de la marque Bombay Sapphire, crée à partir d'un motif de fleur d'hibiscus.



IDENTITE VISUELLE - ETIQUETTES



Etiquette de la saveur thé vert agrumes, accompagné de Mahua, un rhum issu d'une fleur sucrée originaire d'Inde.



IDENTITE VISUELLE - ETIQUETTES



Etiquette de la saveur thé blanc, pomme et litchi, la variété fruitée et sans alcool illustrée par ces fruits locaux et tropicaux.



PRODUCTIONS - AFFICHES



PRODUCTIONS - AFFICHES



PRODUCTIONS - AFFICHES



PRODUCTIONS - AFFICHES



PRODUCTIONS - AFFICHES



PRODUCTIONS - MOTION DESIGN PUBLICITAIRE



Lien transfert pour le motion
design :

[https://www.swisstransfer.com/
d/68a524af-b015-4b09-
a959-83853fb7479d](https://www.swisstransfer.com/d/68a524af-b015-4b09-a959-83853fb7479d)



NOTE D'INTENTION



Notre désir de créer une marque autour de boisson part de l'idée d'une marque de café. Mais, trouvant cette approche limitée en terme d'imagination, nous avons décidé de se pencher vers un produit d'original qui pourrait laisser place à notre créativité comme le permet l'histoire du Magicien d'Oz. Toutefois, la difficulté a résidé dans ce thème, car nous n'avions pas beaucoup de connaissances concernant le Magicien d'Oz. C'est pourquoi après quelques recherches, nous trouvions que le café n'était pas adapté et que le thé haut de gamme mélangé au spiritueux apportait une valeur ajoutée.

Pour ce projet, nous avons décidé de travailler sur de l'illustration et du montage sur Photoshop à base de mockups plutôt que de la photographie pour pencher vers un hyperréalisme et parce que nous voulions utiliser des décors variés en intégrant des mockups de bouteilles à vins. Seulement, intégrer de manière réaliste les produits dans un décor s'est relevé être un défi. C'est également le cas pour la vidéo qui est un motion design sur After Effect créé à partir d'illustrations inspirées des affiches. Ce spot publicitaire vise à présenter la marque comme si elle annonçait une gamme spéciale inspirée du magicien d'Oz en présentant les différents goûts. Les illustrations des saveurs sur les étiquettes ont été réalisées sur Procreate et Illustrator.



MAISON 
SAPANA



VOUS REMERCIE !

