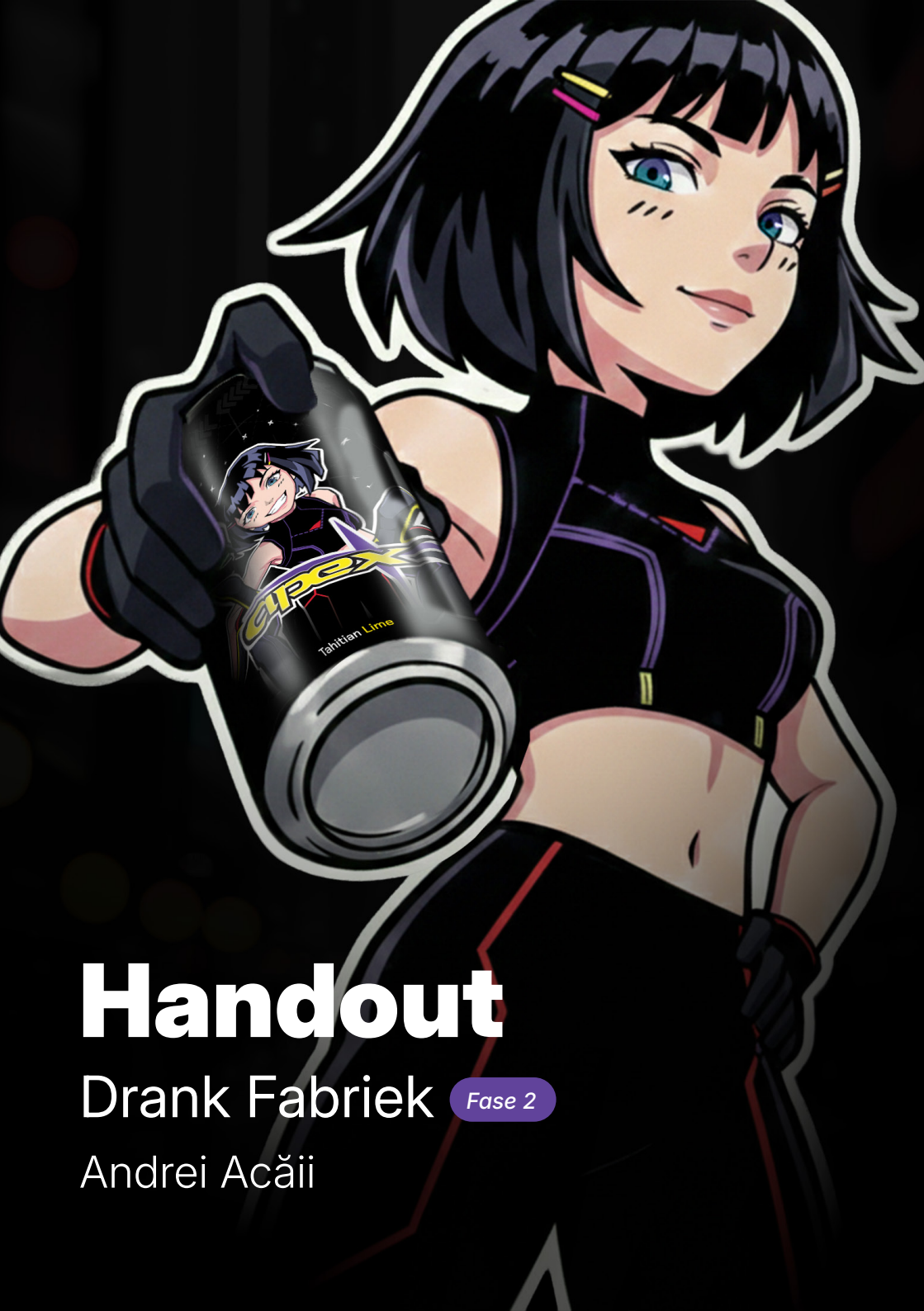




# Handout

Drank Fabriek

Fase 2

Andrei Acăii

# DRANK FABRIEK

Als lid van het ontwerpteam van Drank Fabriek wil ik jullie bedanken voor jullie werk aan dit project. Ik wil graag beginnen met een korte opfrissing over wat Drank Fabriek en Apex precies zijn. We willen een nieuw, innovatief concept en een nieuw product op de markt brengen: een energiedrankje met citroensmaak en een Y2K/Cyberpunk-look voor de nieuwe generatie.

We hebben het grootste deel van de ontwikkeling van ons vlaggenschipproduct, Apex, al afgerond, waarbij we een krachtige balans hebben gevonden tussen strategie en visuele impact.

Het logo is al heel sterk: het gebruik van het lettertype Turbo Driver Italic straalt snelheid en adrenaline uit, terwijl de paarse ster de explosieve 'impact' van de drank symboliseert.

De typografie is helemaal klaar en de technische lijnen van het lettertype Chakra Petch versterken de energieke stijl van het logo voor een consistent en futuristisch beeld.

Het ontwerp van het etiket is ook helemaal af, en de neon-esthetiek en Y2K-invloeden zorgen ervoor dat het product meteen opvalt tussen de minimalistische concurrentie.

Om het concept tot leven te brengen, zijn er hoogwaardige mock-ups van het blikje gemaakt die de visuele kracht van het merk in een fysieke context laten zien.

Naast de verpakking hebben we de presentatie uitgebreid met een fysieke display, speciaal ontworpen om een krachtige en professionele indruk te maken in de winkel.

Voor de digitale lancering zijn de eerste posts op Instagram al ontworpen, waarin we laten zien hoe de cyberpunk-identiteit van Apex zich vertaalt in een stimulerende strategie op sociale media.

*Logo van Apex.*



## VOEDINGSWAARDE

Portiegrootte: 1 blik (500ml)  
Hoeveelheid per portie  
CALORIEËN: 5

| VOEDINGSWAARDEN       | PER 100ml        | PER 500ml         | (%)  |
|-----------------------|------------------|-------------------|------|
| ENERGIE               | 4 kJ<br>(1 kcal) | 21 kJ<br>(5 kcal) | (0%) |
| KOOLHYDRATEN<br>(<1%) | 0,2g             | 1g                |      |
| SUIKERS               | 0g               | 0g                | (0%) |

BEVAT VERWAARLOOSBARE  
HOEEVEELHEDEN VETTEN, VERZADIGDE  
VETZUREN EN EIWITTEN.

\*Referentie-inname van een gemiddelde  
volwassene (8400 kJ / 2000 kcal).

| VITAMINEN                  | PER 100ml | (%*)  | PER 500ml | (%*)   |
|----------------------------|-----------|-------|-----------|--------|
| NIACINE (VIT B3)           | 4,8mg     | (30%) | 24mg      | (150%) |
| VITAMINE B6                | 0,42mg    | (30%) | 2,1mg     | (150%) |
| VITAMINE B12               | 0,75µg    | (30%) | 3,75µg    | (150%) |
| PANTOTHEENZUUR<br>(VIT B5) | 1,8mg     | (30%) | 9,0mg     | (150%) |

\*\*Dagelijkse referentie-inname

SUIKERVRIJ  
100% RECYCLEBAAR ALUMINIUM  
(EEUWIG MATERIAAL)  
HOOG CAFÉINEGEHALTE

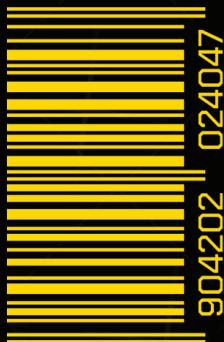


500ml e alu



Tahitian Lime





[www.apex.com/rush](http://www.apex.com/rush)

4

Maak kennis met **Itaru**, de nieuwe godin van de nacht.

Geboren uit de ruis van de sprawl, is ze niet alleen een **idool**, maar de rauwe belichaming van je inzet, je uitputting en de honger naar **de top**.

Zij is de hoogspanning in ons allemaal; de weigering om uit te doven wanneer het **systeem** dat eist.

Trek de rush open en voed je **ambitie**, want Itaru weet: in deze wereld is branden de enige optie.

Brandstof voor de **Rush**  
Bereik jouw **Apex**.



Tahitian Lime.

# ETIKET & PRODUCT

Als ontwerper van het team heb ik bij het ontwerpen van het Apex-label bewust keuzes gemaakt om een onvergetelijke indruk te maken in een markt vol concurrentie.

Een belangrijk onderdeel van deze identiteit is het mascotje dat dit merk vertegenwoordigt: Itaru, de 'godin van de nacht'. Ik heb bewust voor een mascotje gekozen omdat een sterk logo niet meer genoeg is om echt in het geheugen van de consument te blijven hangen.

Terwijl concurrenten zoals Red Bull vertrouwen op iconografie, biedt deze mascotte een gezicht dat meteen een emotionele band creëert en de naamsbekendheid vergroot. Itaru fungeert als een veelzijdige basis voor de toekomst; ze is perfect voor promotiemateriaal, merchandising, samenwerkingen en uniek marketingmateriaal.

Wat het ontwerp van het etiket zelf betreft, heb ik gekozen voor een ontwerp dat esthetiek combineert met een supergoede leesbaarheid.

Het ontwerp is zo gemaakt dat, wanneer het etiket om het blikje wordt gevouwen, alle essentiële informatie en secundaire elementen in één oogopslag zichtbaar zijn. Je hoeft het blikje niet steeds te draaien om de tekst te kunnen lezen, wat zorgt voor een elegante en gebruiksvriendelijke ervaring.

Dankzij deze combinatie van een sterk karakter en een functioneel en visueel aantrekkelijk ontwerp onderscheidt Apex zich meteen van de minimalistische norm in het schap.





AA  
IAALJ  
EGEHALTE

il e

alu

de  
alle  
raut  
inze  
hon

Zij is  
ons  
weie  
war  
da

Tr  
voer  
ltari  
is bi

Brat  
Bert

Lime

IAARDE  
blik (500ml)  
portie

|                   | PER 500ml | (%)  |
|-------------------|-----------|------|
| 0ml               |           |      |
| 21 kJ<br>(5 kcal) |           | (0%) |
| 1g                |           | (0%) |
| 0g                |           | (0%) |

LOSBAAR  
VETTEN,  
ZUREN EN  
antie-inname  
de volwassene  
(kcal).

|    | PER 500ml | (%)    |
|----|-----------|--------|
| 0% | 24mg      | (150%) |
| 0% | 2.1mg     | (150%) |
| 0% | 375µg     | (150%) |
| 0% |           | (150%) |

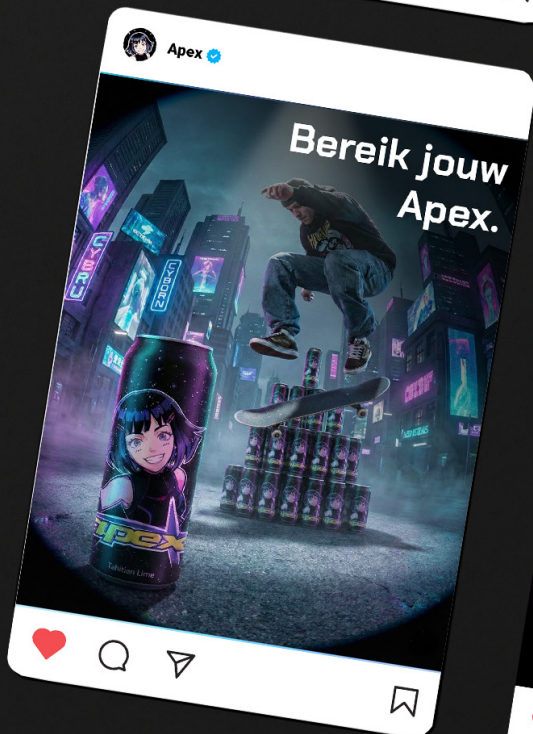


PEPSI MAX

Tahitian Lime









10:20

Instagram



Apex



922 likes

Apex Bepaal je grenzen. En doorbreek ze dan.  
Dit is Apex. 🦅  
...more



# MEDIA-UITING & TAFELDISPLAY

In lijn met de trends van mijn eigen generatie heb ik ervoor gekozen om de online aanwezigheid van Apex vorm te geven met een sterke focus op visuele impact en directe conversie via sociale media.

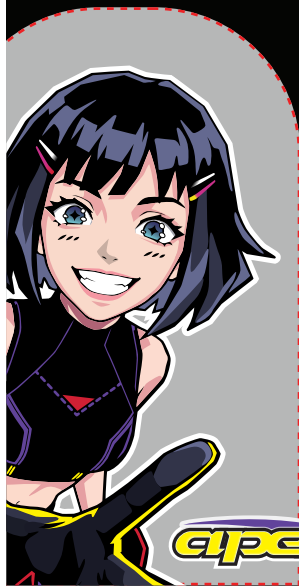
De keuze voor een prominente socialmediastrategie, zoals te zien is in de uitgewerkte Instagram-posts, is essentieel om Apex online succesvol in de markt te zetten.

Deze beelden zijn specifiek ontworpen om de aandacht te trekken in de tijdlijn of als Instagram Reels, waarbij een snelle Call-to-Action (CTA) de drempel tot aankoop minimaliseert.

Door in te spelen op actuele trends, maar daar altijd een eigen en "bizar" Apex-accent aan toe te voegen, zorg ik ervoor dat het merk boven de grijze massa uitsteekt.

Deze unieke benadering prikkelt de nieuwsgierigheid van de doelgroep en versterkt de positie van Apex als een pioniersmerk in de digitale ruimte.

De combinatie van opvallende content en een strategische plaatsing stelt mij in staat om de consument precies daar te bereiken waar de aankoopbeslissing wordt genomen.



# Dit is onze

## NIEUW: TAHITIAN **LIME**

# smaak

### TAHITIAN **LIME**: DE NIEUWE STANDAARD

Dit is geen gewone citrus, maar een elektrische schok voor je smaakpapillen.

Verwacht een exotische explosie van zoete, sappige limoen met een vilijmscherpe finish.

Wij kozen voor Tahitian Lime omdat standaard energie niet meer genoeg is.

Ontworpen om direct door de ruis en vermoedheid heen te snijden.

Verfrissend genoeg om je wakker te schudden, krachtig genoeg om je daar te houden.

Brandstof voor de Rush  
Bereik jouw Apex.



# MASCOTTE

In deze generatie moeten merken zo dicht mogelijk bij de consument staan en hen echt vertegenwoordigen; dit bereik ik door het merk te vermensenlijken en een duidelijke persona te geven. Door een personage te creëren dat dicht bij de consument staat, bouwen we een fandom op en ontstaat er een nichegroep van trouwe volgers die het merk gepassioneerd verdedigen en verspreiden.

## Het Concept achter Itaru

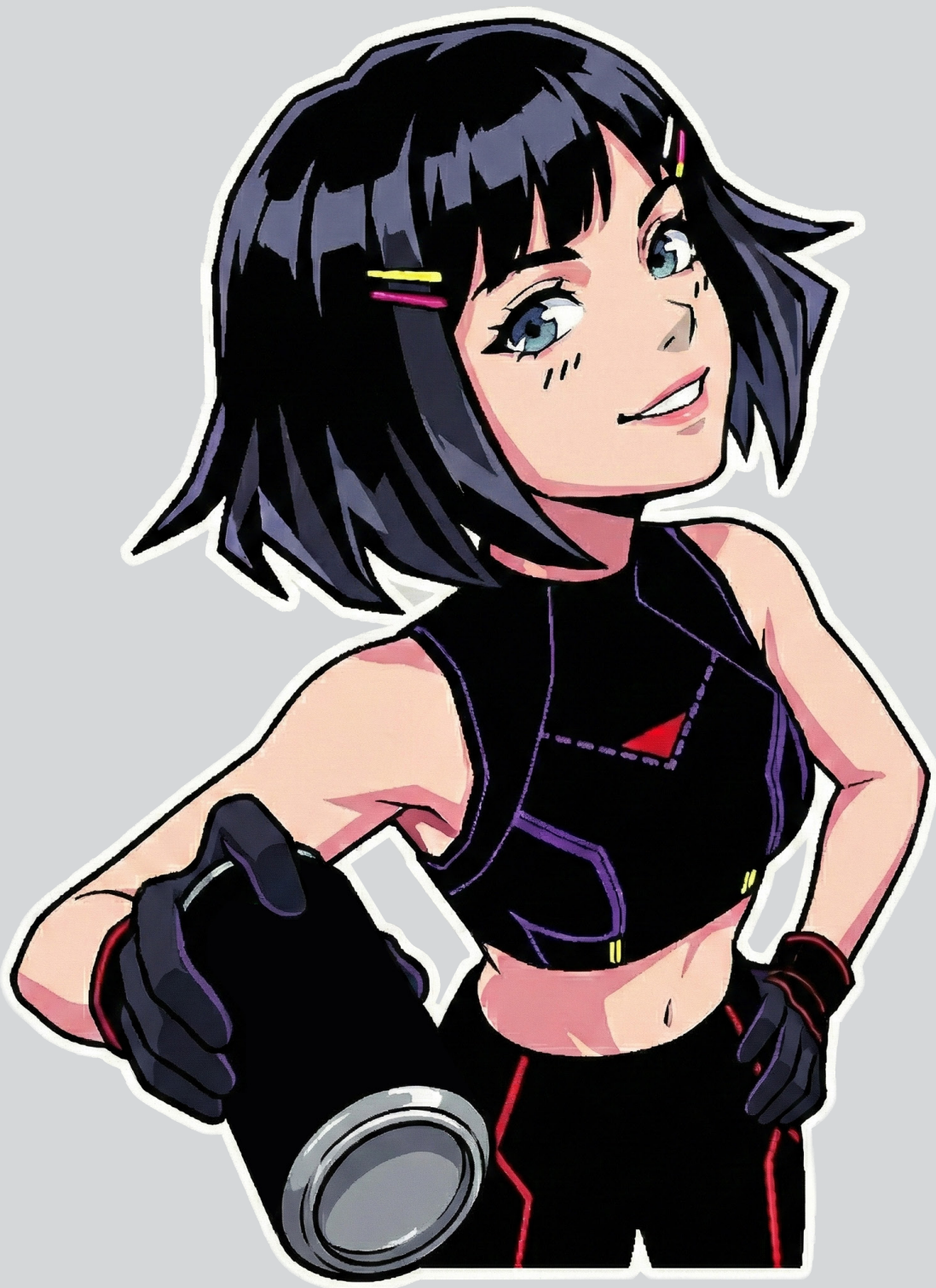
- De Persona van Apex: Ik heb Itaru ontworpen als de 'godin van de nacht', een personage dat de ambitie belichaamt om de top — de "Apex" — te bereiken.
- Generatie-icoon: Zij representeert onze generatie: ze is gedurfd, impactvol, vriendelijk en memorabel.
- Emotionele Connectie: Waar concurrenten zoals Red Bull enkel iconografie gebruiken, zorgt de mascotte Itaru voor een menselijk gezicht en een sterkere emotionele binding.
- Toekomstig Fundament: Naast de visuele herkenbaarheid op het label is zij het fundament voor merchandise, promotionele kunst en unieke samenwerkingen.
- De Stem van de Gebruiker: Itaru staat voor de weigering om op te geven, wat haar de perfecte ambassadeur maakt voor de energie en snelheid die Apex uitstraalt.











**Andrei Acăii**

+31683064147

Andrei.Acii@student.gildeopleidingen.nl

