

**solid case study**

---

originali  
e mai banali.

**cliente**

---

oms - original marines shoes

**tag**

---

branding, packaging, seo, web.

## solid case study

---

### analisi.

OMS è una linea di calzature facente capo ad Original Marines: l'esigenza di rinnovamento è nata dallo scarso successo del prodotto, sia nei confronti del pubblico che in fase di distribuzione.

Partendo dal rinnovamento del packaging, sono emerse diverse problematiche: le linee di prodotto erano troppe e poco organizzate ed il marchio non era sufficientemente impattante.

### intervento.

La nuova identità è nata lavorando ad una semplificazione del logo Original Marines, composto da punti e linee che formano la bandiera americana, mantenendone i colori originali ma riassumendolo in una linea ed un punto che, allineati, formano un punto esclamativo. La molteplicità ed eterogeneità di prodotti è stata riassunta in quattro linee ben precise e caratterizzate: OMS rimane la linea base con i colori istituzionali, OMS Kids è quella per i più giovani ed utilizza il verde, OMS Glam per le ragazze che amano la moda è in porpora, OMS Sport è in ciano.

Il nuovo packaging è stato disegnato prevedendo una fustella senza punti colla; inoltre, per la linea Kids, sono stati aggiunti dei lacci a far da manici, che proseguendo idealmente sulla scatola con delle linee grafiche colorate, conducono a simpatiche mascotte. All'interno di ogni confezione è presente un'etichetta sulla quale sono pubblicizzate le 4 linee, così come sulla scatola stessa. Il packaging è stato ideato osservando l'esposizione delle scatole nei negozi, giungendo così alla realizzazione di un sistema in cui il marchio fosse visibile sulla parte superiore, inferiore e sui lati; inoltre il logotipo viene composto dalle scatole impilate facendo combaciare la metà inferiore dell'una con quella superiore dell'altra.

### sito internet.

Con 4 linee e 25 categorie, la difficoltà maggiore del sito era quella di presentare tutti i prodotti con lo stesso stile pur essendo scarpe completamente differenti le une dalle altre. La soluzione adottata, ovvero quella di utilizzare fondi colori sfumati sui quali visualizzare le scarpe, ha permesso di unificare lo stile generale del sito e presentare i prodotti in maniera più accattivante. Sono stati realizzati più di 650 scatti, 6 per ogni prodotto, per permettere la visualizzazione a 360° di ogni scarpa.

Il sito ha semplificato le comunicazioni con i rivenditori per gli ordini e ha offerto agli utenti uno strumento utile per confrontare le diverse caratteristiche e qualità di tutti i prodotti, nonché la possibilità di creare una propria scarpiera con tutti i prodotti preferiti, da poter condividere con amici tramite mail e con i social network più quotati.

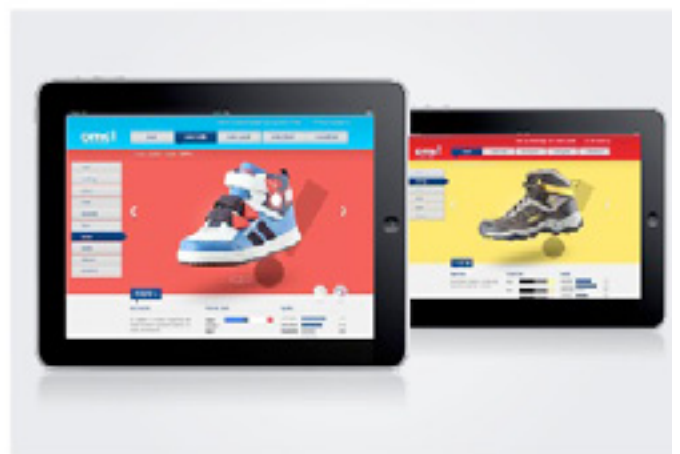
**solid case study**



**solid case study**



**solid case study**



**solid case study**

---

grazie.

**contatti**

---

via fornaci, 15  
81020 caserta (ce) - italia  
t +39 0823 49 34 21  
f +39 0823 16 02 013