

«رنگی نو، چهره‌های نو»



یوپی‌وی‌سی همیشه در تلاش بوده تا فعالیت تولیدی و خدمات خود را با نگاه و نظرات مخاطبان همراه کند. رعایت کیفیت در تولید و ایجاد ارزش‌افزوده بیشتر برای مصرف‌کننده از جمله مسئولیت‌هایی است که آبیان در قبال جامعه مخاطبان خود و هم‌راستا با شرایط بازار و نیاز جامعه احساس می‌کند.

حال آبیان با توجه به نیاز مخاطبین خود و برنامه‌هایی که در راه دارد در جهت توسعه این برند و افزایش حجم تولید و شروع تبلیغات گسترده در سطح کشور تصمیم بر ری برندینگ گرفته است. این ری برندینگ شامل بازطراحی لوگو و بازطراحی تمامی لیبل‌های محصولات می‌شود. مفاهیم کلی المان‌ها همانند گذشته تغییری نداشته و فقط طراحی لوگو خود را با نیاز بازار و نگاه مخاطب همراه کرده است.

شرکت آبیان پروفیل، تولیدکننده پروفیل‌های یوپی‌وی‌سی دروپنجره، فعالیتش را از سال ۱۳۹۶ در زمینی به مساحت بیش از ۲۰۰۰۰ مترمربع و زیربنایی در حدود ۱۰۰۰۰ مترمربع با هدف کمک به صرفه‌جویی و بهینه‌سازی مصرف انرژی در کشور آغاز کرد. ظرفیت تولید این مجموعه در فاز نخست حدود ۴۰۰۰ تن در سال با ۷ قالب بود که در فاز دوم و با افزایش ماشین‌آلات و تکمیل قالب‌های تولید به ۱۵ عدد، به تولیدی معادل ۸۰۰۰ تن در سال رسید. آبیان پروفیل در ادامه با جذب نمایندگان متعددی از سراسر کشور، دسترسی سریع و آسان فعالان صنعت عمران و ساختمان‌سازی را به محصولاتش فراهم کرده است.

آبیان در این سال‌ها با تولید و فروش مقاطع متنوع پروفیل



old



new



زاگرس و جنگل‌های گرمسیری خوزستان نیز زندگی می‌کند. در طراحی جدید، رنگ آبی کمرنگ که پیش‌تر در طراحی لوگو از آن استفاده شده بود جای خود را به رنگ‌های قرمز و آبی پررنگ داده است.

یکی دیگر از تغییرات لوگو در تایپ و نوشتار فارسی و انگلیسی لوگو بوده که نمایانگر آرکی تایپ (Archetype) حاکم و شخصیت قهرمان برند است.

«رنگی نو، چهره‌ای نو» نیز به‌عنوان شعار این کمپین انتخاب شده که به‌نوعی گویای تغییرات لوگو و طراحی جدید محصولات است. مخاطبین آبیان همچنان منتظر زبان جدید طراحی و تغییرات عمده در ظاهر و شاکله محصولات آبیان پروفیل باشند.

«آبیان» نام کوهی افسانه‌ای است که آن‌گونه که در گفته‌ها و نوشته‌ها آمده چهل فرسنگ ارتفاع دارد. دلیل انتخاب این اسم برای برند و محصولات مجموعه آبیان پروفیل این است که یک واژه اصیل فارسی و ایرانی است و از آنجاکه لوگو یک نشانه است که به‌صورت گرافیکی طراحی می‌شود و باید این قابلیت را داشته باشد که به‌یادماندنی بوده و در خاطر باقی بماند، واژه آبیان نیز استقامت، استحکام و استواری کوه را در یاد و خاطر مخاطب تداعی می‌کند. یکی دیگر از المان‌های استفاده‌شده در لوگوی آبیان، نماد گوزن است که به گوزن زرد ایرانی اشاره دارد. این نوع گوزن که تا چند سال پیش در آستانه انقراض قرار داشت ولی با تمهیدات انجام‌شده از خطر انقراض در ایران نجات یافت هم‌اینک در مناطق جنگلی