

VALARIUS PARIS

Brand- Book

Die Alchemie der Moderne

Valerius Paris ist kein Zufall, sondern ein Versprechen. Was als persönliche Leidenschaft in einem kleinen Pariser Atelier begann, entwickelte sich binnen kürzester Zeit zum Geheimtipp einer Generation, die keine Kompromisse zwischen Tradition und Trend macht.

Unsere Düfte sind eine Hommage an die Dualität: Zwei Namen, zwei Welten, eine unverkennbare Signatur. Für die junge Frau von heute ist ein Flakon von Valerius nicht nur ein Duft – es ist ein Statement. Wir kreieren Statussymbole aus Glas und Essenz, die den Geist der Freiheit und den Anspruch an höchste Exzellenz vereinen. Willkommen in der Welt von Valerius Paris. Das ist erst der Anfang.





Inhalt

- 2 Die Alchemie der Moderne**
- 4 Strategisches Design**
- 5 Mehr als Duft. Eine Haltung.**
- 6 Typografie :**
- 7 Symbolik**
- 8 Corporate Color**
- 10 Die Visuelle Identität**
- 11 Logo Varianten**
- 13 Konstruktion & Schutzraum**
- 14 Fehleranwendung**
- 16 Erwachen der Sinne**
- 18 Duft Identität**
- 19 Packaging & Veredelung**
- 20 Eine Marke mit Signatur**
- 22 Impressum**

Strategisches Design

Psychologische Wirkung und Zielgruppenansprache

Das visuelle Konzept von Valerius Paris basiert auf der Analyse einer jungen, Lifestyle-orientierten Zielgruppe (Frauen, 17–25 Jahre). In diesem Marktsegment fungiert das Parfüm nicht nur als Duft, sondern als Identifikationsmerkmal und Statussymbol.



MISSION

Mehr als Duft. Eine Haltung.

Valerius Paris spricht jene an, die ihr Innerstes sichtbar machen wollen:
Ein Parfüm ist mehr als Detail – es ist die Erweiterung deiner Identität.

Die Entscheidung, nicht unsichtbar zu bleiben, sondern auszustrahlen.
Die Entscheidung, Räume zu prägen, bevor du sie betrittst.
Die Entscheidung, Exzellenz zu leben – als Teil deiner selbst.

Für Frauen, die ihre Signatur nicht nur tragen, sondern wirken lassen.
Für eine Generation, die weiß: Wahre Identität duftet.

1 Typografie :

Brand - Font: Cinzel Decorative (Regular)

Bewusst gegen gängige Designregeln wird der Brand-Font auf 142 % horizontal skaliert und mit einer Laufweite von +136% gesetzt. Diese markante Ausdehnung orientiert sich an Branchengrößen im Luxussegment, bei denen raumgreifende, präsen- te Lettern als Statussymbol für Exzellenz und Modernität gelten.

✓ VALERIUS PARIS

Hausschrift: Lato & Akzentschrift: Cinzel

Während die Lato als funktionale Hausschrift für maximale Lesbarkeit sorgt, dient die Cinzel rein als Akzent für den Markenkern. Individuelle Duftnamen (z. B. Ombre Epic) werden für jeden Release separat gewählt; sie müssen einen starken gestalterischen Kon- trast zu den beiden Hausfonts bilden.

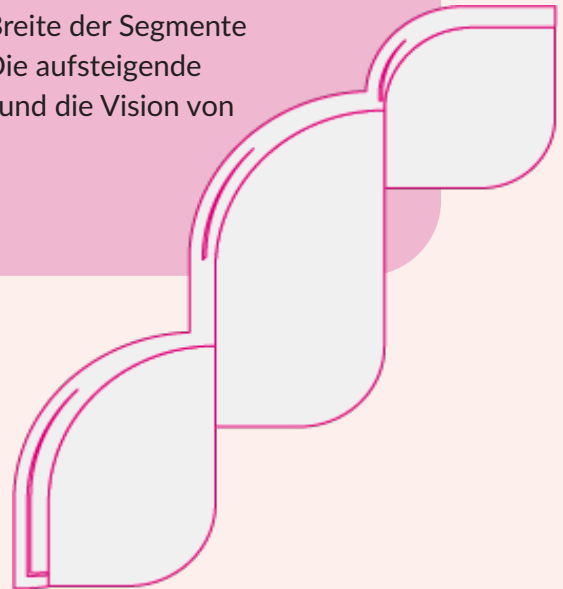
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz

2

Symbolik

Die Formensprache

Die Geometrie folgt dem Prinzip der „Soft-Edged Elegance“. Abgerundete Formen spiegeln die feminine Sanftheit der Düfte wider, während die einheitliche Breite der Segmente für Klarheit und Zuverlässigkeit steht. Die aufsteigende Komposition ist Sinnbild für den Erfolg und die Vision von Valerius Paris.



3

Corporate Color

Farbpsychologie & Kontrastwirkung

Die Farbwelt nutzt einen gezielten monochromen Helligkeitskontrast. Der rhythmische Wechsel von tiefem Dunkelviolett, knalligem Fuchsia und lichthem Rose erzeugt eine visuelle Dynamik, die zugleich jung, feminin und verspielt wirkt.

Farbprofil: eciRGB v2 ICCv4 & ISO Coated v2 300%



Pantone 208

HEX #8C1F4E
RGB 140, 31, 78
HSB 334, 78%, 55%
CMYK 7, 100, 40, 32
INKTYPE Prozessfarbe



Pantone 2592

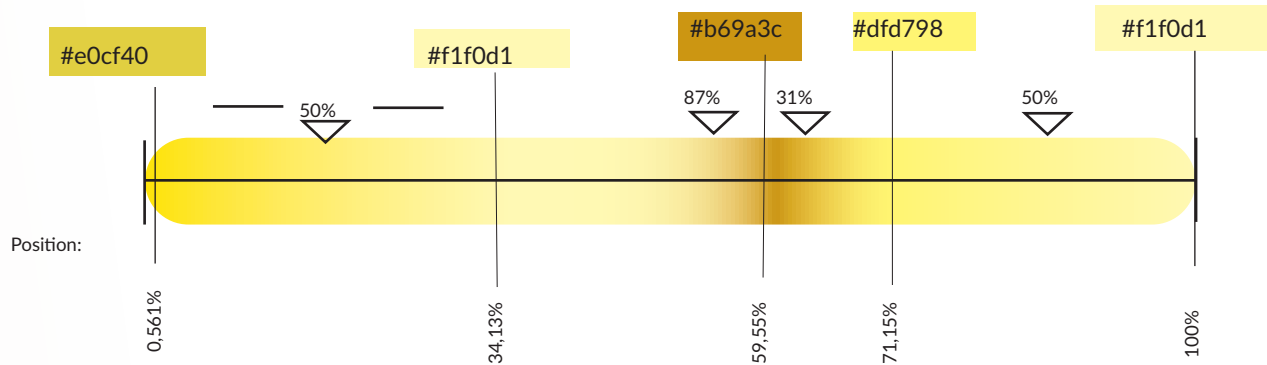
HEX #763A8E
RGB 118, 58, 142
HSB 283, 59%, 56%
CMYK 60, 90, 0, 0
INKTYPE Prozessfarbe



Pantone 245

HEX #C193BD
RGB 193, 147, 189
HSB 305, 24%, 76%
CMYK 14, 53, 0, 0
INKTYPE Prozessfarbe

Digital RGB:



Luxuriöser Akzent

Der goldene Rahmen oberhalb bricht die monochrome Reihe auf. Dieser Materialkontrast dient als haptisches Qualitätsversprechen und verleiht der Komposition den Charakter eines exklusiven Statussymbols.

Druck Sonderfarbe:

Für den Druck empfiehlt sich eine Vollton Sonderfarbe „Goldlack“ oder eine Hochglanz Goldfolie.

Die Visuelle Identität

Das Primärlogo von Valerius Paris

Das Primärlogo ist das zentrale Element der Markenkommunikation. Es vereint die ikonische Bildmarke mit der exklusiven Wortmarke zu einer untrennbaren Einheit. In seiner farbigen Ausführung auf hellem Fond entfaltet es seine maximale Fernwirkung und symbolisiert den Premium-Anspruch der Düfte.



Dieses Logo wird vorzugsweise auf allen offiziellen Dokumenten, Briefköpfen und als Hauptmerkmal auf der Primärverpackung eingesetzt.

Logo Varianten



Negativ-Variante

Diese Logo-Variante wird ausschließlich auf dunklen Hintergründen eingesetzt, um eine optimale Kontrastwirkung zu erzielen.

Hintergrund-Regel bei Corporate Colors

Bei Hintergründen, die den Corporate Colors ähnlich sind und die Lesbarkeit einschränken könnten, muss das Logo auf einer weißen Fläche platziert werden. Diese Fläche muss den kompletten definierten Schutzraum abdecken, um die optische Integrität der Marke zu wahren.

Graustufen-Variante

Alternativ steht für alle Schwarz-Weiß-Medien die Graustufen-Variante zur Verfügung.

Diese ist zwingend zu nutzen, wenn kein Farbdruck möglich ist, um die Helligkeits-Hierarchie der Marke beizubehalten.



C=0 M=0 Y=0 K=50 1

HEX #9D9EA0

RGB 157, 158, 160

HSB 220, 2%, 63%

CMYK 0, 0, 0, 50

INKTYPE Prozessfarbe



C=0 M=0 Y=0 K=20 Kopie 2

HEX #D2D3D6

RGB 210, 211, 214

HSB 225, 2%, 84%

CMYK 0, 0, 0, 20

INKTYPE Prozessfarbe



C=0 M=0 Y=0 K=70 1

HEX #747475

RGB 116, 116, 117

HSB 240, 1%, 46%

CMYK 0, 0, 0, 70

INKTYPE Prozessfarbe



100% black

HEX #292929

RGB 41, 41, 41

HSB 0, 0%, 16%

CMYK 0, 0, 0, 100

INKTYPE Prozessfarbe

Konstruktion & Schutzraum

Das Logo basiert auf einem geometrischen Konstruktionsraster. Die Proportionen der Bild- und Wortmarke zueinander sind fest definiert, um ein konsistentes Markenbild über alle Skalierungen hinweg zu gewährleisten.

Definition des Schutzraums

Um die visuelle Integrität und Fernwirkung der Marke zu wahren, wurde ein verbindlicher Schutzraum definiert.



Maßeinheit (x): Der minimale Sicherheitsabstand leitet sich aus der Breite der Logo-Segmente ab.

Anwendung: Dieser Raum (im Raster durch blaue/grüne Felder markiert) muss zwingend frei von Texten, Bildkanten oder anderen grafischen Elementen bleiben.

Zusätze: Duftnamen wie Ombre Epic werden innerhalb des Rasters präzise auf den horizontalen Achsen der Bildmarke ausgerichtet.

Fehleranwendung

Um die Beständigkeit und Wertigkeit der Marke Valerius Paris zu garantieren, darf das Erscheinungsbild des Logos unter keinen Umständen verändert werden.

Unzulässige Anwendung:

Keine Deformation:

Das Logo darf niemals gestaucht, gestreckt oder anderweitig in seinen Proportionen verzerrt werden.

Keine Farbalteration:

Es dürfen keine anderen als die definierten Corporate Colors (Pantone oder CMYK) verwendet werden.

Keine Effekt-Zusätze:

Schlagschatten, Verläufe (außer dem definierten Gold-Verlauf) oder Konturen sind unzulässig.

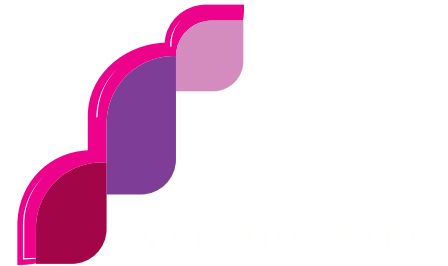
Schutzraum-Unterschreitung:

Grafische Elemente oder Texte dürfen den definierten Schutzraum nicht verletzen.

Falsche Platzierung:

Das Marken-Symbol darf nicht ohne die Wortmarke verwendet werden, sofern dies nicht explizit für Sonderanwendungen (z. B. Siegel) freigegeben ist.

Druckausgaben:



Digital:



Erwachen der Sinne

Die Transformation von Monochromie zu Farbe

Das visuelle Storytelling von Valerius Paris nutzt den Kontrast zwischen Schwarz-Weiß-Ästhetik und der Strahlkraft der Corporate Colors als zentrales Gestaltungselement.



Die Initialphase: In Videospots und Kampagnen beginnt die Inszenierung in einer entsättigten, monochromen Welt. Dies symbolisiert den Alltag vor der Entdeckung des Duftes.

Der Schlüsselmoment: Die Parfümflasche wird als einziges Element in ihrer vollen Farbigkeit und mit leuchtender Gold-Veredelung inszeniert.

STORY

Die Metamorphose: Beim Auftragen des Duftes überträgt sich die Farbigkeit auf das Model. Diese Transformation steht für das Selbstbewusstsein und die exklusive Aura, die Valerius Paris verleiht.

Bildsprache: Fotografien folgen diesem Prinzip durch selektive Farbakzente oder eine sehr reduzierte Sättigung im Hintergrund, um den Fokus kompromisslos auf das Produkt zu lenken.



Duft Identität

Vom ersten Moment des Auftrags bis hin zur visuellen Präsenz im Raum: Valerius Paris transformiert den Alltag in ein farbgewaltiges Statement. Die Serie feiert die Dualität zwischen zeitloser Eleganz und dem lebendigen Spirit einer neuen Generation.



Packaging & Veredelung

Konstruktion: Individuelle Stanzkontur mit Einsteck- und Staublaschen für maximale Stabilität.

Design: Geometrische Teilung nach den Corporate Colors (Pantone 208 bis 245).

Veredelung: Markantes Logo-Fenster und diagonale Trennlinien in Hochglanz-Gold-Prägung.

Details: Typografische Pflichtangaben in Lato für höchste Lesbarkeit im Kleindruck.



Eine Marke mit Signatur

Valerius Paris steht für die Symbiose aus traditioneller Parfümkunst und moderner visueller Identität. Durch die konsequente Anwendung des Schutzraum-Systems, die präzise Farbhierarchie und die hochwertige Materialanmutung wurde ein Markenauftritt geschaffen, der in einem kompetitiven Marktumfeld als unverwechselbares Statussymbol fungiert.



