



Neue Republik & neue Markenidentität by franz&rené.

Naming, Logo, Entwicklung der graphischen Identität, Branding, Packaging & Kommunikation: die neue Restaurantkette *R.O.M.I. – Republic of Mediterranean Ingredients* - vertraut franz&rené für die gesamte Konzeption der Marke und für den nationalen Launch durch und durch.

Am 1. November erblickte die erste *Republic of Mediterranean Ingredients (R.O.M.I.)* in Bern das Licht der Welt und zeigt sich seinen Gästen mit der eigens entwickelten Markenidentität der zweisprachigen Agentur franz&rené. Der Präsident der Republik, Romuald Bour, machte es sich zum Ziel, eine hochklassige Restaurantkette mit mediterranen Spezialitäten zu eröffnen, die sich dem Trend der zahlreichen, zweifelhaften Kebab-Restaurantketten entgegensetzt. Frische Zutaten, Qualitätsprodukte und deren authentische Herkunft, bilden das Fundament der *Republic of Mediterranean Ingredients*.

Die erste kreative Etappe war durch die Kreation einer starken Identität, dem Naming und Branding gegeben. Das Resultat: ein offizielles Wappen, das schlicht und gleichzeitig imposant wirkt und das die Räumlichkeiten des Restaurants mit einer unerwarteten Markentonaltät originell einkleidet. Das leuchtende Blau, das unwillkürlich an das mediterrane Meer erinnert, ist allgegenwärtig und lädt zum erfrischenden Eintauchen ein. Die neue Republik hebt sich auch mit seiner Zutatenrechtsdeklaration ab, welche dank einem gekonnten Spiel von Ernsthaftigkeit und Humor der Marke einen einzigartigen Charakter verleiht.

Für die erste Restauranteröffnung in Bern im November (an der Belpstrasse 28) wurden verschiedene Promotionen umgesetzt: durch freie Plakatierung, Flyerverteilung, sowie der Degustation der hausgemachten Getränke wurden Gäste dazu eingeladen diese Republik, in welcher alle herzlich willkommen sind, kennen zu lernen! Im Dezember hat die Republik auch Zürich (an der Kalkbreitestrasse 1) erobert, und im 2017 folgen noch einige weitere Schweizer Städte.

www.r-o-m-i.ch