

7UP Destinos Venezuela 2025

TWO SENTENCES: Describe the intent of your project in 100 characters

7UP celebra cuatro destinos venezolanos y el espíritu de viaje con una edición limitada.

PARAGRAPH

Para este lanzamiento de edición limitada, 7UP Venezuela presenta cuatro diseños inspirados en cuatro destinos icónicos del país: Mérida, Chichiriviche de la Costa, Roraima y Morrocoy. Cada diseño capturr visualmente la esencia de cada lugar e invita al usuario a viajar con solo mirar la lata. La ejecución celebra la riqueza cultural y natural de Venezuela y refuerza la conexión emocional de la marca con su audiencia local a través de un diseño refrescante, optimista y tropical.

THE CHALLENGE: Explain the problem/reason the project/product was developed.

El reto fue desarrollar una colección de empaques que reflejara la identidad visual de 7UP mientras integraba ilustraciones únicas de cada destino. La identidad del destino y la de 7UP deben coexistir con balance en la lata. Debido a las limitaciones de impresión en aluminio y a la paleta verde predominante de 7UP, el equipo tuvo que trabajar con una selección limitada de colores y buscar matices diferenciados para generar contraste, y lograr que cada diseño tuviera su propia personalidad sin perder unidad visual.

THE SOLVE: How did the final design concept meet these goals? Outline the solutions/benefits for customers and/or consumers.

La solución fue una estética de ilustración plana con un estilo gráfico modular que retrata escenas emblemáticas de cada región. Se seleccionaron cuidadosamente acentos cromáticos: diferentes tonos de azul o magenta para que cada diseño se sintiera distintivo dentro del marco de la identidad de 7UP. Además, se diseñaron assets complementarios como estampas postales, stickers y mapas que permiten una narrativa visual extendida. Esto fortalece la experiencia de marca en punto de venta.

THE INSIGHT: Explain why this is innovative/differentiating/award-worthy.

7UP Destinos demostró la flexibilidad narrativa de la marca. La marca ahora se asocia con los valores de la exploración y el descanso. Además, el empaque abre una ventana de posibilidades internacional. Al llevar al consumidor a través de una experiencia visual y emocional vinculada a su propio territorio, la marca fortalece su relevancia cultural y su conexión con la audiencia.

THE DESIGN: What specific aesthetic choices were made and why? (inspiration, typefaces, color, shapes, etc.)

El diseño mantiene la arquitectura visual global de la marca 7UP, integrando la nueva identidad gráfica con ilustraciones inspiradas en los destinos seleccionados. El estilo gráfico toma prestado de los posters turístico ilustrados

populares en la era dorada del viaje de los años 40. Se utilizaron recursos como la línea punteada amarilla, que alude a la exploración, y una paleta cromática tropical donde cada región tiene su propio color representativo: morado para Mérida, cian para Chichiriviche, magenta para Roraima y turquesa para Morrocoy. Las latas se distinguen claramente entre ellas a pesar de contar con pocos elementos cromáticos. Las ilustraciones y sus elementos tienen coherencia dentro y fuera del empaque en otros puntos de venta.

THE IMPACT: What were the measurable results? (Media coverage, social reach, etc)

Resultados pendientes

TWO SENTENCES: Describe the intent of your project in 100 characters

7UP celebrates four Venezuelan destinations and the spirit of travel with a limited edition.

PARAGRAPH

For this limited-edition launch, 7UP Venezuela presents four designs inspired by iconic destinations in the country: Mérida, Chichiriviche de la Costa, Roraima, and Morrocoy. Each design captures the essence of its location and invites the consumer to travel just by looking at the can. The execution celebrates Venezuela's cultural and natural richness and strengthens the brand's emotional connection with its local audience through a refreshing and optimistic design.

THE CHALLENGE: Explain the problem/reason the project/product was developed.

The challenge was to develop a packaging collection that reflected 7UP's visual identity while integrating unique illustrations of each destination. The identity of the destination and the brand had to coexist in balance on the can. Due to aluminum printing limitations and 7UP's predominantly green palette, the team had to work with a limited range of colors and carefully select nuanced shades to create contrast, ensuring each design had its own personality without losing visual unity.

THE SOLVE: How did the final design concept meet these goals? Outline the solutions/benefits for customers and/or consumers.

The solution was a flat illustration aesthetic with a modular graphic style that portrays emblematic scenes from each region. Chromatic accents, such as different shades of blue or magenta, were carefully chosen so each design would feel distinctive within 7UP's identity framework. Complementary assets like postage stamps, stickers, and maps were also created to build an extended visual narrative. This reinforces the brand experience at the point of sale.

THE INSIGHT: Explain why this is innovative/differentiating/award-worthy.

7UP Destinos demonstrated the narrative flexibility of the brand. It is now associated with the values of exploration and relaxation. Additionally, the packaging opens up an opportunity for international storytelling. By taking the consumer through a visual and emotional experience tied to their local territory, the brand strengthens its cultural relevance and emotional connection with the audience.

THE DESIGN: What specific aesthetic choices were made and why? (inspiration, typefaces, color, shapes, etc.)

The design retains 7UP's global visual architecture, integrating the brand's new identity with illustrations inspired by the selected destinations. The graphic style borrows from illustrated travel posters popular during the golden age of travel in the 1940s. Design resources like a yellow dotted line evoke exploration, and a tropical color palette assigns each region a signature hue: purple for Mérida, cyan for Chichiriviche, magenta for Roraima, and turquoise for Morrocoy. Despite a limited chromatic range, each can is clearly distinguishable. The illustration system is coherent both on the pack and across touchpoints.

THE IMPACT: What were the measurable results? (Media coverage, social reach, etc)

Results pending.

