*Продукт*: Соки производства региональной (пока!) компании. Упаковки 0,2л, 0,5 л, 1л, 2 л. В дальнейшем расширение ассортимента (морсы, газированные напитки и пр.).

*Возможные названия:*

1. Радость (Выпил сок и сразу хорошее настроение. «Впусти «Радость» в жизнь»)
2. Витаминка (Фруктовый сок содержит витамины. Название будет ассоциироваться с пользой напитка)
3. Дивный сад (Фрукты растут в саду. Дивный – ассоциации с чем-то удивительным, сказочным, а, следовательно, хорошим.)
4. Импульс (Сок даёт импульс энергии)
5. Семейный (Ассоциации с семьёй. Сок для семьи. Любимый сок семьи.)
6. Лучик (Ассоциации с солнцем, летом, отдыхом, теплом)
7. Таёжный (тайга, Сибирь…ассоциации с местным производителем, натуральностью, пользой)
8. Фруктик (Уменьшительно- ласкательная форма слова «фрукт», ассоциации с чем-то детским, милым, забавным)
9. Фрутомикс (Большое количество фруктов, смесь фруктов)
10. Соковичок (Образовано от слова «сок». Забавное название. Ассоциируется с детством, чем-то маленьким, милым)
11. Настоящий (Ассоциации с натуральностью, пользой)
12. НЕКТАРин (Нектар – напиток, нектарин – фрукт. 2 в одном)
13. Кузя («Сок от Кузи», ассоциации с домовёнком Кузей, а, следовательно, детством, домом, теплом, уютом)
14. Фруктовый погребок (В погребе обычно хранят овощи, фрукты, соленья, напитки. Часто погреб ассоциируется у людей с деревней, воспоминаниями из детства, о том, как бабушка или дедушка доставали из погреба различные вкусности)
15. Восторг! (Эмоция, проявление высшего удовольствия от напитка)

*Тройка лидеров*

1. **Фруктовый погребок** (В погребе обычно хранят овощи, фрукты, соленья, напитки. Часто погреб ассоциируется у людей с деревней, воспоминаниями из детства, о том, как бабушка или дедушка доставали из погреба различные вкусности. Данное название можно отнести не только к соку, но и к другим напиткам: морсы, компоты, лимонады и т.п. В рекламной кампании можно делать акцент на натуральность, изготовление по старым рецептам и т.д. Такое название поможет повысить доверие к бренду.)
2. **Таёжный** (Название также, как и предыдущий можно отнести не только к соку, но и к другим напиткам. При слове «таёжный» у людей сразу возникают ассоциации с натуральным, здоровым и полезным продуктом, а так как компания – производитель местная – это еще один плюс к названию.)
3. **Семейный**. (Важность семейных ценностей, традиций. Напиток, который идеально подойдёт для всех членов семьи. Ассоциации с семейным теплом, уютом.)

*Фаворит*

**Таёжный**. Это название отвечает всем заявленным требованиям, перечисленными в брифе. Название будет хорошо звучать на региональном рынке, будет создавать имидж «своего, простого, честного, натурального, полезного, здорового» бренда напитка, который подойдёт для людей с любым уровнем дохода. Это чисто русское, традиционное название для людей, которым важно качество продукта и, конечно, польза для здоровья.