

# MODELAZA

móveis

Este documento visa apresentar os critérios utilizados para o desenvolvimento da identidade visual da marca Modelaza Móveis, sendo exposto sobre as fontes, construção do símbolo, cores e possíveis aplicações.



## A N Á L I S E I N I C I A L

Para que uma marca seja lembrada inconscientemente por seu público-alvo ela precisa seguir o critério de simplicidade, tanto nas formas, quanto no emprego de uma fonte que permita boa legibilidade e até mesmo na quantidade de cores aplicadas. Podemos verificar que as marcas dos concorrentes seguem este critério.

O que buscamos diferenciar dos concorrentes é com relação a elaboração do símbolo, onde retratamos o significado do móvel não apenas como um objeto, mas a sua função de aproximar as pessoas.

As fontes utilizadas na marca da Marcenaria Lis e Simioni é serifada e com estilo clássico, enquanto a Simonetto possui terminações retas sem serifas, com um estilo orgânico demonstrado através das formas arredondadas. Para a fonte levamos em consideração a escolha de uma fonte moderna e elegante.

As cores são predominantemente tons de cinza, que são neutros e assim uma boa estratégia de aplicação em marcas, sendo aplicada cor mais quente especificamente no símbolo. Estas observações também levamos em consideração para aplicação da cor na marca da Modelaza.



# F O C O : R E S I D E N C I A L

No dia a dia atarefado, priorizam momentos com a família, e é no almoço ou jantar, que muitas vezes as conversas acontecem ao redor da mesa.

Os casais sem filhos muitas vezes convidarão seus amigos para jantares.

Casais que estão escolhendo os móveis para a primeira casa ou aqueles que já tem família e estão renovando os móveis.



## R E L A C I O N A M E N T O

## B O M G O S T O



Atenderá classe média alta, assim possuem condições de escolher móveis com mais classe e sofisticados.

Planejados, exclusivos e de qualidade, diferente dos móveis de lojas de departamentos.



## LOGOTIPO

Foi escolhida a fonte Coworking Display Font, descrita como uma fonte sem serifas, linhas mais fortes e marcadas, equilibradas com linhas mais finas, esse contraste lembra estilo de fontes clássicas sendo as suas linhas levadas para um lado mais moderno.

Originalmente a letra A fica inclinada para o mesmo lado, porém a invertemos para harmonizar o conjunto, combinando com o ângulo da letra M.

## COMPLEMENTO

Complementos tendem a ser escritos menores, assim precisa de uma fonte o mais simples possível e que permaneça legível. Sendo que quando a marca tiver que ser aplicada muito pequena pode-se retirar o complemento fazendo-se uso apenas do símbolo e logotipo. Utilizada a fonte DIN SemiCond Light.

ANTES

*M O D E L A Z A*



*M O D E L A Z A*

DEPOIS

*M O D E L A Z A*

*m ó v e i s*

LOGOTIPO + COMPLEMENTO

# S Í M B O L O

Optamos por representar o símbolo de uma mesa, pois ela é um dos móveis que aproxima as pessoas, seja em almoços de família, jantares entre amigos e até mesmo nos negócios, onde ela faz parte do ambiente corporativo em salas de reuniões.

Ela está presente nos relacionamentos entre as pessoas, e por isso tem um significado além de apenas cumprir seu papel utilitário, possui uma simbologia afetiva.

Criamos o símbolo utilizando a própria fonte, fazendo com que as partes da marca permaneçam com as mesmas linhas e assim em harmonia.



# C R I A Ç Ã O D O S Í M B O L O

M O D E L A Z A

Uso das letras L e Z para criação do símbolo

P A S S O 1



Duplicar e inverter a letra Z



Unir para formar a base da mesa



Criação de um traço para formar o tampo

P A S S O 2



Uso da letra L para as cadeiras



Ajuste de proporção, e inverções



Acrescentado à mesa

P A S S O 3



Finalização com um quadro contornando e ligando as cadeiras para transmitir relacionamento, bem como enfatizar as linhas retas proporcionadas em conjunto com as linhas da fonte.

# A P L I C A Ç Õ E S

Ao desenvolver uma marca deve-se pensar na sua flexibilidade de aplicação, onde poderá ser aplicada em superfícies com proporções e tamanhos diferenciados, assim foi previsto o seu uso na vertical (2 variações) e horizontal.



Vertical 01  
Para espaços  
mais largos

**M O D E L A Z A**  
m ó v e i s

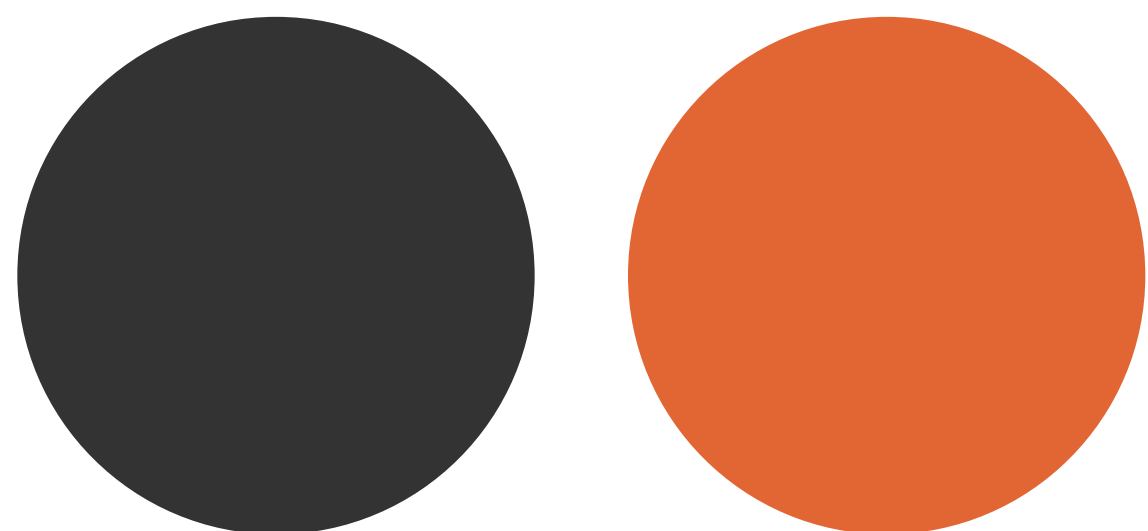


Vertical 02  
Para espaços estreitos como tótems



**M O D E**  
**L A Z A**  
m ó v e i s

Horizontal  
Para espaços estreitos e compridos,  
como cabeçalhos de webiste



Pesquisa de significado das cores para verificar se condiziam com os princípios que visamos alcançar com a marca:



## C O R E S P A D R ã O

Seguida a indicação do briefing em fazer o uso das cores: laranja e cinza, porém para o cinza foi optado por um tom mais forte, como o chumbo para deixar a fonte legível uma vez que possui alguns traços mais finos.



“A cor laranja significa alegria, vitalidade, prosperidade e sucesso. É uma cor quente resultado da mistura das cores primárias vermelho e amarelo. Está associada à criatividade, pois o seu uso desperta a mente e auxilia no processo de assimilação de novas ideias.”

**FONTE:**  
[www.significados.com.br/cor-laranja/](http://www.significados.com.br/cor-laranja/)



“A cor cinza significa neutralidade, elegância, sofisticação [...] cor dotada de compostura, solidez e estabilidade.”

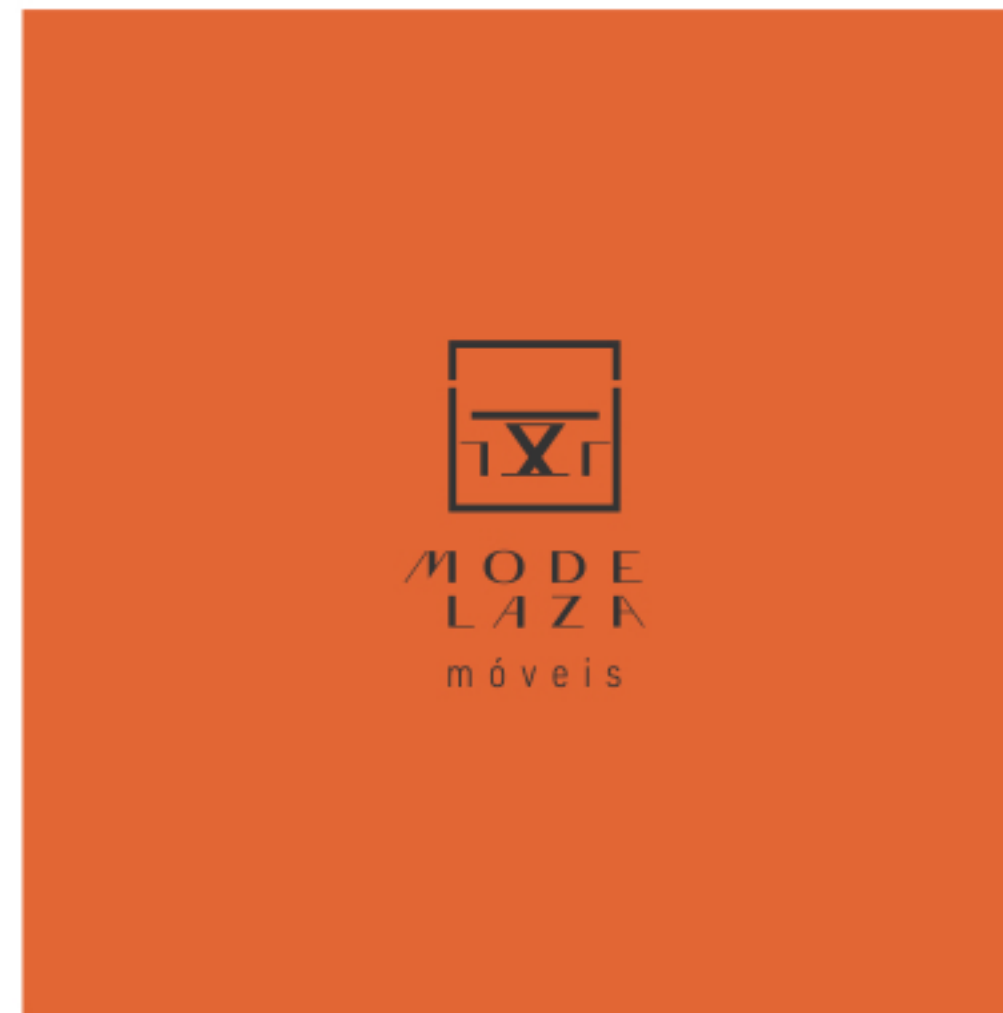
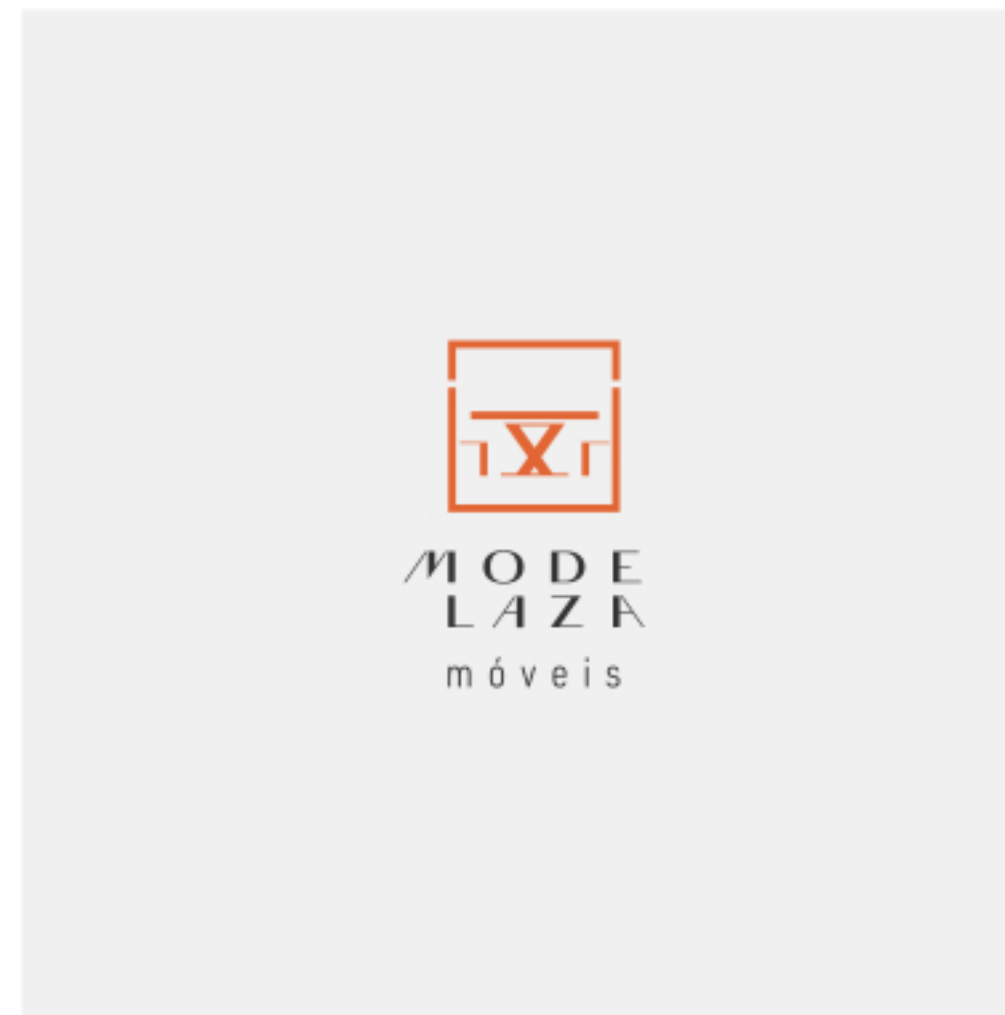
“Cinza sugere a segurança, a confiabilidade, a modéstia, a maturidade e a apatia. [...] Do ponto de vista da psicologia da cor, o cinza é a cor do compromisso”

**FONTES:**  
[www.significados.com.br/cor-cinza](http://www.significados.com.br/cor-cinza)  
[www.portaldomarketing.net.br/o-significado-das-cores-o-cinza-em-propaganda-publicidade-e-marketing/](http://www.portaldomarketing.net.br/o-significado-das-cores-o-cinza-em-propaganda-publicidade-e-marketing/)



# C O R E S N E G A T I V O

Além da aplicação da marca em suas cores sobre fundos claros, permite-se variações em negativo, que é quando o chumbo e laranja ficarão no fundo, adaptando as cores da marca para se tornar legível. Ao lado combinações aceitáveis:





MODE  
LAZAR  
móveis

R E S U L T A D O

moderna

séria

singular

leve

