



R&P

energia sustentável

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

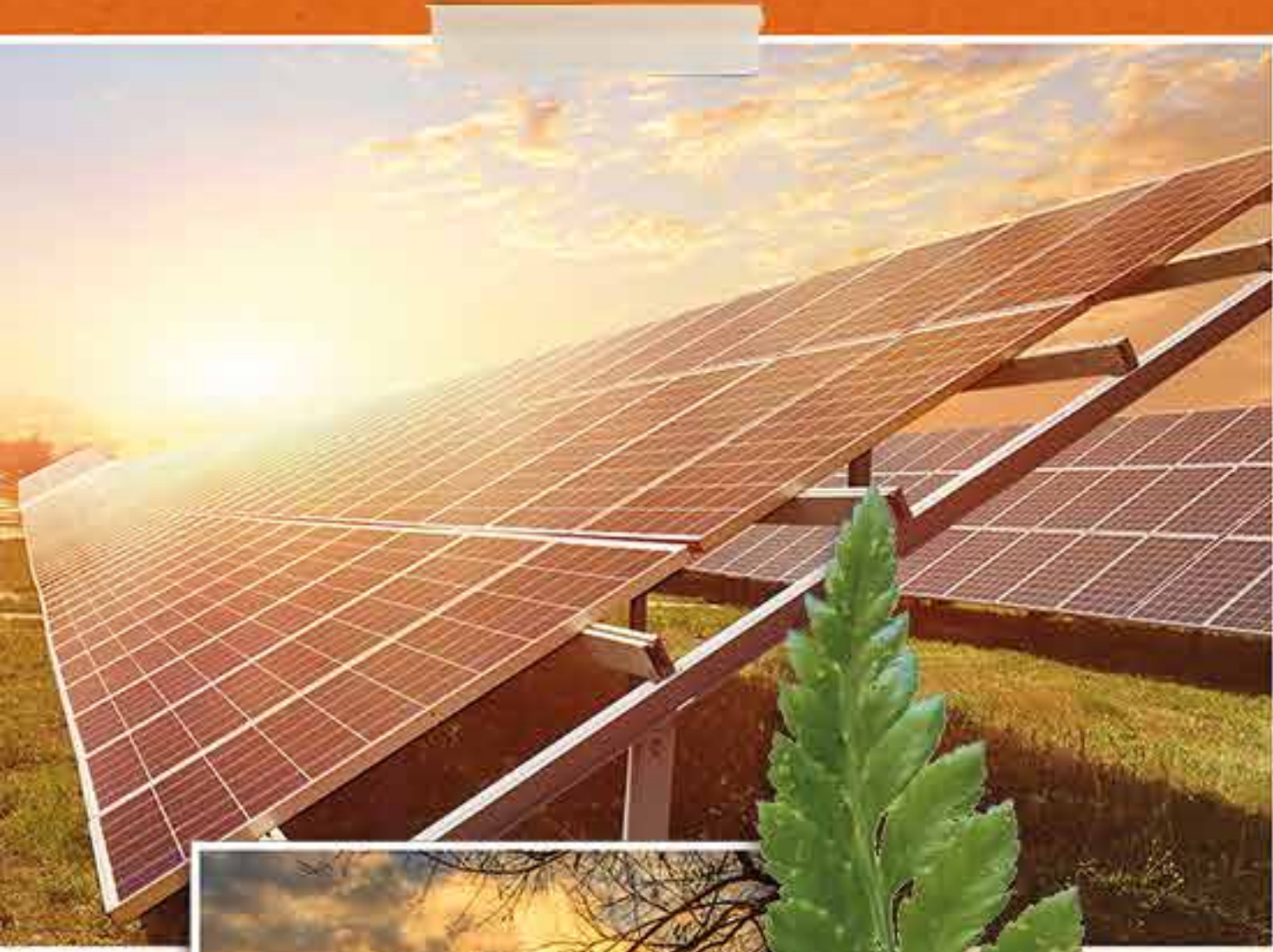
ANÁLISE INICIAL

Para um logotipo ser bom ele não precisa ter exageros, como grande quantidade de cores, elementos ou formas complexas. Um logotipo simples, porém pensado de forma estratégica é o que o faz ser lembrado com maior facilidade por seu público alvo, pois não precisamos de grande esforço mental para gravar suas formas e cores.

Assim, fizemos um redesign da marca atual aplicando os estudos do briefing aliando o design para criar uma marca profissional, com os requisitos necessários para posicionar a empresa no mercado passando a mensagem de que trabalha com painéis solares e como resultado está contribuindo com a sustentabilidade, que é um passo a mais do que apenas a busca pela economia de energia.



Marca provisória atual



Também representamos o conceito de união/parceria, uma vez que a empresa é formada por sócios, e também de parceria da empresa para com o cliente.

Unimos os elementos: sol, sustentabilidade, painel solar, sendo representados por cores e formas



O público é formado por pessoas jurídicas (empresários e agronegócio) e física (casais), onde geralmente o homem toma a frente pela busca de informações, assim a marca não terá elementos que remetem a feminilidade.



Geralmente são pessoas acima de 30 anos, com estabilidade financeira, que buscam um serviço sério e de confiança, assim a marca transmite profissionalismo.

LOGOTIPO

Foi escolhida a fonte Unique. Projetada especialmente para títulos e logotipos, esta fonte possui equilíbrio entre seus traços mais robustos e outros mais finos, trazendo o equilíbrio entre o pesado e leve, assim garantimos boa leitura e ao mesmo tempo não deixamos o logotipo carregado apenas de linhas grossas.

Fizemos alguns ajustes de modo a emendar as letras, pois queremos demonstrar com isso o conceito de união e parceria, tanto entre os seus sócios quanto entre empresa seus clientes e fornecedores.

The image shows the original logo 'R&P' in a grey, serif font. The letters are slightly separated, and the overall appearance is somewhat flat and less integrated.

ANTES

The revised logo 'R&P' is shown in a vibrant green color. The letters are now more closely connected and have a more dynamic, rounded appearance, reflecting the 'union and partnership' concept mentioned in the text.

DEPOIS

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 Acumin Pro Condensed Medium.

O complemento poderá ser escrito em duas dimensões (verificar a página de versões).



S Í M B O L O

Como comentamos no início, a simplicidade utilizada de modo inteligente em uma marca a torna fácil de memorizar, assim aproveitamos esta ideia e utilizamos a “perna” da letra “r” para criar o símbolo de um painel. Logicamente que o mesmo terá linhas abstraídas, para alcançarmos a simplicidade.

Ao usarmos um elemento da própria fonte temos como resultado uma marca harmônica, onde as linhas do logotipo irão “conversar” com o símbolo.

Obtemos uma forma em que as extremidades são orgânicas, lembrando folhas/plantas, fazendo uma relação com o conceito de sustentabilidade.

O símbolo do painel foi sobreposto em um círculo que por sua vez representa o sol.



imagem: ideasolar.com.br

C R I A Ç Ã O D O S Í M B O L O



Corte da letra R

Duplicação da forma

União e inversão da forma para o outro lado, o qual tende a passar um sentido mais positivo

Multiplicação na forma e cortes

Inclusão do círculo para representar o sol

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), horizontal (2 variações), selo [circular] e apenas símbolo.



VERTICAL 01
para menor altura
disponível



VERTICAL 02
quando houver maior
altura disponível

*Quando a marca for aplicada em tamanho muito pequeno deve ser usada sem o complemento, já que o mesmo não se fará legível

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), horizontal (2 variações) e selo (circular).



HORIZONTAL 01
para menor altura disponível em
comparação as aplicações na vertical



HORIZONTAL 02
quando houver maior largura disponível e
buscar destacar o complemento

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), horizontal (2 variações) e selo (circular).



SELO

Muito utilizada na foto de perfil das redes sociais, por exemplo



SÍMBOLO

Variação onde apenas o símbolo se faz presente

C O R E S P A D R Ã O

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



Cinza: cor neutra usada em apenas um pequeno ponto da logo, já que a mesma que terá várias cores.

“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.”

Na logo associamos ela com o amarelo fazendo um leve degradê para se relacionar ao pôr do sol, assim como nas imagens de inspiração presentes no moodboard.

FONTE:
www.significados.com.br/cor-laranja/

“A cor amarela significa luz, calor, descontração, otimismo e alegria. O amarelo simboliza o sol, o verão, a prosperidade e a felicidade.”

Algumas fontes dizem que o amarelo em excesso pode causar ansiedade, nervosismo, apreensão, agitação e confronto particularmente em pessoas que já estão estressados, por isso ele foi utilizado com cautela e combinado com o alaranjado.

FONTE:
www.significados.com.br/cor-amarela/
<http://www.portaldomarketing.net.br/>

“Verde é a cor que representa a natureza. Ele simboliza o crescimento, a harmonia, o frescor, e a fertilidade. O Verde tem forte correspondência emocional com segurança. {...} Esta é a cor do equilíbrio e harmonia. De uma perspectiva da psicologia de cor, é a grande equalizadora das emoções, criando um equilíbrio entre a cabeça e o coração.”

FONTES:
<http://www.portaldomarketing.net.br/o-significado-das-cores-o-verde-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, onde haverá cor ao fundo e assim algumas partes da marca serão aplicadas em branco.



RESULTADO

profissionalismo

sustentabilidade

energia

harmonia

simples - popular

moderna

