



Instituto Politécnico
de Castelo Branco

Instituto Politécnico de Castelo Branco

Lourenço, Soraia Fernandes

Redesign e comunicação da marca Quinta dos Avós

<https://minerva.ipcb.pt/handle/123456789/3089>

Metadata

Issue Date	2016
Abstract	Este projeto de fim de licenciatura consiste no redesign da marca gráfica da Quinta dos Avós, bem como o desenvolvimento dos meios impressos, embalagens, rótulos e meios digitais. A Quinta dos Avós é um estabelecimento de produtos regionais, sediado no Algarve, que serve o propósito de loja e pastelaria, pois o mesmo espaço tem como função receber os clientes e vender os produtos. Os produtos vendidos em loja são: doces variados, mel, licores, chás, pães de laranja e de alfarroba, conserva de p...
Publisher	IPCB. ESART
Keywords	Design de comunicação, Design gráfico, Marca gráfica, Produtos regionais, Rótulos, Embalagem
Type	Thesis
Peer Reviewed	No
Collections	ESART - Design de Comunicação e Produção Audiovisual

This page was automatically generated in 2019-10-05T21:02:51Z with information provided by the Repository



Redesign e Comunicação da Marca Quinta dos Avós

Soraia Fernandes Lourenço
20130349

Orientador

Luís Marques Ferreira
Daniel Raposo Martins

Trabalho de Projeto apresentado à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Licenciado, em Design de Comunicação e Produção Audiovisual, realizada sob a orientação científica dos Professores Luís Ferreira e Daniel Raposo, do Instituto Politécnico de Castelo Branco.

Junho, 2016

Composição do júri

Presidente:

Doutora, Isabel Marcos

Prof. Adjunto do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Vogais:

Doutor, Luís Marques Ferreira (orientador)

Prof. Adjunto Convidado do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Doutor, Daniel Raposo Martins (orientador)

Prof. Adjunto do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Doutor, José Silva (arguente)

Prof. Adjunto do Instituto Politécnico de Castelo Branco

Agradecimentos

Começo por agradecer a esta magnífica cidade que é Castelo Branco e à Escola Superior de Artes Aplicadas do Instituto Politécnico de Castelo Branco que tão bem me acolheram durante a minha vida universitária.

Agradecer toda a aprendizagem e experiências que este polo me ofereceu, assim como às pessoas fantásticas que me deu a conhecer, e é claro aos excelentes profissionais com os quais aprendi todos os dias durante estes três anos.

De seguida faço um grande agradecimento à Quinta dos Avós por ter aceitado a minha proposta para desenvolver este projeto em conjunto, por fornecer todo o material necessário e, claro, pela simpatia e disponibilidade durante todo o processo. Agradeço também o interesse e confiança no meu trabalho.

Um grande agradecimento aos orientadores deste projeto, os professores Luís Ferreira e Daniel Raposo, pelo apoio e conselhos dados, fundamentais para o desenvolvimento do projeto. Pela ajuda e paciência.

Agradeço também às minhas colegas de casa e de turma pela ajuda e apoio dados ao longo destes três anos de curso. Pela paciência e opiniões infinitas durante todo o projeto.

Por fim, deixo um enorme agradecimento aos grandes pilares da minha vida, que são a minha família e os que considero como tal. Sem vocês nada disto seria possível. Agradeço-vos todo o apoio, compreensão e aceitação por estes três anos que passei longe. Um grande obrigado há minha irmã pela paciência, pelas opiniões, pelas críticas e por toda a ajuda. A ti mãe, deixo um eterno, saudoso e especial obrigado.

Resumo

Este projeto de fim de licenciatura consiste no redesign da marca gráfica da Quinta dos Avós, bem como o desenvolvimento dos meios impressos, embalagens, rótulos e meios digitais.

A Quinta dos Avós é um estabelecimento de produtos regionais, sediado no Algarve, que serve o propósito de loja e pastelaria, pois o mesmo espaço tem como função receber os clientes e vender os produtos. Os produtos vendidos em loja são: doces variados, mel, licores, chás, pães de laranja e de alfarroba, conserva de piripiri, frutos secos e farinha de alfarroba. Em termos de pastelaria vendem, vários bolos regionais como o Dom Rodrigo ou o queijo de figo e bolos confeccionados com produtos do Algarve como é o caso da torta de laranja ou de amêndoa. Para além de todos estes produtos, a quinta dispõe também de uma cerveja artesanal, confeccionada pelos mesmos, que funciona como uma submarca, assim como um pequeno museu rural.

O principal objetivo deste projeto é tornar a marca gráfica mais atual, nunca esquecendo toda a história que se encontra por trás, e resolver o problema de coerência e organização existente entre os meios utilizados.

Palavras-chave

Design de Comunicação; Design Gráfico; Marca gráfica; Produtos Regionais; Rótulos; Embalagem.

Abstract

This final degree project consists in doing a new design for the brand Quinta dos Avós, as well as the developing of the printed supports, packaging, labels and digital supports.

The Quinta dos Avós is an establishment of regional products, headquartered in Algarve, it serves the purpose of shop and pastry, since the same space has the function to receive the clients and sell the products. The products sold in the store are: assorted sweets, honey, liqueurs, teas, breads of orange and carob, preserve piripiri, dry fruits and carob flour. In term of pastry they sell: several regional cakes like Dom Rodrigo our fig cheese, and cakes made with products from the Algarve such as the orange our almond pie. Apart from all these products, the farm also has a handmade beer, made by them, it works as a sub-brand, as well as a small rural museum.

The main purpose of this project is to renovate the brand, never forgetting the all history behind, and solve the consistency and organization problem between the supports.

Keywords

Communication Design; Graphic Design; Branding; Regional Products; Labels, Packaging.

Índice geral

Capítulo I - Introdução	1
1. Introdução	1
1.1. Campo.....	1
1.2. Tema / Título	1
1.3. Problemática	1
2. Objetivos gerais e específicos	1
2.1. Objetivos gerais	1
2.2. Objetos específicos	1
Capítulo II - Estado da questão	2
1. Contextualização do problema de design.....	2
1.1. Estado da questão.....	2
2. Objeto de estudo e oportunidade	3
2.1. Problema de comunicação - Quinta dos Avós.....	3
2.2. Observação e análise do setor	6
2.2.1. Setor de atividade - concorrentes	6
2.3. Casos de referência - Made in Loco	7
2.4. Argumento.....	9
2.4.1. Organograma	9
3. Fundamentação teórica.....	10
3.1. Identidade corporativa, Identidade visual corporativa e Imagem Corporativa.....	10
3.2. Marca gráfica	11
3.3. Rótulos.....	11
3.4. Embalagem	12
4. Caso de estudo - Quinta dos Avós	12
4.1. Análise da concorrência.....	12
4.1.1. Campos Santos	13
4.1.2. Quinta das Atalaias	17
4.1.3. Regionalarte	20
4.2. Público-alvo	22
4.2.1. Segmento de clientes / utilizadores	22
4.3. Análise SWOT	23

4.4.	Conceito da marca	23
4.4.1.	Personalidade da marca	23
4.4.1.1.	Arquétipos emocionais	24
4.4.2.	Posicionamento e arquitetura da marca	26
Capítulo III - Desenvolvimento exploratório: caso de estudo Quinta dos Avós ...		26
1.	Design da identidade visual da marca	26
1.1.	Marca gráfica.....	26
1.1.1.	Conceção criativa/gráfica.....	27
1.1.2.	Tipografia	27
1.1.3.	Código cromático	28
1.1.4.	Composição final da marca gráfica	29
2.	Comunicação da marca Quinta dos Avós	30
2.1.	Comunicação Comercial	30
2.1.1.	Estacionário.....	30
2.1.1.1.	Cartão-de-visita	31
2.1.1.2.	Envelope	31
2.1.1.3.	Papel de carta.....	32
2.1.1.4.	Papel de continuação.....	32
2.1.1.5.	Assinatura de email	33
2.1.1.6.	Capa de documentos.....	33
2.2.	Comunicação do produto.....	34
2.2.1.	Rótulos e etiquetas.....	34
2.2.1.1.	Licores.....	34
2.2.1.2.	Doces	34
2.2.1.3.	Mel	35
2.2.1.4.	Frutos secos	35
2.2.1.5.	Farinha	36
2.2.1.6.	Pães.....	36
2.2.1.7.	Piripiri	36
2.2.1.8.	Doçaria conventual	37
2.2.2.	Embalagens	37
2.2.2.1.	Saco de transporte	37
2.2.2.2.	Caixas de venda.....	37

2.3. Comunicação da marca.....	38
2.3.1. Flyer	38
2.3.2. Cartas de produtos	38
2.3.3. Farda.....	39
2.3.3.1. Avental	39
2.3.4. Merchandising	39
2.3.4.1. Caneta	39
2.3.4.2. Pins.....	40
2.3.4.3. Bases de copos	40
2.3.4.4. Autocolantes.....	40
2.3.4.5. Pacotes de açúcar	41
2.3.5. Canais de comunicação	41
2.3.5.1. Facebook	41
2.3.5.2. Layout de website	42
2.4. Manual de normas gráficas.....	42
Capítulo IV - Conclusões e recomendações	42
1. Conclusões finais e recomendações	42
2. Referências bibliográficas.....	43
3. Bibliografia	44