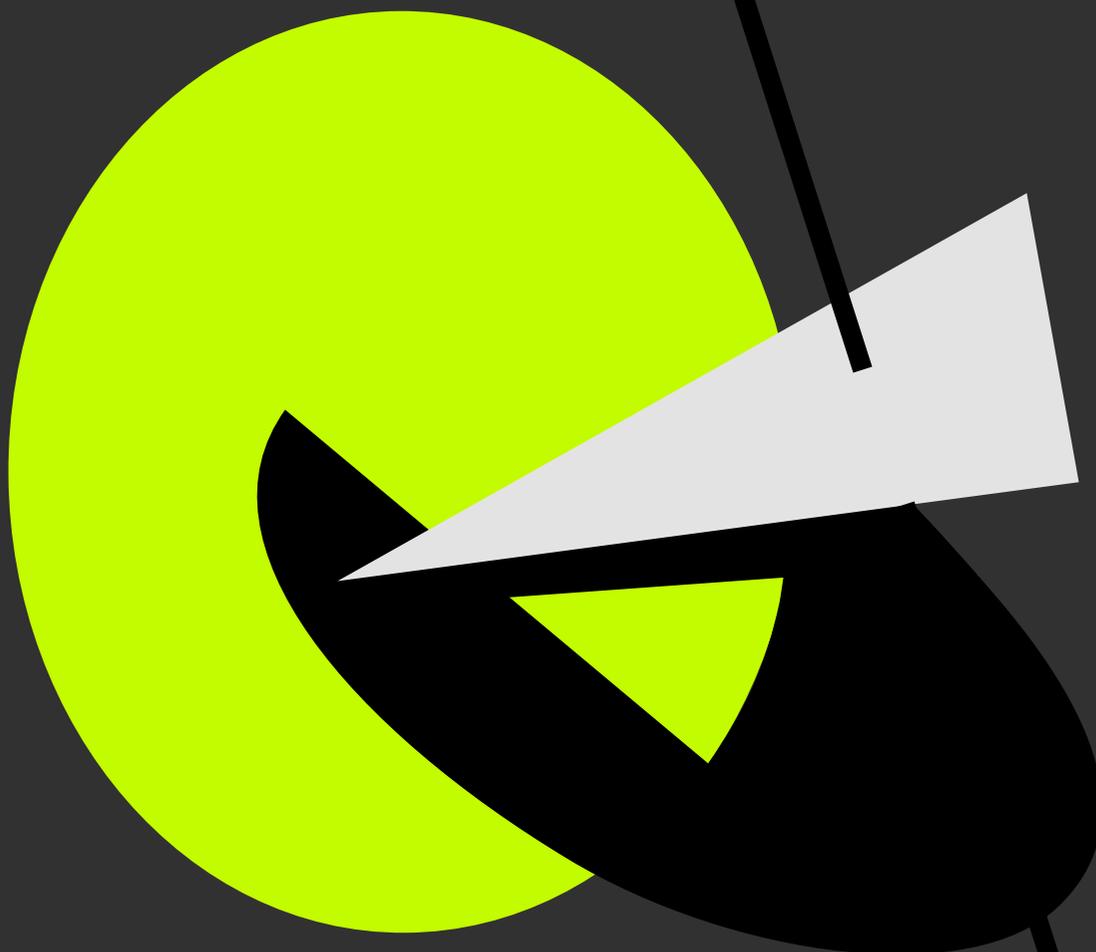
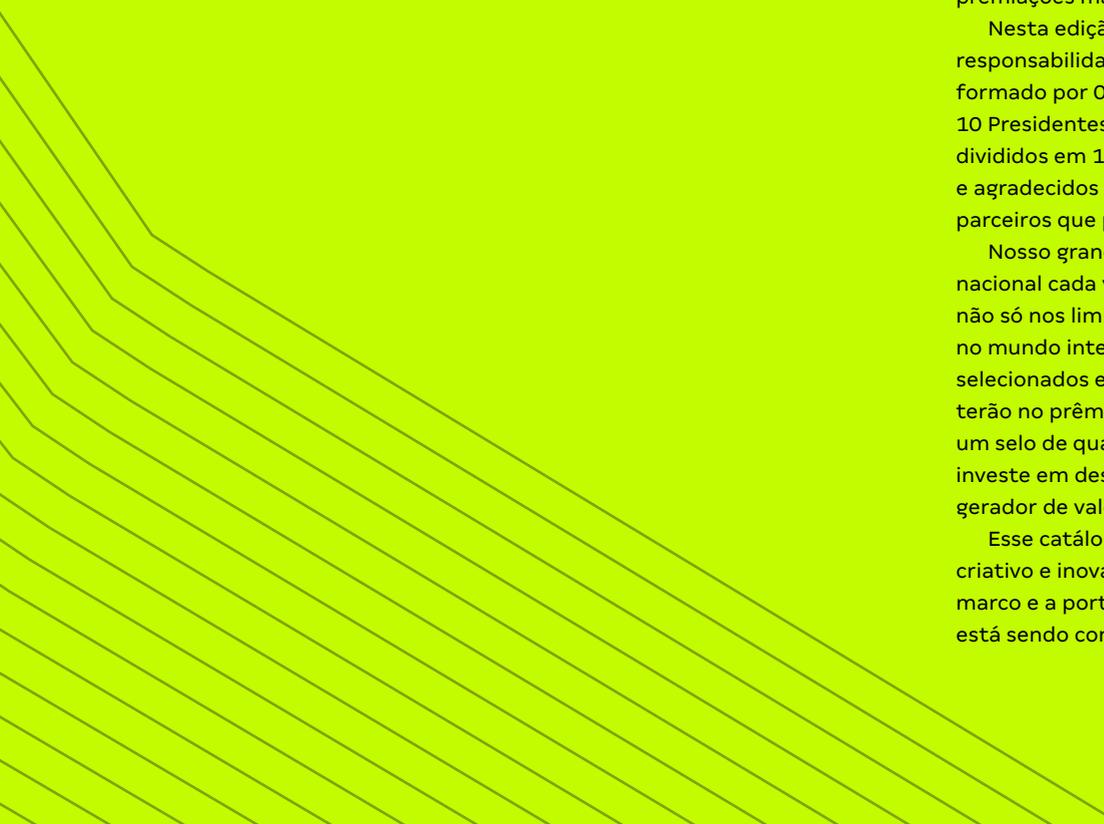




BRASIL
DESIGN
AWARD



'19



O Brasil Design Award 2019, já é um marco no design brasileiro. A premiação foi completamente remodelada e já se consolida como a maior premiação do design nacional. Tivemos inscritos de 22 estados, com um grau de participação compatível com o número de escritórios de design existentes em cada unidade federativa. Foram mais de 867 projetos, quantidade semelhante às premiações mais tradicionais do país.

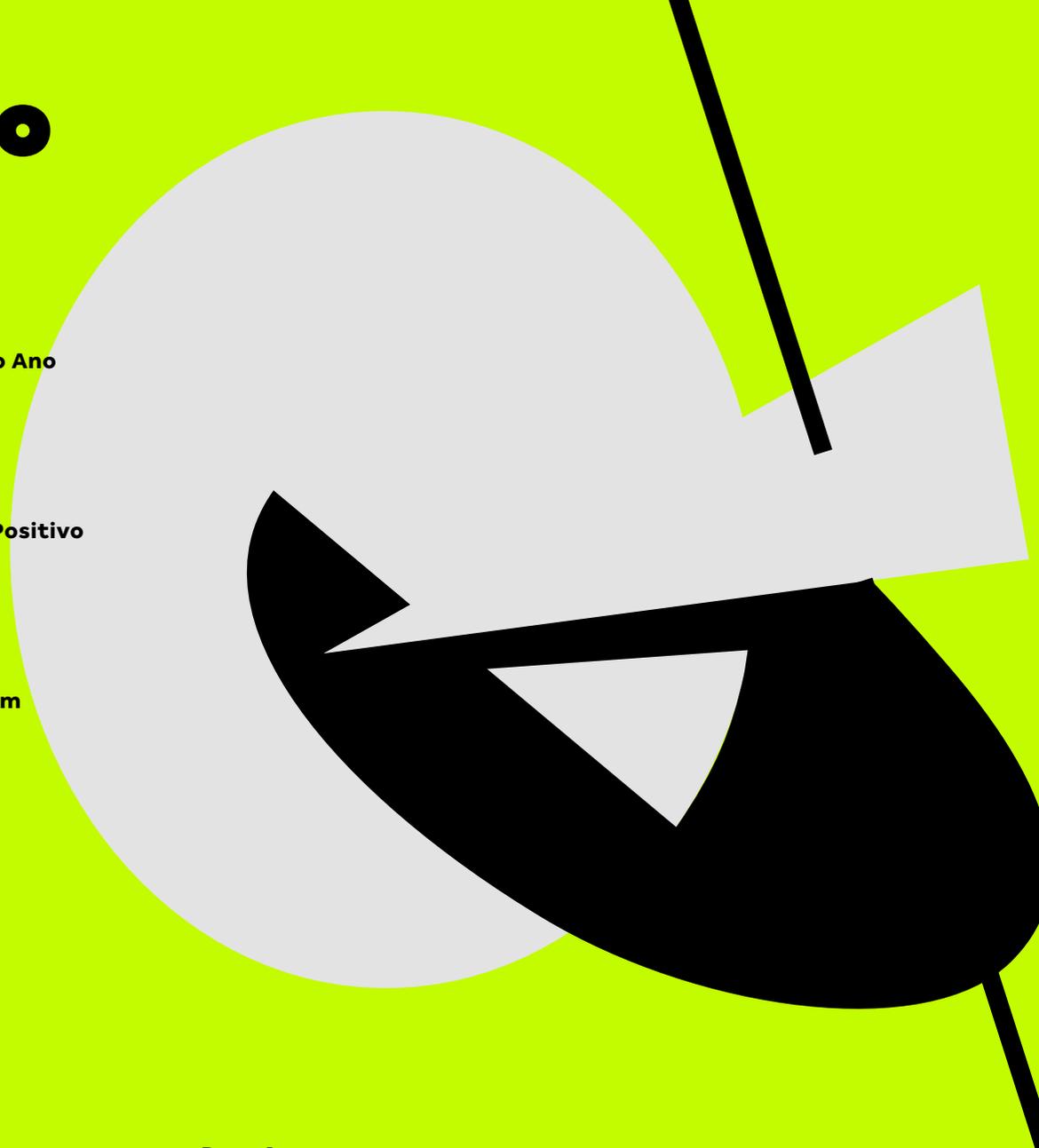
Nesta edição, o júri abraçou a enorme responsabilidade de avaliar todos os trabalhos, formado por 01 Presidente Geral do Júri, 10 Presidentes por Categoria e 66 jurados divididos em 10 categorias. Estamos orgulhosos e agradecidos aos participantes, ao júri e aos parceiros que possibilitaram esse feito.

Nosso grande objetivo é tornar o design nacional cada vez mais reconhecido e valorizado, não só nos limites das nossas fronteiras, como no mundo inteiro. Temos certeza que todos os selecionados e vencedores do Brasil Design Award terão no prêmio mais uma métrica de sucesso e um selo de qualidade a ser reconhecido por quem investe em design como diferencial competitivo e gerador de valor para os negócios.

Esse catálogo é uma síntese do potencial criativo e inovador do design. É o registro de um marco e a porta de entrada para um futuro que já está sendo construído.

SUMÁRIO

- 04** Homenagens
- 06** Jurados
- 07** Cliente | Empresa do Ano
- 08** Voto Popular
- 13** Branding
- 59** Design de Impacto Positivo
- 82** Craft For Design
- 98** Design Gráfico
- 159** Design de Embalagem
- 217** Design de Ambiente
- 270** Design de Produto
- 316** Design Editorial
- 344** Design Digital
- 366** Design de Serviço



Realização

ABEDESIGN

Parceria



Apoio



prodesign > pr



ap:design



ABEDESIGN
Gustavo Greco | Ludmila Oliveira

Palavra da Presidência

vida humana. Por meio de processos colaborativos e centrados no usuário, o design é a maneira de repensar a cadeia de valor de um negócio, resultando em inovação e diferenciação estratégica. Esse tema é materializado em toda a identidade gráfica criada pela cearense Miligrama, em imagens que atravessam, fazem a interseção e enchem o espaço de um vibrante verde-limão.

Acompanhamos o nascimento e o amadurecimento do BDA nos últimos anos. No ano passado, em especial, pudemos sentir o grande impacto por sua realização em nosso mercado. Este ano, estamos celebrando os 10 anos de BDA! Mais que um prêmio, o BDA é um reconhecimento ao trabalho de alto nível que temos no mercado nacional, além de um momento de comemoração da união entre os pontos de contato de nossa indústria. Queremos reunir profissionais de todo o Brasil, festejar com os empresários e os colaboradores do nosso setor, reconhecer o esforço e os resultados que tivemos em 2019 e vibrar juntos, com um olhar fresco e amplo sobre o mercado, trazer inovação e agilidade nos processos como associação e ter o ponto de partida e é nosso lema nesta gestão.

A palavra da nova gestão é **Aproximação!** Estar próximos dos associados e do mercado, trazer inovação e agilidade nos processos como associação e ter o ponto de partida e é nosso lema nesta gestão.

Queremos reunir profissionais de todo o Brasil, festejar com os empresários e os colaboradores do nosso setor, reconhecer o esforço e os resultados que tivemos em 2019 e vibrar juntos, com um olhar fresco e amplo sobre o mercado, trazer inovação e agilidade nos processos como associação e ter o ponto de partida e é nosso lema nesta gestão.

O prêmio BDA nasce em 2009 como "o prêmio dos prêmios". Os projetos brasileiros com melhor desempenho em premiação, dentro e fora do Brasil, eram ranqueados em um sistema de pontuação. Aqueles que obtinham índices mais altos recebiam nosso icônico troféu. No ano passado, mudamos as regras do jogo. Abrimos inscrições para todas as empresas do Brasil, aproximando a **Associação Brasileira de Empresas de Design (ABEDESIGN)** de seu cerne: reunir, congregando, conectar e desenvolver todas as iniciativas que fortaleçam o design em seus vários territórios.

Os projetos passam, então, a ser julgados por um corpo de jurados que define quem é indicado para um prêmio de ouro. Na categoria Ouro, apenas para a casa o grande prêmio ganha o Grand Prix e sua capacidade de perpassar disciplinas como arte e a ciência com o propósito de melhorar a

essa jornada e, após um 2019 de encontro com diretores que estão conosco laboradores da indústria em relação à nossa entrega e seguiremos atuando com afinco para isso. Este é o objetivo: prosperidade ao design brasileiro e a todos que juntos o constroem diariamente.

transversalidade do design

de melhorar a



Palavra da Presidência

Brasil Design Award está na sua 9ª edição, o que isso representa? Mais do que premiar o projeto, trata-se de reconhecer visões, talentos e pessoas que contribuem ativamente para criar ideias que sejam belas e funcionais, tragam soluções e melhorem o mundo. Design é motor para gerar valor. Mais do que resultados financeiros, o valor está em concretizar futuros mais prósperos para o país, para a economia, para as empresas, resolvendo problemas sociais e dos consumidores de forma criativa e bela. Mais do que nunca, precisamos hoje desenvolver mais ideias que geram valor e o design tem um papel fundamental no que queremos construir.

Sabemos que ninguém faz nada sozinho. Por isso, criamos e fomentamos um ecossistema é vital para esse objetivo. Agradeço aos designers, agências, clientes e colaboradores que fazem parte disso e jogam junto na visão. Obrigada também ao Gustavo Greco, Camila Tabacchi e Larissa Oliveira por terem aceitado o desafio de montar o seu corpo de jurados, avaliar e alinhar os trabalhos enviados.

Um agradecimento especial a todas as agências, profissionais e clientes que fazem trabalhos incríveis para que o nosso mundo fique ainda melhor e mais bonito.

VIVA O DESIGN BRASILEIRO!

ANA COUTO
Presidente Geral do Júri



HOMENAGEADOS

HOMENAGEADOS

HALL DA FAMA

Lincoln Seragini



texto por Gian Franco Rocchiccioli

Lincoln Seragini é um dos mais importantes nomes do design brasileiro. Designer de alma, não de formação. Graduado em Engenharia pela Escola Superior de Química Oswaldo Cruz, Pós Graduado pela Escola Politécnica da USP e pela Fundação Getúlio Vargas, Lincoln iniciou sua carreira em grandes indústrias como Colgate-Palmolive, Nestlé e Johnson & Johnson até que em 1981 foi convidado pela Young & Rubican para fundar e dirigir a Cato Johnson, agência de Design do grupo onde permaneceu até a década de 1990. Suas criações fazem parte da história de muitas indústrias brasileiras. Na Seragini Design, orientou e formou as carreiras de muitos nomes reconhecidos do Design nacional. Atualmente, com 50 anos de carreira, continua promovendo ativamente o Design dentro do ambiente empresarial.

INSTITUIÇÃO DE APOIO AO DESIGN

Instituto Tomie Ohtake



texto por André Poppovic

Ricardo Ohtake, em 1998 era um dos diretores da ADG e curador da Bienal de Design Gráfico daquele ano. Ele além de proeminente designer gráfico, atividade que vem mantendo até hoje, não mais como a principal, mas talvez por prazer, pois se dedica integralmente a direção de um dos mais importantes institutos de arte contemporânea e design desta cidade. Em 2001, inaugurou a instituição que vem dirigindo com grande maestria e destaca-se por ser um dos raros espaços da cidade especialmente projetado, arquitetônica e conceitualmente, para realizar mostras nacionais e internacionais de artes plásticas, arquitetura e design. O Instituto desenvolve exposições que focalizam os últimos 60 anos do cenário artístico, ou ainda movimentos anteriores que levam a entender melhor o período em que a artista atuou. Lá passaram mostras inéditas no Brasil como Louise Bourgeois, Josef Albers, Yayoi Kusama, Salvador Dalí, Joan Miró, entre outras, muitas delas especialmente dedicadas às reflexões sobre o design brasileiro.

INSTITUIÇÃO DE ENSINO DE DESIGN

Unisinos



texto por Átila Franco

Universidade que há 50 anos impulsiona o ensino superior e o design no Rio Grande do sul e Brasil. Em meio a um cenário econômico e político muito desfavorável, tem apoiado de forma incondicional as ações do projeto “O que marca Porto Alegre” e Pacto Alegre. O projeto “O que marca Porto Alegre?” é uma iniciativa da ABEDESIGN – RS e tem como objetivo ressignificar a cidade de Porto Alegre para seus moradores, visitantes e para o mundo.

Nestes quase 3 anos de processo, a Unisinos tem sido uma parceria importantíssima, disponibilizando sua estrutura e impulsionando o projeto através do Pacto Alegre, plataforma que alavanca projetos que buscam transformação da Cidade.

Junto com a UFRGS, PUCRS e Unisinos criaram a Aliança pela Inovação, visando transformar Porto Alegre numa cidade referência de inovação e desenvolvimento sustentável. Entendemos que é a partir de iniciativas da sociedade civil organizada e o apoio de instituições como a Unisinos, acompanhado do pensamento coletivo, inclusivo e colaborativo e a visão holística do design virão as respostas e soluções para os problemas complexos que nossa sociedade e mundo necessitam.

PROFISSIONAL DE PROMOÇÃO AO DESIGN

David Vélez



texto por Mário Rosa

David Velez fez o Nubank nascer já como um clássico case de design, no mais amplo e completo sentido da palavra. Nubank é um case de criação e gestão de marca, de design de serviços e UX, de design de negócios e de inovação. Um grande case de inovação centrado nas pessoas e orientado pelo design. Por causa dele, todo o setor financeiro, as startups, e as empresas de tecnologia e o mercado como um todo começaram a falar de design de uma forma diferente.

VEÍCULO DE DESIGN DO ANO

Tupigrafia



texto por Giovanni Vannucchi

Existir em um universo editorial que vê, a cada ano, muitos dos principais títulos de revistas nacionais desaparecerem do mercado é algo único para uma revista que fala de tipografia e de design consequentemente.

A Tupigrafia, criada por Claudio Rocha e Tony de Marco há quase vinte anos, tem esse mérito. Essa vida longa se deve à qualidade da publicação. A liberdade do projeto que faz com que cada página seja uma peça visual altamente bem resolvida.

Mas o valor da revista não é só do ponto de vista gráfico, impressiona a extensa pesquisa que vai desde a análise de elementos históricos, o uso da tipografia em grandes nomes do design mundial ou o resgate de representações vernaculares da tipografia.

Esse diferencial rendeu a eles um grande reconhecimento internacional, ao qual se junta agora também a ABEDESIGN premiando essa que se auto intitula “a primeira e única revista de tipografia do Brasil”.

JURADOS

Craft For Design

Lilian Raco | Presidente

André Vela
Dandara de Almeida
Fabio Lopez
Felipe Amaral
Joaquin Presas
Rafo Castro
Rodrigo Borges

Design de Produto

Leonardo Lattavo | Presidente

Bernardo Silva
Claudio Magalhães
Erick Mazer
Leticia Castro
Mila Rodrigues
Rafael Andrade

Design de Impacto Positivo

Gisela Schulzinger | Presidente

Claudia Weber
Gisele Raulik
Isabela Rodrigues
Juliana Buso
Marcus Nakagawa
Tânia Savaget
Victor Hugo

Design Gráfico

Alexander Guazzelli | Presidente

Beto Bisesto
Camila Moletta
Fernanda Saboia
Julia Haiad
Leopoldo Leal
Rachel Lima
Roberto Bastos

Branding

Danilo Cid | Presidente

Angelica Kley
Clayton Caetano
Leandro Senna
Mariana Quintanilha
Paula Langie
Paula Marchiori
Renato Winnig
Samara de Araujo

Design de Serviço

Guta Orofino | Presidente

Anna Maccarone
Carol Ganho
George Maeda
José Mello
Luis Alt
Renata Hinnig
Rodrigo Leme

Design de Embalagem

Raphael Abreu | Presidente

Ana Brum
Cris Inoue
Daniel Souza
Isabella Salibe
Levi Girardi
Ricardo Bezerra

Design Digital

Fabricio Dore | Presidente

Chico Adelano
Érico Fileno
Henrique Catenacci
Karine Kawamura
Leandro Amorim
Letícia Pires
Paola Mouro

Design Editorial

Bruno Porto | Presidente

Antonio Pereira
Carlos Horcades
Edison Lopes
Leonardo Buggy
Marcelo Martinez
Mary Meürer
Miriam Zanini

Design de Ambiente

Gringo Cardia | Presidente

Anie Lou Lima
Bel Lobo
Henrique Mélega
Maneco Quindere
Sergio Cury

EMPRESA DO ANO

texto por
Gustavo Greco

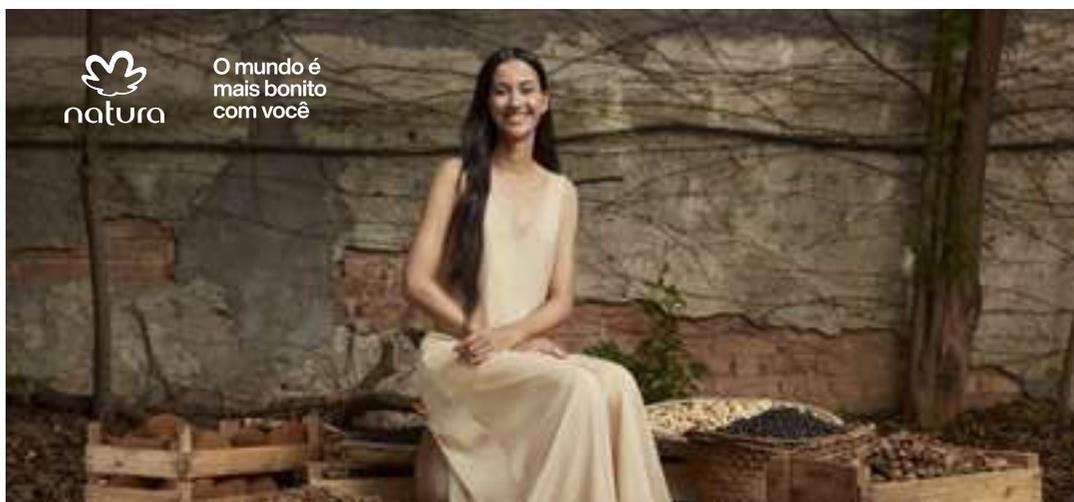


Tátil Design de Ideias

O troféu de Escritório do Ano é concedido para a **Tátil Design de Ideias** que teve mais projetos premiados nesta edição do Brasil Design Award. O prêmio certifica que o alto nível da produção anual da empresa de design, que recebeu surpreendentes 12 bronzes, sete pratas e três ouros e dois Grand Prix para os projetos “**A Tipografia do Instituto Burle Marx**” e a “**Jornada Ekos**”.

CLIENTE DO ANO

assinado por
Gustavo Greco



Natura

O troféu de Cliente do Ano é concedido para **Natura** que teve mais projetos premiados nesta edição do Brasil Design Award. Além de destacar o alto nível de qualidade dos projetos, o prêmio certifica que a empresa entende o design como disciplina transformadora e tem como parte crucial de sua existência.

VOTO POPULAR



BRANDING

Cervejaria Tarantino

380 VOTOS

Autoria | Ano

FIB - Fábrica De Ideias
Brasileiras | 2018

Cliente

Cervejaria Tarantino



DESIGN DE IMPACTO POSITIVO

Branding SomosCoop

2380 VOTOS

Autoria | Ano

Bertoni Branding | 2018

Cliente

Sistema OCB

CRAFT FOR DESIGN

Couturier Poster
274 VOTOS

Autoria | Ano

Notdef Type Services | 2019

Cliente
Latinotype



DESIGN GRÁFICO

Marcelo Kimura
1631 VOTOS

Autoria | Ano

Marcelo Kimura | 2018

Cliente
Marcelo Kimura





DESIGN DE EMBALAGEM

Nóblis
2768 VOTOS

Autoria | Ano
Brandigno | 2018

Cliente
Nóblis



DESIGN DE AMBIENTES

Assador Rio's
448 VOTOS

Autoria | Ano
Studio Zeh Arquitetura | 2018

Cliente
Jair Coser

**DESIGN DE
PRODUTO**

Ventilador Turbo Conforto
3521 VOTOS

Autoria | Ano
Cadence

Eletrodomésticos S.A. | 2019

Cliente
Cadence Eletrodomésticos S.A.



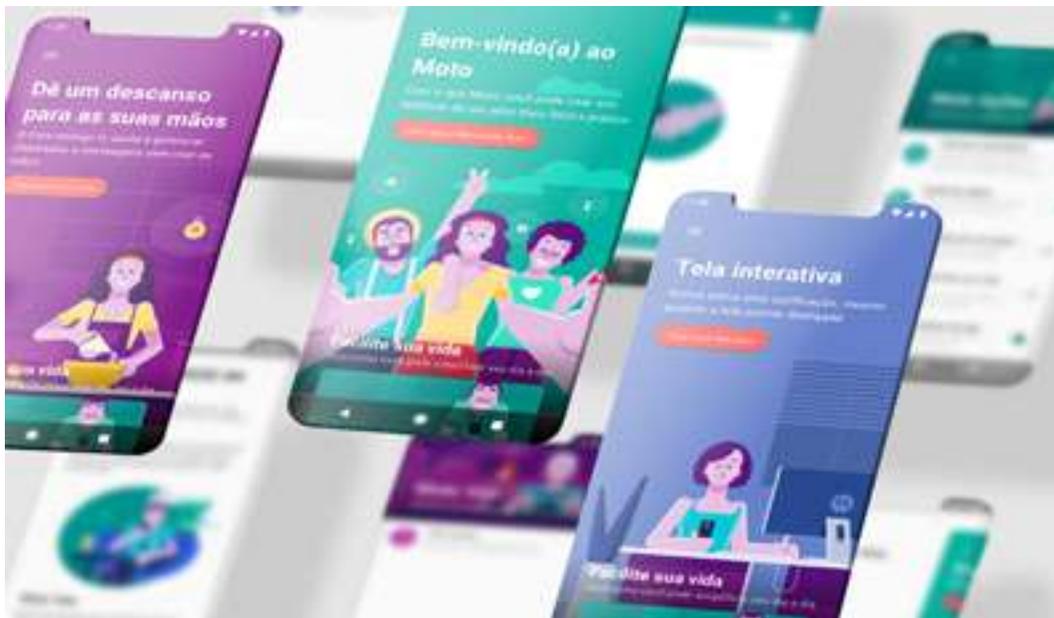
DESIGN EDITORIAL

Darwin Sem Frescura
2259 VOTOS

Autoria | Ano
Anderson Junqueira | 2019

Cliente
HarperCollins Brasil



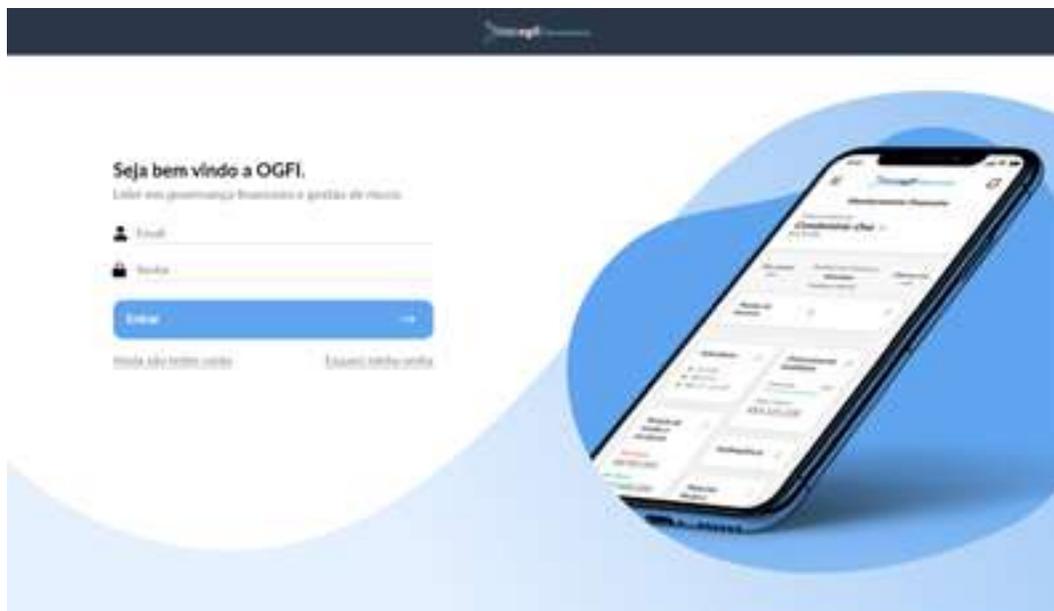


DESIGN DIGITAL

Moto App
338 VOTOS

Autoria | Ano
CXD Motorola | 2019

Cliente
Motorola



DESIGN DE SERVIÇO

Revolucionando o Mercado de Governança Financeira
184 VOTOS

Autoria | Ano
Camelo Digital | 2019

Cliente
OGFI Governance



PREMIADOS 2019

BRAN DING

Jornada Ekos



GRAND PRIX + OURO

Descrição do Projeto

Natura Ekos é uma das principais submarcas da Natura, que carrega alguns dos seus mais importantes valores: sustentabilidade e comércio justo, além de toda a potência da biodiversidade amazônica aliada à grande tecnologia cosmética. Apesar de tudo isso, Natura Ekos não se posicionava à altura de sua potência. Por isso, nosso desafio inicial foi traduzir o novo posicionamento da marca em expressões visuais, verbais e multissensoriais, resgatando a Amazônia como assunto. Como transformar Natura Ekos em uma marca com mais força, atitude, ousadia e desejabilidade.

Ficha Técnica

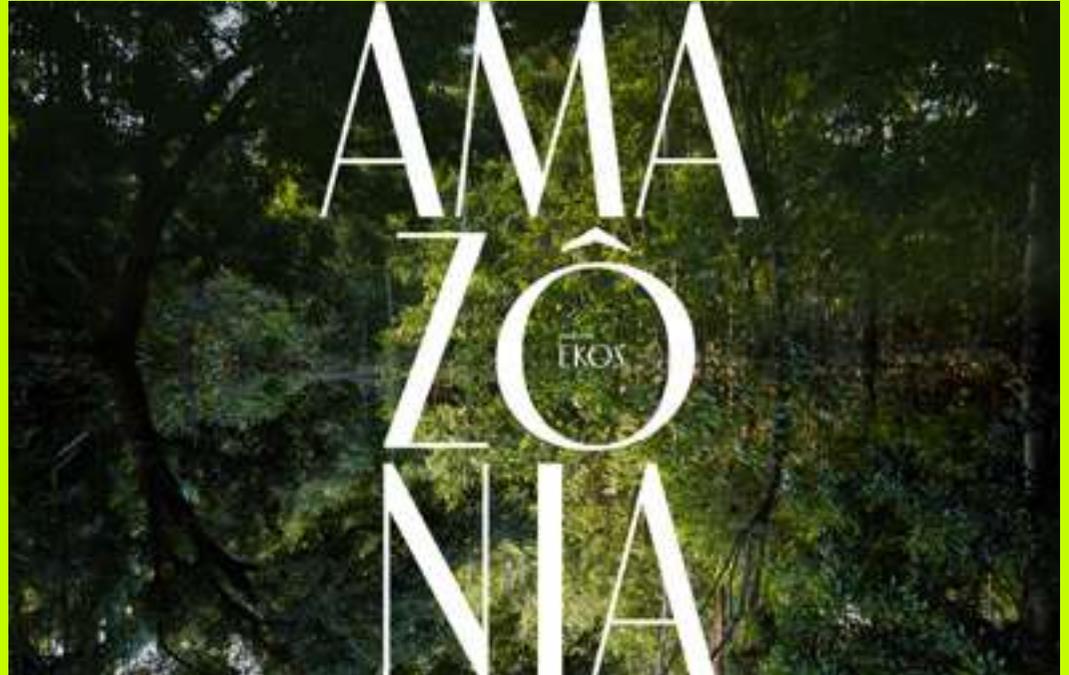
Time Tátil Tipografia: BlackLetra
Fotógrafos: Gleeson Paulino e
Andreas Heiniger

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2018

Cliente

Natura



Embraer X



PRATA

Descrição do Projeto

Desenvolvimento da identidade da nova unidade de negócios da Embraer, a Embraer X, focada em inovações tecnológicas e o ecossistema de produtos que as apoiam para o futuro da aviação e mobilidade aeroespacial (com foco no deslocamento em espaços urbanos). Esta linguagem, além de derivar da identidade da marca mãe (Embraer) e trazer contigo elementos que remetam a ela, tem como objetivo extrapolar suas premissas básicas sendo mais moderna, dinâmica, simples e com foco na interação da tecnologia e o potencial das relações humanas.

Ficha Técnica

Equipe Tátil

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2019

Cliente

EMBRAER

Ceramics Of Brazil



PRATA

Descrição do Projeto

Como criar um diferencial para a cerâmica do Brasil no mercado internacional? A Tátil foi convidada para responder a este desafio e construir uma estratégia de marca e de inovação que ajudasse a posicionar o setor de cerâmica brasileiro no mercado internacional, para agregar valor à produção nacional, tirando partido do potencial e dos diferenciais competitivos da indústria brasileira e das associações desejáveis atribuídas ao nosso país.

Ficha Técnica

Equipe Tátil

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2019

Cliente

ANFACER



Wavy: Uma Nova Onda



BRONZE

Descrição do Projeto

Braço estratégico da gigante Mobile, focada em soluções de marketplace móveis e com o uso de tecnologia, a Wavy utiliza inteligência artificial para conectar as empresas aos seus clientes. Tamaña complexidade a levou a buscar posicionamento de mercado e imagem mais alinhados com o seu poder de inovação. Solicitaram um código mais cool como o de startups modernas para atrair novos talentos, mostrar seu potencial criativo e conduzir a marca através de propósitos e visões de futuro. Seus esforços em B2B2C seriam agora direcionados a B2B, se especializando em Customer Experience. Branding completo, transmitindo modernidade, capaz de surpreender parceiros de negócio com estratégias visuais que entregassem fluidez e alta capacidade de resolução de problemas com auxílio de alta tecnologia.

Ficha Técnica

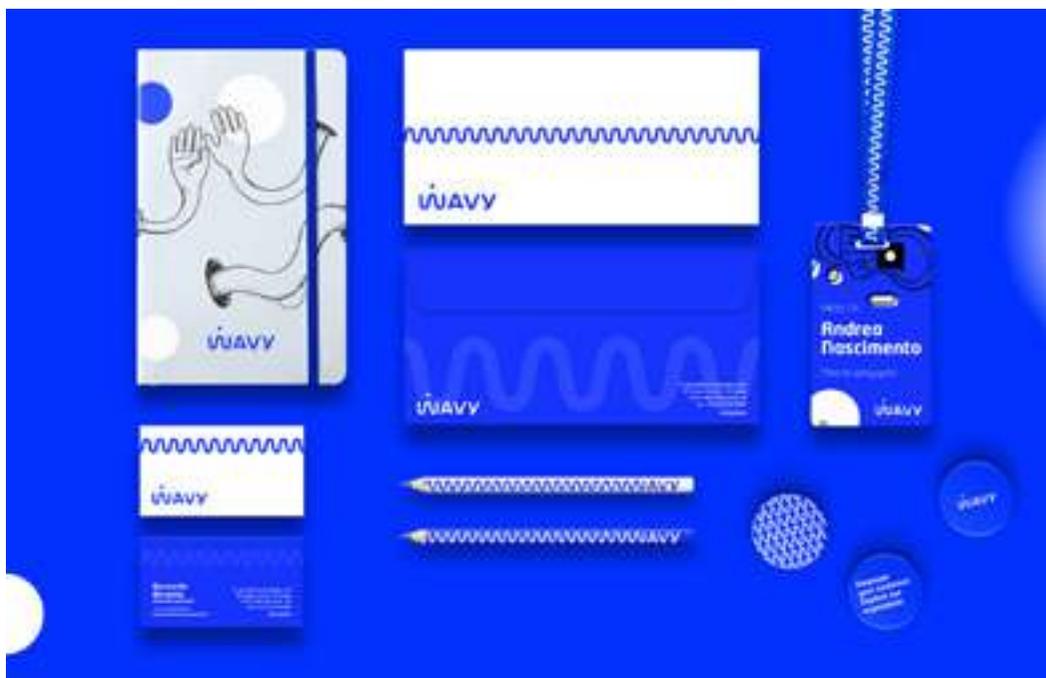
CEO: Renata Melman | Diretor de Estratégia: João Castanho Neto | Diretor de Criação: Mike Câmara | Diretora de Contas: Carol Ribeiro | Atendimento: Karen Kíocia | Designers: Johnny Brito, Igor Sá, Patricia Martins, Rafael Alves, Ingrid Dearo e Felipe Amorim

Autoria | Ano

100% Design | 2019

Cliente

Wavy



Rebranding Orloff



BRONZE

Descrição do Projeto

Juventude é estado de espírito. Então, como aproveitar o potencial desse momento que define como será “o resto de nossas vidas”? Com atitude positiva para uma vida mais leve. Foi a partir desse contexto que a Pernod Ricard nos convidou para reaproximar a marca Orloff do público jovem.

Criando uma oportunidade para falar com ele de igual para igual. Nossa proposta foi elaborar um Momento OFF, uma pausa para olhar a vida de uma outra maneira. Um momento de descontração que mistura atitude positiva com leveza. E libera a sensibilidade criativa que permite enxergar tudo de um jeito diferente. A partir desse posicionamento, desenvolvemos as diretrizes de expressão que guiaram o movimento da marca, em seus principais pontos de contato, para uma direção mais contemporânea e inspiradora

Ficha Técnica

Equipe Tátil

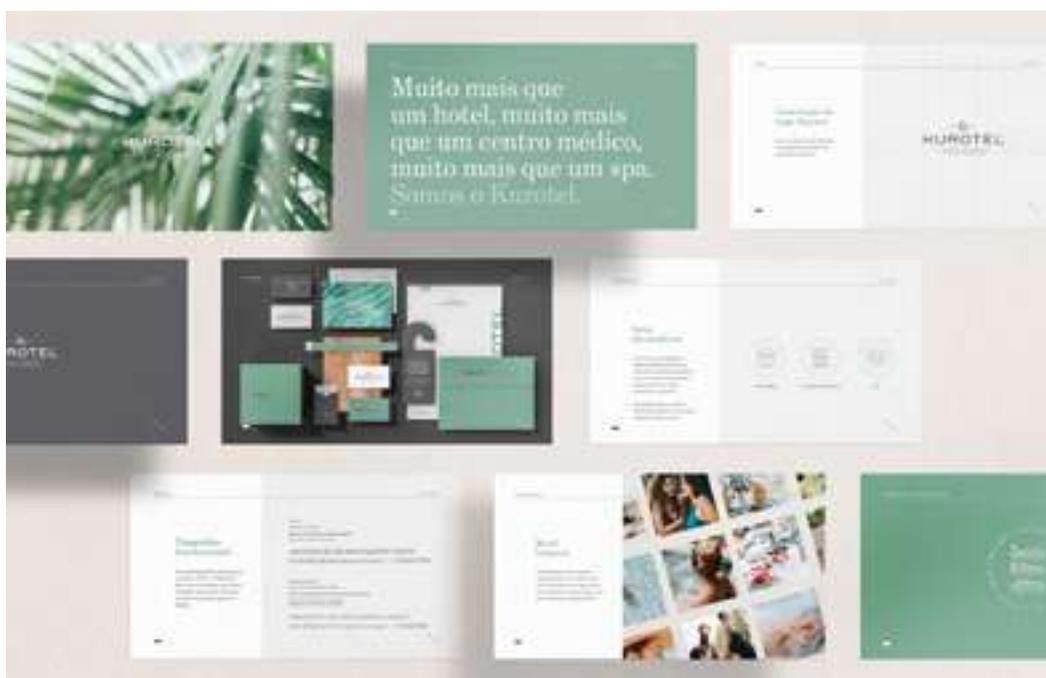
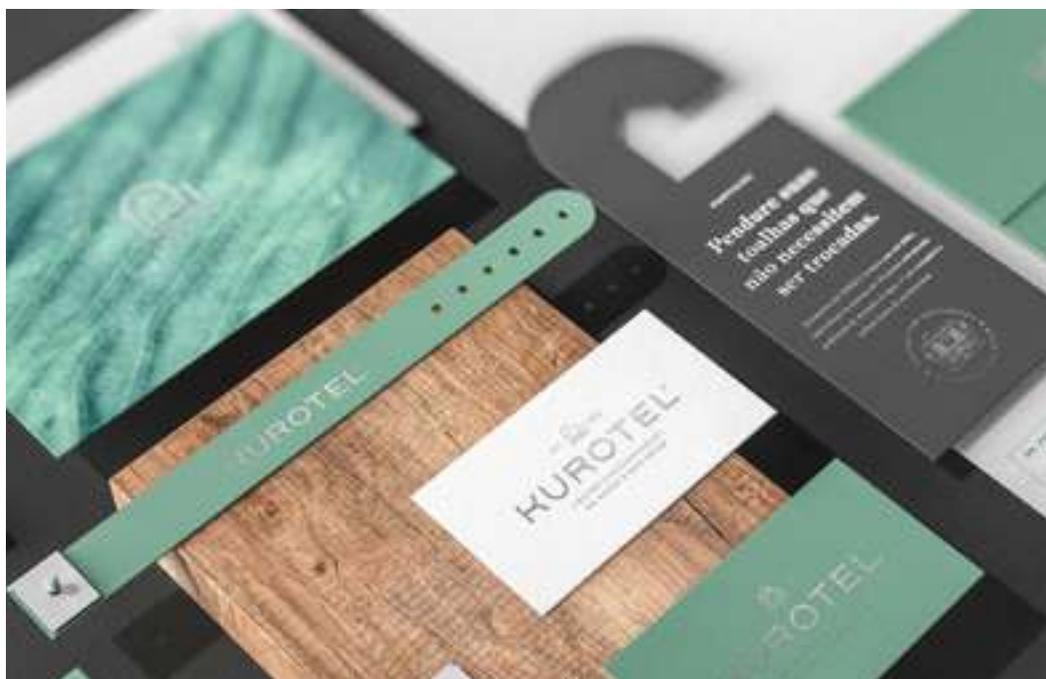
Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2018

Cliente

Orloff





**Kurotel:
Cuidado
e Bem-
Estar Que
Inspiram e
Transformam**



BRONZE

Descrição do Projeto

O Kurotel foi eleito quatro vezes o melhor centro médico e spa de luxo da América Latina. Fundado em 1982, hoje é um ícone da cidade de Gramado/RS. Fomos desafiados a repensar a sua estratégia de posicionamento e re-significar a sua marca. O Kurotel é um centro contemporâneo inovador e experiente, que reúne a hotelaria com a medicina preventiva integrativa, permitindo cuidar da saúde a partir de um olhar interdisciplinar. Entendemos que era preciso transmitir o cuidado e o momento único proporcionado pelo método KUR que faz com que cada cliente olhe a sua saúde física e emocional, estreite vínculos com outros hóspedes e saia mais elevado, realizado e com melhor saúde e bem estar. Dessa forma, criamos o novo ideal da marca: cuidado e bem-estar que inspiram e transformam.

Ficha Técnica

Matheus Pinto, Moisés Hansen, Beatriz Janoni, Bruna Dipp

Autoria | Ano

Valkiria Inteligência Criativa | 2019

Cliente

Kurotel

Animale Oro



BRONZE

Descrição do Projeto

A ANIMALE convidou a Tátil para criar uma marca e uma nova experiência de loja no segmento de joias. Era preciso entender a relação dessa nova marca com a marca-mãe para, em seguida, desenhar um posicionamento proprietário e traduzi-lo em nome, linguagem, arquitetura e experiência. Começamos com um mergulho na marca ANIMALE e no mercado de joias para mapear seus códigos e capturar os atributos já construídos. Chegamos a uma síntese visual que é pura provocação, atitude e autoconfiança, expressão da beleza mítica e do poder do feminino. Uma marca de joias que carrega a DNA da moda. E leva a personalidade ANIMALE para esse novo segmento de um jeito original e único.

Ficha Técnica

Equipe Tátil

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2019

Cliente

ANIMALE



Cartão Mais! Mais sim na sua vida



BRONZE

Descrição do Projeto

O Cartão Mais! começou no universo do varejo, criando possibilidades e oportunidades de compra para pessoas desbancarizadas, dentro de lojas específicas, majoritariamente dos setores de vestuário e calçados. Depois, viraram uma bandeira e passaram a oferecer, também, um cartão de crédito que não se atrelava a nenhuma loja. E agora, chegou o momento de expandir: a necessidade de garantir a aceitação em mais locais cresceu. Com a implementação de novas funcionalidades e de uma bandeira com ampla aceitação, o Cartão Mais! precisava de uma nova marca.

Ficha Técnica

Direção Criativa: Laura Garcia e Sergio Cury. Coordenação de projeto: Elaine Baio, Leandro Strobel e Pedro Kastelic. Estratégia de Marca: Thais Cirenza. Identidade Visual: Carlos Hakim, Carlos Teles, Erick Fugii e Luana Motta. Identidade Verbal: Giovanna Marques. Outras participações: Agência Peppery.

Autoria | Ano

Interbrand | 2019

Cliente

CredSystem



Branding Opportunity



BRONZE

Descrição do Projeto

O Opportunity convidou a Tátil para resgatar a sua essência e traduzi-la em uma marca alinhada à sua cultura. Tornando-a mais clara, especialmente, para os funcionários, sócios e parceiros. Nossa imersão, diagnóstico e workshop de cocriação servirão como insumo e guia para a tradução desse posicionamento estratégico e criação das expressões visuais e verbais dessa marca. A linguagem se inspira em elementos clássicos que valorizam sua história sem perder a contemporaneidade. Falam de seus aprendizados e conhecimentos com propriedade, refletindo sua evolução, mostrando onde o Opportunity quer chegar.

Ficha Técnica

Equipe Tátil

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2019

Cliente

Opportunity



Amil Posicionamento



BRONZE

Descrição do Projeto

A Amil atua há 40 anos na comercialização de planos de saúde e odontológicos no Brasil, com produtos completos que atendem da classe D à classe A. Nos últimos anos a marca se fortaleceu, ganhou ainda mais relevância, aprimorou seu atendimento ao consumidor em todos os níveis e passou a assumir um papel muito importante dentro do United Health Group, a maior companhia de seguros de saúde do mundo, da qual faz parte hoje. Era o momento dela marca ganhar ainda mais protagonismo e começar a construir uma nova história.

Ficha Técnica

Direção de Criativa: André Matias e Sérgio Cury. Coordenação de projeto: Leandro Strobel. Estratégia de Marca: Thais Cirenza. Identidade Visual: Anderson Ribeiro, Carlos Teles, Fábio Santana e Victor Eguchi. Identidade Verbal: Felipe Valério e Pedro Kastelic. Brand video: Estúdio Histeria!

Autoria | Ano

Interbrand | 2018

Cliente

Amil / United Health Group Brasil



Branding do Clube Athletico Paranaense



BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvemos um projeto de branding para o Athletico Paranaense com os objetivos de tornar o clube uma marca admirada, aumentar o engajamento da torcida. Além de extensa pesquisa sobre o mundo do futebol e a história do clube, realizamos entrevistas com jogadores, membros da direção do clube e jornalistas esportivos e fizemos uma extensa pesquisa com mais de 1300 sócio torcedores para investigar a identidade, essência e percepção quanto à gestão e diferenciais do clube.

Ficha Técnica

Planejamento: Suzana Ivamoto, Flavio Martins e Aline Soares
 Direção de design: Giovanni Vannucchi
 Gestora de Projeto: Gabriela Franco
 Design gráfico: Alexandre Mazini, Luiza Keating e Andre Senra
 Arte Finalista: Alessandra Dias

Autoria | Ano

Oz Estratégia+Design | 2018

Cliente

Clube Athletico Paranaense



**Hub Conexa:
Inovação no
Agronegócio**



BRONZE

Descrição do Projeto

A Siagri, uma das maiores empresas de tecnologia para o agronegócio no Brasil buscava reforçar o seu DNA de inovação, ao mesmo tempo em que impulsionava seus projetos de spin-off. A partir desse desafio, criamos o primeiro Hub de Inovação para o Agronegócio do Centro-Oeste, com o objetivo de integrar diferentes agentes da cadeia produtiva.

Ficha Técnica

Ciro Rocha, João Tiago Camargo, Ana Flávia Fernandes, Gabriela Pavan, Joel Alves

Autoria | Ano

Enredo | 2018

Cliente

Siagri

Guia Bolso: Entender Seu Dinheiro de Um Jeito Mais Humano



BRONZE

Descrição do Projeto

O Guiabolso é um guia financeiro pessoal que oferece um jeito inteligente de ver e viver a vida financeira, com mais autonomia, transparência e confiança. Foi criado para ajudar os brasileiros a ter uma melhor relação com as suas finanças. O negócio cresceu rápido e nosso desafio era impulsionar a marca para acompanhar essa evolução.

Ficha Técnica

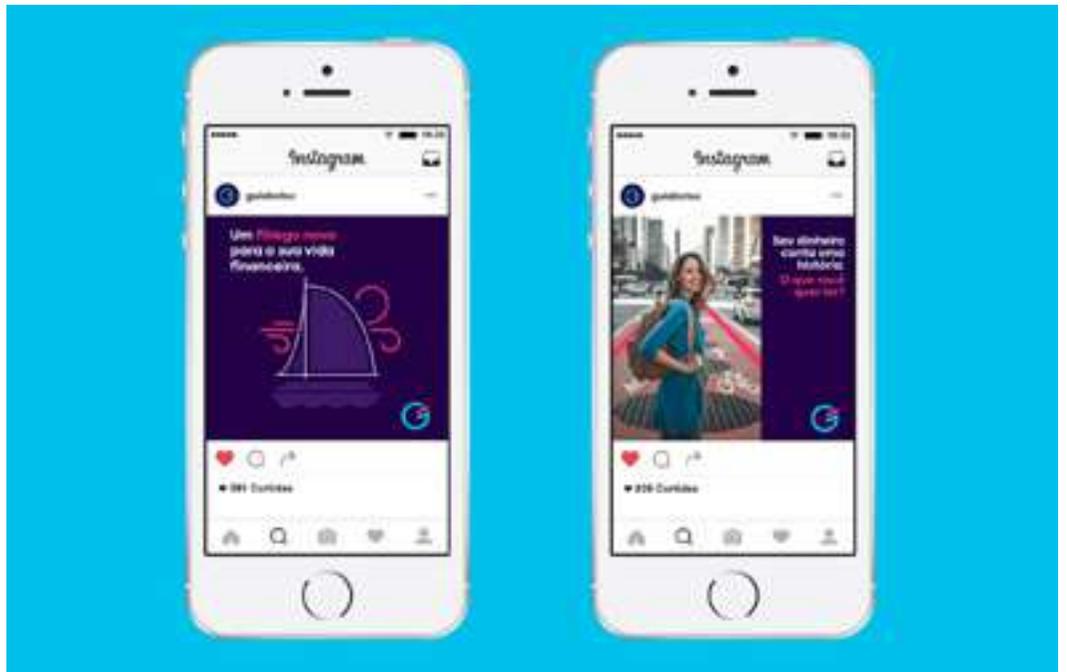
Direção de Criativa: Sergio Cury.
Coordenação de projeto: Laura Garcia e Gil Bottari. Estratégia de Marca: Laura Garcia Designers: Amanda Macedo, Danilo Toledo, Felipe Chatah and Marcelo Siqueira. Identidade Verbal: Pedro Kastelic e Giovanna Marques.

Autoria | Ano

Interbrand | 2018

Cliente

Guia Bolso



**Guaraná
Internacional**



BRONZE

Descrição do Projeto

Definimos uma estratégia global de comunicação para uma das marcas mais tradicionais do Brasil, em um processo que reposicionou Guaraná para novas culturas. Utilizando a metodologia Ágile, criamos um brandbook global para Guaraná que ofereceu um guideline de comunicação para ser aplicado em campanhas ao redor do mundo.

Ficha Técnica

Questtonó

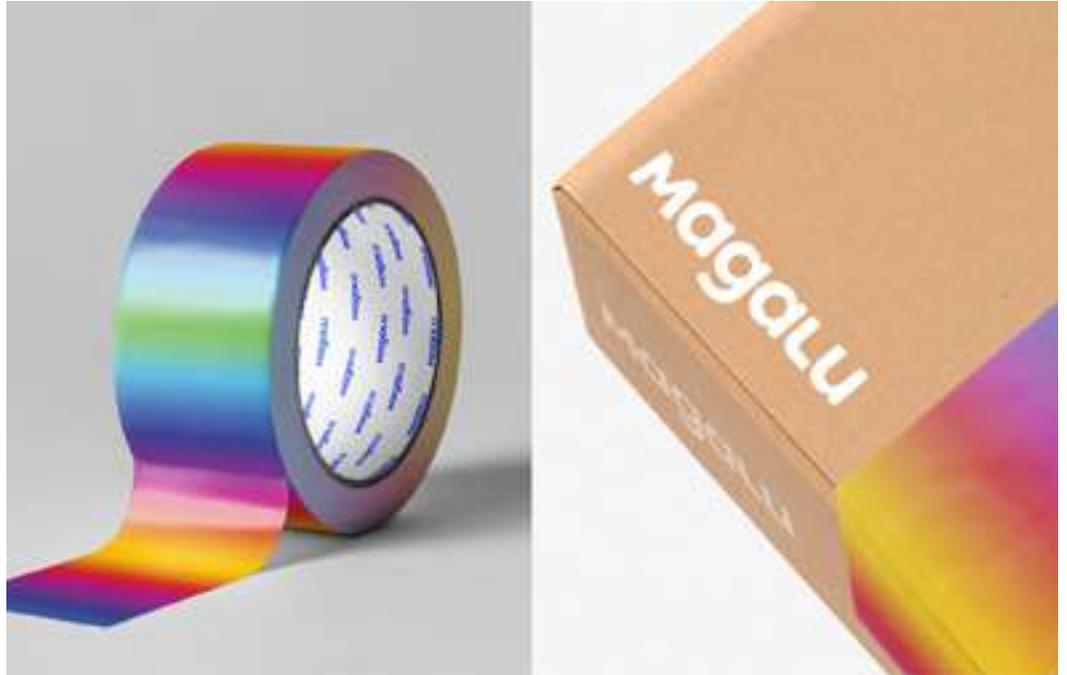
Autoria | Ano

Questtonó | 2018

Cliente

Ambev

Branding Magalu



BRONZE

Descrição do Projeto

Como evoluir a marca de Magazine Luiza e o seu novo posicionamento como Magalu, tanto off-line quanto on-line, dentro de um setor cada vez mais competitivo que é o varejo. Esse foi o desafio da Tátil em um projeto desafiador e desenvolvido a muitas mãos.

Ficha Técnica

TIME TÁTIL, Fabio Haag, Time Magalu

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2018

Cliente

MAGAZINE LUIZA



**Itaú Mulher
Empreendedora**



BRONZE

Descrição do Projeto

Uma identidade feita para conectar, capacitar e inspirar mulheres a empreender. O Itaú Mulher Empreendedora é um programa da Superintendência de Sustentabilidade do Banco Itaú destinado tanto a clientes como não clientes e tem foco na troca de experiências entre as participantes, oferecendo ferramentas e conteúdos que visam apoiar e fomentar o empreendedorismo feminino. Elaboramos um projeto de branding e posicionamento de marca que não só fala com as mulheres, mas que torna o programa um movimento pelo empreendedorismo e empoderamento da mulher. Criamos um tom de voz próximo e engajador, com linguagem que desperta orgulho, atitude e o coletivo. As cores representam o universo da mulher sem cair em estereótipos de gênero e o estilo fotográfico remete ao coletivo, à atitude e à diversidade.

Ficha Técnica

Ficha Técnica: Luis Castellari - Diretor de estratégia e criação Felipe Castellari: Designer Coordenador Gabriela Uchiyama - Designer Vera Mion - Atendimento Fabio Sant'Anna - Designer

Autoria | Ano

Keenwork Branding E Estratégia | 2019

Cliente

Banco Itaú



Baristo Inspira



BRONZE

Descrição do Projeto

A Baristo Café é uma empresa especialista em fornecimento de máquinas e insumos de café. Com o intuito de criar mais valor para as pessoas e aumentar as vendas, uma nova estratégia de posicionamento e de comunicação foi criada. Junto com a empresa entendemos que a marca poderia ser uma fonte de inspiração e que isso fazia sentido para os negócios e para os colaboradores. A Baristo entende que a vida nos desafia e, por isso, de uma forma leve e divertida vai motivar as pessoas a alcançarem os seus objetivos. A estratégia de posicionamento criada guiou a nova abordagem de comunicação #baristoinspira, resultando em um novo enxoval para ponto de venda, com destaque para os copos da marca que trazem frases inspiradoras e uma estética disruptiva para o segmento e alinhada ao seu público-alvo.

Ficha Técnica

Matheus Pinto, Moisés Hansen, Henrique Azevedo, Bruna Dipp

Autoria | Ano

Valkiria Inteligência Criativa | 2019

Cliente

Baristo Café





Quando o Conceito Vira História



BRONZE

Descrição do Projeto

A Ventura Interiores foi uma das primeiras multimarcas de móveis a trazer design de Milão para o Brasil. Foi símbolo de vanguarda junto a arquitetos e designers locais e marca importante dentro do grupo de empresas da qual faz parte. Mas em 2017, com mais de 30 anos de atuação, haviam perdido relevância e caminhavam para o fim da operação. Escolheram seguir adiante e nos convidaram para o desafio da ressignificação. Em 2018 a Ventura foi relançada, com nossa assinatura em estratégia de marca e negócios, identidade, linguagem, experiência, visual merchandising e comunicação. Mais do que vender móveis, a marca agora respira e inspira design e arte, com uma proposta high low, jovem e dentro de uma estética e experiência cosmopolita, despreziosa e naturalmente sofisticada.

Ficha Técnica

Direção Estratégica e Criativa:
Melissa Pereira Designers: Renan Benvenuti e Conrado Galante
Estratégia: Melissa Pereira, Taiz Zeidan e Alessandra Rhem Redatora:
Allyne Durando Arquitetos: Adriana Mundim e Fernando Galvão Visual Merchandising: Melissa Pereira, Alessandra Rhem e Andreia Rocha Lima Execução da Comunicação: Box Comunicação

Autoria | Ano

Comunica | 2018

Cliente

Ventura_casa

Evolução de Marca e Portfólio Riô



BRONZE

Descrição do Projeto

Imagine o desafio de capturar a alma carioca com um viés tropical, urbano, contemporâneo. E traduzi-la em produtos, experiências e expressões para dar vida a uma nova marca de perfumaria e cosméticos: RIÔ. Da estratégia e portfólio de produtos ao desenho da marca, da linguagem visual à linguagem verbal, da experiência às embalagens, trouxemos uma abordagem original e envolvente, capaz de traduzir brasilidade de um jeito premium. E expressar a personalidade única de uma marca inspirada pela natureza, mas sempre pautada pela ciência. Uma marca que desenvolve produtos para o nosso clima e estilo de vida, unindo sofisticação, sensação e performance para que a beleza possa fluir sob o sol.

Ficha Técnica

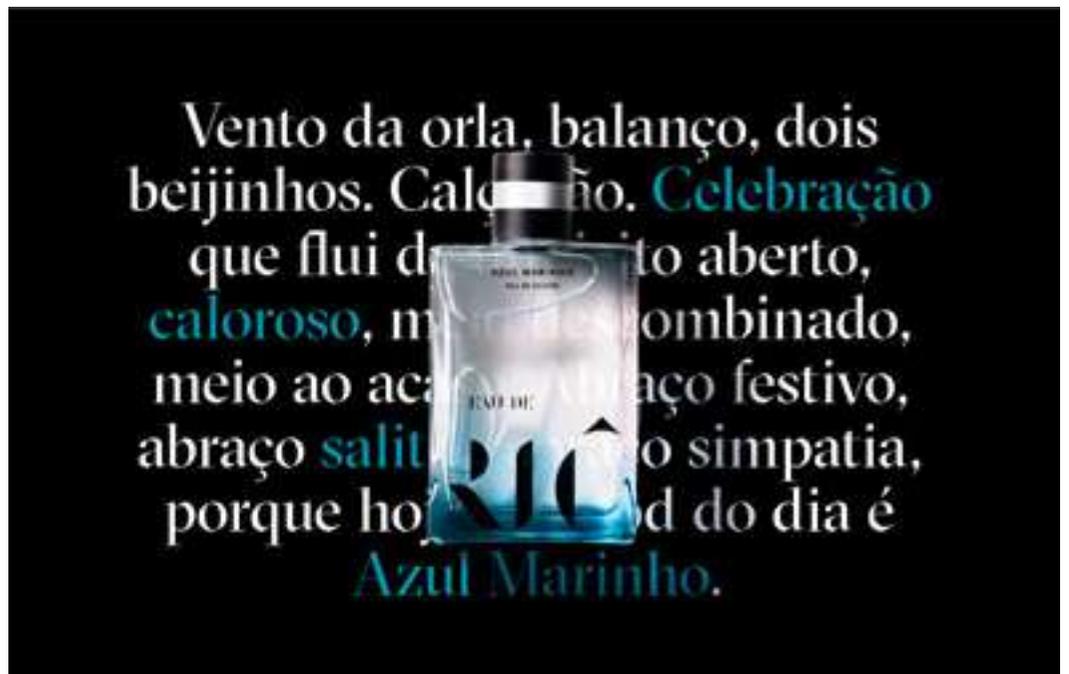
Equipe Tátil

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2018

Cliente

Riô



**TioBák:
Cozinha
Chapa
Quente**



BRONZE

Descrição do Projeto

Com dez anos de mercado e vinte lojas em funcionamento, o Tio Bákinas é uma rede de sanduicherias que vivia um momento de expansão, junto com os desafios de preservar sua cultura durante esse crescimento. Nosso objetivo de projeto era claro: resgatar a essência do Tio e projetar um posicionamento de marca capaz de dar suporte aos próximos passos da empresa? Ao mesmo tempo, como fortalecer o portfólio de produtos, que passava a explorar novos universos além dos sanduíches?

Ficha Técnica

Ciro Rocha, Tiago Rodrigues, Tárík Hermano, Gustavo Gontijo, João Tiago Camargo

Autoria | Ano

Enredo | 2018

Cliente

tioBák



Víncer: O Mercado Imobiliário é Coletivo



BRONZE

Descrição do Projeto

Víncer é fruto do reposicionamento da Tropical Vendas, parte de um dos mais tradicionais grupos imobiliários do Centro-Norte brasileiro, que buscava passar por uma grande transformação em seu modelo de negócio. • Reposicionar uma marca com percepção tradicionalista e ultrapassada; • Engajar o público interno nas mudanças de processos e comportamento necessárias; • Retenção de corretores imobiliários após processos de transformação digital

Ficha Técnica

Ciro Rocha, Tárík Hermano, Gabriel Ramos, João Tiago Camargo

Autoria | Ano

Enredo | 2018

Cliente

Tropical Urbanismo



Identidade Visual Freiheit



BRONZE

Descrição do Projeto

Freiheit significa liberdade em alemão. É com essa vontade questionadora e transformadora que nasce o conceito visual da marca. Nada mais libertador que ter uma identidade visual que não tem regras, que brinca com a dualidade do grid (um elemento que fala conceitualmente e visualmente de um tipo de padrão, algo a se encaixar dentro) e da colagem (que fala de transformação, que é o oposto de padrão, uma subversão ao grid).

Ficha Técnica

Direção Criativa: Marcio Mota
Direção de Design: Marcela Scheid
Assistente de Design: Juliana Coelho

Autoria | Ano

Studio MM.Mode | 2018

Cliente

Freiheit



Cervejaria Tarantino



BRONZE

Descrição do Projeto

Nosso desafio com a Cervejaria Tarantino foi o de consolidar um esforço de mais de 10 anos na democratização da cerveja artesanal – culminando na inauguração de sua própria sede: a primeira fábrica de cerveja artesanal de nível internacional na zona urbana da cidade de São Paulo – e comunicar isso por meio de uma nova identidade visual e uma sólida estratégia de posicionamento de marca.

Ficha Técnica

Dir. de projeto Ivy Miranda, Mariana Jorge Conceito Mariana Jorge, Rodrigo Puelles Id. Visual Rodrigo Puelles, Laís Oliveira (submarcas) Gaffiti Simone Siss, Pato Patológico, Nick Alive, Nave Mãe Design Gabriel Catte, Gabriel Guimarães, Ivy Miranda, Laís Oliveira, Rodrigo Puelles e Thiago Limón Id. Verbal Fernando de Jesus Foto FIB, divulgação

Autoria | Ano

Fib | Fábrica De Ideias Brasileiras | 2018

Cliente

Cervejaria Tarantino



**Atma Genus:
Transformação
Que Vem de
Dentro**



BRONZE

Descrição do Projeto

Com clientes globais, a Atma Genus é uma consultoria de behavior design voltada para Times e Executivos. A estratégia do negócio levava a uma maior exposição da marca, evidenciando o papel dos resultados de negócio a partir da transformação de gestores.

Ficha Técnica

Ciro Rocha, Marcos Vinícius Ferreira, João Tiago Camargo, Ana Flávia Fernandes, Gabriela Pavan

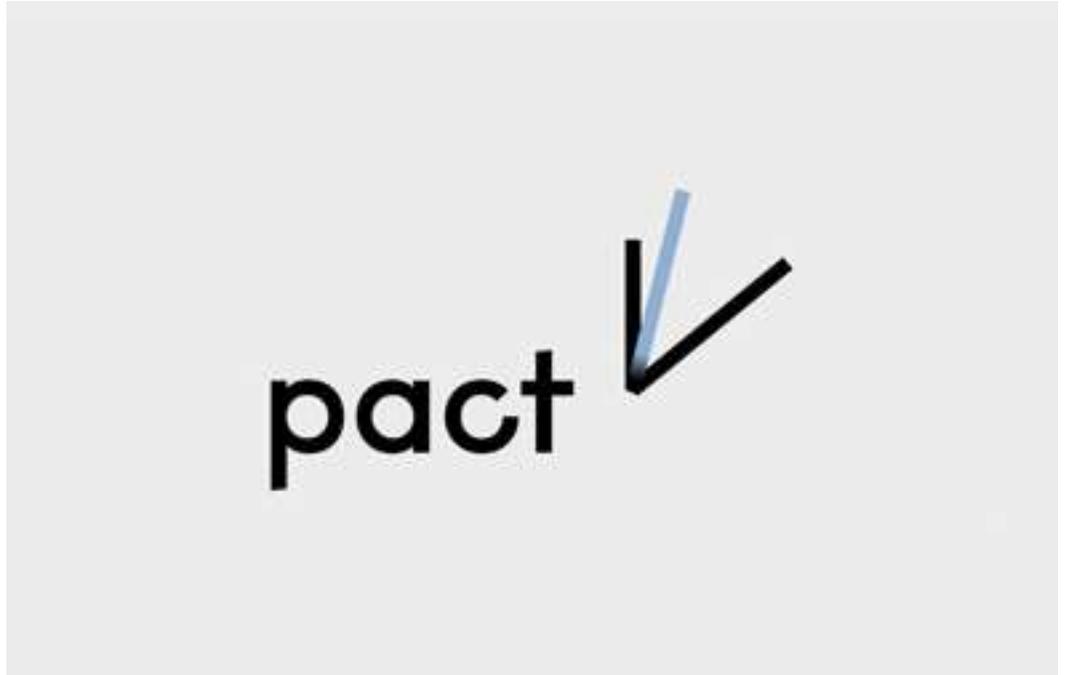
Autoria | Ano

Enredo | 2019

Cliente

Atma Genus

Pact Branding



BRONZE

Descrição do Projeto

Pact é o novo nome da antiga RLAC. Com entregas únicas no mercado de direito, a empresa atuava como negociante de dívidas de grande porte e como consultoria em ações trabalhistas cruzando big data e small data mapeando os padrões de processo.

Ficha Técnica

Estratégia, naming e criação:
Fernando Andreazi

Autoria | Ano

Rebu | 2018

Cliente

Pact



**Evolução de
Marca da JGP**



BRONZE

Descrição do Projeto

Uma marca nascida há mais de 20 anos que nunca havia passado por um projeto de branding e tinha como desafio se tornar mais “simples”, fácil e friendly, se preparando para a entrada, antes B2B, no mundo B2C.

Ficha Técnica

Equipe Tátil

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2018

Cliente

JGP

iti Itaú**BRONZE****Descrição do Projeto**

Projeto de nome para a nova marca do grupo Itaú-Unibanco: iti Itaú. O iti chegou para propor um novo jeito dos brasileiros se relacionarem entre si e com o dinheiro. A recém-lançada plataforma do Itaú é fruto das principais transformações da sociedade e da ampliação do acesso à tecnologia. Os brasileiros se reinventaram em busca de mais tempo e melhores experiências, criando novas formas de se comunicar, trabalhar e consumir. Com um olhar otimista para essas mudanças, o Itaú viu a oportunidade de transformar também a relação com o dinheiro. Assim nasceu o iti: uma plataforma que reinventa a experiência de pagar, receber, comprar e vender. E isso é só o começo: o iti quer estar no cotidiano das pessoas e evoluir com velocidade para facilitar qualquer tipo de troca, financeira ou não.

Ficha Técnica

iti Itaú ano: 2019 autor: Itaú Design Time

Autoria | Ano

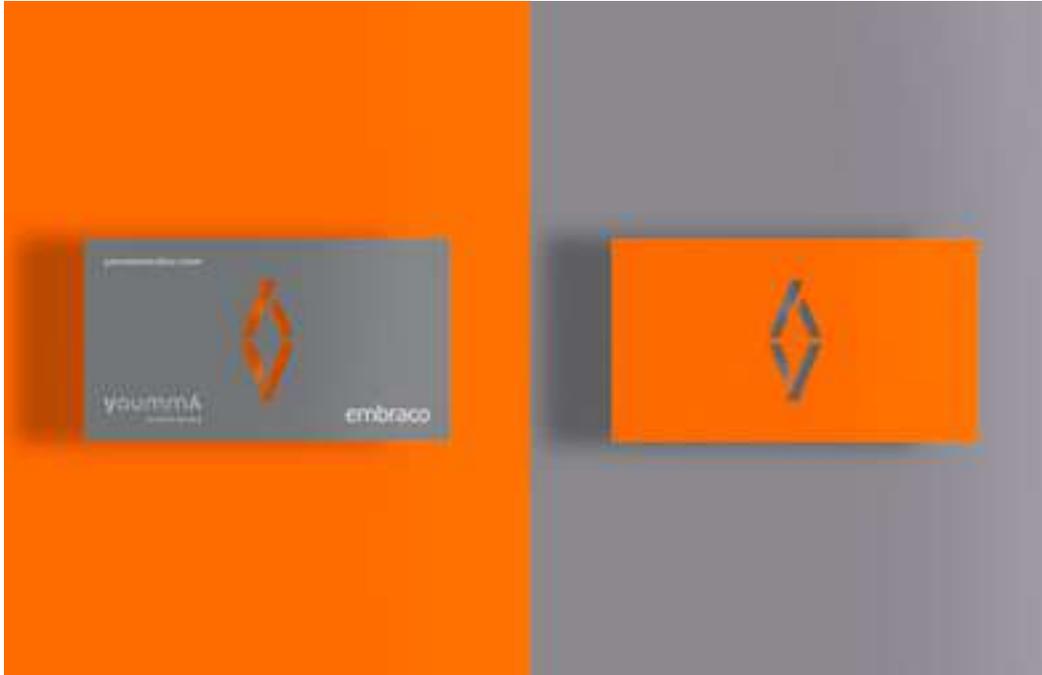
Itaú-Unibanco | 2019

Cliente

Itaú-Unibanco



Youmma



BRONZE

Descrição do Projeto

Após pesquisas de campo na África, a startup Youmma, da multinacional Embraco, percebeu a necessidade de reinventar o acesso de seres humanos de baixíssima renda a itens básicos do mundo moderno, como a refrigeração para conservação de alimentos. Nessa atitude de empatia, descobriu-se o propósito do negócio e a inspiração do nome YOUMMA, que tem a mesma pronúncia de HUMAN, termo em inglês que significa "humano". Com conexões comerciais em diferentes continentes, o nome é livre de duplos significados em qualquer idioma, inclusive em dialetos de tribos africanas. Essa é uma característica importante para a marca porque ela acredita que, embora o mundo seja povoado por diferentes culturas, o fato de sermos humanos nos iguala e nos concede o poder de enxergar o outro com empatia.

Ficha Técnica

Execução e imagens por ENTRE Gestão & Design

Autoria | Ano

ENTRE Gestão & Design | 2018

Cliente

Embraco



Nome do Velhaco



BRONZE

Descrição do Projeto

O projeto nasceu com 2 irmãos e um hobby em comum: a produção de cerveja. Com o passar do tempo, o gosto pela atividade cresceu e suas receitas tornaram-se mais criativas e inusitadas. E então o hobby assume outra ótica. A ideia do negócio começou, literalmente, em um sonho: durante uma imaginária conversa com o seu avô Salvador, já falecido na época, um dos irmãos recebe a missão de abrir uma cervejaria na antiga casa da família no Centro Histórico de Porto Alegre. A partir desse enredo realizou-se um projeto de branding em que a etapa de naming foi determinante para o desenrolar do restante do trabalho. O delírio do avô só pode ter sido um Devaneio do Velhaco e este nome é o primeiro capítulo de um storytelling contado pela marca, como um convite a sonhar de olhos abertos.

Ficha Técnica

Naming: Natália Athayde Porto,
Felipe Bernardes Amaral | Fotografia:
Eduardo Bussolin

Autoria | Ano

StudioBah | 2018

Cliente

Devaneio do Velhaco



Voro Burger



BRONZE

Descrição do Projeto

Voro Burger de Feijão surgiu com o propósito de difundir e mudar a percepção em relação à alimentação vegetariana. Ideal para qualquer paladar, a hamburgueria dedica-se a criar hambúrgueres com o autêntico sabor de feijão. O nome Bean Burger, utilizado anteriormente pela marca, não era passível de registro no INPI, limitando o crescimento da empresa, que tem como objetivo desenvolver um projeto de franquia. Voro, vem do radical latino e significa “que come”. Portanto, não importa se somos “onívoros”, “herbívoros” ou “carnívoros”. A brincadeira faz referência ao posicionamento da marca “ideal para qualquer paladar”. Ser Voro é muito mais do que amar burger de feijão. É não estar preso a rótulos, é querer acolher todo mundo e aceitar todos como são.

Ficha Técnica

Equipe: Camila Chisini Paula Rego

Autoria | Ano

Okta Branding & Design | 2018

Cliente

Voro Burger



Miô**BRONZE****Descrição do Projeto**

Um dos elementos mais característicos e singulares de Minas Gerais é sua linguagem. O modo único como o mineiro se expressa foi a inspiração para a criação do nome. "Miô" remete a melhor "melhor" em mineirês, é a confirmação de que algo é muito bom, é o próprio mineiro atestando a qualidade dos produtos. Miô é uma marca de produtos exclusiva da Drogeria Araujo, rede com 113 anos de história e atuação em Minas Gerais.

Ficha Técnica

Direção de criação: Gustavo Greco
 | Gerente de criação: Tidé | Design:
 Tidé | Naming: Fernanda Monte-Mór |
 Gerente de projeto: Victor Fernandes

Autoria | Ano

Greco Design | 2019

Cliente

Drogeria Araujo



TORQ**BRONZE****Descrição do Projeto**

Em 2018, Senior Solution, hoje Sinqia, decidiu criar seu lab de inovação, com o objetivo de fomentar e promover a inovação no setor financeiro do país. Para isso, chamou a FutureBrand SP para criar nome, posicionamento e identidade visual dessa nova marca.

Ficha Técnica

Beatriz Moura Daniel Lamare Ewerton
Mokarzel Felipe Genda Felipe Luna
Felipe Luz Joanna Dalleth Luiz
Leite Mariana Shirai Thayná Alves
Cristina Penz

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2018

Cliente

Sinqia (antiga Senior Solution)

Dejú
BRONZE**Descrição do Projeto**

Projeto de naming e identidade visual para uma padaria online com pedidos via app e fabricação própria diária de produtos panificados.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Alexandre Nami
 | Designers: Alexandre Nami, Thiago Rodrigues da Silva, Nelson Junior |
 Redatora: Daiane Catarin | Gestão de conta: Pedro Nami

Autoria | Ano

Brandigno | 2018

Cliente

Dejú



Paderri



BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de naming e identidade visual para uma marca brasileira de pães com autênticas receitas francesas

Ficha Técnica

criação: Luis Bartolomei Marina Lopes Fabiola Yoshimoto Felipe Takashi Samuel Profeta Fernanda Ayala atendimento: Ludovic Dapoigny Marcella Mota Vanessa Kung produção: Rodrigo Ferreira Bruna Andriotti Raquel Carletti Talita Weh Anderson Oliveira revisão: Renato Storni

Autoria | Ano

Cba B+G | 2018

Cliente

Norac Foods

Beleaf - Tom de Voz



PRATA

Descrição do Projeto

Beleaf é uma startup cheia de propósito, fundada por três jovens empreendedores que desafiaram a cultura brasileira do culto à carne vermelha trazendo comida vegana em marmitas ultra-congeladas. Da preferência pelos ingredientes orgânicos e de agricultura familiar local à iniciativas de compensação ambiental, o impacto positivo já veio no berço. Nascida como Veganjá, se viu em plena expansão de seu público vegano/vegetariano para também onívoros. Entendemos que era hora de mudar para um novo posicionamento e discurso: simples e humano mas com muita alma, embalado por uma nova marca que fale de alimentação plant-based de modo fácil e leve. Assim nasceu a Beleaf.

Ficha Técnica

Direção de estratégia - Leticia Pettená
Head de Estratégia: Thais Fonseca
Head de Criação: Paulo Gontijo
Redação: Fernanda Xavier e Mateus Menegatti

Autoria | Ano

Marcas Com Sal | 2018

Cliente

Beleaf



Jornada Ekos - Tom de Voz



PRATA

Descrição do Projeto

Natura Ekos desejava uma nova linguagem mais potente, que lhe colocasse no território Red, onde estão as marcas que falam mais alto, ditam tendências e influenciam comportamentos. Após vinte anos, era chegada a hora de Ekos retomar seu espaço e falar como a autêntica marca comprometida com a defesa da Amazônia que sempre foi – o que sempre incluiu seu jeito de fazer negócio e de criar produtos de beleza. Era preciso, portanto, encontrar um universo novo e potente de palavras e formas que desse conta de causar um novo impacto, ganhar atenção para a qualidade superior de sua linha de produtos e, ao mesmo tempo, sensibilizar para a causa amazônica.

Ficha Técnica

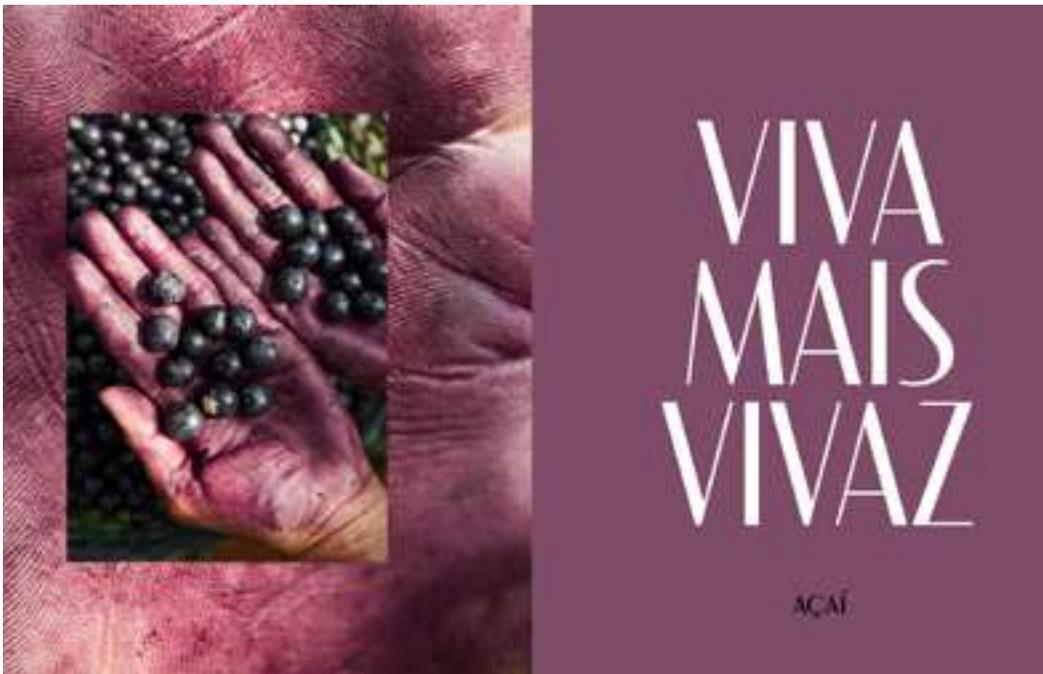
Equipe Tátil Tipografia: BlackLetra

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2019

Cliente

NATURA



iti Itaú



BRONZE

Descrição do Projeto

O iti chegou para propor um novo jeito dos brasileiros se relacionarem com o dinheiro. A plataforma do Itaú é fruto das principais transformações da sociedade atual e do acesso crescente à tecnologia: chega para reinventar a experiência de pagar, receber, comprar e vender. O nome dessa iniciativa deveria tangibilizar o que o produto entrega de forma proprietária, mas mantendo, de forma sutil, elementos que referenciassem sua marca mãe: o Itaú. Para alcançar esse desafio e ocupar um território ainda não explorado, imergimos na estratégia da marca e partimos para a exploração de nomes considerando não só a semântica, mas também a forma como os caracteres podem se comportar como signos visuais – a troca entre dois indivíduos e a conexão digital entre eles é inspiração clara na solução final.

Ficha Técnica

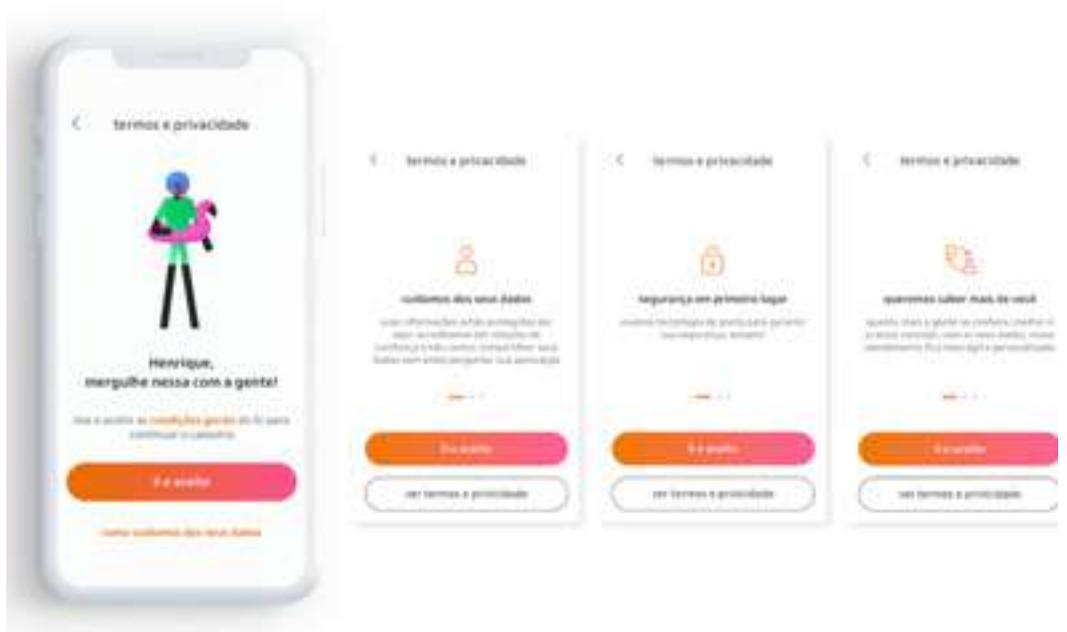
Projeto de nome para a nova marca do grupo Itaú-Unibanco: iti Itaú

Autoria | Ano

Itaú Design Time + Marketing iti | 2019

Cliente

Itaú-Unibanco



A Voz da Mulher Empreendedora



BRONZE

Descrição do Projeto

Palavras são poderosas ferramentas de empoderamento e transformação. Pensando nisso, em vez de criar um tom de voz para uma marca, invertemos a ordem tradicional e criamos uma marca baseada na voz. Na voz das mulheres. O tom de voz que criamos para o Itaú Mulher Empreendedora – um programa gratuito promovido pela Superintendência de Sustentabilidade do Banco Itaú cujo foco é conectar, capacitar e inspirar mulheres a empreender – não só fala com as mulheres, mas torna o programa um movimento pelo empreendedorismo. Inspirado nos movimentos de empoderamento feminino, que vêm ganhando força pelo mundo, o tom de voz desenvolvido é próximo e engajador, faz uso de uma linguagem coloquial e verdadeira trazendo diversidade e a voz da mulher como fortalezas da marca.

Ficha Técnica

Luis Castellari - Diretor de estratégia e criação
 Felipe Castellari: Designer
 Coordenador Gabriela Uchiyama –
 Designer Vera Mion - Atendimento
 Fabio Sant'Anna - Designer

Autoria | Ano

Keenwork Branding E
 Estratégia | 2019

Cliente

Banco Itaú



Cartão Mais! A Gente Vive Mais o Sim



BRONZE

Descrição do Projeto

O Cartão Mais! começou no universo do varejo, criando possibilidades e oportunidades de compra para pessoas desbancarizadas, dentro de lojas específicas, majoritariamente dos setores de vestuário e calçados. Depois, viraram uma bandeira e passaram a oferecer, também, um cartão de crédito que não se atrelava a nenhuma loja. E agora chegou o momento de expandir: a necessidade de garantir a aceitação em mais locais cresceu. Com a implementação de uma bandeira com ampla aceitação, o Cartão Mais! precisava de uma nova marca.

Ficha Técnica

Direção Criativa: Laura Garcia e Sergio Cury. Coordenação de projeto: Elaine Baio, Leandro Strobel e Pedro Kastelic. Estratégia de Marca: Thais Cirenza. Identidade Visual: Carlos Hakim, Carlos Teles, Erick Fugii e Luana Motta. Identidade Verbal: Giovanna Marques. Outras participações: Agência Peppery.

Autoria | Ano

Interbrand | 2019

Cliente

CredSystem





Guiabolso: Falar Sobre Dinheiro é Tudo, Menos Um Assunto Exato



BRONZE

Descrição do Projeto

Dinheiro é tudo, menos um assunto exato. Essa é a compreensão que faltava - e ainda falta - para o público brasileiro em geral. Falar sobre dinheiro ainda é tabu: ninguém gosta de falar sobre quanto gasta ou quanto ganha. Consequentemente, na prática vemos um país onde as pessoas ainda não sabem lidar com seu próprio dinheiro de forma equilibrada. E por isso, para orientar as pessoas e tocar num assunto tão delicado de um jeito mais leve, que nasceu a nova identidade verbal do Guiabolso.

Ficha Técnica

Direção de Criativa: Felipe Valério.
Coordenação de projeto: Laura Garcia e Gil Bottari. Estratégia de Marca: Laura Garcia Designers: Amanda Macedo, Danilo Toledo, Felipe Chatah and Marcelo Siqueira. Illustrator: Marcelo Siqueira. Motion Designers: Fábio Santana and Ronaldo Vidal. Identidade Verbal: Pedro Kastelic e Giovanna Marques.

Autoria | Ano

Interbrand | 2018

Ciente

Guiabolso



OLX: Se Apega Num Novo Tom de Voz



BRONZE

Descrição do Projeto

Mais de 7 anos após a criação do clássico posicionamento do “Desapega”, a OLX percebeu que era preciso ir além. Se em 2012 o “Desapega” tornou-se um case de sucesso para a marca por sintetizar em uma palavra o negócio da OLX, em 2019 era preciso ir além. Mais do que se apropriar de um único verbo, a OLX precisava construir uma identidade verbal completa - que levasse em conta o desapegar (a venda), mas também o se apegar (a compra), em todos os pontos de contato com seus clientes.

Ficha Técnica

Direção de Criativa: Sérgio Cury.
 Coordenação de projeto: Ivo Costa, Pedro Kastelic e Gil Bottari. Estratégia de Marca: Luana Alahmar Designers: Ronaldo Vidal, Lais Ikoma, Amanda Macedo. Motion Designers: Ronaldo Vidal. Identidade Verbal: Pedro Kastelic, Isabel Figueiredo.

Autoria | Ano

Interbrand | 2018

Cliente

OLX



Elefante - Tom de voz



BRONZE

Descrição do Projeto

A verdade sobre o assunto comida é universal: é uma delícia! Mas também é um assunto sério, que rende muito. A marca Elefante é líder em seu segmento há muito tempo e já rendeu muito assunto, muitas receitas, muitas trocas. De sabores e de saberes. O nosso desafio era deixar mais claro o nosso jeito de unir as pessoas.

Ficha Técnica

Direção Criativa: Laura Garcia e Sergio Cury. Coordenação de projeto: Ivo Costa, Leandro Strobel e Pedro Kastelic. Estratégia de Marca: Daniela Klepacz. Identidade Visual: Carlos Teles e Camila Kodaira. Identidade Verbal: e Giovanna Marques Brand video: Estúdio Histeria!

Autoria | Ano

Interbrand Brasil | 2019

Cliente

Cargill



Amil - Arquitetura de Marca



PRATA

Descrição do Projeto

A Amil atua há 40 anos na comercialização de planos de saúde e odontológicos no Brasil, com produtos completos que atendem da classe D à classe A. Após já ter passado por uma primeira onda de simplificação de seu portfólio depois uma série de aquisições, a Amil se via de novo diante de mais um momento de oportunidade de simplificação de sua oferta. Nos últimos anos a marca se fortaleceu, ganhou ainda mais relevância, aprimorou seu atendimento ao consumidor em todos os níveis e passou a assumir um papel muito importante dentro do United Health Group, a maior companhia de seguros de saúde do mundo, da qual faz parte hoje. Era o momento dela ganhar ainda mais protagonismo, assumindo um papel diferente dentro da lógica de arquitetura de marcas atual.

Ficha Técnica

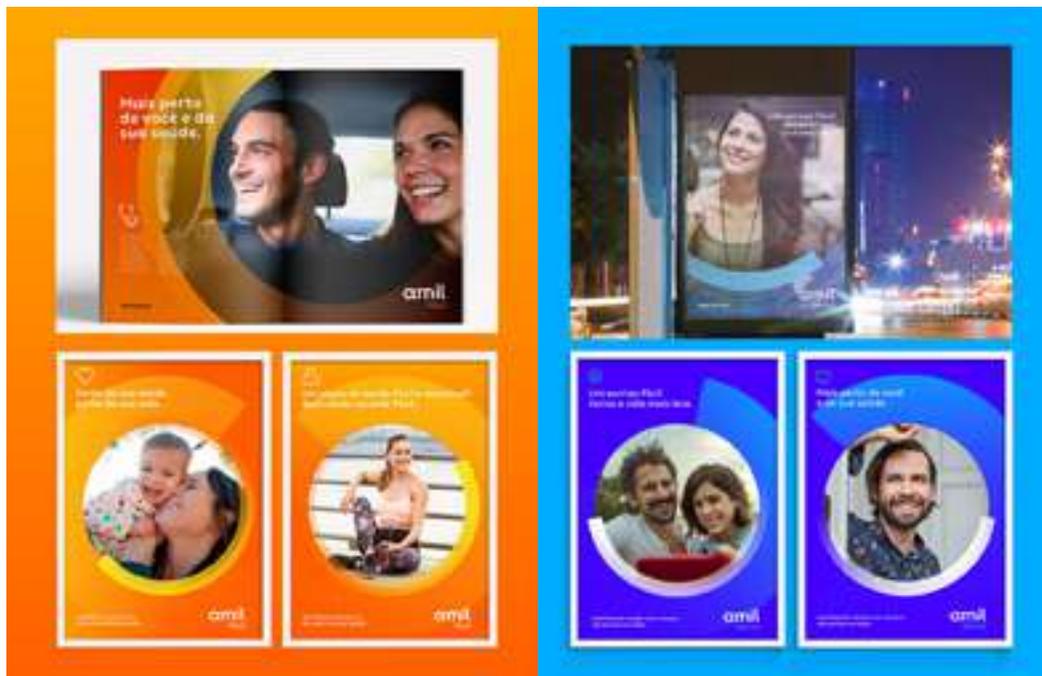
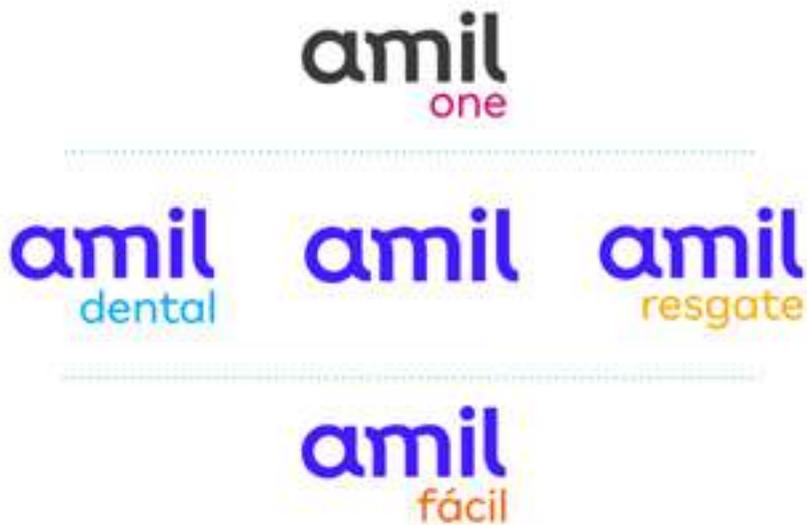
Direção de Criativa: André Matias e Sérgio Cury. Coordenação de projeto: Leandro Strobel. Estratégia de Marca: Thais Cirenza. Identidade Visual: Anderson Ribeiro, Carlos Teles, Fábio Santana e Victor Eguchi. Identidade Verbal: Felipe Valério e Pedro Kastelic.

Autoria | Ano

Interbrand Brasil | 2018

Cliente

Amil / United Health Group Brasil



Grupo Sinop



BRONZE

Descrição do Projeto

Com mais de 70 anos, o Grupo Sinop foi responsável pela colonização das cidades de Sinop, Vera, Santa Carmen e Cláudia, no estado do Mato Grosso. Além de atuar nas áreas de imóveis e urbanização, também possui empresas de construção, empreendimentos comerciais e propriedades rurais. Necessitando reorganizar sua arquitetura de marcas interna e externamente, nos procurou para o início de um projeto que englobou um extenso diagnóstico de marcas, uma nova identidade verbal e visual.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Alexandre Nami
 Designers: Alexandre Nami, Thiago Rodrigues da Silva, Nelson Junior
 Gestão de conta: Pedro Nami
 Produtora: Irra

Autoria | Ano

Brandigno | 2018

Cliente

Grupo Sinop



Arquitetura de Marcas Avaliare



BRONZE

Descrição do Projeto

A Avaliare é uma clínica de Nutrição e Avaliação Física que passava por um momento de transição e expansão quando nos procurou para o desenvolvimento de uma nova identidade visual. O projeto contou também com a marca de um novo braço da empresa, a Sparko, focada na área de treino, e submarcas de programas/protocolos para ambas.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Alexandre Nami
 Nami Designers: Alexandre Nami, Thiago Rodrigues da Silva, Nelson Junior
 Gestão de conta: Pedro Nami
 Produtora: Irra

Autoria | Ano

Brandigno | 2018

Cliente

Avaliare





PREMIADOS 2019

IMPACTO POSITIVO

Design Meets Fa.vela



GRAND PRIX + OURO



Descrição do Projeto

Belo Horizonte, a quinta maior cidade do Brasil, ocupa o cargo de terceira cidade com maior número de favelas do país. O Fa.vela é a primeira aceleradora de base favelada do Brasil, que atua no desenvolvimento do ecossistema de empreendedorismo, tecnologia e inovação de comunidades de baixa renda, através de programas de aceleração de negócios e projetos com foco em impacto socioambiental e econômico. O projeto nasce com o objetivo de criar projetos de identidade para esses empreendedores, possibilitando que suas marcas nasçam e prosperem. 90 empresas participantes do projeto tiveram suas marcas criadas pelos melhores designers da cidade que trabalharam pro bono.

Ficha Técnica

Gustavo Greco, Victor F, Tidé, Fernanda Monte Mór, Rafa Sola, Débora Colares, Zumberto, Joca, Ricardo Donato, Marcelo Batista, Pat Kamei, Thiemi, Victor Magalhães, Gui Jorge, Rafa Teixeira, Mariana Gogu, Léo Passos, Matheus Viana, Fred, Olívia França, Andrea Gomes, Léo Freitas, João Emediato, Filipe Costa, Renê Duarte, Luciano Ferreira, Leitín, Rapha Sathler, Paulo Borges, Fabiana Ferraresi, Lorena M.

Autoria | Ano

Greco Design | 2019

Cliente

Fa.vela



Itaú Mulher Empreendedora



BRONZE

Descrição do Projeto

Uma identidade feita para conectar, capacitar e inspirar mulheres a empreender. O Itaú Mulher Empreendedora é um programa da Superintendência de Sustentabilidade do Banco Itaú destinado tanto a clientes como não clientes e tem foco na troca de experiências entre as participantes, oferecendo ferramentas e conteúdos que visam apoiar e fomentar o empreendedorismo feminino. Elaboramos um projeto de branding e posicionamento de marca que não só fala com as mulheres, mas que torna o programa um movimento pelo empreendedorismo e empoderamento da mulher. Criamos um tom de voz próximo e engajador, com linguagem que desperta orgulho, atitude e o coletivo. As cores representam o universo da mulher sem cair em estereótipos de gênero e o estilo fotográfico remete ao coletivo, à atitude e à diversidade.

Ficha Técnica

Ficha Técnica: Luis Castellari: Diretor de estratégia e criação | Felipe Castellari: Designer Coordenador | Gabriela Uchiyama: Designer | Vera Mion: Atendimento | Fabio Sant'Anna: Designer

Autoria | Ano

Keenwork Branding E Estratégia | 2019

Cliente

Banco Itaú



Entre Contrastes



BRONZE

Descrição do Projeto

A exposição Entre Contrastes exibiu um recorte da identidade cultural de Santa Catarina pelas mãos habilidosas de artesãos que utilizam resíduos (lixos) da indústria têxtil e de papel e celulose como matéria-prima (reuso) para produção de peças originais e criativas. Explorando um tema atual de sustentabilidade, a consultoria de design contemplou os projetos de identidade visual, sinalização e materiais promocionais que destacaram o valor do resíduo como matéria-prima, enalteceram o produto artesanal como objeto contemporâneo e minimizaram a geração de lixo ao final do evento. Foram evidenciados os contrastes no desenho da marca, nas cores e nas composições gráficas com resíduos e artesanatos. As soluções de design também ressignificaram o lixo e geraram um novo olhar para o descarte.

Ficha Técnica

Carolina Dentice - Diretora e Designer
/ Luana Dentice - Diretora e Designer
/ Cristiane Amaral - Designer /
Priscyla Falkenburger - Designer

Autoria | Ano

Yepá Estúdio | 2018

Cliente

SEBRAE/SC



A "nova" Nova Escola



BRONZE

Descrição do Projeto

Nova Escola é uma marca da Associação Nova Escola, mantida pela Fundação Lemann e muito reconhecida por professores. Após mais de 30 anos como revista impressa, era hora de se reinventar e fazer da marca uma plataforma preparada para o contexto digital. O projeto ajudou a Nova Escola a “arrumar a casa”, organizando a arquitetura de marcas e um novo posicionamento que articulou as crenças da empresa. Para dar vida a essa fase, a identidade visual ganhou novas formas: a tipografia do logotipo remete ao aprendizado da escrita; o recurso do grifo ajuda a destacar e esclarecer conceitos; as cores são inspiradas em elementos brasileiros e a janela se abre para receber conteúdos e ampliar possibilidades. O desejo era enfatizar o propósito: fortalecer o educador para transformar o Brasil.

Ficha Técnica

Arnaldo Bastos | Cristina Penz | Felipe Luz | Joanna Dalleth | Juliana Bezerra | Laura Scachetti | Marcelo Manha | Rafael Camara | Thayná Alves

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2018

Cliente

Associação Nova Escola



Pleonasmos



BRONZE

Descrição do Projeto

A Federação das Indústrias do Espírito Santo – Findes completou recentemente 60 anos de história. São 60 anos representando as indústrias do estado, com unidades em todas as regiões e 1500 colaboradores. A sociedade mudou, estamos seguindo por um caminho mais consciente, entendendo como nossas ações afetam o mundo em que vivemos. Nesse contexto, a Findes com o grande papel que exerce no Espírito Santo, necessitava se posicionar a favor das minorias, repudiando o assédio, o racismo e qualquer preconceito e desigualdade com as mulheres. Uma ação para o público tanto externo quanto interno, sendo abordada de forma leve, mas impactante para se diferenciar do estilo corporativo.

Ficha Técnica

Título: Pleonasmos Desenvolvimento:
UCI/Findes Criação: Fabiana Firme da Silva Redator: Tiago Bezerra
Coordenadora de Criação: Laís Salgado Gerente de Comunicação:
Camila Uliana

Autoria | Ano

Fabiana Firme Da Silva | 2018

Cliente

Findes



Jornada Ekos Design de Impacto



BRONZE

Descrição do Projeto

Natura Ekos desejava uma nova linguagem mais potente, que lhe colocasse no território Red, onde estão as marcas que falam mais alto, ditam tendências e influenciam comportamentos. Após vinte anos, era chegada a hora de Ekos retomar seu espaço e falar como a autêntica marca comprometida com a defesa da Amazônia que sempre foi – o que sempre incluiu seu jeito de fazer negócio e de criar produtos de beleza. Era preciso, portanto, encontrar um universo novo e potente de palavras e formas que desse conta de causar um novo impacto, ganhar atenção para a qualidade superior de sua linha de produtos e, ao mesmo tempo, sensibilizar para a causa amazônica.

Ficha Técnica

Equipe Tátil Tipografia: BlackLetra
Fotógrafos: Gleeson Paulino e Andréas
Heiniger Vídeo: Duo2

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2019

Cliente

NATURA



Excluídos da História



PRATA

Descrição do Projeto

Na edição 2019, participaram da prova online da Olimpíada Nacional em História do Brasil mais de 50.000 alunos. Na quinta (e penúltima) etapa, eles criaram os verbetes de um livro didático fictício, o “Excluídos da História”, onde deveriam contar a história de uma figura de sua região que fora, até então, negligenciada pela historiografia tradicional. Desenvolvemos uma plataforma digital de criação e diagramação desses verbetes. No equilíbrio sutil entre dar liberdade e manter o controle do resultado, dávamos ao alunos opções de layout e cor, a partir do que nosso algoritmo moldava o conteúdo criado. Fez-se assim um compêndio com milhares de verbetes, formando um panorama das lacunas na historiografia brasileira dominante. Ao final, criamos um site catalogando e divulgando esse resultado.

Ficha Técnica

Projeto de design & software: Caluã de Lacerda Pataca, Daniel Sarmento Abrahão e Lucas Vignoli Reis.

Autoria | Ano

Preface | 2019

Cliente

Olimpíada Nacional em História do Brasil





**Perfil das
Prefeitas no
Brasil (2017-
2020)**



PRATA

Descrição do Projeto

Website e relatório bilíngues para uma pesquisa quanti e qualitativa que ouviu 45% das 649 prefeitas eleitas em 2016. Contactados pelo Instituto Alziras, uma organização pequena e sem fins lucrativos cuja missão é contribuir para o aumento da representação feminina na política Brasileira por meio do fortalecimento de mandatos e de candidaturas de mulheres, tivemos a oportunidade de transformar um orçamento enxuto em produtos de alto impacto para gestores públicos e sociedade civil.

Ficha Técnica

Concepção: Café.art.br | Direção de criação: Leandro Amorim | Designers líderes: Gabriela Alcoar e Paula Cruz | Design: Gabriela Alcoar e Paula Cruz | Assistentes de design: Rayssa Melo e Renata Viana | Desenvolvimento: Guilherme Lobo e Mário Veronezi

Autoria | Ano

Café.art.br | 2018

Cliente

Instituto Alziras



IUU Fishing Index



BRONZE

Descrição do Projeto

Um estudo feito em 2013, estimou que os produtos da pesca ilegal, não reportada e não regulada estão entre 11% e 19% de toda pesca mundial, equivalente à até 26 milhões de toneladas e avaliados entre US\$10 e US\$23 bilhões. Para combater este problema, duas entidades globais, o GI-TOC e a Poseidon criaram o IUU Fishing Index, que fornece uma pontuação baseada em critérios objetivos para todos os países costeiros, continentes e oceanos. Fomos contratados para facilitar o entendimento e comparação entre os índices dos países. Isso foi feito dentro de um site onde é possível visualizar os índices em mapas, visualizações de dados, rankings e perfis dos países.

Ficha Técnica

Concepção: Café.art.br | Direção de criação: Leandro Amorim | Direção de design: Erlan Carvalho | Design: Erlan Carvalho e Henrique Ilídio | Assistente de design: Wendel Anthony | Desenvolvimento: Guilherme Lobo e Erico Rosa

Autoria | Ano

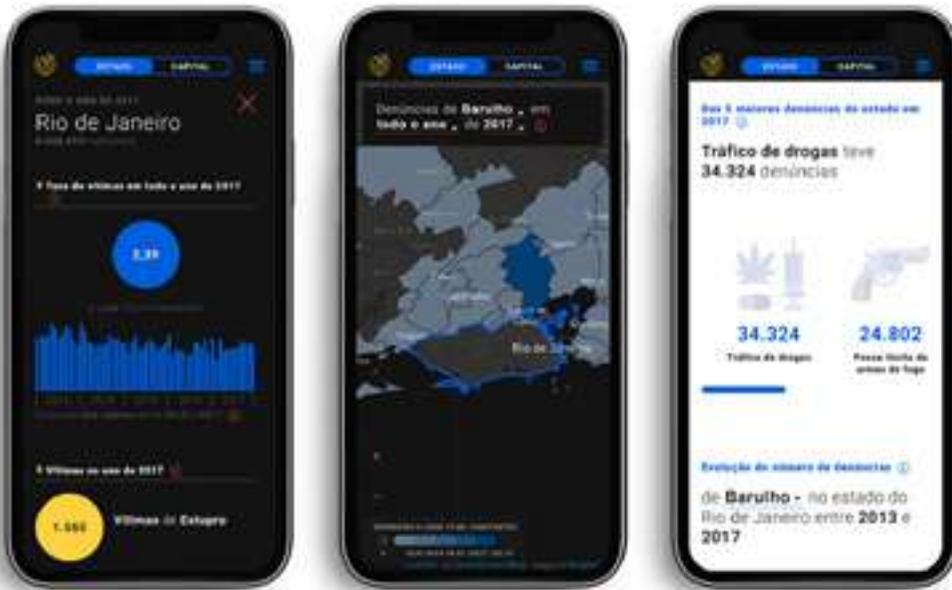
Café.art.br | 2019

Cliente

GI-TOC e Poseidon Consulting



**Plataforma
Observa
Segurança**



BRONZE

Descrição do Projeto

O #observasegurança é uma ferramenta interativa de visualização de dados que tem como objetivo contribuir para melhores políticas públicas de segurança no estado do Rio de Janeiro ao dar visibilidade aos dados fornecidos pelas instituições parceiras do projeto: Disque Denúncia, Instituto de Segurança Pública (ISP) e Secretaria de Estado de Administração Penitenciária (SEAP). Estes dados, juntos, oferecem um panorama sobre denúncias anônimas de situações que envolvam violência e/ou criminalidade, crimes registrados em Delegacias de Polícia e informações sobre prisões no Estado, registrados por dia, por hora e por localidade.

Ficha Técnica

Concepção: Café.art.br e Marco Aurelio Ruediger | Direção de criação: Leandro Amorim | Direção de design: Henrique Ilidio | Design: Henrique Ilidio e Gabriel Lira | Desenvolvimento: Guilherme Lobo e Erico Rosa

Autoria | Ano

Café.art.br | 2018

Cliente

FGV DAPP



Aplicativo Lady Driver



BRONZE

Descrição do Projeto

Lady Driver é o maior aplicativo voltado para o público feminino do mundo. Ele promove o transporte de mulheres por mulheres, criando uma comunidade de maior confiança; empoderando as mulheres com maior liberdade e segurança para as passageiras e gerando renda e independência para as motoristas. Todo o projeto de design do aplicativo foi criado de modo a representar esse público especial, além de promover uma experiência de uso prática e agradável.

Ficha Técnica

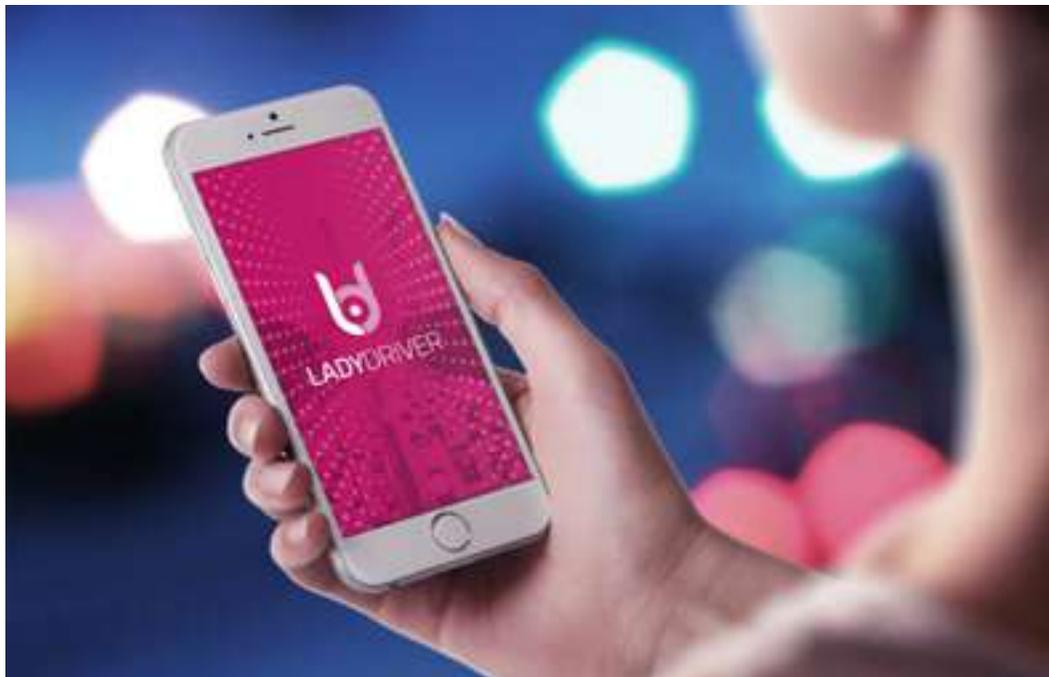
Claudio Habara, Gustavo Negreira Barbosa, Yuji Kawasaki, Letícia Sue Taminato Kato, Henrique Kenji Satake, Daniela Narumi Watanabe Nasaha e Daiana Nohana Takara.

Autoria | Ano

Estúdio 196 Branding & Design | 2018

Cliente

Lady Driver



Amigos da Guiné-Bissau - África



PRATA

Descrição do Projeto

Guiné-Bissau, na África, possui o 11º menor IDH (Índice de Desenvolvimento Humano) do mundo. O programa humanitário brasileiro Amigos da Guiné-Bissau investe na educação para transformar a realidade guineense. Após uma viagem à África para imersão no projeto, a consultoria de branding contemplou as etapas de estratégia, linguagem, comunicação e ativação de marca. Foram definidos propósito, manifesto e plataformas de serviços que compuseram o brandbook junto com diretrizes de linguagem verbal e visual inspiradas no posicionamento de marca e na cultura pulsante e vibrante da Guiné-Bissau. Materiais promocionais on e off-line com identidade visual, iconografias e fotografias exclusivas complementaram a comunicação de marca deste programa que impacta mais de 1.400 guineenses diariamente.

Ficha Técnica

Carolina Dentice - Diretora e Designer / Luana Dentice - Diretora e Designer / Cristiane Amaral - Designer / Miguel Vassali - Designer

Autoria | Ano

Yepá Estúdio | 2018

Cliente

Associação Amigos da Guiné-Bissau



KA'A, Força e Grandes Virtudes



BRONZE

Descrição do Projeto

Rogério Rabbit é um bartender brasileiro, que já esteve entre os 10 melhores do mundo, pelo IBA. Se radicou nos últimos anos no estado do Paraná, onde teve contato com a erva-mate (KA'A) e fez uma verdadeira incursão pelo seu passado e suas raízes indígenas. Dali nasceu uma ideia chamada TAPIXI. A convivência com as tribos Guarani, lhe ensinou que a bebida feita com a infusão das folhas da KA'A Nativa, trazia força e grandes virtudes e eles sempre tiveram forte ligação cultural e social com essa bebida. Em busca das raras árvores nativas dessa planta, ele chega ao sudoeste do Paraná, onde nasce o projeto KA'A, que por sua vez, dá origem a uma série de outros projetos. A gēdegato foi chamada para estruturar a ideia e desenvolver a identidade e toda linha de embalagens e materiais gráficos.

Ficha Técnica

Equipe: Giovanni Dameto, Giuliana Giarola, Kaio Fialho, Isis Leonardo
Fotografia: Munir Bucair

Autoria | Ano

Gedegato | 2018

Cliente

Tapixi / Capimar



Uma Nascente de Histórias



BRONZE

Descrição do Projeto

A Suzano lançou o projeto Nascentes do Mucuri com o objetivo de garantir a perpetuidade de um dos principais rios brasileiros, estimulando a restauração e a cultura de preservação de mais de 3.000 nascentes. Um projeto com potencial de se tornar um dos maiores esforços de preservação da história. Nosso desafio foi criar a estratégia de marca e identidade para orientar a comunicação nos próximos anos. Os objetivos: tornar o projeto conhecido; prospectar parceiros; obter o apoio do produtor rural e comunidades locais - a maioria das nascentes a serem recuperadas estavam em propriedades privadas. O primeiro passo foi criar um conceito que representasse a importância da empreitada e fosse fonte de inspiração na criação de conteúdo para os mais variados públicos, tipos de mensagens e suportes.

Ficha Técnica

Diretor Executivo - Ricardo Chamma
 | Head de Estratégia - Ivan Moreira
 | Diretor de Criação - Marcelo Greco
 | Designer - Elisa Zaia | Redator -
 Diego Primo e Fernando Vieira |
 Atendimento - Matheus Pinheiro |
 Aprovação cliente: Yuço Matsuda |
 Gláucia Dias | Vilma Castro

Autoria | Ano

Bamboo & Co | 2018

Cliente

Suzano

Niterói Experimente



BRONZE

Descrição do Projeto

"Niterói Experimente" é um projeto de Place Branding resultado de um processo de co-criação envolvendo mais de 400 pessoas, entre agentes de turismo de Niterói, empresas de fomento ao turismo, niteroienses, turistas e o Sebrae/RJ. Através de um trabalho colaborativo, o projeto ajudou a identificar a vocação turística da cidade e desenvolver uma marca para posicionar Niterói no mapa turístico do estado, com objetivo de atrair investimentos, potencializar a região e fortalecer a economia local. O projeto utilizou ferramentas de construção coletiva de marca para desenvolver um manifesto do potencial turístico da cidade de Niterói e co-criar uma identidade que identifica oportunidades de negócios no setor e cria uma diferenciação, fortalecendo o local e seus atores.

Ficha Técnica

Direção estratégica: Elis dos Anjos
 Direção de Criação: Elis dos Anjos
 Direção de Arte: Bruno Sanches
 Estratégia: Alana Maganha Design:
 Bruno Sanches, Alana Maganha e
 Patrícia Lício

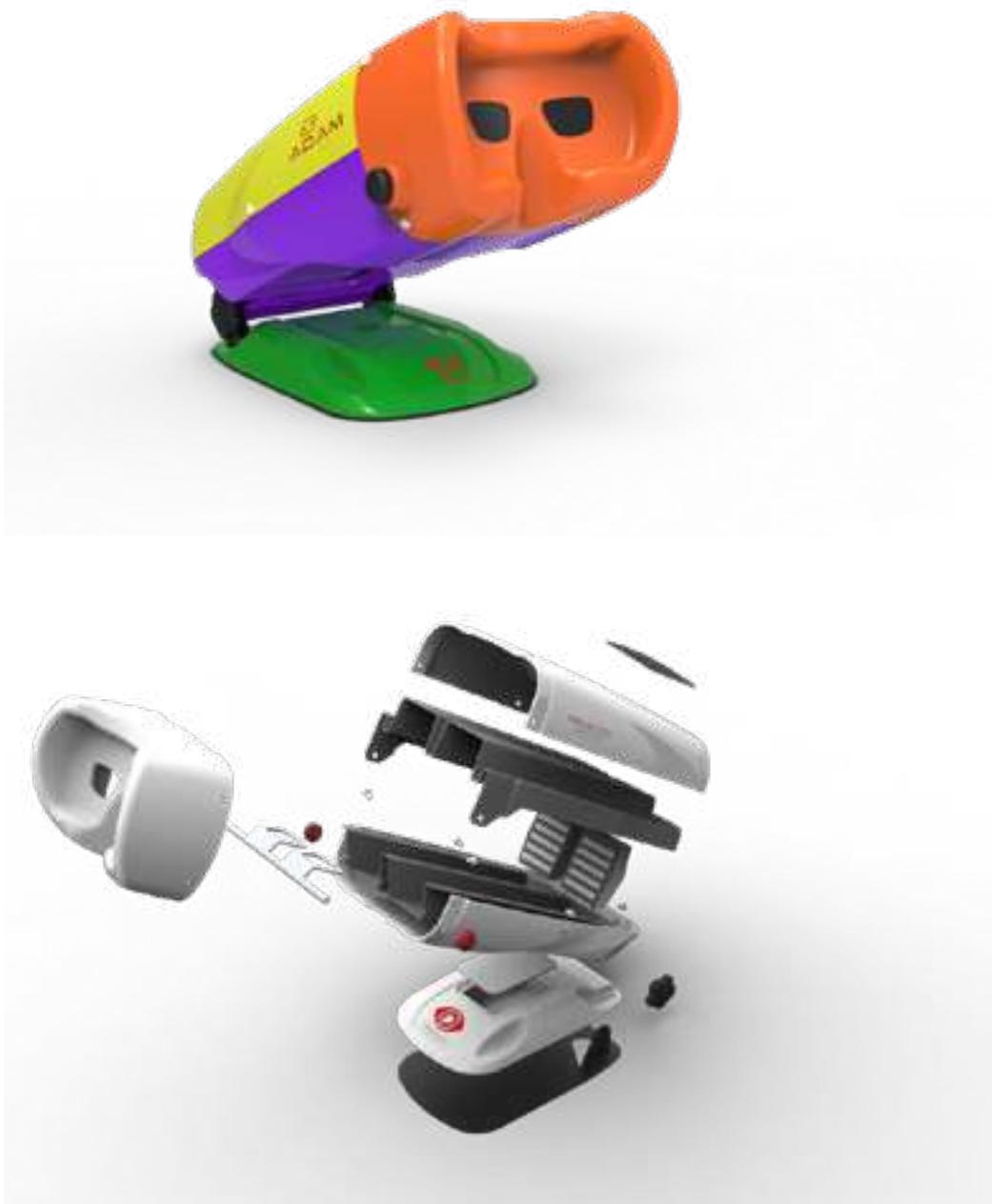
Autoria | Ano

Criamia Design | 2018

Cliente

SEBRAE/RJ e NELTUR



Adam Robo**PRATA****Descrição do Projeto**

O projeto Adam Robo nasceu de uma startup com o objetivo de prevenir a cegueira evitável e detectar problemas ligados a visão. Trata-se de um aparelho onde com um rápido e simples teste visual consegue-se detectar anomalias na visão do indivíduo. Possui também um aplicativo próprio, onde fica registrado o teste visual e o diagnóstico do paciente, que é impresso na hora e deve ser encaminhado ao oftalmologista uma análise mais profunda quando necessário.

Ficha Técnica

Nelson Shigeyuki Toba Juliano de Moraes Santos Marcia Adriana Bertazzo Correa

Autoria | Ano

Projemec Product Engineering And Design | 2018

Cliente

Prevention

Bolsas Térmicas Naturais



BRONZE

Descrição do Projeto

As Bolsas Térmicas Naturais Mercur nasceram para proporcionar o conforto do tratamento térmico, mas com um cuidado especial com as pessoas e a natureza. Através de um produto mais sustentável, com matérias-primas adquiridas em instituições agroecológicas, que priorizam o menor impacto ambiental possível, cultivam relações de produção sem exploração humana ou animal e são pautadas pelo comércio justo e solidário para todos os agentes da cadeia de produção. A bolsa é a junção de caroços do açaí da Palmeira Juçara e uma camada de algodão orgânico. Um produto prático e confortável, voltado para a termoterapia. O projeto foi iniciado com uma oficina de co-criação envolvendo mais de 70 pessoas, usuários e profissionais de diversas áreas da saúde.

Ficha Técnica

Equipe: Rodrigo Leme, Juliano Gheno, Thiago Viana, Bianca Groff, Milene Becke, Marina Jaques, Liciani Lindemayer, Ana Paula Menezes Lange, João Carlos Vogt e co-criação com comunidade local

Autoria | Ano

Grupo Criativo | 2019

Cliente

Mercur



2 Way**BRONZE****Descrição do Projeto**

As crianças tem um comportamento bastante similar ao dos adultos, que muitas vezes optam por ao entrar em casa, tirar os calçados e ficar somente de meias ou de pés descalços. Observando este hábito nas famílias e atendendo ao propósito da marca – pra criança ser criança, a Bibi criou o Way, um tênis 2 em 1. Para ficar em casa, a criança pode usar somente a lycra que tem antiderrapante na parte de baixo. Quando for sair, basta encaixar o solado e prender com a tira de velcro. Com um único produto atendemos a duas necessidades da criança, de maneira prática e econômica.

Ficha Técnica

Anderson Wilkom Antonio Lopes
Camila Kohlrausch Rebeca Figur
Schoenardie Silvio Telles

Autoria | Ano

Calçados Bibi Ltda | 2019

Cliente

Crianças de 2 a 7 anos



Senior Ludens



BRONZE

Descrição do Projeto

Senior Ludens é uma marca de jogos e objetos lúdicos projetados para idosos. Sua plataforma on-line (seniorludens.cc) objetiva disponibilizar os manuais de fabricação dos produtos para a livre produção por makers, visando democratizar o acesso dos mesmos à população. A primeira coleção lançada pela marca é baseada no dominó, o clássico jogo que é ideal para o estímulo cognitivo e integração social do público idoso, convocando ainda uma memória afetiva aos seus usuários. Levando em conta que a habilidade matemática nessa fase da vida pode estar comprometida, os dominós da marca trabalham com cores ao invés de números em suas peças e estão disponíveis em três modelos diferentes – Triade, Orgânica e Clássica –, cada qual adequado às diferentes possíveis condições cognitivas de seus usuários.

Ficha Técnica

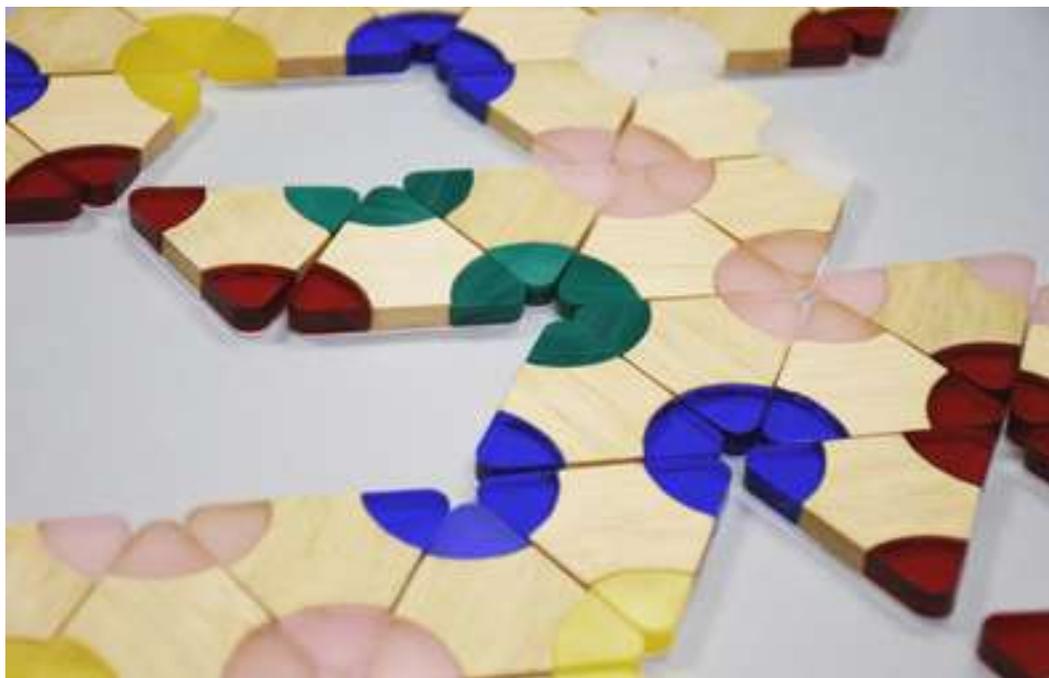
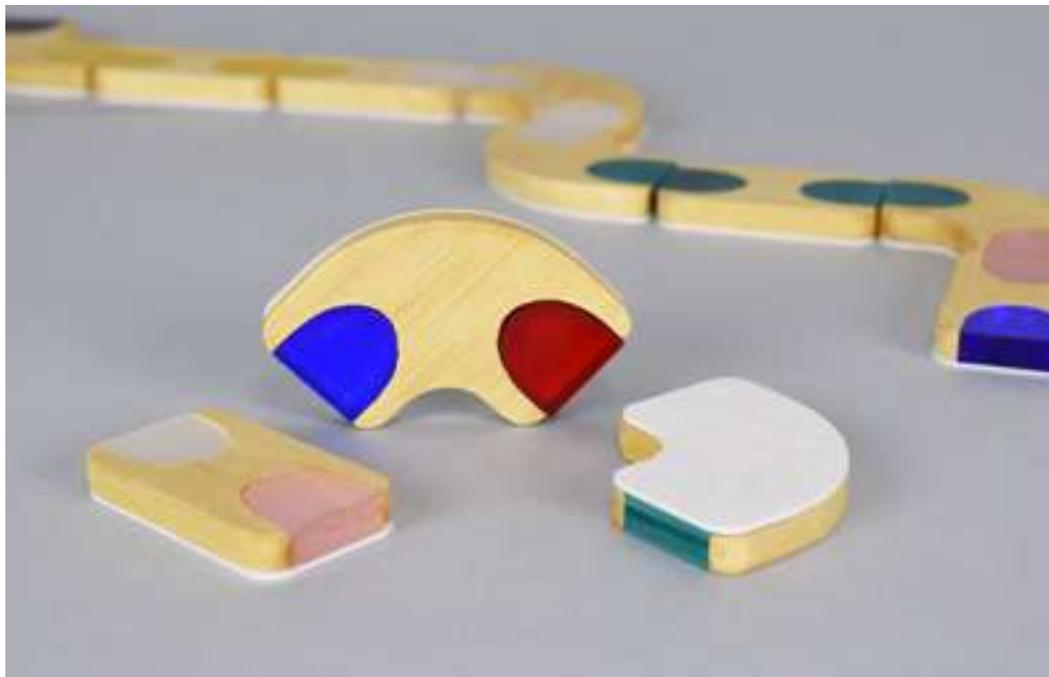
Criação: Livia Lanzellotti Nishibe
| Orientação de Pesquisa: Cláudio Roberto y Goya, Ana Beatriz Andrade, Leonardo Alvarez, Maria Carmen de Luca Menezes_x000B_Apoio técnico: Isaac Loureiro, Guilherme Schneider, Marcela Lobo, André Cardoso, Marília Tiritan, Angélica Porfirio | Ilustração 3D: Leonardo Bortolussi, Guilherme Schneider | Desenvolvimento Web: Vitor Monteiro | Vídeo: Adie Mathias, Mariana Buglia, Julianna Godinho.

Autoria | Ano

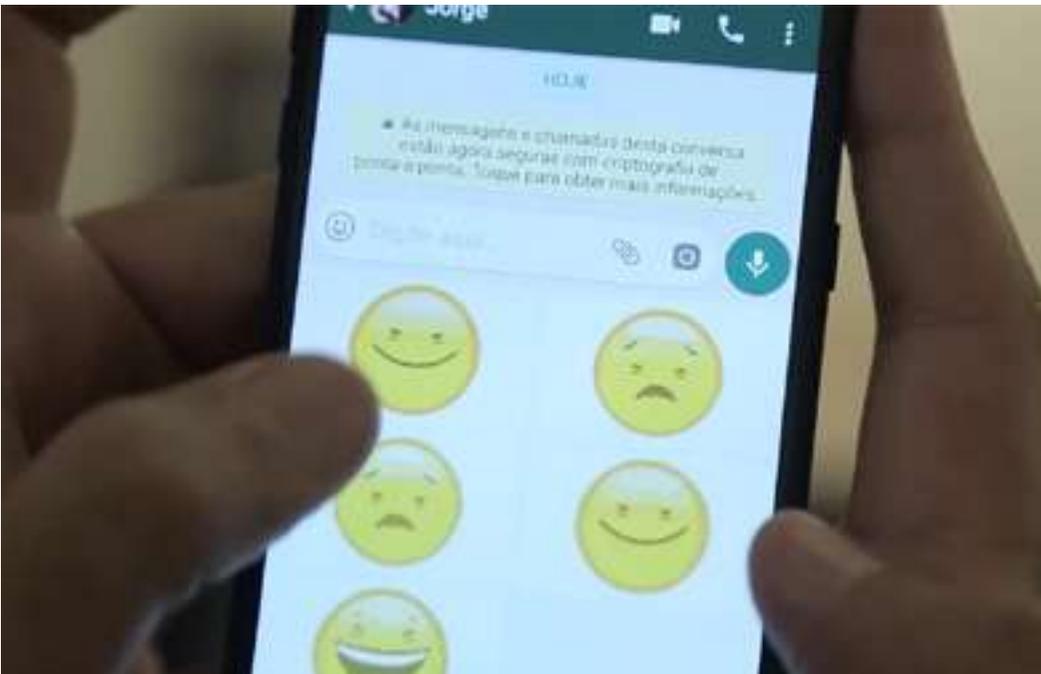
Senior Ludens | 2018

Cliente

Senior Ludens



IncluMojis



BRONZE

Descrição do Projeto

APAE Porto Alegre e APABB são ONGs reconhecidas pelo trabalho para o desenvolvimento e inclusão dos portadores da Síndrome de Down. Convidada a apoiar a causa, a BriviaDez imergiu nos desafios das instituições e os projetou também para os ambientes digitais, já que a exclusão digital e ausência de representação foi identificada extensão do contexto. Depois de um processo, onde foram envolvidos educadores, familiares, adolescentes especiais e profissionais da agência, a solução criada pela BriviaDez foram novos emojis. Os GIFs foram disponibilizados em bancos grátis, para que fossem apropriados por todos nas redes sociais. Hoje, cada um dos rostos já soma centenas de milhares de compartilhamentos, todos orgânicos. As receitas com doações e licenciamentos ajudam as ONGs nos seus desafios.

Ficha Técnica

Pedro Vidor | Carlos Saul Duque | Roberto Schmidt | Mariane Niedhardt | Matheus Guareschi | Bernardo Silva | Mauro Dorfmann | Rafael Duarte

Autoria | Ano

BriviaDez | 2018

Cliente

APAE Porto Alegre e APABB

Marta: Publicação Sobre a Mulher e a Relação Com Seu Corpo



— BRONZE

— Descrição do Projeto

Marta é uma publicação que trata a relação da mulher com seu corpo. O objetivo do projeto é ajudar mulheres a se conhecerem mais e apreciarem seus corpos. Abordar o assunto de forma eficaz, leve e informativa é o que Marta se propõe. No mercado editorial, poucos são os materiais que trabalham com a questão da imagem feminina de forma cuidadosa. Ainda, que compreendem os diferentes tipos de mulheres. O trabalho explora com sensibilidade o recorte do corpo, sob as mais diversas perspectivas: gravidez, gordofobia, transgeneridade e envelhecimento apaerem na publicação. Mulheres de diferentes contextos colaboram com o projeto: histórias reais para mulheres reais! Marta carrega um tom do íntimo, da verdade, da arte, da liberdade, do autêntico. Abraça assim suas muitas possíveis leitoras

— Ficha Técnica

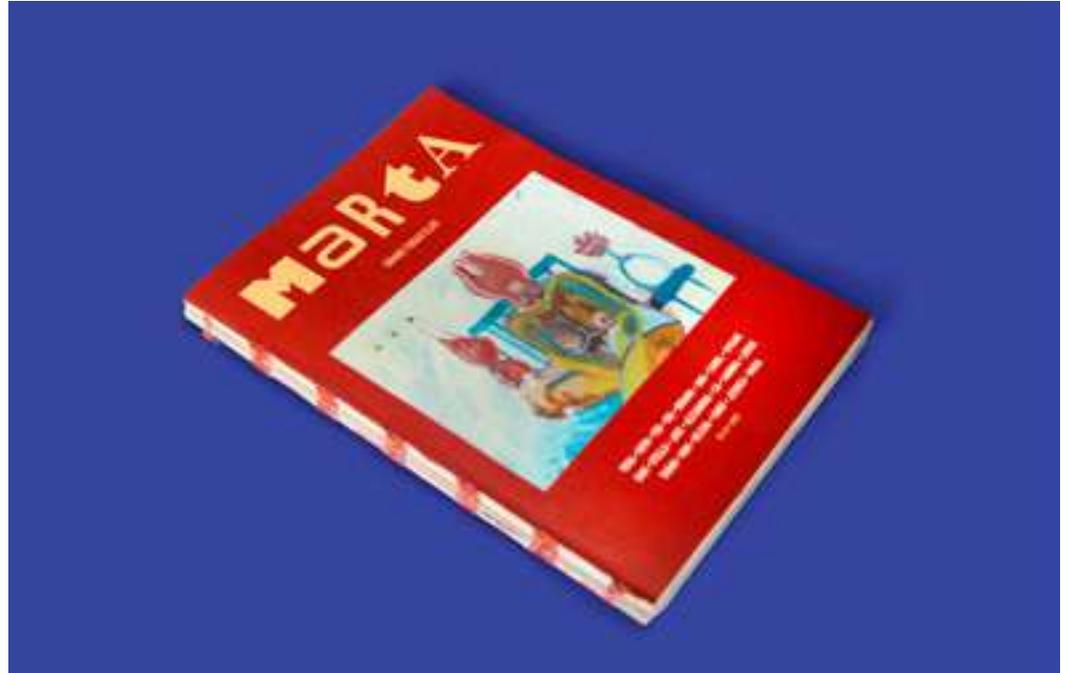
Edição e projeto gráfico: Bárbara F. Nudelman | Orientação: Tereza Bettinardi | Colaboradoras: Carolina Gasquez, Carolina Tokars, Fer Flores, Gio Soifer, Nadia Cohen, Ruth Faiquenblum e Vera Deise | Fotografia: Bárbara F. Nudelman e Geovana Bonfante

— Autoria | Ano

Bárbara F. Nudelman | 2018

— Cliente

Bárbara F. Nudelman



Na Praia 2018**PRATA****Descrição do Projeto**

Elaboração de estratégia de Design de Serviços Sustentáveis para o evento Na Praia 2018, em Brasília. Trata-se de experiência completa de praia a mais de 1.000 Km do litoral. Até 2016 o evento não tinha posicionamento e ações estruturadas de sustentabilidade. Tentativas anteriores não conseguiram responder à complexidade do desafio de introduzir de forma definitiva essa agenda. O uso da abordagem do Design Thinking e do Design de Serviços permitiu encontrar sinergias entre a produção tradicional de eventos e as temáticas de sustentabilidade. Com isso, sua execução finalmente teve sucesso e foi incorporada ao evento como pilar mais forte. O evento foi reconhecido como maior evento lixo zero certificado do mundo e premiado pelo Instituto Lixo Zero Brasil e Movimento Menos 1 Lixo.

Ficha Técnica

Equipe R2 Produções

Autoria | Ano

R2 Produções | 2018

Cliente

Na Praia

PREMIADOS 2019

CRAFT FOR DESIGN



A Tipografia do Instituto Burle Marx



LUZ
SOM
BRA

GRAND PRIX + OURO

Descrição do Projeto

A Tátil se propôs a criar uma marca para preservar o legado de um dos maiores artistas brasileiros de todos os tempos. O resultado foi uma tipografia única, encorpada, viva. Criada como se estivéssemos seguindo um briefing feito pelo próprio Burle Marx.

Ficha Técnica

Equipe Tátil

Autoria | Ano

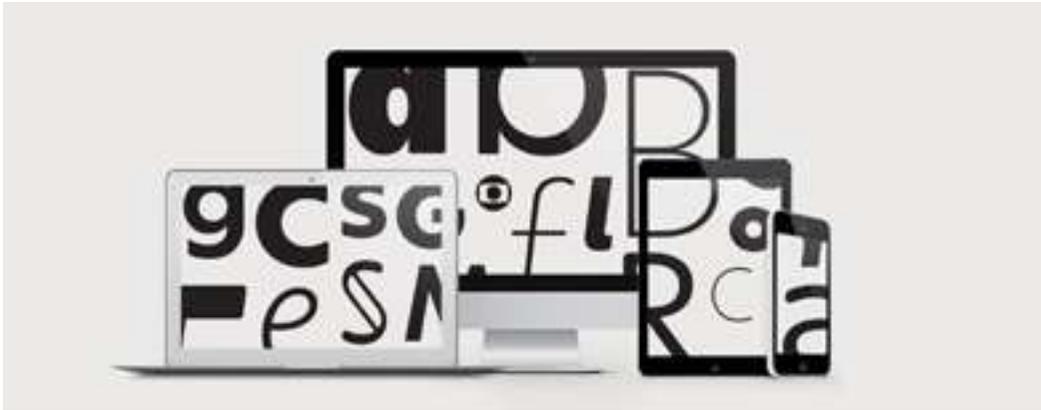
Tátil Design De Ideias | 2018

Cliente

Instituto Burle Marx



Globotipo



Thiago Braz

OURO OLÍMPICO | SALTO COM VARA

6.03m

ELIMINATÓRIAS

3 Brasil
0 Equador

Lugar: 25.000 | Hora: 14h

T nos dias de preparação, altitude de acima do nível do mar e confronto a vice-líder das eliminatórias sul-americanas. O cenário estava longe de ser para Thi estreiar pela seleção brasileira. Mas a la do treinador brilhou tanto o ponto de euforia tanta da noite, Gabriel Jesus, saiu como o homem

	PTS	J	V	D	GP
1 CORINTHIANS	72	38	21	9	50
2 PALMEIRAS	63	38	19	6	61
3 SANTOS	63	38	17	12	42

PRATA

Descrição do Projeto

A Globo fala diariamente com 100.000.000 de pessoas no Brasil e no mundo. Na comemoração dos seus 50 anos, a marca passou por uma revisão de posicionamento liderada por sua equipe. Partindo das ideias de movimento e fluxo constante, ela se adapta e evolui para continuar levando aos brasileiros informação, entretenimento e conhecimento. A partir do novo posicionamento, surgiu a necessidade de evoluir também a família de fontes usadas na comunicação. A Plau foi convidada para redesenhar a voz tipográfica da emissora junto com a equipe da Globo, criando uma família de fontes super flexível, proprietária e capaz de representar esses conceitos nos diferentes canais de comunicação da empresa com seu público.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Sérgio Valente, Mariana Sá
 Direção de arte: Washington Teotônio, Alexandre Romano, Christiano Calvet, Felipe Bellintani
 Type Design: Plau — Rodrigo Saiani
 Design gráfico: Plau — Carlos Mignot, Daniel Rocha, Rodrigo Saiani, Flora de Carvalho, Lucas Campoi, Gabriel Galc,
 Hinting: Anke Bonk, Tanja Henze, Monika Bartels — Fontwerk

Autoria | Ano

Plau | 2018

Cliente

Rede Globo

Graúna



PRATA

Descrição do Projeto

Inspirada na Bloc Heavy, de Hermann Hoffmann (1908), Graúna é uma fonte sem serifa extra bold com peso marcante e cantos suavemente arredondados, combinando força e suavidade em um só peso. A fonte conta com 762 glifos, cobrindo a maioria das línguas do centro, leste e oeste europeu, além de turco, vietnamita, maori, e outros. A Graúna conta ainda com uma série de recursos opentype, como variantes de estilo; pontuação sensível à capitalização; números subscritos, superscritos e em círculos vazados ou preenchidos; e uma série de versões estilizadas de artigos, preposições e abreviações sublinhadas.

Ficha Técnica

Type design: Gabriel Figueiredo Design
Gráfico: Gabriel Figueiredo

Autoria | Ano

Typeóca | 2018

Cliente

Typeóca





Reserva Fontes Humanas



BRONZE

Descrição do Projeto

Ficamos malucos de alegria quando a Reserva nos chamou para fazer uma família tipográfica do cara#%*, que se encaixasse no jeito de ser Reserva. Primeiro, porque adoramos fazer fontes. Segundo, por que adoramos empresas que entendem a importância delas. E, terceiro, porque o grande desafio era justamente desenhar letras que não fossem neutras. Depois de muitos papos, rabiscos e ralação, três novas famílias tipográficas nasceram: Reserva Sans, a Reserva Serif e a Reserva Display. Uma Reserva sem serifa para a labuta diária, uma serifada com personalidade editorial e uma Reserva para chamar atenção até do cliente mais distraído. No total, entregamos 25 fontes diferentes (somando todos os pesos e estilos), que agora já fazem parte da linguagem da marca, em toda sua pluralidade.

Ficha Técnica

Texto: Rony Meisler, Rodrigo Saiani e Valter Costa
 Type Design: Rodrigo Saiani
 Design editorial: Ana Laura Ferraz, Carlos Mignot e Gabriel Menezes
 Design gráfico: Rodrigo Saiani, Lucas Campoi, Carlos Mignot, Ana Laura Ferraz, Felipe Casaprima, Gabriel Menezes, Aline Caruso e Valter Costa
 Reserva: Rony Meisler, Marina Taddei, Naiana Lemos e Equi

Autoria | Ano

Plau | 2018

Cliente

Reserva

GOL Sans**BRONZE****Descrição do Projeto**

Uma família tipográfica criada especialmente para a nova identidade visual da GOL, contendo variações para títulos e textos em um total de 56 estilos. A ideia foi utilizar traços simples e minimalistas, com terminações abertas, que facilitem a legibilidade mesmo em telas de baixa resolução, priorizando o ambiente digital. Além disso, oferecer flexibilidade para atender a grande variedade de tipos de usos — desde a sinalização dentro dos aeroportos até peças com espaço restrito, como um cardápio à bordo em vários idiomas. No desenho para uso em títulos, a barra das letras ‘e’, ‘P’ e ‘R’ é inclinada — um detalhe sutil, que confere expressividade sem prejudicar a legibilidade. Já na versão para textos, além do desenho mais convencional, as proporções foram adaptadas.

Ficha Técnica

Fabio Haag (Direção de Criação e Design) e Henrique Beier (Engenharia); Pela FutureBrand: Alexandre Rizzuti, Arnaldo Bastos, Carolina Horita, Helio Carvalho, Isabel Sobral, Jonas Pacheco, Nathalia Fuzii e Thiago Cruz.

Autoria | Ano

Fabio Haag Type | 2018

Cliente

GOL Linhas Aéreas, com FutureBrand

O P Q R

GOL Sans

**Linhas
Aéreas**

Inteligentes

prime
exclusive
corporate
seguros
cartões
saúde
affinity

bradesco

1 2 **3** 4 5 6
7 **8** 9

Família Bradesco



BRONZE

Descrição do Projeto

Uma família tipográfica original e exclusiva projetada para uma finalidade muito específica: o design das assinaturas do Bradesco e seus diversos negócios. O design sem serifas é construído sob uma base humanista clássica. Terminações em curvas sutis sugerem a expansão das hastes, e as ascendentes e descendentes em diagonal espelham o símbolo, facilitando a associação. Dois pesos foram desenvolvidos, Light e Bold, criteriosamente selecionados em conjunto com os designers da agência. Cada vez mais a tipografia se torna um asset para construção de marca, em especial para clientes com uma complexa arquitetura de marcas, como no caso do Bradesco, trazendo coesão e integração.

Ficha Técnica

Fabio Haag (Dir. Criação e Design) e Henrique Beier (Engenharia); Superunion: Marcelo Bicudo (CEO), Janet Riddell (Estratégia e Gst. Projeto), Shingo Sato, Bruno Souza, Rodrigo Munhoz, Sauê Ferlauto, Édipo Zolini (Criação). Bradesco: Márcio Parizotto e Daniela Ugayama (Dir. Marketing), Dulce de Oliveira, Rodrigo Nunes e Sérgio Belmonte (Design Team).

Autoria | Ano

Fabio Haag Type | 2018

Cliente

Bradesco, com Superunion

BOMA MONO**BRONZE****Descrição do Projeto**

BOMA (Born of Music Addiction) é um selo e uma plataforma de música eletrônica que se conecta com seu público através de experiências especiais conduzidas pela música. O estúdio ficou responsável pela criação do nome e identidade visual do projeto, tendo como desafio principal traduzir a forma autêntica e inusitada que a marca se relaciona com seu público. Como parte do resultado, surgiu a BOMA MONO: uma fonte mono espaçada com características que refletem a personalidade urbana e contemporânea da marca, carregando em sua essência a vibração e reverberação presente na música eletrônica, através de repetições alternadas de suas partes.

Ficha Técnica

Gustavo Garcia, André Arruda,
Thiago Bellotti

Autoria | Ano

Papanapa | 2018

Cliente

Entourage

Cousa Serif**BRONZE****Descrição do Projeto**

Cousa é uma oficina de marcenaria localizada em Embu das Artes e tem como foco o uso de técnicas tradicionais para a construção de seus produtos. O estúdio foi responsável pelo desenvolvimento da nova marca e identidade visual da oficina e ao longo do processo criativo acabamos desenhando uma família tipográfica que carrega os valores e as essências da marca.

Ficha Técnica

Gustavo Garcia, André Arruda,
Thiago Bellotti

Autoria | Ano

Papanapa | 2018

Cliente

Cousa

Jornada
Ekos -
Tipografia



BRONZE

Descrição do Projeto

EKOS Type é uma família de tipos de uso exclusivo cuja principal referência gráfica foi o próprio logotipo da marca EKOS.

Ficha Técnica

Time Tátil + Black Letra

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2019

Cliente

NATURA



Mundo de Papel



BRONZE

Descrição do Projeto

O objetivo do projeto era apresentar a marca Regispel, sua importância na indústria e o quanto ela está presente no dia a dia da sociedade. A empresa imprime 2.083.649.160 metros de papel ao ano, isso significa 163 voltas em torno da Terra. Possuem mais de 5 mil pontos de distribuição no Brasil, e exporta para a América do Sul, Caribe e África. Em mais de 36 anos de atividades, já converteu milhões de toneladas de papel em bobinas para atender as necessidades do mercado de automação comercial e bancário.

Ficha Técnica

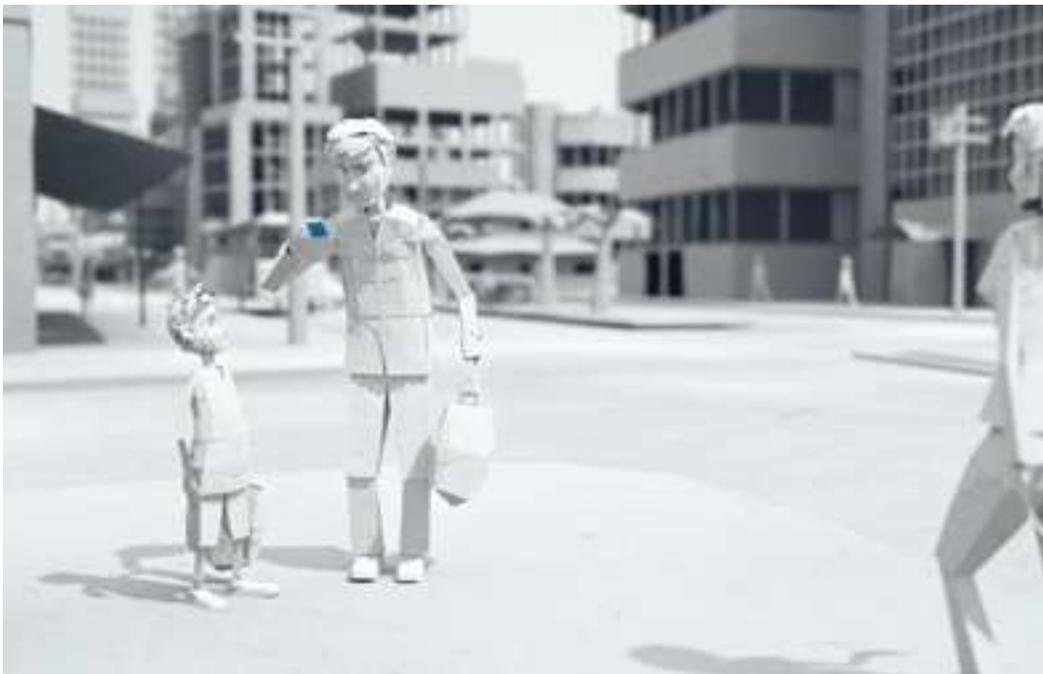
Direção e roteiro: Guilherme Rohr
 | Direção de arte: Felipe Muller |
 Animação: Alexandre Pieczur e
 Leonardo Puccinelli Paul | Modelos
 3D: André Ilges | Finalização:
 Alexandre Pieczur e Felipe Muller |
 Desenho de som: Henrique Sommer |
 Atendimento: Carol Freitas | Locução:
 Lucas Araújo | Aprovação: Giancarlo
 Pizzutto e Bruna Dantas

Autoria | Ano

Estudio Solo | 2018

Cliente

Regispel Bobinas e etiquetas



Abertura Pela Fechadura



BRONZE

Descrição do Projeto

A série Pela Fechadura trata de relacionamentos contemporâneos e seus conflitos. O espectador se vê observando intimamente fatos e verdades que só acontecem quando ninguém vê. Desde um stalker que acompanha o dia-a-dia de sua vizinha, até a relação de um viúvo de meia idade em seu grupo de amigos. Essas relações são modificadas pela tecnologia e as novas relações. Quem você vê quando olha pela fechadura da sua mente?

Ficha Técnica

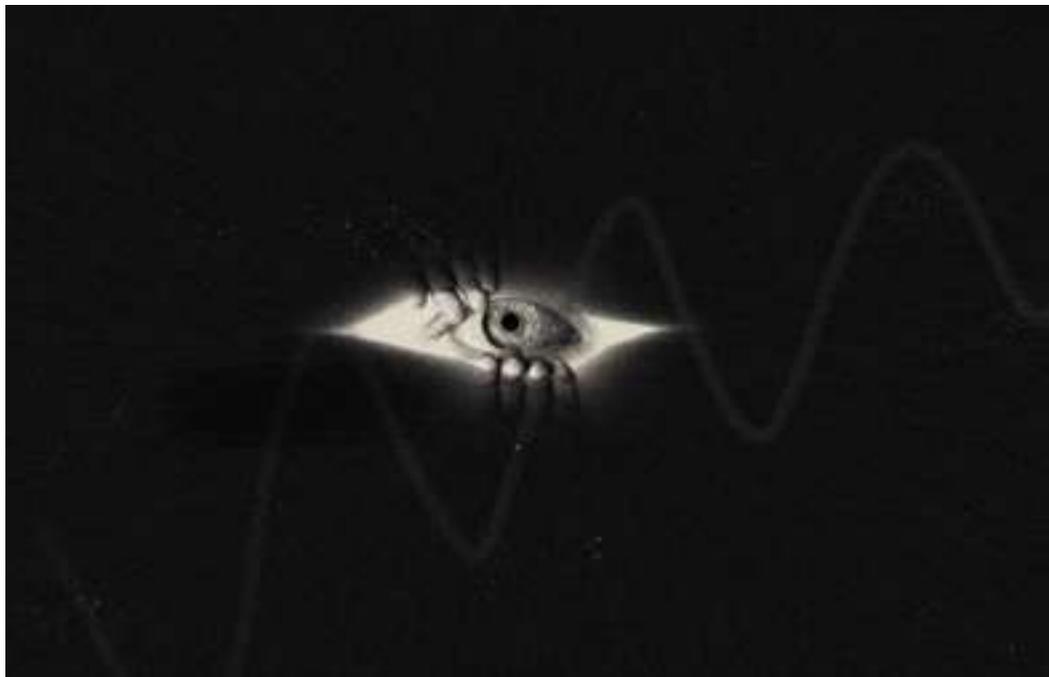
Direção Criativa: Rodrigo Gondim e Rebeca Prado Ilustração/Foto-colagem: Zé Victor Animação: Rebeca Prado Sound-Design e Trilha: João Victor R. Barroso Grading: Adriano Espínola Filho

Autoria | Ano

Milígrama | 2018

Cliente

DDK Digital





Ilustrações Para Nova Identidade Evino



PRATA

Descrição do Projeto

A Evino, maior importadora de vinhos italianos e franceses do Brasil, continuamente busca maneiras de reinventar sua comunicação para provar que o consumo de vinho deve ser simples, democrático e sem regras. Para ajudar a marca a se aproximar ainda mais do seu público, criamos uma série de ilustrações para usos diversos.

Ficha Técnica

Cliente: Evino | Direção de Arte: Renan Molin | Design: Thiago Benato | Ilustração: John Karger | Atendimento: Beto Shibata

Autoria | Ano

Firmorama | 2018

Cliente

Evino



Cachaça Duas Amigas



BRONZE

Descrição do Projeto

Feita a 4 mãos, com muito empenho e qualidade, nasce a primeira cachaça colaborativa do mercado em comemoração às suas premiações no Ranking da Cúpula da Cachaça 2018. Um blend exclusivo entre as cachaças Princesa Isabel Jaqueira e Sebastiana Carvalho Single Barrel de edição limitada a 1000 garrafas numeradas. A parceria entre os alambiques Princesa Isabel (ES) e Santa Rufina (SP) traz o carvalho no cerne de seu sabor, com presença de baunilha e chocolate. Mas surpreende com uma delicada adstringência e aroma floral da jaqueira. Nosso trabalho foi desenvolver uma ilustração e uma identidade visual para o rótulo da cachaça.

Ficha Técnica

Direção de projeto: Mariana Jorge
Ilustração e design: Thiago Limón
Fotografia: Maria Clara Feitosa

Autoria | Ano

Fib | Fábrica De Ideias
Brasileiras | 2018

Cliente

Cachaça Princesa Isabel e Cachaça Sebastiana



Jornada Ekos - Fotografia



PRATA

Descrição do Projeto

Natura Ekos é uma das principais submarcas da Natura, que carrega alguns dos seus mais importantes valores: sustentabilidade e comércio justo, além de toda a potência da biodiversidade amazônica aliada à grande tecnologia cosmética. Apesar de tudo isso, Natura Ekos não se posicionava à altura de sua potência. Por isso, nosso desafio inicial foi traduzir o novo posicionamento da marca em expressões visuais, verbais e multissensoriais, resgatando a Amazônia como assunto. Como transformar Natura Ekos em uma marca com mais força, atitude, ousadia e desejabilidade.

Ficha Técnica

Projeto: Equipe Tátil Fotógrafos:
Gleeson Paulino e Andréas Heiniger
Produtora: Lexique Vídeo: Duo2

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2019

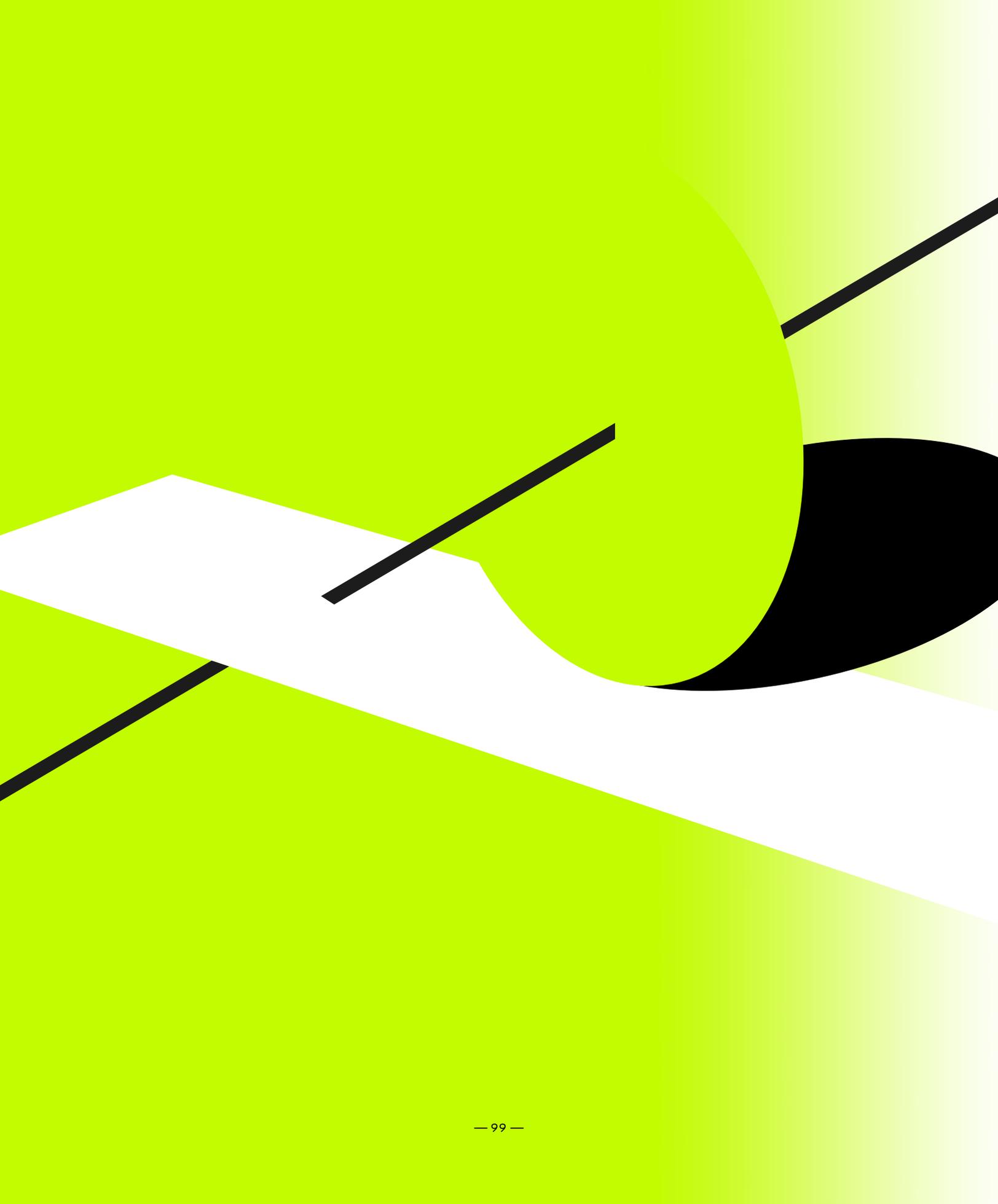
Cliente

NATURA



PREMIADOS 2019

GRÁ FICO



Instituto Burle Marx



PRATA

Descrição do Projeto

A Tátil se propôs a criar uma marca para preservar o legado de um dos maiores artistas brasileiros de todos os tempos. O resultado foi uma marca tipográfica como se estivéssemos seguindo um briefing feito pelo próprio Burle Marx: a tradução de sua obra em tipografia.

Ficha Técnica

Equipe Tátil

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2018

Cliente

Instituto Burle Marx



Identidade Visual Serra do Curral



BRONZE

Descrição do Projeto

Revitalizar a marca de um produto com sabor e qualidade de ingredientes superiores à grande maioria dos concorrentes, em um mercado inundado por mais de 500 marcas somente em Minas Gerais, foi o nosso grande desafio. Mais do que diferenciar o produto por meio de uma nova identidade visual, seria necessário reposicioná-lo. Abandonar o canal food service, onde o preço tende a ser mais importante do que qualidade, e direcionar os produtos para o varejo, mirando clientes menos sensíveis a preço e mais atentos ao sabor e padrão dos ingredientes. Com o objetivo de atingir este público mais exigente, mas acostumado ao padrão visual do segmento de Pão de Queijo, desenvolvemos uma identidade visual que traduzisse a empresa, seus produtos e o estilo de vida de quem aprecia a boa gastronomia mineira.

Ficha Técnica

Direção de Arte - Vlad Dantas |
Design Gráfico - João César Matos |
Fotografia - Estúdio Forma

Autoria | Ano

Lumina Estratégias Criativas | 2018

Cliente

Serra do Curral Ltda



Beleaf



BRONZE

Descrição do Projeto

Beleaf é uma startup cheia de propósito, fundada por três jovens empreendedores que desafiaram a cultura brasileira do culto à carne vermelha trazendo comida vegana em marmitas ultra-congeladas. Da preferência pelos ingredientes orgânicos e de agricultura familiar local à iniciativas de compensação ambiental, o impacto positivo já veio no berço. Nascida como Veganjã, se viu em plena expansão de seu público vegano/vegetariano para também onívoros. Mudamos a marca e o nome, abraçando a bandeira da alimentação plant-based e a criatividade como os principais diferenciais. Uma marca pensada para todas as pessoas que buscam comer de um jeito saudável, consciente e gerando impacto positivo. Hoje eles são omni-channel, vendendo refeições pelo e-commerce, delivery e grandes redes de supermercados.

Ficha Técnica

Estrategista e Sócia - Letícia Pettená
 | Head de Design: Paulo Gontijo |
 Head de Estratégia: Thais Fonseca
 | Identidade de marca: Mateus Menegatti | Redação: Fernanda Xavier e Mateus Menegatti | Fotografia: The Daily Co.

Autoria | Ano

Marcas Com Sal | 2018

Cliente

Beleaf



What's On Tap?



BRONZE

Descrição do Projeto

Depois do boom de cervejas artesanais em São Paulo, a FutureBrand teve o desafio de criar a nova marca de um brewpub que buscava destaque neste mercado aparentemente saturado. Para isso, além de cerveja fresca de qualidade, relevância para a comunidade local e novidades no menu, tinha que ter appeal para ser um hub de cervejarias artesanais e entusiastas. Então, criamos para o What's On Tap? (WOT, para os íntimos) uma identidade dinâmica e instigante, que contrasta o tom urbano de São Paulo com as cores frescas dos ingredientes da cerveja. Com poucos elementos, também permite que os proprietários criem suas peças de comunicação e pode se comportar como plataforma nas colaborações com outras cervejarias. Em poucos meses, o WOT já conquistou seu espaço entre os principais bares da cidade.

Ficha Técnica

Alexandre Rizzuti, Carolina Horita, Caroline Córte, Daniel de Lamare, Felipe Luz, Karen Fontana, Luiz Vidovix, Mateus Prado, Luiz Leite, Josei Nagayassu

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2018

Cliente

What's On Tap?



Redesign Marca STUDIO COLNAGHI



BRONZE

Descrição do Projeto

Um estúdio de arquitetura trabalha com a transformação do modo de habitar das pessoas. Em 2018, o Studio Colnaghi sentiu a necessidade de repensar a maneira de se expressar e apresentar a sua identidade visual. Fizemos um trabalho de entender a essência do negócio, objetivos e posicionamento para, então, criar o novo desenho de marca. Admiradores do movimento modernista brasileiro, o Studio Colnaghi segue essa influência - produzindo projetos de arquitetura atual e de qualidade. Uma característica marcante dos projetos arquitetônico é a de valorizar a simplicidade formal e atenção aos detalhes e acabamentos - com grande adoração por elementos e materiais naturais. Dessa forma, a pureza das formas e a sensibilidade foram os elementos principais da identidade visual criada.

Ficha Técnica

Matheus Pinto, Moisés Hansen, Priscila Czuka, Artur Cunha, Raphael De Luca

Autoria | Ano

Valkiria Inteligência Criativa | 2018

Cliente

Studio Colnaghi





Identidade Visual de Mimoo



BRONZE

Descrição do Projeto

A Mimoo é uma loja online de produtos infantis com curadoria focada em design. É uma marca que escolhe seus itens a dedo, pensando na reação de cada um ao abrir um presente. A marca trabalha com produtos que incentivam as crianças a soltarem sua imaginação com autonomia e liberdade. Desenvolvemos a identidade visual da marca e algumas de suas manifestações dentro de um universo lúdico. Trazendo tanto no logo quanto em seu universo visual referências à expressões gráficas das crianças: da escrita arredondada do processo de alfabetização aos recortes manuais de papéis. Por ser uma loja online multimarca, pensamos nos detalhes do envio da encomenda de forma a gerar surpresas positivas e memoráveis em um dos principais pontos de contato da marca com seus clientes.

Ficha Técnica

Design: Rafaela Paoli, Milena Romão |
 Redação: Carla Gasparetto | Captação e edição de vídeo: Gil Silva | Trilha sonora: Bruno Recchia

Autoria | Ano

Estúdio Pulpo | 2018

Cliente

Mimoo

Redesign de marca Arapuru Gin



BRONZE

Descrição do Projeto

O Arapuru, primeiro Gin premium da categoria London Dry no Brasil, une o melhor das tradições inglesas na produção da bebida com ingredientes genuinamente brasileiros, dentro de um processo artesanal e em pequenos lotes. Apesar de um lançamento bem-sucedido, a versão anterior da marca se prendia a sofisticação e as referências estrangeiras. Devido a expansão do mercado de gin no Brasil e aumento da competitividade foi necessário um redesign para posicionar mais claramente o orgulho brasileiro promovido pelo produto. Revisitamos as referências culturais da marca para a criação de uma nova identidade visual, com um lettering exclusivo, inspirado na tipografia vernacular amazônica, além de um rico dicionário visual que representa os 5 cantos do Brasil.

Ficha Técnica

Design: Arthur Felipe, Rodrigo Almada, André Maciel e Kevin Cantrell
| Cliente: Mike Simko | Menções: Bruno Bertani, Johnny Soares, Alessandra Baptista e Bruno Scramgnon

Autoria | Ano

Duopixel Design + Black Madre Atelier
+ Kevin Cantrell Studio | 2018

Cliente

Arapuru Gin

ARAPURU
LONDON DRY GIN
INFUSED WITH BRAZIL

ARAPURU



Flip**BRONZE****Descrição do Projeto**

Sistema de identidade visual para estúdio criativo focado na elaboração de estratégias para conteúdos digitais. Um laboratório de inovação com sede em Salvador, na Bahia, que desenvolve pesquisas relacionadas à produção audiovisual, novas mídias e produtos relacionados ao ambiente virtual. Como se trata de um projeto relacionado à alta tecnologia, o processo de criação foi conduzido pela necessidade de construir uma linguagem para comunicar claramente este conceito. Com isso, foi criada uma identidade extremamente minimalista e com forte percepção da gestalt através de elementos simples como ausência de cor, racionalismo preciso das formas e o equilíbrio de espaços vazios.

Ficha Técnica

Design gráfico e direção criativa:
Raimundo Britto | Motions:
Felippe Thomaz e Murilo Gregório
| Contratantes: Felippe Thomaz e
Maria Angélica

Autoria | Ano

DUNA | 2018

Cliente

Flip

Green Up. Viva Melhor



BRONZE

Descrição do Projeto

A marca Green Up é um convite para uma vida mais saudável: um espaço para consumir comida de verdade, desenvolvida por chefs e nutricionistas que sabem a importância de cuidar do corpo, da mente, da saúde. Green Up é mais que um lugar para se alimentar, muito mais que uma opção de compras saudáveis e saborosas. É um estilo de vida, uma escolha, uma bandeira. Foi criado, então, um projeto de branding, no qual se traçou a estratégia de marca: naming, manifesto, identidade visual, repertório gráfico, embalagens, site e espaço físico, apresentando o Green Up em todo o seu potencial.

Ficha Técnica

Direção de criação: Paula Cotta e Renata Polastri Criação: Letícia Naves, Luísa Bacelar, Luísa Nunes, Luiz Eduardo Araújo, Paula Cotta e Renata Polastri Texto: Marcela Dantés Projeto arquitetônico: Ana Bahia, Felipe Soares, Sarah James – Casa Conceito

Autoria | Ano

Estúdio Bogotá | 2018

Cliente

Green Up



Tipo Café e Coworking



BRONZE

Descrição do Projeto

O Tipo.cc é um café/coworking livre que funciona na Casa Sem Medida em Fortaleza-Ceará. Seus frequentadores são a maioria do mercado criativo, sendo eles: designers, artistas, arquitetos e amantes de um ótimo espaço para conversar ou ler um bom livro. Um café de designers para designers não poderia dar em outra. Desde o naming ao projeto gráfico, a inspiração são impressões tipográficas e seus tipos móveis.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Rodrigo Gondim e Rebeca Prado
Design: José Victor Férreir, Lívia Perdigão, Raíra Pinheiro,
Samuel Castor
Naming: Miligrama
Motion: Rebeca Prado

Autoria | Ano

Miligrama | 2019

Cliente

Casa Sem Medida



TransMissão



BRONZE

Descrição do Projeto

Linguagem e identidade visual da empresa de produção de eventos TransMissão, formada exclusivamente por mulheres e homens trans. A empresa busca suprir uma necessidade de empregos de uma parcela da sociedade que encontra muitas dificuldades no mercado de trabalho, e fomos inspirados pela ideia de uma corrente formada por mãos dadas, que transmitem coragem, força, e boa vontade.

Ficha Técnica

Direção de criação: Marcio Mota |
Direção de design: Cris Inoue | Líder do projeto: Luca Bacchiocchi | Designers: Estefan Richter, Louise Haas, Jade Aiello, Henrique Lucio

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2019

Cliente

TransMissão



BOMA - Born of Music Addiction



BRONZE

Descrição do Projeto

BOMA (Born of Music Addiction) é um selo e uma plataforma de música eletrônica que se conecta com seu público através de experiências especiais conduzidas pela música. O estúdio ficou responsável pela criação do nome e identidade visual do projeto, tendo como desafio principal traduzir a forma autêntica e inusitada que a marca se relaciona com seu público.

Ficha Técnica

Gustavo Garcia, André Arruda, Thiago Bellotti, Isabella Mello, Kaique Valente e Raphael Albuquerque | Fotos: Image Dealers | Trilha Sonora: Wolves (Premium Beat)

Autoria | Ano

Papanapa | 2018

Cliente

Entourage



Eva Cucina Originale



BRONZE

Descrição do Projeto

Qual o melhor símbolo para um restaurante italiano chamado Eva? O fruto proibido? Com certeza, mas obviamente não seria uma maçã. O tomate se torna o sinônimo de tentação e o elemento primordial de toda a identidade visual da cantina.

Ficha Técnica

Direção de criação: Gustavo Greco
| Gerente de criação: Tidé | Design:
Tidé e Débora Colares | Produção:
Alexandre Fonseca e Allan Alves |
Gerente de projeto: Victor Fernandes

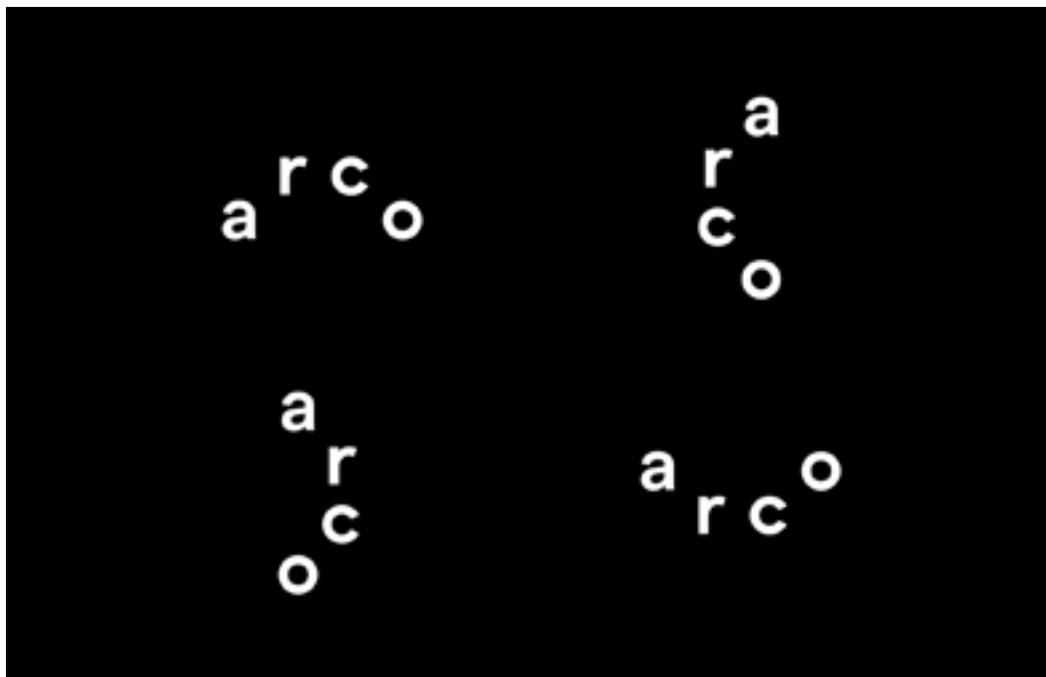
Autoria | Ano

Greco Design | 2019

Cliente

Eva Cucina Originale



Estúdio Arco**BRONZE****Descrição do Projeto**

O projeto de design consiste na abertura de um estúdio de design gráfico com abordagem multidisciplinar, o estúdio arco, a fim de desenvolver um sistema de identidade visual da empresa e seus pontos de contato.

Ficha Técnica

Design e Fotografia: Lais Ikoma
Ronaldo Arthur Vidal

Autoria | Ano

Estúdio Arco | 2018

Cliente

estúdio arco

Estúdio Urca



BRONZE

Descrição do Projeto

Identidade visual para estúdio de arquitetura.

Ficha Técnica

Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

Autoria | Ano

Casa Rex | 2019

Cliente

Estúdio Urca

Pirajá



BRONZE

—

Descrição do Projeto

Identidade visual para o bar Pirajá.

—

Ficha Técnica

Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

—

Autoria | Ano

Casa Rex | 2018

—

Cliente

Cia Tradicional de Comercio

GOL**OURO****Descrição do Projeto**

A GOL Linhas Aéreas é uma empresa brasileira, que tem como propósito ser a primeira para todos e deixar, em cada interação com as pessoas, a percepção de uma marca simples, humana e inteligente. Para estar afinada com este objetivo, sua identidade visual precisava comunicar mais consistência e elasticidade, se aproximando do público frequent flyer que corresponde a boa parte das receitas da companhia. A FutureBrand foi responsável por criar o novo sistema de identidade visual para a GOL. Isso incluiu um refinamento do logotipo para permitir uma leitura mais clara, além de uma série de outros elementos visuais para aumentar o reconhecimento de marca em várias plataformas e escalas, desde o mobile até instalações ambientais.

Ficha Técnica

Equipe FutureBrand: Alexandre Rizzuti, Arnaldo Bastos, Carolina Horita, Helio Carvalho, Isabel Sobral, Jonas Pacheco, Nathalia Fuzii, Thiago Cruz. Tipografia: Fabio Haag (Dir. de Criação e Design) e Henrique Beier (Engenharia).

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2018

Cliente

GOL



Jornada Ekos - Linguagem



OURO

Descrição do Projeto

Natura Ekos desejava uma nova linguagem mais potente, que lhe colocasse no território Red – onde estão as marcas que falam mais alto, ditam tendências e influenciam comportamentos. Após vinte anos, era chegada a hora de Ekos retomar seu espaço e falar como a autêntica marca comprometida com a defesa da Amazônia que sempre foi – o que sempre incluiu seu jeito de fazer negócio e de criar produtos de beleza. Era preciso, portanto, encontrar um universo novo e potente de palavras e formas que desse conta de causar um novo impacto, ganhar atenção para a qualidade superior de sua linha de produtos e, ao mesmo tempo, sensibilizar para a causa amazônica.

Ficha Técnica

Equipe Tátil Tipografia: BlackLetra
Fotógrafos: Gleeson Paulino e Andréas
Heiniger Vídeo: Duo2

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2019

Cliente

NATURA



Natura Jubileu



PRATA

Descrição do Projeto

A Natura, uma das mais importantes marcas brasileiras e que recentemente se tornou a 4ª maior empresa de cosméticos do mundo, completa 50 anos em 2019. Para reconhecer seus colaboradores e parceiros e celebrar o passado e o futuro, convidou a Tátil Design para desenvolver um selo comemorativo e a linguagem institucional para o Jubileu Natura.

Ficha Técnica

TIME TÁTIL + Natura Vídeo:
André+Carioba

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2019

Cliente

NATURA





Redesign da Identidade Visual do Clube de Regatas do Flamengo



— BRONZE

— Descrição do Projeto

O Clube de Regatas do Flamengo possui uma das marcas mais tradicionais e valiosas do esporte nacional: sua imagem, símbolos e cores estão intimamente relacionados ao imaginário do futebol brasileiro. Apesar de sua grandeza e importância comercial, a marca Flamengo possuía uma expressão visual difusa e inconsistente, consequência direta de uma documentação de uso incompleta e desatualizada. Esse cenário configurava-se como uma clara oportunidade de intervenção via redesign, acompanhada de um processo de normatização e modernização dos principais símbolos do clube mais popular do país. O resultado desse processo é uma identidade visual fortalecida, renovada e mais profissional, mas que em momento algum descaracteriza a personalidade e o patrimônio histórico do Clube de Regatas do Flamengo.

— Ficha Técnica

Designer responsável: Fabio Lopez |
Designer assistente: Eduardo Franco |
Gestor de projeto: Antônio Tabet,
Vice Presidente de Comunicação CRF |
Implementação: Frederico Tannure,
Márcio Macculloch e Ricardo Taves,
Comunicação e Marketing CRF

— Autoria | Ano

Fabio Lopez | 2018

— Cliente

Clube de Regatas do Flamengo

Amil



BRONZE

Descrição do Projeto

Com a nova postura da Amil, a marca passou a adotar uma linguagem mais próxima, que estimula e conecta com o consumidor, convidando-o a viver o melhor da sua saúde. O logotipo ganhou uma nova versão, suas formas arredondadas e as conexões apresentadas nas letras refletem uma marca mais próxima, capaz de conectar-se com todos os seus públicos. Os círculos, principais elementos dessa renovação, trazem um aspecto de proteção e cuidado. Ao colocar as pessoas sempre no centro das peças, eles valorizam o seu aspecto humano. Foram feitas as submarcas, refletindo propostas de valor. Amil One traz um universo de caráter exclusivo. Amil Fácil é mais colorida e “pop”. Amil Dental com grafismos que remetem a um sorriso. E a Amil Resgate com cores mais quentes que refletem a energia da marca.

Ficha Técnica

Direção de Criativa: André Matias e Sergio Cury | Coordenação de projeto: Leandro Strobel | Estratégia de Marca: Thais Cirenza | Identidade Visual: Anderson Ribeiro, Carlos Teles, Fábio Santana e Victor Eguchi | Identidade Verbal: Felipe Valério e Pedro Kastelic

Autoria | Ano

Interbrand | 2018

Cliente

Amil / UnitedHealth Group Brasil





Dock - Identidade Visual



BRONZE

Descrição do Projeto

Dock é uma empresa de inovação financeira. Com uma plataforma de banking as a service suportada por uma tecnologia robusta, oferece mais autonomia na contratação de produtos e serviços financeiros prontos para serem usados. Sem a burocracia e amarras de uma instituição tradicional, Dock nasce como a melhor solução para empresas que querem estar à frente das transformações digitais, reinventando a forma de se fazer negócios, transformando o mercado e gerando mais valor para as empresas. Neste contexto, nosso desafio foi criar logo e identidade visual que transmitisse 3 características principais: tecnologia, o caráter modular e flexível do modelo de negócio e a necessidade de se diferenciar do visual clichê do mercado financeiro.

Ficha Técnica

Caio Campana, Thiago Cruz, Felipe Takashi, Natalia Soueid e Rafael Barnete (Motion design)

Autoria | Ano

In - Gestão de marcas | 2019

Cliente

Dock

Centro Veterinário Seres: Nosso Instinto é Cuidar



BRONZE

Descrição do Projeto

A Petz é uma das maiores empresas de varejo pet do país e tinha o desejo de ampliar sua experiência também para os serviços veterinários. Para atender a essa demanda, foi preciso criar uma marca nova – da estratégia à identidade visual. A grande inspiração para o projeto como um todo foi o “instinto de cuidar”: algo natural, espontâneo e comum entre todos os seres. Assim nasceu o Centro Veterinário Seres, uma marca empática, capaz de compreender o momento, se comunicar e transmitir confiança. O objetivo era que os pets e seus tutores se sentissem em um “hospital-lar”: uma extensão do cuidado amoroso e instintivo, mas com toda a preparação de um centro especializado.

Ficha Técnica

Bruno Herbert | Ciro Geara | Cristina Penz | Diones Calisto | Juliana Bezerra | Laura Scachetti | Lívia Fukuda | Luiz Leite | Rodrigo Valdevite | Sarah Oliveira | Thayná Alves | Victória Bevilacqua

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2018

Cliente

Petz

seres





TNT Nova Embalagem e Novos Sabores



BRONZE

Descrição do Projeto

A TNT é uma das maiores marcas de energético no mercado nacional, e traduz a energia em forma de resistência, tanto física quanto cultural. A marca tem como foco a promoção de cultura alternativa e dá voz à diversidade. A “resistência” foi traduzida de forma que o posicionamento, tom verbal e identidade visual refletissem as mudanças culturais presentes nos centros urbanos: a ocupação de espaços, os reflexos culturais de poesia, arte urbana, música e empreendedorismo. O lançamento dos novos sabores também reforçou o novo momento da marca, além dos tradicionais sabores original, zero, tangerina e maçã verde, foram lançados açaí com guaraná, citrus e pêssego.

Ficha Técnica

Arnaldo Bastos
Ciro Gears
Diego Oliveira
Alexandra Borin
Gustavo Vasconcelos
Luiz Mello

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2019

Cliente

GRUPO PETRÓPOLIS

Necton



BRONZE

Descrição do Projeto

Ao perceber que o mercado de investimentos e a relação do brasileiro com o dinheiro vem passando por grandes transformações, duas das mais tradicionais e sólidas corretoras de valores do mercado brasileiro, Spinelli e Concórdia, se uniram para formar a Necton. A nova marca chega ao mercado com a proposta de maximizar conquistas, impulsionar os clientes atuais para o futuro e agregar novos investidores. A FutureBrand foi responsável pelo reposicionamento, criação do novo nome e identidade visual e verbal, além do novo site da marca.

Ficha Técnica

Alexandre Rizzuti, Arnaldo Bastos, Carolina Horita, Cristina Penz, Daniel Alencar, Federica Bottelli, Filippo Vidal, Glauco Mazrimas, Gustavo Rodrigues, Laura Schachetti, Mateus Potumati, Mariana Rufino

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2019

Cliente

Spinelli / Concórdia



Tirolez**BRONZE****Descrição do Projeto**

A construção da nova linguagem verbal e visual de Tirolez, indústria de queijos nacional, precisava contar a história da marca, mostrando a sua tradição, expertise e constante busca por inovação. O processo criativo focou na tradução do conhecimento e da expertise por meio de composições, cores e fotografias que evocassem a artesanidade e a importância do tempo na produção de queijos, valorizando, de igual maneira a união entre a tradição e a tecnologia.

Ficha Técnica

Direção de criação: Marcio Mota
 | Direção de design: Cris Inoue |
 Líder do projeto: Cristiano Gonçalo
 | Designer Responsável: Caio Reis |
 Time Extendido: Leopoldo Leal, Luca Bacchiocchi | Copywriter: Andressa Trindade e Vivi Kano

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2018

Cliente

Tirolez



Veloe - Piscou, Passou



BRONZE

Descrição do Projeto

Nascido na estrutura sólida e complexa da Alelo, o negócio de meios de pagamento focados em mobilidade tinha por premissa ser simples. Conceitualmente, nosso desafio era materializar na marca, já batizada de Veloe, a liberdade de ir e vir. Na prática, haviam muitos outros desafios ligados à sinalização em estradas e cancelas, variedade de canais de uso, e simplificação da linguagem para humanizar uma operação baseada em tecnologia.

Ficha Técnica

Direção de Estratégia: Leticia Pettená
Head de Estratégia: Thais Fonseca
Head de Design: Paulo Gontijo
Identidade de marca: Mateus Menegatti
Redação: Fernanda Xavier e Mateus Menegatti
Ilustrações: Issao Nakabachi

Autoria | Ano

Marcas Com Sal | 2018

Cliente

Elopar



Dengo. Sabor de Mudar o Mundo



BRONZE

Descrição do Projeto

Guilherme Leal e Pedro Vilares, uns dos principais acionistas da Natura tiveram a ideia de criar uma marca de chocolate premium, concorrendo com as principais marcas internacionais aqui no Brasil, só que com duas grandes diferenças: A nova marca teria o coração na Bahia e auxiliaria os pequenos produtores regionais a desenvolverem cacau de qualidade compartilhando o lucro excedente com toda a cadeia produtiva

Ficha Técnica

Julia Pontelli, Karine Uehara, Fernando Andreazi, Pedro Mattos, Carol Brandão

Autoria | Ano

Springpoint E Rebu | 2018

Cliente

Dengo Cacau



Embraer 50 Anos



BRONZE

Descrição do Projeto

Recebemos o desafio de criar um selo comemorativo para os 50 anos da Embraer. Mais do que um selo, foi um convite para embarcarmos em uma jornada fantástica, desafiadora. Superada através de uma combinação única entre criatividade, excelência técnica, tecnologia e paixão que valoriza e celebra a história ao mesmo tempo que aponta uma nova direção, capaz de inspirar os próximos 50 anos.

Ficha Técnica

Equipe Tátil

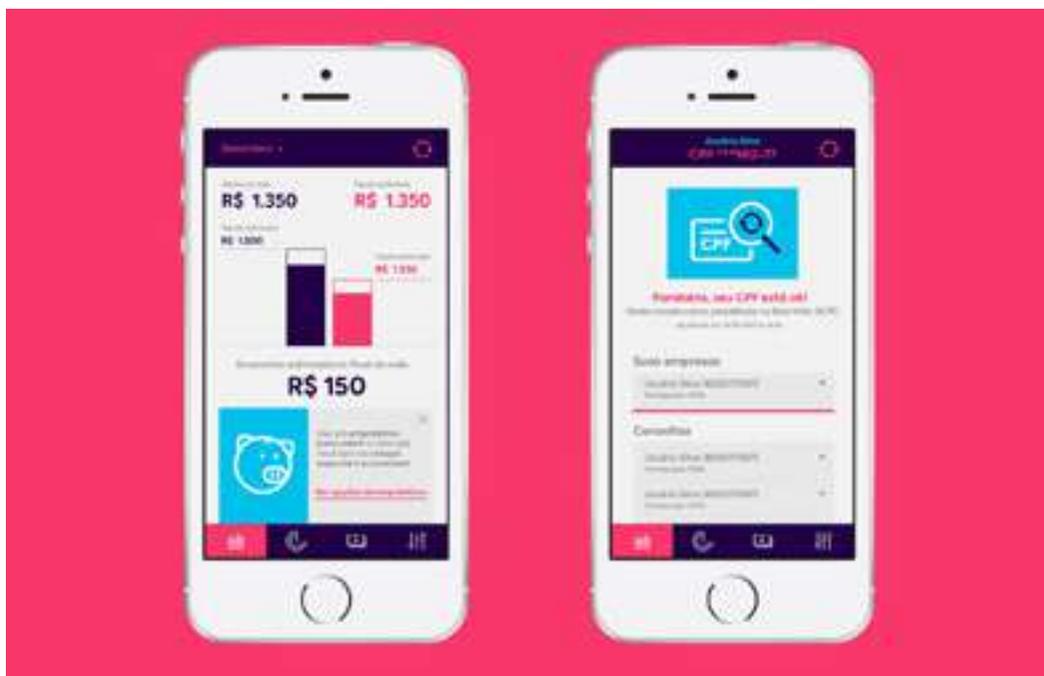
Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2018

Cliente

EMBRAER





Guia Bolso - Design de Marca: Entender Seu Dinheiro de Um Jeito Mais Humano



BRONZE

Descrição do Projeto

O Guiabolso é um guia financeiro pessoal que oferece um jeito inteligente de ver e viver a vida financeira, com mais autonomia, transparência e confiança. Foi criado para ajudar os brasileiros a ter uma melhor relação com as suas finanças. O negócio cresceu rápido e nosso desafio era impulsionar a marca para acompanhar essa evolução.

Ficha Técnica

Direção de Criativa: Sérgio Cury.
Coordenação de projeto: Laura Garcia e Gil Bottari. Estratégia de Marca: Laura Garcia Designers: Amanda Macedo, Danilo Toledo, Felipe Chatah and Marcelo Siqueira. Illustrator: Marcelo Siqueira. Motion Designers: Fábio Santana and Ronaldo Vidal. Identidade Verbal: Pedro Kastelic e Giovanna Marques.

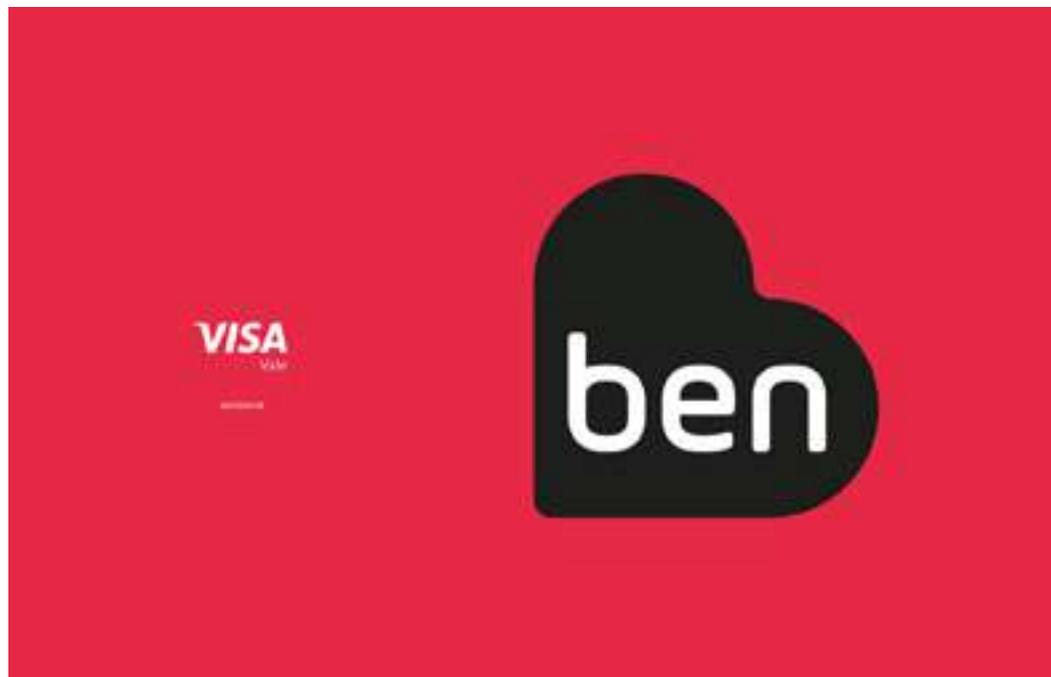
Autoria | Ano

Interbrand | 2018

Cliente

Guia Bolso

Santander Ben



BRONZE

Descrição do Projeto

Visa Vale agora é ben. O novo cartão de benefícios, refeição e alimentação do Santander.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Alexandre Nami, Andre Toledo, Daniel Poletto, Rodrigo Senra Designers: Alexandre Nami, Thiago Rodrigues da Silva, Nelson Junior, Maira Melo, Marcela Vieira, Ivan Henrique Gestão de conta: Pedro Nami Direção Geral: Benjamin Yung Jr Ilustração: Flaviano Oliveira Produtora: Criatura

Autoria | Ano

Brandigno + Suno | 2018

Cliente

Santander



Identidade Visual para 3 histórias de Amor para Crianças



BRONZE

Descrição do Projeto

"3 histórias de amor para crianças" apresenta 3 musicais infantojuvenis dirigidos por Duda Maia com temas cotidianos como ciúmes, amizade, liberdade e separação. Através de poesia e bom-humor, a Trilogia levanta reflexões significativas, estimulando o diálogo entre adultos e crianças. Mais do que nunca, a cultura tem um papel de extrema relevância na educação, e o design é propulsor deste encontro. "A Gaiola" tem sabor de liberdade. "Contos partidos de amor" deixa simples o que nos complica. "Vamos comprar um poeta" celebra a amizade e homenageia a cultura. O desafio é criar uma identidade visual flexível, que une os espetáculos sem perder suas características próprias, aplicadas nas mais diversas peças impressas e digitais, de banners, cartazes e programa à comunicação em redes sociais.

Ficha Técnica

Patricia Clarkson

Autoria | Ano

Dynamic Encounters | 2019

Cliente

Duda Maia



Identidade Visual para a Ópera Performática Migrações



BRONZE

Descrição do Projeto

A Ópera Performática Migrações aborda deslocamentos de pessoas de todas as épocas, provocados por guerras, desastres ou escassez de recursos. Diante de estatísticas, situações e depoimentos de quem é obrigado a deixar suas terras, desde a Síria até Brumadinho, ela nos convida a olhar para o que entristece e, ao mesmo tempo, trata com poesia, música e dança algo inconcebível. Ao abordar a itinerância do ser humano em culturas diversas, a ópera dirigida por Duda Maia inspira o design a trabalhar com um amplo espectro de materiais não convencionais. A Identidade Visual potencializa a temática através de peças impressas e digitais como banners, cartazes, programação, convite e comunicação em redes sociais, além de um painel de 15 metros de extensão que compõe a cenografia do espetáculo.

Ficha Técnica

Patricia Clarkson e Camilla Mattos

Autoria | Ano

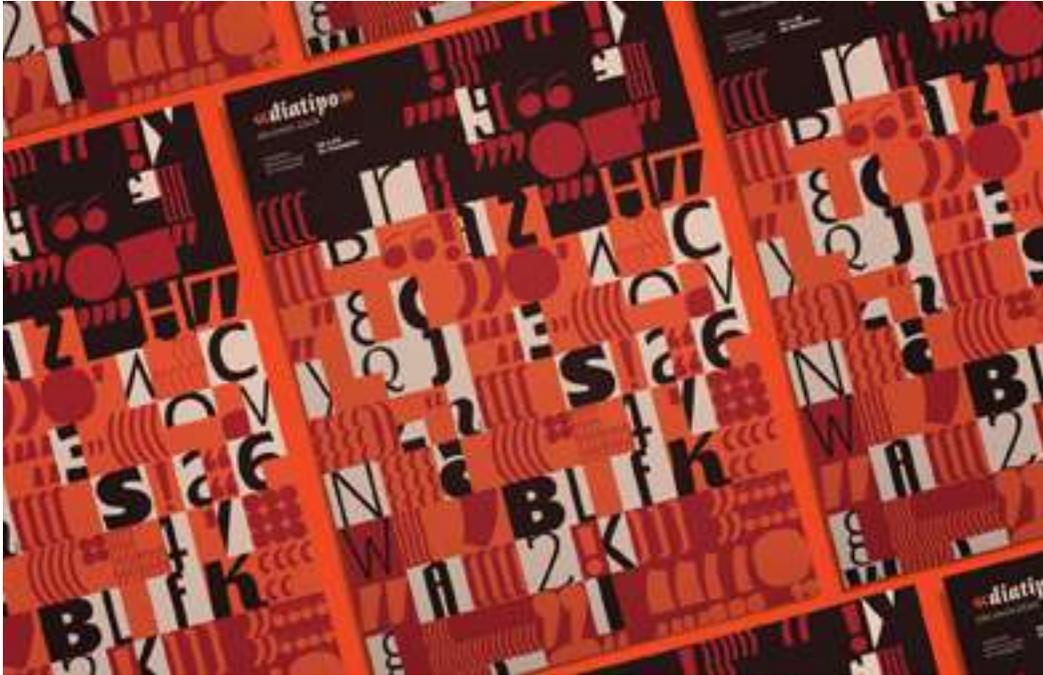
Dynamic Encounters | 2019

Cliente

Duda Maia



DiaTipo São Paulo 2018



BRONZE

Descrição do Projeto

Identidade desenvolvida para o 10º ano do DiaTipo SP, um encontro de Tipografia sem fins lucrativos. O tema de 2018 foi “10 anos: E Agora?”, e o objetivo era olhar para a história do evento e a partir disso focar nos próximos passos, sem esquecer do considerável crescimento da área tipográfica no Brasil. A identidade baseou-se em um padrão gerado no programa Nodebox, a partir de fontes criadas por designers brasileiros, a fim de apresentar o conceito do DiaTipo: um evento construído ao longo de 10 anos por tipógrafos que cresceram junto com o evento. Subverter as formas e contraformas da tipografia em cortes atuava também como um convite a profissionais de outras áreas, para conhecer, entender e fazer parte.

Ficha Técnica

Andrea Kulpas | Giovani Castellucci |
Guilherme Vieira | Giulia Façundes

Autoria | Ano

Andrea Kulpas E Estúdio Daó | 2018

Cliente

DiaTipo



Sbfoton Conference 2019



BRONZE

Descrição do Projeto

A SBFOTON é a Sociedade Brasileira de Ótica e Fotônica. Organiza anualmente uma conferência onde são debatidos os desenvolvimentos mais recentes da academia, centros de pesquisa e indústria nesta que é a ciência do controle da luz — a fotônica estuda a geração, detecção, manipulação e transmissão de fótons. A edição 2019 da conferência foi em São Paulo. Criamos uma identidade na qual um sistema visual simples serviu de metáfora tanto para “uma conferência científica em uma grande metrópole”, com suas interações imprevisíveis entre pessoas e ambiente, quanto para os próprios processos fotônicos nos quais a luz, colocada em condições extremas, assume características imprevisíveis.

Ficha Técnica

Caluã de Lacerda Pataca:
design gráfico

Autoria | Ano

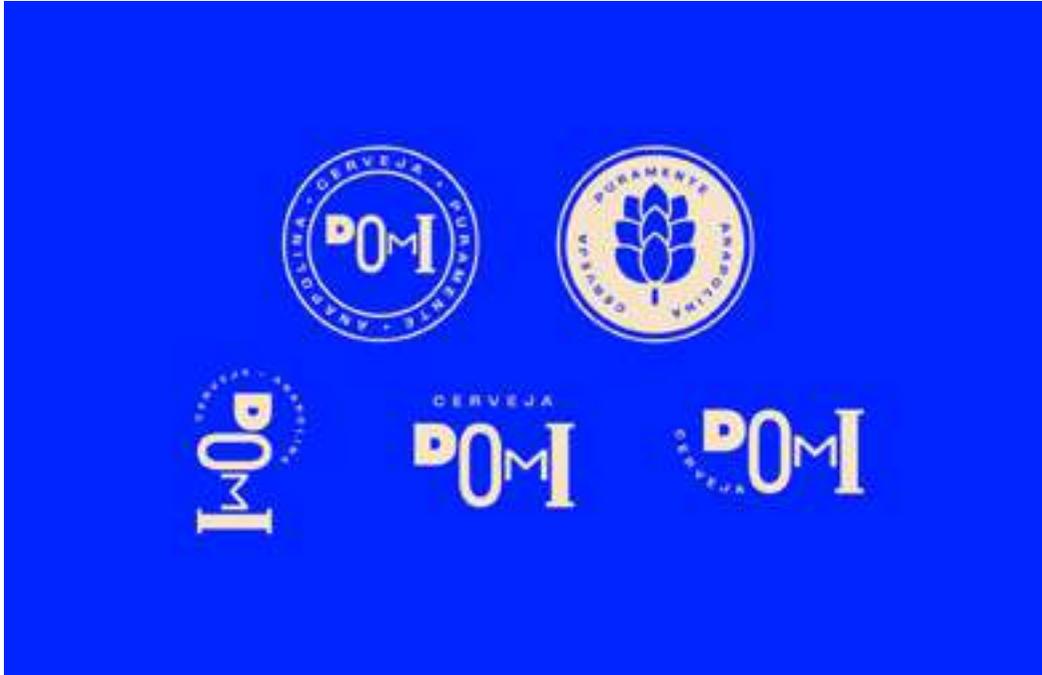
Preface | 2019

Cliente

Sociedade Brasileira de Ótica e Fotônica



Cerveja Domi



BRONZE

Descrição do Projeto

Domi é uma marca de cerveja artesanal puramente anapolina. A cerveja nasceu no interior de Goiás e está sendo lançada no mercado regional em quatro versões extremamente ricas em sabores e aromas. A marca segue padrões fora do convencional, trazendo a força da cultura goiana, juntamente com uma proposta de rótulo diferente, com ditados populares de Goiás: “Dô conta duns trem desse não”, “Quando eu quero mais, eu vou pra Goiás”, “Trem bão é coisa boa”, “A mió de Goiás”. O desafio do IENE Design foi desenvolver marca e rótulo que fugisse do comum e se destacasse no mercado regional de cervejas artesanais.

Ficha Técnica

Rafael Serpa, Tiago Oliver, Aurélio Júnior, Sabrina Pontes e Isabella Vitorino

Autoria | Ano

IENE Design | 2018

Cliente

Domi



Cartão Mais! - Pra quem não aceita menos



BRONZE

Descrição do Projeto

O Cartão Mais! começou no universo do varejo criando possibilidades e oportunidades de compra para pessoas desbancarizadas, dentro de lojas específicas, majoritariamente dos setores de vestuário e calçados. Depois, viraram uma bandeira e passaram a oferecer, também, um cartão de crédito que não se atrelava a nenhuma loja. E agora chegou o momento de expandir: a necessidade de garantir a aceitação em mais locais cresceu. Com a implementação de uma bandeira com ampla aceitação, o Cartão Mais! precisava de uma nova marca.

Ficha Técnica

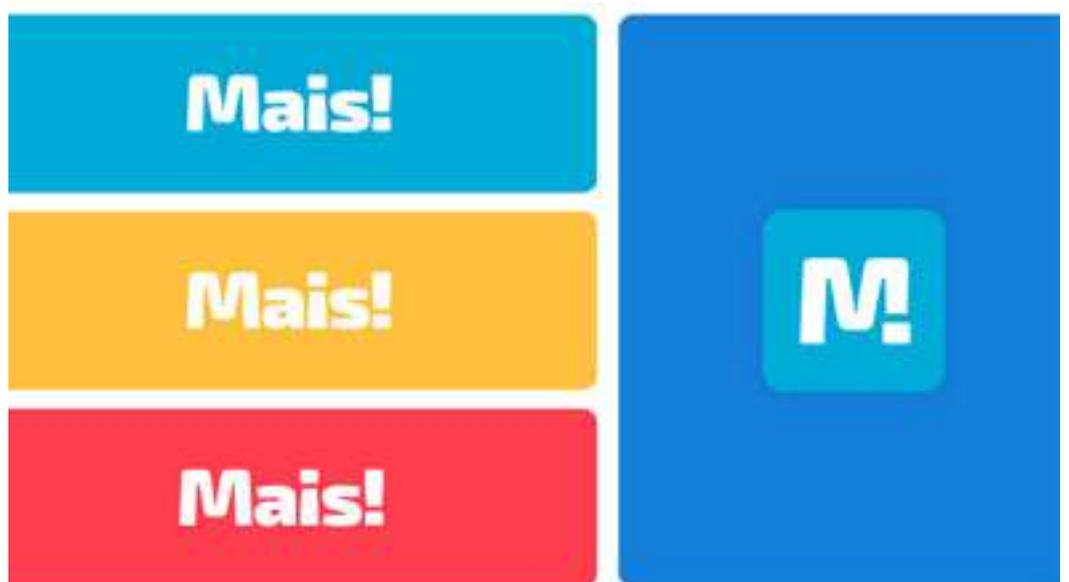
Direção Criativa: Laura Garcia e Sérgio Cury. Coordenação de projeto: Elaine Baio, Leandro Strobel e Pedro Kastelic. Estratégia de Marca: Thais Cirenza. Identidade Visual: Carlos Hakim, Carlos Teles, Erick Fugii e Luana Motta. Identidade Verbal: Giovanna Marques. Outras participações: Agência Peppery.

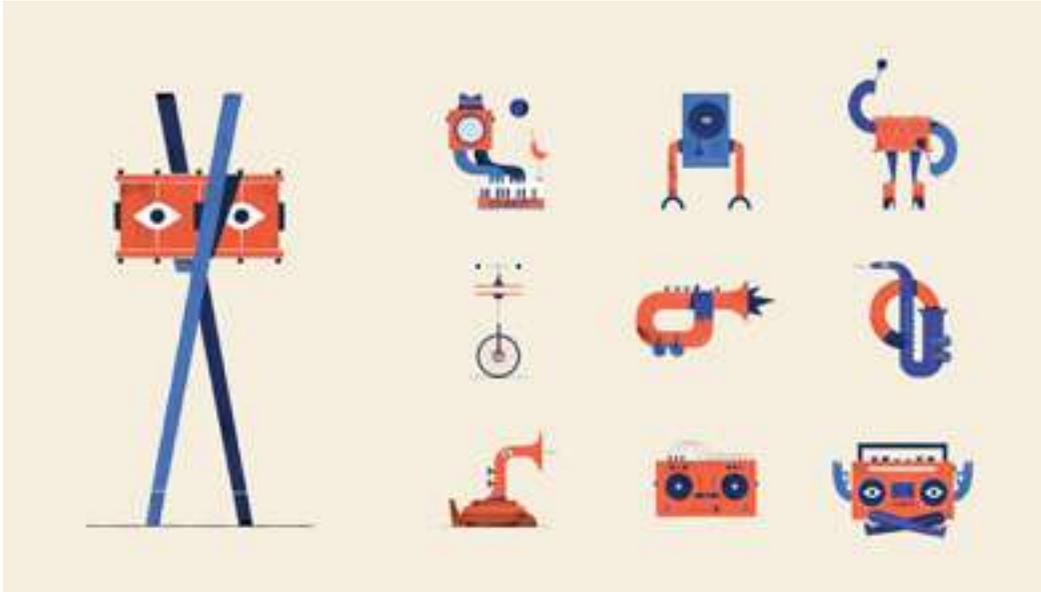
Autoria | Ano

Interbrand | 2019

Cliente

CredSystem



Music Motion**BRONZE****Descrição do Projeto**

Music Motion é um festival democrático e dedicado à experiências artísticas, gastronômicas e esportivas. Com uma longa duração e um espaço aberto, o evento permite que seu público descubra e experimente diversas atividades em um ambiente alegre e vibrante. O estúdio foi responsável pelo desenvolvimento de toda a identidade visual para a edição de 2019, com o objetivo de criar um sistema que desse autonomia e versatilidade para o time criativo da agência responsável pelo evento no desdobramento das peças.

Ficha Técnica

Gustavo Garcia, André Arruda, Thiago Bellotti, Isabella Mello, Gabriel Franco - Fotos: Fernando Torres
Vídeo: Fishfire

Autoria | Ano

Papanapa | 2019

Cliente

Fishfire

Identidade Visual Zuur Gin



BRONZE

Descrição do Projeto

Desde a escolha do nome (ácido, em holandês) até a solução gráfica do rótulo, a ideia central da identidade visual criada para o gin Zuur é ressaltar a mistura entre uma bebida originária dos Países Baixos e elementos típicos do cerrado mineiro como o limão capeta (fruto utilizado para aromatizar e bebida) e a jaguatirica.

Ficha Técnica

Direção de criação: Gustavo Greco
 | Gerente de criação: Tidé | Design:
 Zumberto | Produção: Allan Alves |
 Gerente de projeto: Emília Junqueira

Autoria | Ano

Greco Design | 2018

Cliente

INBECA - Indústria de Bebidas Capim Branco LTDA



DOC



BRONZE

Descrição do Projeto

O Movimento DOC – Denominação de Origem Cearense é um movimento de valorização da identidade e da cultura cearense a partir da gastronomia. O objetivo é criar uma imagem para uma ideia. Uma imagem para um movimento que fala de cultura, gastronomia e pertencimento. Uma homenagem ao nosso povo, ao nosso Ceará.

Ficha Técnica

Allyson dos Reis Monike Oliveira
Sidney Marcos Mariana Araújo

Autoria | Ano

Abracadabra | 2019

Cliente

Movimento DOC

Elefante - Viver junto rende mais



BRONZE

Descrição do Projeto

A verdade sobre o assunto comida é universal: é uma delícia! Mas também é um assunto sério, que rende muito. A marca Elefante é líder em seu segmento e já rendeu muito assunto, muitas receitas e muitas trocas – de sabores e de saberes. O nosso desafio era deixar mais claro o nosso jeito de unir as pessoas.

Ficha Técnica

Direção Criativa: Laura Garcia e Sérgio Cury. Coordenação de projeto: Ivo Costa, Leandro Strobel e Pedro Kastelic. Estratégia de Marca: Daniela Klepacz. Identidade Visual: Carlos Teles e Camila Kodaira. Identidade Verbal: Giovanna Marques Brand video: Estúdio Histeria!

Autoria | Ano

Interbrand Brasil | 2019

Cliente

Cargill



Trânsitos



PRATA

Descrição do Projeto

Série de 16 produtos produzidos a partir de uma única estampa — Pratos, xícaras, canecas, almofadas, aventais, panos, suporte para painéis, apoio para copos, cadernos, cartazes, etc... — “Trânsitos” é uma leitura gráfica da São Paulo contemporânea que une passado e presente de uma cidade fragmentada e polifônica.

Ficha Técnica

Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

Autoria | Ano

Casa Rex | 2019

Cliente

Casa Rex

Menu de Drinks - Casamento L&T



BRONZE

Descrição do Projeto

Luíza & Thyago são um casal jovem e de muita personalidade. Eles adoram séries, filmes, jogos e universos míticos, e queriam um casamento diferente do tradicional. Para encantar seus convidados, criamos uma narrativa que começa no Save The Date, passa pelos convites aos padrinhos e convidados e termina no dia do casamento. Criamos um design mágico e romântico, baseado em referências históricas (Design Celta, Manuscritos Iluminados, Era Vitoriana e Arts&Crafts, entre outros), trazendo elementos dos livros, séries e filmes favoritos do casal (como Harry Potter, Animais Fantásticos, Senhor dos Aneis e Game of Thrones) conectando tudo isso com a história do casal. Uma das peças que mais se destacou neste contexto foi o Menu de Drinks, criado em formato de cartas de tarô destacáveis.

Ficha Técnica

Direção de criação: Laila Rotter
Schmidt Ilustração: Felipe Valenciano Cruz

Autoria | Ano

Tête-À-Tête | 2019

Cliente

Luíza&Thyago



My Lovely Kitchen



BRONZE

Descrição do Projeto

A coleção My Lovely Kitchen da Tramontina Cutelaria é uma linha de produtos fabricados em alumínio com revestimento antiaderente, com aplicação de grafismos e texturas em serigrafia. A linha está em sua terceira edição, precedida de duas coleções de muito sucesso e vendas significativas para a marca. A primeira coleção foi um marco, e abriu portas para a inovação através da aplicação do design gráfico em produtos simples e monocores. O objetivo da coleção sempre foi, desde seu lançamento, a busca por rejuvenescer uma marca centenária reconhecida por sua tradição e qualidade. Com este projeto abrimos um canal de comunicação com outros perfis de consumidores, mais jovens e atentos as tendências mundiais.

Ficha Técnica

Direção de design: Marina Metz
| Produção: Giovana Capelatto e
Fernanda Smaniotto Netto

Autoria | Ano

Design Único | 2018

Cliente

Tramontina S/A Cutelaria



Campanha Maker UNOi



BRONZE

Descrição do Projeto

O UNOi é um projeto de transformação educacional que, a partir da cultura maker, redesenhou sua proposta de ensino por acreditar que ao colocar a mão na massa e experimentar, os alunos desenvolvem competências essenciais para o mundo contemporâneo. Para divulgar a evolução do UNOi educação, fomos convidados para conceituar e desenvolver um projeto em três etapas com a duração de um ano: uma campanha para as escolas, gestores e educadores entenderem as novidades e soluções da empresa; a segunda para gerar mais matrículas e aumentar a retenção de alunos para as escolas; e uma terceira para ressaltar as inovações do Projeto UNOi para o mercado educacional.

Ficha Técnica

Diretor de Contas: Rodrigo Deligi
 Diretor de Criação: Samuel Oliveira
 Atendimento: Carla Rigoldi Design:
 Paula Fioretti, Iago Rodrigues,
 Amanda Piva Redação: Raquel Miyuki,
 Leonardo Saldiva

Autoria | Ano

Megalo | 2018

Cliente

Grupo Santillana



Seleção Pólen



BRONZE

Descrição do Projeto

Pólen é uma marca de papel off-white da Suzano especial para livros. Desde 2016 vem inovando em sua categoria com uma estratégia de comunicação que foge do habitual para o BtoB e Commodities: criar valor para os diversos públicos no universo da leitura, dentro do conceito “Pólen. Mais prazer em ler”. Em 2018 fomos convidados a criar uma ação de relacionamento para Copa do Mundo. Em resposta desenhamos uma linha de artigos que unia a paixão pela leitura e o futebol. O destaque foi um álbum de figurinhas.

Ficha Técnica

Diretor Executivo - Ricardo Chamma
 | Head de Estratégia - Ivan Moreira |
 Diretor de Criação - Marcelo Greco |
 Designer - Marcelo Greco | Ilustração
 - Lézio Junior | Redator - Diego Primo
 | Atendimento - Mariane Ferraz |
 Aprovação cliente: Alexandre Cezilla
 | Claudia Beatriz Olivares | Renata
 Peres Brotto

Autoria | Ano

Bamboo & Co | 2018

Cliente

Suzano



Convite de Formatura: Publicidade e Propaganda PUC MG



BRONZE

Descrição do Projeto

Convite de formatura para o curso de Publicidade e Propaganda da PUC Minas. O cliente buscava um projeto disruptivo e interativo, que se diferenciasse por completo dos convites de formatura tradicionais em todos os aspectos, por isso ousamos desde a cenografia das fotos até o design, incluindo uma diagramação audaciosa, uma produção gráfica cheia de detalhes e uma entrega final diferenciada.

Ficha Técnica

Casa2 Design

Autoria | Ano

Casa2 Design | 2018

Cliente

João Morato





Concurso de Ideias Habitação Social no Largo do Paissandú



BRONZE

Descrição do Projeto

O 27º concurso Projetar.org desafiou acadêmicos a imaginar uma habitação de interesse social no terreno onde se situava o edifício Wilton Paes de Almeida, que desmoronou após um incêndio e deixou desabrigadas cem famílias. Provocar a reflexão dentre os futuros arquitetos sobre as condições precárias em que vive parte da população brasileira, e dos impactos desta situação nas cidades, era o objetivo do concurso. O cartaz deveria chamar a atenção para o tema sem ilustrar o edifício, para não oferecer pistas visuais que pudessem influenciar os participantes. Como resposta, uma imagem conceitual foi criada utilizando cinzas e papel colorido, buscando transmitir a essência do desafio proposto: projetar um espaço no qual as famílias pudessem recomeçar suas vidas, algo como "renascer das cinzas"

Ficha Técnica

Laila Rotter Schmidt

Autoria | Ano

Tête-À-Tête | 2018

Cliente

Projetar.org



Paulista Cultural 2019



BRONZE

Descrição do Projeto

Paulista Cultural 2019 promoveu um domingo de atividades gratuitas. A iniciativa realizou intercâmbios de atividades entre os equipamentos culturais da Avenida Paulista. O projeto teve como objetivo central a democratização do acesso à cultura, e, como principal entusiasta e apoiador o Itaú, responsável pela comunicação do evento. A agência oito planejou e criou a comunicação do projeto a partir de um visual didático, comunicando o posicionamento do público em relação aos equipamentos culturais com a distância medida em passos, além de, ilustrar esses icônicos prédios, criando um skyline das fachadas em outline. Sinalização, posters e demais mídias “hackearam” o conceito “out of home”. Com isso, Itaú foi apontado como principal marca lembrada em pesquisa do Ibope.

Ficha Técnica

Direção de Arte: Sérgio José Barbosa
 Design Gráfico: Sérgio José Barbosa
 Planejamento: Caio Campagni, Nicole Ortiz
 Produção: Patricia Gianini, Mike Souza
 Atendimento: Rodrigo Cocenza
 Direção Geral: Guil Salles

Autoria | Ano

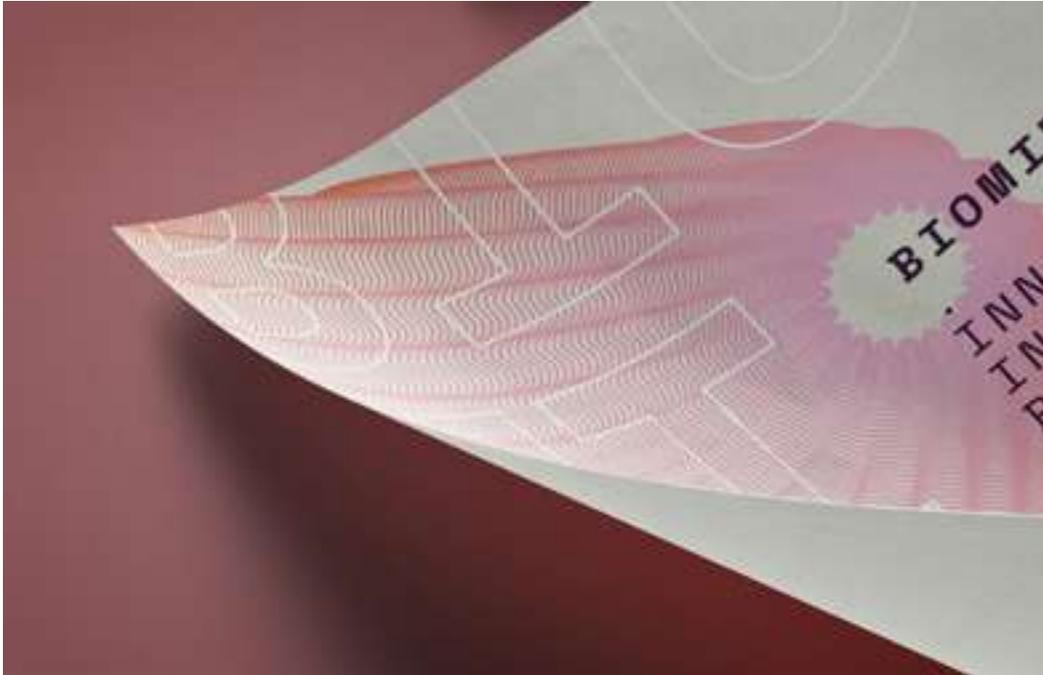
Oito.Ag | 2019

Cliente

Itaú



KES - Biomimicry



BRONZE

Descrição do Projeto

KES (Knowledge Exchange Sessions) é uma plataforma de conteúdo de inovação baseado em tecnologia, comportamento e criatividade. Sua missão é de ajudar empresas a enxergarem seus negócios através de uma nova perspectiva. Para que isto aconteça, o KES proporciona 6 eventos por temporada com a presença de palestrantes que são influenciadores dentro de seus temas, comunidades e movimentos. Nesta edição, a convidada foi Dayna Baumeister para falar sobre biomimética, termo criado para se referir ao estudo da inovação através da natureza e o estúdio foi responsável por desenvolver a comunicação deste evento. O projeto explorou a relação entre formas orgânicas compostas por estruturas duras e matemáticas, representando a soma entre natureza e tecnologia.

Ficha Técnica

Gustavo Garcia, André Arruda

Autoria | Ano

Papanapa | 2019

Cliente

KES



Cartaz Queimadas



BRONZE

Descrição do Projeto

Inicialmente, essa peça seria um cartaz simples, com o objetivo de comunicar o perigo das queimadas nas áreas verdes das cidades que margeiam a Ferrovia Vitória a Minas, que vai do Espírito Santo a Minas Gerais, pertencente à Vale. Mas a necessidade de se destacar do comum, de não se tornar só mais um cartaz em murais de aviso, fez com que pensássemos em algo que atraísse os olhares, que interagisse com as pessoas. Buscamos inspiração nos cartazes holográficos, mas trazendo o elemento craft na feitura da peça para se aproximar ainda mais do público.

Ficha Técnica

Diretor de Criação: Bruno Reis |
Diretor de Arte: Leandro Monjardim |
Redatora: Bruna Rocha | Atendimento:
Elisa Januário | Produção: Ana
Paula Clero

Autoria | Ano

Fire Marketing e Comunicação | 2019

Cliente

Vale



Coca-Cola Valentine's Day



BRONZE

Descrição do Projeto

Série de pôsteres de celebração do dia dos namorados criados especialmente para a Coca-Cola. O desenvolvimento da linguagem partiu de um processo de experimentação gráfica que resultou em narrativas singulares e inovadoras ao traduzir o amor por formas, texturas e traços que compõem diversas manifestações artísticas.

Ficha Técnica

Direção de criação: Marcio Mota |
Direção de design: Cris Inoue | Líder do projeto: Luca Bacchiocchi | Designers: Jade Aiello, Pedro Veneziano, Patricia Clarkson, Estefan Richter, Caio Reis, Livia Nishibe, Louise Haas, Camilla Mattos, Henrique Lucio, Carol Ohashi, Julia Gontier | Fotografia: Maria Clara Villas

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2018

Cliente

The Coca-Cola Company



Palíndromo #5 - Ovo



PRATA

Descrição do Projeto

Assim como nas 4 edições anteriores, o portfólio da Rona Editora é exposto em cadernos, criados pelos colaboradores convidados, através da seleção de papéis e acabamentos distintos, apresentando a diversidade dos serviços da gráfica e da riqueza da discussão proposta. Tendo a Síntese como tema da 5ª edição, simbolizada pelo palíndromo "OVO", o formato A4, o uso de apenas duas cores para impressão (P&B) e caixas de ovos foram utilizados para embalar os diferentes trabalhos criados por colaboradores das áreas da fotografia, arquitetura, design, educação, moda, arte, publicidade e literatura.

Ficha Técnica

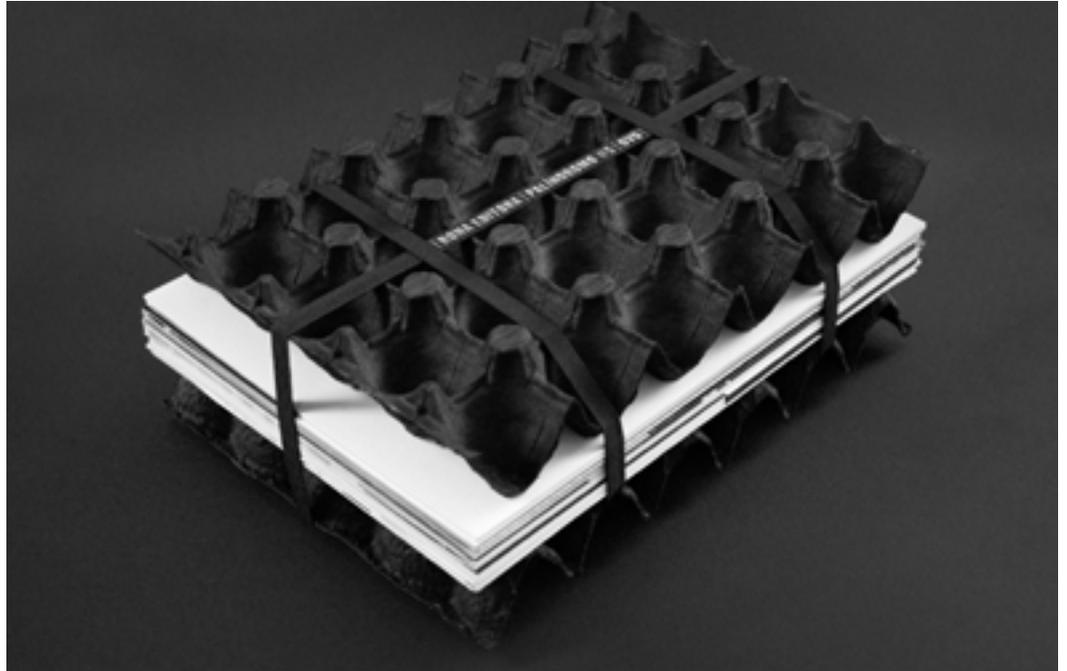
Quartoamado, Nuno Manna e Thiemi Okawara, Fred Paulino, Dijon de Moraes, Léo Rosário, Leonardo Costa Braga, Fernanda Monte-Mór, Luiza Barcelos, Andrea Costa Gomes, Olivia França, Rodrigo Spotorno, Leonardo Chebly, Daniel Moreira, Tipografia Matias, Ricardo Donato, Freusa Zechmeister, Gustavo Greco, Tidé, Alexandre Fonseca e Victor Fernandes.

Autoria | Ano

Greco Design | 2018

Cliente

Rona Editora



O QUE AS VANDAS NÃO CONTAM – MULHERES



PRATA

Descrição do Projeto

O Jornal, de publicação semestral, abriu espaço para uma edição especial criada e desenvolvida apenas por mulheres, sejam da equipe da Greco ou convidadas. O projeto editorial encontrou no tema "feminino de ninguém", proposto pela linguista Lúcia Castello Branco, base para estabelecer um diálogo rico entre design, tipografia, fotografia, ilustração e escrita.

Ficha Técnica

Design: Débora Colares e Fernanda Monte-Mór | Gestão de conteúdo: Emília Junqueira e Fernanda Monte-Mór | Colaboradores: Ana Couto, Cristiana Braz, Daniela Paoliello, Gabriela Junqueira, Isabella Pâmella, Jéssica Gomes, Juliana Machado, Laura Penna, Lucia Castello Branco, Maria Clara Sasdelli, Marília Greco, Renata Polastri, Thereza Nardelli.

Autoria | Ano

Greco Design | 2018

Cliente

Greco Design



Dataviz Sketchbooks



BRONZE

Descrição do Projeto

Concebido inicialmente como presente para um cliente específico, os Dataviz Sketchbooks foram tão bem sucedidos que se tornaram um projeto contínuo da Café. Hoje, com mais de 16 modelos diferentes e versões em inglês e português, os cadernos da Café já rodaram os mundo e são um grande ativo no relacionamento com clientes atuais e nas conversas iniciais com clientes em potencial.

Ficha Técnica

Concepção: Café.art.br | Direção de criação: Leandro Amorim | Direção de design: Henrique Ilidio | Design: Henrique Ilidio, Erlan Carvalho e Gabriela Alcoar | Assistente de design: Renata Guterres | Fotos: Renan Salotto

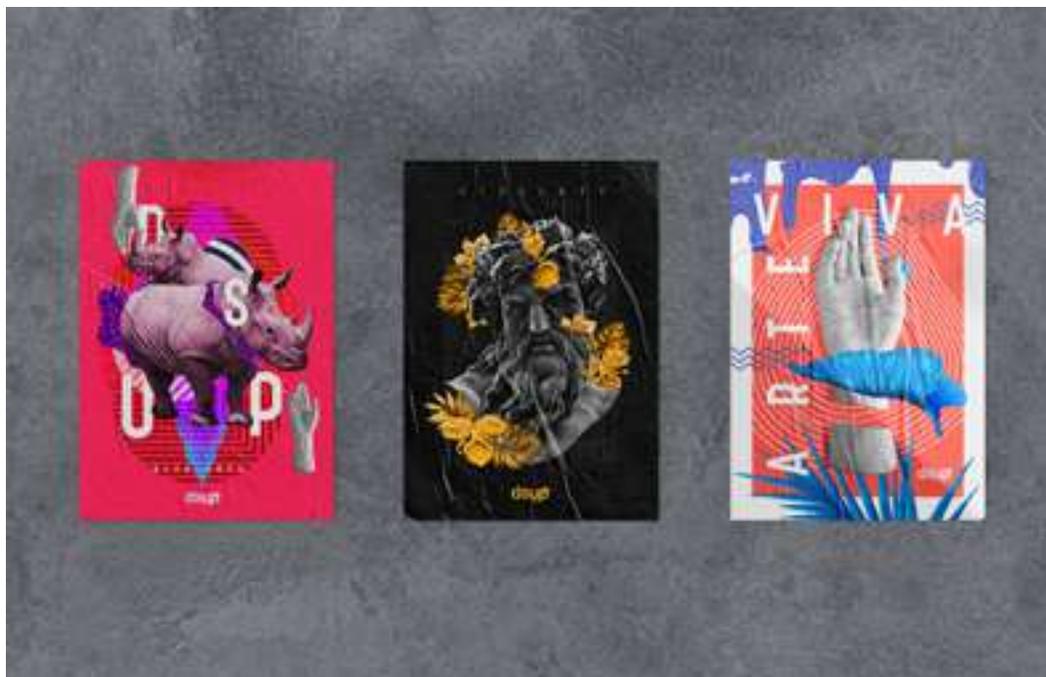
Autoria | Ano

Café.art.br | 2018

Cliente

Café.art.br



VIVA A ARTE**BRONZE****Descrição do Projeto**

Criação de cartazes surrealistas em tamanhos 59,4 x 84,1, que combinam com diferentes conceitos de Design, para aplicação em lambe-lambe em ruas, bares, e locais conceito.

Ficha Técnica

Jean Gardenal, Lucas Ramos, Stefano França, Walanci Aparecido, Daniele Moreno, Amanda Corrêa, Rafaela Araújo

Autoria | Ano

Ds.Up Design | 2018

Cliente

Ds.up Design

Convite de Casamento L&C



BRONZE

Descrição do Projeto

Laila e Caio fazem todo sentido juntos. Uma designer e um arquiteto que compartilham a vida e o trabalho, buscavam expressar a sua personalidade no material gráfico do seu casamento. Para demonstrar a sinergia e complementaridade entre eles, foram criadas peças interativas usando papel transparente, nas quais o texto só podia ser lido quando duas partes separadas eram sobrepostas. O momento de entrega do convite se tornou uma experiência divertida, deixando claro para os convidados de que seria um casamento fora do tradicional.

Ficha Técnica

Laila Rotter Schmidt e Caio Smolarek Dias

Autoria | Ano

Tête-À-Tête | 2018

Cliente

Laila&Caio



Papelaria Brasília Palace Hotel



BRONZE

Descrição do Projeto

Como parte do processo de implementação do projeto de branding, desenvolvemos uma nova papeleria para o Brasília Palace Hotel que refletisse seu posicionamento e o diferenciasse dos demais hotéis da rede.

Ficha Técnica

Direção Geral: Aline Ávila, Maicon Mello Design: Hernan Henrique Pesquisa: Vinícius Pontes Produção Gráfica: Renata Bruna Fotos: Ruy Teixeira e Bento Viana Cliente: Saulo Borges

Autoria | Ano

Made Design For Business | 2018

Cliente

Plaza Brasília Hotéis

Consumer Insight para Faber-Castell



BRONZE

Descrição do Projeto

Recebemos da Faber-Castell o desafio de entender o comportamento do público consumidor de um dos produtos mais emblemáticos da nossa infância: o lápis de cor. Uma ferramenta que é tão simples e, ao mesmo tempo, tão cheia de significados. Para resolver esse quebra-cabeça, nos lançamos em uma extensa pesquisa para descobrir o que está acontecendo nesse mercado, nas gôndolas e, principalmente, na mente dos consumidores. O ato de pesquisar promove o aprendizado, alimenta ideias e gera inovações. Por isso é um processo tão importante. O compilado dessas informações gerou este material, que chamamos de Consumer Insight, garantindo a manutenção do conhecimento na companhia. Esse report tem por finalidade embasar as decisões no que diz respeito ao futuro de suas linhas de lápis de cor.

Ficha Técnica

Matheus Pinto, Moisés Hansen, Bruna Dipp, Mariana De Luca, Mariana Baldi

Autoria | Ano

Valkiria Inteligência Criativa | 2018

Cliente

Faber-Castell



PREMIADOS 2019

EMBALA GEM

Piraquê: Uma Nova Pira



PRATA

Descrição do Projeto

Nascida na década de 50, a Piraquê se tornou uma das mais tradicionais indústrias alimentícias do país e hoje resgata sua singularidade e constrói a visibilidade necessária para expandir seus negócios. Com o crescimento de suas diferentes linhas de embalagem detectamos que estava na hora de rever a essência e o propósito, transmitindo-o tanto na sua versão institucional, como em toda a sua arquitetura de embalagens.

Ficha Técnica

CEO: Renata Melman | Diretor de Criação: Mike Câmara e Daniel Innaelli | Diretora de Contas: Carol Ribeiro | Atendimento: Karen Kiocia | Designers: Ingrid Dearo, Ana Carolina Pierro, Danilo Hasegawa, Tayla Bassichetti, Patrícia Martins e Felipe Amorim

Autoria | Ano

100% Design | 2018

Cliente

Piraquê



Azeite Sabiá



BRONZE

Descrição do Projeto

O Azeite Sabiá tem produção artesanal e nacional, com padrão de qualidade à altura de grandes rótulos. Para homenagear tanto as oliveiras que produzem o azeite quanto o local de seu cultivo, foi criado um símbolo no qual é possível perceber a silhueta do pássaro sabiá-laranjeira e também da folha de oliveira. Para o rótulo, a escolha pela predominância do branco em papel texturizado ganha destaque em gôndola, além de comunicar o frescor, a artesanidade e a sofisticação do produto. Em segundo plano, representando a região da fazenda, na Serra da Mantiqueira, ilustrações de folhas de oliveiras que ecoam a forma do símbolo da marca foram aplicadas em hotstamping prata, agregando detalhes sofisticados e um jogo de luminosidade interessante para ser apreciado durante o manuseio da embalagem.

Ficha Técnica

Alexandre Rizzuti, Arnaldo Bastos, Cesar Hirata, Everton Silva, Ewerton Mokarzel, Helio Carvalho

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2019

Cliente

Sabiá



Cepêra: O Sabor da Vida Não Tem Receita



BRONZE

Descrição do Projeto

A tradicional empresa brasileira decidiu alterar embalagens, refletindo seu posicionamento. A intenção, além de rejuvenescer a imagem, foi demonstrar os seguintes valores: caseira (preserva qualidade da matéria-prima, utilizando processos naturais com toque handmade); inclusiva (preço acessível, ainda que ofereça opções mais elaboradas), brasileira (busca refletir o orgulho de permanecer nacional) e autêntica. Conferir autenticidade a produtos nesse setor foi um desafio. Abrimos mão das costumeiras ilustrações e focamos em letterings exclusivos, enfatizando memórias e experiências com criações culinárias e pessoas queridas e refletindo “o sabor da vida não tem receita”. As embalagens, portanto, se diferenciam dos produtos da concorrência na prateleira.

Ficha Técnica

CEO: Renata Melman | Diretor de Criação: Mike Câmara | Diretora de Contas: Carol Ribeiro | Atendimento: Karen Kiochia | Designers: Igor Sá, Andrea Kulpas, Patricia Martins, Ingrid Dearo e Felipe Amorim

Autoria | Ano

100% Design | 2019

Cliente

Cepêra



Frisabor — Novos Sabores



BRONZE

Descrição do Projeto

Frisabor, criada em 1957, é a marca de sorvete mais tradicional de Pernambuco e uma das líderes de mercado no segmento. Há 06 anos, a empresa trocou de comando e passou por uma profunda transformação desde sua fábrica até a sua identidade visual. Processo onde o Estúdio Mola esteve presente desde o início. Em 2019, para manter a relevância de seu portfólio no dia a dia das pessoas, a Frisabor criou novos sabores e uma nova linhas de produtos. O Estúdio Mola, acompanhando o movimento da companhia, criou embalagens que evidenciam o posicionamento diferenciador dos lançamentos, mas mantém o conceito visual proprietário da marca. O resultado é uma atualização de portfólio que contribui na definição de papéis claros para suas linhas de produtos, sem perder sua essência no ponto de venda.

Ficha Técnica

Direção de Design: Daniel Pinheiro
Direção de projeto: Raquel Uchôa
Atendimento: Raquel Uchôa e Eduardo Rodrigues
Design: Daniel Pinheiro, Iramaya Rocha, Inácio Eugênio e Eduardo Azerêdo.

Autoria | Ano

Estúdio Mola | 2019

Cliente

Frisabor



Super Labs: Snacks Saudáveis



BRONZE

Descrição do Projeto

O projeto consiste na criação do design gráfico de embalagem para uma nova linha de snacks saudáveis da Super Labs, uma empresa jovem que deseja conversar com um público igualmente jovem, que valoriza um estilo de vida saudável e prático. Alinhado a essa estratégia, as embalagens traduzem de maneira objetiva e intuitiva, as informações a respeito do produto facilitando a interação do consumidor no momento da compra e de consumo. O projeto gráfico traz cores vibrantes, elementos simplificados e comunicação direta ao ponto para evidenciar os ingredientes de cada snack, traduzindo o propósito da marca de descomplicar a alimentação saudável em um produto nutritivo, saudável e sem frescura também na embalagem.

Ficha Técnica

Matheus Pinto, Moisés Hansen,
Artur Cunha

Autoria | Ano

Valkiria Inteligência Criativa | 2019

Cliente

Super Labs



Verde Campo



BRONZE

Descrição do Projeto

A marca Verde Campo une o cuidado com a qualidade e origem de seus ingredientes, escolhidos a dedo, aos processos de produção que envolvem ciência e tecnologia, sempre em parceria com a natureza. Seus produtos são fruto desta união e revelam a paixão dos especialistas por trás deles. Em uma nova fase, reafirmando seus valores, Verde Campo garante 100% da naturalidade de seus ingredientes e tem sua marca, sistema de identidade visual e de navegação de portfólio revisitados. Da união entre ciência e natureza, nasce o conceito que direciona a criação e dos princípios de design simples, bold e natural, surgem a marca, os rótulos e os desdobramentos da identidade.

Ficha Técnica

Direção de criação: Marcio Mota
 | Direção de design: Cris Inoue |
 Designer responsável: Patricia Clarkson |
 Time estendido: Camilla Mattos, Caio Reis, Estefan Richter e Ana Lobo

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2018

Cliente

The Coca-Cola Company



Nestlé Grego Redesign



BRONZE

Descrição do Projeto

A Nestlé, uma das maiores empresas de iogurtes do Brasil, foi a pioneira na introdução dos iogurtes tipo grego no país. Após o amadurecimento desse segmento, a empresa propôs à Pande o desafio de definir um marco evolutivo para a categoria no Brasil, reconstruindo assim suas próprias credenciais. A nova identidade passou por um completo redesign, incorporando uma linguagem aquarelada às tradicionais imagens das igrejas de Santorini. Outro desafio importante foi verticalizar a exposição do produto unitário. Para cumprir esse desafio, desenvolvemos um shape inovador, trazendo muito mais destaque e presença da marca nos pontos de venda.

Ficha Técnica

Líder de Projeto: Marta Cardoso e Gian Franco Rocchiccioli | Estratégia: Thiago Belas | Diretor de Criação: Waldir Boaretto | Atendimento: Alessandra Diniz, Fabiana Talá e Regina Gobbi | Designer Sênior: Ronaldo da Cruz | Designer Pleno: Isis Wolf e Marcello Caetano | Arte-finalista: Elaine Habara, Fábio Gravina, Lúcia Santos, Alessandro Barbosa

Autoria | Ano

Pande | 2019

Cliente

Nestlé DPA



Novo Corpus Danone



BRONZE

Descrição do Projeto

O mundo hoje vive uma realidade social de constante pressão para passarmos uma imagem idealizada na vida real e digital: perfeita, confiante, saudável, independente, ativa e feliz, o que acaba não deixando as pessoas sentirem-se livres para serem quem quiserem, para terem a aparência que escolherem. Corpus veio libertar as convenções sociais sobre o que realmente significa comer light, mostrando que é possível ter uma alimentação saudável e com muito sabor. É por isso que Corpus se comprometeu a trazer inspiração e inovação para ajudar a quebrar o status quo da alimentação leve e provocar mudanças positivas na vida das pessoas.

Ficha Técnica

Direção de criação: Alexander Sugai
 | Direção de arte: Rodrigo Camargo
 | Atendimento: Mariela Basile |
 Produção Gráfica: Marcela Nishida |
 Cliente Responsável: Mariana Dutra e
 Bárbara Silva

Autoria | Ano

Dragon Rouge | 2018

Cliente

Danone



Camila Farani - Embalagem Café



BRONZE

Descrição do Projeto

O ritual ancestral de fazer uma pausa para o café, transcende gerações e vem com um toque de sofisticação que serve como elo entre passado dos imigrantes italianos que investiram sua força de trabalho no interior paulista e o presente, com a investidora-anjo e referência no empreendedorismo Camila Farani. Isso serviu de contexto ao desenvolvimento das embalagens para a linha de cafés Farani com três tipos: premium, orgânico e cappuccino. A influência de Camila no conceito inspirou a inclusão de um breve resumo na embalagem sobre a trajetória dela, com mais de 30 startups no currículo e negócios como o Farani Cafê.

Ficha Técnica

Gestão de Projeto e Arte: Rodrigo Alysson Queiroz Felix Bezerra |
Design Gráfico: Leonardo Martins e Rafael Ferreira

Autoria | Ano

DDID | 2018

Cliente

Farani Cafê



Choiko



BRONZE

Descrição do Projeto

A Doce Paladar é uma tradicional confeitaria goiana com mais de 20 anos de atuação. A empresa fabricava há algum tempo chocolates artesanais e já havia lançado o produto no mercado. Os chocolates eram vendidos nas próprias lojas em baixa escala. A partir de uma necessidade do cliente, foi solicitado uma embalagem mais atrativa, que despertasse maior interesse e desejo de consumo nos clientes. Coube ao IENE Design o processo de naming e a criação de uma embalagem que contemplasse todas as necessidades do cliente e do produto.

Ficha Técnica

Rafael Serpa, Tiago Oliver, Aurélio Júnior e Sabrina Pontes

Autoria | Ano

IENE Design | 2019

Cliente

Doce Paladar

Mãe Terra NU



BRONZE

Descrição do Projeto

Como introduzir a marca Mãe Terra, conhecida por seus produtos naturais e saudáveis, na indulgente categoria de snacks? Usamos a personalidade simples e verdadeira de Mãe Terra para criar a linha NU, reforçando que mesmo ao fazer snacks Mãe Terra se mantém saudável e transparente quanto a seus ingredientes, sem frituras ou pozzinhos artificiais. A linha NU se desdobrou em diferentes produtos sempre com a matéria prima muito próxima do produto final.

Ficha Técnica

Mario Narita | Fernando Quintas | Renato Aota | Mariana Pompeu

Autoria | Ano

Narita Design & Strategy | 2019

Cliente

Unilever



Carapreta



BRONZE

Descrição do Projeto

Carapreta é uma nova marca de carnes nobres de origem bovina, ovina e peixes. Nas embalagens, a combinação do preto, cor que também dá nome à marca, e dourado representa a nobreza das carnes Carapreta. O uso de hotstamp ressalta ainda mais essa característica do produto, lançando mão de um recurso gráfico que não é comumente utilizado nesse tipo de embalagem.

Ficha Técnica

Direção de criação: Gustavo Greco
 | Gerente de criação: Tidé | Design:
 Zumberto | Produção: Allan Alves |
 Gerente de projeto: Emília Junqueira

Autoria | Ano

Greco Design | 2019

Cliente

Grupo ARG

Cardeal



BRONZE

Descrição do Projeto

A Cardeal é uma pequena empresa de alimentação, focada em produtos (biscoitos e doces) feitos a partir da castanha do caju, fruto abundante na região nordeste do Brasil e parte da cultura alimentar de seu povo. A empresa precisava se reinventar e abrir novos mercados (inclusive internacionais) através de uma nova identidade visual e de novas embalagens.

Ficha Técnica

Allyson dos Reis Monike Oliveira
Sidney Marcos Daniel Rebouças
Larissa Viegas

Autoria | Ano

Abracadabra | 2018

Cliente

Cardeal Foods



Leve Natu**BRONZE****Descrição do Projeto**

Desenvolvimento de identidade visual e embalagens para empresa de alimentos saudáveis congelados. A Leve Natu produz refeições orgânicas, com ingredientes 100% naturais, sem conservantes e com ultracongelamento que garante o sabor e os nutrientes por mais tempo.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Alexandre Nami
 Designers: Alexandre Nami, Thiago Rodrigues da Silva, Nelson Junior
 Gestão de conta: Pedro Nami

Autoria | Ano

Brandigno | 2018

Cliente

Leve Natu

Leiteria Catarina



BRONZE

Descrição do Projeto

Projeto de identidade visual e rótulos para empresa que produz queijos e doces artesanais. A Leiteria Catarina é o negócio de uma família italiana do interior de São Paulo, que faz produtos à base de leite há 3 gerações.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Alexandre Nami
Designers: Alexandre Nami, Thiago Rodrigues da Silva, Nelson Junior
Gestão de conta: Pedro Nami

Autoria | Ano

Brandigno | 2018

Cliente

Leiteria Catarina



DNA Forest: Polpas de Fruta



BRONZE

Descrição do Projeto

Desafio: Criar uma nova marca de Polpas de Frutas que fosse capaz de mudar a percepção de commodity do segmento, principalmente no mercado internacional. Além do Brasil, a DNA Forest tem foco na China.

Ficha Técnica

Ciro Rocha, Raphael Iglesias, Catherine Grasmuk, Andressa Pedrini, João Tiago Camargo, Ana Flávia Fernandes

Autoria | Ano

Enredo | 2019

Cliente

DNA Forest

Nóblis



BRONZE

Descrição do Projeto

Criação de identidade visual e linha de embalagens para Nóbli, indústria de produtos importados, selecionados e saudáveis, tais como sal rosa, temperos, castanhas e sementes.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Alexandre Nami
 Designers: Alexandre Nami, Thiago Rodrigues da Silva, Nelson Junior
 Gestão de conta: Pedro Nami

Autoria | Ano

Brandigno | 2018

Cliente

Nóbli



KitKat Sabores



BRONZE

Descrição do Projeto

Design de embalagem para novo formato e variedade de sabores de KitKat, agora com frutas.

Ficha Técnica

criação: Luis Bartolomei Fernanda Varnum Guilherme Matos Ricardo Ribeiro Fulvio Irente Natalia Cruz Luciana Ruffo Gabriela Costa
atendimento: Ludovic Dapoigny Ana Biselli Karen Enumo Leonardo Ferrareze **produção:** Rodrigo Ferreira Bruna Andriotti Raquel Carletti Thiago Tyska Melissa Schifflini Talita Weh Anderson Oliveira **revisão:** Renato Storni

Autoria | Ano

Cba B+G | 2019

Cliente

Nestlé Brasil

Knorr Massas



BRONZE

Descrição do Projeto

Embalagens para lançamento da nova linha de massas Knorr, categoria inédita à marca.

Ficha Técnica

Luiz Sanches Junior Danilo Helvadjian
Ingrid Lafalce Cristiano Vinciprova

Autoria | Ano

Crx | 2018

Cliente

Unilever



Linea Azul



BRONZE

Descrição do Projeto

Design de embalagens para uma marca de sorvetes icônica no mercado cubano.

Ficha Técnica

CRIAÇÃO: Luis Bartolomei Alex Diniz
 Guilherme Matos Luciano Semeria
 ATENDIMENTO: Ludovic Dapoigny
 Rodrigo Ramirez PRODUÇÃO: Rodrigo
 Ferreira Bruna Andriotti Raquel
 Carletti Thiago Tyska REVISÃO:
 Renato Storni

Autoria | Ano

Cba B+G | 2018

Cliente

Nestlé Cuba

Reserva Real



BRONZE

Descrição do Projeto

Design de embalagem para nova linha de chocolates premium da Nestlé México

Ficha Técnica

CRIAÇÃO: Luis Bartolomei Fernanda Varnum Ricardo Oliveira Alex Diniz Gabriel Mendes Samuel Profeta Daniella Chen Lila Biffi Guilherme Serpa Stefane Caroline carina benitez
 ATENDIMENTO: Ludovic Dapoigny Ana Biselli PRODUÇÃO: Rodrigo Ferreira Bruna Andriotti Raquel Carletti Thiago Tyska REVISÃO: Renato Storni

Autoria | Ano

Cba B+G | 2018

Cliente

Nestlé México



Redesign Embalagem Arapuru Gin



IMPRESSÃO EM CMYK & PANTONE METÁLICO > APLICAÇÃO DE HOT STAMMING & RELEVO



PRATA

Descrição do Projeto

O Arapuru, primeiro Gin premium da categoria London Dry no Brasil, une o melhor das tradições inglesas na produção da bebida com ingredientes genuinamente brasileiros, em um processo artesanal de pequenos lotes. Apesar de um lançamento bem-sucedido, a versão anterior do rótulo se prendia a sofisticação e as referências estrangeiras. Com a expansão do mercado de gin no Brasil e aumento da competitividade foi necessário um redesign para posicionar mais claramente o orgulho brasileiro promovido pelo produto. Revisitamos as referências culturais da marca para a criação de novo universo visual e consequente elaboração das novas embalagens, resultando em um lettering exclusivo, inspirado na tipografia vernacular amazônica, além de um rico dicionário visual que representa os 5 cantos do Brasil.

Ficha Técnica

Design: Arthur Felipe, Rodrigo Almada, André Maciel e Kevin Cantrell | Cliente: Mike Simko | Menções: Bruno Bertani, Johnny Soares, Alessandra Baptista e Bruno Scramgnon

Autoria | Ano

Duopixel Design + Black Madre Atelier & Kevin Cantrell Studio | 2019

Cliente

Arapuru Gin



Territórios YVY



PRATA

Descrição do Projeto

A destilaria YVY lança uma nova linha de gins, inspiradas na cultura e na diversidade do Brasil. Serão seis sabores, baseados nos ingredientes e características de cada bioma: Mata Atlântica, Cerrado, Caatinga, Pampa, Amazônia e Pantanal. Descobrir para destilar. A expedição Territórios YVY já passou pela Mata Atlântica e Cerrado e seguirá ao longo do ano de 2019 atravessando o país em busca da essência de cada bioma. Toda a riqueza dessas receitas e a importância cultural e histórica de cada um desses espaços foram o ponto de partida para o desenvolvimento de uma identidade visual envolvente e instigante.

Ficha Técnica

Direção de criação: Paula Cotta e Renata Polastri Criação: Eduardo Araújo Textos: Marcela Dantés Fotos: Rafael Motta Vídeo: 42 Fotografia

Autoria | Ano

Estúdio Bogotá | 2019

Cliente

Destilaria YVY



Tea 4U | Danone



PRATA

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de conceito gráfico para a nova linha de chás com fruta da Danone: Tea 4U.

Ficha Técnica

Bendito Design

Autoria | Ano

Bendito Design | 2018

Cliente

Danone Ltda

OH A ÁGUA



BRONZE

Descrição do Projeto

OH á água nasce no Rio de Janeiro em todos os sentidos: propósito e design. Protege a natureza com a menor geração de resíduo, apenas 1. Menos 70% emissão de CO2 e 90% de economia para produzir e gelar. Leva saúde através da sua combinação única de alcalinidade e salinidade, com 40mg de magnésio/litro, lacre inviolável e embalagem que não retém sujidades. Deixa o Rio de Janeiro mais leve, colorido e consciente. O formato, ergonômico, trás facilidade ao segurar e retrata os contornos fascinantes do Rio. É prática e desenrolada como todo carioca. Mata a sua sede em Copas, no Maraca, na Brasil, na Apoteose, no Cristo ou em Bonsucesso. Não é copinho, não é pet, não é normal. É oh. A água do Rioh. É sobre mais saúde, mais amiga da natureza, mais desenvolvimento social. É a favor do Rio.

Ficha Técnica

Criação: Igor Ribeiro e Ling Blues |
Gestor de Contas: Luiz Barbosa |
Cliente: G2OH

Autoria | Ano

Is Branding | 2019

Cliente

G2OH





Rótulo do Velhaco



BRONZE

Descrição do Projeto

Devaneio do Velhaco é uma cervejaria e bar que nasceu, literalmente, de um sonho: durante uma imaginária conversa com o seu avô Salvador, um dos sócios recebe a missão de abrir uma cervejaria na antiga casa da família no Centro Histórico de Porto Alegre/RS. Hoje vivendo um momento de expansão, a cervejaria passou a engarrafar suas cervejas para introduzir a marca em outros estados. Portanto, era necessário desenvolver um projeto de embalagem que desse continuidade e expandisse a experiência de marca para fora da casa do Velhaco, até então o principal ponto de contato com o público. Nasce, assim, o Rótulo do Velhaco, uma embalagem pensada para representar o conceito por trás da marca e ainda respeitar necessidades de um negócio que recentemente completou seu 1º ano desde a inauguração.

Ficha Técnica

Diretor Criativo: Felipe Bernardes Amaral | Head de Design: Rafael Poloni | Universo Verbal: Natália Athayde Porto | Fotografia: Eduardo Bussolin

Autoria | Ano

StudioBah | 2019

Cliente

Devaneio do Velhaco

Rebranding Orloff



BRONZE

Descrição do Projeto

Juventude é estado de espírito. Então, como aproveitar o potencial desse momento que define como será “o resto de nossas vidas”? Com atitude positiva para uma vida mais leve. Foi a partir desse contexto que a Pernod Ricard nos convidou para reaproximar a marca Orloff do público jovem.

Criando uma oportunidade para falar com ele de igual para igual. Nossa proposta foi elaborar um Momento OFF, uma pausa para olhar a vida de uma outra maneira. Um momento de descontração que mistura atitude positiva com leveza. E libera a sensibilidade criativa que permite enxergar tudo de um jeito diferente. A partir desse posicionamento, desenvolvemos as diretrizes de expressão que guiaram o movimento da marca, em seus principais pontos de contato, para uma direção mais contemporânea e inspiradora

Ficha Técnica

Equipe Tátil

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2018

Cliente

Orloff



37 Coffee



BRONZE

Descrição do Projeto

Atuante no mercado capixaba, a marca de cafés 37 Coffee necessitava de um novo posicionamento frente a oportunidade de expandir os negócios para o território estadunidense. Nesse contexto, uma nova identidade visual e um novo sistema de embalagens foram concebidos. Com o design fundamentado na ilustração e um lettering exclusivo para o logotipo, seu principal objetivo foi a diferenciação dos produtos concorrentes, ressaltando a origem e o propósito da marca. Como resultado, temos uma embalagem que evidencia a produção e a experiência de se beber um café especial, ao representar de forma fantástica a região de cultivo e as pessoas que participam do processo, desde a produção até o consumo, além de empregar o design brasileiro como diferencial competitivo.

Ficha Técnica

Criação: Alex Furtado, Thais Melotti e Filipe Motta Ilustração: Alex Furtado
Gestão do projeto: Giulliano Kenzo

Autoria | Ano

Locomotivo | 2018

Cliente

37 Coffee



MixxTail



BRONZE

Descrição do Projeto

A OBinbev lançaria Mixxtail Ice, os primeiros coquetéis ready to drink no mercado coreano, e seria necessário desenvolver uma identidade visual nas embalagens capaz de comunicar esse grande lançamento e instigar os público jovem. A imagem da coqueteleira, um dos principais assets da marca, criou um visual icônico, enquanto o nome ICE, somado às cores vibrantes, completou o visual de forma moderna, jovem e instigante. Este é o toque final para consolidar o posicionamento desse novo produto: incluímos nos packs a imagem de cada coquetel em sua apresentação mais memorável, ou seja, nas icônicas taças e copos de vidro. As embalagens ganharam um tom atraente que se conectaram diretamente aos desejos e às aspirações dos consumidores.

Ficha Técnica

Fernando Quintas | Aleksander Xenofonte | Renato Aota | Juliana Ometto

Autoria | Ano

Narita Design & Strategy | 2018

Cliente

OBinBev



Hora do Chá



BRONZE

Descrição do Projeto

Aproveitando uma necessidade de adaptação a uma nova legislação, a linha de chás especiais da tradicional marca Sanitas, do Laboratório Lifar, foi reposicionada para ganhar relevância e diferenciação nesse segmento de mercado. Analisando a concorrência, percebemos a oportunidade de criar uma comunicação próxima, afetiva e encantadora, mas principalmente de propor uma experiência de transformação de estado de espírito através do hábito de tomar chá em momentos diferentes do dia. O foco no bem-estar e nas múltiplas possibilidades de ser, sentir e fazer ao longo do mesmo dia gerou uma explosão de cores, ícones e conversas que tornaram-se destaque nas gôndolas dos tradicionais clientes.

Ficha Técnica

Designer: Alan Horn e Jéssica Weimar
 | Atendimento: Rosi Germann e Emileine Ehlers | Arte Final: Tamires Lima da Silva | Diretor de Criação: Mauricio Furlanetto | Redação: Cristhine Bressiani

Autoria | Ano

UP Design | 2019

Cliente

Laboratório Lifar



TRES: Regiões do Mundo



BRONZE

Descrição do Projeto

Visando a expansão da linha e a entrada na categoria de cafés especiais, a marca TRES apresentou à Pande o desafio de criar uma nova linha de cafés de origem, provenientes das principais regiões cafeeiras do mundo. Essa nova linha, além de trazer elementos de linguagem da marca, precisava expressar, de maneira evidente, a região e o país de Origem do café. Após pesquisa da história e principais movimentos culturais e artísticos de cada país, foi construída uma estrutura de embalagem que facilita o reconhecimento da marca e da linha de produtos e que, ao mesmo tempo, representa, através de seus grafismos, tipografia e ilustrações, cada região de Origem dos seus grãos.

Ficha Técnica

Líder de Projeto: Marta Cardoso e Gian Franco Rocchiccioli | Estratégia: Hugo Freitas | Diretor de Criação: Bruno Didário | Atendimento: Alessandra Diniz, Fabiana Talá | Designer Sênior: Thais Damião | Designer Pleno: Marcello Caetano | Arte-finalista: Melissa Katayama, Fabio Gravina, Elaine Habara, Alessandro Barbosa

Autoria | Ano

Pande | 2018

Cliente

Três Corações



Redesign Bebidas em Cápsulas Tres



BRONZE

Descrição do Projeto

Estabelecida como uma das principais marcas de bebidas em cápsulas do país, a marca TRES, do grupo 3 Corações, teve o desafio de renovar seu posicionamento e embalagens. Conhecida pela qualidade de seus cafés, o projeto deveria aumentar a percepção de variedade de bebidas, reforçando os equities conquistados pela marca desde seu lançamento. Com três diferentes categorias de bebidas (cafés, chás e bebidas cremosas), o projeto começou com a identificação dos atributos sensoriais mais relevantes ao consumidor. O resultado: uma linha de embalagens criada para um consumidor que entende que bebidas em cápsulas valorizam o sabor, textura, cor e aroma, além da praticidade.

Ficha Técnica

Líder de Projeto: Marta Cardoso e Gian Franco Rocchiccioli | Estratégia: Hugo Freitas | Diretor de Criação: Bruno Didário | Atendimento: Alessandra Diniz, Fabiana Talá e Regina Gobbi | Designer Sênior: Bruno Didário | Designer Pleno: Marcello Caetano | Arte-finalista: Melissa Katayama, Elaine Habara, Alessandro Barbosa

Autoria | Ano

Pande | 2019

Cliente

Três Corações



TNT - Nova Embalagem e Novos Sabores



BRONZE

Descrição do Projeto

A TNT é uma das maiores marcas de energético no mercado nacional, e traduz a energia em forma de resistência, tanto física quanto cultural. A marca tem como foco a promoção de cultura alternativa e dá voz à diversidade. A “resistência” foi traduzida de forma que o posicionamento, tom verbal e identidade visual refletissem as mudanças culturais presentes nos centros urbanos: a ocupação de espaços, os reflexos culturais de poesia, arte urbana, música e empreendedorismo. O lançamento dos novos sabores também reforçou o novo momento da marca, além dos tradicionais sabores original, zero, tangerina e maçã verde, foram lançados açaí com guaraná, citrus e pêssego.

Ficha Técnica

Alexandra Borin | Arnaldo Bastos
| Carolina Lyra | Ciro Geara | Diego Oliveira | Gustavo Vasconcelos | Letícia Shino | Luiz Mello

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2019

Cliente

Grupo Petrópolis



RedRock



BRONZE

Descrição do Projeto

Com a grande entrada de cervejas importadas na Coreia do Sul, o cenário estava se tornando extremamente competitivo e desafiador para as marcas locais. Red Rock, uma tradicional marca local vinha perdendo relevância entre os consumidores. Assim com a criação de um novo posicionamento – ancorado na busca ao redor do globo por maltes de qualidade e por sua torra criar a cor, o aroma e o sabor característicos dessa cerveja, criamos uma identidade visual que rompeu com os tradicionais assets da categoria. A imagem real do malte ao fundo valoriza o cuidado na seleção dos ingredientes e, somada à imagem do mapa, reforça a busca pela qualidade.

Ficha Técnica

Mario Narita | Fernando Quintas |
Alexsander Xenofonte | Renato Aota |
Ícaro Matias | Juliana Ometto

Autoria | Ano

Narita Design & Strategy | 2019

Cliente

OBinBev



Ozas Bier - Cerveja Artesanal



BRONZE

Descrição do Projeto

Um piloto de avião decidiu abraçar seu gosto por cervejas artesanais e criar a Ozas Bier para representar sua cidade, Osasco, nesse mercado cada vez mais crescente. O projeto consistia em criar 3 rótulos para os 3 tipos de cervejas disponíveis, APA, Weiss e Vienna, para isso ele propôs ousadia e irreverência no design da marca, com um estilo de ilustração específico e bem colorido, os rótulos deveriam representar todo esse background do cliente e buscar se destacar dos demais.

Ficha Técnica

Gerente de projeto: Nilton Soares
Design: Naiara Peres

Autoria | Ano

Estúdio Neoimagine | 2018

Cliente

Ozas Bier



Skol - Embalagens



BRONZE

Descrição do Projeto

A Skol é uma das maiores e mais inovadoras marcas de cerveja do Brasil. Em um movimento com início em 2017 têm ampliado seu portfólio de produtos, estendendo seu alcance para novos públicos. Para acompanhar essa mudança desenvolvemos um novo sistema completo de embalagens, que engloba tanto a cerveja Skol Pilsen, já presente no portfólio, novos lançamentos como Skol Hops e Skol Puro Malte, além de lançamentos futuros.

Ficha Técnica

Equipe Tátil

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2018

Cliente

AMBEV

Uva em Garrafa



BRONZE

Descrição do Projeto

O produto tem seu nome literal, Uva em Garrafa, porque em seus ingredientes não é utilizado nada além de uva da melhor qualidade e a garrafa para sua distribuição. A marca pretende atrair um público jovem que busca por alternativas saudáveis, com uma comunicação clara, direta e objetiva. A HIGH BRANDS criou uma embalagem com design minimalista, moderna e fora do comum, alinhada com a proposta inusitada do nome.

Ficha Técnica

Designer – Tatiane Kindermann Cabral
| Fotógrafo – Michel Teo Sin

Autoria | Ano

HIGH BRANDS | 2019

Cliente

UVA EM GARRAFA



Cervejaria Tarantino



BRONZE

Descrição do Projeto

Nosso desafio com a Cervejaria Tarantino foi o de consolidar um esforço de mais de 10 anos na democratização da cerveja artesanal – culminando na inauguração de sua própria sede: a primeira fábrica de cerveja artesanal de nível internacional na zona urbana da cidade de São Paulo – e comunicar isso por meio de uma nova identidade visual e uma sólida estratégia de posicionamento de marca.

Ficha Técnica

Dir. de projeto Ivy Miranda, Mariana Jorge Conceito Mariana Jorge, Rodrigo Puelles Id. Visual Rodrigo Puelles, Laís Oliveira (submarcas) Gaffiti Simone Siss, Pato Patológico, Nick Alive, Nave Mãe Design Gabriel Catte, Gabriel Guimarães, Ivy Miranda, Laís Oliveira, Rodrigo Puelles e Thiago Limón Id. Verbal Fernando de Jesus Foto FIB, divulgação

Autoria | Ano

Fib | Fábrica De Ideias
Brasileiras | 2018

Cliente

Cervejaria Tarantino

Growler Ambar



BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de rótulo para o growler (garrafa para armazenamento de cervejas) do Ambar, bar de cervejas artesanais localizado em SP. A casa trabalha com diversos tipos de cervejas engatadas e permite que seu público leve os produtos oferecidos para casa e pra isso foi desenvolvido um produto que, além de sua função, funcione como um objeto de desejo, narrativa e decoração.

Ficha Técnica

Gustavo Garcia, André Arruda e Thiago Bellotti

Autoria | Ano

Papanapa | 2019

Cliente

Ambar





LISPOA Craft Beer



BRONZE

Descrição do Projeto

Dois jovens partem de Porto Alegre pra estudar e empreender em Lisboa. Desta conexão do Brasil / Portugal e de velhas paixões, surge uma nova cerveja. Experiências de lá e de cá que resultam numa bebida repleta de sabores e aromas. A Elefante Project foi a responsável por traduzir essa história para a linguagem visual e os rótulos de LISPOA

Ficha Técnica

Diretor de criação: Daniel Araujo
Diretora de novos negócios: Debora Chiofalo

Autoria | Ano

Elefante Project | 2018

Cliente

LISPOA Craft Beer

Pomar-Match



BRONZE

Descrição do Projeto

Pomar é uma empresa familiar fundada em 1994 que produz sucos concentrados e polpas de fruta. Em seu reposicionamento de marca nós criamos uma nova identidade visual e tipografia própria inspiradas em sua antiga identidade e novas embalagens para os seus produtos.

Ficha Técnica

Allyson dos Reis Monike Oliveira
Sidney Marcos Marina Sousa Mariana
Araújo Pedro Theodoro

Autoria | Ano

Abracadabra | 2019

Cliente

Pomar



Zuur Gin



BRONZE

Descrição do Projeto

O gin Zuur tem como característica principal a presença de limão capeta em sua composição, fruta comum no cerrado mineiro. O objetivo da embalagem é traduzir graficamente a combinação entre uma bebida de origem holandesa e elementos tipicamente brasileiros.

Ficha Técnica

Direção de criação: Gustavo Greco
 | Gerente de criação: Tidé | Design:
 Zumberto | Gerente de projeto:
 Emília Junqueira

Autoria | Ano

Greco Design | 2018

Cliente

INBECA - Indústria de Bebidas Capim Branco LTDA



Miö**PRATA****Descrição do Projeto**

Dar destaque aos elementos de identidade da marca (cor, tipografia e padrão gráfico) nas embalagens, apostando na diferenciação do que é tido como padrão no varejo. Cores fluorescentes e padrões gráficos destacam o produto na gôndola.

Ficha Técnica

Direção de criação: Gustavo Greco |
Gerente de criação: Tidé | Design: Tidé
| Gerente de projeto: Victor Fernandes

Autoria | Ano

Greco Design | 2019

Cliente

Drogaria Araujo



Secar Geladeira



BRONZE

Descrição do Projeto

Soin, grupo proprietário da marca Secar, líder em seu setor, contratou a ACDI para conceber o redesign do produto e das embalagens dos neutralizadores de odores para geladeiras. Como objetivo focamos no aumento da performance produtiva, redução de custos, melhoria da organização logística e em gôndola, e principalmente na percepção de valor pelo consumidor. Revisamos e redesenhamos o processo de produção a partir do design intuitivo do produto, somamos os conceitos de tecnologia, funcionalidade e assepsia, em prol de um design que se adapta e harmoniza com a geladeira. Impactamos em toda a cadeia produtiva e distributiva, influenciando diretamente na tomada de decisão do consumidor. O resultado foi o aumento significativo no valor percebido do produto e na lucratividade da empresa.

Ficha Técnica

André Cruz - Diretor de estratégia
Eric Duran - Designer de produto
Rhaissa Mendes - Designer gráfico

Autoria | Ano

ACDI Building Memorable Brands | 2019

Cliente

GRUPO SOIN

Detergentes Girando Sol



BRONZE

Descrição do Projeto

A ideia desde o princípio foi entregar o que os demais players não entregavam levando em consideração os enormes limites técnicos que fazem parte dessa categoria onde a briga é de centavos. O produto tem dois momentos em sua história. O Antes da embalagem se refere ao processo produtivo. Esse entendimento global d vida da embalagem nos permitiu equalizar altura, diâmetro, peso da pré forma, velocidade da linha, resistência top load, número de unidades por caixa e por carreta. E o Depois é o momento da gôndola onde todos os atributos técnicos serviram de apoio para entregar um conceito visual e estético visando comunicar ao consumidor a informação correta, onde 0,7 segundos é o que o consumidor tem para se diferenciar do seus concorrentes em um ambiente de poluição visual extrema.

Ficha Técnica

André Cruz - Diretor de estratégia
Nara Peret - Head de Design
Gráfico Ricardo Ferreira - Design
de Produto Wesley Bellarco - Head
de planejamento Celso Yamashita -
Design Gráfico

Autoria | Ano

ACDI Building Memorable
Brands | 2019

Cliente

Girando Sol



Ciclo Mini



BRONZE

Descrição do Projeto

Ciclo Mini é a maior linha de perfumaria infantil do Brasil. Feita para perfumar, brincar, colecionar e presentear. O desafio do projeto foi pensar o perfume infantil para além do cosmético tradicional e torná-lo atrativo para crianças e adultos. Na consultoria de design foram definidos posicionamento, naming e identidade para a marca que nasceu com a premissa de ser fofo, descolada e desejada, além de ser presenteável e colecionável. A solução encontrada foi a criação de embalagens com personagens que se encaixam e interagem entre si. As embalagens são reutilizáveis e multifuncionais, podendo se transformar em brinquedo, peça de decoração ou porta-objetos. Perfume e brinquedo em um só produto!

Ficha Técnica

Carolina Dentice - Diretora e Designer
/ Luana Dentice - Diretora e Designer
/ Cristiane Amaral - Designer

Autoria | Ano

Yepá Estúdio | 2018

Cliente

Ciclo Cosméticos

Portfólio de Embalagens Riô



BRONZE

Descrição do Projeto

Imagine o desafio de capturar a alma carioca com um viés tropical, urbano, contemporâneo. E traduzi-la em produtos, experiências e expressões para dar vida a uma nova marca de perfumaria e cosméticos: RIÔ. Da estratégia e portfólio de produtos ao desenho da marca, da linguagem visual à linguagem verbal, da experiência às embalagens, trouxemos uma abordagem original e envolvente, capaz de traduzir brasilidade de um jeito premium. E expressar a personalidade única de uma marca inspirada pela natureza, mas sempre pautada pela ciência. Uma marca que desenvolve produtos para o nosso clima e estilo de vida, unindo sofisticação, sensação e performance para que a beleza possa fluir sob o sol.

Ficha Técnica

Equipe Tátil

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2018

Cliente

Riô



Salsep**BRONZE****Descrição do Projeto**

Projeto gráfico para a linha de produtos respiratórios da Libbs. O redesign partiu do briefing que pedia uma identidade para a linha, unificando-a e facilitando a navegação por parte do consumidor. Para isso, remetemos ao universo da água e da fluidez com nossas ilustrações, evidenciando o tipo de ação e uso de cada jato.

Ficha Técnica

Direção de criação: Marcio Mota
 | Direção de design: Cris Inoue |
 Designer responsável: Henrique Lucio
 | Time Extendido: Luca Bacchiocchi,
 Lígia Nogueira, Fabrício Rodrigues e
 Estefan Richter

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2018

Cliente

Libbs



Nativa SPA - Baunilha Real



BRONZE

Descrição do Projeto

Desenvolvimento de nova fragrância para a linha de Nativa SPA de O Boticário, cujo projeto de repackaging lançado em 2017 é de autoria do Sweety&Co.

Ficha Técnica

Direção Criativa: Isabela Rodrigues
Design gráfico: Isabela Rodrigues,
Ariane Rauber, Rafael Eifler
Design de Produto: Melissa Pozatti, Raíssa
Caldas Atendimento: Elisa Bortolini

Autoria | Ano

Sweety & Co. | 2018

Cliente

O Boticário



Origem Grupy Kids



BRONZE

Descrição do Projeto

Design de linha de embalagens para cosméticos infantis que busca estimular a criatividade das crianças através de storytelling.

Ficha Técnica

criação: Luis Bartolomei Rodrigo Brandão Nancy Steagall Luciana Ruffo Mariana Karassawa ATENDIMENTO: Ludovic Dapoigny Marcella Mota Vanessa Kung PRODUÇÃO: Rodrigo Ferreira Bruna Andriotti Raquel Carletti Anderson Oliveira REVISÃO: Renato Storni

Autoria | Ano

Cba B+G | 2019

Cliente

Nazca

Petrópolis: Artistas Cariocas



BRONZE

Descrição do Projeto

Uma das marcas de água mineral mais tradicionais do Rio de Janeiro, a Petrópolis desafiou a Pande a criar uma edição sazonal que valorizasse a cidade ícone de Petrópolis e reforçasse sua identificação com os públicos carioca e fluminense. Partindo do posicionamento da marca, fizemos uma curadoria de portfólio com diversos artistas regionais e, em um processo de cocriação com o cliente, elegemos os três artistas convidados: Luísa Henke, Raul Gastão e Renan Luna foram desafiados a trazer a essência da Cidade Imperial para as gôndolas. O resultado: uma série de embalagens exuberantes que, dando novo ritmo à categoria, revitalizou e impulsionou a marca a conquistar uma maior exposição.

Ficha Técnica

Líder de Projeto: Marta Cardoso e Gian Franco Rocchiccioli | Estratégia: Thiago Belas | Diretor de Criação: Thiago Belas | Atendimento: Alessandra Diniz, Fabiana Talá e Regina Gobbi | Designer Sênior: Thais Damião | Designer Pleno: Camila Freitas, Lucas Pacini | Arte-finalista: Lúcia Santos, Elaine Habara, Fábio Gravina, Alessandro Barbosa

Autoria | Ano

Pande | 2018

Cliente

Petrópolis



Seleção Um Brasil de Café



BRONZE

Descrição do Projeto

A Nespresso, visando enaltecer a produção de grãos no Brasil – o maior fornecedor de cafés para a empresa, criou a Seleção Um Brasil de Café. Dos 24 cafés Nespresso oferecidos no país, 8 levam grãos brasileiros e são estes cafés que compõem a edição a seleção de limitada. Com grafismos inspirados na botânica brasileira, o pack transporta o consumidor para plantações históricas de café de Minas Gerais e de São Paulo, além de inspirar o dia a dia dele, com o ilustrações e cores que remente a uma estética brasileira atemporal.

Ficha Técnica

Thomás Debeus Cristina Penz Alysso
Nunes Beatriz Vilela Thiago Oliveto

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2018

Cliente

Nespresso



Talento Terruá



BRONZE

Descrição do Projeto

Inspirada no Brasil, a linha Talento Terruá foi o lançamento da Garoto para sua já consagrada marca Talento. Com quatro sabores tipicamente brasileiros e um apelo que quebra paradigmas da categoria, a edição limitada tem cacau 100% orgânico e originário da mata atlântica, além de não conter glúten ou lactose. Através da combinação de ideias, texturas e sabores brasileiros, Talento Terruá chega ao mercado do varejo de chocolates apostando na inovação para conquistar as pessoas e apresentar novas possibilidades.

Ficha Técnica

Marketing – Marcos Freitas; Equipe FutureBrand – Isabel Sobral, Nelio Bernardelli, Rafael Souza, Henrique Tessitore, Hellen Martins, Kim Pocker e Marcelo Frankelin.

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2019

Cliente

NESTLÉ BRASIL



SKYY Vodka
– Born In San Francisco
– Edição Limitada



BRONZE

Descrição do Projeto

Born in San Francisco: família de 3 garrafas colecionáveis que celebram a origem da marca SKYY Vodka na região berço dos principais movimentos de direitos civis. Retratam a atitude da cidade, assim como o desejo da marca de fazer declarações poderosas e ousadas que ressoariam no clima político atual.

Ficha Técnica

Isabel Sobral Nelio Bernardelli Amanda Oliveira Luis Vidovix Laio de Carvalho Matheus Calderoni Jun Ionedá

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2018

Cliente

Campari

Microlote Premiado 2018-2019



BRONZE

Descrição do Projeto

Design de embalagem para microlote exclusivo de grãos de café premiados.

Ficha Técnica

criação: Luis Bartolomei Ricardo

Oliveira Mariana Karassawa

Felipe Takashi Vivian Westarp

atendimento: Ludovic Dapoigny

Marcella Mota Vanessa Kung

produção: Rodrigo Ferreira Bruna

Andriotti Talita Weh

revisão: Renato Storni

Autoria | Ano

Cba B+G | 2018

Cliente

Orfeu Cafés Especiais



**Natural
Produtos**



BRONZE

Descrição do Projeto

Projeto de identidade visual e embalagens para indústria de produtos e utilidades para preparo e consumo de alimentos. A empresa começou com a fabricação de produtos à base de bambu, tais como palitos de dente, espetos de churrasco, hashis, palitos de coquetel, e hoje conta um leque de produtos variados e baseados em outras matérias-primas, sempre focando em qualidade e sustentabilidade.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Alexandre Nami
 Designers: Alexandre Nami, Thiago Rodrigues da Silva, Nelson Junior
 Gestão de conta: Pedro Nami

Autoria | Ano

Brandigno | 2018

Cliente

Natural Produtos



Coca-Cola E-Commerce



BRONZE

Descrição do Projeto

Criação de embalagens e design de experiência para o novo e-commerce da Coca-Cola. O processo criativo privilegiou o uso dos elementos gráficos das caixas de transporte dos Correios, que possuem forte apelo emocional, e dos materiais simples, flexíveis e sustentáveis, para valorizar os princípios de bold simplicity, próprios da marca, proporcionando a experiência de entregar momentos felizes.

Ficha Técnica

Direção de criação: Marcio Mota
| Direção de design: Cris Inoue
| Designer responsável: Pedro Mattos
| Designers: Jade Aiello, Estefan Richter, Eduarda Severo, Gabriel Fernandes, Camilla Mattos e Luca Bacchicchi | Redação: Álvaro Guimarães

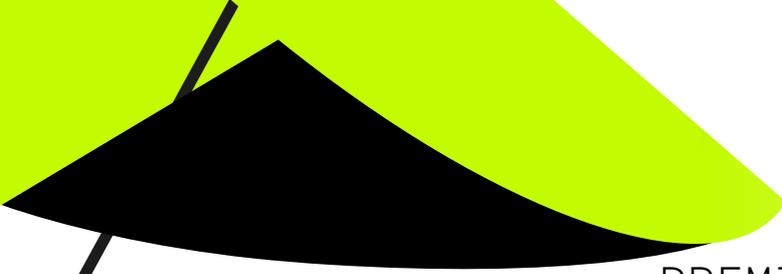
Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2018

Cliente

The Coca-Cola Company



A stylized graphic of an umbrella with a black canopy and a thin black pole, set against a background of bright green and white geometric shapes.

PREMIADOS 2019

AMBI ENTE

CRIA - Experiências de Invenção



OURO

Descrição do Projeto

Projeto de design de ambiente da exposição CRIA, realizada na galeria do Minas Tênis Clube, em Belo Horizonte. A exposição reúne obras de arte contemporânea e manifestações culturais que dialogam com o público infantil, envolvendo instalações sonoras, audiovisuais, jogos, literatura, fotografia e tipografia. O projeto expográfico consiste em mobiliários desenvolvidos para abrigar as obras e compartilhar informações com o público. Os suportes construídos foram pensados de modo a garantir uma identidade visual à exposição sem, contudo, ofuscar o conteúdo das obras. O percurso da exposição explora os diferentes estímulos e sensações provocados tanto pelas obras quanto pelas ambiências e materialidades do projeto expográfico, levando sempre em consideração a percepção e a escala das crianças.

Ficha Técnica

Expografia: Micrópolis | Curadoria: Marconi Drummond | Execução: Artes Cênica | Produção: Sirlene Magalhães

Autoria | Ano

Micrópolis | 2019

Cliente

Minas Tênis Clube



Exposição OQAVNC



PRATA

Descrição do Projeto

A Greco está passando por um momento de expansão: de fronteiras, habilidades e representatividade. Esse movimento para fora nos obriga a outro, no sentido contrário. Precisamos manter atento nosso olhar para dentro e permanecer cada vez mais fiéis à nossa essência. O convite para ocupar a PQNA Galeria do Palácio das Artes nos pareceu, portanto, o momento oportuno para compartilhar um pouco da nossa essência com aqueles que possibilitam que esse ofício aconteça diariamente: clientes, parceiros, amigos e torcedores. A galeria foi ocupada por milhares de postais que registraram nossos pensamentos, projetos e intimidade. Um convite para entrar nesse universo e levar um pouco dele: os postais poderão ser retirados da exposição por aqueles que a visitarem.

Ficha Técnica

Alexandre Fonseca | Allan Alves |
Cristiana Braz | Débora Colares | Emília
Junqueira | Fernanda Monte-Môr |
Frederico Quintão | Gustavo Greco
| Isabella Pâmella de Leles | João
Corsino | Pedro Leitin | Rafael Sola
| Tidé Soares | Thiago de Oliveira |
Victor Fernandes | Zumberto

Autoria | Ano

Greco Design | 2018

Cliente

Greco Design



Ponto Cultural CDL



PRATA

Descrição do Projeto

O preceito principal para a construção da exposição foi unir noções de passado, presente e futuro do varejo aos aspectos culturais da história do comércio de Belo Horizonte. O ambiente, que deveria também ser estimulante e singular na cidade, integrou um acervo histórico de objetos, documentos, textos e vídeos. Para tal, a exposição foi dividida em três núcleos principais: uma Linha do Tempo – repleta de elementos interativos analógicos, vídeos e áudios, para estimular o interesse e acesso ao conteúdo histórico; uma parede painel com 12 caixas cenográficas – compostas por objetos de acervo, fotos antigas, documentos e elementos cenográficos e um Painel Interativo contendo informações complementares e passível de atualização.

Ficha Técnica

Direção de criação: Gustavo Greco; Gerente de criação: Tidé; Design: Fernanda Monte-Mór; Gerente de projeto: Emília Junqueira; Produção: Alexandre Fonseca | Coordenação: CDL/BH; Projeto Museológico: Cavalinho de Pau; Expografia: Vecci Lansky Arquitetura; Pesquisa Histórica: Osias Neves; Arquitetura: Ana Machado; Vídeos: Voltz Design e V Produção Audiovisual.

Autoria | Ano

Greco Design | 2019

Cliente

Câmara de Dirigentes Lojistas de Belo Horizonte



Museu Shunji Nishimura



PRATA

Descrição do Projeto

Uma das pessoas mais inspiradoras da história da imigração japonesa no Brasil é a de Shunji Nishimura, fundador do grupo Jacto. Um japonês que escolheu Pompéia, no interior de São Paulo, para se enraizar e gerar frutos com muito trabalho, dedicação e espírito de inovação, o qual ainda é difundido por seus sucessores até os dias de hoje. A FutureBrand foi inicialmente escolhida como parceira para ajudar com a estratégia de branding da empresa e entre as diversas iniciativas de marca, uma das mais especiais foi a renovação da exposição permanente do Museu da Fundação Shunji Nishimura de Tecnologia.

Ficha Técnica

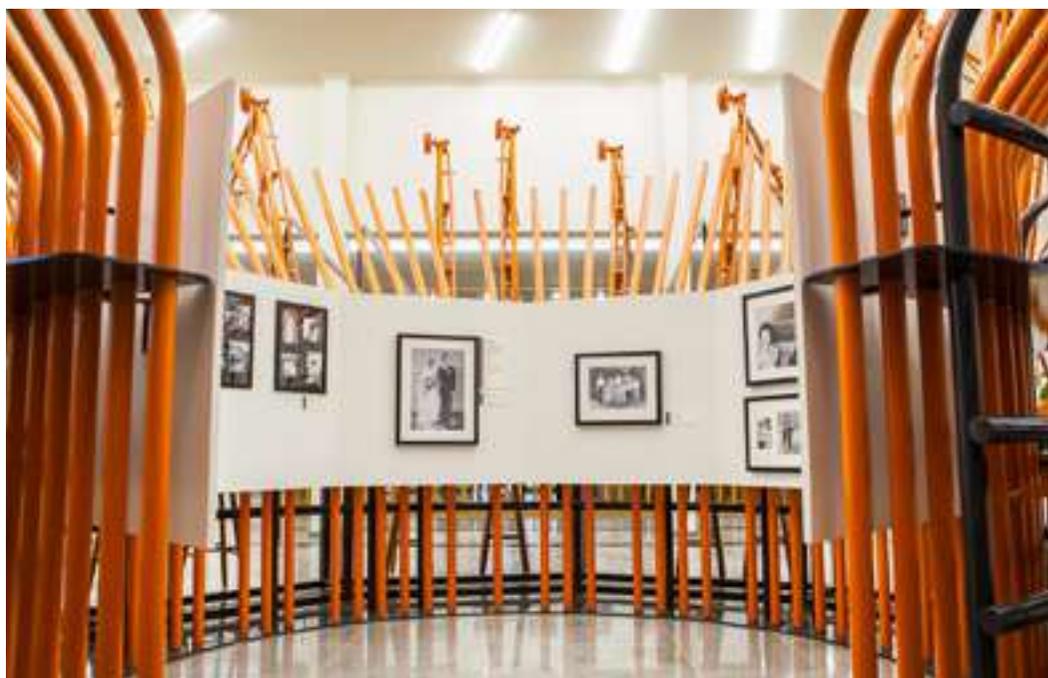
Cristina Penz Karen Fontana Josei Nagayassu Caio Santos Makoto Saito Vinicius Mizobuti Claudia Fanfa Everton Silva

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2018

Cliente

Fundação Shunji Nishimura de Tecnologia



NETFLIX - Design de Espaços



PRATA

Descrição do Projeto

Nosso desafio era expandir a Linguagem Visual de Netflix para espaços e ambientes da marca, materializando suas expressões em três dimensões de uma forma consistente e multi-sensorial. Os novos recursos de expressões da marca deveriam ser capazes de engajar diferentes tipos de públicos, em diferentes pontos de contato, reforçando as conexões entre marca e pessoas.

Ficha Técnica

Equipe Tátil

Autoria | Ano

Tátil Design De Ideias | 2018

Cliente

NETFLIX



Retratos de Quem Faz



PRATA

Descrição do Projeto

Quem trabalha na obra nem sempre recebe o devido reconhecimento. No Dia do Pedreiro, a Votorantim Cimentos resolveu fazer diferente. Nos tapumes de construção, expomos os retratos de quem faz a obra. Essa foi a homenagem da maior empresa de materiais de construção do país àqueles que constroem o Brasil.

Ficha Técnica

Rômulo Perim | Amanda Dias
| Leonardo Norato | Eduardo Harthmann | Douglas Peres | Mariane Lauer | Luciane Martins | Maiara Dresch | Adam Altenhofen

Autoria | Ano

BriviaDez | 2018

Cliente

Votorantim Cimentos

Ofício: Pompeia



PRATA

Descrição do Projeto

Criação da identidade visual e expografia para a série de exposições que acontecerão no espaço das Oficinas de Criatividade do Sesc Pompeia. Um projeto de longa duração, que pretende contemplar 14 artistas em 7 anos.

Ficha Técnica

Elisa von Randow e Julia Masagão
Designer: Beatriz Dórea Projeto
expográfico: Nadezhda Mendes
da Rocha Fotografia das peças:
Rodrigo Lins

Autoria | Ano

Alles Blau | 2019

Cliente

Sesc Pompeia



**Espaço Arte
do Doce – 27ª
Fenadoce
2019 - Pelotas
- RS**



BRONZE

Descrição do Projeto

O projeto criado para a 27ª Fenadoce de Pelotas/2019 a partir do tema Patrimônio Nosso, abordou o tombamento e registro pelo IPHAN de Pelotas como Patrimônio Cultural Brasileiro, material e imaterial. Os cenários no Espaço Arte do Doce trouxeram representações iconográficas do Patrimônio Pelotense Material e Imaterial: o Mercado Central, a Biblioteca Pública, o Chafariz das Nereidas, o Theatro Sete de Abril e a cozinha do Museu do Doce. Um grupo de 17 atores realizou apresentações neste espaço valorizando a cultura e tradição de Pelotas nascida no século XVIII com a implantação das primeiras charqueadas, que possibilitaram a chegada ao Sul do país de uma riqueza nacional: o açúcar, mostrando a peculiar interligação entre os opostos – sal e açúcar, rural e urbano, material e imaterial.

Ficha Técnica

Concepção e criação: Leandro Selister
| Coordenação: Márcia Selister |
Produção/Instalação: Aplike/RS

Autoria | Ano

Superfície Design | 2019

Cliente

CDL - Pelotas



Prêmio Barco a Vapor: Uma Viagem Pela Literatura Infantojuvenil



BRONZE

Descrição do Projeto

Nada melhor para recepcionar os vencedores de um dos maiores prêmios nacionais de literatura infantojuvenil do que uma experiência lúdica e imersiva. Assim foi a "viagem" que projetamos para edição 2018 do Prêmio Barco a Vapor, promovido pela Fundação SM. Um projeto completo de exposição, cenografia e atualização da identidade visual que tornou a cerimônia de premiação uma divertida viagem a navio, que teve seu início bem antes do embarque. Além do projeto cênico e de iluminação inspirados em um barco, o evento contou com diversas ações interativas como o ingresso na forma de passaporte customizado, a cabine de "autógrafos do capitão" e as garrafas de vidro com trechos do livro premiado.

Ficha Técnica

Luis Castellari - Diretor de estratégia e criação
 Leandro Rychert - Gerente de projeto
 Bárbara Schneider - Atendimento
 Bruno Ferreira - Arquiteto
 Cinthia Bernardes - Designer
 Pedro Ortega - Designer
 Felipe Castellari - Designer
 Fabio Sant'Anna - Designer

Autoria | Ano

Keenwork Branding E
 Estratégia | 2018

Cliente

Fundação SM





Exposição "Dona Canô Chamou: Ser Feliz é Para Quem Tem Coragem"



BRONZE

Descrição do Projeto

A exposição "Ser feliz é para quem tem coragem" homenageou a vida e trajetória de Dona Canô, matriarca da família Velloso e personalidade forte do recôncavo baiano. A mostra conta sua história levando para a Caixa Cultural de Salvador uma representação da cidade de Santo Amaro da Purificação, onde Canô nasceu e morou por toda a vida. Na identidade visual desenvolvida, buscou-se ressaltar todo o aspecto afetivo construído ao redor da figura de Canô na sua cidade, através de composições com fios de linha, tramas e rendas. A relação entre os elementos, cores e composições mostra Canô não só como o grande elo da família Velloso mas também uma representação de toda mãe e avó baiana.

Ficha Técnica

Realização - Tom Tom Produções Artísticas | Produção - Via Press Comunicação e Eventos | Curadoria e Direção Geral - Elaine Hazin, Ju Velloso Mesquita e Tania Fraccaroli | Expografia e Cenografia - Ana Kalil | Montagem - ArteFício Oficina | Direção de Arte - Luíze Araújo, Juliana Argollo e Júlia Lago (Matora)

Autoria | Ano

Matora | 2018

Cliente

Via Press Comunicação e Eventos

Hinode Experience



BRONZE

Descrição do Projeto

Com a inauguração da nova e impactante fábrica em Jandira, a Hinode quis aproveitar a oportunidade para aumentar o relacionamento com os consultores da marca. A ideia de abrir a fábrica para os consultores sempre foi um sonho dos idealizadores da marca, que se tornou real com o encontro e parceria com a FutureBrand. Foi criado então o Hinode Experience, ponto de contato que possibilita que o visitante entenda mais sobre o portfólio de produtos, se relacione com a história da marca e tenha percepção de toda estrutura e solidez da Hinode. Como a maior parte dos produtos são cosméticos ou produtos de consumo diário, a experiência foi pensada para ativar os cinco sentidos.

Ficha Técnica

Josei Nagayassu
Sílvia Kanayama
Felipe Montagnoli
Claudia Fanfa
Roberto Fagaz
Everton Silva
Daniel Soriano
André Richardi
Mônica Kato
Bianca Nissi
Nathalia Fuzii
Mateus Prado
Ewerton Mokarzel

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2018

Cliente

Hinode



É Tudo Nosso**BRONZE****Descrição do Projeto**

Exposição de conteúdo e fotografia, dentro da sede da Nike em São Paulo, sobre insights de Running e Sneaker Culture, coletados de jovens moradores de comunidades cariocas e por frequentadores do centro de São Paulo, revelando o seu comportamento consumidor de maneira instigante. A imersão nos temas veio da pesquisa feita pela Pseudo London, que transpareceu a sensibilidade dos personagens das fotografias e suas narrativas. Toda a expografia foi inspirada pela estética das ruas, com a comunicação ditada por lambe-lambes e o improviso.

Ficha Técnica

Direção de criação: Marcio Mota |
 Direção de design: Cris Inoue | Direção de imagem: Alex Libotte | Líder do projeto: Vivi Kano | Designers: Pedro Mattos, Marcela Scheid, Jade Aiello, Luca Bacchiocchi, Estefan Richter, Gabriel Fernandes, Daniela Moniwa | Redação: Fernando Andreazi | Produção: Flávia Galasso | Fotografia: Márcio Simch

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2018

Cliente

Nike



Memória - Visões de Um Pequeno Largo



BRONZE

Descrição do Projeto

Exposição “Memória. Visões de um pequeno largo” — de 29 de junho a 25 de agosto de 2019 no Museu da Casa Brasileira — sobre o local no qual se ergueu o mais antigo monumento de São Paulo, o Obelisco da Memória, em 1814. De lá pra cá, o local e sua área próxima, o Piques, sofreram profundas transformações que, se por um lado os distanciaram dos holofotes da metrópole, por outro os credenciaram a narrar São Paulo como poucos.

Ficha Técnica

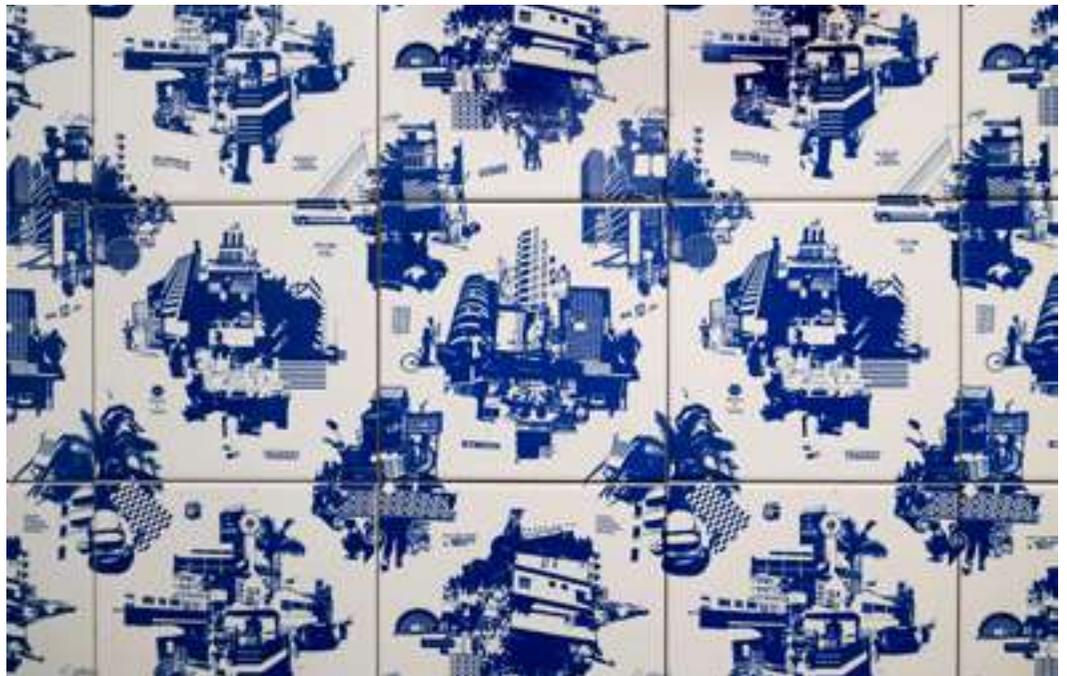
Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

Autoria | Ano

Casa Rex | 2019

Cliente

Museu da Casa Brasileira



Amcham Brasil - Exposição 100 Anos



fztl | DESIGN DE AMBIENTE | DESIGN PARA A EXPOSIÇÃO DE

BRONZE |

BRONZE

Descrição do Projeto

Descrição Fazer uma exposição sobre os 100 anos da AMCHAM, a partir de uma linha do tempo a partir de uma pesquisa histórica e que transmitisse o papel da AMCHAM e sua trajetória nesses 100 anos.

Ficha Técnica

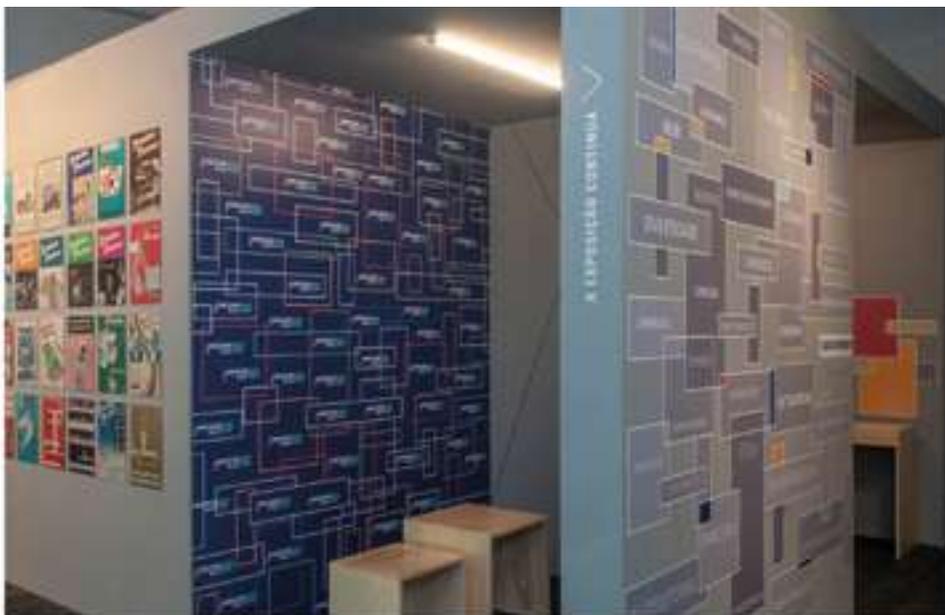
Ficha técnica: Design: Leticia Moura, Marcos Pereira de Almeida, Douglas Watanabe, Maria Mariutti Conteúdo: Marcelo Macca Arquitetura: Alvaro Razuk Pesquisa histórica: Largo da memória Vídeo: EstudioZut

Autoria | Ano

Conjunto 31 Design E Comunicação | 2019

Cliente

AMCHAM



fztl | DESIGN DE AMBIENTE | DESIGN PARA A EXPOSIÇÃO DE

BRONZE |

Centro de Tecnologia Itaú



PRATA

Descrição do Projeto

Lugar onde milhares de pessoas trabalham todos os dias criando soluções para os produtos e serviços, o Centro de Tecnologia Itaú-Unibanco foi completamente reformulado. A transformação se propôs a ir além da estética. Foi planejada para refletir a jornada de tecnologia, e proporcionar interações mais dinâmicas, flexíveis e alinhadas com os novos modelos de trabalho da empresa. Do grande tobogã no hall central, grafites assinados pelo Bruno Big, espaços de reunião alternativos, salas de foco, terraço e estações de trabalho, tudo foi pensado visando o bem estar, a criatividade e a produtividade dos colaboradores. O projeto foi uma colaboração entre as áreas de Serviços Corporativos, Escritório de Transformação, Gestão Integrada de TI, Design e Infraestrutura do Itaú.

Ficha Técnica

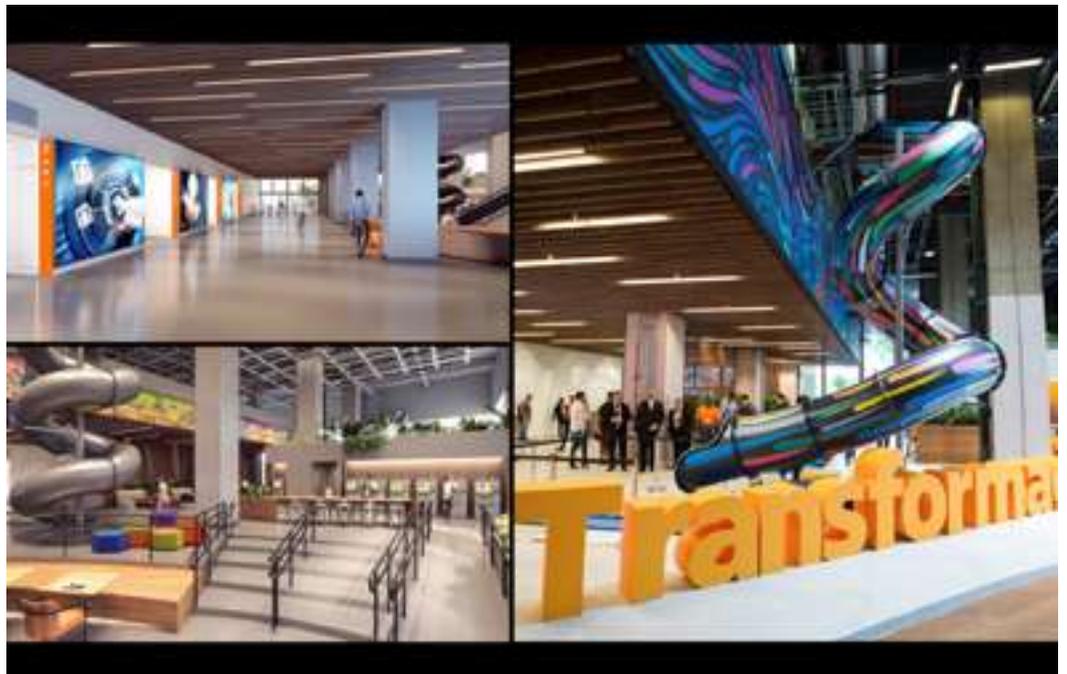
Projeto de transformação do interior do Centro de Tecnologia Itaú-Unibanco | Equipe: Itaú Design Time + Itaú Arquitetura predial + Piratininga Arquitetos Associados + Athié Wohnrath

Autoria | Ano

Itaú-Unibanco | 2018

Cliente

Itaú-Unibanco



Nova Sede Nestlé



PRATA

Descrição do Projeto

A Nestlé Brasil acaba de inaugurar sua nova sede administrativa na cidade de São Paulo. O novo espaço ocupará dez andares (do 19º ao 28º) de um prédio na avenida das Nações Unidas, zona sul da capital. Para dar vida às marcas de seu portfólio dentro do ambiente, a Nestlé trabalhou em parceria com a FutureBrand São Paulo, sua agência de branding há mais de 20 anos.

Ficha Técnica

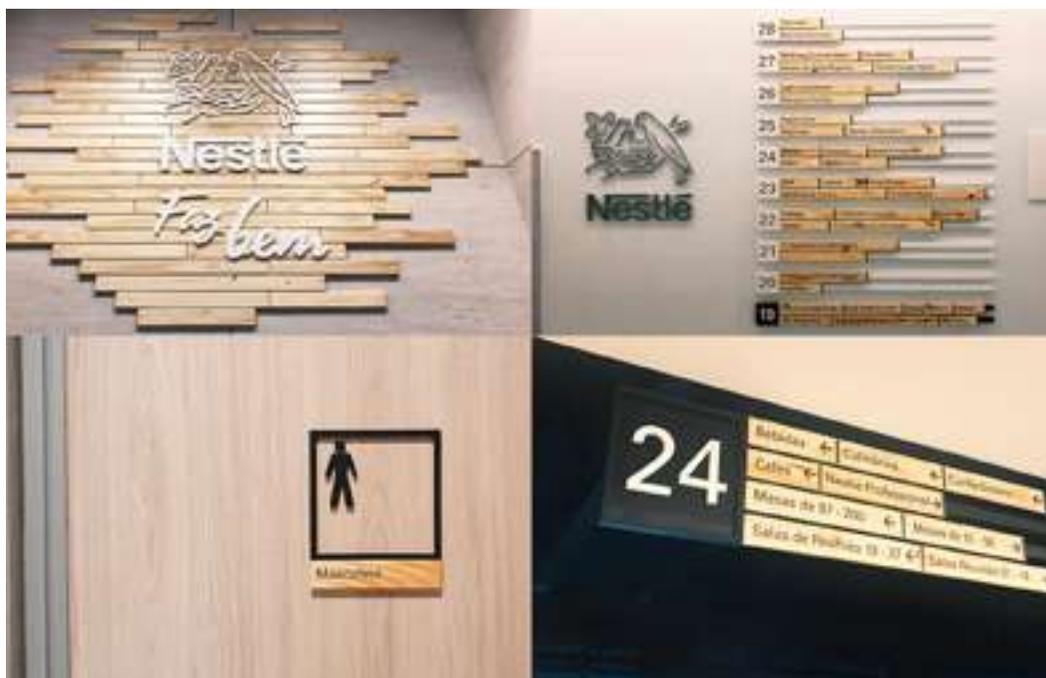
Marketing Nestlé – Daniela Marques
 Equipe FutureBrand – Isabel Sobral, Roberto Fagraz, Silvia Kanayama, Daniel Soriano, Everton Silva, Nicole Machado, Caroline Côrte Real, Felipe Montagnoli, André Richardi, Nélío Bernardelli, Arnaldo Bastos, Alysson Nunes, Beatriz Silva, Rafael Souza, Alan Cano, Marcelo Frankelin e Kim Pocker Coen.

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2019

Cliente

NESTLÉ



TEKA Global Exhibition Design Concept



BRONZE

Descrição do Projeto

Fundada na Alemanha em 1924, a Teka nasceu no período de auge da lendária escola de arte Bauhaus. Quase cem anos depois, a marca se viu frente a um desafio: modernizar-se e criar espaços de experiência de marca para se aproximar dos consumidores e se tornar uma marca desejada. Líder europeu na venda de eletrodomésticos, pias e metais, a Teka possui grande presença e escala, mas ainda pouca estima e desejo junto ao consumidor. Assim, desenvolvemos um sistema de showroom e "concept store" que valoriza os produtos, traz alma ao espaço, conecta com o mundo digital e traduz a essência do novo posicionamento da marca. Criamos ambientes impactantes e com capacidade de gerar identificação, proporcionando aos usuários uma experiência única que faz recordar os momentos significativos vividos na cozinha.

Ficha Técnica

Luis Castellari: Diretor de estratégia e criação
Bruno Ferreira – Arquiteto
Felipe Castellari – Designer

Autoria | Ano

Keenwork Branding E
Estratégia | 2019

Cliente

Teka Group



Renault LAB**BRONZE****Descrição do Projeto**

A Renault nos desafiou a criar um dos seus espaços de inovação mais representativos, localizado no Cubo Itaú, em São Paulo, o maior hub de fomento ao empreendedorismo tecnológico da América Latina. O ambiente tem como objetivo conectar as soluções de mobilidade sustentável e da indústria 4.0 desenvolvidas pela marca ao ecossistema de inovação, incentivando o intercâmbio de experiências e a realização de parcerias para potencializar a busca por novos modelos de negócio e formas de trabalhar. Mais que uma nova forma de expressar a marca, esse ambiente deveria favorecer a criatividade e o processo de inovação. Assim, criamos o Renault LAB, um espaço pensado para conectar empreendedores, grandes empresas, investidores e universidades, favorecendo a troca de ideias e desafiando o status quo.

Ficha Técnica

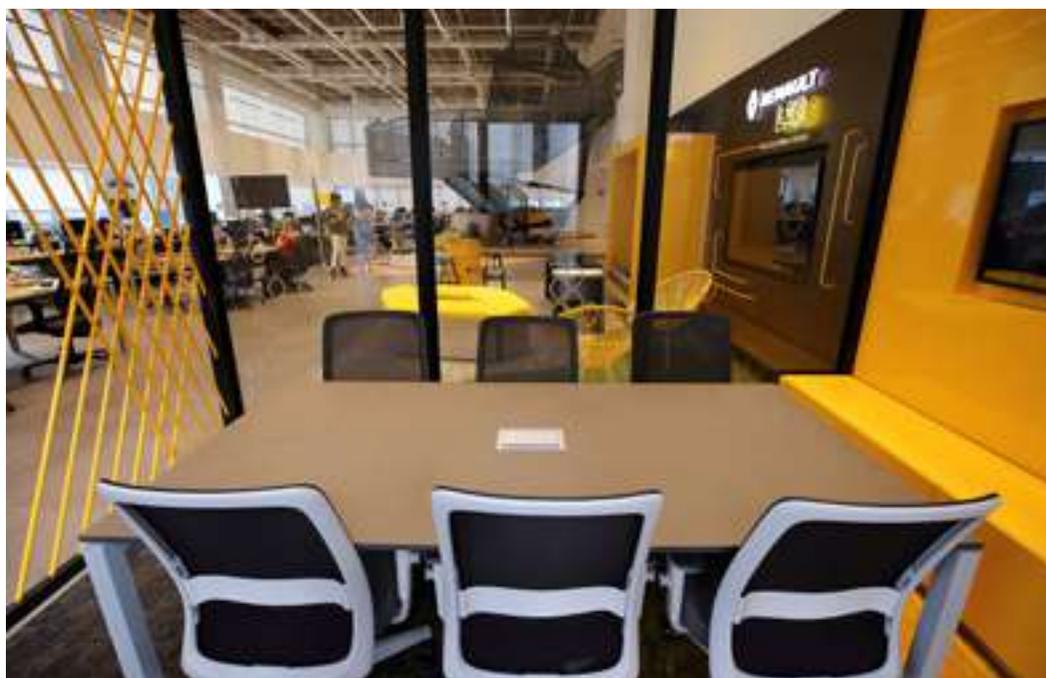
Direção Comercial: Daniel Pires |
 Direção de Criação: Monica Hansen
 | Gerência de Operações: Bruno Damaceno | Criação: Kim Kohler Pires, Gabriel Freitas | Produção: Nelson Kadowaki | Atendimento: Alexandra Furtado, Andreia Bogo | Produção: Rinaldi Engenharia, GMobil, StocArt

Autoria | Ano

DMSBOX | 2019

Cliente

Renault do Brasil



Espaço Memorial e Biblioteca Sicredi



BRONZE

Descrição do Projeto

O projeto desenvolvido para o Espaço Memorial e Biblioteca da sede do Sicredi, em Encantado/RS, conta com abordagem convidativa sobre o legado histórico da cooperativa, através de objetos antigos, textos históricos, imagens e interatividade. A Biblioteca é um espaço projetado para o estudo, eventos e palestras. O painel central integra-se física e cromaticamente com o carpete, delimitando o espaço de apresentações. O Espaço Memorial expõe o contexto histórico pelo diálogo entre elementos digitais e antigos. Conectando os espaços, o memorial conta com um painel central que apresenta a linha do tempo e mesa interativa touchscreen. Motivando os visitantes a explorar o espaço, os objetos são dispostos em caixas expositoras que permitem a livre circulação, trazendo dinamismo à exibição.

Ficha Técnica

Luciana Mattiello, Daniella Dotto, Sara Röpke, Martha Fogliatto, Manoela Medeiros.

Autoria | Ano

/STUDIOMDA | 2019

Cliente

Sicredi Região dos Vales



Ambientação do Centro Administrativo do ECP



BRONZE

Descrição do Projeto

O ECP nos procurou para cuidar dos projetos de sinalização e ambientação de seu novo Centro Administrativo, inaugurado em 2019. A partir das formas básicas do símbolo do Esporte Clube Pinheiros — linha e círculo —, criamos um sistema que explora duas ideias centrais ao ECP: movimento e história. Juntas, as formas básicas nos levaram ao conceito de rastro, que foi o partido para o desenho de todo o sistema. Com base no sistema de retas com variações de espessura progressivas e fragmentos de circunferência, desenhamos cinco painéis, diferenciando cada andar do prédio.

Ficha Técnica

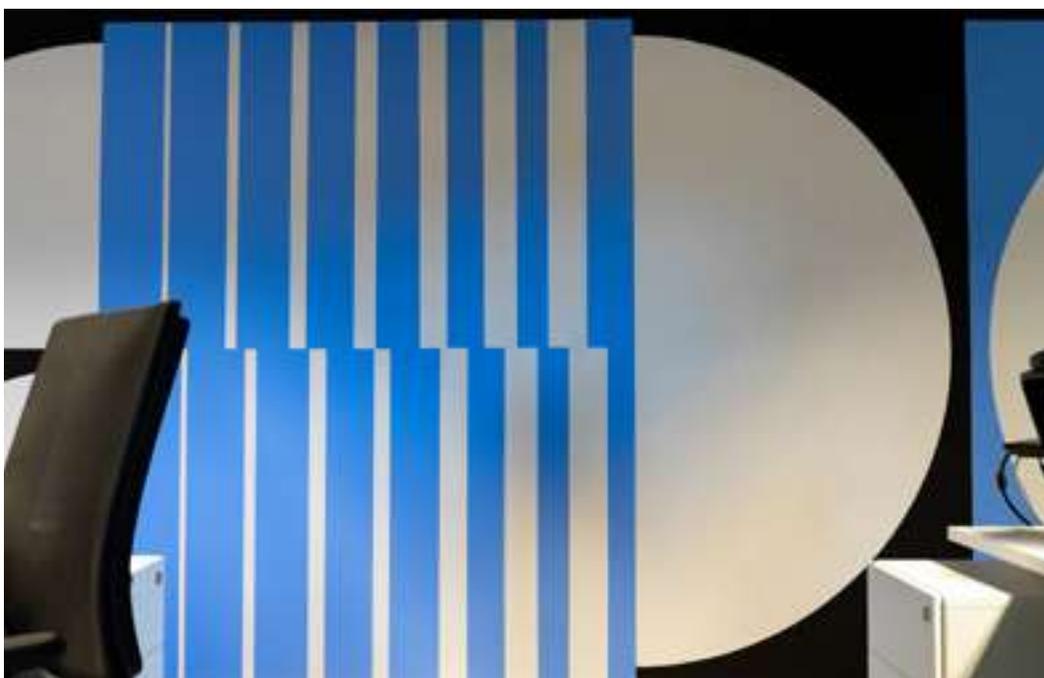
Tipografias: Akzidenz-Grotesk (Berthold Type) | Equipe: Bruno Ribeiro, Estela Mendes, Ralph Mayer, Nadezhda Mendes da Rocha | Produção gráfica: Márcia Signorini, Juliana Eiko

Autoria | Ano

Estúdio Grade | 2019

Cliente

Esporte Clube Pinheiros



Ambientação FMP/RS



BRONZE

Descrição do Projeto

A faculdade de direito da Fundação Escola Superior do Ministério Público em Porto Alegre necessitava sofisticar seu serviço de educação com as mais modernas formas de ensino. A criação de espaços de aprendizado prático, como um tribunal didático, e ambientes de troca de experiências para os alunos, refletiram toda a modernidade de ensino da instituição, propiciando novas áreas de estudo, engajamento, relaxamento e descontração.

Ficha Técnica

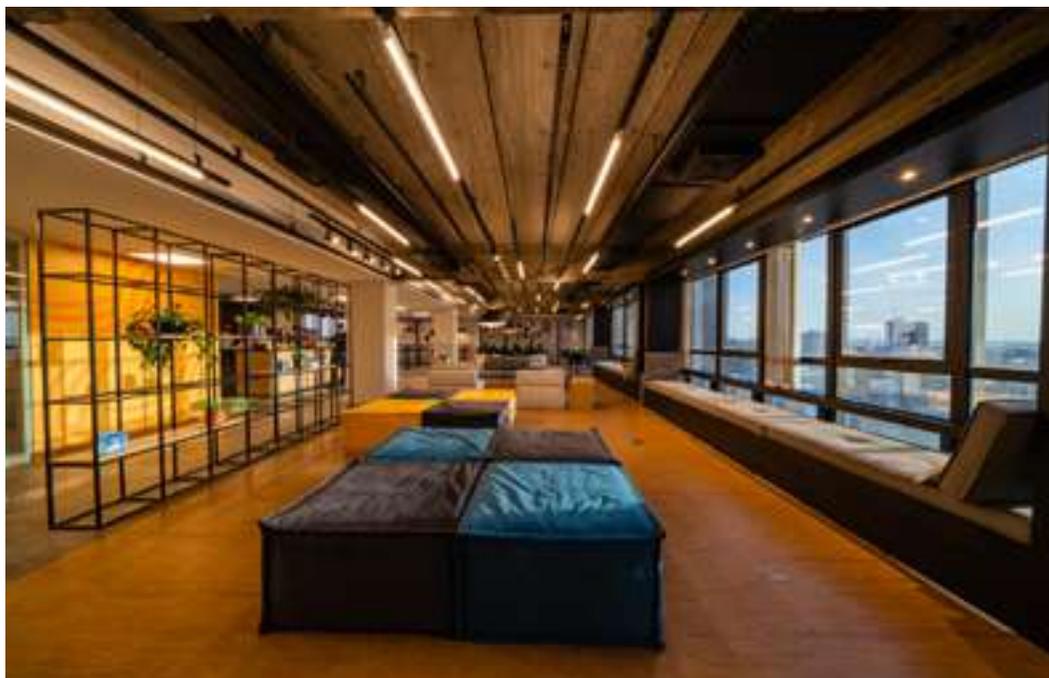
Amanda Mendes, Andréia Menezes, Átila Franco, Daiana Tussi, Douglas D'Agostini, Eduardo Lanus, Gabriela Gonzalez, Letícia Antunes e Ricardo Lilja.

Autoria | Ano

Cda Design Ltda. | 2018

Cliente

Fundação Ministério Público –
Faculdade de Direito



Conexa: Hub de Inovação



BRONZE

Descrição do Projeto

A Siagri, uma das maiores empresas de tecnologia para o agronegócio no Brasil buscava reforçar o seu DNA de inovação, ao mesmo tempo em que impulsionava seus projetos de spin-off. A partir desse desafio, criamos o primeiro Hub de Inovação para o Agronegócio do Centro-Oeste, com o objetivo de integrar diferentes agentes da cadeia produtiva.

Ficha Técnica

Gabriela Pavan, Joel Alves, João Tiago Camargo

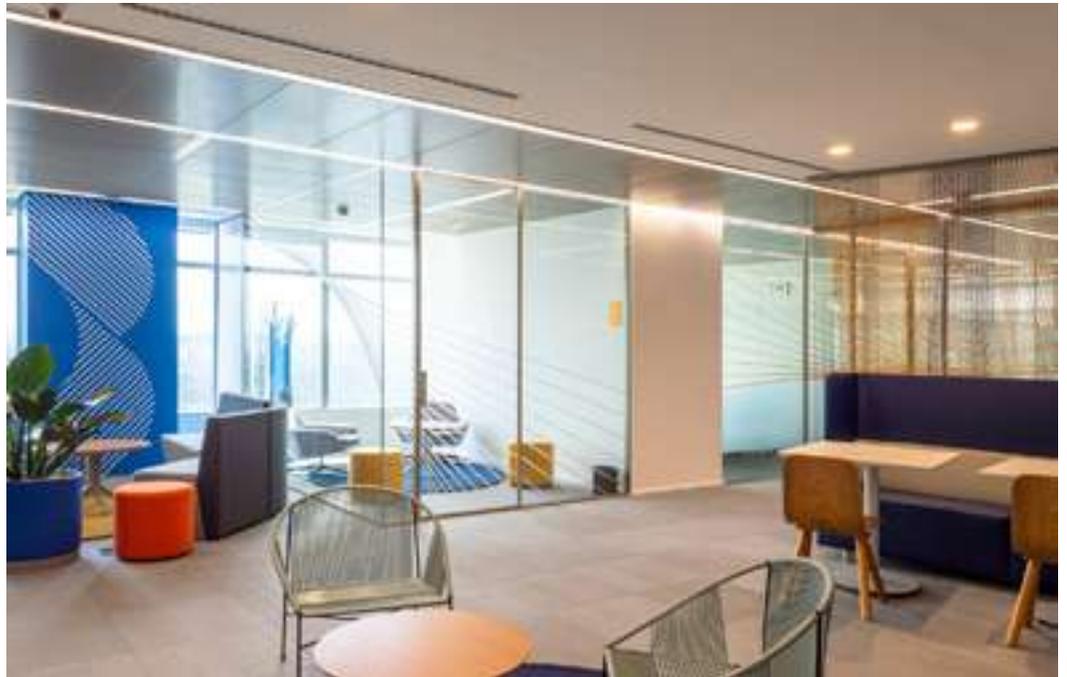
Autoria | Ano

Enredo | 2018

Cliente

Siagri

Braskem Branded Environment



BRONZE

Descrição do Projeto

Criação e aplicação de identidade visual em ambiente corporativo da Braskem.

Ficha Técnica

criação: Luis Bartolomei Ricardo
Oliveira Ana Paula Moreno Isabella
Giovannini Giuliana Sanchez Jonathan
Li atendimento: Ludovic Dapoigny
Ana Biselli Camila Botelho produção:
Rodrigo Ferreira Bruna Andriotti
revisão: Renato Storni

Autoria | Ano

Cba B+G | 2019

Cliente

Braskem



Amaro Guide Shop Morumbi



PRATA

Descrição do Projeto

A Amaro, é uma marca do futuro. Nascendo inicialmente no digital e posteriormente criando locais de experimentação (guide shops), propôs um novo modelo de experiência, resolveu então em 2018, elevar a experiência de seus pontos de contato reais afim de construir uma relação maior com seus consumidores. A marca começou a trabalhar as suas lojas de forma que cada uma tenha a cara da cidade/ bairro onde está instalada, com uma ideia de hyper local. A FutureBrand foi escolhida para criar a experiência da loja do Shopping Morumbi. Com um diagnóstico preciso, elencamos os potenciais de melhorias em cada loja e pensamos em soluções para que ela esteja preparada para o futuro. Para isso o projeto deveria prever 3 comportamentos: latest trends, incredible effect e maximum convenience.”

Ficha Técnica

Ewerton Mokarzel Karen Fontana
Josei Nagayassu Silvia Kanayama
Caroline Côte Real Felipe Montagnoli
Roberto Fagaraz Rodrigo Moraes
Vitor Sophia

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2018

Cliente

Amaro

Assador Rio's



PRATA

Descrição do Projeto

O Assador Rio's é uma churrascaria inserida no Aterro do Flamengo, no Rio de Janeiro, um local de importância histórica tombado pelo IPHAN. O restaurante inspira pela sua atmosfera, um blend entre contemporaneidade e o melhor da cozinha clássica, a renovação no rodízio brasileiro de carne superior e cortes especiais. Apresenta um buffet que oferece ao cliente uma experiência única, permitindo a customização dos pratos sob auxílio de um chefe. Longe de lembrar uma churrascaria tradicional ou um bar comum, transmite um ambiente de hospitalidade cujo foco principal é o cliente. Sua ambientação é sofisticada e ao mesmo tempo simples, com elementos da arquitetura brutalista, transmitindo uma brasilidade moderna e valorizando muito a paisagem carioca presente em toda a sua extensão.

Ficha Técnica

Baggio e Carvalho Engenharia Ômega
Light Marcenaria Taniguchi Rafael
Leão Lighting Design Burle Marx
Escritório de Paisagismo

Autoria | Ano

Studio Zeh Arquitetura | 2018

Cliente

Jair Coser



Loja Ravioli & Cia



PRATA

Descrição do Projeto

O projeto da loja Ravioli e Cia foi desenvolvido para atender um público que desejava praticidade e qualidade em gastronomia em um mesmo espaço. Em apenas 24 metros quadrados, desenvolvemos um sistema de vendas de massas frescas e empório capaz de surpreender quem entra e agregar valor a qualquer produto ali exposto. Num trabalho de design 360 graus, desenvolvemos marca, embalagens e todo o design de varejo, incluindo iluminação e sinalização. O resultado é uma loja que apresenta um pedacinho da Itália em Brasília, acessível, aconchegante e muito atraente. Como resultado do projeto, a empresa cresceu na cidade, abrindo outra unidade em menos de 1 ano, ampliou muito a sua clientela e se destacou em Brasília como uma referência de comida italiana prática, saborosa e acessível.

Ficha Técnica

Arquiteta: Simone Turíbio Designer:
Dimitri Lociks

Autoria | Ano

Choque Design | 2018

Cliente

Ravioli e Cia



Mistral



PRATA

Descrição do Projeto

A sede da Mistral, na rua rocha, é um dos pontos mais tradicionais para sommeliers, donos de restaurantes de São Paulo. A empresa, que possui o catálogo de vinhos mais completo do país, é uma das pioneiras no mercado. A FutureBrand, parceira da marca desde 1998, foi convidada a pensar em um novo projeto de experiência e design de ambiente para este ponto tão importante para a marca. O intuito foi criar um ambiente que mesclasse os códigos de outros mercados como restaurantes e bares, com aspectos visuais e materiais combinados de forma a gerar uma atmosfera aconchegante e contemporânea. A mistura de grafismos da identidade, metal, vergalhões e madeira compõem um design único que só funcionaria para a Mistral.

Ficha Técnica

Josei Nagayassu Roberto Fagaraz
Claudia Fanfa Camila Correa Rafael
Câmara Everton Silva Daniel Soriano

Autoria | Ano

Futurebrand São Paulo | 2018

Cliente

Mistral



Fresh Live Market



PRATA

Descrição do Projeto

Inspirado nos mercados europeus, o Fresh Live Market é um mercado conceito focado em entretenimento e na gastronomia. Os espaços proporcionam interação com a arquitetura e design de uma forma lúdica e sensorial. O projeto do mercado foi criado com o intuito de carregar uma identidade inédita dentro do conceito Live Market, oferecendo uma viagem a vários locais do mundo, sem sair de Curitiba. Ao todo são 32 operações em um espaço com mais de 3 mil m², contendo bares, restaurantes, espaço kids, fitness club e barbearia.

Ficha Técnica

Designers: Bárbara Bacchi e Victória Bacchi

Autoria | Ano

Imã Brands | 2018

Cliente

Fresh Live Market



TEKA Global Exhibition Design Concept



BRONZE

Descrição do Projeto

Fundada na Alemanha em 1924, a Teka nasceu no período de auge da lendária escola de arte Bauhaus. Quase cem anos depois, a marca se viu frente a um desafio: modernizar-se e criar espaços de experiência de marca para se aproximar dos consumidores e se tornar uma marca desejada. Líder europeu na venda de eletrodomésticos, pias e metais, a Teka possui grande presença e escala, mas ainda pouca estima e desejo junto ao consumidor. Assim, desenvolvemos um sistema de showroom e "concept store" que valoriza os produtos, traz alma ao espaço, conecta com o mundo digital e traduz a essência do novo posicionamento da marca. Criamos ambientes impactantes e com capacidade de gerar identificação, proporcionando aos usuários uma experiência única que faz recordar os momentos significativos vividos na cozinha.

Ficha Técnica

Luis Castellari: Diretor de estratégia e criação
Bruno Ferreira – Arquiteto
Felipe Castellari – Designer

Autoria | Ano

Keenwork Branding E
Estratégia | 2019

Cliente

Teka Group



Nova Agência Banestes



BRONZE

Descrição do Projeto

Objetivando traduzir a nova atitude do Banestes para seus espaços físicos e manifestar a nova essência da marca no ambiente, o projeto das novas agências partiu do tagline adotado pela marca para criar ambientes que representassem verdadeiramente o posicionamento do banco. Mergulhamos fundo na pesquisa de quem é realmente o público consumidor capixaba, como funcionam suas relações pessoais e como se relacionam com as instituições bancárias. Dessa forma foi possível traçar uma estratégia conceitual que trouxesse o sentimento capixaba para dentro das agências, fazendo com que os clientes Banestes se sentissem mais acolhidos pelo banco. O projeto da primeira de três agências modelos foi essencial para que o banco do estado do Espírito Santo se reinventasse para se aproximar do seu público.

Ficha Técnica

Autoria: Guto Indio da Costa
Co-autoria: Rafaela Macedo, Renata Bolliger, Ana Caroline Amaral, Fernanda Queiroz, Laura Garcia, Carla Vasconcelos, Muryel Peres, Victor Corrêa.

Autoria | Ano

Indio Da Costa A.U.D.T | 2018

Cliente

Banestes

Guaraná Antarctica é Coisa Nossa



PRATA

Descrição do Projeto

Desenvolver campanha de materiais de PDV para Guaraná Antarctica sob o novo conceito "Guaraná é Coisa Nossa". O Objetivo era deixar claro que o Brasileiro tem seu jeito próprio, seu humor, sua personalidade e só Guaraná Antarctica consegue traduzir essa originalidade.

Ficha Técnica

Criação: Fabricio klug; Cristiano Faluba, Alvaro Guimarães, Paulo Vasconcellos, Vinicius Nunes, Stefany Pauli, Luisa Hiromi, Planejamento: Blanda Grazzi Barbosa Engenharia; Ariel Santos Atendimento: Ana Frias Produção: Vanessa Padilha Aprovação no cliente: Daniel Silber, Mariana Taborda, Ana Carolina Wallier

Autoria | Ano

Score Group | 2019

Cliente

AMBEV



Máquina Fametro



PRATA

Descrição do Projeto

Uma máquina de percurso criada para mover uma esfera por vários obstáculos.

Ficha Técnica

Design Máquina: Rafael Studart
Captação e edição: Miligrama Design
Construção Máquina: Rafael Studart
Design Estagiários: Silas Vasques e
Claire Maia

Autoria | Ano

Rafael Studart Design | 2018

Cliente

Fametro

Display Taça Aperol Spritz



BRONZE

Descrição do Projeto

Aperol Spritz é um drink de sucesso absoluto na Europa e o número 1 na Itália. No Brasil, o público é cativo e está acostumado a tomá-lo em bares e festas. O Grupo Campari queria que essa experiência fosse estendida, e que o consumidor pudesse preparar o drink em casa, assim precisava de um display-conceito Aperol Spritz. A ideia foi desenvolver um display se apoiando no maior ícone da marca, a taça do drink Aperol Spritz. Seguindo esta mesma lógica, aproveitar seu color code vibrante para se destacar e compartilhar a cultura da marca de "alegria contagiante" no PDV. Dentro do display estão a receita e todos os produtos necessários para a preparação do drink. A exposição destes em ambos os lados permitiu que a peça funcionasse tanto como ilha quanto encostada em gôndolas.

Ficha Técnica

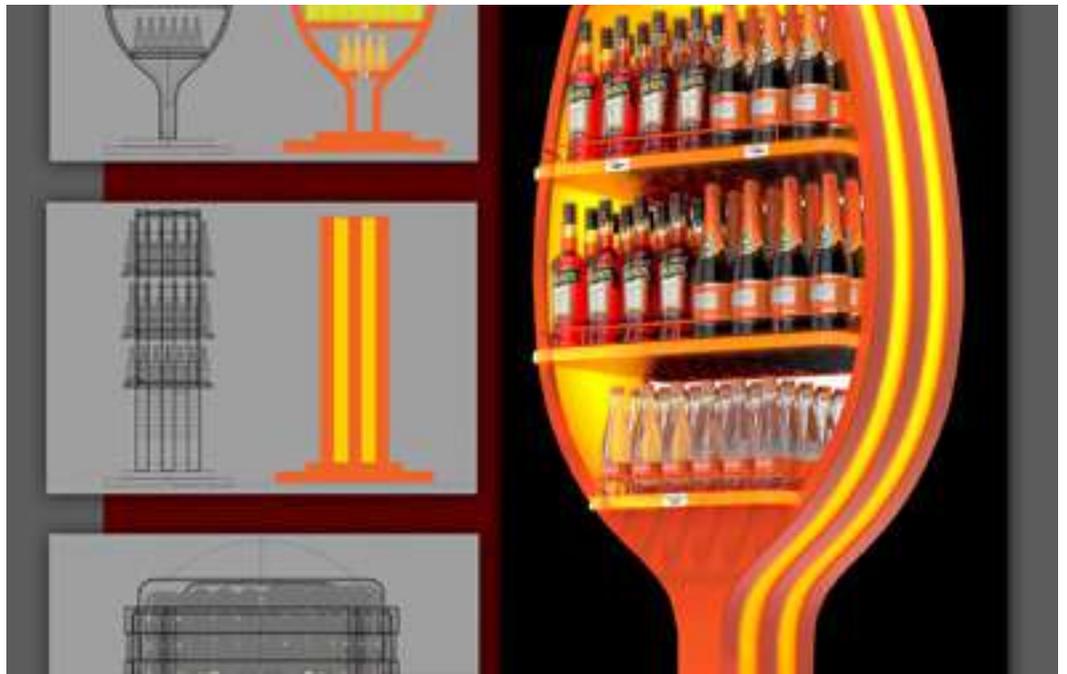
Art Contrast Design & Strategy +
Acriplast Ind. Comercio LTDA

Autoria | Ano

Art Contrast Design & Strategy | 2018

Cliente

Grupo Campari



Ponta de Gôndola Gota Ypê



BRONZE

Descrição do Projeto

Atualmente, líder de mercado na categoria de Amaciantes, a marca Ypê procurava uma proposta de organização da categoria no ponto de venda que colocasse em evidência a sua liderança. Com base em um estudo da concorrência na categoria, e adaptando os elementos visuais do Key Visual fornecido pelo cliente, foi desenvolvido um enxoval de peças cujo ponto focal é a ponta de gôndola "Gota Ypê". A ideia foi criar uma forma inusitada e autoral da marca, capaz de capturar a atenção do shopper e que criasse, ao mesmo tempo, ambiente harmônico que remetesse indiretamente aos perfumes e maciez que o produto traz. Assim a ponta de gôndola se transformou em uma grande gota iluminada, como uma "aura" que apresenta ao shopper todas as variantes do Amaciante Ypê.

Ficha Técnica

Art Contrast Design & Strategy +
Equipa PDV

Autoria | Ano

Art Contrast Design & Strategy | 2019

Cliente

Ypê

TEKA Exhibition Design Concept



BRONZE

Descrição do Projeto

Fundada na Alemanha, em 1924, a Teka nasceu no período de auge da lendária escola de arte Bauhaus, que revolucionou o design mundial e definiu os padrões de estética e funcionalidade que temos até hoje. Quase cem anos depois, e com presença em 116 países, a marca se viu frente a um grande desafio: modernizar-se e criar espaços de experiência de marca e materiais promocionais surpreendentes e, com isso, se aproximar de seus consumidores tornando-se uma marca desejada. A solução: integramos tecnologias digitais com sofisticação e emoção em um ponto de venda inovador, que traduz todo o posicionamento da marca de proporcionar aos usuários momentos significativos que valem a pena ser vividos.

Ficha Técnica

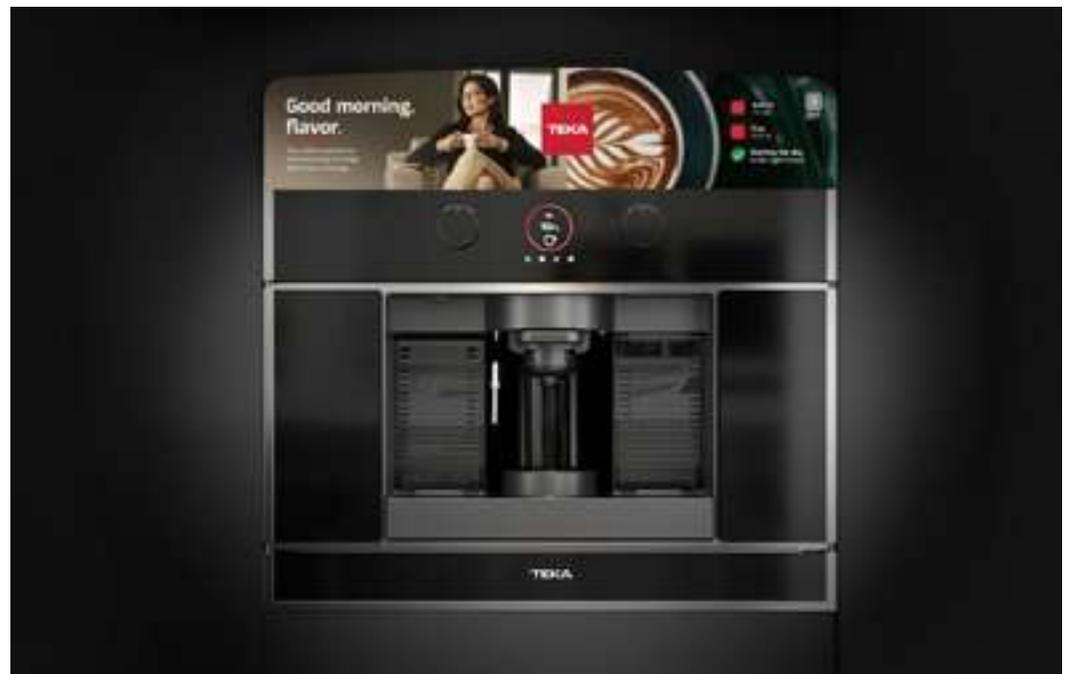
Luis Castellari: Diretor de estratégia e criação
Bruno Ferreira - Arquiteto
Felipe Castellari - Designer

Autoria | Ano

Keenwork Branding E
Estratégia | 2019

Cliente

Teka Group



Display Jeep Renegade



BRONZE

Descrição do Projeto

Renegade é um dos produtos mais icônicos da Jeep, tanto por seu design único quanto por ser um autêntico 4x4, com um DNA de desafio e integração com a natureza. Para transmitir as características do Renegade, buscamos materiais e formas que se integrassem perfeitamente com a essência do produto, como madeira rústica e pinturas que remetessem a elementos da natureza, com tons terrosos e de minério. Criamos então um totem de informações do produto, com destaque para a marca e o posicionamento, e através de rampas de inclinação lateral do Renegade, completamos o visual do display, passando toda a agressividade e capacidade de encarar desafios que só um 4x4 Jeep é capaz.

Ficha Técnica

José Luis R. Ströher, Miguel Casagrande, Ricardo Lijja e Vinícius Nogueira.

Autoria | Ano

Cda DesignLtda. | 2018

Cliente

FCA – Fiat Chrysler Automobiles

MIMO Festival 2018



BRONZE

Descrição do Projeto

O MIMO Festival acontece desde 2003 gratuitamente reunindo um line-up de altíssima qualidade. Para a edição dos 15 anos do festival, a Sumaré AUD foi responsável, pelo quarto ano, por toda a linguagem visual, passando pela marca comemorativa, comunicação visual e cenografia. O projeto cenográfico acompanha o mote da comunicação onde a REDE aparece nas estruturas metálicas dos espaços criados. Com elementos cenográficos modulares para utilização nas diferentes cidades do festival e cuidado especial com a acessibilidade, foram criados espaços como palco principal, pórtico de entrada, área de convivência, back stage e outros. O projeto de iluminação teve papel estruturante para transmitir a mensagem de um festival que vai muito além dos concertos apresentados. Dois Ouvidos é pouco!

Ficha Técnica

Gilberto Borges - Criação, Designer | Giordana Pacini - Co- autora, Arquiteta | Heloisa Pisa - Co- autora, Arquiteta | Michelle Abreu - Desenvolvimento, Arquiteta | Tatiane Proba - Desenvolvimento, Arquiteta | Thatilane Loureiro - Desenvolvimento, Estagiária de arquitetura | Roberto Riegert - Iluminação, Light designer | Casa dos Reclamos (PT) - Execução

Autoria | Ano

Sumaré Arquitetura, Urbanismo e Design | 2018

Cliente

Lu Araújo Produções



Comunicação Visual The Corner Coworking



BRONZE

Descrição do Projeto

Criar um conceito e uma identidade ambiental para um novo coworking na capital paulista, com a proposta de imprimir uma linguagem moderna e urbana, foi o nosso partido para o projeto de comunicação visual do The Corner. A identidade visual está por todos os ambientes e as principais aplicações foram de pintura e vinil, soluções de produção rápida, baixo custo e de grande impacto visual no espaço. Como o guideline de marca priorizava o uso das cores fortes, criamos um racional de cores para os quatro edifícios, que desmembrou nas peças de cada um deles, tanto nas pinturas das paredes quanto nos itens de sinalização desenvolvidos. A produção de tintas foi desenvolvida exclusivamente com as cores da marca, em roxo, azul, laranja e verde.

Ficha Técnica

Dea Design: Mariana Maia Caram, Ana Paula Nemoto, Monica Kato, Ari Miachiro, Juliana Hobo, João Paulo Prado e Yasmin Rachid Arquitetura: Meireles + Pavan Arquitetura Sinalização: Novo Conceito Pinturas: Ripa Cenografia Lambe-lambe: Gráfica Fidalga Fotos: Fran Parente

Autoria | Ano

Dea Design | 2018

Cliente

The Corner Coworking



Restaurante Carvão



BRONZE

Descrição do Projeto

Localizado em Salvador, a casa de carnes Carvão tem como principal conceito o sabor defumado dos seus pratos e foi com isso em mente que desenvolvemos toda a linguagem verbal do restaurante, que foi aplicada na sua ambientação através de murais pintados manualmente e intervenções com a técnica de lambe-lambe. O projeto precisava comunicar, principalmente através do ambiente, seus conceitos e diferenciais. Desenvolvemos, então, uma linguagem dinâmica, colorida e poética que foi posteriormente desdobrada em outros suportes, como jogo americano, guardanapos, caneca, bonés, camisetas e sinalização, garantindo uma experiência completa e imersiva no conceito do Carvão.

Ficha Técnica

Luíze Araújo, Juliana Argollo, Júlia Laço (Motora) - criação | Magu Atala - direção de arte

Autoria | Ano

Motora | 2018

Cliente

Restaurante Carvão



Comunicação Visual Digital House São Paulo



BRONZE

Descrição do Projeto

A Digital House é uma startup em São Paulo onde se formam as novas gerações de programadores e profissionais digitais. Por lá desenvolvemos a comunicação visual, enfatizando o caráter contemporâneo da escola através da aplicação de artes que combinam a linguagem de programação com cores e a sinalização funcional. Apresentando o digital e tecnológico de forma estática, os painéis possuem grafismos baseados em softwares de código aberto, com números e QR codes, o que abre a possibilidade de interação com a arte estampada. De baixo custo e boa manutenção, optamos por utilizar apenas o vinil adesivado como material, presente em todas as peças desse projeto.

Ficha Técnica

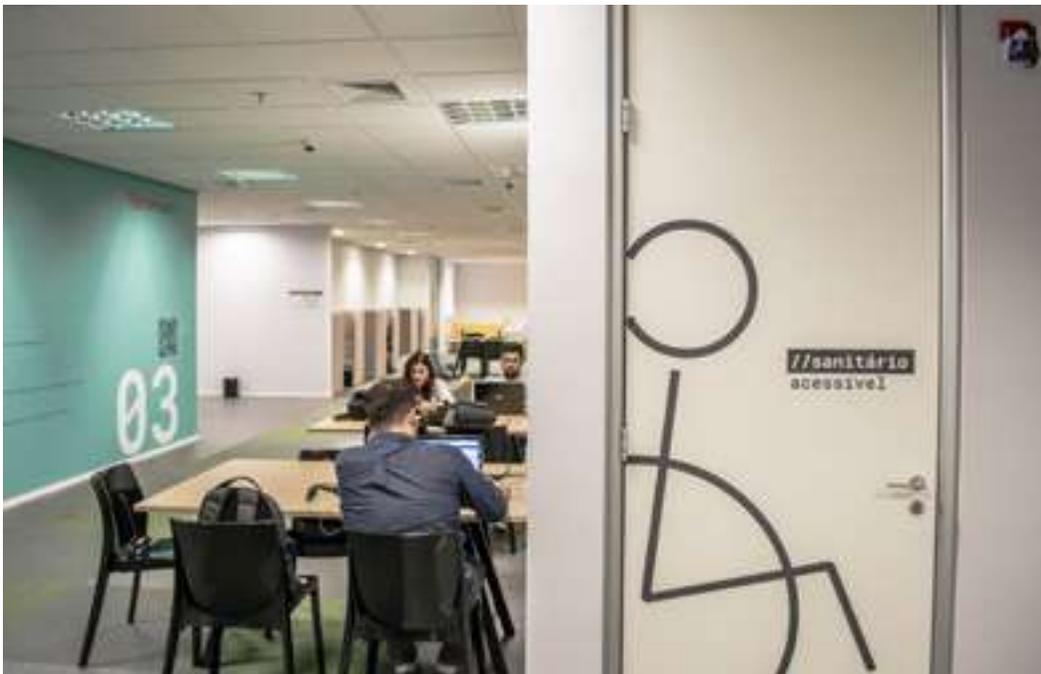
Dea Design: Mariana Caram, Ana Paula Nemoto, Juliana Hobo, Ari Miachiro, Monica Kato e Felipe Rainho
Arquitetura: Athié Wohnrath Fotos: Ari Miachiro

Autoria | Ano

Dea Design | 2018

Cliente

Digital House



Comunicação Visual Lívolo



BRONZE

Descrição do Projeto

Em 2018, Lívolo nos convidou para desenvolver a comunicação visual do seu escritório em Barueri, São Paulo. Com o propósito de reforçar a identidade da marca no espaço, os valores e a cultura da Lívolo foram estampados e trabalhados por todo o office, inclusive na escolha dos nomes das salas. De lambe-lambe a luminosos que indicam o status das equipes de trabalho, o projeto compreende diferentes soluções de materiais e aplicações, criando um espaço funcional com a cara da Lívolo.

Ficha Técnica

Dea Design: Mariana Caram, Ana Paula Nemoto, Juliana Hobo, Monica Kato e João Paulo Prado Arquitetura: Athié Wohnrath Fornecedor: KZVM Sinalização Lambe-lambe: Gráfica Fidalga Fotos: Romulo Fialdini

Autoria | Ano

Dea Design | 2018

Cliente

Lívolo Programa de Pontos



Museum Hof Van Busleyden



PRATA

Descrição do Projeto

Depois de um processo de renovação, o Museu Hof van Busleyden, em Mechelen, Bélgica, abriu suas portas em 2018. Transportando os visitantes para os séculos XV e XVI, o museu permite o contato com histórias do Palácio. A estratégia de wayfinding desse projeto organiza a rota de visitação em zonas codificadas, usando a lógica de linhas de metrô. Assim, busca manter o visitante atento aos próximos passos e seguro para retornar ao ponto de partida. O sistema de sinalização atua nos espaços de transição, mantendo as salas de exposição livres de interferência. No acesso de cada setor, painéis customizados com padrões que remetem às obras mais relevantes em exibição indicam o caminho à frente. Externamente, o sistema traz soluções que respeitam a importância histórica do prédio e seus jardins.

Ficha Técnica

Luciana Mattiello, Joana Buglione, Sara Röpke, Camila Civardi, Martha Fogliatto, Juliana Mello, Manoela Medeiros.

Autoria | Ano

/STUDIOMDA | 2018

Cliente

Museum Hof Van Busleyden



Mercado Da Boca



PRATA

Descrição do Projeto

Pequenas redes, geralmente utilizadas para carregar frutas, tornam-se suportes para elementos da sinalização, como pictogramas e setas, enquanto as informações são escritas diretamente nas paredes. Nas áreas mais amplas, as redes recebem grandes peças de madeira com o nome dos espaços, mantendo a mesma solução formal, porém em uma escala maior.

Ficha Técnica

Direção de criação: Gustavo Greco |
Gerente de criação: Tidé | Design: Tidé
e Rafael Sola | Produção: Allan Alves |
Gerente de projeto: Víctor Fernandes

Autoria | Ano

Greco Design | 2018

Cliente

Mercado Da Boca



Pueblo595 Wayfinding



BRONZE

Descrição do Projeto

O Pueblo595 é um empreendimento em Porto Alegre/RS de estúdios exclusivos para locação com aluguéis flexíveis a partir de um mês de estadia. Seguindo o conceito de coliving (movimento que estimula integração e colaboração), oferece alternativas a fim de despertar o espírito de convivência entre seus moradores. A sinalização foi pensada tendo como guia a identidade visual criada durante o projeto de branding. Era importante que ela transmitisse informação de forma rápida e clara para direcionar os fluxos do prédio, pois com um alto giro de pessoas, algumas possuem pouco tempo para se adaptar. Também foi percebido que o local precisava de mais personalidade em seus espaços, por isso a sinalização deveria atuar de forma significativa como ambientação de marca, não apenas como orientação.

Ficha Técnica

Diretor Criativo: Felipe Bernardes Amaral | Estratégia e Naming: Natália Athayde Porto | Design Team: Gustavo Bernardes Amaral, Rafael Poloni, Ronald Zanardi | Fotografia: Ricardo Jaeger

Autoria | Ano

StudioBah | 2018

Cliente

Saute MGus



Paulista Cultural 2019



BRONZE

Descrição do Projeto

Paulista Cultural 2019 promoveu um domingo de atividades gratuitas. A iniciativa realizou intercâmbios de atividades entre os equipamentos culturais da Avenida Paulista. O projeto teve como objetivo central a democratização do acesso à cultura, e, como principal entusiasta e apoiador o Itaú, responsável pela comunicação do evento. A agência oit planejou e criou a comunicação do projeto a partir de um visual didático, comunicando o posicionamento do público em relação aos equipamentos culturais com a distância medida em passos, além de, ilustrar esses icônicos prédios, criando um skyline das fachadas em outline. Sinalização, posters e demais mídias “hackearam” o conceito “out of home”. Com isso, Itaú foi apontado como principal marca lembrada em pesquisa do Ibope.

Ficha Técnica

Direção de Arte: Sérgio José Barbosa
 Design Gráfico: Sérgio José Barbosa
 Planejamento: Caio Campagni, Nicole Ortiz
 Produção: Patricia Gianini, Mike Souza
 Atendimento: Rodrigo Cocenza
 Direção Geral: Guil Salles

Autoria | Ano

Oito.Ag | 2019

Cliente

Itaú



Projeto de Sistema de Sinalização - Hospital São Luiz



BRONZE

Descrição do Projeto

A Rede D'or São Luiz, maior grupo de hospitais privados do Brasil, passa por um momento de franca expansão de suas atividades. Nesse contexto, nós da Estúdio 196, fomos convidados a criar um novo sistema de sinalização para a marca São Luiz. O sistema de sinalização desenvolvido permanece em constante desenvolvimento e implementação devido ao momento de expansão do grupo. Uma das principais implementações do projeto foi realizada no Hospital São Luiz – Unidade São Caetano, um hospital que conta com um programa diversificado em mais de 37.000m² de área construída.

Ficha Técnica

Claudio Habara, Gustavo Negreira Barbosa, Yuji Kawasaki, Aline Tiemi Nagano, Letícia Sue Taminato Kato, Daniela Narumi W. Nasaha, Amanda Iso Obara, Vitor Eun Il Kim, Tamy Morimoto, Taisa Oyamada Nishikiori, Henrique Kenji Satake, Bruna Watanabe Murakami, Daiana Nohana Takara

Autoria | Ano

Estúdio 196 Branding & Design | 2018

Cliente

Rede D'or São Luiz



Mimo Festival 2018



PRATA

Descrição do Projeto

O Mimo Festival acontece desde 2003 gratuitamente reunindo um line-up de altíssima qualidade. Com uma trajetória tão rara e brilhante, precisava ter sua história contada. Para a edição dos 15 anos do festival, a Sumaré AUD criou uma marca comemorativa e todo o conceito e desenvolvimento da identidade visual. O conceito da comunicação e da cenografia, transmite a energia que o festival trouxe ao público ao longo desses anos. Uma REDE que conecta a todos: público, músicos, cidades e países onde o festival acontece. Com o forte projeto de iluminação e uma palheta de cores vibrante e imagens recortadas em P&B, essa experiência intensa teve como símbolo a ilustração das duas orelhas, onde a mensagem é de um festival que vai muito além dos concertos apresentados. Dois Ouidos é pouco!

Ficha Técnica

Gilberto Borges - Criação, Designer | Giselle Macedo - Desenvolvimento, Designer | Priscila Moura - Desenvolvimento, Designer | Daniele Figueiredo - Desenvolvimento, Designer | Inês Coimbra - Edição de imagens | Giordana Pacini - Arquiteta | Heloisa Pisa - Arquiteta

Autoria | Ano

Sumaré - Arquitetura, Urbanismo e Design | 2018

Cliente

Lu Araújo Produções



Prêmio Barco a Vapor: Uma Viagem Pela Literatura Infantojuvenil



BRONZE

Descrição do Projeto

Nada melhor para recepcionar os vencedores de um dos maiores prêmios nacionais de literatura infantojuvenil do que uma experiência lúdica e imersiva. Assim foi a "viagem" que projetamos para edição 2018 do Prêmio Barco a Vapor, promovido pela Fundação SM. Um projeto completo de exposição, cenografia e atualização da identidade visual que tornou a cerimônia de premiação uma divertida viagem a navio, que teve seu início bem antes do embarque. Além do projeto cênico e de iluminação inspirados em um barco, o evento contou com diversas ações interativas como o ingresso na forma de passaporte customizado, a cabine de "autógrafos do capitão" e as garrafas de vidro com trechos do livro premiado.

Ficha Técnica

Luis Castellari - Diretor de estratégia e criação
 Leandro Rychert - Gerente de projeto
 Bárbara Schneider - Atendimento
 Bruno Ferreira - Arquiteto
 Cinthia Bernardes - Designer

Autoria | Ano

Keenwork Branding E
 Estratégia | 2018

Cliente

Fundação SM

8 Congresso de Inovação da Indústria



BRONZE

Descrição do Projeto

Para contribuir com o desenvolvimento da Inovação no país, a Confederação Nacional da Indústria (CNI) e o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae) realizam, a cada dois anos, o Congresso Brasileiro de Inovação da Indústria. O evento reúne representantes do setor produtivo, do governo, da academia e de parceiros estratégicos do ecossistema de inovação brasileiro e internacional para o maior e mais consistente debate sobre inovação da América Latina. Em 2019 o evento aconteceu no São Paulo Expo entre os dias 10 e 11 de junho e a Estojo foi contratada para desenhar uma cenografia que fizesse os participantes mergulharem no tema da Inovação.

Ficha Técnica

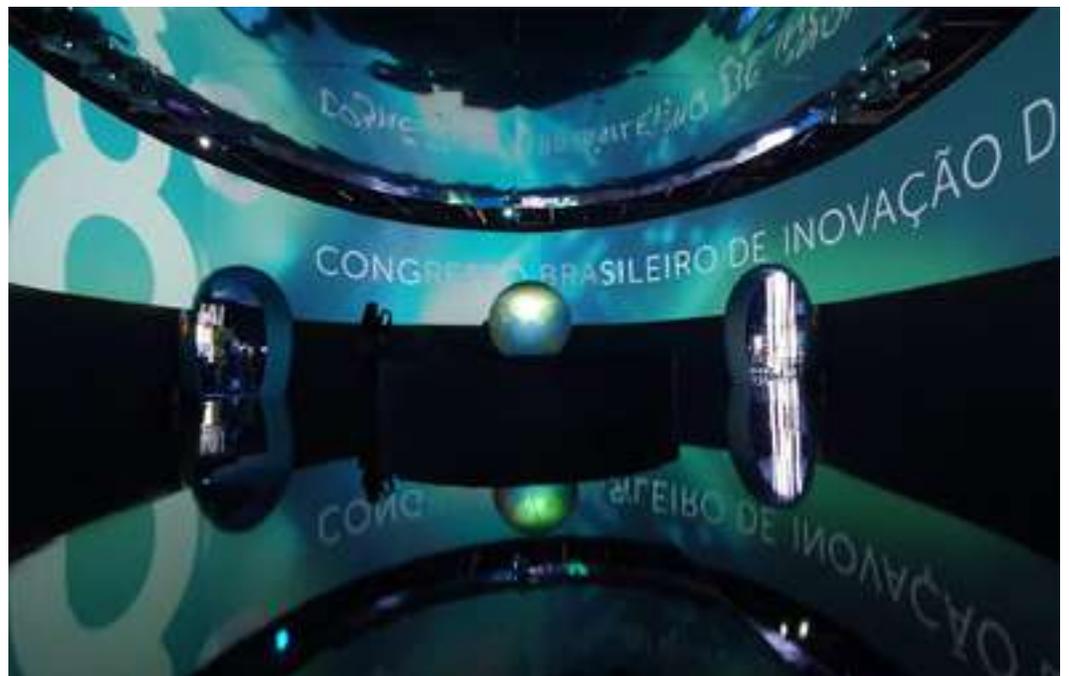
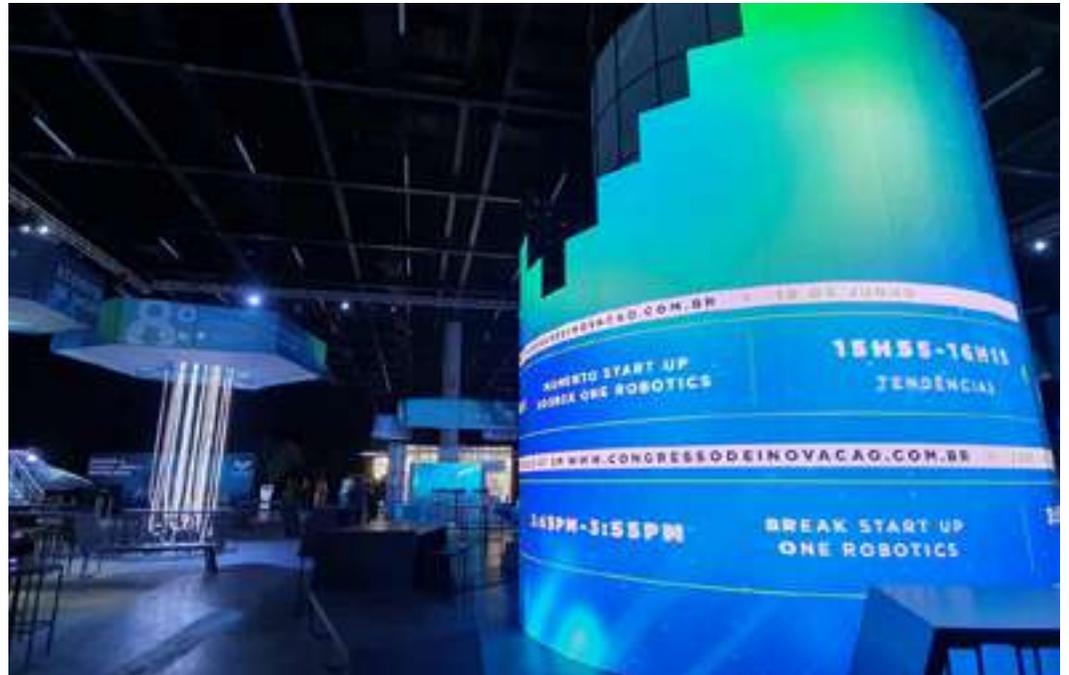
Projeto Geral: Estojo | Organização: Capacitá Eventos | Montadoras: Armazém Cenário, Paleta, GTO e LCCL | Audio/Vídeo/Mapping: Entrequadra Novas Mídias, Estação Filmes, Elo, 4Beats | Direção Artística: Marcelo Bachin | Design Gráfico: Zorzo Design | Programação Visual: Allsigns | Light Design: André Domingues | Stands Sebrae e Senai: H Estudio | Fechamento Caixa Cênica: Elementar

Autoria | Ano

Estojo | 2019

Cliente

CNI – Confederação Nacional da Indústria



Natura - New Concept Design Store



PRATA

Descrição do Projeto

Nosso objetivo era de trazer uma nova proposta de conceito de loja para o varejo que tivesse como ponto de partida a essência e alma da marca. Um espaço que ao mesmo tempo trouxesse todo o storytelling da marca com uma experiência de marca encantadora e surpreendente com um atendimento e serviço especializado, valorizando ao máximo todos os atributos e dimensões da marca Natura.

Ficha Técnica

Metro Arquitetos: Martin Corullon
Gustavo Cedroni Fernanda Carvalho
(iluminação) Natura: Maria Paula
Fonseca Renato Winnig Andrea
Alvares Paula Andrade Lucienne
Gatti Moira Reyes Luciana Luvizeto
Livia Abrão Visual Merchandising
- Interbrand: Beto Almeida Sergio
Cury Gil Bottari Direção de Arte e
Packaging: Marcela Ayd

Autoria | Ano

Metro Arquitetura | 2018

Cliente

Natura



Novas Agências Itaú Varejo



BRONZE

Descrição do Projeto

Olá! Bem-vindo a nova agência Itaú :) Acreditamos que podemos influenciar a vida dos nossos clientes através de um espaço que simplifica o dia a dia, com atendimento ágil e resolutivo, transformando a relação entre o cliente e a agência bancária. Fruto do embasamento em análises profundas das jornadas dos clientes dentro da agência, o projeto remodela todo o interior de duas agências-piloto em São Paulo. O desenvolvimento passa por redesenho de fluxos, mobiliários, estruturas modulares, divisão espacial e acabamentos.

Ficha Técnica

Projeto de ambientação para as agências Itaú

Autoria | Ano

Itaú Design Time + Itaú Arquitetura projetos especiais | 2019

Cliente

Itaú-Unibanco



Loja Conceito Swift



BRONZE

Descrição do Projeto

A marca que fala! Fizemos uma adaptação da loja Swift na Oscar Freire, explorando a elasticidade da identidade para uma loja conceito na rua mais imponente de São Paulo. O objetivo da Swift era transmitir seu posicionamento de uma marca de congelados moderna e conectada com perfil do consumidor atual. Era precisava transmitir tecnologia, inovação e variedade sem perder um dos seus principais pilares: a acessibilidade.

Ficha Técnica

CEO: Renata Melman | Diretor de Criação: Mike Câmara e Daniel Innarelli | Diretora de Contas: Carol Ribeiro | Atendimento: Karen Kiochia | Designers: Ingrid Dearo, Ana Carolina Pierro, Tayla Bassichetti, Patricia Martins | Arquiteto: Rodolfo Yamamoto

Autoria | Ano

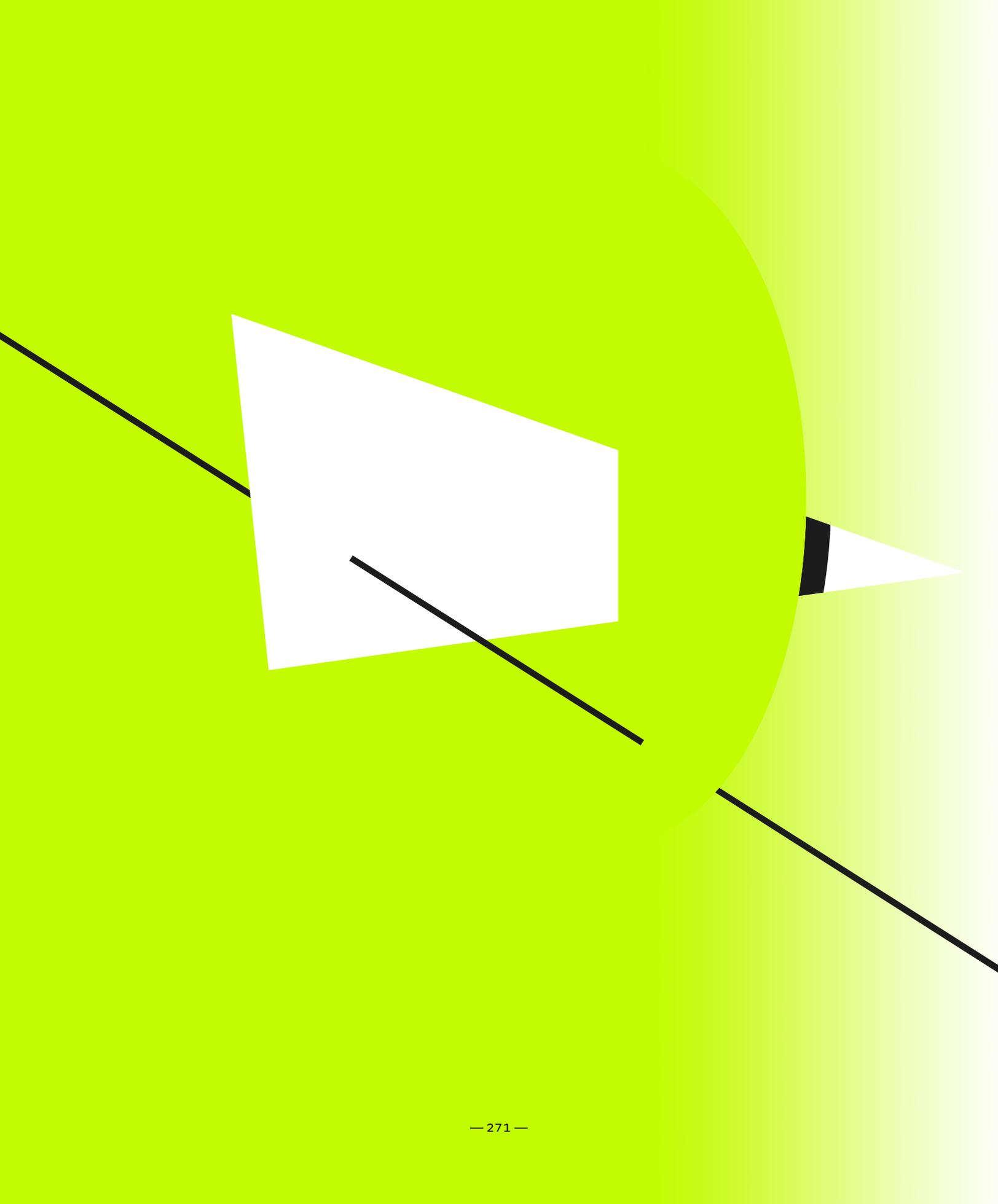
100% Design | 2018

Cliente

Swift

PREMIADOS 2019

PRO DUTO



Pia Flat



PRATA

Descrição do Projeto

“Pia Flat” é uma linha composta de Escorredor de Louças, Escorredor de Talheres, Dispenser para Detergente e Esponja, e Lixeira Automática para Pia. Cada produto apresenta soluções pensadas individualmente para facilitar o uso e o dia a dia de cozinhas pequenas e planejadas. A linha Flat é voltada à otimização de espaço e às atividades que envolvem a bancada da pia. O conjunto forma uma família que se complementa em funcionalidade e agrega estética para a pia.

Ficha Técnica

Designers: Patrícia Sandrin e Daniel Scotti | Imagens: Transa Inc. e Nook 3D Studio

Autoria | Ano

Patrícia Sandrin, Fabiano Bonatto, Jaqueline Brognoli, Nicolas Araújo e Daniel Scotti | 2018

Cliente

Grupo Brinox - marca Coza



Giretto**BRONZE****Descrição do Projeto**

O Giretto nasceu com um propósito bem definido: fazer o ato de abrir uma garrafa de vinho algo simples, intuitivo e principalmente sem o uso da força. Rodamos o país falando com especialistas, sommeliers e pós-doutores em vinhos. Identificamos os mínimos detalhes de como tornar essa jornada, que por vezes é desastrosa, em uma experiência prazerosa para qualquer pessoa. Assim, encontramos um design simples e amigável. Seu formato cônico interno centraliza o gargalo, guiando para o sutil corta lacre, com um giro de 360° e uma pequena pressão o lacre é removido. O espiral, revestido com material antiaderente que evita agredir a cortiça, é guiado pela parte superior do corpo a entrar na rolha de forma correta. Com um giro constante do manípulo o espiral entra na rolha e a remove sem esforço.

Ficha Técnica

Gustavo Giorgi e Diego Caye Lopes

Autoria | Ano

Design Único | 2019

Cliente

Tramontina Cutelaria

Escada Monobloco UZK



BRONZE

Descrição do Projeto

Uma escada para residências que não foi feita para ser "relegada aos confins" da área de serviço. É bonita, descontraída e disponível em várias cores, tem 4 degraus antiderrapantes, e tamanho padrão para acesso as alturas residenciais comuns. Sua principal característica, única no mercado, é a estrutura inteiriça. Degraus e colunas verticais são um só elemento, tornando quase impossível seu rompimento. Esse desenho, além da limpeza formal, garante uma durabilidade ímpar. Feita para durar muitos anos, utiliza de forma responsável o plástico como matéria prima de fabricação. É produzida artesano-industrialmente por rotomoldagem. Suporta até 120 kg. Disponível em modelos com diferentes tipos de travamento: laterais com corda náutica ou cinta central de fibra, com opções de cores.

Ficha Técnica

Rejane Maciel / Roberto Pacheco /
Petrus Candido / Fernando Germoglio.

Autoria | Ano

Gilson Miranda | 2019

Cliente

FABK - Industria Criativa



Talheres Allegria



BRONZE

Descrição do Projeto

Conjunto de talheres infantil Allegria. Colher, faca e garfo para divertir as refeições dos pequenos a partir de 12 meses. Seu design simples, permite a variação de temas de acordo com o público ou tema desejado. Inspirada no mundo da imaginação, a linha Allegria traz para a hora de comer toda a fantasia do mundo das crianças! A fase infantil é uma das melhores a ser vivida, pois nela tudo é muito intenso e divertido. Nessa etapa, as crianças pensam em brincadeiras como correr, pular, sonhar e se fantasiar, e elas são importantes para um desenvolvimento adequado e feliz. Por esse motivo, a linha Allegria é ótima companhia para os pequenos durante as refeições. Ela auxilia a estimular as habilidades motoras e psicológicas, além da imaginação e criatividade.

Ficha Técnica

Design: Elisa Tramontina, Gustavo Giorgi | Ilustração: Fernanda Smaniotto Netto e Paula Pinhatti.

Autoria | Ano

Design Único | 2019

Cliente

Tramontina Farroupilha S/A



Aquecedor Elétrico com comando Wi-Fi Stang



BRONZE

Descrição do Projeto

O aquecedor Stang é uma releitura de um produto muito presente nas casas das pessoas e de grande utilidade. Com a possibilidade de fazer o redesign, foi observado que mais funções poderiam ser adicionadas ao produto. Praticidade e inteligência foram as duas características fundamentais no desenvolvimento de upgrades para o produto. O aquecedor conta com aplicativo para programação e controle da temperatura. Antes de chegar em casa o usuário já pode programar o produto, com praticidade e segurança. A peça tem diversas funções: aquecedor, desumidificador e circulador de ar, sendo programável por aplicativo de celular, tanto nas funções liga e desliga como no controle de temperatura. Também pode ser usado como secadora de roupas.

Ficha Técnica

Equipe: Rodrigo Leme, Juliano Gheno, Gabriel Altenhofen, Guilherme Cardoso, Milene Becke, Mariana Stangherlin

Autoria | Ano

Grupo Criativo | 2019

Cliente

Anodilar Indústria de Utilidades



WineUP**BRONZE****Descrição do Projeto**

Traduzir visualmente o valor de um acessório fundamental para apreciar um bom vinho, o abridor. Essa é a razão de ser do WineUp, com um design incomparável no mercado, ele alinha toda a elegância do ritual da degustação ao sistema de abertura de vinho que usa a pressão do ar para a retirada da rolha. O requinte na maneira de usar o utensílio ganha nuances mais delicadas com três itens integrados ao conjunto, a tampa, o apoiador de rolha e o funil corta pingo, para ser anexado na garrafa ao servir. Todos os detalhes carregam como principal característica um cuidado estético único na comparação com outros utensílios disponíveis no mercado.

Ficha Técnica

DDID – (Evolution Through Design) e DXID – (Product Solution Through Design) Brand Owner: DXID
Fabricante: XULE

Autoria | Ano

DDID/ DXID | 2019

Cliente

Polishop



Potes Hoop



BRONZE

Descrição do Projeto

Os potes Hoop apresentam-se em três volumes: 500ml, 1L e 2L. Possuem a finalidade de armazenar e transportar alimentos, assim como podem fazer as vezes de bowl, auxiliando no preparo de receitas e servindo refeições à mesa posta. A inspiração de suas formas vem da Bauhaus que completa 100 anos em 2019. Uma das expressões mais relevantes na arquitetura e no design, a Bauhaus é considerada a primeira escola de Design do mundo. O movimento, caracterizado por formas geométricas e blocadas, influenciou a criação desses produtos. Suas linhas retas e a base angulada são evidenciadas pelas cores, a textura suave e o acabamento fosco.

Ficha Técnica

Designer: Patrícia Sandrin | Imagens: Transa Inc. e Nook 3D Studio

Autoria | Ano

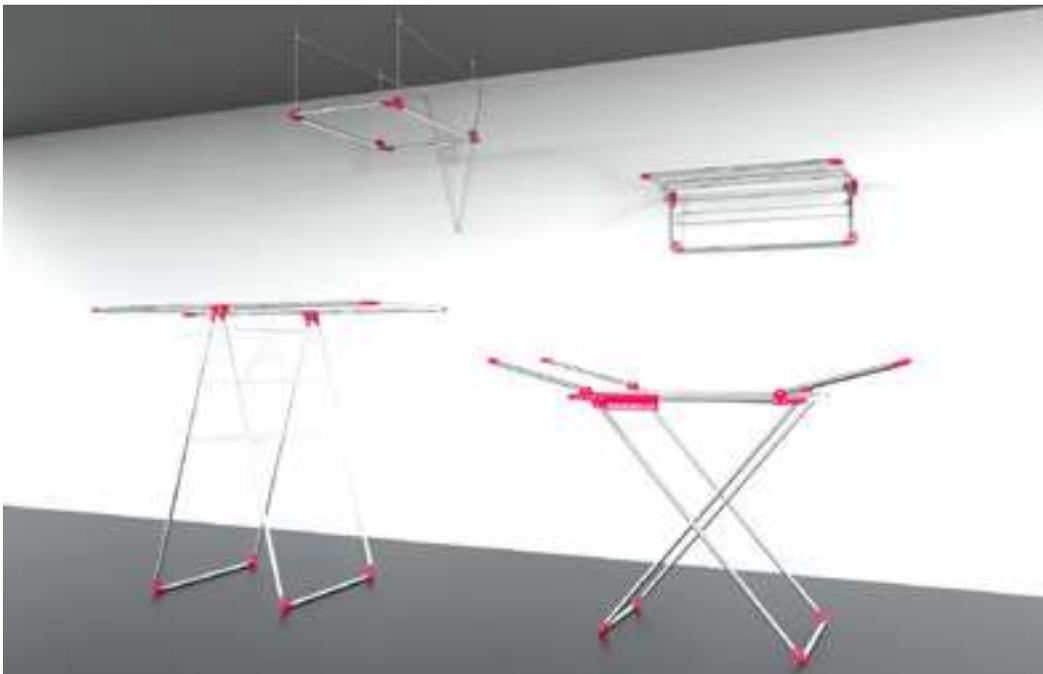
Patrícia Sandrin, Fabiano Bonatto e Jaqueline Brognoli | 2019

Cliente

Grupo Brinox - marca Coza



Varal System Maxeb



BRONZE

Descrição do Projeto

A Maxeb é uma empresa especializada em varais, precisava se reinventar e apresentar um produto com maior tecnologia e entendimento da mudança de comportamento do consumidor. O resultado foi um conceito de produto capaz de gerar cinco diferentes utilizações com pensamento na variedade das instalações nas residências, que vão desde lavanderias com mais espaço até áreas de serviço integradas com a cozinha. Além disso, o projeto prevê uma otimização total produtiva, pois retira uma etapa da produção: a dobra. Entramos, também, na reconstrução da marca e novo visual de embalagens para maior impacto no PDV.

Ficha Técnica

Equipe: Rodrigo Leme, Juliano Gheno, Lucas Couto, Thiago Viana e Rafael Eberhardt

Autoria | Ano

Grupo Criativo | 2018

Cliente

Max Eberhardt Utilidades Domésticas LTDA

Descanso Tec



BRONZE

Descrição do Projeto

O descanso torna a hora de arrumar a mesa uma brincadeira, deixando-a mais convidativa e personalizada. Para atingir sua plenitude, as peças precisam da criatividade humana em busca de seu próprio estilo. É facilmente ajustável, proporcionando espaço para mais de uma panela ou uma grande caçarola. Pode também ser usado como tábua de servir. A peça permite arrumar a mesa inúmeras vezes de forma única. O seu nome TEC faz referência tanto a onomatopeia do encontro dos ímãs quanto ao tipo da madeira (teca), sua principal matéria-prima.

Ficha Técnica

Diogo Santos de Souza
Juliana Bello Schlichting

Autoria | Ano

Juliana Bello Schlichting | 2018

Cliente

Guria Marcenaria



Linha de Cubas Smooth



BRONZE

Descrição do Projeto

Design super clean é a tradução da nova linha de cubas de sobrepor Smooth da Tramontina Design Collection. São 5 modelos com composições de cubas e tamanhos diferentes. As peças com escorredor liso possuem uma leve inclinação que garante o escoamento da água, o que surpreende pois não é necessário fazer um rebaixe na bancada para a área molhada. Produzidas com material nobre (aço inox 304), são higiênicas e resistentes para as tarefas do dia a dia, além de combinarem muito bem com uma decoração leve e elegante.

Ficha Técnica

Equipe de desenvolvimento
Tramontina Teec

Autoria | Ano

Tramontina Teec S/A. | 2019

Cliente

Tramontina Teec S/A.



Luminária Fotosyntesis



BRONZE

Descrição do Projeto

As casas estão ficando cada vez menores e com pouco espaço. Estamos sentindo cada vez mais falta do contato com a natureza nos grandes centros. A Luminária Fotosyntesis é uma forma criativa de trazer o contato com o verde para dentro das casas urbanas. A luminária funciona como cachepot, de forma que a pessoa pode trocar o vaso de planta interno e substituí-lo quando desejar. Como um pequeno jardim suspenso, a Luminária Fotosyntesis trás natureza, criatividade e iluminação para as residências.

Ficha Técnica

Luminária Fotosyntesis Ateliê Recul
Designer: Anna Beatriz Machado
Fabricado na impressora 3D em
PLA, plástico feito de amido, fonte
renovável e reciclável.

Autoria | Ano

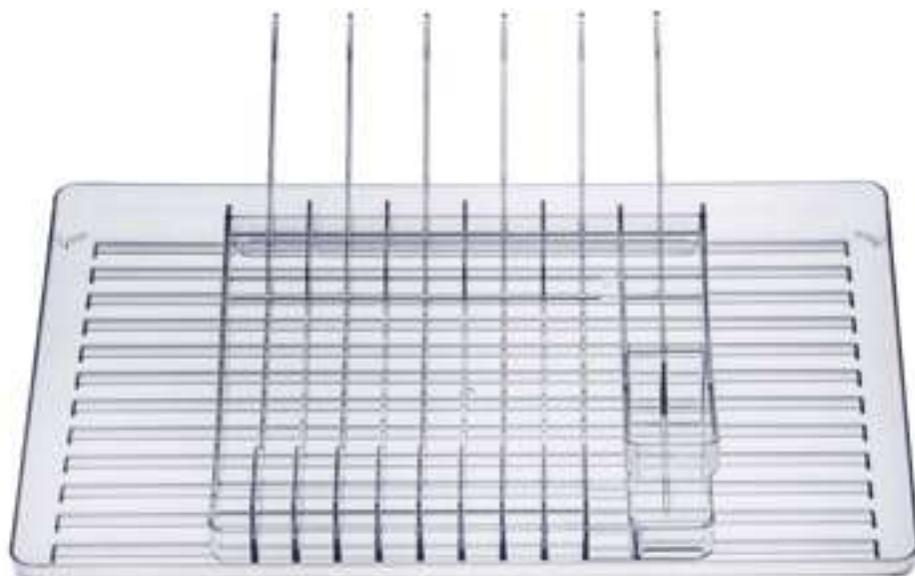
Anna Beatriz Machado | 2019

Cliente

Ateliê Recul



Escorredor Smart S



BRONZE

Descrição do Projeto

O projeto é um escorredor de pratos, com uma base móvel para escorrer pratos, copos e talheres. Esta base pode ser disposta sobre a bandeja, que retém a água, e também pode ser levada para dentro da cuba para escorrer, ou dentro do armário para organizar depois da louça seca. As formas do projeto contribuem para a valorização do ambiente da cozinha tanto ao organizar a pia, quanto como em sua função natural.

Ficha Técnica

Autor: Fábio Annes Duarte

Autoria | Ano

Crippa | 2019

Cliente

Crippa

Flux**BRONZE****Descrição do Projeto**

Flux é um prato esculpido em um material sintético chamado Corian, muito utilizado em bancadas de cozinha. O seu desenho, bastante ousado, é inspirado na arquitetura de Niemeyer, com muitas curvas e áreas vazias. A sua principal proposta é possibilitar uma experiência interativa com a comida, onde ela pode se movimentar de acordo com a montagem que o chef fizer no prato.

Ficha Técnica

Designers: Dimitri Lociks e Simone Turíbio
Fabricação: Quintino Brasil

Autoria | Ano

Choque Design | 2018

Cliente

Quintino



PEG**BRONZE****Descrição do Projeto**

Sistema de iluminação linear para aplicação como arandela, com distribuição luminosa direta e indireta, podendo receber uma série de acessórios, acabamentos customizados e comunicação visual. Utiliza como fonte de luz módulos lineares led de alta eficiência.

Ficha Técnica

Projeto desenvolvido para a OmegaLight por Ricardo Fahl

Autoria | Ano

Ricardo Fahl | 2018

Cliente

OMEGALIGHT

KineticLight Move / KL- MOVE



PRATA

Descrição do Projeto

O KineticLight-Move foi desenvolvido usando o conceito do Treinamento em Neurociências Esportivas, combinando luz e movimento para treinar o potencial neuro-cognitivo-motor. Destinado a atletas de inúmeras modalidades desportivas, pacientes com necessidades especiais, em reabilitação e fisioterapia. O aplicativo de comando por celular via Bluetooth proporciona variações de modos de treinamento, com padrões visuais diversos, visando atender às especificidades de treinamento neuro-cognitivo-motor. Durante a execução do circuito, as luzes dos botões acendem randomicamente e o participante deve apagá-las. Diversos circuitos são programados para o treinamento da visão focal, periférica ou da combinação entre ambas. Possui ajuste de altura para pessoas de diferentes faixas etárias e estaturas.

Ficha Técnica

VIDA Design: Paulo Roberto Fernandes de Oliveira (Diretor Fundador e Designer Industrial) & Leandro Soares Pinheiro (Engenheiro Mecatrônico)
| PLP Engenharia: Pedro Henrique Cantuária Lôbo (Engenheiro Elétrico)
| NEUROKINETIC Treinamentos Esportivos: Geison Isidro Marinho (Psicólogo e Diretor Fundador) & Evaldo Maciel Pinto (Professor de Educação Física e Sócio Diretor)

Autoria | Ano

VIDA Design LTDA | 2019

Cliente

NEUROKINETIC Treinamentos Esportivos Ltda.



2 Way



PRATA

Descrição do Projeto

As crianças tem um comportamento bastante similar ao dos adultos, que muitas vezes optam por ao entrar em casa, tirar os calçados e ficar somente de meias ou de pés descalços. Observando este hábito nas famílias e atendendo ao propósito da marca – pra criança ser criança, a Bibi criou o Way, um tênis 2 em 1. Para ficar em casa, a criança pode usar somente a lycra que tem antiderrapante na parte de baixo. Quando for sair, basta encaixar o solado e prender com a tira de velcro. Com um único produto atendemos a duas necessidades da criança, de maneira prática e econômica.

Ficha Técnica

Anderson Wilkom Antonio Lopes
Camila Kohlrausch Rebeca Figur
Schoenardie Silvio Telles

Autoria | Ano

Calçados Bibi Ltda | 2019

Cliente

Crianças de 2 a 7 anos



Jarra Térmica Termo Guarani 2,5L



BRONZE

Descrição do Projeto

O Termo Guarani é uma jarra térmica que conserva líquidos gelados, com função principal de hidratação e capacidade para 2,5L. O hábito de tomar mate é popular na América do Sul. Em regiões de temperaturas quentes usa-se o mate numa variação conhecida como tererê. Esta bebida utiliza água gelada, misturada com ervas e sucos. Isto exige características específicas deste recipiente, diferente de garrafas térmicas comuns. É funcional para hidratação individual e coletiva, destinado ao lazer e labor; de praticantes de esportes à motoristas de aplicativos. Para facilitar o ato de servir o bico é alojado na parte frontal, sendo necessário menor inclinação e esforço. Além disso apresenta arcos laterais para pendurar acessórios e um recipiente seco na tampa para guardar açúcar, chás ou pertences.

Ficha Técnica

José Carlos Broch - Designer | Samuel Lengler Abentroth - Designer

Autoria | Ano

Termolar AS | 2019

Cliente

Termolar AS



Elíptico Easyway



BRONZE

Descrição do Projeto

O redesign da linha de equipamentos da Polishop a partir da nova identidade visual da esteira Genis GT 2000 revelou uma oportunidade de oferecer mais funcionalidades ao modelo do elíptico que a marca tinha até então, acrescentando nada menos que uma bicicleta ergométrica, com um sistema de travas para erguer os pedais. A solução obtida consegue levar o usuário a alternar os exercícios aeróbicos executados e afastar a monotonia em uma mesma estrutura que estava ali para ser acionada de forma inteligente. Esse novo olhar para o equipamento elíptico ampliou o entendimento do que se pode desfrutar da experiência e deu origem ao Elíptico Easyway, valorizando o apreço da DDID em dedicar tempo e atenção em montar e remontar o que já existe em busca de versões melhores em todos os aspectos.

Ficha Técnica

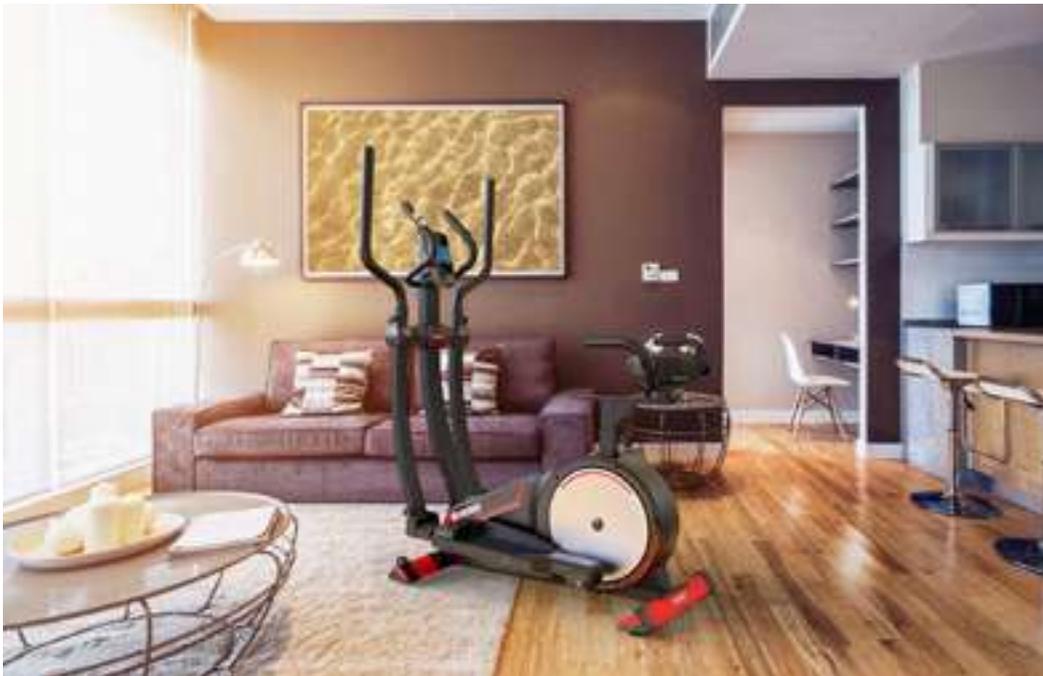
Agência de design: DDID – (Evolution Through Design) e DXID – (Product Solution Through Design) Brand Owner: Carlos Neto e João Apolinário (Polishop) Fabricante: Genis

Autoria | Ano

Ddid/ Dxid | 2019

Cliente

Polishop



Chupetas Neopan



BRONZE

Descrição do Projeto

A Neopan, marca vice líder de mercado de produtos infantis, nos procurou para analisar o comportamento dos consumidores e dentro dos critérios industriais projetar uma nova linha de chupetas. Junto aos setores de administração, marketing e engenharia, analisamos o processo industrial, as tendências e necessidades do mercado.

Constatamos a necessidade de traduzir por meio do design, uma linha de produtos que transmitisse segurança e confiança, ao integrar o tato e a visão. Criamos unidade entre os produtos da marca, alinhamos a percepção das pessoas ao significado estratégico da marca: segurança e confiança. O projeto para a Neopan resultou no aumento da percepção de valor do produto, consistência estratégica com a marca e retorno em vendas, tudo sem mudar o processo produtivo.

Ficha Técnica

André Cruz - Diretor de estratégia
Eric Duran - Designer de produto

Autoria | Ano

ACDI Building Memorable
Brands | 2019

Cliente

NEOPAN



Esteira Genis GT2000



BRONZE

Descrição do Projeto

A otimização do tempo vinculando atividade física à diversão e comodidade traduzem a revolução viabilizada pela esteira Ergométrica Genis GT 2000. Até a sensação deliciosa de vento no rosto foi levada em conta na concepção que integrou um ventilador ao painel que também permite ao usuário se exercitar ao mesmo tempo em que assiste ou escuta filmes, séries, programas e músicas. Todo esse pacote não diminui o cuidado de oferecer um equipamento adaptável para qualquer ambiente (dobrável), tipo de condicionamento físico e faixa etária. Por isso, há seis amortecedores que suavizam os movimentos dos joelhos, das pernas, quadris e coluna, a fim de garantir segurança a todos os tipos de treinos viabilizados nos 15 programas, com 12 níveis de inclinação e que chegam até 16 km por hora.

Ficha Técnica

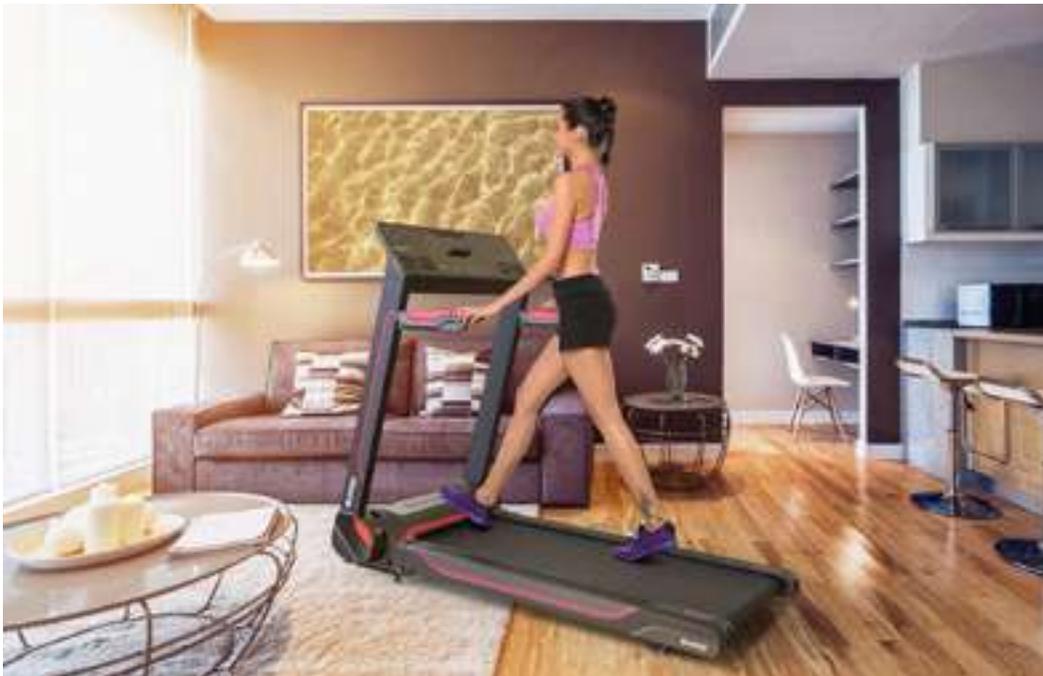
DDID – (Evolution Through Design) e DXID – (Product Solution Through Design) Brand Owner: Carlos Neto e João Apolinário (Polishop) Fabricante: Genis GT2000 (Esteira)

Autoria | Ano

Ddid/ Dxid | 2019

Cliente

Polishop



Fusion Motion



BRONZE

Descrição do Projeto

Uma academia completa, portátil e democrática, capaz de incluir iniciantes ou desafiar veteranos com um vasto leque de posições para a prática de mais de 200 exercícios físicos a fim de que nenhum grupo muscular fique de fora. Foi criado para permitir que qualquer pessoa possa fortalecer todos os seus músculos em qualquer ambiente, seja em casa, trabalho, parques ou durante viagens. A portabilidade do equipamento, por si só não seria inovadora, porém, a obstinação da equipe de desenvolvimento pela segurança do produto e do modo correto de execução de cada exercício elevaram o Fusion Motion à qualidade de aliado de quem busca melhorar a si mesmo por meio de uma rotina de atividade física adaptada à correria da vida repleta de desafios a serem superados tal qual essa inovação.

Ficha Técnica

Agência de design: DDID (Evolution Through Design) e DXID (Product Solution Through Design) Brand Owner: DXID Fabricante: XULE

Autoria | Ano

Ddid | 2019

Cliente

DDID / DXID



Dentito



BRONZE

Descrição do Projeto

Como todos já sabem, a limpeza dos dentes dos cães é muito importante, porém a escovação nem sempre é uma tarefa muito fácil quando se trata dos peludos. Por isso existem alguns alimentos que auxiliam nesta limpeza. Para ajudar neste assunto, desenvolvemos o Dentito, um biscoito cheio de características técnicas que ajudam na remoção do tártaro e resíduos dos dentes. O desenho do biscoito em formato original, se destaca dos concorrentes e deixa evidente a função do produto e traz um sorriso ao rosto do consumidor, além de ser simpático é super funcional.

Ficha Técnica

Direção de design: Elisa Tramontina

Autoria | Ano

Design Único | 2018

Cliente

Filos

Sr Panga



BRONZE

Descrição do Projeto

Sr Panga é um produto com bastante personalidade e carácter. Seu desenho e traço além de minimalista, traz um purismo nas linhas. O rosto do cavalo foi decodificado através de linhas retas e cortes em 45 graus. Um perfil bastante forte e icônico facilmente reconhecido pelas cranças. Alça, feita em couro também simboliza e representa a crina dos cavalos. Além do Nome do produto serigrafado no rosto, na haste temos um famoso texto: " Eu acredito do Cavalo. O Automóvel é um fenômeno passageiro" frase do Kaiser alemão Wilhelm II, de 1912.

Ficha Técnica

Sr Panga . Cavalinho de madeira com rodízio de cadeiras e alça em couro.
Dimensões: L: 22.5 mm A: 1070 mm P: 110mm

Autoria | Ano

Guilherme Albuquerque Knop | 2019

Cliente

GAK DESIGN



Cadeira Evo



PRATA

Descrição do Projeto

A cadeira EVO é baseada na fusão harmônica de formas geométricas e suas relações, combinadas à interpretação moderna dos arquétipos em madeira. Tais características inspiram os traços dos designers na composição de EVO, que representa a evolução formal dos mesmos unida à produção em madeira maciça usinada em cnc e acabada artesanalmente. EVO expressa a união entre os valores dos designers e da indústria, assim como o balanço entre definição industrial e a finalização manual, para criar um produto que preza a ergonomia e acolhe com seu conforto, sem abrir mão das virtudes estéticas que visam impactar com seu desenho singular, leve e minimalista. A delicadeza está presente em todos os elementos da peça para obter a essência estrutural dos blocos maciços cuidadosamente selecionados.

Ficha Técnica

Elaborada em madeira maciça 100% usinada, montada e acabada manualmente, sem uso de parafusos ou metais. Disponível em três tonalidades, ebanizado ou edição limitada de 120 peças em imbuia negra certificada. Acento em madeira pura, revestida com tecidos premium ou couro natural. Com ou sem braços. Dimensões: 53 X 46,5 X H81,5

Autoria | Ano

ADOLINI+SIMONINI | 2019

Cliente

EMPÓRIO DAS CADEIRAS



Outono



PRATA

Descrição do Projeto

O banco Outono é o primeiro produto do mundo criado com manta de biotecido de folha. O material possui características muito similares ao couro bovino, com a notável diferença de que a emissão de CO2 de seu processo de fabricação é compensada pela absorção de carbono do plantio e crescimento das folhas. A robusta estrutura é produzida industrialmente em aço reciclado, com solda e acabamento feitos à mão. Os seis pés do móvel remetem tanto a uma criatura em movimento quanto a uma funcional estética espacial. Um hibridismo entre o industrial e artesanal, o estéril e o fértil, o passado e o futuro.

Ficha Técnica

Designer: Mauricio Noronha e Rodrigo Brenner

Autoria | Ano

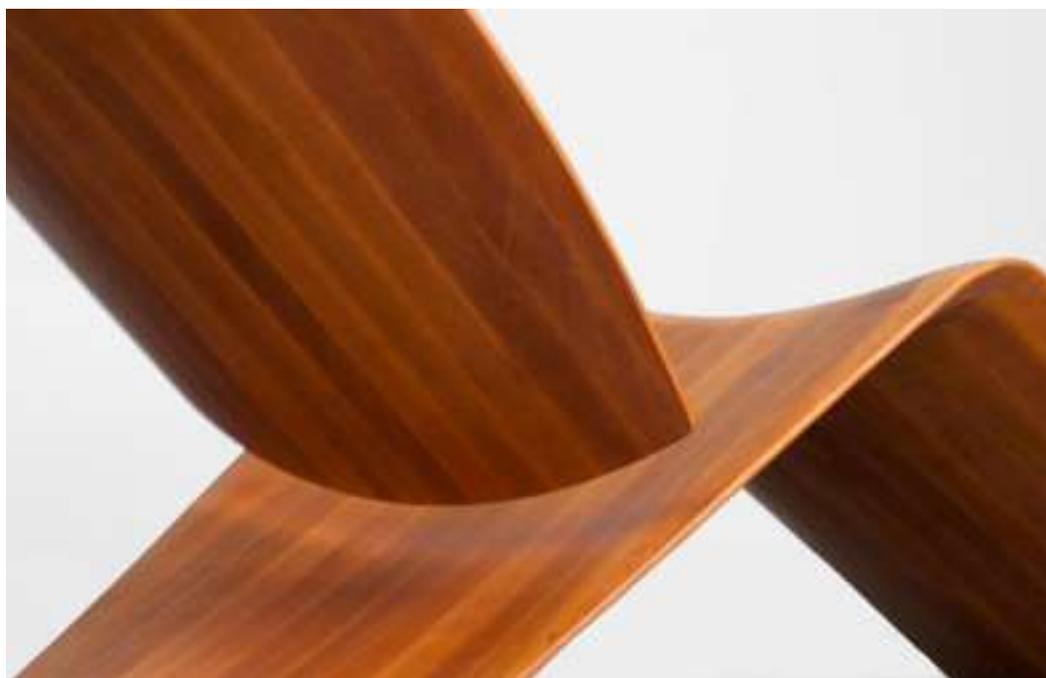
Furf Design Studio | 2019

Cliente

Nova Kaeru



Chaise Machina &Manus



PRATA

Descrição do Projeto

A Chaise é uma peça minimalista, que permite o relaxamento, a leitura e o descanso. Uma forma escultural: uma sequência contínua exuberante de superfícies complexas. Única. Minimalista e sensual, impecavelmente produzida pela união de manufaturas digital e artesanal. A almofada para cabeça em couro, com altura flexível e de fácil regulação, assegura conforto e ergonomia irretocáveis.

Ficha Técnica

Dimensões: 54 x 214 x 67 cm

Peso: 40kg

Autoria | Ano

Autor: Guto Indio Da Costa; Co-Autor: Marcus Ribeiro | 2019

Cliente

San German

Banco Íris



BRONZE

Descrição do Projeto

O banco Íris acumula as funções de banco, mesa de centro (diâmetro 110cm) ou lateral (diâmetro 80cm) e de escultura de luz. Inspirada no olho humano, a peça busca incorporar o recurso da iluminação decorativa e de balizamento ao mobiliário de área externa através de um projeto multifuncional, prático, seguro, sustentável e livre de fios. De concepção construtiva peculiar, o banco se estrutura radialmente a partir de um disco central de alumínio e suas travessas de madeira acumulam funções estruturais e de revestimento, simultaneamente. A repetição de conjuntos idênticos e independentes das travessas de madeira em torno do disco garante vãos uniformes para uma projeção de luz em forma de estrela, de dentro para fora da peça, em direção ao piso, sem qualquer interferência (sombra).

Ficha Técnica

BANCO IRIS designer: Marcelo Bicudo
medidas: - altura: 42cm - diâmetro 110cm (funções banco e mesa de centro) - diâmetro 80cm (funções banco e mesa lateral)

Autoria | Ano

Marcelo Briza Bicudo | 2018

Cliente

Butzke



Linha Urbana



BRONZE

Descrição do Projeto

A linha foi inspirada na arte urbana ou street art, extremamente abundante nas ruas dos subúrbios cariocas, mais precisamente nas portas comerciais feitas de chapas de metal galvanizadas, conhecidas como portas de enrolar. Essas chapas uniformes e resistentes são encaixadas umas nas outras, possibilitando fazer curvas e formas diversas. Usando material descartado, reutilizamos as chapas e nos inserimos no conceito de upcycling, quando os produtos que estão no fim de sua vida útil, adquirem um novo valor com a melhoria de sua utilidade e qualidade. Com esse objetivo, partimos para o desafio de fazer móveis explorando ao máximo as possibilidades de uma matéria prima que até hoje só foi usada para uma única finalidade.

Ficha Técnica

Linha Urbana 2018/2019 Matéria Prima - aço carbono + chapas de aço carbono galvanizadas utilizadas em portas comerciais A linha é composta de 10 móveis que tem medidas específicas, mas podem ser feitos sob medida. São eles, Estante, armário, poltrona + pufe, banco, banco de praça, mesa de centro, mesa lateral, rack, cadeira e carrinho. Foto anexa.

Autoria | Ano

Luciana Duque | 2018

Cliente

Estúdio Obj

Coleção LINN**BRONZE****Descrição do Projeto**

A coleção LINN surgiu a partir da demanda da empresa Móveis Gottems, por uma linha premium para alta decoração, visando atingir um volume maior de revendedores de alta decoração e oferecer produtos diferenciados, com estilo e personalidade próprios. Isso resultou em peças com detalhes praticamente esculpidos que deram a maior característica da linha, com acabamentos que atendem vários gostos e segmentos do mercado. O nome LINN vem do idioma inglês, que significa cachoeira, queda d'água, associando-se as formas principais da coleção, nas curvas orgânicas esculpidas dos pés, como se fossem cascatas que caem dos tampo suspensos, remetendo a fluidez das águas correntes.

**Ficha Técnica**

Fernando Sá Motta / Móveis Gottems

Autoria | Ano

Fernando Sá Motta / Fernando Motta Design | 2019

Cliente

Móveis Gottems



Cavalete S2**BRONZE****Descrição do Projeto**

A inspiração para o desenho do Cavalete S2 está na memória. Foram 20 anos de trabalho em um lindo galpão dos anos 40. A lembrança do telhado aparente com tesouras de madeira é o mote que inspira a peça. As tesouras venciam grandes vãos e suportavam enorme peso, proporcionado pela grande quantidade de telhas francesas. Então veio a ideia: “Por que não aproveitar uma solução industrial em uma peça delicada de mobiliário?” S2 é um cavalete extremamente leve, feito em madeira maciça que aceita os mais diversos tipos de tampo e pode se transformar em uma mesa ou aparador, deixando a peça bastante versátil.

Ficha Técnica

Projeto desenvolvido pelo designer Sergio Stark

Autoria | Ano

Stark Studio | 2018

Ciente

Atmo Brasil Marcenaria e Empreendimentos

Arrebol



BRONZE

Descrição do Projeto

Produtos destinados à espaços de área externa, principalmente de casas com áreas de piscina, varandas, jardins e hotéis de campo ou praia. Arrebol é uma linha de mobiliário que se origina a partir do desenho de uma espreguiçadeira e evolui à um balanço, produtos compostos pela união de dois principais materiais: o tricote e a tela. Além de assumir medidas mais arrojadas e elegantes, alinha em um único produto a produção artesanal com o acabamento e durabilidade proporcionado por materiais e processos industriais. O que aporta ainda mais valor a peça e garante seu uso em áreas descobertas.

Ficha Técnica

Responsável pelo projeto e autoria: Natalia Scarpati
Responsável pela execução e comercialização: Ricardo Lovato, Lovato Móveis.

Autoria | Ano

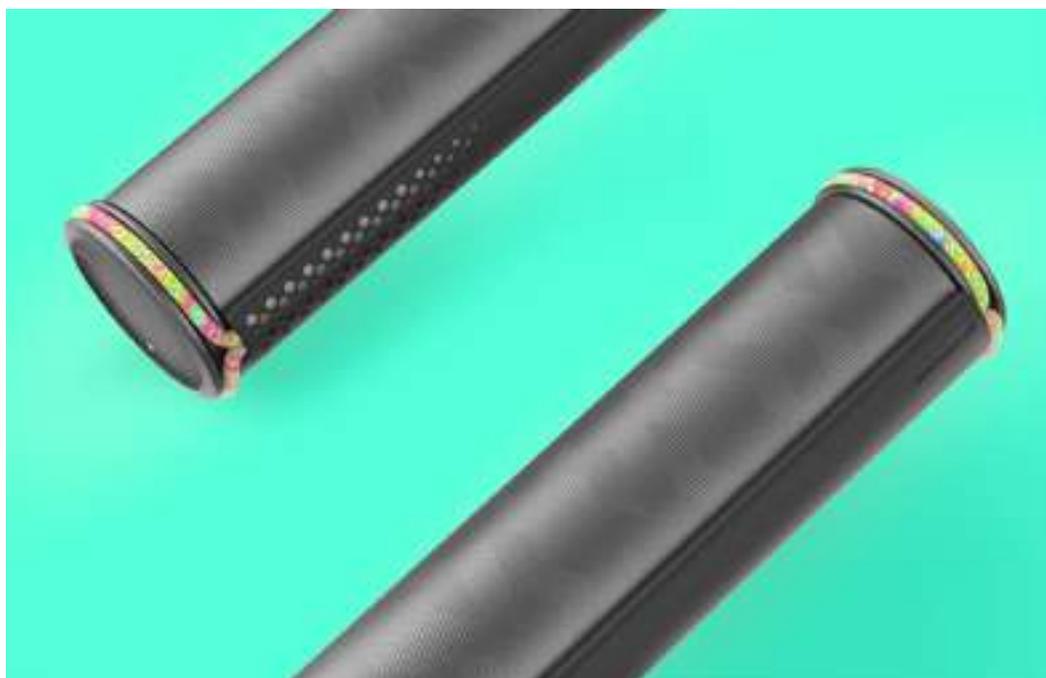
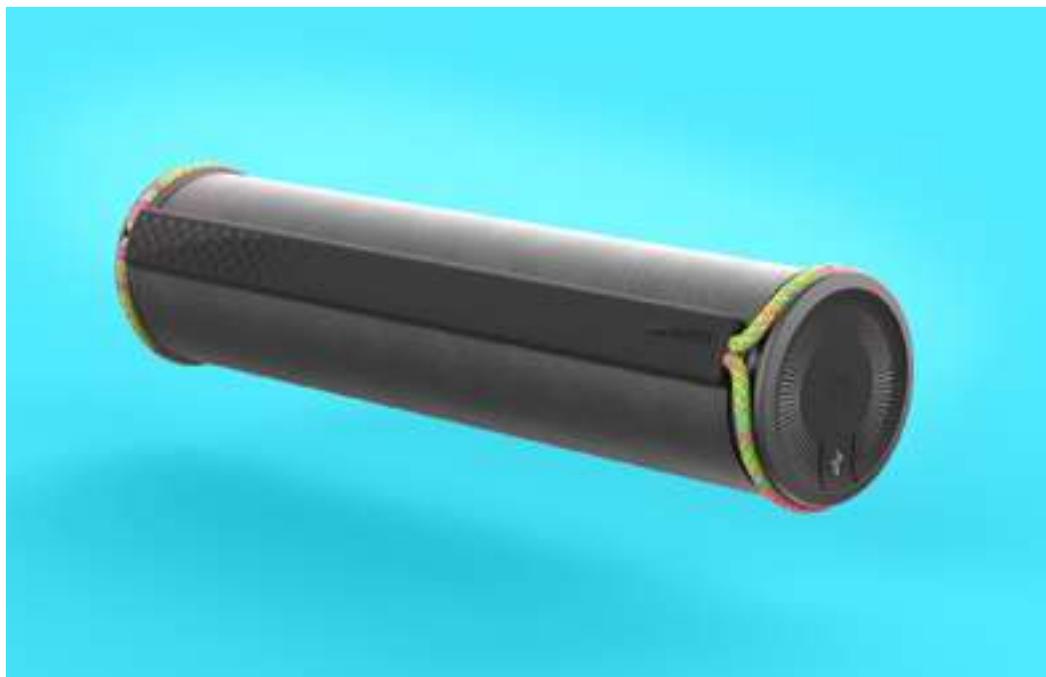
Natalia Scarpati | 2019

Cliente

Lovato Móveis



Carregador X-Scroll movido a energia solar



OURO

Descrição do Projeto

Alinhados à nossa proposta de fomentar inovação em organizações para que elas prosperem num mundo complexo, auxiliamos a Sun Hunter a transformar uma tecnologia de painel solar em um carregador portátil multifuncional, o X-Scroll. O projeto nos garantiu o Gold Award, o "Oscar" de Design mundial no iF Design Award na categoria Produto.

Ficha Técnica

Questtonó

Autoria | Ano

Questtonó | 2018

Cliente

Sun Hunter

Alice (AI)



PRATA

Descrição do Projeto

O avanço do uso da Inteligência Artificial em todas as atividades econômicas também ocorre no agronegócio e embarca tecnologia de ponta com a Alice, uma assistente virtual, a exemplo de Siri e Alexa, criada para que o produtor rural possa acessar diversos tipos de indicadores por voz ou digitação, com smartphone ou outra plataforma. Isso garante uma assertividade sem precedentes na tomada de decisão. A Alice utiliza como suporte o Watson, da IBM, e proporciona a análise de um grande volume de dados em alto nível, por meio de um sistema baseado em redes neurais e deep learning. O desempenho de qualquer processo no campo é otimizado, uma vez que ela detecta padrões com uma precisão muito além da capacidade humana e de forma a atender os anseios do produtor rural.

Ficha Técnica

Agência de design: DDID – (Evolution Through Design) e DXID – (Product Solution Through Design) Brand Owner: Solinftec (agricultura digital)

Autoria | Ano

Ddid/ Dxid | 2019

Cliente

SOLINFTEC





Sistema de Filtragem de Alta Eficiência Para Coifas – Ambifresh



BRONZE

Descrição do Projeto

Criamos novas formas de remoção de odores da cocção que proporcionam ao consumidor o prazer de cozinhar livre de odores (quando a coifa não puder ser instalada no modo exaustor: com duto para saída externa dos odores). Desenvolvemos quatro modelos de filtros de carvão ativado diferentes e intercambiáveis entre si, para que o usuário possa escolher o modelo que melhor se adapta a sua rotina na cozinha. Os modelos possuem eficiências diferentes, iniciando em 71% e chegando até 81%, com destaque para a remoção do cheiro de alho, cebola, peixe e outros odores fortes. Os filtros de carvão ativado Ambifresh foram criados pensando no equilíbrio entre maior eficiência, maior vida útil, menor ruído e maior vazão, garantindo um melhor desempenho geral da coifa, maximizando a satisfação do consumidor

Ficha Técnica

Equipe de desenvolvimento
Tramontina Teec

Autoria | Ano

Tramontina Teec S/A. | 2018

Cliente

Tramontina Teec S/A.

Lavadora Top Load Nautilus



BRONZE

Descrição do Projeto

Linha de Lavadoras de roupas de acesso superior (top load) desenvolvida no Brasil para os mercados nacional e latino americano. Seu design de plataforma única, é flexível, ajusta-se à cada demanda (lavagem por agitador ou impeller, painel frontal ou posterior, interface digital ou mecânica). A abertura superior ainda é um desejo dos consumidores porque permite maior interação, porém a maioria das empresas investe hoje em abertura frontal, fazendo com que a categoria esteja desatualizada. Para mitigar tal percepção, a lavadora Nautilus traz novidades tecnológicas, uma vez que atrela inovações de programação, cuidado com a roupa e design moderno, para uma categoria ainda muito presente. Renova-se assim o tradicional conceito de top loads de uma maneira também acessível para o consumidor.

Ficha Técnica

Daniel Kroker | Valkiria Pedri Fialkowski

Autoria | Ano

ARBO design | 2018

Cliente

Midea Appliances



LG PK7 Portable Bluetooth Speaker



BRONZE

Descrição do Projeto

Uma investigação cultural realizada em dois continentes diferentes a fim de compreender comportamentos e definir estratégias para o mercado global de portable speakers. Nosso time ajudou a equipe da LG a descobrir semelhanças e diferenças entre esses mercados, oferecendo o contexto necessário para definir uma nova estratégia de design de produto que se traduziu no LG PK7 Portable Bluetooth Speaker. O projeto ganhou o iF Design Awards e o Red Dot em 2018 nas categorias de Produto.

Ficha Técnica

Questtónó

Autoria | Ano

Questtónó | 2018

Cliente

LG



Audiofone Orbe



BRONZE

Descrição do Projeto

A Orbe é uma empresa brasileira com uma grande variedade de produtos e soluções em transportes. O Grupo Criativo teve o desafio de auxiliar a Orbe no desenvolvimento de uma solução para o entretenimento individual de cada passageiro: - Um mix entre o carregador de celular e rádio, inserido diretamente no assento do passageiro em ônibus de viagem. A Orbe fornece o produto para a fabricante de ônibus presente em mais de 30 países, tornando-o um produto de abrangência internacional

Ficha Técnica

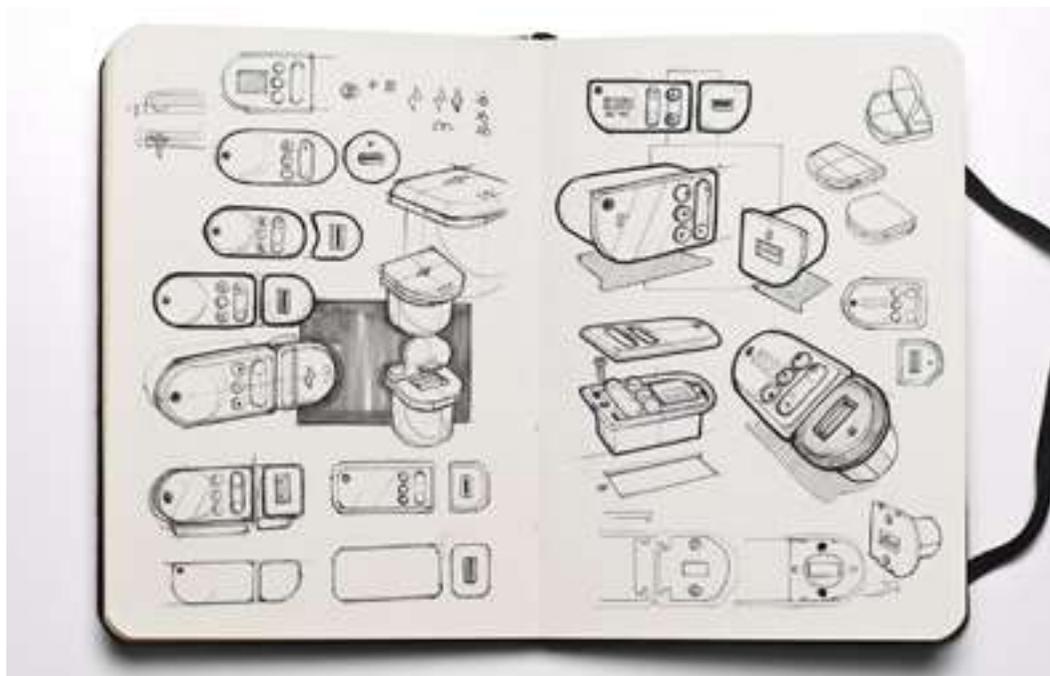
Equipe: Rodrigo Leme, Juliano Gheno, Thiago Viana e Lucas Couto

Autoria | Ano

Grupo Criativo | 2018

Cliente

Orbe



Exy One**OURO****Descrição do Projeto**

Primeiro exoesqueleto de tecnologia e design brasileiros. É um exoesqueleto vestível para trabalhadores da indústria em geral, provido de central de IoT (internet das coisas). Permite alívio do esforço nos membros superiores do operador, reduzindo lesões e melhorando o desempenho e segurança. O equipamento “empodera” o trabalhador, permitindo mais força e protegendo músculos, articulações e ossos. Seu design tipo mochila pode ser vestido de forma autônoma e rápida. Permite customizar (cor, luz, troca de colete) e sinalizar (normas de segurança, manutenção, layout), mantendo a estrutura original. Provido de IoT, faz conexões (WiFi) que coletam e analisam dados, ativando diversos sensores e GPS para a segurança e saúde do trabalhador, além do maior controle e eficiência do equipamento.

Ficha Técnica

Valkiria Pedri Fialkowski Daniel Kroker

Autoria | Ano

Arbo Design | 2018

Cliente

Exy Innovation Company



Implemento Agrícola - GV500i



PRATA

Descrição do Projeto

O projeto consiste no redesenho de um implemento agrícola de grande porte, que tem por objetivo o beneficiamento de sementes, com fungicidas e pesticidas, antes do seu plantio em lavouras. A GV500i é a única opção com fabricação nacional desse produto, cujo público-alvo são empresas que comercializam grãos para grandes e pequenos produtores rurais. A partir do entendimento das necessidades dos usuários que operavam a máquina e das capacidades produtivas da indústria fabricante, gerou-se um novo e disruptivo conceito estético com objetivo de agregar valor ao produto e fortalecer o seu apelo comercial frente aos concorrentes internacionais.

Ficha Técnica

Matheus Pinto, Moisés Hansen,
Henrique Azevedo

Autoria | Ano

Valkiria Inteligência Criativa | 2018

Cliente

GRAZMEC



INTER-seções



BRONZE

Descrição do Projeto

Desde os primeiros objetos utilizados como mobiliário observamos a importância de se atender a uma função. Isto não acontece com os adornos do corpo, imbuídos de significado e simbologia. A coleção Inter-seções questiona a relação função x emoção através da criação de uma malha inspirada na Joalheria Contemporânea, como uma experimentação entre o corpo e o espaço de forma indissociada. A partir de um módulo de assento componível e colecionável pode-se configurar grandes áreas a serem apropriadas de forma livre. Como uma pele estas estruturas podem ter infinitos formatos e aplicações, vestindo espaços e/ou pessoas através da variação de escala, em uma experiência que instigue e provoque o usuário para que se aproprie e co-crie, utilizando, montando e significando-as à sua maneira.

Ficha Técnica

Fotos: Tiago Nunes e Igor Mendes
 | Produção e Videografia: Pedro Moura, Isis Medina e Igor Mendes |
 Execução: Tiago Fialho [Flávio Lintes, Célio Costa Silva, Kleverton Silva, Geraldo Lage, Maurício Pereira, Ariel Lopes, Gardinei Cunha, Wellington Dinis e José Gomes], Tiago Morais e Augusto Tornearia |
 Locações: Edifício da Ferrovia Centro Atlântica - FCA Belo Horizonte - Casa Cor 2018, Velho Mercado Novo, Mel.

Autoria | Ano

Carla Medina | 2019

Cliente

Sobrexistir



E-volution Dispensers



BRONZE

Descrição do Projeto

A linha E-volution traz uma gama completa de soluções em dispensers para qualquer ambiente, onde a higiene seja a prioridade. Seu design fluido e preciso cumpre com os padrões mais altos do mercado, combinando eficiência e durabilidade, necessários para o uso cotidiano.

Ficha Técnica

Linha de dispensers para banheiros e cozinhas com 12 modelos, tamanhos variados, fabricada e distribuída para todo o Brasil e exportada para Argentina, Chile, México, Colômbia, Equador, Uruguai e Peru.

Autoria | Ano

Autor: Guto Índio Da Costa - Co-
Autores: Pamella Fógos, Eduardo
Babo | 2018

Cliente

Softys Brasil



Corredor BHLS Transoceânica



OURO

Descrição do Projeto

O Corredor inteligente BHLS Transoceânica, em Niterói, é um dos mais avançados corredores de ônibus urbanos no mundo. Foi o primeiro no Brasil a exigir um corredor de ônibus inteligente e conectado, plataformas abertas e ônibus de piso rebaixado. O sistema de mobilidade inteligente exige que todos os ônibus sejam conectados ao sistema de localização dos abrigos, permitindo que os passageiros tenham informações de horários de chegada/partida, mapas e informações da cidade em tempo real, não apenas através de telas e painéis digitais integrados às plataformas e abrigos, mas também através de aplicativos.

Ficha Técnica

Equipamento: 11 bases/estações para atender ao corredor BHLS, com abrigo bilateral, bancos e painel digital informativo
 Dimensões abrigo: 13,0 x 5,20 x 3,3 m
 Data de Criação: 08/2018
 Data de Lançamento: 04/2019

Autoria | Ano

Autor: Guto Índio Da Costa - Co-
 Autores: Marcus Ribeiro, Pedro Antunes | 2018

Cliente

Metalco

SYNTZ Mobiliário Urbano inteligente



BRONZE

Descrição do Projeto

SYNTZ é um mobiliário urbano inteligente que funciona com energia solar e possibilita um espaço de convivência tecnológico, com música e iluminação controladas por um aplicativo de celular. O produto inova pela conectividade, design e sustentabilidade. É ideal para instalação em áreas livres, como espaços de convivência de hotéis, resorts, clubes, restaurantes, casas noturnas, lounges, rooftops, parques urbanos, centros de convenções, etc. Proporciona sombra e gera energia captada do sol através de filmes Fotovoltaicos Orgânicos, também conhecidos como OPV (Organic Photovoltaic), a terceira geração de células solares. A energia captada serve para disponibilizar som ambiente, personalizado pelo usuário através de uma conexão sem fio, e para recarregar gadgets através de portas usb.

Ficha Técnica

Design: Gilson Miranda | Equipe de projeto: Rejane Maciel / Roberto Pacheco / Petrus Candido / Fernando Germoglio | Projeto eletrônico: Hepha Energy | Parceiros: Sunew / Fabk Industria Criativa

Autoria | Ano

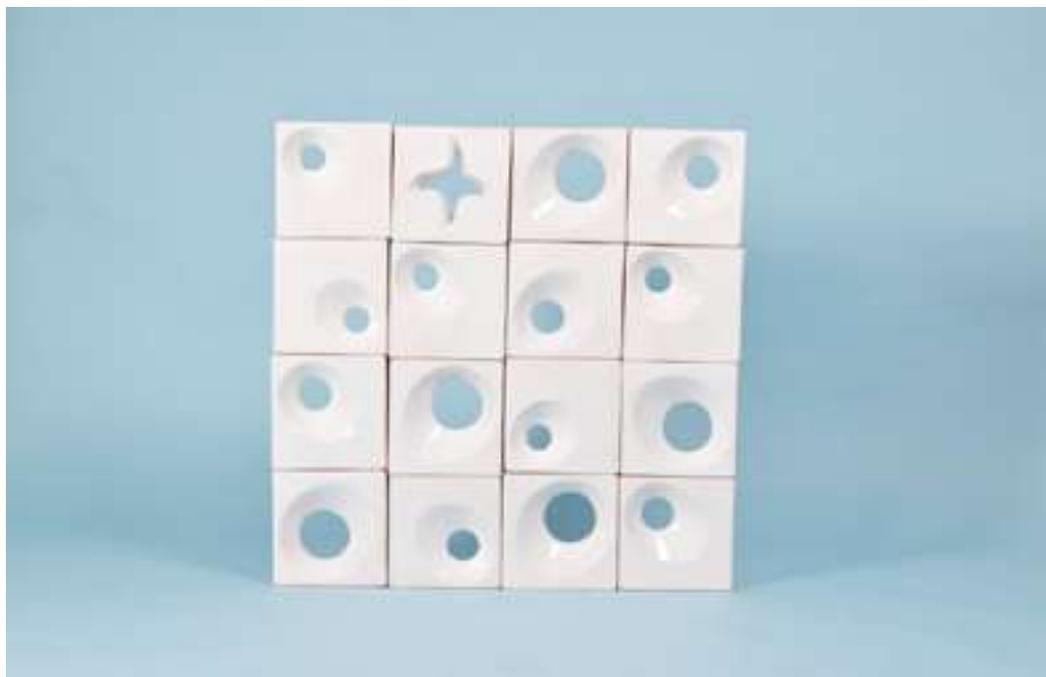
Gilson Miranda | 2019

Cliente

Hepha Energy



Cobogó Orvalho



BRONZE

Descrição do Projeto

O cobogó, teve origem na cidade de Recife em 1920 e seu nome deriva da junção das iniciais dos sobrenomes dos três engenheiros idealizadores: Coimbra, Boeckmann e Góis. É um elemento construtivo que possibilita a separação dos ambientes, ao mesmo tempo que filtra a passagem de luz e ventilação para os interiores. Hoje, prestes a completar 100 anos do seu aparecimento, o cobogó se configurou como elemento compositivo importante no cenário da arquitetura, ganhando destaque como elemento construtivo e estético, sendo confeccionados em vários materiais, que passam do concreto à cerâmica. No novo uso, além de cumprirem seu papel funcional na divisão de ambientes, são importantes elementos decorativos e apresentam uma infinidade de desenhos e cores aplicáveis em vários estilos de projeto

Ficha Técnica

Cobogó cerâmico em cerâmica esmaltada 20X20X8 CM

Autoria | Ano

P.O.Box Design | 2018

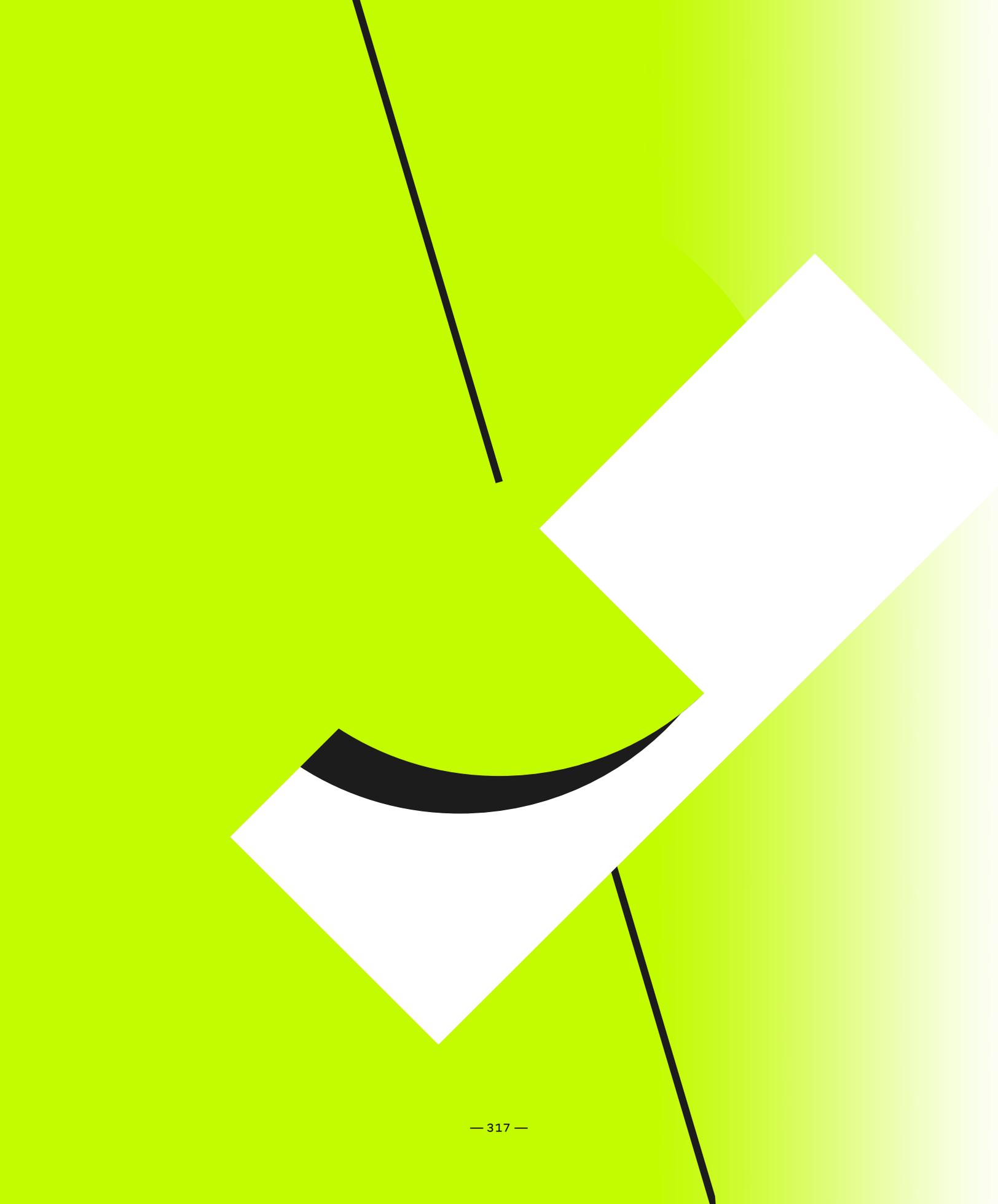
Cliente

Cerâmicas Artísticas Burguina



PREMIADOS 2019

EDITO RIAL



Cordão



PRATA

Descrição do Projeto

O fotógrafo Eduardo Queiroga ao longo de dez anos documentou práticas e saberes de parteiras tradicionais de Pernambuco, acompanhando o cotidiano daquelas que trazem o mundo pelas mãos. A sua sensibilidade conseguiu captar de forma natural o universos dessas mulheres que segundo a socióloga e jornalista Fabiana Moraes, autora do ensaio presente no livro, merecem um busto em praça pública. 21x14cm. 120 páginas

Ficha Técnica

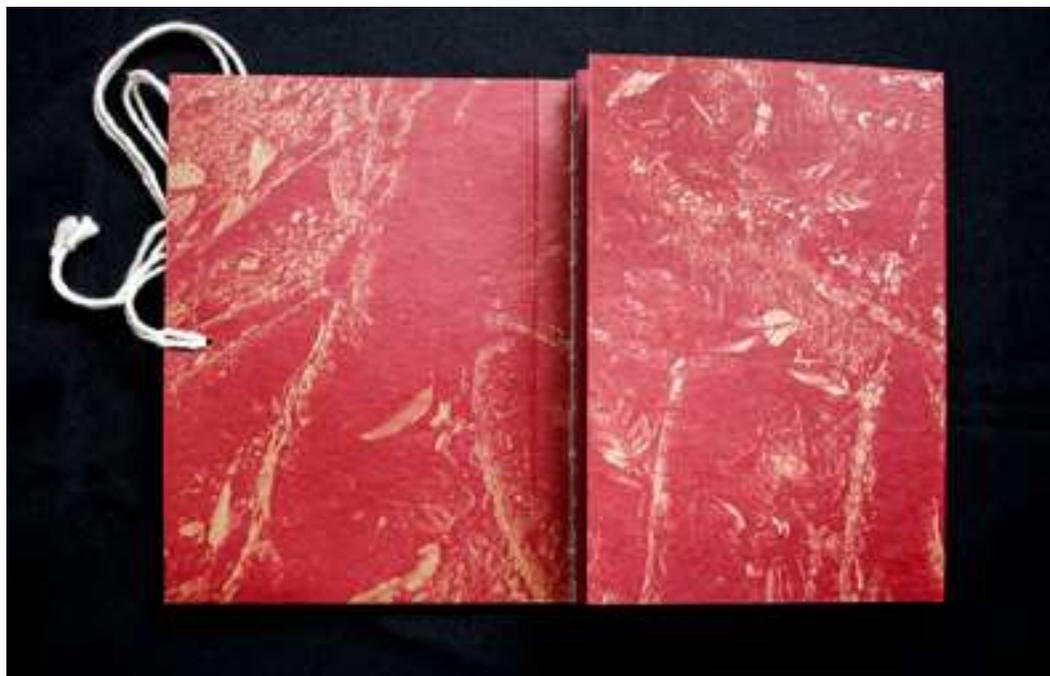
Direção de arte - Luciana Calheiros
 | Design - Aurélio Velho e Gabriela Araújo | Curadoria - Ana Lira |
 Texto - Fabiana Moraes | Produção - Júlia Morim | Impressão - Ipsis Gráfica e Editora

Autoria | Ano

Zoludesign | 2018

Cliente

Eduardo Queiroga



Se Eu Soubesse Antes



PRATA

Descrição do Projeto

Projeto gráfico para livro de ficção “De Novo”, 6 livros de 16 páginas cada cada um com 4 facas especiais de vinco, encadernados a mão e embalados em envelope de plástico bolha transparente

Ficha Técnica

Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

Autoria | Ano

Casa Rex | 2018

Cliente

Lote 42

Vlado



BRONZE

Descrição do Projeto

Vlado é um livro infantojuvenil bilíngue que celebra a relação entre o Brasil e a Eslovênia, publicado em comemoração da abertura do seu Consulado em Pernambuco. Na irreverente narrativa de Kuri, ambientada na capital eslovena, Liubliana, dois garotos decidem criar uma lagartixa como bicho de estimação e descobrem que se trata de um filhote de dragão! Pablo Borges – filho de J. Borges, xilogravurista patrimônio vivo de Pernambuco – ilustra a história resgatando a linguagem visual característica dos cordéis. No livro impresso em duas cores, as gravuras foram coloridas para evidenciar o vigor da nova geração de xilogravuristas. Assim, a publicação representa não apenas um resgate da identidade pernambucana, mas seu diálogo com outras identidades e gerações.

Ficha Técnica

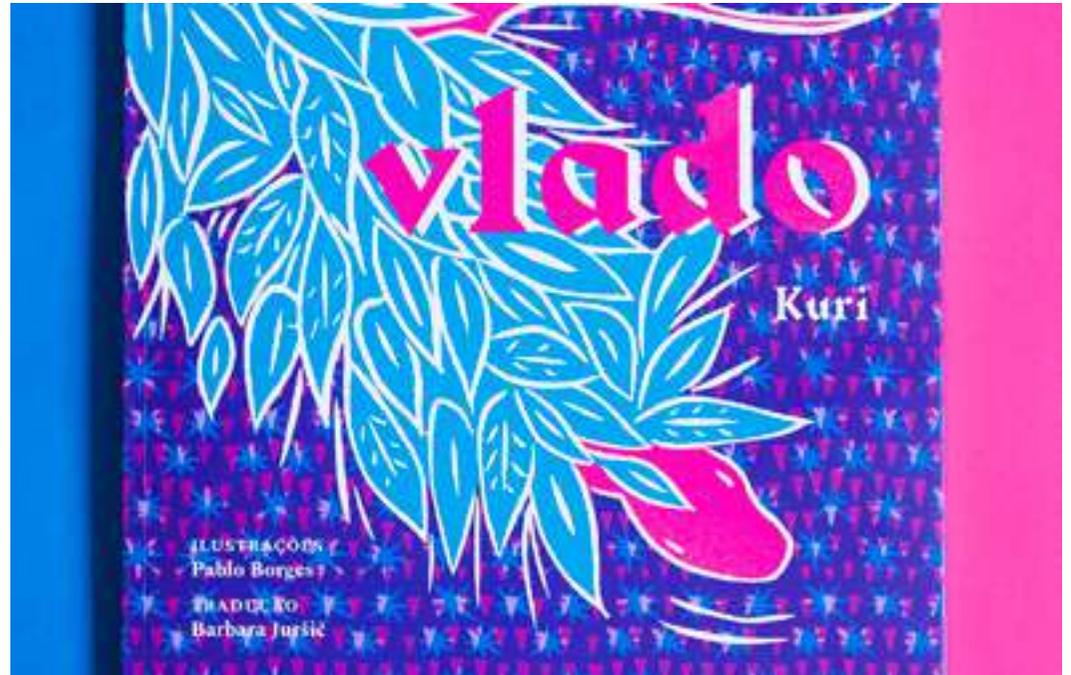
Edição e curadoria – Katia Gilaberte e Patrícia Vasconcellos | Texto e revisão – Kuri | Tradução – Barbara Juršič | Projeto gráfico e diagramação – Eduardo Souza e Gabriela Araujo | Ilustração em xilogravura – Pablo Borges | Colorista – Eduardo Souza | Digitalização de imagem – Robson Lemos | Impressão – Gráfica Facform

Autoria | Ano

Eduardo Souza e Gabriela Araujo | 2019

Cliente

Caleidoscópio Edições



Livro O Tempo da Cerâmica



BRONZE

Descrição do Projeto

O Tempo da Cerâmica” é um livro que busca mostrar através de registros do fotógrafo André Nazareth, todo o processo criativo das obras da ceramista Denise Stewart. Dividido em cinco capítulos, o objetivo é retratar o processo da cerâmica e todo o tempo envolvido nesse ofício, desde o barro sendo modelado pelas mãos da artista, os instrumentos utilizados, as peças em ‘biscoito’ antes de serem esmaltadas mas já com sua forma de objeto final. O processo da esmaltação, a surpresa das cores em cada tipo de barro. Por fim, os objetos já prontos e em uso, tomando vida. O grande diferencial deste projeto foi o cuidado minucioso para a produção das fotos e o projeto gráfico, que adotou materiais especiais na impressão, costura e encadernação.

Ficha Técnica

Projeto editorial: Clarissa Schneider
 Projeto gráfico: Superbacana+ (Vivian Leite, Julia Meirelles, Bruno Araújo e Ricardo Diaz) Fotos: André Nazareth
 Produção: Simone Raitzik Produção gráfica: Lília Goes Revisão de texto: Richard Sanches

Autoria | Ano

Superbacana+ | 2019

Cliente

Denise Stewart

FMAA**BRONZE****Descrição do Projeto**

Criação do livro de projetos do escritório da arquiteta Fernanda Marques. O projeto gráfico recebeu a inspiração dos pontos de cor – assinatura dos projetos da arquiteta – que serviram de base para a escolha das cores dos capítulos, e das obras de arte presentes pela aplicação de um estilo clássico, limpo, com toques disruptivos de design e em sintonia com a arte contemporânea. O resultado foi um portfólio inspirador, com profundidade conceitual, técnica e artística.

Ficha Técnica

Direção de criação: Marcio Mota
 | Direção de design: Cris Inoue |
 Designer Responsável: Caio Reis |
 Diagramação: Livia Takemura

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2019

Cliente

Fernanda Marques Arquitectos
 Associados



Uma Travessia Perigosa



BRONZE

Descrição do Projeto

Romance baseado em fatos reais, fala de sobrevivência e esperança. Em meio ao caos e à destruição causados pela guerra na Síria, acompanhamos uma família de refugiados na difícil decisão de deixar tudo para trás, na cidade de Kobani, e partir rumo à Europa. O projeto parte da dobra do livro para representar a fronteira da Síria com a Turquia. Acompanhamos o deslocamento dos personagens através de ilustrações que funcionam como um flipbook ao longo do livro.

Ficha Técnica

Projeto gráfico e ilustração: Rafael Nobre | Editor de arte: Daniel Justi

Autoria | Ano

Rafael Nobre | 2018

Cliente

FTD



Inventário Particular: Uma Coleção de Histórias, Sabores e Amores



BRONZE

Descrição do Projeto

Um livro que é sobre aquelas pessoas que, diariamente, dão a vida para entregar os melhores ingredientes. E de ingredientes o chef mineiro Felipe Rameh entende. Foi exatamente a sua paixão pelo que vem da terra que fez com que, ao longo da sua trajetória, ele pudesse conhecer e construir um inventário de produtores especiais, pessoas que trabalham por amor à terra e sua história e, com isso, oferecem produtos únicos e de qualidade incomparável.

Ficha Técnica

Direção de criação: Paula Cotta e Renata Polastri Criação: Paula Cotta e Renata Polastri Textos: Marcela Dantés Fotos miolo: Marcos Leão e Sérgio Coimbra Fotos portfólio: Rafael Motta Curadoria e receitas: Felipe Rameh

Autoria | Ano

Estúdio Bogotá | 2018

Cliente

Felipe Rameh



**Coleção 50:
Patricia
Tenório**



BRONZE

Descrição do Projeto

A coleção marca os 50 anos de vida da escritora e professora pernambucana, Patricia Tenório. A autora reeditou livros marcantes da carreira e lançou inéditos em cinco volumes: "7 por 11", "12", "13", "14" e "15". Escreve poesias, romances, contos desde 2004. Tem onze livros publicados e diversos prêmios literários no currículo.

Ficha Técnica

Design e concepção visual:
Jaíne Cintra

Autoria | Ano

Jaíne Cintra | 2019

Cliente

Patricia Tenório

Sweden - Uma Viagem Pela Capital da Suécia



BRONZE

Descrição do Projeto

Projeto editorial de guia de viagem sobre Estocolmo, capital da Suécia, pautado pelo minimalismo e elegância das cores e materiais proprietários da cultura sueca. O racional por trás do conteúdo foi construído com páginas de formatos e cores distintas, hierarquizando informações e facilitando a navegação.

Ficha Técnica

Direção de criação: Marcio Mota
| Direção de design: Cris Inoue |
Designer responsável: Marcela Scheid

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2018

Cliente

Ricardo Gaioso





**Suplemento
Pernambuco
#155: Por Que
Ler Juntos?**



PRATA

Descrição do Projeto

O Suplemento Pernambuco é um jornal criado em 2007 como suplemento cultural do Diário Oficial do Estado de Pernambuco. A periodicidade é mensal, e a circulação nacional. O jornal aborda assuntos relacionados à literatura e a questões do contemporâneo. Há 11 anos a equipe de designers e ilustradores buscam manter um padrão de qualidade gráfica com foco na subjetividade presente na linguagem literária. A capa e a matéria de capa edição #155 (janeiro de 2019) perguntam: por que ler juntos? Qual a importância dos debates literários acontecerem em esferas presenciais para além do que já se discute nas redes através de diálogos virtuais? O que a presença física provoca? Teriam os clubes de leitura um papel político?

Ficha Técnica

Capa: Karina Freitas. Diagramação e Arte: Filipe Aca, Janio Santos, Karina Freitas, Luísa Vasconcelos. Projeto Gráfico: Ricardo Melo.

Autoria | Ano

Filipe Aca, Janio Santos, Karina Freitas, Luísa Vasconcelos E Ricardo Melo | 2019

Cliente

Companhia Editora de Pernambuco - CEPE

**Suplemento
Pernambuco
#151: Vidas
Secas**



PRATA

Descrição do Projeto

O Suplemento Pernambuco é um jornal criado em 2007 como suplemento cultural do Diário Oficial do Estado de Pernambuco. A periodicidade é mensal, e a circulação nacional. O jornal aborda assuntos relacionados à literatura e a questões do contemporâneo. Há 11 anos a equipe de designers e ilustradores buscam manter um padrão de qualidade gráfica com foco na subjetividade presente na linguagem literária. Na edição #151 (setembro de 2018) lembramos os 80 anos de "Vidas Secas", de Graciliano Ramos, no mesmo ano em que o Brasil voltou ao mapa da fome.

Ficha Técnica

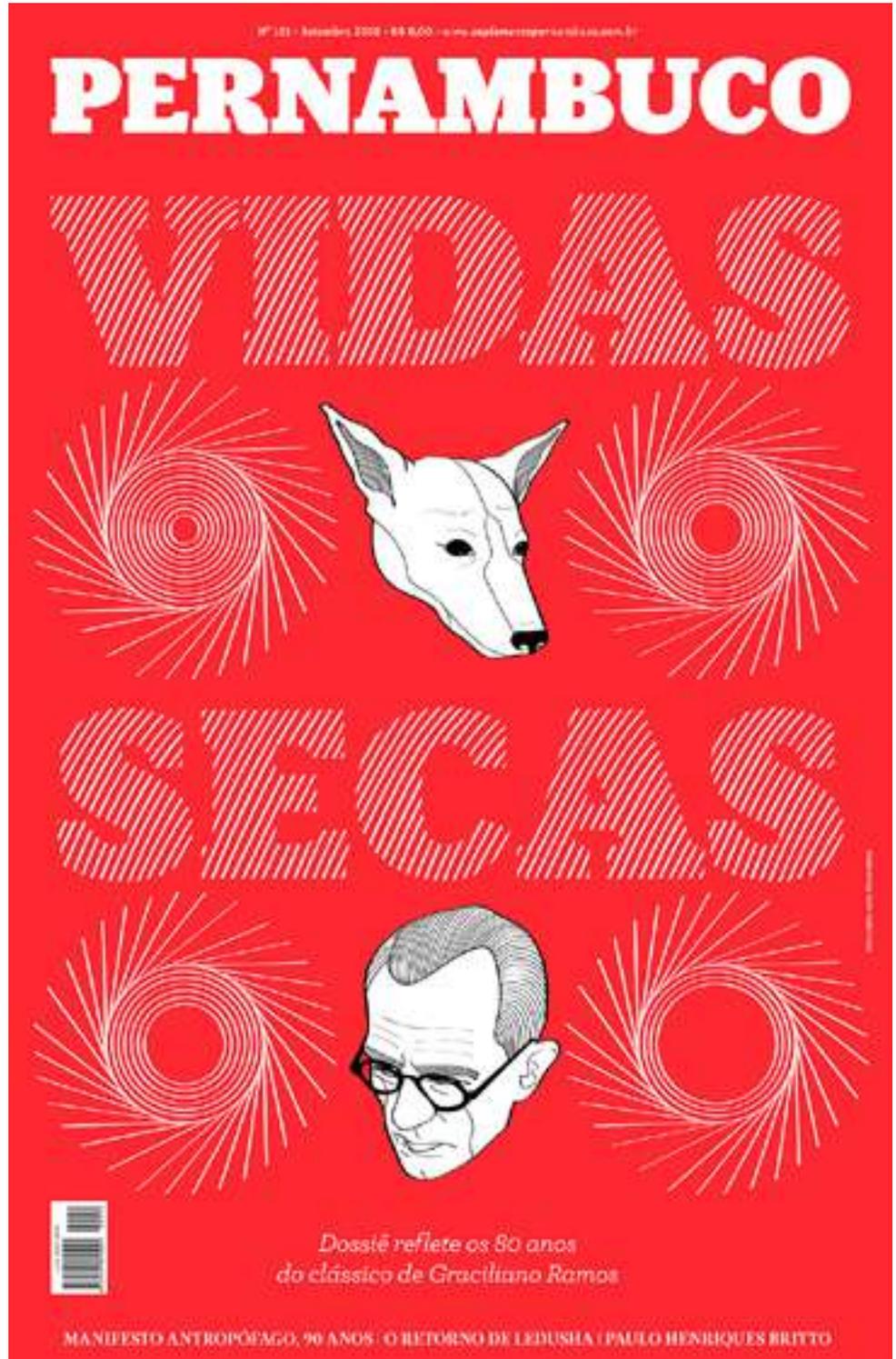
Capa: Hana Luzia e Maria Júlia Moreira. Diagramação e Arte: Hana Luzia, Janio Santos, Luísa Vasconcelos e Maria Júlia Moreira. Projeto Gráfico: Ricardo Melo.

Autoria | Ano

Hana Luzia, Janio Santos, Luísa Vasconcelos, Maria Júlia Moreira E Ricardo Melo | 2018

Cliente

Companhia Editora de Pernambuco - CEPE





**Suplemento
Pernambuco
#157:
Nordeste,
Onde?**



BRONZE

Descrição do Projeto

Um jornal criado em 2007 como suplemento cultural do Diário Oficial do Estado de Pernambuco. A periodicidade é mensal, e a circulação nacional. O jornal aborda assuntos relacionados à literatura e a questões do contemporâneo. Há 11 anos a equipe de designers e ilustradores buscam manter um padrão de qualidade gráfica com foco na subjetividade presente na linguagem literária. A capa e a matéria de capa edição #157 (março de 2019) relacionam os romancistas em atuação hoje no Nordeste com a ideia de uma literatura regionalista, classificação excludente e datada que ainda está muito presente no discurso crítico e no imaginário popular. Nelas, os escritores se lançam além desses estereótipos. Nas demais matérias, as pautas acolhem a pluralidade do mercado editorial brasileiro.

Ficha Técnica

Capa: Luísa Vasconcelos. Diagramação e Arte: Filipe Aca, Janio Santos, Karina Freitas, Luísa Vasconcelos. Projeto Gráfico: Ricardo Melo.

Autoria | Ano

Filipe Aca, Janio Santos, Karina Freitas, Luísa Vasconcelos E Ricardo Melo | 2019

Cliente

Companhia Editora de Pernambuco - CEPE

Palíndromo #5 - Ovo



BRONZE

Descrição do Projeto

Palíndromo tem por objetivo divulgar o portfólio da Rona Editora, empresa tradicional no ramo gráfico de Minas. Para isso foi criado um formato cambiante para o editorial e proposta uma colaboração interdisciplinar - com profissionais das áreas da fotografia, arquitetura, design, educação, moda, arte, publicidade e literatura - para a elaboração do conteúdo de cada edição. A cada edição são selecionados, papéis e acabamentos distintos, apresentando a diversidade dos serviços da gráfica e da riqueza da discussão. Palíndromo, nome dado para o projeto, vem do grego e significa repetição, volta. A cada ano um novo percurso, caminho, uma nova forma de publicação de palavras e imagens, outro modo de "escrever" e de "ler", de registrar e de apreender.

Ficha Técnica

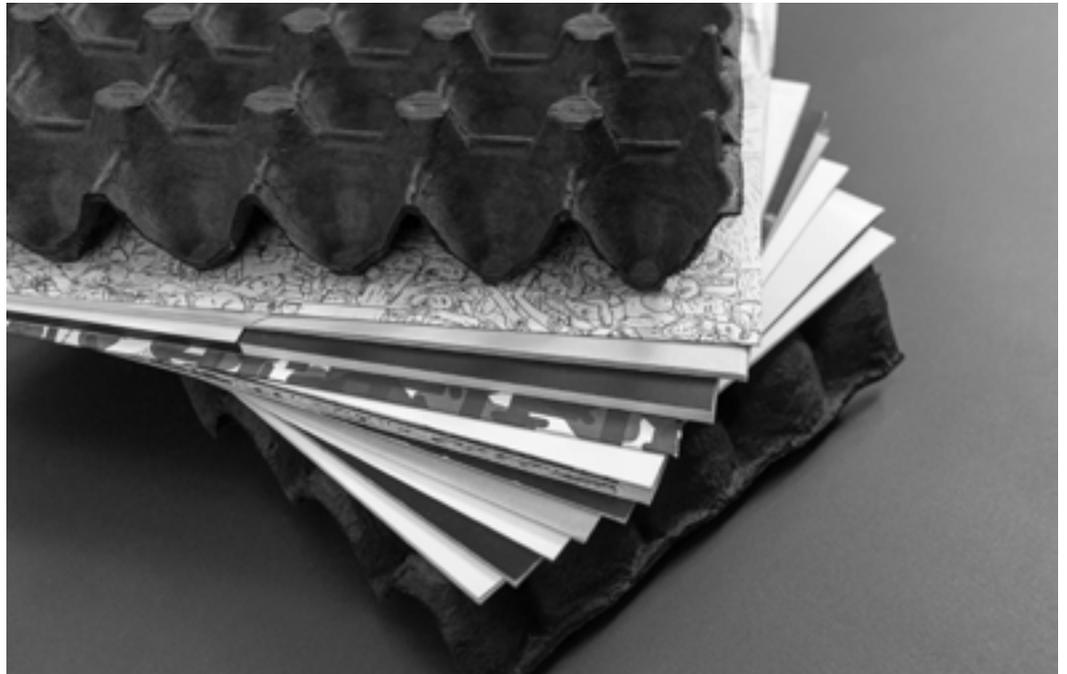
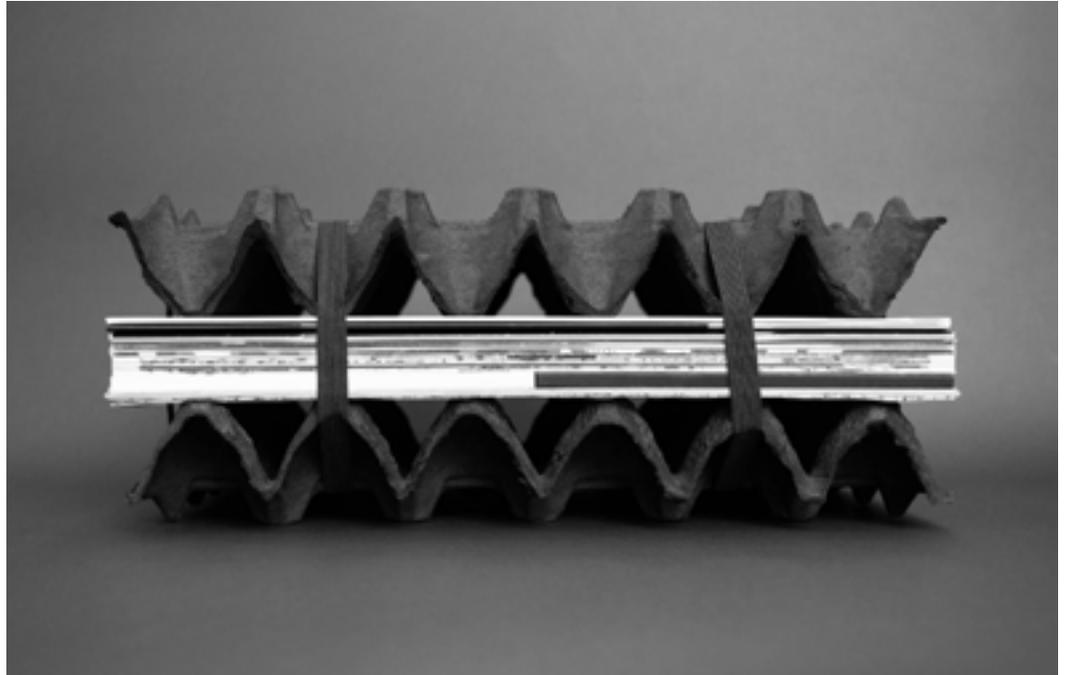
Quartoamado, Nuno Manna e Thiemi Okawara, Fred Paulino, Dijon de Moraes, Léo Rosário, Leonardo Costa Braga, Fernanda Monte-Mór, Luiza Barcelos, Andrea Costa Gomes, Olivia França, Rodrigo Spotorno, Leonardo Chebly, Daniel Moreira, Tipografia Matias, Ricardo Donato, Freusa Zechmeister, Gustavo Greco, Tidé, Alexandre Fonseca e Victor Fernandes.

Autoria | Ano

Greco Design | 2018

Cliente

Rona Editora



Redesign da Revista L'official Brasil



BRONZE

Descrição do Projeto

Projeto editorial de redesenho da revista L'official Brasil, uma das revistas mais importantes da cena da moda internacional. Existe uma linguagem muito bem definida dentro desse meio, quase todas as revistas usam dos mesmos elementos e tipografias para se expressarem. Sabendo disso, queríamos dar um refresh e criar uma linguagem mais única para a revista. Com um toque de modernidade, jovialidade e autenticidade, trouxemos as cores como elemento principal, que a cada edição vão se modificando a partir dos editoriais do mês. Sempre na dualidade do clássico com o contemporâneo, seja na mistura da tipografia serifada com a tipografia monospace, ou então na variedade dos estilos de diagramação, criamos uma nova linguagem, mais limpa e única.

Ficha Técnica

Direção Criativa: Marcio Mota
Direção de Design: Marcela Scheid
Designers: Carla Garofalo e Juliana Coelho

Autoria | Ano

Studio MM.Mode | 2018

Cliente

L'official Brasil

Revista POP-SE #1



BRONZE

Descrição do Projeto

A revista POP-SE (@pop_se) é uma publicação independente que aborda temas contemporâneos dos mais variados: da arquitetura ao design, passando pela sustentabilidade, música, cinema, artes, fotografia, literatura e comportamento, até reportagens/entrevistas/pensatas mais densas e aprofundadas que têm por objetivo convidar o público a refletir sobre novas possibilidades e necessidades de pensar e de agir na contemporaneidade. Numa era em que as pessoas estão cada vez mais voltadas para dentro de seus habitats, o título toma partido da fina flor do design para alinhar questões fundamentais para se relacionar melhor com seu espaço, sua cidade e sua vida.

Ficha Técnica

Publishers: Allex Colontonio e André Rodrigues | Projeto Gráfico: Zé Renato Maia e Richard Kovács | Diretor de Arte: Anderson Miguel

Autoria | Ano

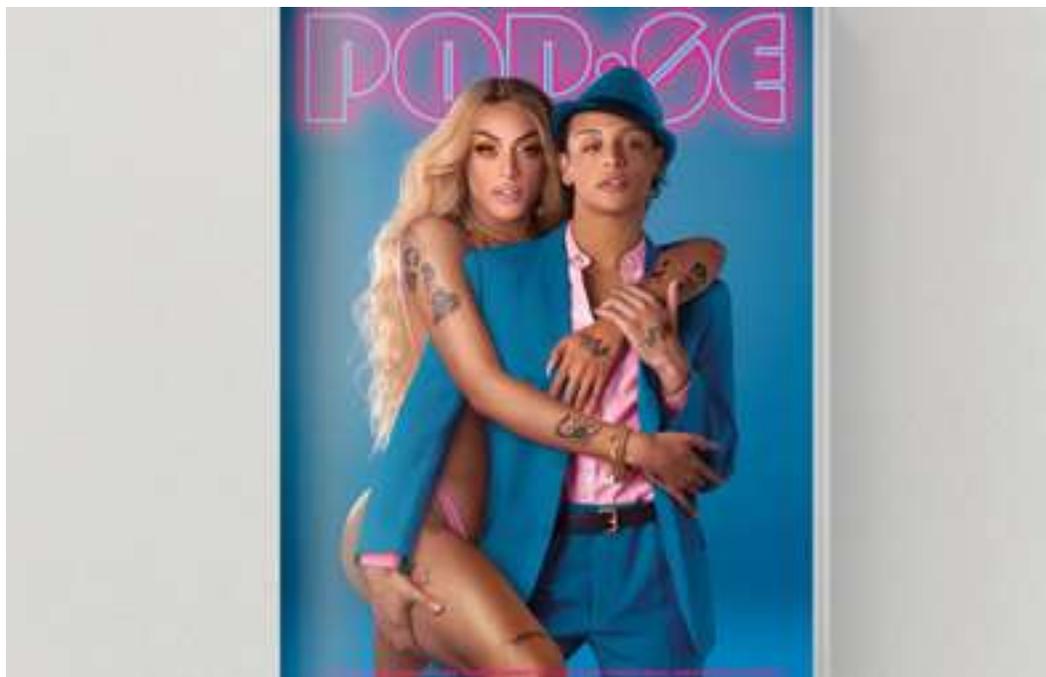
Allex Colontonio e André Rodrigues | 2018

Cliente

Allexincasa Edições LTDA



Revista POP-SE #2



BRONZE

Descrição do Projeto

A revista POP-SE (@pop_se) é uma publicação independente que aborda temas contemporâneos dos mais variados: da arquitetura ao design, passando pela sustentabilidade, música, cinema, artes, fotografia, literatura e comportamento, até reportagens/entrevistas/pensatas mais densas e aprofundadas que têm por objetivo convidar o público a refletir sobre novas possibilidades e necessidades de pensar e de agir na contemporaneidade. Numa era em que as pessoas estão cada vez mais voltadas para dentro de seus habitats, o título toma partido da fina flor do design para alinhar questões fundamentais para se relacionar melhor com seu espaço, sua cidade e sua vida.

Ficha Técnica

Publishers: Alex Colontonio e André Rodrigues | Projeto Gráfico: Zé Renato Maia e Richard Kovács | Diretor de Arte: Anderson Miguel

Autoria | Ano

Alex Colontonio e André Rodrigues | 2019

Cliente

Allexincasa Edições LTDA

Projeto Editorial Revista Scape



BRONZE

Descrição do Projeto

Projeto editorial da revista de moda e arte Scape Mag do fotógrafo Adriano Damas. Originalmente, a revista nasceu como uma publicação online, dedicada à exercitar a criatividade coletiva e instigar experimentos fotográficos e novas interações com diversos profissionais. O projeto nasce com essa essência da experimentação juntamente com o tema da terceira edição: o Futuro. Nos inspiramos na Bauhaus, o movimento artístico que pregava a experimentação ao invés da especialização, sem limitação. O uso de elementos geométricos pretos e do foco na tipografia criam um impresso atemporal e original, mas que ainda deixa a fotografia em destaque.

Ficha Técnica

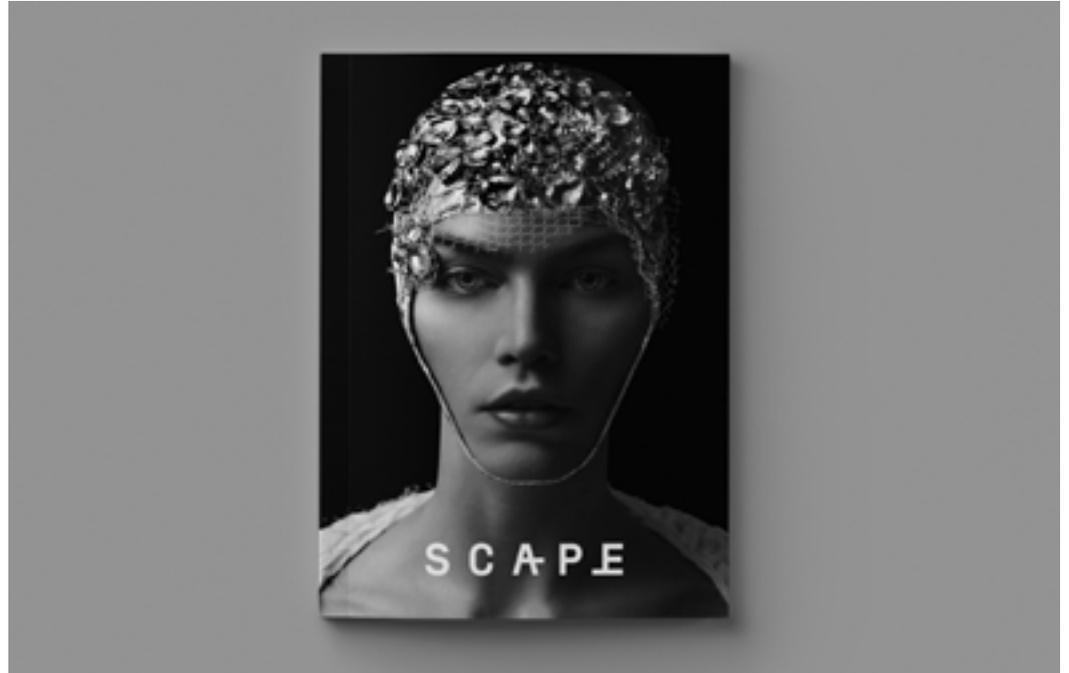
Editor: Adriano Damas Direção
Criativa: Marcio Mota Direção de
Design: Marcela Scheid Diagramação:
Juliana Coelho

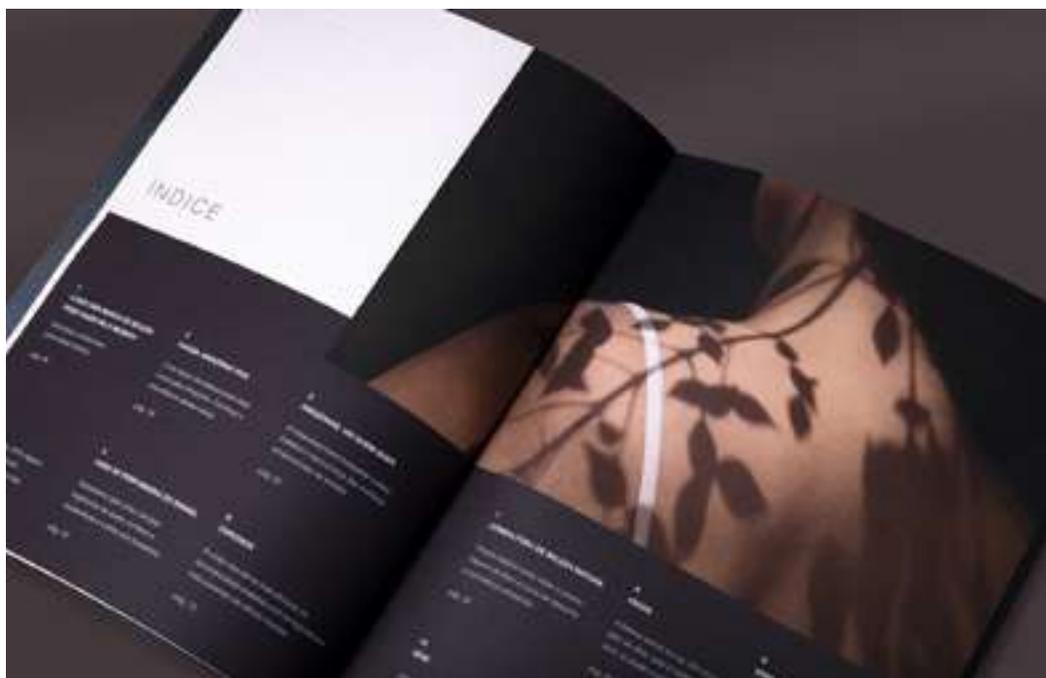
Autoria | Ano

Studio MM.Mode | 2018

Cliente

Adriano Damas



**Revista
Natura****BRONZE****Descrição do Projeto**

Projeto gráfico e editorial da Revista Natura, publicação premium da marca e importante ponto de contato com parceiros e clientes estratégicos. O projeto mostra as causas e iniciativas da Natura, que vão além da indústria cosmética, por meio de elementos que se expandem e extrapolam os contornos das páginas.

Ficha Técnica

Direção de criação: Marcio Mota |
Direção de design: Cris Inoue | Líderes
do projeto: Vivi Kano | Designer
responsável: Estefan Richter |
Designer: Henrique Lucio

Autoria | Ano

Pharus Bright Design | 2019

Cliente

Natura

Biblioteca Áurea



PRATA

Descrição do Projeto

A coleção resgata grandes títulos de escritores consagrados da literatura mundial, dos mais variados gêneros e épocas. A proposta visual das capas privilegia o uso de ilustrações e a identidade visual foi pensada para se adequar aos mais diferentes tipos de imagens e títulos, ao mesmo tempo que cria uma unidade visual unindo o clássico ao contemporâneo.

Ficha Técnica

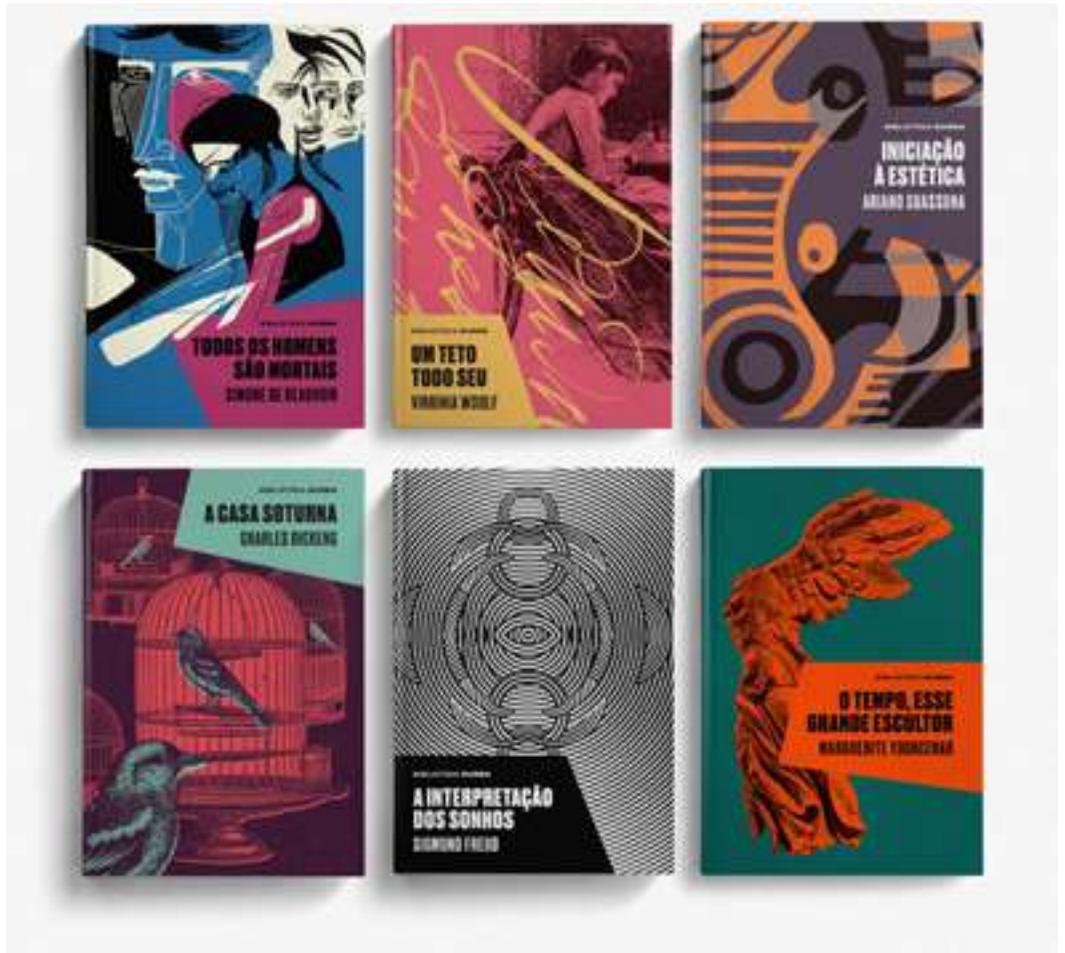
Design: Rafael Nobre

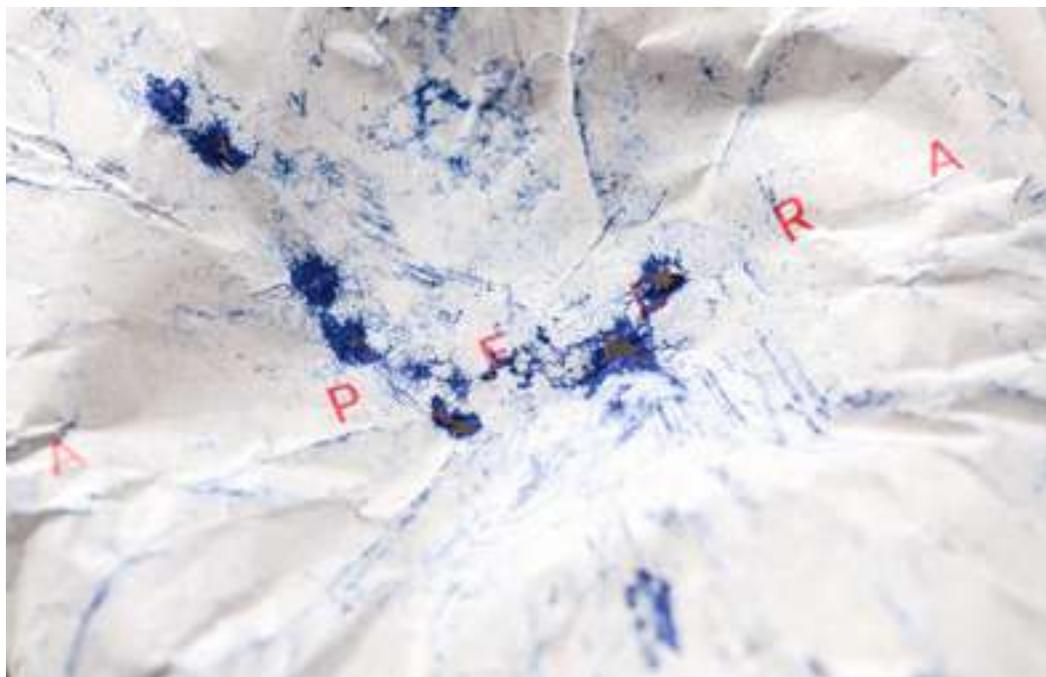
Autoria | Ano

Rafael Nobre | 2019

Cliente

Nova Fronteira



A Pedra**PRATA****Descrição do Projeto**

Capa para livro de ficção brasileira "A Pedra"

Ficha Técnica

Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

Autoria | Ano

Casa Rex | 2018

Cliente

Lote 42

O Homem Mais Rico da Babilônia



BRONZE

Descrição do Projeto

Agora em uma edição de luxo, este clássico absoluto do gênero, com mais de dois milhões de exemplares vendidos no mundo, traz as profundas lições sobre como multiplicar riqueza e solucionar problemas financeiros, baseando-se no segredo de sucesso dos antigos babilônicos. Para a criação da capa, optou-se por utilizar as ricas referências visuais babilônicas, desde a escrita cuneiforme até pinturas, esculturas, azulejos e moedas. A partir daí, criou-se uma sobrecapa que se desdobra formando um pôster. Sua capa interna foi impressa apenas em 1 pantone metálico, apresentando a titulação e grafismos, de forma bem discreta, visto não ser apresentado diretamente no ponto de venda.

Ficha Técnica

Designer: Anderson Junqueira

Autoria | Ano

Anderson Junqueira Design
Gráfico | 2019

Cliente

HarperCollins Brasil



Se Eu Soubesse Antes



BRONZE

Descrição do Projeto

Capa do livro "Se eu soubesse antes", de Cesar Cavalcante, desenhada e ilustrada pelo designer e quadrinista Gabriel Mário, impresso de forma independente.

Ficha Técnica

Projeto gráfico de capa e ilustração: Gabriel Mário.

Autoria | Ano

Gabriel Mário | 2018

Cliente

Cesar Cavalcante

**Coleção 100
anos da
Revolução
Russa**



BRONZE

Descrição do Projeto

Capas para coleção que celebrava os 100 anos da Revolução Russa

Ficha Técnica

Gustavo Piqueira/Samia Jacintho

Autoria | Ano

Casa Rex | 2018

Cliente

Ateliê Editorial



Arbo Townhouses



BRONZE

Descrição do Projeto

O projeto imobiliário Arbo Townhouses foge da lógica urbana vertical do Recife e a proposta de material gráfico do empreendimento projetada pelo Estúdio Mola também foi além: além de idealizar a identidade visual do empreendimento, fomos responsáveis pela elaboração de um livro que pudesse expressar todo o diferencial do projeto. O objetivo, mais do que vender as unidades, seria que o proprietário tivesse em mãos um material de valor sentimental. O livro vem acompanhado de posters, que cumpriram função dupla: informar e decorar os ambientes da futura casa. No mesmo formato dessas lâminas seria o livro, para que pudessem formar um único bloco e serem entregues numa embalagem especial e com materiais que transpõem o leitor para o ambiente de Arbo.

Ficha Técnica

Direção de design: Daniel Pinheiro
 | Direção de projeto: Raquel Uchôa
 | Atendimento: Raquel Uchôa e Eduardo Rodrigues | Design: Daniel Pinheiro, Inácio Eugênio, Mayara Fischer

Autoria | Ano

Estúdio Mola | 2018

Cliente

Haut Incorporadora Design



Livro Memórias do Sorvete



BRONZE

Descrição do Projeto

“Memórias do Sorvete - Uma celebração à delícia gelada que ganhou o mundo, inspirou histórias e espalhou doçura” retrata, a partir da celebração dos 70 anos da Selecta Sorvetes, os diferentes aspectos da relação humano com o sorvete. Mais do que comemorar o legado da marca que revolucionou a indústria do sorvete no Brasil, o projeto se propôs a ir além de um livro institucional convencional: o resultado é uma obra que reúne a saga empreendedora da Selecta e de seus clientes, dados de mercado, curiosidades sobre o mundo do sorvete, sua importância para a indústria de alimentos e projeções para o futuro do setor. “Memórias”, além de um livro comemorativo, tornou-se fonte de pesquisa para admiradores e profissionais do segmento.

Ficha Técnica

Planejamento Editorial e Projeto gráfico: Estúdio Siamo
Direção de Arte: Ana Megda
Editoração: Ana Megda e Robson Brüning.
Edição: Roberta Benzati
Texto: Roberta Benzati, Chloé Pinheiro e Rafaela Mazzaro
Revisão: Goretti Tenorio
Planejamento Estratégico: Pedro Cizoto
Ilustração: Willian Santiago
Fotos: Estúdio Panka e Ricardo Perini

Autoria | Ano

Estúdio Siamo | 2018

Cliente

Selecta Sorvetes



Relatório Anual ECP



BRONZE

Descrição do Projeto

O relatório anual do Esporte Clube Pinheiros é uma publicação que reúne todos os acontecimentos esportivos, sociais, culturais e infraestruturais para prestação de contas ao conselho e aos associados. Além de leitura fluida e facilidade de navegação, os impressos deveriam comunicar os principais traços da gestão: transparência, eficiência e economia. Para isso, buscamos inspiração em documentos gerados automaticamente, como formulários e notas fiscais. As escolhas de projeto foram pautadas para permitir que a inserção e diagramação do conteúdo fosse o mais eficiente possível, permitindo que a entrega dos dois volumes com quase 500 páginas se desse em um período muito curto de tempo.

Ficha Técnica

Tipografias: Fakt (Thomas Thiemich) e Rational TW (René Bieder) | Produção Gráfica: Lilia Goes | Equipe: Bruno Ribeiro, Matheus Sakita, Ralph Mayer

Autoria | Ano

Estúdio Grade | 2018

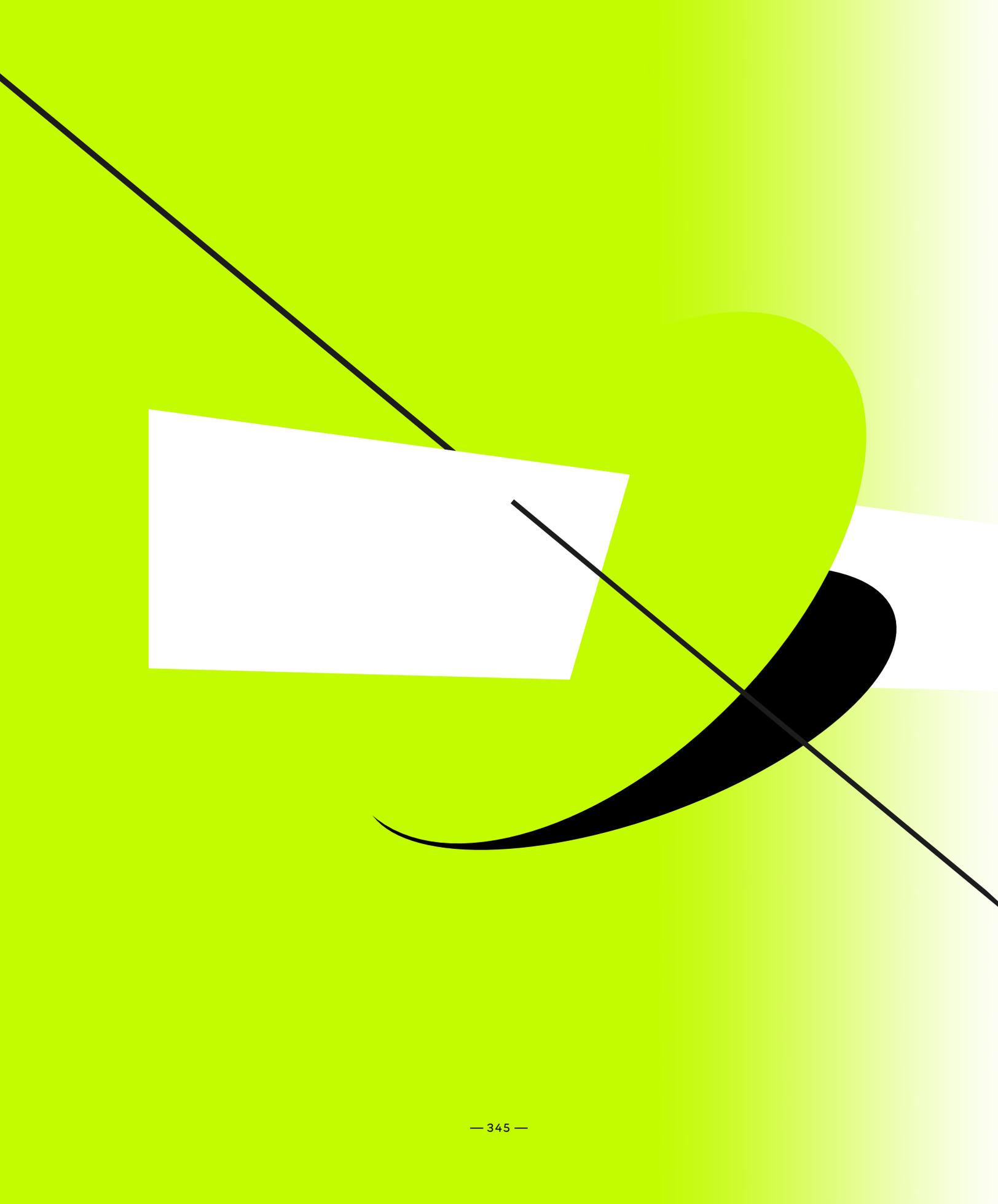
Cliente

Esporte Clube Pinheiros



PREMIADOS 2019

DIGI TAL



Ber Sardi Estúdio - Portfólio



PRATA

Descrição do Projeto

Ber Sardi é designer de formação e fotógrafo de profissão. Com grandes marcas no seu portfólio e uma agenda cheia de projetos, tem um trabalho característico e sua paixão por elementos de design é vista em seus trabalhos. É aficionado por foto, arte, vídeo, música, arquitetura, design de produto e pelo minimalismo. O objetivo principal do fotógrafo com o site não era ter uma maior visibilidade e nem aumentar o valor financeiro cobrado, mas sim criar uma experiência que o inspirasse e que refletisse para o seu cliente quem ele é como pessoa e profissional. Nosso desafio na criação do site portfólio foi apresentar o Ber Sardi de forma pessoal e o seu trabalho de forma profissional.

Ficha Técnica

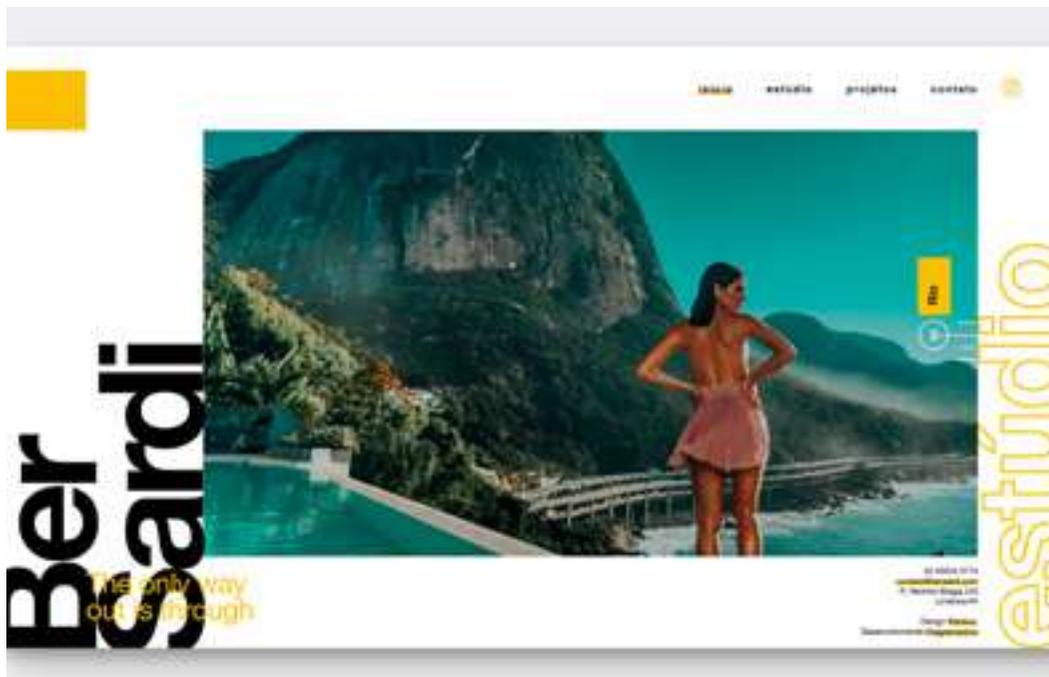
PETRIKÓR Direção criativa: Gabriel Macohin; Design: Gabriel Macohin e Paulo Doi; Motion design e vídeo: Paulo Doi; CAFETERIA FILMES
Imagens adicionais: Filipe G. Menck; BER SARDI ESTÚDIO Fotografia: Ber Sardi; PROGRAMATÓRIO Programação FrontEnd: Micael Liberato e Leonel de Souza Jr; Programação BackEnd: Micael Liberato e Mario H Adaniya.

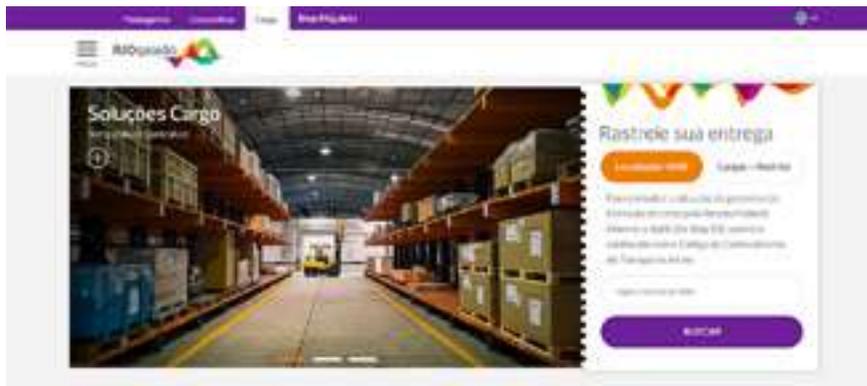
Autoria | Ano

Petrikór | 2019

Cliente

Ber Sardi Estúdio





Conheça RIOgaleão Cargo



VER TODAS

Parceiros RIOgaleão Cargo



VER TODAS

Quem é? Fale conosco



Web Portal RioGaleão



PRATA

Descrição do Projeto

O RioGaleão é um dos mais importantes HUBs aeronáuticos do planeta e principal portal de entrada do mais relevante e internacional destino turístico brasileiro. Recentemente privatizado, o aeroporto não apresentava um web portal condizente com a complexidade de seu negócio, interesses de seus públicos e necessidades cotidianas de um grande aeroporto. A BriviaDez executou um amplo trabalho de concepção da jornada ideal, utilizando método Design Thinking para solucionar toda a experiência do canal digital.

Ficha Técnica

Felipe Seibert Cezar | Fabiano Nadler | Mateus Renner | Vinicius Lobato | Roberto Ribas | Johny Krauss | Felipe Podestá | Lucas Steffen | Rafael Thumé | Pablo Jaeger | Luiza Prade | Jonathas Coelho | Diego José da Silva | Davi Bauer | Márcio Konrad | Paulo Cezar Pellegrini | Fernando Silveira | Christiaan van Hattem

Autoria | Ano

BriviaDez | 2019

Cliente

RioGaleão Airport

Tok&Stok



BRONZE

Descrição do Projeto

Uma das marcas mais amadas do Brasil, a Tok&Stok nasceu em 1978 com a proposta de oferecer design de qualidade aliado à preços acessíveis, se consolidando assim como uma das maiores lojas do setor. A Try - consultoria de design e UX baseada em São Paulo - foi convidada para desenhar uma nova experiência de e-commerce que pudesse tangibilizar os atributos que tornaram a empresa tão desejada por seus consumidores. O design de experiência foi o ponto de partida para todo o trabalho de identidade visual e design de interface. Mais do que um e-commerce, o projeto definiu como a Tok&Stok deveria se posicionar a partir de então, eliminando certas barreiras entre digital e físico e promovendo uma experiência unificada e coerente a todo o seu ecossistema.

Ficha Técnica

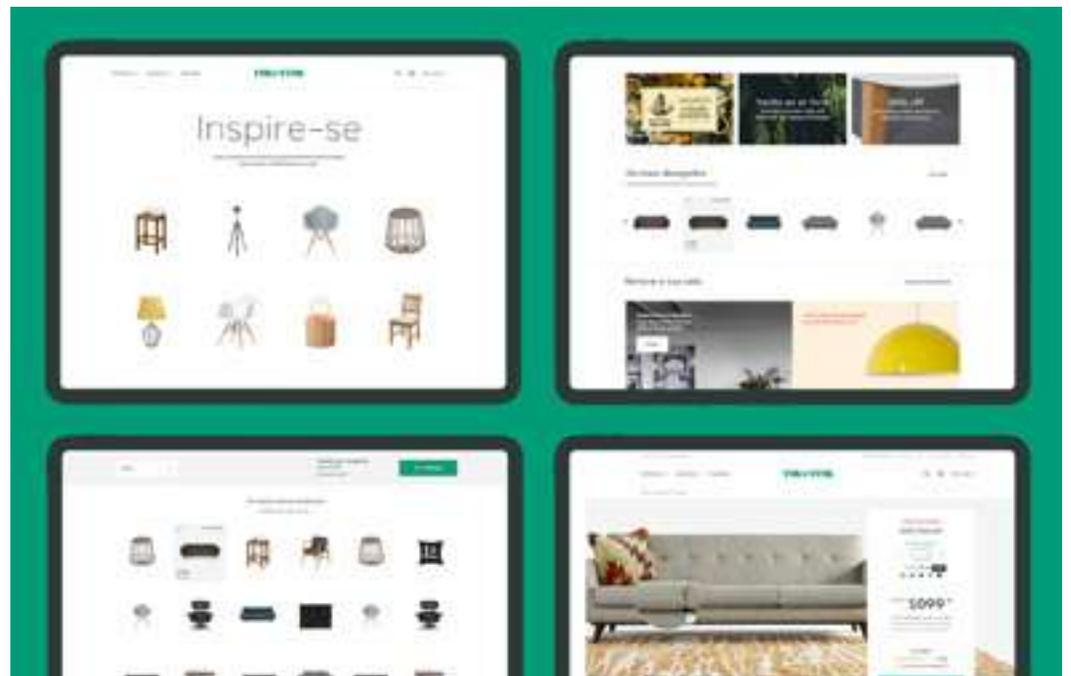
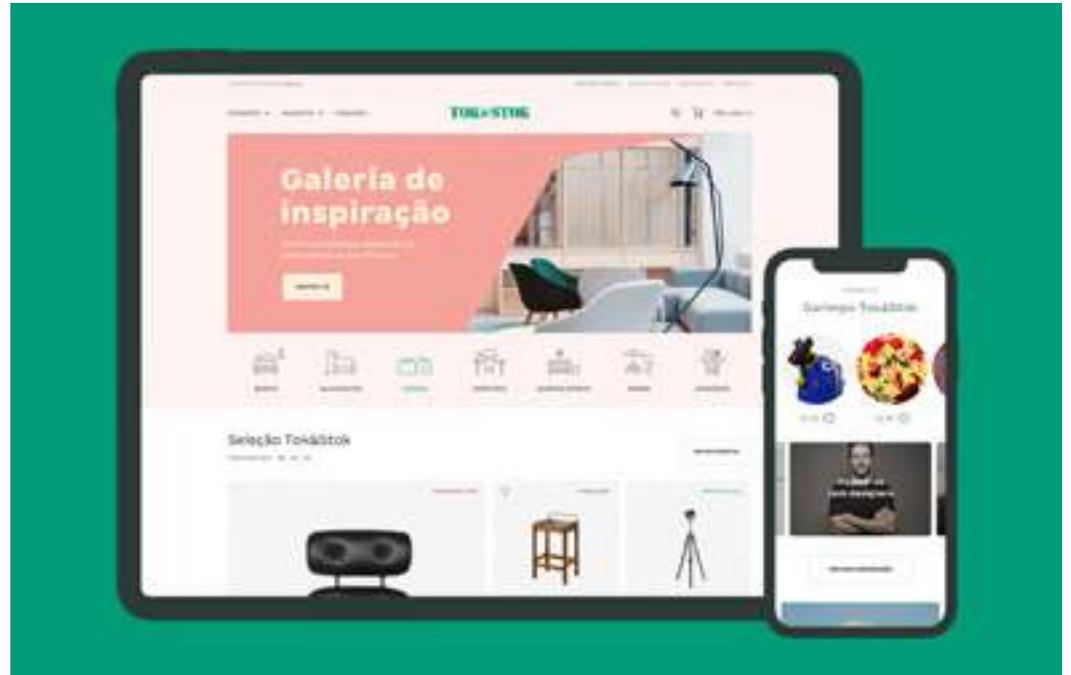
Direção Geral: Maria Ercília Galvão Bueno | Direção de UX: Vanessa Marques | Direção de Design: Fernando Paravela | Designers: Rafael Oliveira, André Tokunaga, Lisa Watanabe, Eduardo Tello, Raphael Sanches | Desenvolvimento: Enext

Autoria | Ano

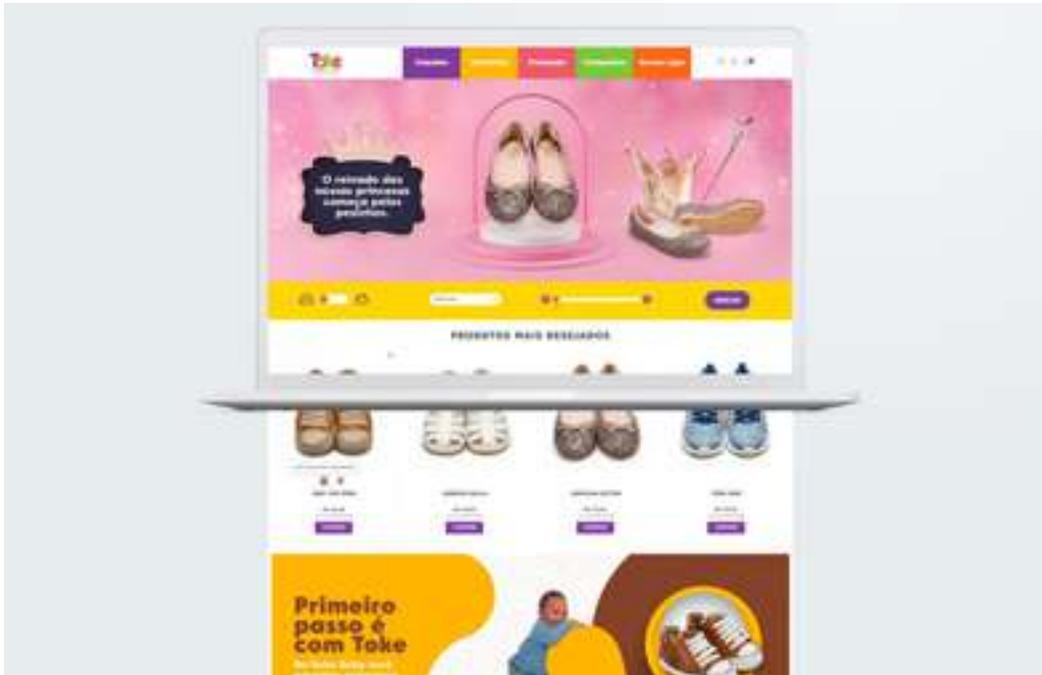
Try Consultoria e Pesquisas | 2018

Cliente

Tok&Stok



Toke - E-Commerce



BRONZE

Descrição do Projeto

A Toke é uma fabricante de calçados infantis com quase 80 anos de história, expandindo para plataforma de vendas online. O design da loja online foi desenvolvido para oferecer uma agradável experiência de navegabilidade do usuário, com fácil acesso às principais funções do site de forma responsiva para diversas plataformas. O novo site é parte importante do processo de expansão da marca, por isso o desenvolvimento do seu conceito exigia englobar a alegria e leveza das crianças com a segurança e tradição da marca. A navegabilidade e o design de cada página do site, reflete o cuidado e o carinho que a Toke tem com os pezinhos das crianças no momento de criar seus produtos. Acessível em: <https://loja.toke.com.br/>.

Ficha Técnica

Estúdio: Arterleria Cliente: Toke
Calçados Infantis Título: E-commerce
(<https://loja.toke.com.br/>) Chief
Creative Officer: Manoela Tourinho
D'Abreu Diretor de Arte / UX/UI
Designer: Túlio Grandi Redação:
Ihanna Barbosa Plataforma/
Tecnologia: Jet. Atendimento: Ihanna
Barbosa Aprovação do cliente:
Alexandre Tourinho, Fábio Sahatdjian
e Cláudio Sato

Autoria | Ano

Arterleria | 2019

Cliente

TOKE CALÇADOS INFANTIS

Toke - Site Institucional



BRONZE

Descrição do Projeto

O design do site institucional da Toke atende de forma lúdica, moderna e alegre ao universo infantil para apresentar a marca a futuros clientes e parceiros. O site trabalha com a riqueza de cores vibrantes da identidade da Toke, em um cenário minimalista, deixando seus sapatos de fabricação própria no centro dos holofotes. O novo site é parte importante do processo de expansão da marca, por isso o desenvolvimento do seu conceito exigia englobar a alegria e leveza das crianças com a segurança e tradição da Toke. A navegabilidade e o design de cada página do site, reflete o cuidado e o carinho que a Toke tem com os pezinhos das crianças no momento de criar seus produtos. Acessível em: <https://toke.com.br/>.

Ficha Técnica

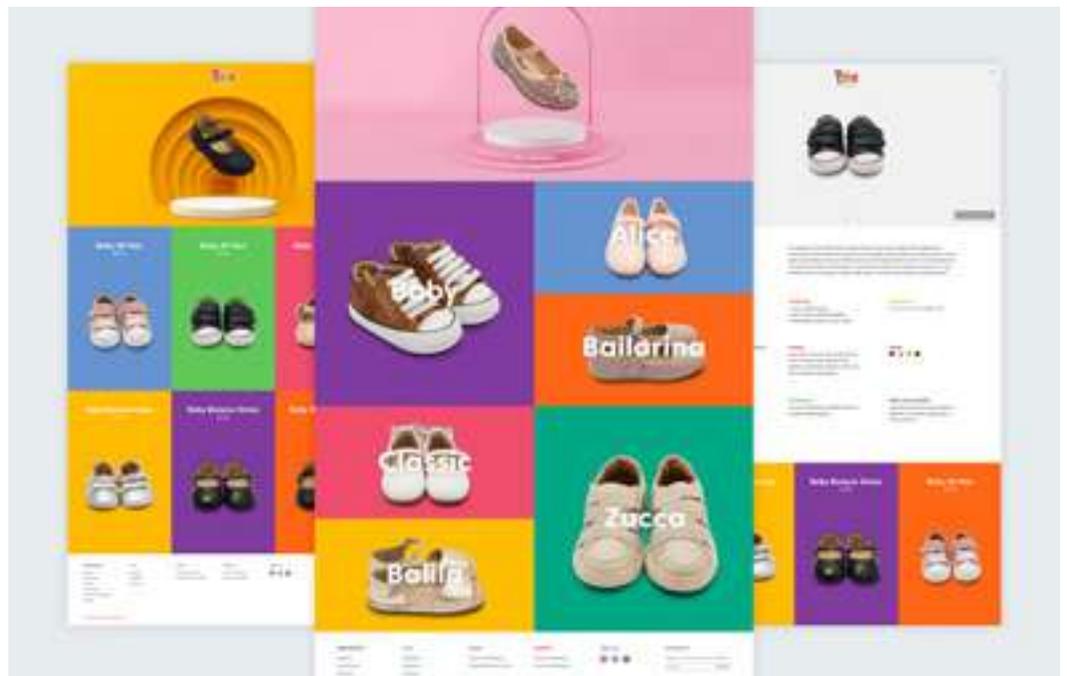
Estúdio: Arteleria Cliente: Toke
 Título: Site institucional (www.toke.com.br) Chief Creative Officer: Manoela Tourinho Diretor de Arte: Túlio Grandi Redação: Camila Siervo Revisão: Ab Aeterno Ilustração: Rodrigo de Freitas Tecnologia: Façner Vieira Atendimento: Ihanha Barbosa Aprovação do cliente: Alexandre Tourinho, Fábio Sahatdjian, Cláudio Sato

Autoria | Ano

Arteleria | 2019

Cliente

TOKE – CALÇADOS INFANTIS



Era Do Eu



BRONZE

Descrição do Projeto

Todo ano a Interbrand divulga o Ranking das Marcas Brasileiras Mais Valiosas. Junto ao ranking, sempre pensamos em um estudo que aborde um assunto relacionado às marcas. Espaços de Mudança, Crise e Crescimento, Patrocínio e Construção de Marca e muitos outros temas que têm relevância e merecem atenção em cada ano. Em 2018, nosso estudo refletiu sobre a transposição do universo do Branding das marcas para a dimensão do indivíduo. O personal branding nunca foi tão presente, eminente, evidente. Por onde quer que eu, você, a gente olhe, vemos pessoas sendo marcas. Todo esse estudo e conteúdo culminou em um site que reúne textos, vídeos, imagens e diversos gráficos interativos sobre o personal branding.

Ficha Técnica

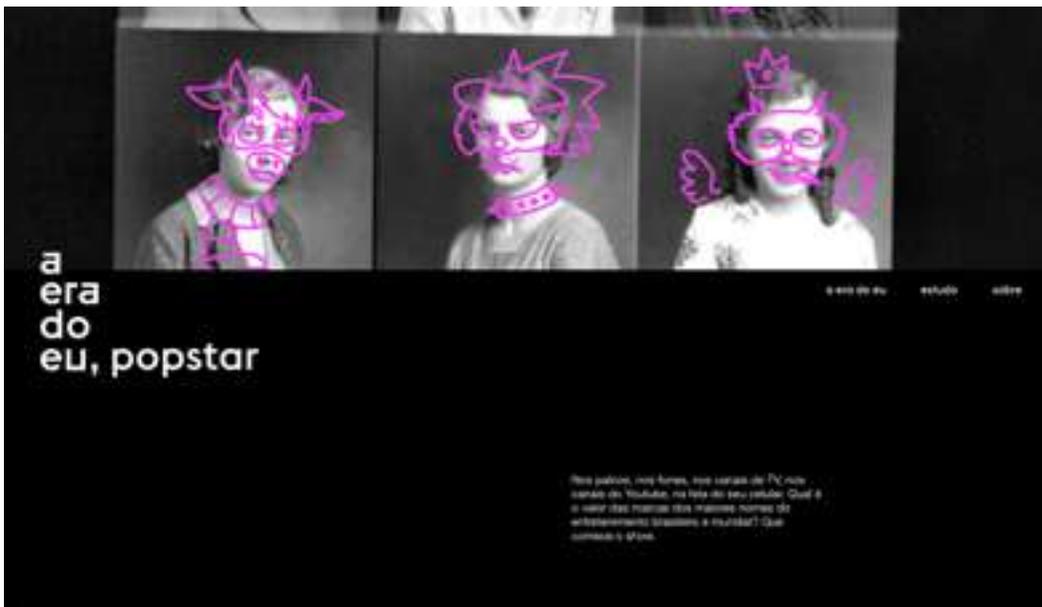
Dir. Geral: Daniella Bianchi
 Coordenação: Laura Garcia, Pedro Kastelic e Ivo Costa
 Conteúdo: Giovanna Marques, Olívia Guerra, Elaine Baio, Luana Motta, Luana Alahmar, Carlos Hakim, Cecília Martins, Victor Quintanilha, Luis Gaspar, Luíza Secco e Thais Cirenza
 Id. Visual: Sergio Cury, Victor Eguchi, Ronaldo Vidal e Amanda Macêdo. Web Dev.: Raincake

Autoria | Ano

Interbrand | 2018

Cliente

Interbrand



Redesign do Jota.info



BRONZE

Descrição do Projeto

O projeto trata de um redesign completo do site do JOTA, uma startup de jornalismo jurídico que dá transparência à informação pública, leva maior segurança jurídica ao mercado e transforma a sociedade por meio do jornalismo especializado, técnico, imparcial e ágil. O novo site JOTA é uma reformulação completa de conteúdos e experiência do usuário, facilitando o acesso às informações de acordo com os diversos perfis e apresentando de forma direcionada os planos e serviços oferecidos pela startup.

Ficha Técnica

Concepção: Café.art.br | Direção de criação: Leandro Amorim | Designers líderes: Gabriela Alcoar e Gabriel Lira | Design: Gabriela Alcoar, Gabriel Lira e Henrique Ilídio | Desenvolvimento Parafernalia Interativa

Autoria | Ano

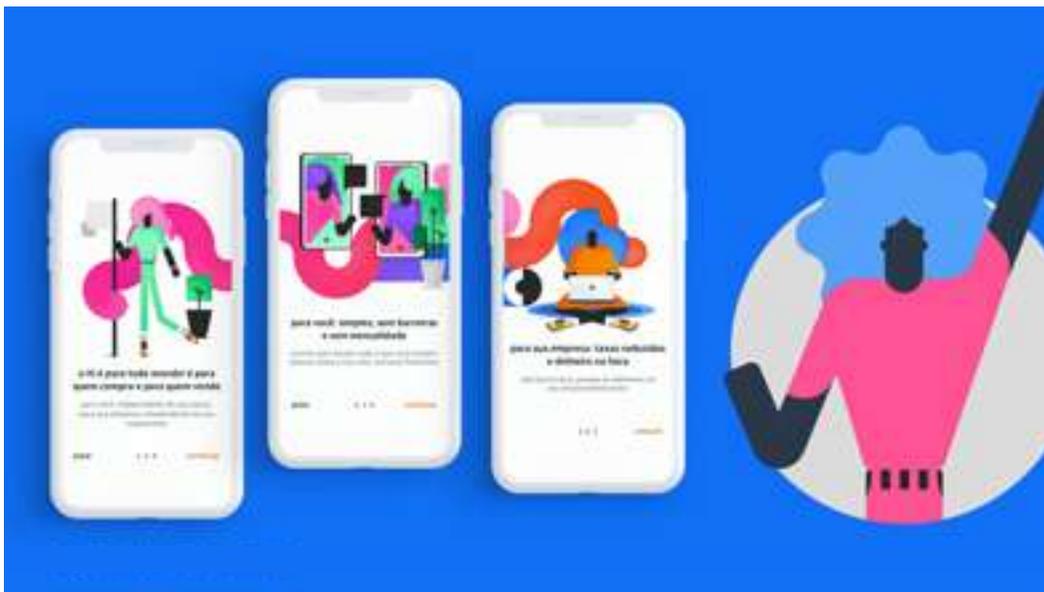
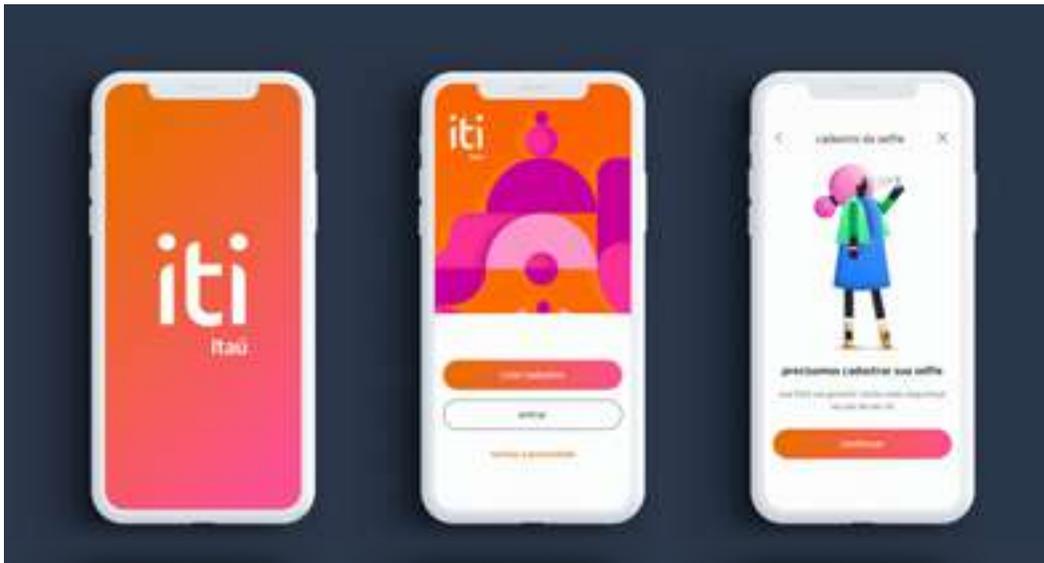
Café.art.br | 2018

Cliente

Jota.info



iti Itaú



OURO

Descrição do Projeto

O iti chegou para propor um novo jeito dos brasileiros se relacionarem com o dinheiro. A plataforma do Itaú é fruto das transformações da sociedade e do acesso crescente à tecnologia: chega para reinventar a experiência de pagar, receber, comprar e vender. O projeto do aplicativo se alimenta de pesquisas com o público e testes contínuos com usuários. Os times de Design Digital e UX têm como norte os pilares da marca: confiança, liberdade e conexão. A navegação simples e direta evita erros e diminui a curva de aprendizagem. As formas fuidas da interface trazem personalidade e tornam o ambiente acolhedor. As cores reforçam a essência iti, brasileira, vibrante, inclusiva e tolerante, reforçando que o iti é para todos. As ilustrações reforçam a diversidade intrínseca e necessária.

Ficha Técnica

Aplicativo iti Itaú

Autoria | Ano

Itaú Design Time + Itaú UX Time + Marketing iti | 2019

Cliente

Itaú-Unibanco

Aplicativo Agenda Edu



BRONZE

Descrição do Projeto

O aplicativo da Agenda Edu, empresa de educação com viés tecnológico que, desde 2014, tem como propósito aproximar famílias e escolas, recebeu o desafio de personalizar e reforçar a experiência de marca de cada escola, além de adaptar-se às necessidades de diferentes usuários entre alunos e responsáveis em diversos contextos educacionais. Tendo como base a necessidade de uma experiência humanizada em um aplicativo dinâmico e interativo, o projeto foi direcionado pelas três etapas do design emocional, abraçando aspectos viscerais, comportamentais e reflexivos da interação com o aplicativo. Esses foram fatores fundamentais para estabelecer relações emocionais e atingir uma marca de 97% de satisfação em uma pesquisa realizada com mais de quatro mil usuários.

Ficha Técnica

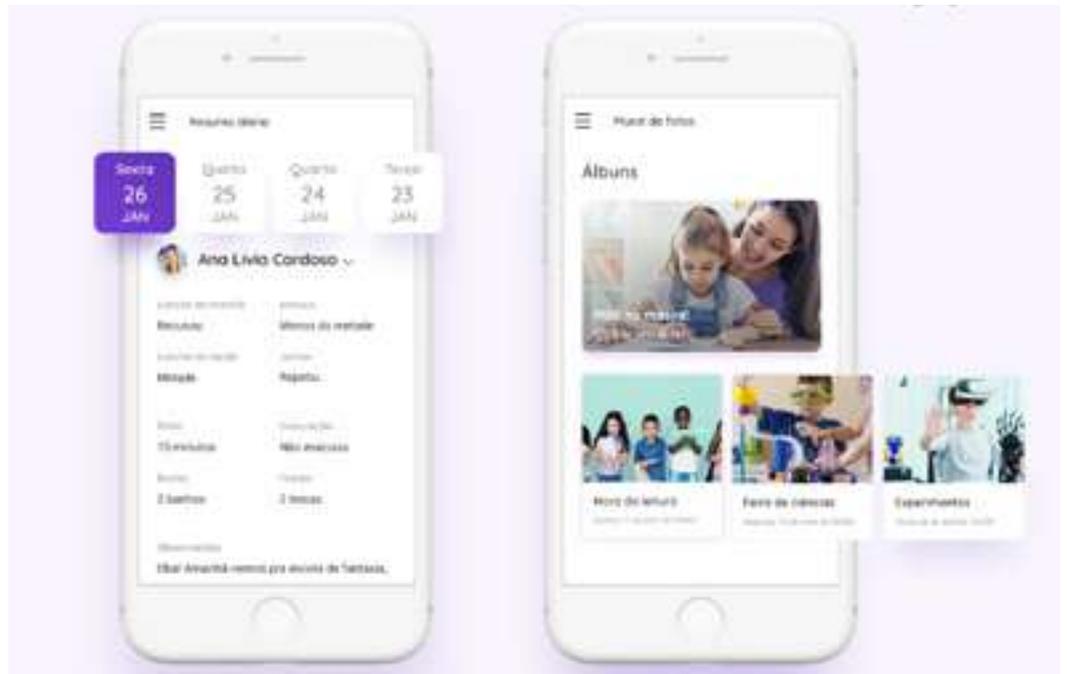
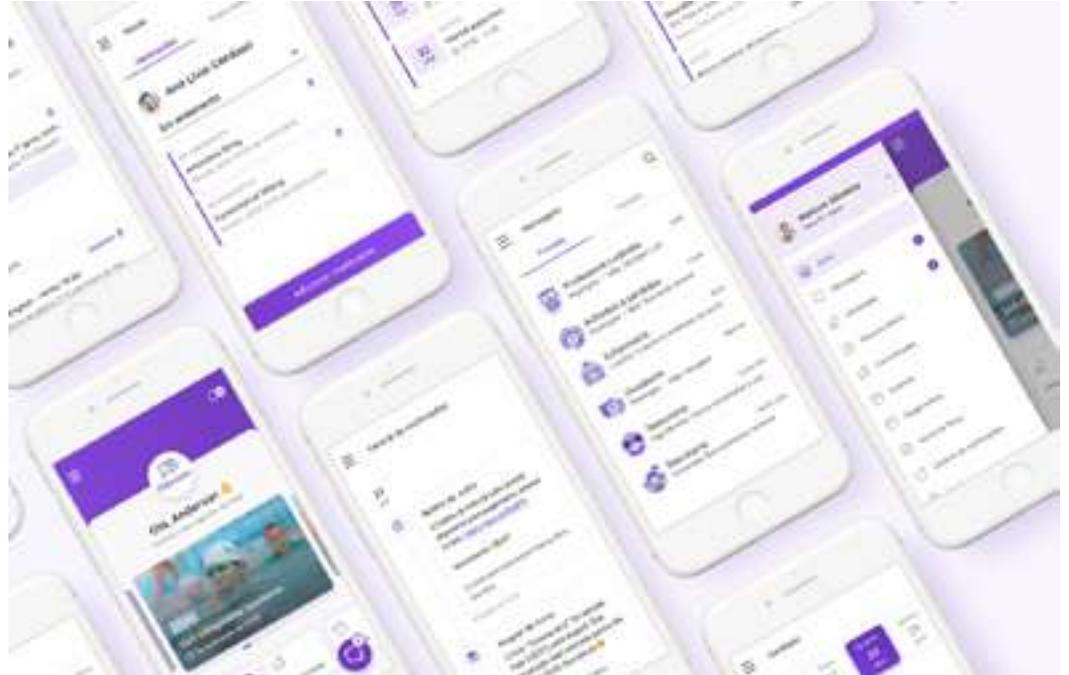
Josias Nascimento Cunha,
Pietro Occiuzzi de Melo Sousa,
Antonio Marcos Braga de Oliveira,
Francysregys Rodrigues de Lima e
Daniel Brito de Paiva

Autoria | Ano

Agenda Edu | 2019

Cliente

Agenda Edu



Moto App



BRONZE

Descrição do Projeto

O Moto App é um aplicativo agregador de todas as experiências de uso dos celulares Motorola. O princípio que guia seu conceito é “Fazer mais com seu Moto”. O projeto foi iniciado para resolver o problema de entendimento das experiências e melhorar o visual do antigo aplicativo. Sessões de pesquisa identificaram a necessidade de um visual mais atraente, mais pessoal e que fosse além do que outros celulares pode oferecer. O novo Moto App é, portanto, um aplicativo que, ao mesmo tempo ajuda a encontrar experiências que vão mudar a interação do usuário com seu celular e que encanta com uma proposta visualmente exclusiva.

Ficha Técnica

UX designers - Lauren Schwendimann, Kim Takeuchi / UI designers - Cezar Bianchi, Otavio Campos / Pesquisadora - Vivian Lemes / Copywriter - Tim Mies / Gerentes - Elisa Vargas, Tim Schavitz / Teach lead - Wendel de Assis / Revisão - Rayza Cavalcante

Autoria | Ano

CXD Motorola | 2019

Cliente

Motorola



Seeds



BRONZE

Descrição do Projeto

O Seeds é uma plataforma que tem como objetivo tornar o conhecimento sempre disponível e útil, de maneira prática e organizada. Através de um aplicativo que permite aos usuários guardar, organizar e compartilhar entre si os trechos favoritos de suas leituras, o conhecimento adota o formato de sementes: pequenas partes que, ao serem espalhadas, tornam-se coisas muito maiores.

Ficha Técnica

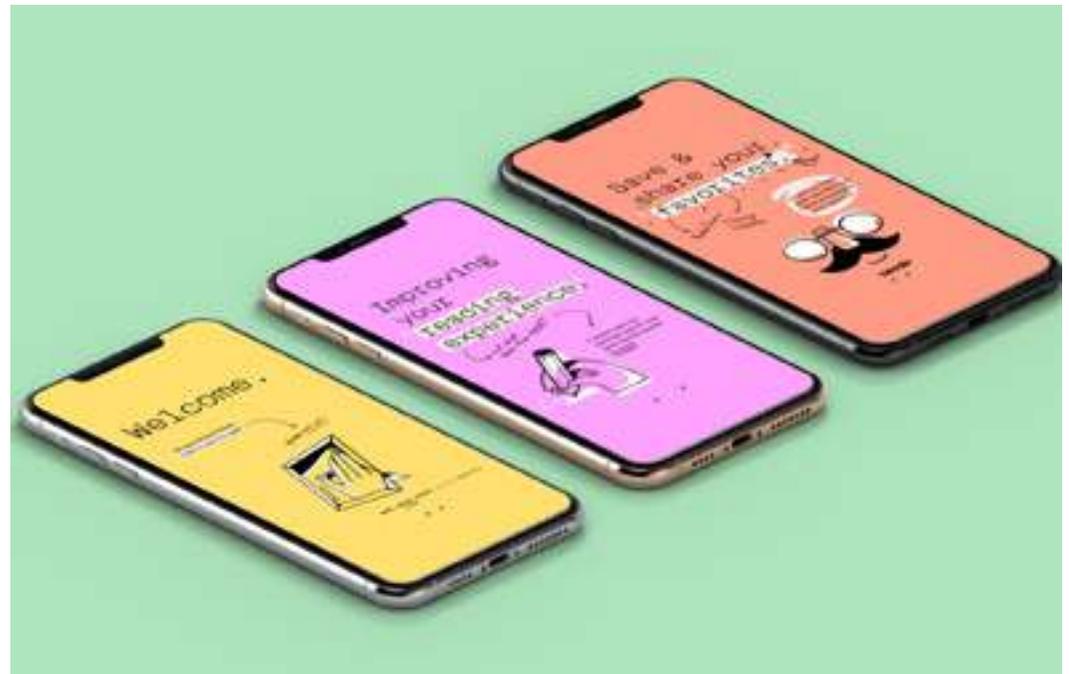
UI/UX Design: Cláudia Mardegan
 | Identidade Visual - Direção de Criação: Rodrigo Gondim e Rebeca Prado | UI Design: Livia Perdigão, Rodrigo Gondim | Ilustração: Samuel Castor

Autoria | Ano

Miligrama | 2019

Cliente

Seeds



Rede Óvulo Doação



BRONZE

Descrição do Projeto

O Instituto Brasileiro de Reprodução Assistida - IBRRA procurava uma nova maneira de chamar a atenção para o procedimento de Óvulo Doação no Brasil, ainda pouco conhecido. A resposta foi um aplicativo social que conecta doadoras e receptoras de óvulos, tornando mais próximo o sonho de ser mãe.

Ficha Técnica

Usabilidade: Calebe Bezerra, Wagner Lúcio | Design: Wagner Lúcio, Matheus Maciel | Programação: Leandro Hindu, Tiago Braga, Thiago França | Atendimento: Iza Castro

Autoria | Ano

Calebe_ | 2019

Cliente

IBRRA - Instituto Brasileiro de Reprodução Assistida

Plataforma Digital de Trading XP



PRATA

Descrição do Projeto

A INSITUM foi contratada para redesenhar a experiência digital da plataforma de trading da XP, bem como criar nome e logotipo. A nova experiência foi projetada para Desktop, Mobile e Smartwatch para ser uma evolução das plataformas mais usadas em todo o mundo e hoje leva o nome de Bull. Aqui apresentamos a versão Desktop, implementada em sua versão inicial em 2018.

Ficha Técnica

Diretor executivo: Ivan Lucchini | Líder de projeto: Ricardo Rezende | Líder de UX: Robson Torriceli | Líder de UI: Nasser Said | Gerente de Operações: Murilo Gomes

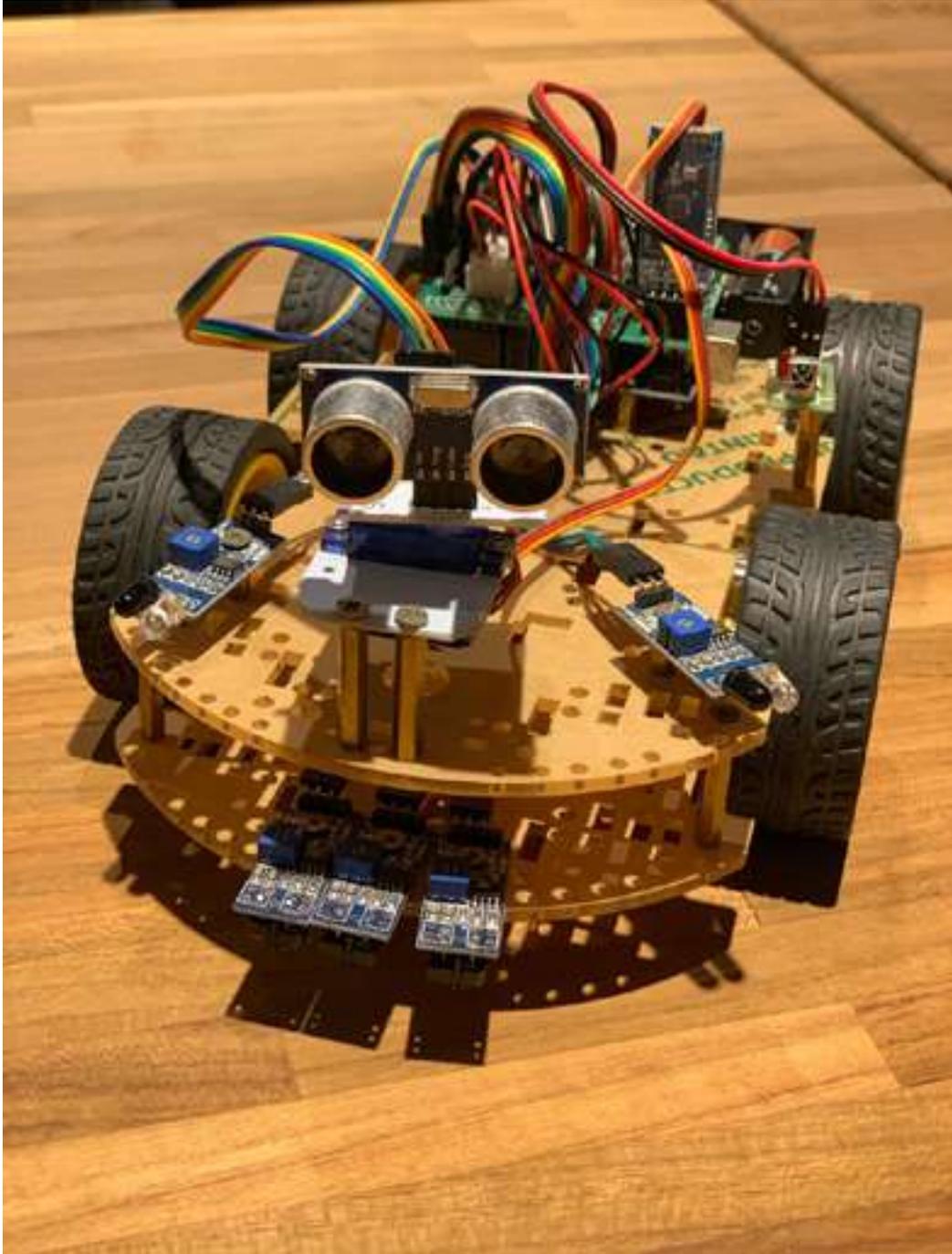
Autoria | Ano

Insitum Brasil | 2018

Cliente

XP Investimentos





Carrinhos com Arduino para Excelência Operacional



BRONZE

Descrição do Projeto

Como falar de excelência operacional em um evento de forma lúdica e interessante? Primeiro explicamos o que é excelência operacional e seus pilares dentro da Klabin: tecnologia, pessoas e processo. Para o avatar de tecnologia, utilizamos o Arduino, uma plataforma de prototipagem, em um carrinho semelhante aos de controle remoto. Para o processo, pensamos na manolização de uma montagem rápida, na qual os participantes não tinham acesso ao manual, o qual ficava em posse de um especialista que passava as informações via rádio. Notando a dificuldade na montagem, inserimos a realidade aumentada para que cada grupo, dividido em 3, pudesse realizar a tarefa em 15 minutos – originalmente, feita em 6 horas. Após o término, cada grupo competiu com os outros 11 e o vencedor ganhou o carrinho montado.

Ficha Técnica

CEO e Fundador: Gabriel Lopes
 Responsável técnico: André Tritiack
 Assistente técnico: Artur França

Autoria | Ano

Empathy Company | 2018

Cliente

Klabin

Aquisição de Cartão - Banco Carrefour



BRONZE

Descrição do Projeto

Hoje, os canais mobile são a mais relevante e usual forma de abordagem inicial com qualquer público. O celular está "na mão de todos" e, em alguns targets e motivadores, representa quase 90% da preferência de acesso. A BriviaDez e o Banco Carrefour rodaram uma pesquisa que mapeou e qualificou os principais "gaps" na jornada de aquisição dos cartões de crédito do banco. As conclusões serviram de subsídio para um complexo trabalho de concepção do novo fluxo de experiência, totalmente focado nos interesses e contexto do usuário. Toda a jornada foi revista, recriando todos os pontos de experiência, como comunicação, taxonomia e, principalmente, entendimento e resposta à cada passo do cadastro. Assim, a solicitação do cartão ficou mais amigável e com melhor performance.

Ficha Técnica

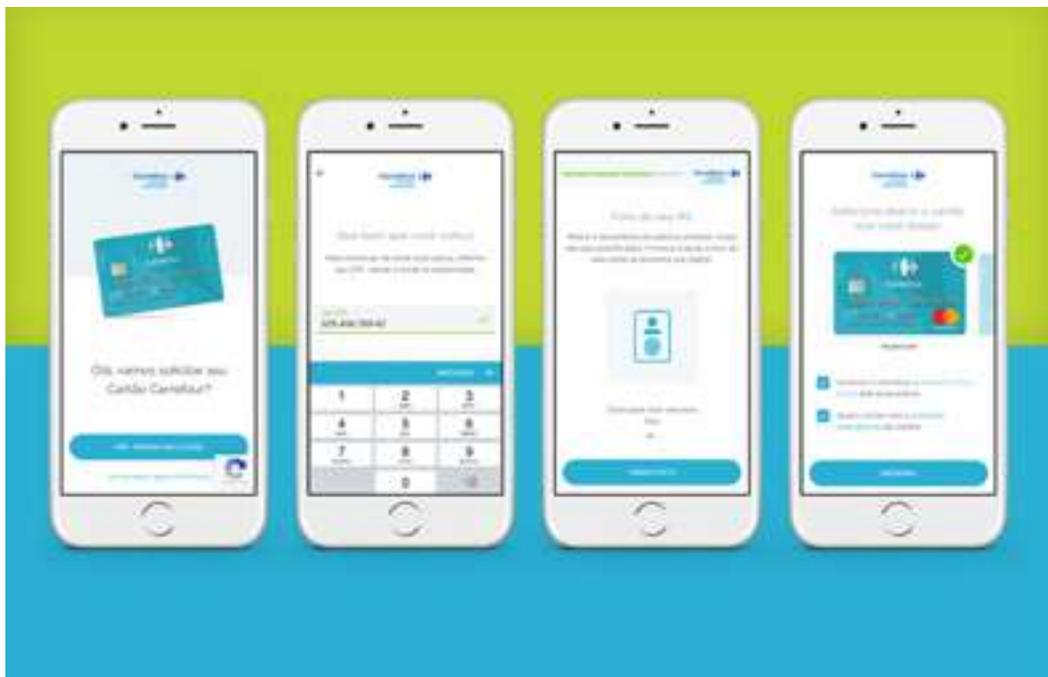
Vinícius Lobato | Felipe Barata |
Fabiano Nadler | Lucas Sttefen |
Thiago Fernandes | Luiza Prade |
Pablo Jaeger

Autoria | Ano

BriviaDez | 2019

Cliente

Banco Carrefour



Corrida Virtual Unimed Fortaleza



PRATA

Descrição do Projeto

Correr está longe de ser a atividade preferida das pessoas. Quem não se exercita não o faz porque simplesmente não gosta. Já quem se exercita, se motiva muito mais pensando em melhorar a qualidade de vida e o físico. Mas o fato é que parte do público que queríamos atingir, não via a corrida como uma prática atrativa. Ou seja, tratar a corrida como diversão é fundamental para manter a atividade como uma prática diária. Pensando nisso surgiu a Corrida Virtual, um jeito mais divertido de correr. Reunimos profissionais de diferentes expertises para desenvolvermos esse game e tudo que o envolve: plataforma, planejamento de campanha e conteúdo, estratégia de divulgação e monitoramento. Tudo isso para alcançar o nosso maior objetivo: manter as pessoas motivadas na hora de se exercitar.

Ficha Técnica

Direção de Criação: Rodne Torres
 | Criação: Rodne Torres, Matheus de Sena, Rodrigo Santiago, Bruno Facundes | Direção de Arte: Matheus de Sena, Júlio Rodrigues | Ilustração: Adriano Sombra | Planejamento: Ana Celina, Bruno Facundes | Diretora de Atendimento: Luciana Junqueira | Atendimento: Paula Gomes, Lore Core | Performance / BI: Paulo Dório | Coordenador de Desenvolvimento: Maurício Schel | Desenvolvedor: Dennis Braga, Jean Michel | Game Designer: Renan Rodrigues | Aprovação: Mariana Matos

Autoria | Ano

Acesso Comunicação | 2019

Cliente

Unimed Fortaleza



Robô com Inteligência Artificial - Luna



BRONZE

Descrição do Projeto

Em pesquisa de clima após o evento INOVA Klabin, o RH detectou insatisfação da operação de fábrica em relação à falta de um canal de comunicação para ideias de inovação. O programa é aberto a todos os colaboradores, de todos os níveis e unidades, para que possam registrar suas ideias. No início, consistia somente em acessar uma plataforma online, porém, para criar uma experiência imersiva e, também ajudar as pessoas com pouca familiaridade com computadores ou com dificuldades de escrita, criamos um robô com inteligência artificial para ouvi-los e registrar suas ideias: a Coruja Luna, mascote do programa. A Luna, um robô de papelão ondulado com inteligência artificial feito em 45 dias, é a responsável por ouvir as ideias e transcrever os áudios para que todas sejam avaliadas na plataforma.

Ficha Técnica

CEO e Fundador: Gabriel Lopes
Gestora de projetos: Giuliana Menezes
Responsável técnico: André Tritiack de Farias

Autoria | Ano

Empathy Company | 2019

Cliente

Klabin



BELEAF



BRONZE

Descrição do Projeto

A Beleaf é um e-commerce de marmitas saudáveis com uma cultura plant-based para uma alimentação consciente. Após a definição da plataforma, a Vollup.com desenhou toda a árvore do projeto e o fluxo de compra digital. Os principais desafios foram implementar as funções para que o assinante do plano pudesse ter autonomia na assinatura, como a escolha do cardápio, a pausa ou cancelamento, dentro do ambiente da loja online. Dessa forma, em 3 meses, a Vollup.com conseguiu concluir a implementação dos módulos PCI Gateway, Rates and Benefits, Logistics, OMS e CMS dentro da VTEX. Sendo pioneira, a Beleaf é uma das poucas lojas que possuem um sistema de assinatura (cobrança recorrente) com inúmeras possibilidades de interação com o usuário, tornando a experiência de compra ainda mais rica.

Ficha Técnica

Agência: Vollup.com Chefe de Tecnologia: Fernando Santos Gerente de projetos: Nayla Andrade Direção de Arte: Marcas com Sal Motor de Vendas: VTEX

Autoria | Ano

Vollup.Com | 2018

Cliente

BELEAF

Portal da Face



BRONZE

Descrição do Projeto

Com a visão de se tornar a melhor fonte de informação sobre estética facial na web, o Portal da Face tinha o desafio de tornar seu conteúdo verdadeiramente memorável. Para isso, desenvolvemos um modelo digital hiperrealista - a Kim, que permite ao usuário configurar e visualizar diferentes tipos de envelhecimento facial, melhorando a compreensão sobre os efeitos do tempo em nossa pele.

Ficha Técnica

Concepção: Calebe Bezerra e Silvane Castro | Design: Wagner Lúcio e Matheus Maciel | Ilustração: Sérgio Paulo | Desenvolvimento: Henderson Torres, Leandro Hindu, Diego Mendes, Ronaldo Gazel, Allan Samurai

Autoria | Ano

Calebe_ | 2019

Cliente

Dr. Bruno Vargas





Robô com Inteligência Artificial - Luna



BRONZE

Descrição do Projeto

Em pesquisa de clima após o evento INOVA Klabin, o RH detectou insatisfação da operação de fábrica em relação à falta de um canal de comunicação para ideias de inovação. O programa é aberto a todos os colaboradores, de todos os níveis e unidades, para que possam registrar suas ideias. No início, consistia somente em acessar uma plataforma online, porém, para criar uma experiência imersiva e, também ajudar as pessoas com pouca familiaridade com computadores ou com dificuldades de escrita, criamos um robô com inteligência artificial para ouvi-los e registrar suas ideias: a Coruja Luna, mascote do programa. A Luna, um robô de papelão ondulado com inteligência artificial feito em 45 dias, é a responsável por ouvir as ideias e transcrever os áudios para que todas sejam avaliadas na plataforma.

Ficha Técnica

CEO e Fundador: Gabriel Lopes
 Gestora de projetos: Giuliana Menezes
 Responsável técnico: André Tritiack de Farias

Autoria | Ano

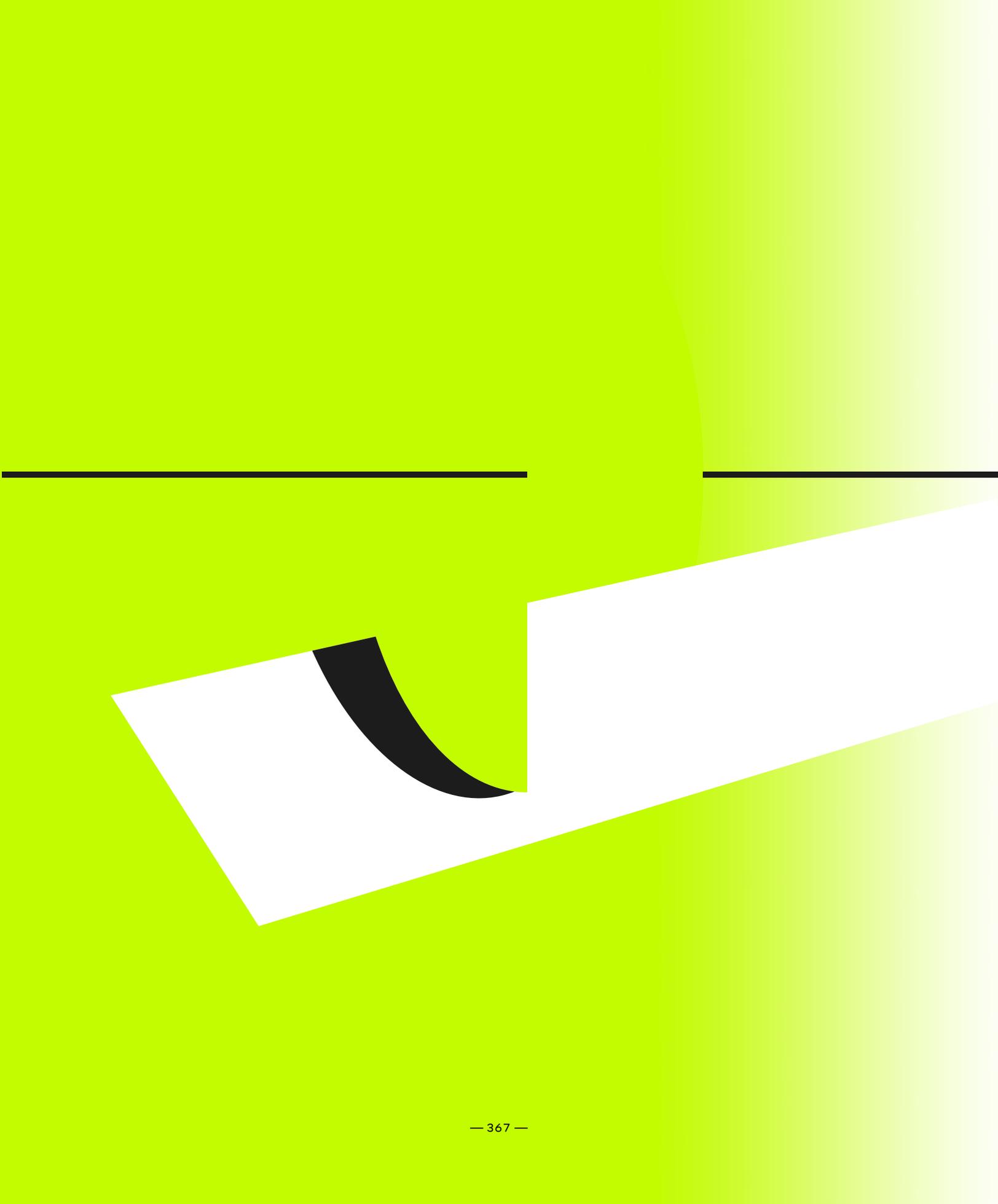
Empathy Company | 2019

Cliente

Klabin

PREMIADOS 2019

SER VIÇO



Jornada Convergência



PRATA

Descrição do Projeto

O Projeto Convergência surgiu em 2018 com objetivo de unificar os modelos de venda direta presencial e digital da Natura, para que suas 1,7 milhão de Consultoras de Beleza (Brasil e LATAM) pudessem atuar das duas formas, diversificando sua estratégia, ganhando agilidade nos processos, ampliando sua rede de relações e consequentemente seus ganhos. O projeto não só permitiu à Natura atender à demanda dos consumidores mais digitais, como também vem promovendo a inclusão digital e bancarização de suas Consultoras, que passaram a contar com uma conta bancária digital gratuita, desenhada especialmente para dar suporte à atividade de consultoria, com serviços bancários básicos, além de crédito pessoal e maquininha de cartão para receber o pagamento dos clientes com mais comodidade e segurança.

Ficha Técnica

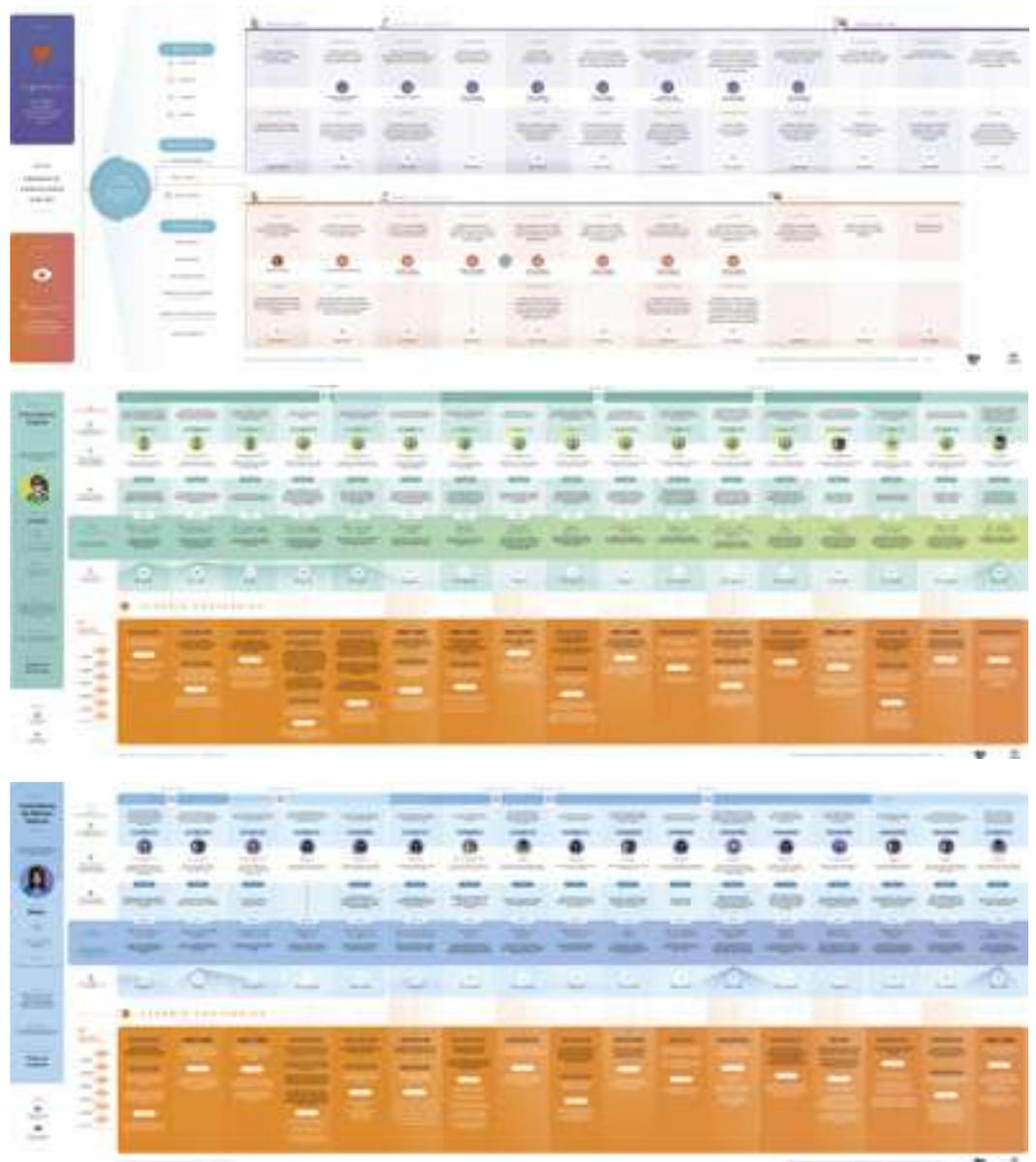
Service Design realizado pelo Centro de Excelencia de UX & Service Design da Natura. Gerente: Barbara Villar Pereira Service e UX Designer: Carlos Santana Service e UX Designer: Ana Carolina Pires Service e UX Designer: Mauricio Goes

Autoria | Ano

Natura | 2018

Cliente

Natura



FICHA TÉCNICA

realização ABEDESIGN

apoio ABD | ABRE | ap:design | AsBea

prodesign>pr | Arjowiggins | abstartups | Sutto Serigrafia

parceria Centro Brasil Design | iF Design Award | Jack Daniel's

EQUIPE

Camila Tabacchi – Gerente Executiva

Diego Aguilar – Designer

Geovana Barros – Financeiro

Guilherme Marques – Marketing

Larissa Oliveira – Gestão de Projetos

DIRETORIA EXECUTIVA

Gustavo Greco – Diretor Presidente

Ludmila Oliveira – Diretora Vice-Presidente

Calebe Bezerra – Diretor de Benefícios

Gabriel Lopes – Diretor de Relacionamento

Jaakko Tammela – Diretor de Liderança e Gestão

Mário Rosa – Diretor de Universidades e Estudantes

Patrícia Presas – Diretora de Conteúdo

IDENTIDADE VISUAL

Miligrama

