redesenho da marca alentejo

Mestrado em Design de Comunicação
Orientadora: Professora Doutora Inês Secca Ruivo | mestrando: Francisco d' Almeida Rato

u évora
UNIVERSIDADE DE ÉVORA

índice

objetivos 3
visão 4
modelo estratégico 5
identidade 6
fatores de sucesso 7
paisagem natural 8
paisagem agrícola 9
paisagem urbana 10
património histórico 11
costa alentejana 12
oferta hoteleira 13
gastronomia 14
oferta cultural 15
excelência 16
biodiversidade 17
marcas de países 18
marcas de cidades 19
marcas de regiões 20
marcas da região alentejo 21
marcas da região alentejo 22
estudo de caso 23
estudo de caso 24
proposta de identidade 1 25
proposta de identidade 2 25
proposta de identidade 3 25
fonte de inspiração 28
identidade 29
as subregiões 30
identidade 31
símbolo . logótipo . slogan 32
identidade dinâmica 33
adaptabilidade da marca 37
grelha de construção 43
escala e legebilidade 44
tipografia 45
margem de segurança 46
cores 47
comportamento sobre fundos 48
estacionário 56
aplicações 63

O Alentejo é uma das regiões mais variadas do país,
se não mesmo a mais variada.

Grande parte da excelência do nosso país
pode ser encontrada no Alentejo.

Nas praias, nos campos de cultivo, na gastronomia,
na próspera e enorme barragem do Alqueva,
no clima sempre favorável ou no património histórico.

Por tudo isto e muito mais,
o Alentejo é um símbolo máximo da diversidade
que Portugal tem para dar.

Concluindo, podemos dizer que
o Alentejo é uma região farta, mas que não farta,

porque se apresenta como um oásis
de possibilidades infinitas além do Tejo,

ALÉM DA IMAGINAÇÃO



objetivos

redesenhar, projectar e produzir peças gráficas capazes de representar e de comunicar os elementos e os atributos diferenciadores da marca da região

ser a marca guarda-chuva das suas sub-marcas, sejam de programas de ação ou instituições

a marca deve ser inspiradora, capaz de mobilizar os agentes da região, que atrai pessoas, empresas e recursos para o Alentejo.

visão

Alentejo

um local de excelência para visitar, viver, trabalhar e investir

modelo estratégico

Profunda articulação entre os diferentes stakeholders
sendo que o Modelo Estratégico deverá assentar na seguinte visão:

- No Modelo Estratégico, todo o processo de implementação da marca deve articular-se em torno das Universidades, como forma de sustentabilidade da Sociedade e das futuras gerações;

- O Meio Académico como plataforma de oportunidades, incubadora de criação de startups, de interligação com empresas e com instituições de desenvolvimento e inovação;

- O Modelo deve articular empreendedores, investidores, investigadores, professores, estudantes num sistema que se pretende dinâmico e inclusivo.

identidade

VARIÁVEIS

- Clima
- Paisagem
- Património Histórico
- Oferta Hoteleira
- Oferta Cultural
- Gastronomia
- População Local
- Sol
- Mar

VALORES

- Natural
- Imenso
- Genuíno
- Único
- Excelência
- Sustentabilidade

POSICIONAMENTO

- Qualidade de vida
- Tempo
- Recursos Naturais

fatores de sucesso

turismo
paisagem
clima
praias
natureza

pessoas
carácter
valores
hospitalidade

cultura
arquitetura
arquitetura monumental
arquitetura religiosa
etnografia



produtos
produto típicos
gastronomia
azeite
vinho
cortiça
rochas ornamentais

Infraestruturas
aeroporto
porto sines
alqueva

paisagem natural



ribeira do vascão - guadiana



milfontes

paisagem agrícola



campos do alentejo

paisagem urbana



Praça do Giraldo

património histórico



Sé Évora



Castelo de Beja

costa alentejana



milfontes



comporta



ilha do pessegueiro

oferta hoteleira





Herdade de Água D'Alte - Serra d'ossa

Tróia

gastronomia



Ensopado de borrego



Fígado de Porco de Coentrada



Doces Conventuais

oferta cultural





a guitarra campaniça, teatro de marionetas e dança contemporânea

parques naturais



Parque Natural do Sudoeste Alentejano e Costa Vicentina

excelência

a excelência em sectores como o azeite, o vinho e o turismo



Lagar Oliveira da Serra - Ferreira do Alentejo
arquitecto Ricardo Bak Gordon



Adega Mayor - Campo Maior
arquitecto Siza Vieira



Resort rural L`and Vineyards - Montemor-o-Novo
arquitecto Márcio Kogan

biodiversidade



marcas de países













marcas de cidades







marcas de regiões









marcas da região alentejo

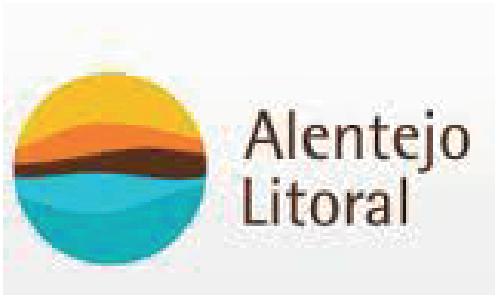






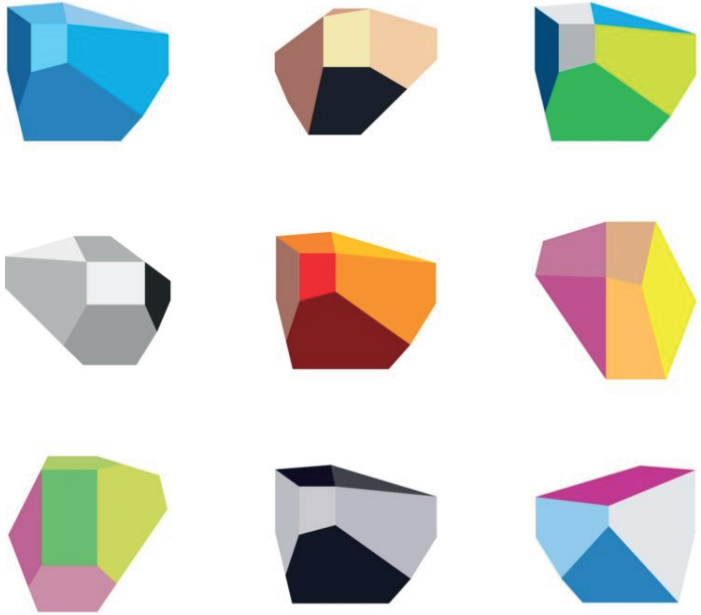






estudo de caso

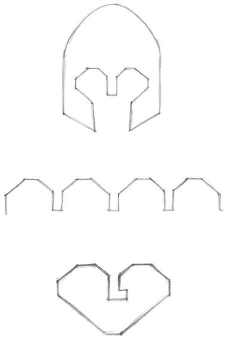
CASA DA MÚSICA
Stefan Sagmeister

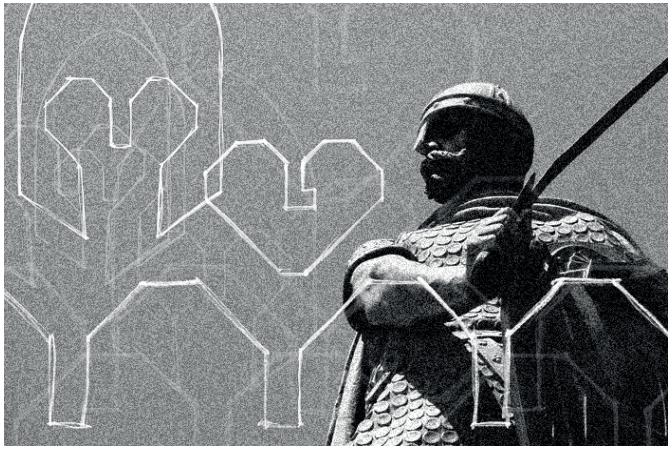




estudo de caso

Identidade Gráfica de Guimarães 2012
Capital Europeia da Cultura





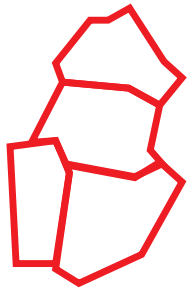


Proposta de identidade 1





Proposta de identidade 2



Alentejo
além da imaginação



Alentejo
além da imaginação



Alentejo
além da imaginação



Alentejo
além da imaginação



Alentejo
além da imaginação

Proposta de identidade 3



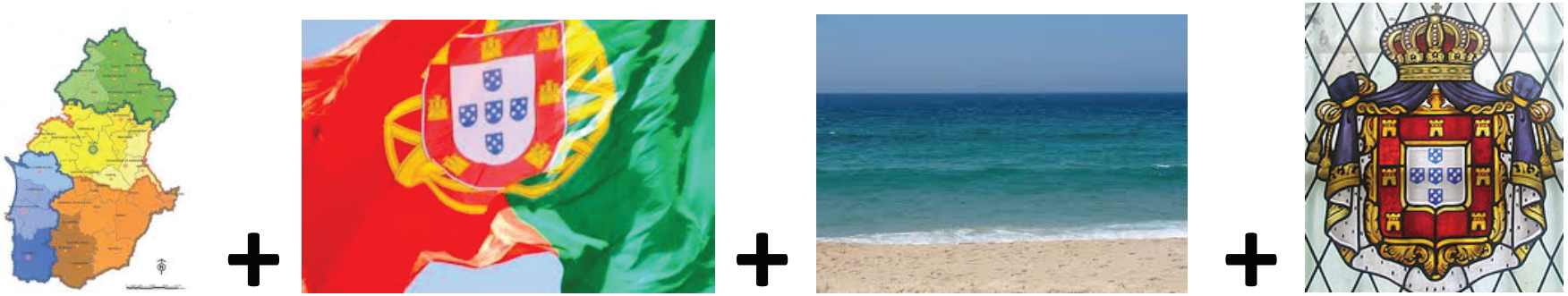






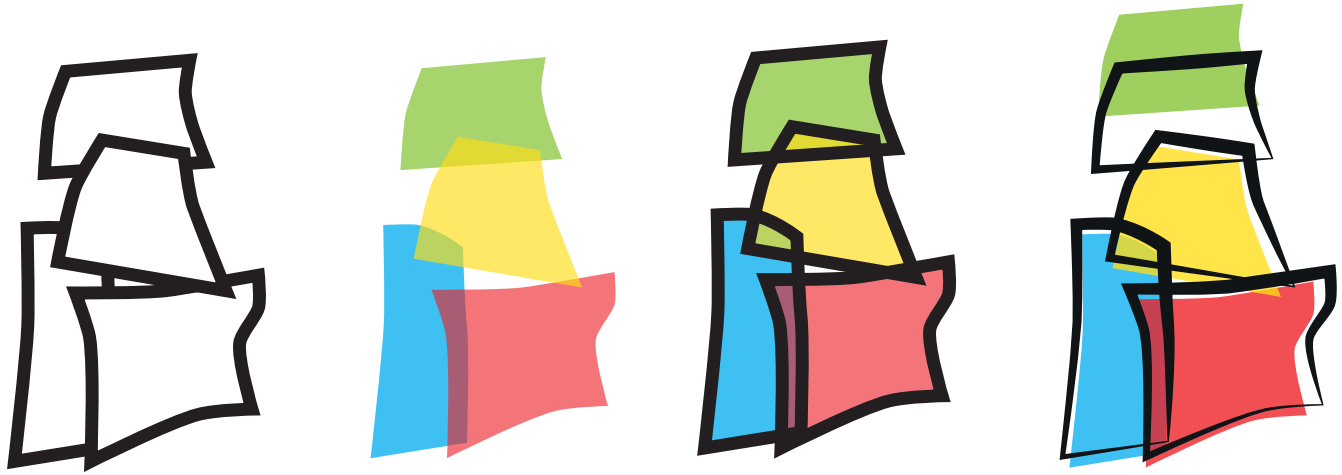


fonte de inspiração

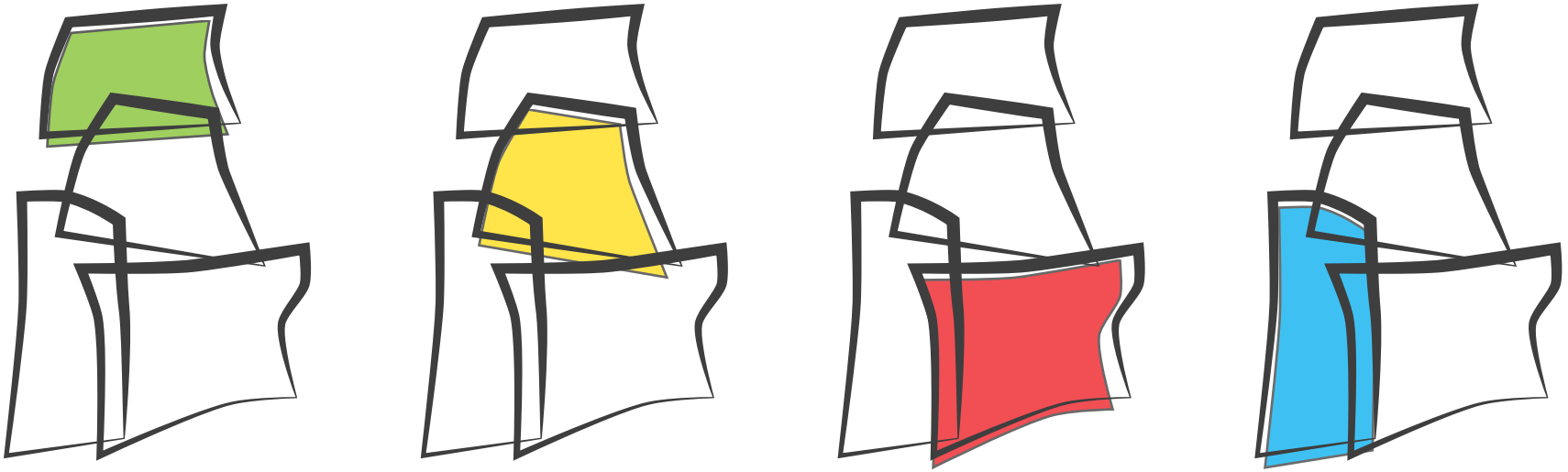


identidade





as subregiões . identidade dinâmica




Alentejo™
além da imaginação

símbolo . logótipo . slogan



identidade dinâmica

Alto Alentejo
Alentejo Central
Baixo Alentejo
Alentejo Litoral









identidade dinâmica









identidade dinâmica









identidade dinâmica

| ASSINATURA · PRINCIPAL



| ASSINATURAS · COMPLEMENTARES

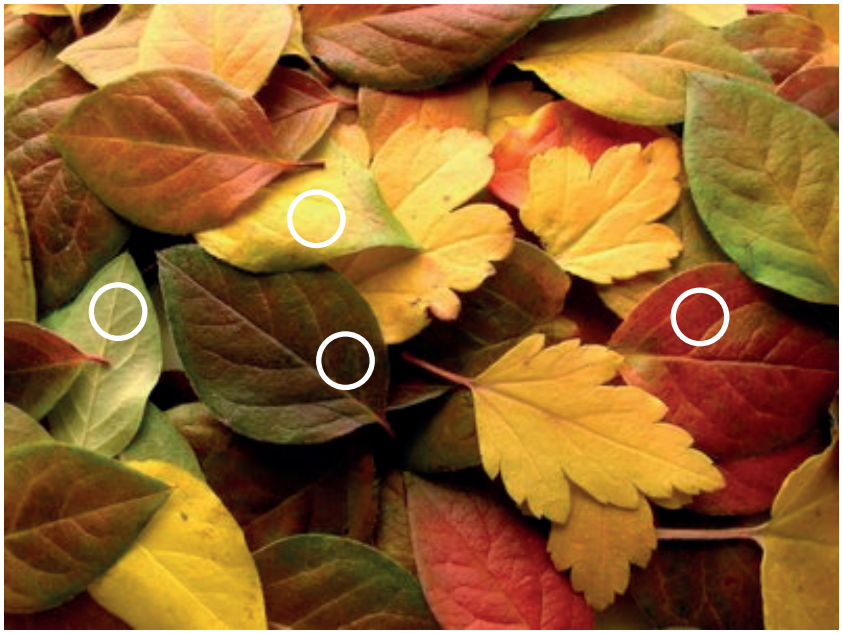






adaptabilidade da marca em contextos diversos

Alentejo™
além da imaginação



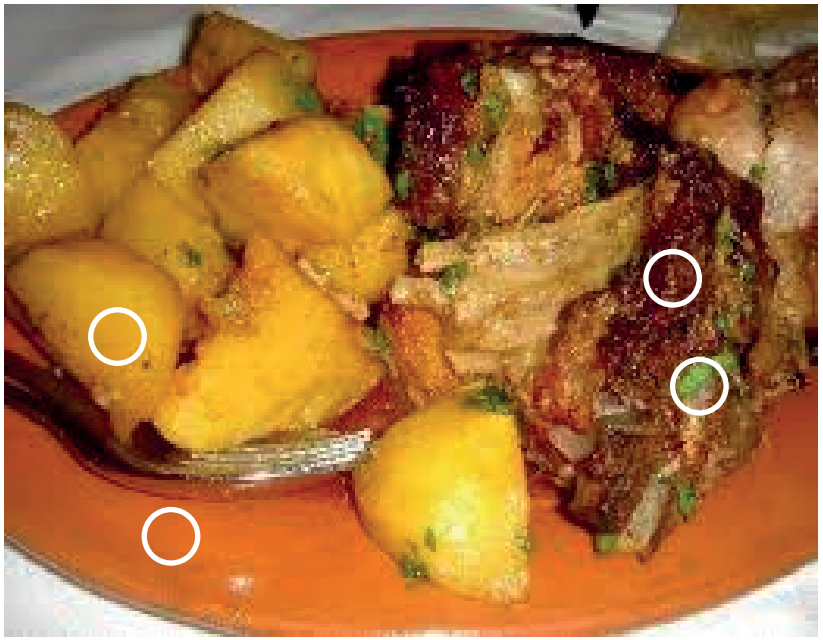
adaptabilidade da marca em contextos diversos

Alentejo™
além da imaginação



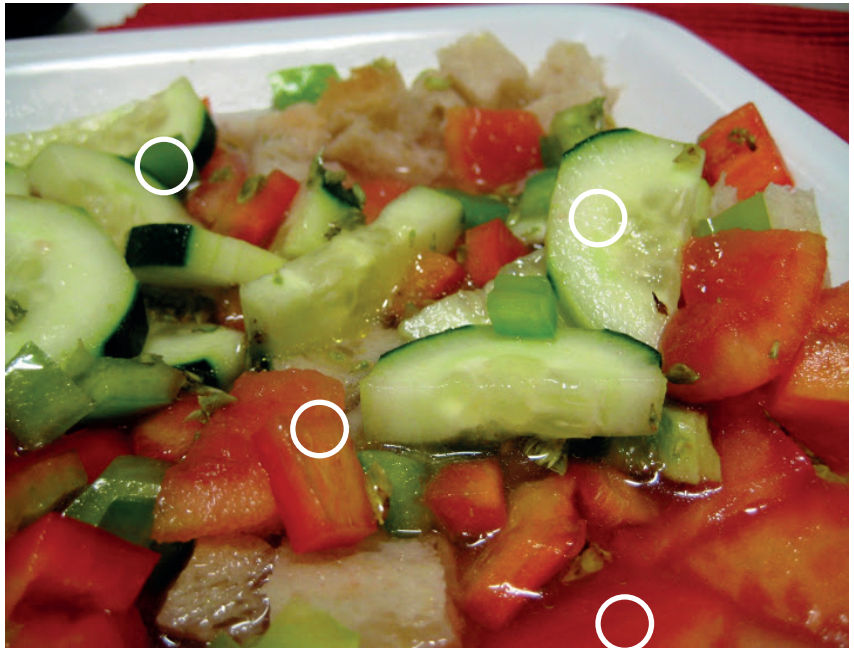
adaptabilidade da marca em contextos diversos

Alentejo
além da imaginação



adaptabilidade da marca em contextos diversos

Alentejo
além da imaginação



adaptabilidade da marca em contextos diversos

Alentejo
além da imaginação



adaptabilidade da marca em contextos diversos

Alentejo
além da imaginação



grelha de construção

| ASSINATURA PRINCIPAL



| ASSINATURA COMPLEMENTAR



Estas directrizes mostram a grelha usada para estabelecer a relação entre os elementos que compõem a marca.
Esta relação cuidadosamente estudada, representa a base do sistema de identidade, nunca devendo ser alterada na sua proporção

escala e legebilidade

DIMENSÃO
MÍNIMA
RECOMENDADA







tipografia

Over the Rainbow regular
ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyz
1234567890

Gotham htf Medium
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Helvetica Neue light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Myriad Pro regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

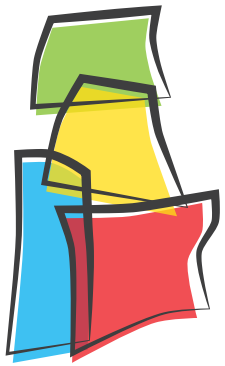
margem de segurança

Para garantir uma representação
correcta do logótipo deverá
manter-se um espaço suficiente
entre o mesmo e outros elementos
gráficos ou margens.
Esta regra representa as margens
mínimas aconselháveis.
Sempre que possível devem ser aumentadas.



For each of these questions, there might be very good reasc
either option, but most people have a clear idea which they
even when they don't know very much about either country
The reputation of a country has a direct and measurable imp
about every aspect of its engagement with other countries,
critical rol d cultural prog
Whether ere on holiday
product t ying for a job
moving to war-torn or far
region, or CDs made by
countries, places to make
decision-r er, a bit more
Just like commercial brands, some of the glamour of that na
brand also reflects back on us for choosing it. It makes you f
when you become the owner of something by Alessi or Guc
get a similar feeling when you go to the Amalfi coast for you
cook penne all'arrabbiata, take Italian lessons, listen to Pava

cores



O papel desempenhado pela cor
numa assinatura é fundamental.
Assim, as cores deverão ser reproduzidas
com a máxima fidelidade,
tentando encontrar em cada superfície
de reprodução a sua mais
fiel aproximação,
tendo como base as cores indicadas,
para cada tipo de utilização.
Nesta página estabelecem-se os padrões pelos
quais as cores se definem.



C - 49,95
M - 0
Y - 99,5
K - 0

R - 166
G - 203
B - 69



C - 4,57
M - 0
Y - 88.94
K - 0

R - 255
G - 222
B - 0



C - 0,16
M - 99,64
Y - 97,68
K - 0,2

R - 227
G - 6
B - 19



C - 75,08
M - 21,61
Y - 97,68
K - 0

R - 0
G - 159
B - 227

C - 0
M - 0
Y - 0
K - 90

R - 29
G - 29
B - 27

comportamento sobre fundos

















comportamento sobre fundos









preto&branco





comportamento sobre fundos





comportamento sobre fundos



comportamento sobre fundos



Largo do Castelo de Estremoz

comportamento sobre fundos



Foto Região turismo do Alentejo

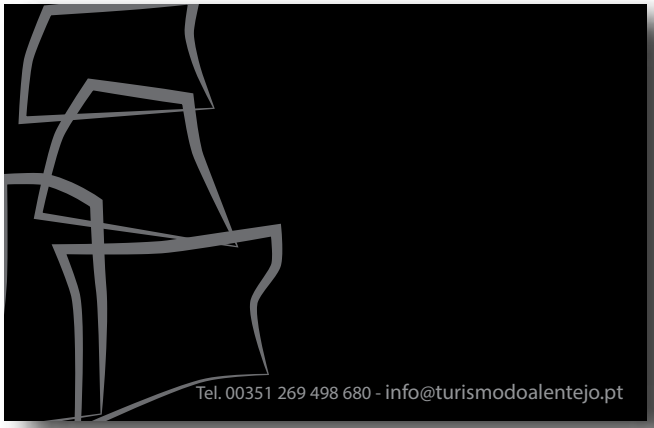
comportamento sobre fundos



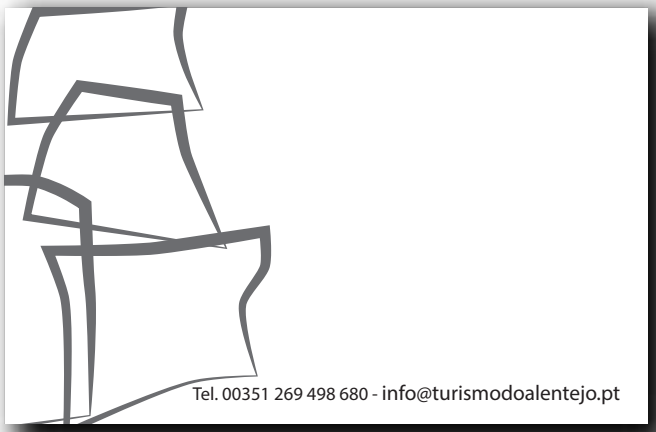
Ruínas de São Cucufate, Vidigueira

estacionário

cartões de visita

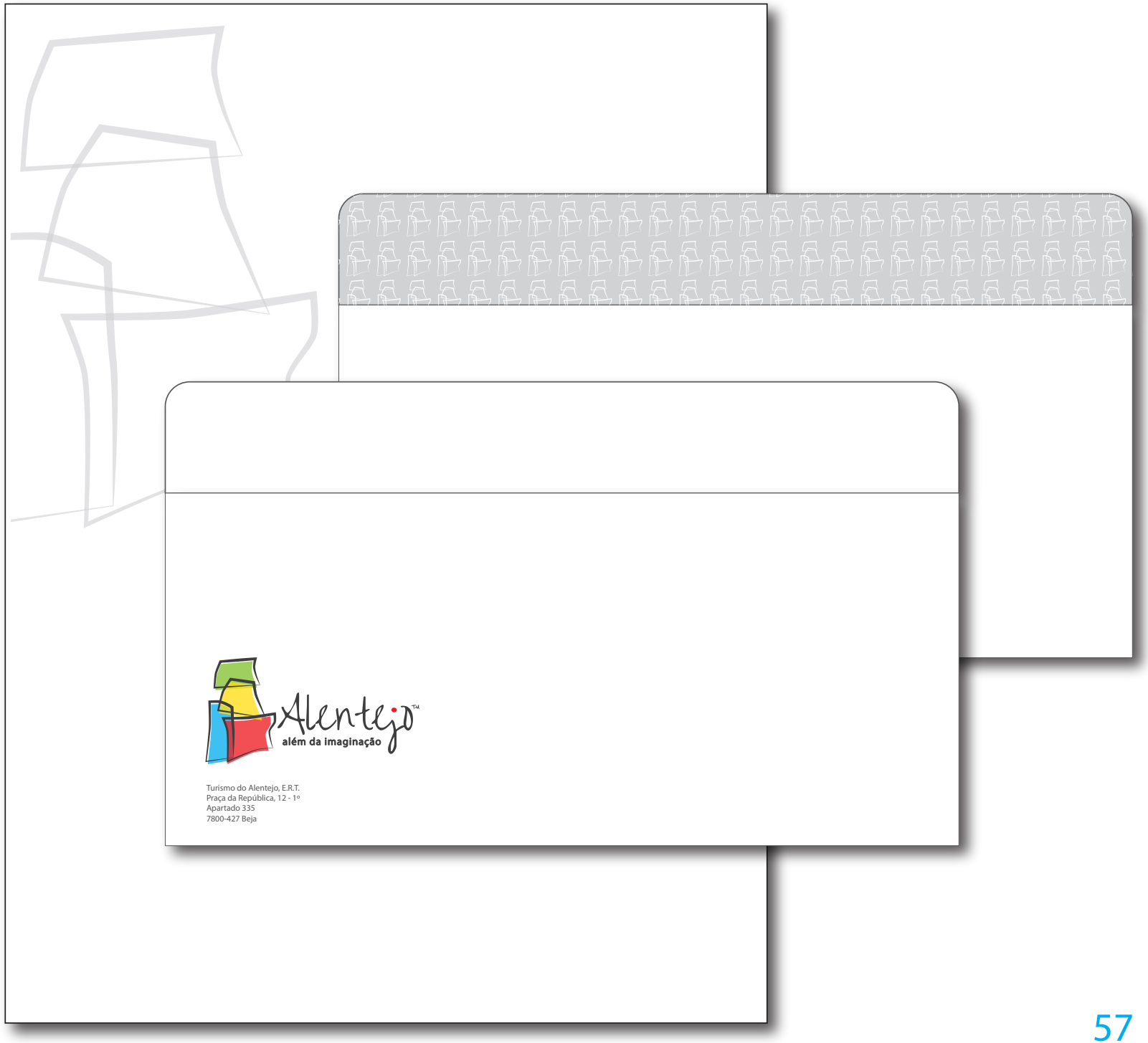






estacionário

papel de carta
envelope



estacionário

convite



Alentejo
além da imaginação

com os melhores cumprimentos

Turismo do Alentejo, E.R.T. . Praça da República, 12 - 1º . Apartado 335 . 7800-427 Beja .
Tel. 00351 269 498 680 - info@turismodoalentejo.pt

estacionário

capa para documentos
A4



estacionário

capa para documentos
A4



estacionário





estacionário



aplicações





aplicações



aplicações





aplicações


Alentejo
além da imaginação
BEM-VINDO
WELCOME
BIENVENUE
WILLKOMMEN

aplicações





aplicações



aplicações


Kangoo
Alentejo
além da imaginação


Alentejo
além da imaginação

aplicações



mupi

aplicações


Alentejo
além da imaginação
Alentejo
além da imaginação
PRÉMIOS
MAIS ALENTEJO
mais alentejo
2013

aplicações

