



PICKTRAVEL

ESTUDO DE SOLUÇÕES CRIATIVAS.
ESTUDO GRÁFICO, INTERFACES E INTERACÇÃO.
2011

A escolha da marca PICKTRAVEL surge tendo em conta dois aspectos: unanimidade na escolha do nome e os requisitos fundamentais defendidos por Neumeier. Seguindo estes aspectos surge um nome breve, de fácil pronúncia, único e distinto do que já existe. Procura-se associar a área de negócio em causa e à marca. A opção do nome em inglês preten-

de tornar a marca global e chegar a um público mais vasto.

Em suma, o nome PICKTRAVEL facilita o processo de identificação e torna visíveis os valores e intenções que a organização quer mostrar.

Para além do nome da marca, era importante elaborar um símbolo que possuísse características únicas

e próprias da área de negócio. Um globo “destacável”, transmite a ideia de autocolante geralmente usado nas malas dos viajantes e garantindo à partida a empatia desejada com a audiência.

Conclui-se o globo com os mesmos tons de cor em relação à letra V para encontrar uma harmonia colectiva tornando-o característico e diferente.

VERSÃO VERTICAL (PRINCIPAL)

SÍMBOLO



DESIGNAÇÃO

PICKTRAVEL

SLOGAN

Where to go? What was seen?

VERSÃO HORIZONTAL



PICKTRAVEL

VERSÃO MOBILE



Viajar, conhecer novos países e cidades é algo que é comum a muitas pessoas. O desejo de aventura aliado a novas experiências e conhecer novos amigos sempre foi atractivo especialmente nos jovens.

A marca PICKTRAVEL é sinónimo de produção de experiências que envolvam os turistas e potência a criatividade como elemento base das actividades turísticas. Remetendo para um conceito de partilha de

experiências, na PICKTRAVEL o fundamental é o conceito de pré-consumo turístico, ou seja, ser turista mesmo antes de o ser. Começar a viver o nosso destino mesmo antes de lá chegarmos.



ARGUMENTO DA MARCA

A marca PICKTRAVEL vem dar resposta à nova componente associada ao turismo e às viagens de lazer: as novas tecnologias. Estas alteraram transversalmente todas as áreas de negócio e o turismo não é a excepção.

Pretende-se fomentar e criar a oportunidade de

antes de viajar ficar a conhecer os melhores destinos. Não os promovidos pela agências de viagem mas aqueles que são sugeridos por outros utilizadores que vivenciaram e melhor conhecem os locais e costumes.

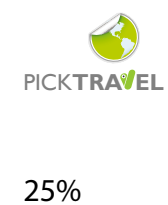
Associar as redes sociais, a partilha de informa-

ções e experiências promovendo a acção do turista, não só como consumidor mas também como elemento produtor de informação, é o objectivo central da marca PICKTRAVEL.

ÁREA PROTECÇÃO



ESCALAS



Procurando cores que dessem significado ao logótipo e que transmitessem o que se pretende comunicar, optou-se pela simplificação cromática.

A base da constituição da cor prendeu-se inicialmente com a relação necessária com um projecto parale-

lo ao qual a marca PICKTRAVEL necessariamente iria ficar associada.

O verde com os mesmos dados de pantone foi adoptado bem como o grafismo da letra V. Nesse sentido e com o objectivo de diferenciação, o globo assume a

mesma cor com um ligeiro gradiente.

Acréscenta-se a tonalidade cinza da tipografia para o equilíbrio visual necessário à imagem final do logótipo não esquecendo o apontamento de preto no pequeno ponto do V.



PANTONE:382
C:45 M:0 Y:100 K:0
R:153 G:204 B:51
HEX: #99CC33



PANTONE:30
C:100 M:100 Y:10 K:100
R:0 G:0 B:0
HEX: #000000



PANTONE:444
C:55 M:45 Y:42 K:7
R:153 G:153 B:153
HEX: #999999



PANTONE:WHITE
C:0 M:0 Y:0 K:0
R:255 G:255 B:255
HEX: #FFFFFF

MONOCROMÁTICO (escalas cinza)



PICKTRAVEL



Ab

Gill Sans MT Regular
123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Ab

Gill Sans MT Bold
123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Ab

Gill Sans MT Italic
123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Ab

Gill Sans MT Bold Italic
123456789
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz



Gill Sans MT Bold
12 px
#FFFFFF

HOVER
Gill Sans MT Bold
12 px
#99CC33

Gill Sans MT Bold
18 px
#FFFFFF

Gill Sans MT
12 px
#99CC33

HOVER
Gill Sans MT Bold _ underline
2 px
#99CC33

Gill Sans MT Bold
18 px
#FFFFFF



A fonte Gill Sans MT garante ao logótipo uma leitura facilitada e directa da designação da marca. O facto de ser uma fonte moderna de fácil legibilidade e sem serifas foram factores determinantes na sua selecção. Acrescentado ao facto de se

pretender destaque à palavra “travel” através do estilo de letra a Bold.

Mesmo em dimensões mínimas a fonte Gill Sans MT cumpre o fim a que se destina: transmite confiança e ainda vem agregar valor ao logótipo.

Esta tipografia será usada tanto na representação do logótipo como em toda a comunicação usada pela marca.

