



PRESENTACIÓ DE LA MARCA

Oscar Ibañez Lafuente

Estratègies de creació de marca i de campanya
Publicitat i Relacions Públiques





ÍNDEX

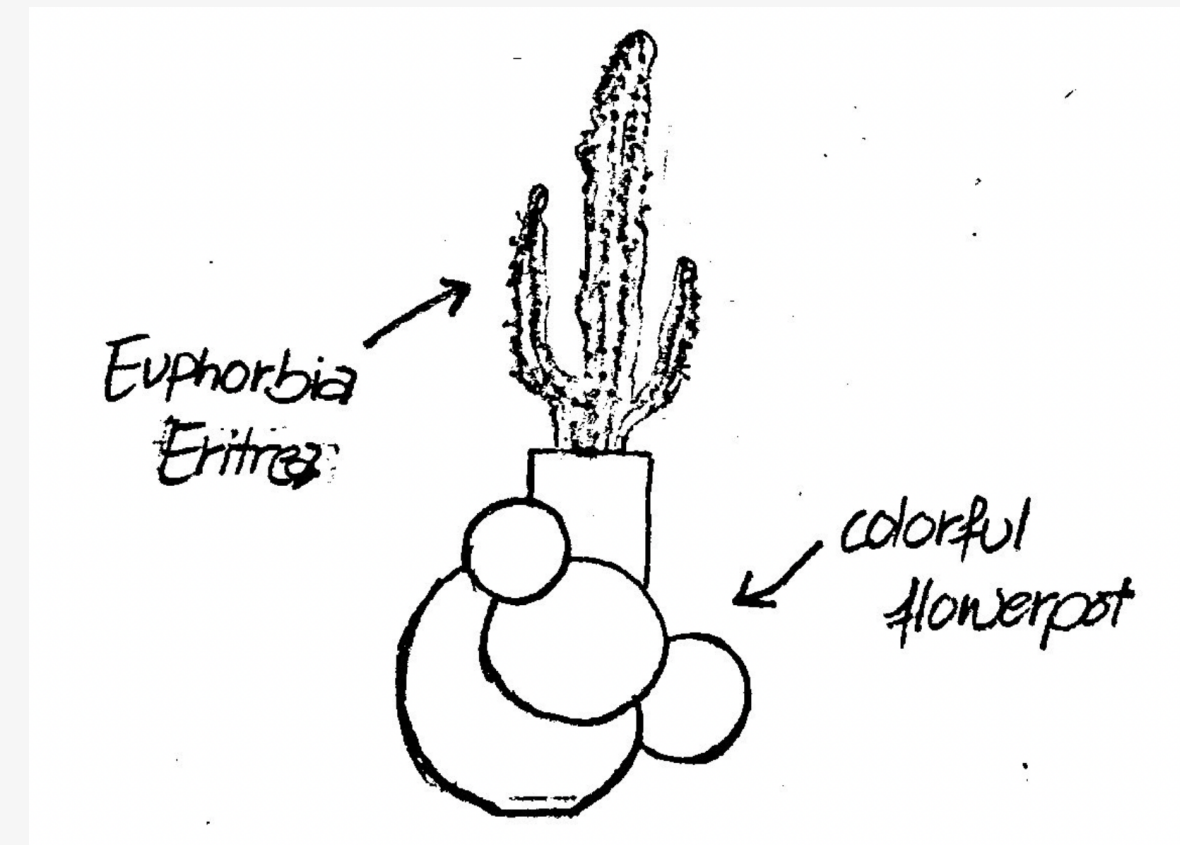
1. Concepte creatiu
2. Naming
3. Claim
4. Logotip
5. Color
6. Tipografia
7. Packaging
8. Punt de venda

1

CONCEPTE CREATIU



El concepte creatiu de la marca parteix d'un **cactus** que està plantat en un **curiós i original test**, i fa referència al producte principal de la marca.



2

NAMING



Anomenada ‘jut’ i seguida de ‘cactus’ sorgeix **JUT CACTUS**.

Es pronuncia /dʒʌt/.

JUT

És una paraula anglesa que es tradueix com ‘sobresortir’ i la seva definició és:

verb. extend out, over, or beyond the main body or line of something.

noun. a point that sticks out.

Representa el fet que els clients poden **personalitzar els textos** així com que **no existeixen dos cactus iguals**, ja que tot i ser de la mateixa espècie sempre mostren trets físics diferents. D’aquesta manera, JUT reflexa que cada producte sobresurt per sobre d’un altre i és únic.

CACTUS

La paraula principal del naming, JUT, es recolza amb ‘CACTUS’ per tal que s’identifiqui que es tracta d’una **marca relacionada amb aquest tipus de planta**.

3

CLAIM



Designing *your* balance

L'idioma del claim és l'**anglès**, ja que estèticament s'adequa més al *branding* visual de JUT. Està escrit en segona persona del singular fent referència a que els clients dissenyen el seu propi balanç o equilibri.

No obstant això, l'idioma de la marca serà el **castellà** perquè el target es troba a Espanya.

La paraula *designing* fa referència al fet que els clients poden personalitzar i dissenyar els tests en què es troben els cactus que adquireixin.

Els cactus atrauen totes les energies, tant positives com negatives i creen un equilibri d'energies i a l'espai en el qual es col·loca.

Així doncs, pels clients, dissenyar el test es tradueix com a dissenyar el teu equilibri a l'espai que desitgis col·locar el cactus de JUT.

4

LOGOTIP



Es tracta d'un **isologo** que unifica un element gràfic -línia vertical- amb text i que no poden funcionar per separat.

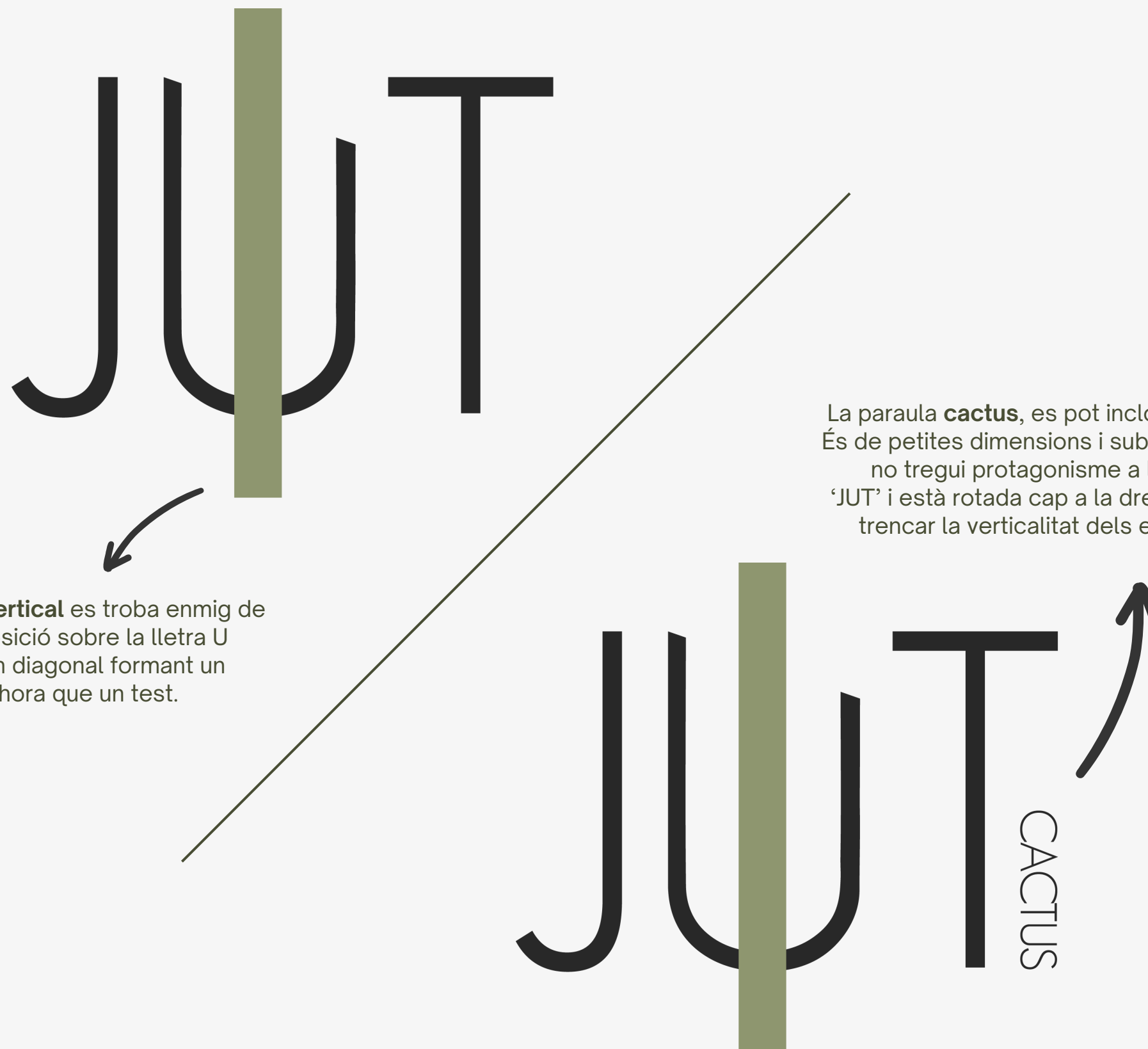
La tipografia utilitzada és sense serif, anomenada **GeosansLight** en estil Regular. Es caracteritza per ser moderna i transmetre una personalitat de marca forta.

S'han emprat dos colors corporatius de la marca, una tonalitat clara de verd i una tonalitat fosca de verd.

- El **gris fosc** usat en el text perquè transmeti força.
- El **verd clar** usat en la línia gruixuda perquè destaquí i aportí dinamisme a la composició.

La **línia vertical** es troba enmig de la composició sobre la lletra U tallada en diagonal formant un cactus alhora que un test.

La paraula **cactus**, es pot incloure o no. És de petites dimensions i subtil perquè no tregui protagonisme a la paraula 'JUT' i està rotada cap a la dreta per no trencar la verticalitat dels elements.



5

COLOR

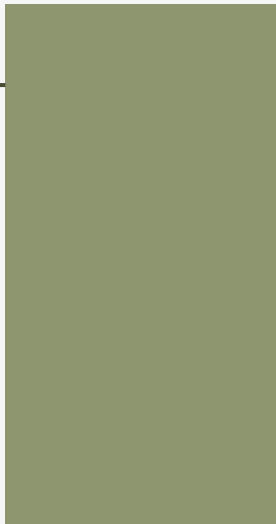
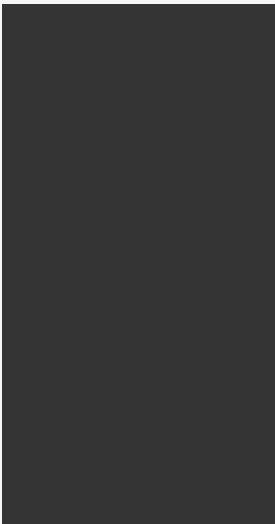


La paleta de colors corporatius de la marca està constituïda per dos colors principals: **marró** i **verd**, a partir dels quals s’han extret tres tonalitats de cadascun obtenint així sis colors corporatius.

/ VERD

Representa el color del cactus, es relaciona directament amb la natura i transmet el sentiment de producte produït de manera ètica i sostenible.

- Tonalitats: oliva, alga i pi

		
#8E966F	#484D34	#343434
		
R: 142 G: 150 B: 111	R: 72 G: 77 B: 52	R: 52 G: 52 B: 52
C: 48% M: 29% Y: 60% K: 11%	C: 64% M: 48% Y: 75% K: 50%	C: 69% M: 59% Y: 56% K: 65%

#B88D70	#CDB79E	#F0E5D7			
R: 185 G: 141 B: 112	C: 23% M: 43% Y: 53% K: 13%	R: 205 G: 183 B: 158	C: 20% M: 26% Y: 38% K: 5%	R: 241 G: 229 B: 215	C: 6% M: 10% Y: 17% K: 0%

/ MARRÓ

Representa la terra des de la qual creix la planta, es relaciona amb el fet que el producte està produït de manera 100% artesanal i transmet la simplicitat que caracteritza JUT.

- Tonalitats: tawny, tortilla i beig

6

TIPOGRAFIA



Geosans Light

Geosans Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Geosans Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Tipografia principal

La primera tipografia és sense serif i només s'utilitzarà per l'**isologo** i per títols. Es caracteritza per ser **moderna** i transmetre una **forta personalitat de marca**.

Open Sauce

Open Sauce Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Open Sauce Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Open Sauce SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Tipografia secundària

La segona tipografia **sense serif** s'utilitzarà tant per títols com pel cos de text. La més utilitzada serà la regular mentre que la light i semibold s'utilitzaran per destacar elements. Transmet **modernitat** i és **versàtil** perquè s'adapta correctament a qualsevol context.

Hatton

Hatton

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Hatton Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Tipografia terciària

L'última tipografia és amb **serif** i s'utilitzarà de manera excepcional per donar-li **personalitat** i **elegància** a títols i a cos de text curts.

7

PACKAGING



Es tracta d'una caixa vertical, la qual canviaria de mida en funció de la mida del producte, però els colors i els elements gràfics i tipogràfics serien els mateixos.

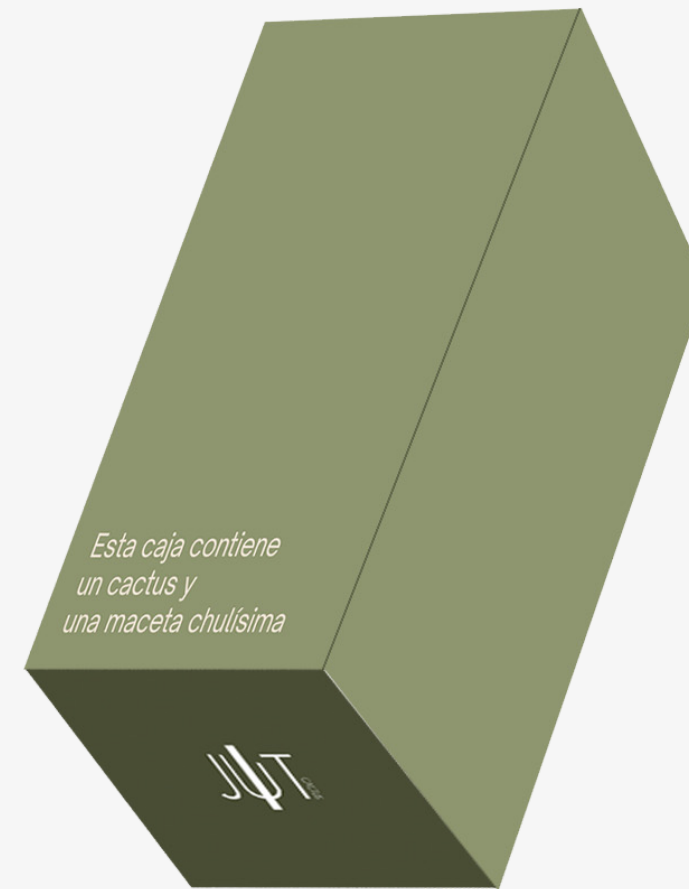
/ COLOR

S'han escollit les dues tonalitats de verd dels colors corporatius per representar que el producte es tracta d'una planta.

/ TEXT

Per la part davantera es troba el següent text "Esta caja contiene un cactus y una maceta chulísima", atribuint-li l'adjectiu "chulísima" al test, fa que prengui protagonisme i es fa referència al fet que tots els tests que s'han personalitzat són bonics.

Per la part del darrere, es pot llegir un call to action, el qual diu "descubre la vitalidad que le puedes aportar a tus espacios en" i seguidament un QR enllaç a la pàgina web de la marca. La paraula vitalidad fa referència a que comprar una planta - cactus- és sinònim de brindar vida a un espai.



FRONT



BACK

8

PUNT DE VENDA





Els productes de JUT només es venen de manera online, però si s'inaugurés un punt de venda física lluiria així.

- Botiga ubicada en un barri antic d'una ciutat - estètica antiga.
- Logotip en grans dimensions per identificar bé la marca.
- Exposició de cactus a l'exterior.
- Un dels colors corporatius com a principal que cobreixi tota la façana.
- Cristallera perquè s'observi l'interior de l'establiment.
- El claim o eslògan de JUT en format vinil enganxat a la cristallera.



PRESENTACIÓ DE LA MARCA

JUT