

Via Crucis da Marca

Marili Ribeiro

MARCA	EQUITIES VISUAIS	CORES
		
		
		
		
		
		

Para sua nova assinatura comercial, a Topper escolheu um tom de verde água que até se assemelha à cor das embalagens-ícone da joalheria Tiffany. Quer com ele se destacar em meio a tanta oferta na prateleira de artigos esportivos. Azul, vermelho e laranja são as cores mais associadas ao esporte. Ousar mudar o padrão pode parecer tarefa fácil, mas não é. A concorrência é acirrada e há modelos de excelência comprovada nesse ramo: ou alguém tem dúvida da eficiência da logomarca da Nike? A Topper quer ser global e está investindo nisso. Começou com o desafio de mexer radicalmente na marca, que foi desenvolvida pelo escritório Ana Couto Branding & Design. Um comitê de quinze pessoas discutiu por três meses múltiplos detalhes e fez inúmeros estudos e comparações, como as da planilha acima, antes de chegar ao consenso que levou ao verde água.

RIBEIRO, Marili. Via Crucis da Marca. **Estado Blogs**. Disponível em: <<http://blog.estadao.com.br/blog>>. Acesso em: 15 maio 2009.