



# Sobre o projeto

## A EMPRESA

Favilla é um clínica de saúde integrativa que será inaugurada na cidade de Búzios. Como o próprio nome sugere é uma clínica que cuida da saúde de maneira integrativa.

A terapia integrativa corresponde a um conjunto de terapias/tratamentos que trazem equilíbrio entre corpo e mente, vendo o ser humano como um ser inteiro, em sua integralidade. Essa visão integral é conhecida como visão holística, que deriva do grego “holos”, que significa completo, inteiro.



# Sobre o projeto

## O DESAFIO

Nosso desafio é criar uma marca que remeta ao conceito de natural chic e natural luxo. Apresentando sua experiência integrativa, mas por uma perspectiva de clínica de alto padrão, de vanguarda, que oferece serviços com equipamentos sofisticados.

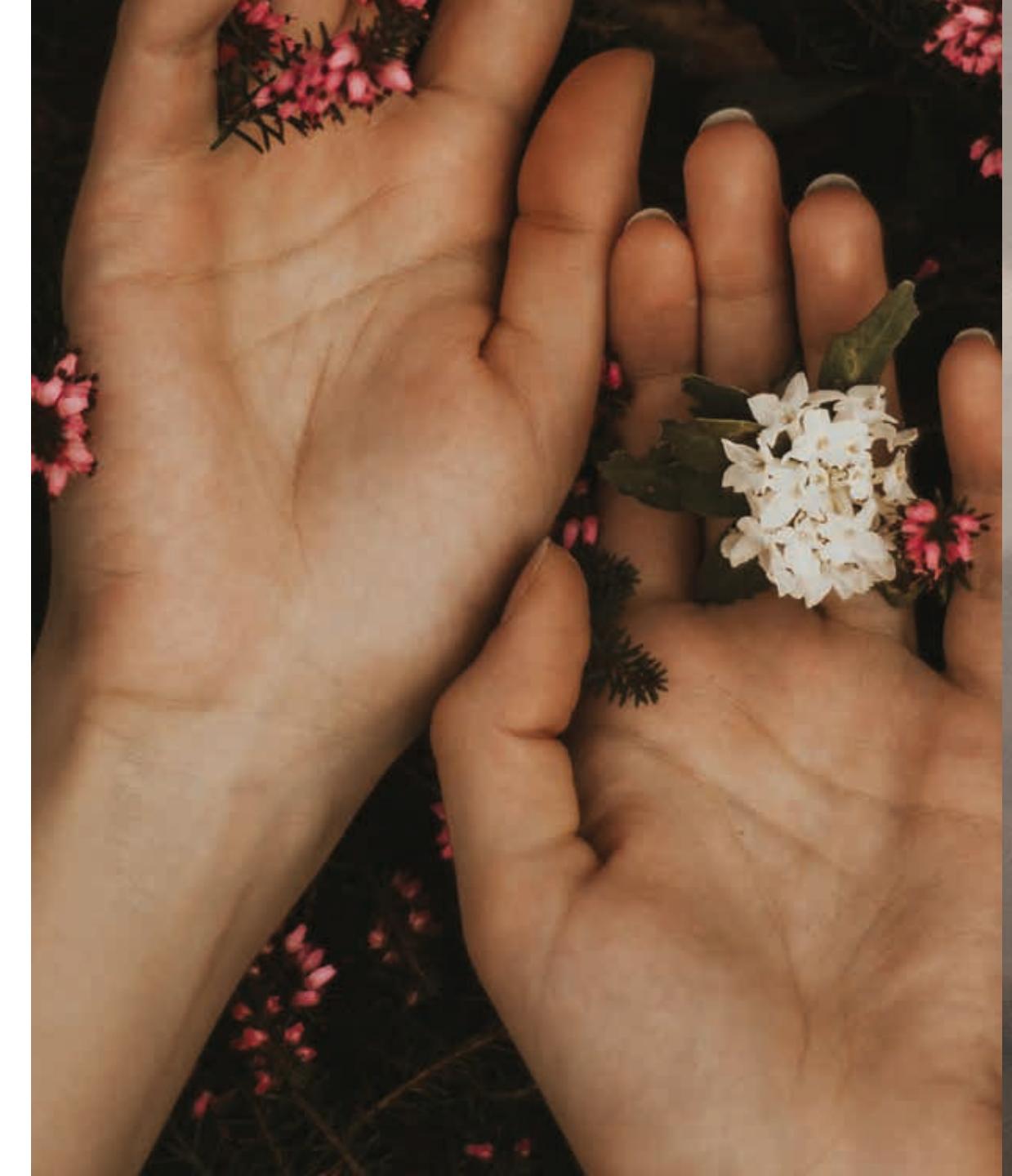
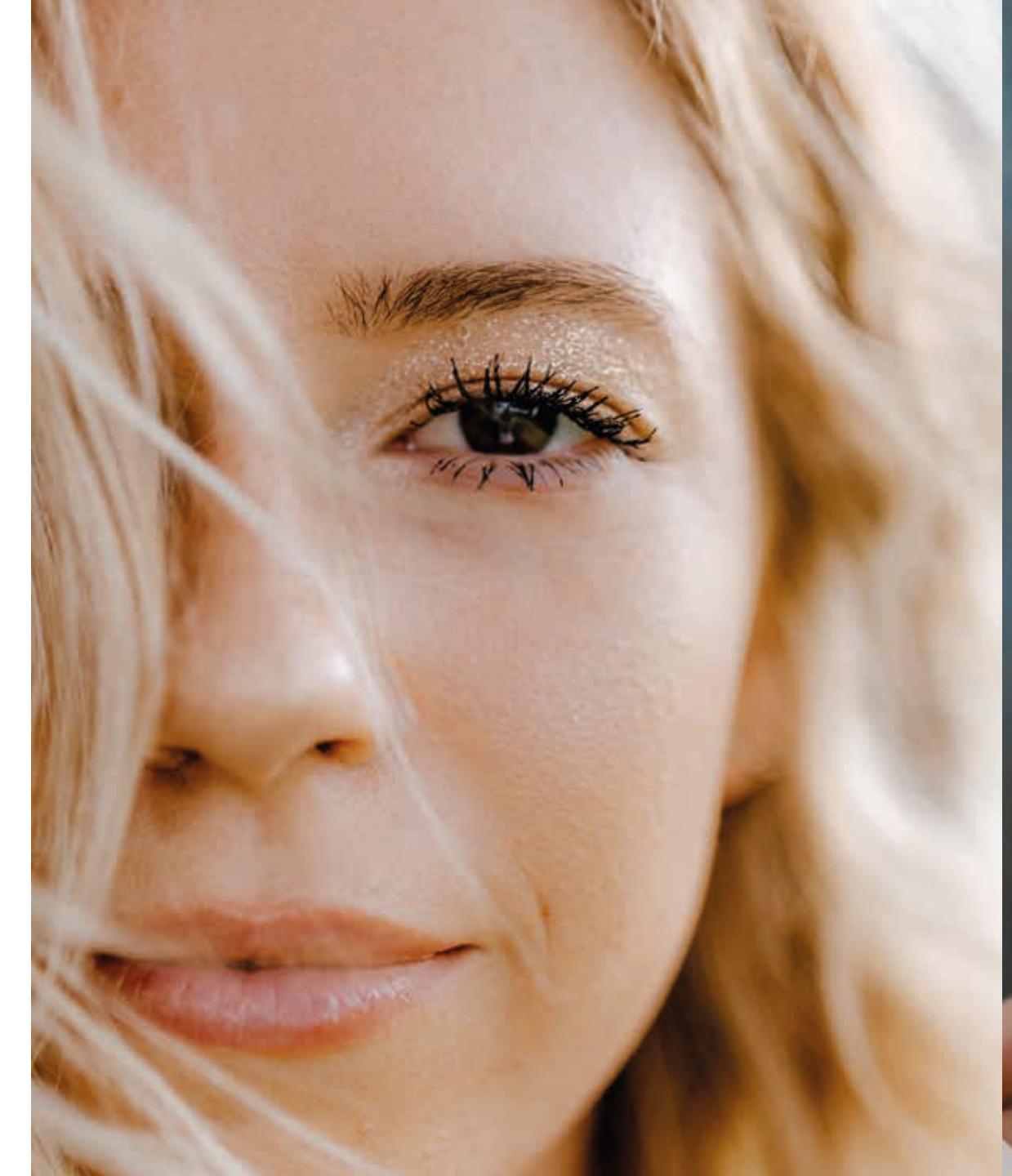
## PERFIL DO PÚBLICO

**Classe:** A

**Gênero:** Feminino

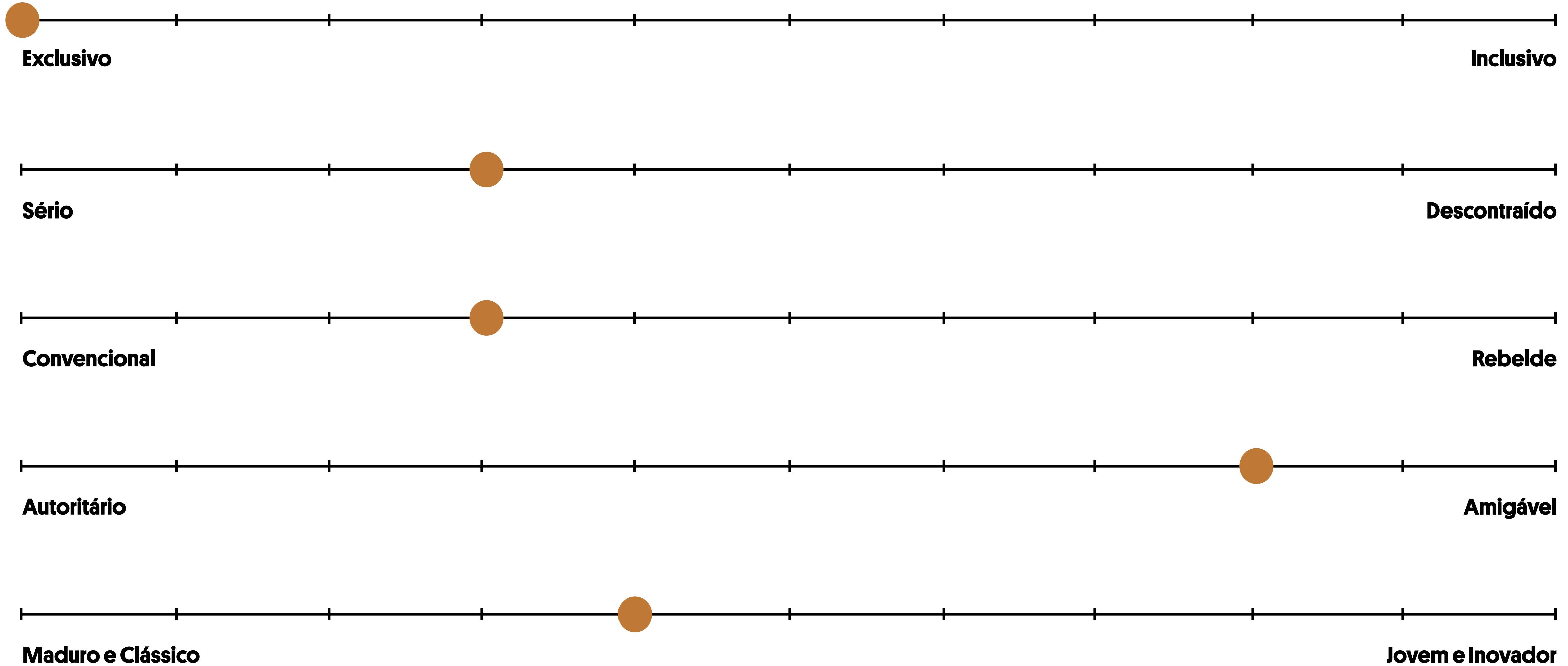
**Idade:** Entre 40 e 60

**Região:** Búzios, Rio de Janeiro



## Equalizadores de Personalidade

Atributos que guiaram o tom de voz da comunicação e a identidade visual da marca:



# Atributos da Marca

## Cultura

Saudável  
Amigável  
Autêntica  
Dinâmica  
Acolhedora

## Consumidor

Ocupado  
Consciente  
Familiar  
Criterioso  
Ambicioso

## Voz

Espirituoso  
Inteligente  
Simpático  
Brilhante  
Arrojado

## Sentimento

Saudável  
Confiável  
Próximo  
Energético  
Caloroso

# Arquétipos

## **Amante**

Nosso público busca excelência, inclusive na questão estética/arquitetônica. Temos um produto que carrega no seu DNA: exclusividade, com tratamento e protocolos únicos. Queremos estar posicionados num conceito de lugar sofisticado que oferece serviços que não são tão comuns.

## **Mago**

Queremos ser vistos como um lugar que exala poder transformador. Um ambiente que funcione como uma espécie de portal mágico, onde do lado de fora ficam o stress, as ansiedades, os momentos ruins e cansaços das nossas clientes.

## **Cuidador**

Aqui exercitamos nosso olhar de empatia e acolhimento. Queremos transmitir a sensação de um lugar que oferece um bom atendimento e tratamento, onde a saúde está em primeiro lugar.

# Tom de voz

## Convidativo

Criar vontade de pertencer é o caminho para que consiga trazer as pessoas para o seu propósito, valorize aquilo que há de melhor e torne-se desejável.

## Apaixonado

Encantar para conquistar. A atmosfera criada é cativante e consegue inebriar, pode assim se relacionar de maneira pessoal e incitar o desejo.

## Amável

Gentil e próxima, permite que a atenção seja cativada devido ao vínculo que consegue criar com quem se depara. Entender as necessidades torna a fala mais sensível.

# Manifesto

*Sabe porque o futuro é integrativo?*

*Porque todo ser humano é único. E se todo mundo tem a sua própria identidade, vamos combinar: não dá mais pra gente conviver com nada que seja padronizado.*

*E quando o assunto é o seu bem estar, esse cuidado tem que ir além.*

*É preciso ver você por inteiro, com um olhar mais humano, personalizado e integral.*

*Porque afinal, tudo que a gente quer é um lugar que cuide bem da gente.*

*Onde tratamento, da recepção à consulta, signifique bom atendimento e saúde seja sinônimo de abordagens únicas e protocolos exclusivos pra você.*

# Tipografia

Logo/Títulos

## Dahlia Regular

A fonte Dahlia (VJ-Type), nasceu de uma ideia cheia de elegância, pôsteres de lagos italianos de 1910 e sentimento Art Nouveau. Com a inspiração na natureza da Art Nouveau, traduz uma sensação de equilíbrio perfeito entre sofisticação e delicadeza.

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y Z

Texto de suporte

## Dual 300

DUAL é uma fonte sem serifa de corpo largo com um lado experimental. Suas linhas retas e ângulos de 90 graus lhe conferem um aspecto muito geométrico sem prejudicar sua legibilidade.

A B C D E F G H I J K L  
M N O P Q R S T U V W X Y Z

# Conceito

## ESCOLHA DAS CORES

A paleta de cores será composta por tons suaves e serenos, como tons pastéis que integram o natural sofisticado, o acolhimento, a cura e o poder de transformação.

Essas cores transmitem uma sensação de tranquilidade, equilíbrio e vitalidade, enfatizando a abordagem da clínica.



**LARANJA  
ENERGIA**

#F25C21  
R 242 G 92 B 33  
C 0% M 59% Y 82% K 5%

**ROSA  
LUZ**

#F2D9C2  
R 242 G 217 B 194  
C 0% M 10% Y 19% K 5%

**AZUL  
CURA**

#ADBACF  
R 173 G 186 B 207  
C 13% M 8% Y 0% K 19%

**MARROM  
TERROSO**

**VERDE  
NATURAL**

#96945C  
R 150 G 148 B 92  
C 0% M 1% Y 23% K 41%

#2B211F  
R 43 G 33 B 31  
C 0% M 4% Y 5% K 83%

# Conceito logotipo

## Art Nouveau nos dias atuais

O conceito “Art Nouveau Renovado” busca incorporar a estética elegante, orgânica e fluida da Art Nouveau ao design contemporâneo, refletindo a abordagem integrativa da clínica.

A Art Nouveau, um movimento artístico popular no final do século XIX e início do século XX, é caracterizada por linhas sinuosas, formas inspiradas na natureza e uma atenção meticulosa aos detalhes.

A escolha de uma tipografia para o logotipo com essa estética reflete toda a essência da marca.



# Conceito padronagem

## A inspiração em Burle Marx e Henri Matisse na construção estética

Os elementos da marca serão influenciados pelas obras de Matisse, conhecido por suas formas orgânicas e recortadas.

Suas ilustrações, como folhas e flores estilizadas e formas geométricas abstratas serão usados para criar composições dinâmicas e expressivas.

Os padrões também serão uma parte importante do branding, inspirados nos desenhos abstratos e repetitivos encontrados nas obras de Burle Marx, trazendo um toque tropical e exuberante para a identidade visual.



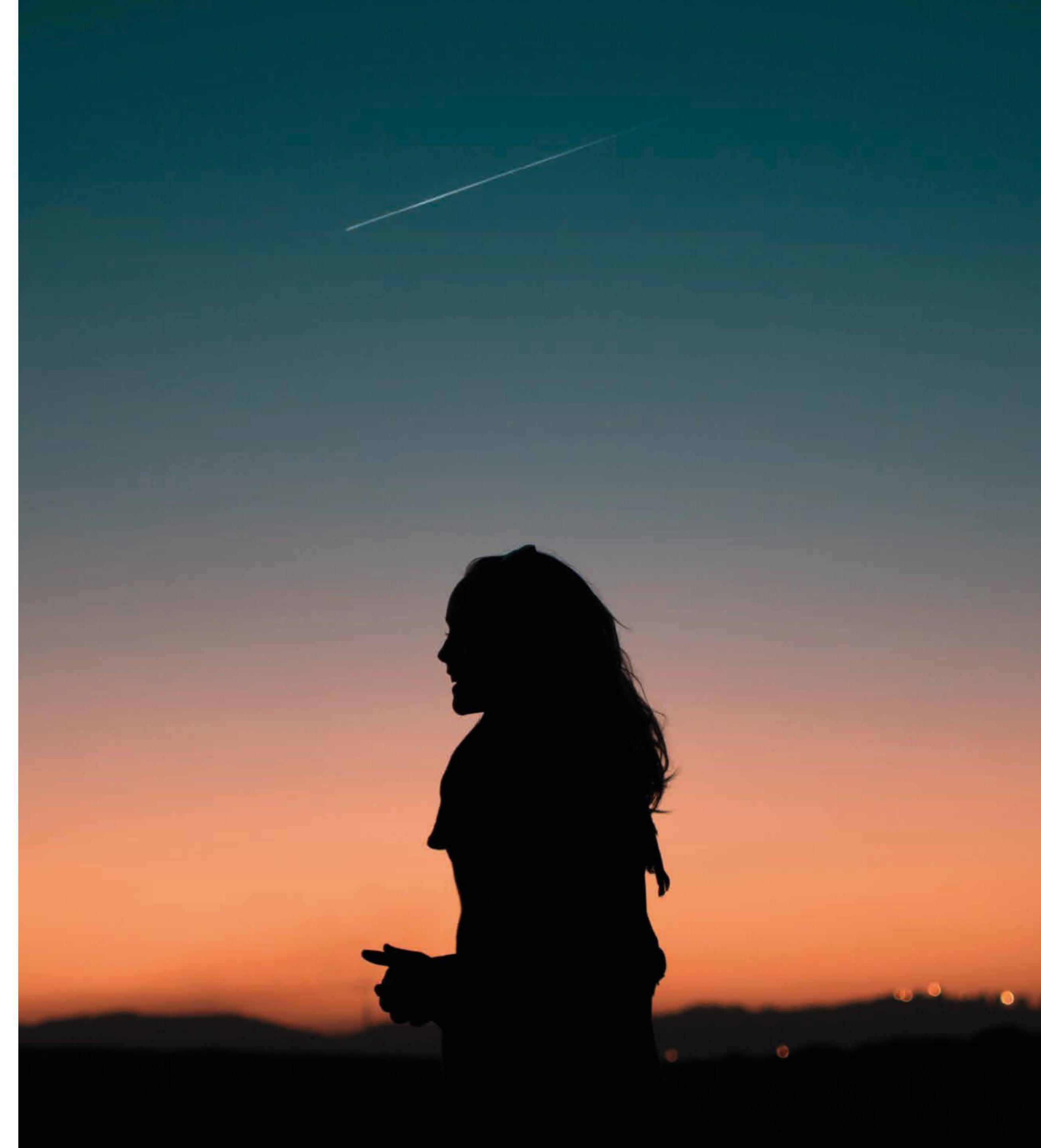
# Conceito símbolo

## Favilla como portal de autocuidado

Favilla é muito mais que uma clínica, é um verdadeiro portal para uma jornada exclusiva e personalizada para o autocuidado. Suas pacientes procuram um lugar acolhedor, que possam entrar pela porta para se encontrar e, ao sair de lá, voltarem para casa renovadas.

Encontramos na estrela, uma representação em detalhe, mas de significado imenso. Afinal, a estrela é um astro de luz própria. E porque não, ser o caminho para que elas encontrem suas próprias luzes?

Para toda mulher, a idade entre 40-65 anos, é uma transformação. Aprender a lidar com quase um novo corpo, um novo organismo, um novo funcionamento. Para elas, Favilla está lá sempre pronta para ajudar, cuidar, curar e acolher, nesse momento tão importante.



# Conceito de marca

## A força do nome como uma marca

Um começo, uma marca, o lançamento de um espaço que vai mostrar para o mundo a força, o poder e a importância de um tratamento integrativo: Favilla.

O nome em si, já possui uma força e sonoridade que transita entre o elegante, o leve, o feminino. Tantos significados que vão ser transmitidos, mas resumidos em um nome.

Favilla é multi, é plural, é tudo que integra em uma só palavra. Esta que precisa ter seu destaque para marcar a todos. Por isso, buscamos desenvolver uma identidade visual focada em seu naming, para que pudesse manter o foco e destaque merecido em quem vai abrir caminhos e jornadas para muitas mulheres.



Favilla

Favilla

Favilla

Favilla

Favilla



Favilla  
IDV





Saúde como  
tem que ser:  
Integrativa

Favilla



O futuro é  
integrativo.



Favilla

LURE

Favilla

Saúde como  
tem que ser.

[Favilla.com.br](http://Favilla.com.br)

Búzios-RJ







De todas as  
especialidades  
de uma clínica,  
a maior delas  
precisa ser  
você.



Favilla

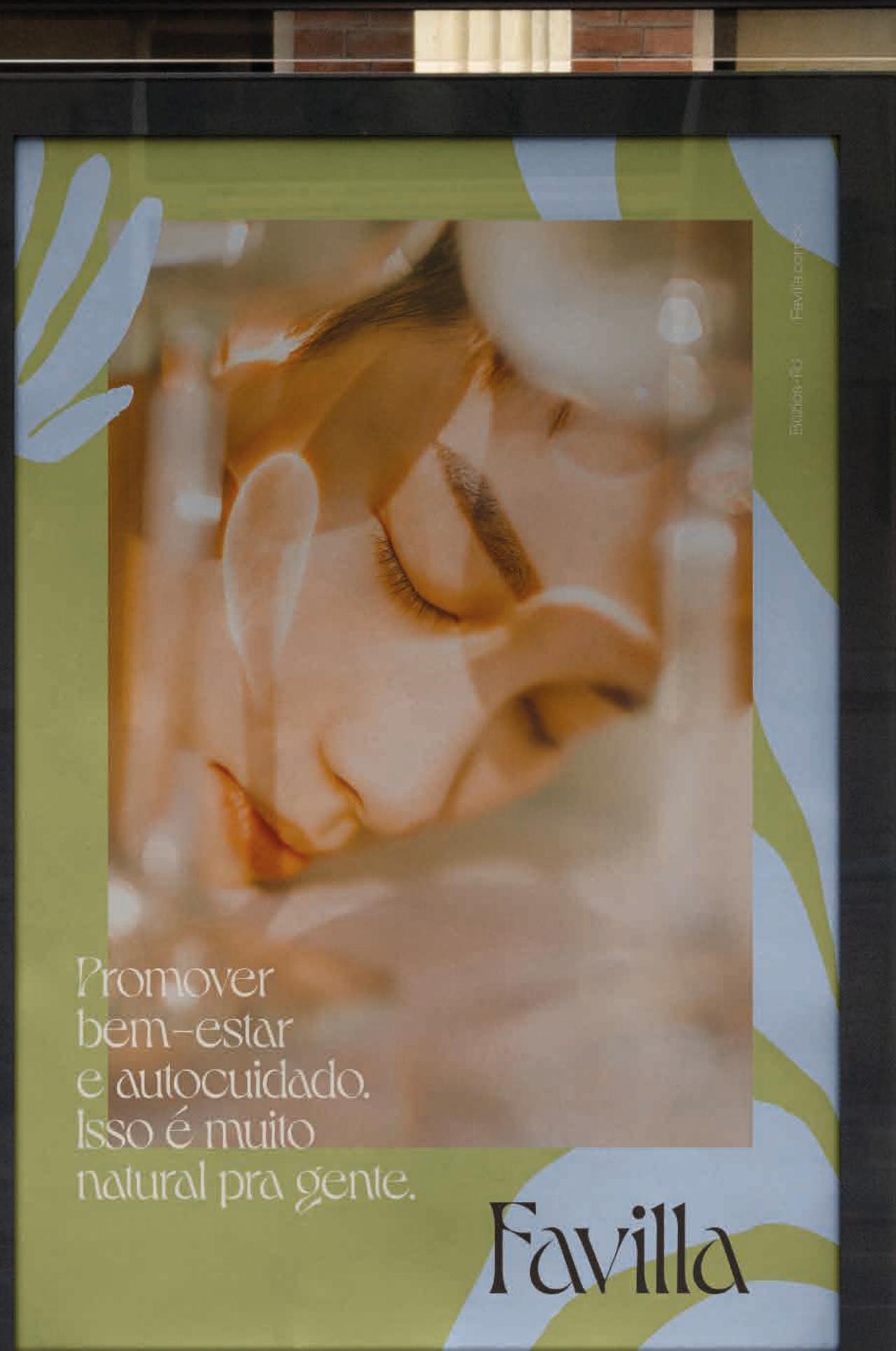


Favilla









Promover  
bem-estar  
e autocuidado.  
Isso é muito  
natural pra gente.

Favilla

Fav



Favilla



PGMING











Fawilla

