

Émporio

PEIXOTO

ESTD.

05

2023

# Sobre o projeto

## A EMPRESA

Empório Peixoto 05, como o próprio nome sugere é um empório que irá funcionar na Avenida Francisco Porto, local onde existe nesse momento a “Sua Quitanda”.

A nova proprietária se chama Aline Peixoto. Sua família é tradicional de Itabaiana no ramo supermercadista, e agora trará seu sobrenome para uma loja conceito.

Nomes com números trazem um tom de sofisticação ao ambiente, 5 é um número simbólico para a família.



# Sobre o projeto

## O DESAFIO

Nosso desafio é criar uma marca que remeta ao conceito de armazém contemporâneo. Uma bodega chic. Um lugar que você encontre tudo que precisa: horti, bons produtos, bons vinhos, bons cortes com um clima de armazém antigo.

## PERFIL DO PÚBLICO

**Classe:** B e A

**Gênero:** Todos

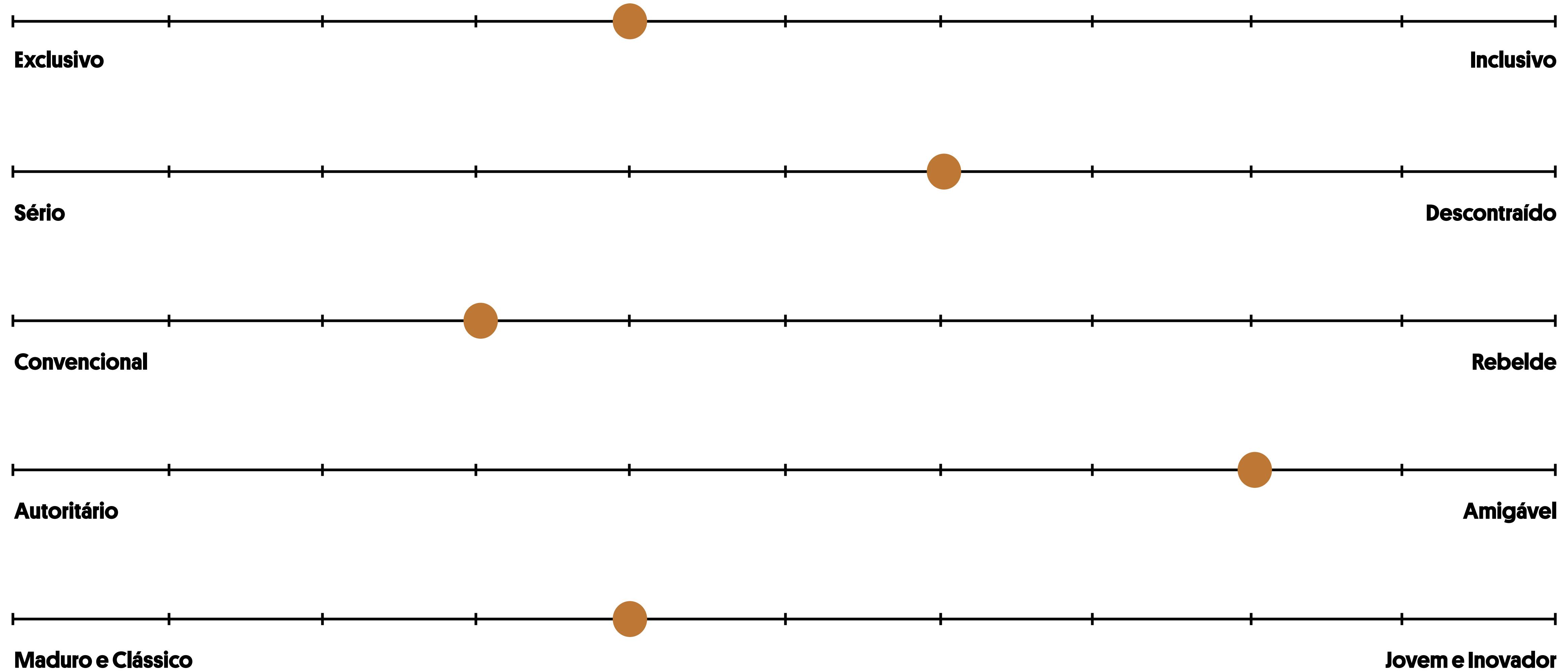
**Idade:** entre 35 e 60

**Região:** São José, Grageru



## 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

## Cuidadora

A dedicação e zelo que trazemos em cada atendimento expresso no arquétipo prestativo, que cuida dos seus consumidores.

## Inocente

Vamos utilizar o arquétipo mais familiar de todos para trazer associações com bondade e prazeres simples da vida.

## Criadora

Somos imaginativos, mas evitamos correr riscos. Fazemos tudo com muita criatividade e pé no chão.

# Tom de voz

## Cordial

Agradável e versátil, simples e acessível, consegue se adequar a diferentes públicos e se manter sempre como uma presença bem-vinda.

## Familiar

Afável e familiar, impregna proximidade e conexão. O uso de palavras mais alinhadas com o perfil do público de interesse pode sugerir amizade e cumplicidade.

## 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.

# Manifesto

O armazém dos meus pais é a **lembraça mais viva** da minha infância.

Por lá, mercadorias e pessoas iam e vinham, se misturando entre **sorrisos e uma boa conversa entre amigos**.

O Empório Peixoto 05 é um resgate a essa memória afetiva.

Uma viagem aos antigos armazéns, com nosso **toque de modernidade**.

Dos produtos selecionados aos cortes de primeira, da excelente carta de vinhos ao nosso horti de encher os olhos, **tudo aqui é alimento pra alma**.

Nosso atendimento abraça e **deixa o coração quentinho**. Sempre que chegar, pode puxar uma cadeira e pedir um café.

Somos um espaço de encontros e reencontros. Por que **servir bem é a tradição dos Peixotos** e em cada detalhe você vai perceber:

**É muito gostoso estar aqui.**

**Empório Peixoto 05.** Por Aline Peixoto, filha do Nunes e da Helena. Mãe do Plínio, Aline, Yan, Beatriz e Giovanni.

# Tipografia

Logo

## Montecatini Pro

A tipografia da logo se baseia nos posters italianos do início do século XX, traz ligaduras com ares de art déco e serifas que dão o equilíbrio entre a modernidade e o tradicional.

### MONTECATINI PRO

Títulos/Taglines

## Hanley Pro / Portuguesa

Para o uso em títulos e uma maior flexibilização da identidade visual em todo o PDV, a tipografia cumpre a função de diversificar a voz da marca através de uma variedade de fontes.

### HANLEY BLOCK INLINE

### HANLEY SANS

*Portuguesa script*

### PORTUGUESA SANS

Textos corridos

## DM Sans Regular

Os textos corridos serão aplicados com a fontes DM Sans no peso Regular. Será ideal para situações que possuam um grande volume de texto.

### DM Sans Regular

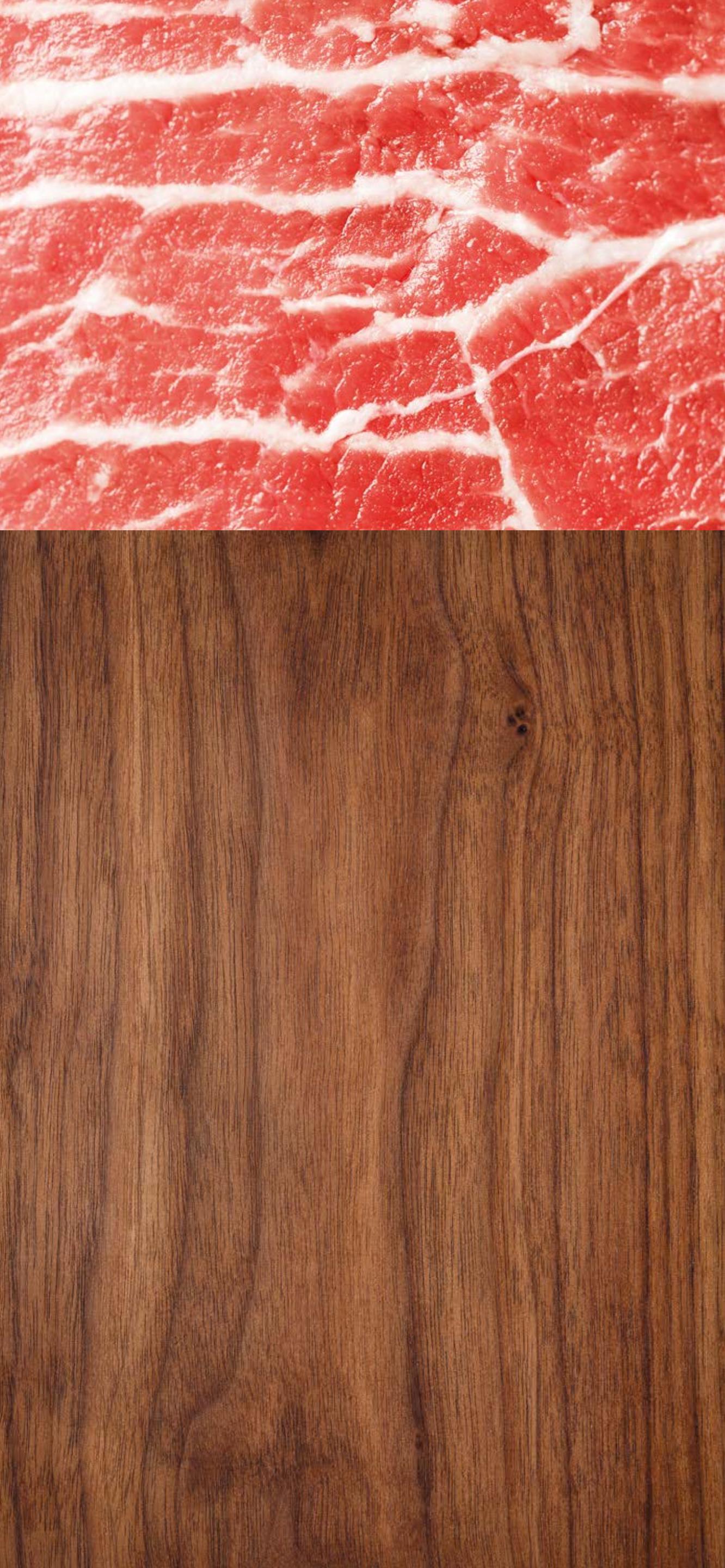
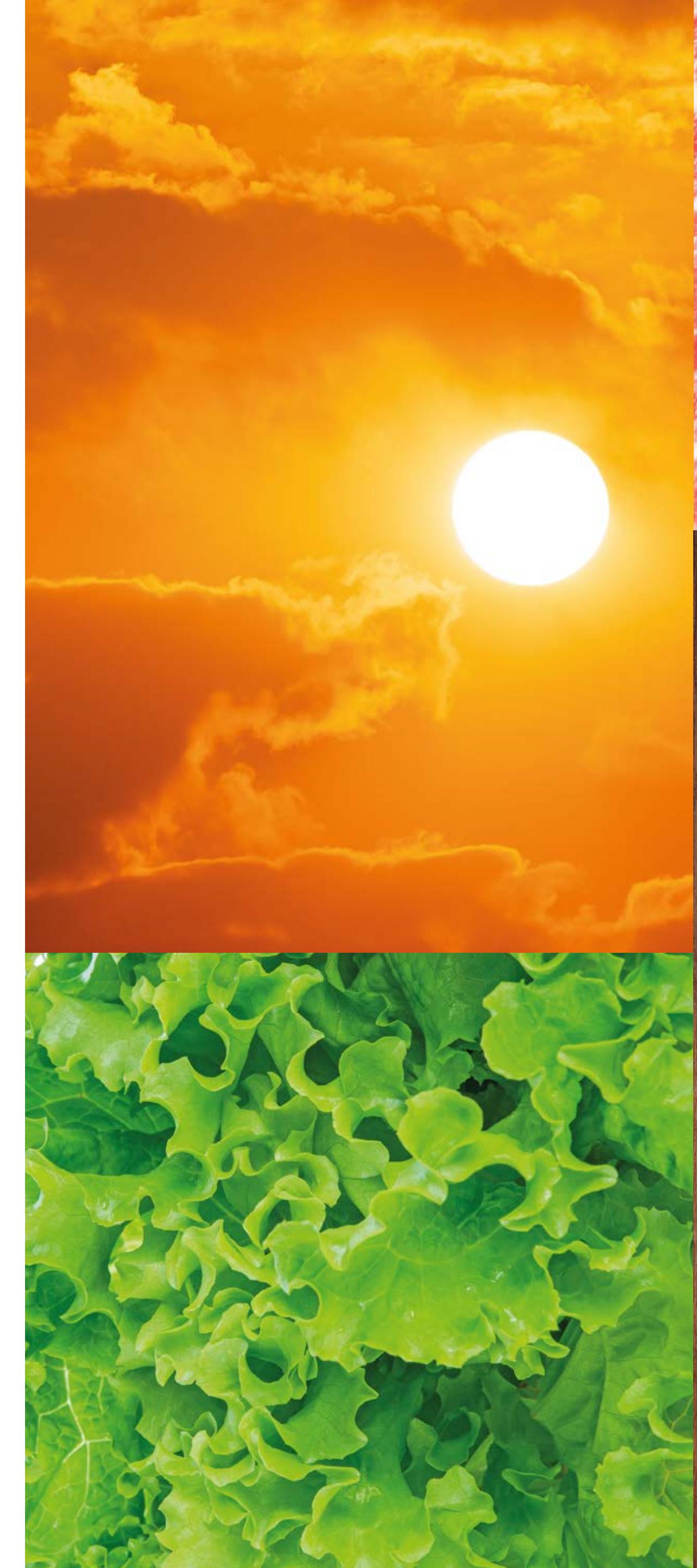
# Conceito

## ESCOLHA DAS CORES

Para o projeto, foi escolhida uma paleta de cores que remetem a cada pilar do Peixoto 05. Primeiramente, o amarelo, a cor principal do seu institucional, traz consigo a energia, a vitalidade do sol, que também relembra a riqueza do legado da família e dos seus dias de comércio.

Como cores secundárias (ou de suporte), temos o vermelho, para a comunicação do açougue, o verde, para hortifruti e o bronze amadeirado para o setor de bebidas/vinho.

Todos os seus tons foram equalizados para carregarem o sentimento de requinte que dialoga com o público do empório.



# MERCEARIA EMPÓRIO

PANTONE 10-8C

RGB [253, 190, 15]

C 0% M 25% Y 93% K 1%

#FD8E00

# OFF WHITE

# AÇOUGUE

PANTONE 37-16C

RGB [213, 82, 36]

C 11% M 82% Y 100% K 2%

#D55224

PANTONE 1-9C

RGB [252, 250, 237]

C 1% M 1% Y 7% K 0%

#FCFAED

# HORTIFRUTI

PANTONE 5753 C

RGB [91, 99, 52]

C 61% M 43% Y 91% K 30%

#5B6334

# CINZA CHUMBO

PANTONE 170-16C

RGB [62, 59, 57]

C 66% M 62% Y 62% K 52%

#3E3B39

# ADEGA

Pantone 145 C

RGB [189, 120, 55]

C 22% M 57% Y 91% K 6%

#BD7837

# Conceito

## Tipografia vernacular e o elo com o comércio familiar

A tipografia vernacular é uma forma de expressão gráfica que consiste na produção de letras e caracteres de maneira informal, geralmente utilizada em peças de comunicação como cartazes, muros e fachadas. Sua principal característica é a ligação com a cultura e a tradição dos antigos comércios, como armazéns e bodegas.

Em particular, a tipografia vernacular tem uma forte conexão com Peixoto 05, trazendo à tona as raízes dos antigos comércios e a estética rústica das lojas de Itabaiana.



# Conceito

## A elegância e requinte das fachadas em Art Déco

A tipografia Art Déco, caracterizada por letras ousadas e ornamentadas com formas geométricas e cores vibrantes (amarelo, azul e vermelho), teve um papel fundamental na criação de uma estética requintada na década de 1920 e 1930.

Esta tipografia também foi amplamente utilizada em fachadas de comércios em São Paulo no início do século XX, criando uma identidade visual marcante e contribuindo para a riqueza arquitetônica da cidade.



# Conceito

## Identidade visual menos logocêntrica e mais flexível

As identidades visuais não-logocêntricas e flexíveis são uma nova tendência no mercado, permitindo que as marcas sejam mais criativas e inclusivas. Essas abordagens permitem que a marca seja facilmente identificada por um padrão, sem necessariamente ser redundante, além de ser expansível para diversas formas e formatos dos produtos. Essas identidades podem ser adaptadas a diferentes contextos e plataformas, refletindo melhor a natureza multifacetada e em constante evolução da identidade de uma marca.

A tendência é que essas identidades sejam desenvolvidas de forma colaborativa, envolvendo consumidores e stakeholders da marca para criar uma relação mais autêntica.



Émporio

PEIXOTO

ESTD.

05

2023

Empório

# PEIXOTO

05

ESTD.

2023



Emporio  
**PEIXOTO**  
05 ESTD. 2023

**HORTI**  
DE ENCHER  
OS OLHOS

*Aqui, cultivamos bons produtos*  
**• E BOAS AMIZADES •**



*Cortes*  
DE PRIMEIRA



É MUITO  
*Gostoso*  
• ESTAR •  
**AQUI**

**SUAS COMPRAS CHEGARAM**  
*tem muito amor envolvido aqui*

É MUITO GOSTOSO  
**PEIXOTO 05**  
ESTD. 2023  
ESTAR AQUI

**CUIDAR**  
  
M P R A Q U E M C O N H E C E





C  
omparis  
**PEIXOTO**  
05<sup>2023</sup>  
ESTD.

# PEIXOTO 05

Avenida Francisco Porto, 772

79 99673-0505

@peixoto05emporio



*Empório*  
**PEIXOTO**  
ESTD. 05 2023

# peixoto PRIMEIRA

O ARMAZÉM DOS MEUS PAIS É A LEMBRANÇA MAIS VIVA DA MINHA INFÂNCIA. POR LÁ, MERCADORIAS E PESSOAS IAM E VINHAM, SE MISTURANDO ENTRE SORRISOS E UMA BOA CONVERSA ENTRE AMIGOS.

O PEIXOTO 05 EMPÓRIO É UM RESCATE A ESSA MEMÓRIA AFETIVA. UMA VIAGEM AOS ANTIGOS ARMAZÉNS, COM NOSSO TOQUE DE MODERNIDADE.

DOS PRODUTOS SELECIONADOS AOS CORTES DE PRIMEIRA, DA EXCELENTE CARTA DE VINHOS AO NOSSO HORTI DE ENCHER OS OLHOS, TUDO AQUI É ALIMENTO PRA ALMA.

NOSSO ATENDIMENTO ABRAÇA E DEIXA O CORAÇÃO QUENTINHO. SEMPRE QUE CHEGAR, PODE PUXAR UMA CADEIRA E PEDIR UM CAFÉ.

SOMOS UM ESPAÇO DE ENCONTROS E REENCONTROS. POR QUE SERVIR BEM E A TRADIÇÃO DOS PEIXOTOS E EM CADA DETALHE VOCÊ VAI PERCEBER:

É MUITO GOSTOSO ESTAR AQUI.

POR ALINE PEIXOTO, FILHA DO NUNES E DA HELENA. MÃE DO PLÍNIO, ALINE, YAN, BEATRIZ E GIOVANNI.

*Empório*  
**PEIXOTO**  
05  
ESTD. 2023

É MUI  
gosto  
ESTA  
AO





TO  
oso  
AR •  
UI







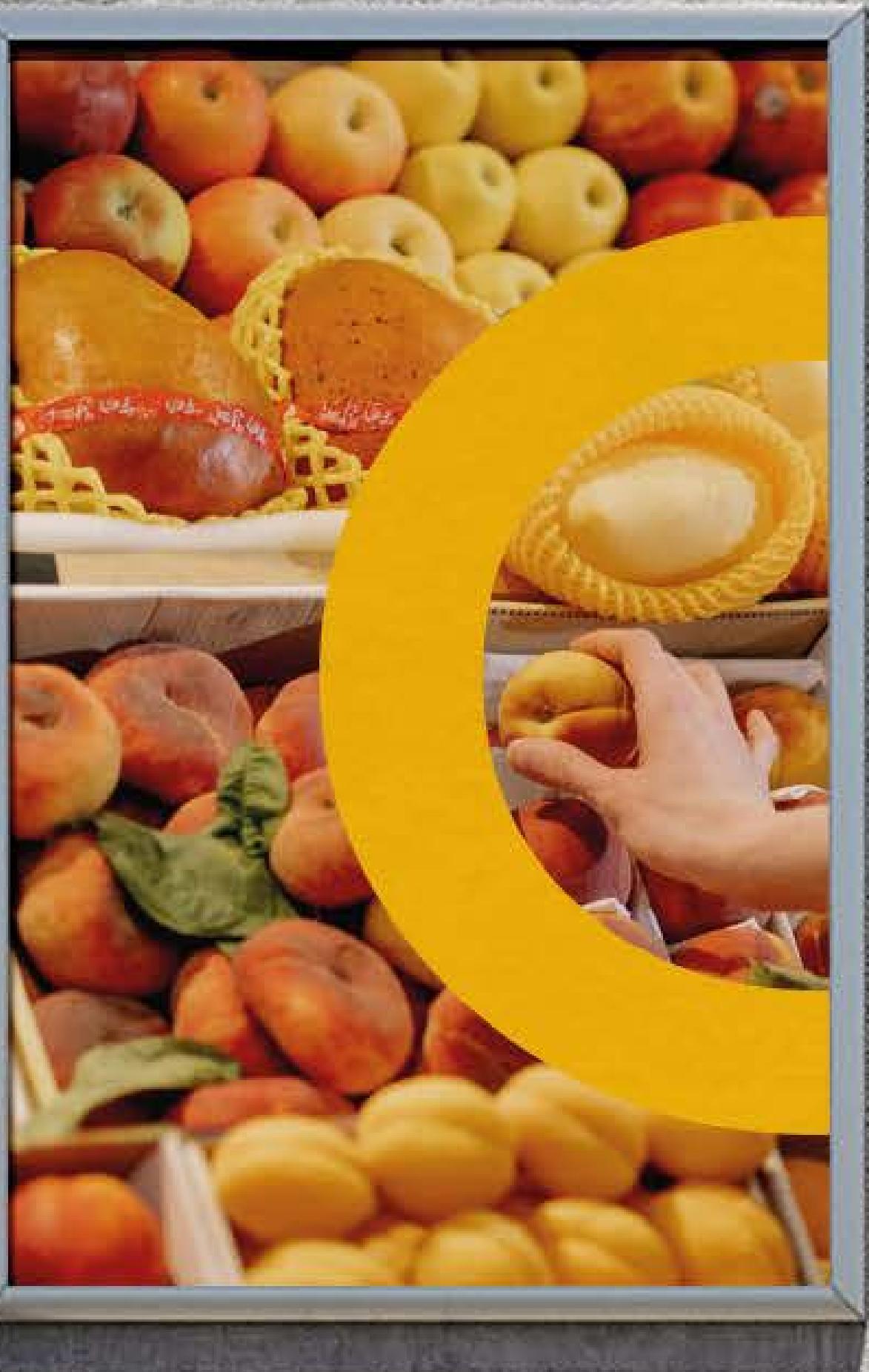
# EMPÓRIO

DOS PRODUTOS  
SELECIONADOS  
TUDO AQUI É ALIMENTO PARA ALMA  
AOS CORTES DE PRIMEIRA  
DA EXCELENTE CARTA DE VINHOS  
A ENCHER OS OLHOS  
AOS CORTES DE PRIMEIRA  
DA EXCELENTE CARTA DE VINHOS  
A ENCHER OS OLHOS  
A ENCHER OS OLHOS

SEM GLÚTEN

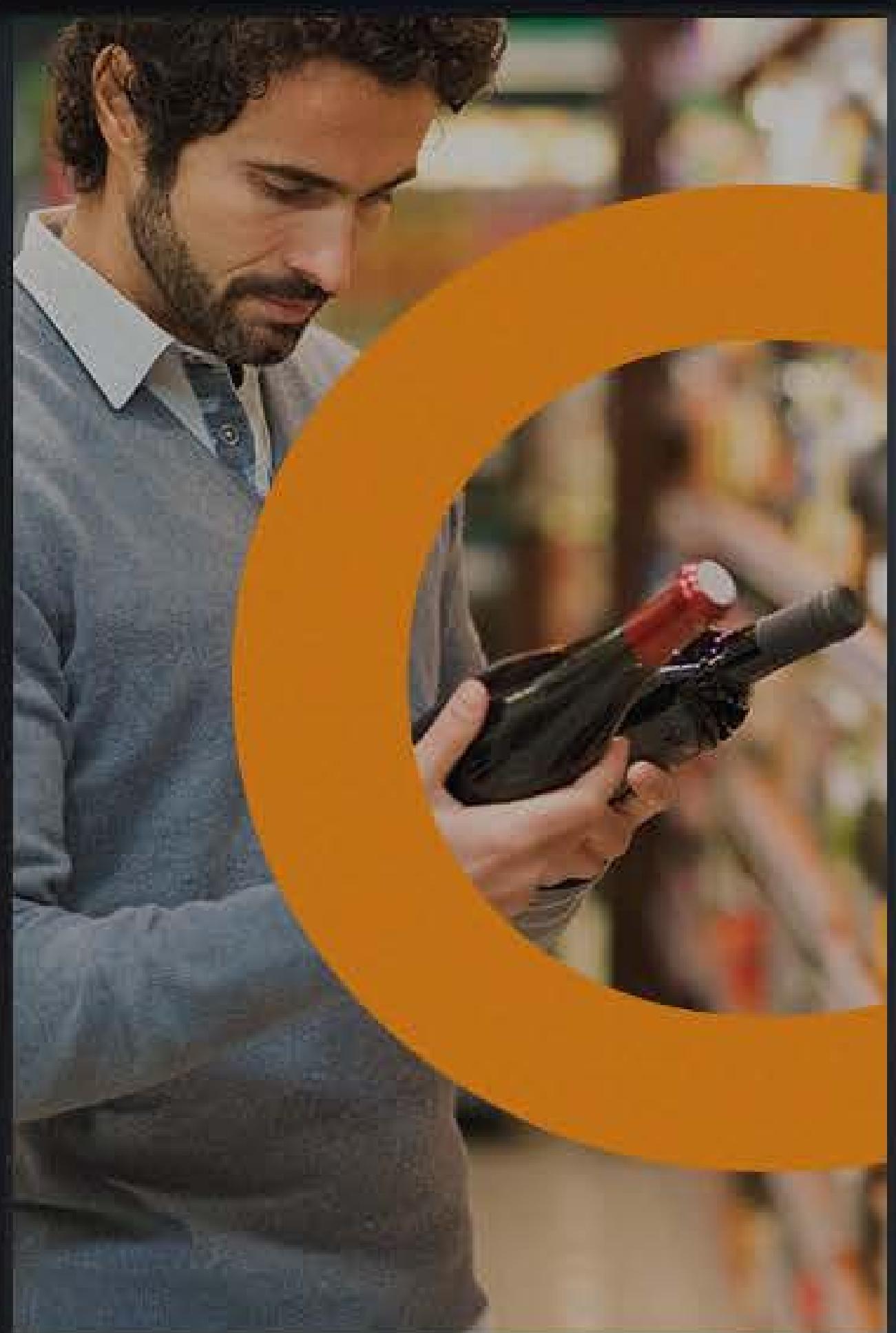
NATURAIS









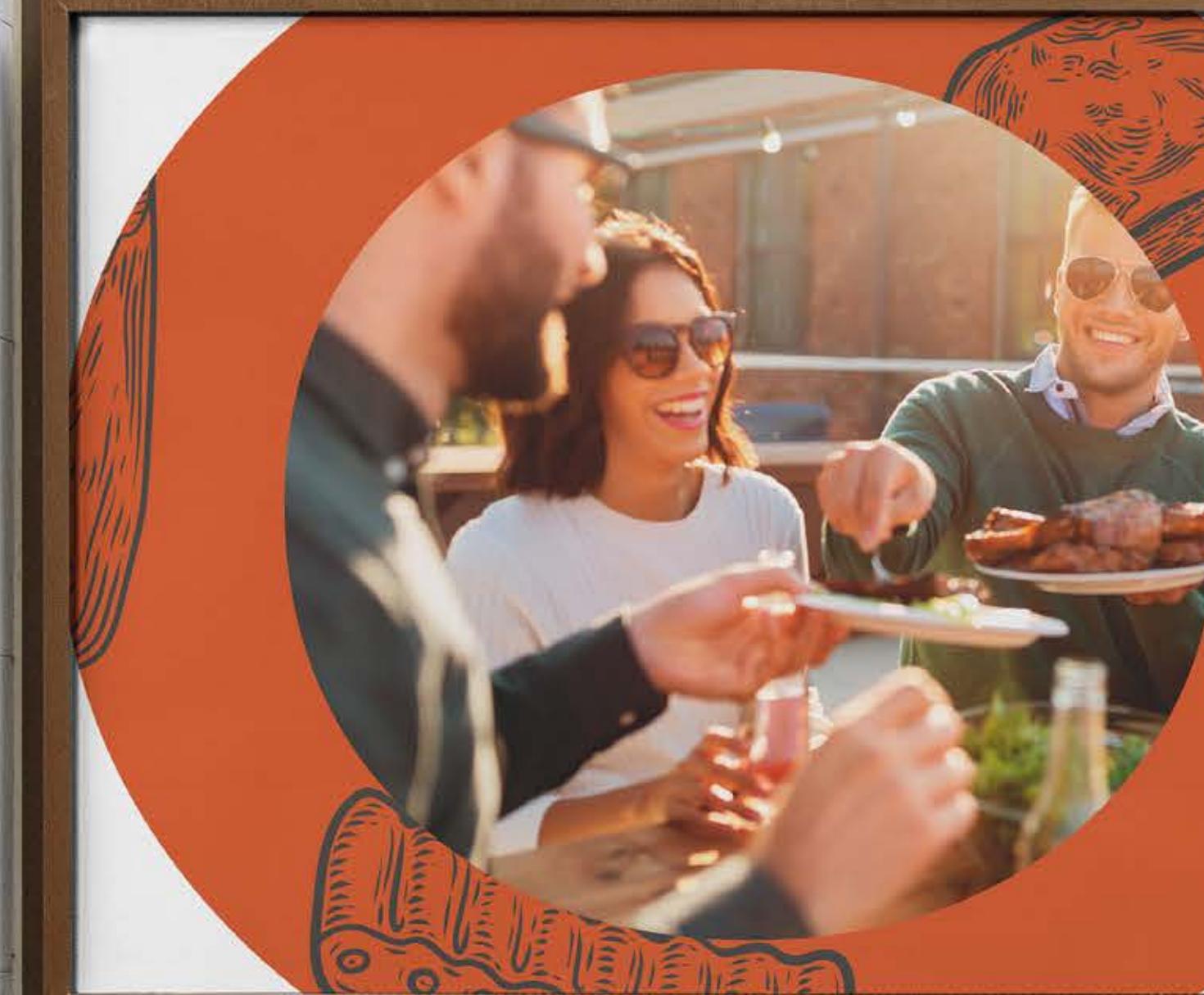


PARA  
TODOS OS  
MOMENTOS  
DO SEU  
DIA

PEIXOTO  
05







AQUI, CULTIVAMOS  
BONS PRODUTOS  
E BOAS AMIZADES.

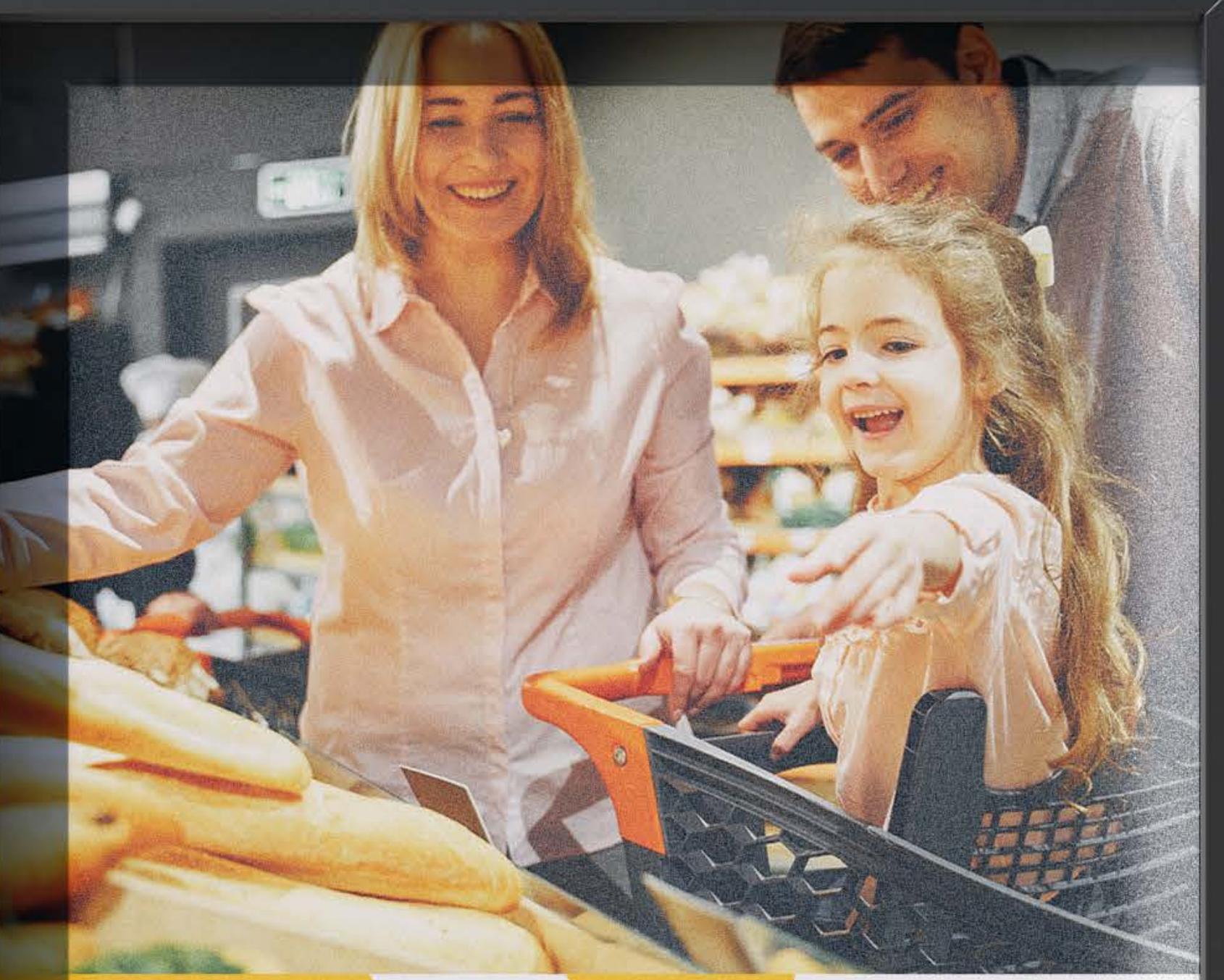
Empório  
**PEIXOTO**  
ESTD. 1923







COFFEE



CUIDAR BEM.  
É ISSO QUE NOS  
ALIMENTA.

*Empório*  
**PEIXOTO**  
05 ESTD. 2023





O5 Peixoto 05

...



O5 Peixoto 05

...



O5 Peixoto 05

...



