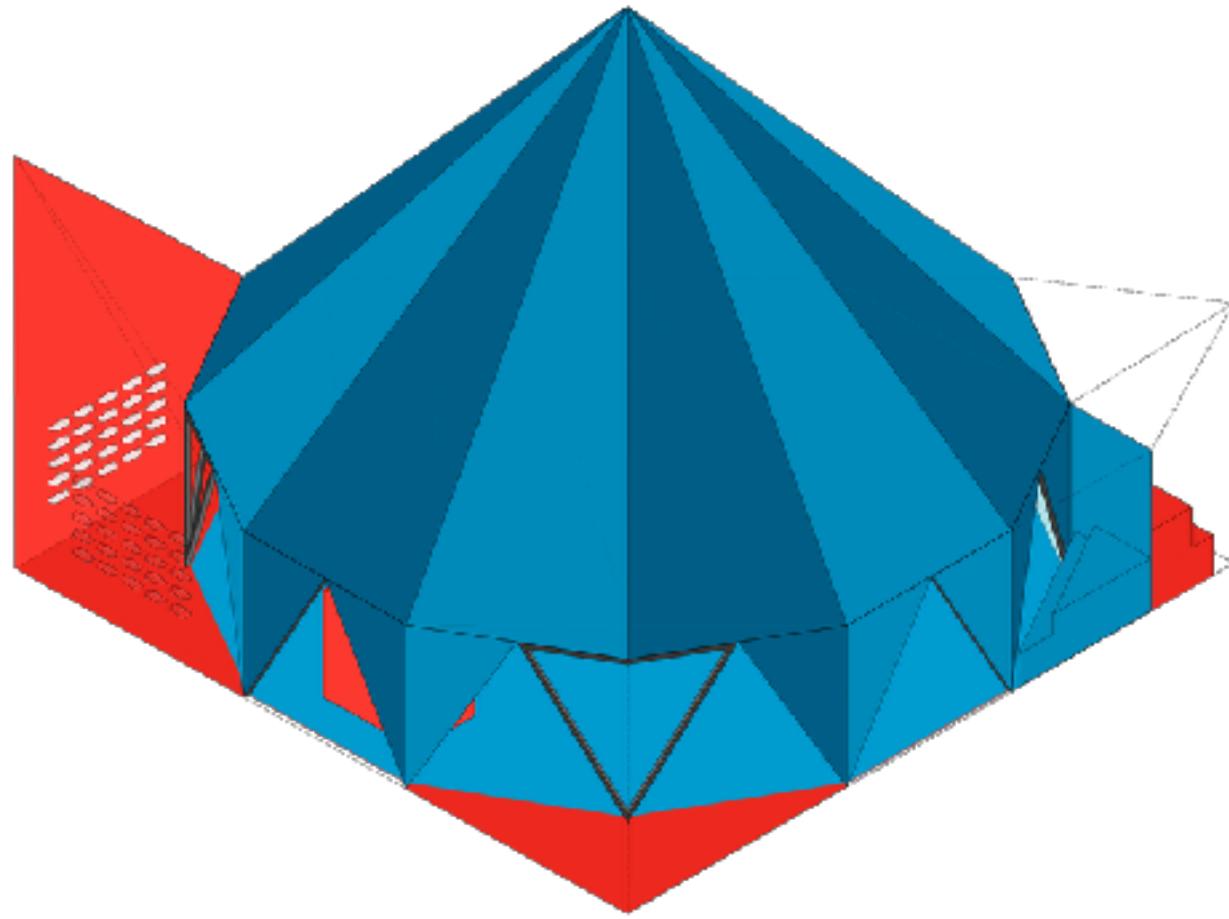
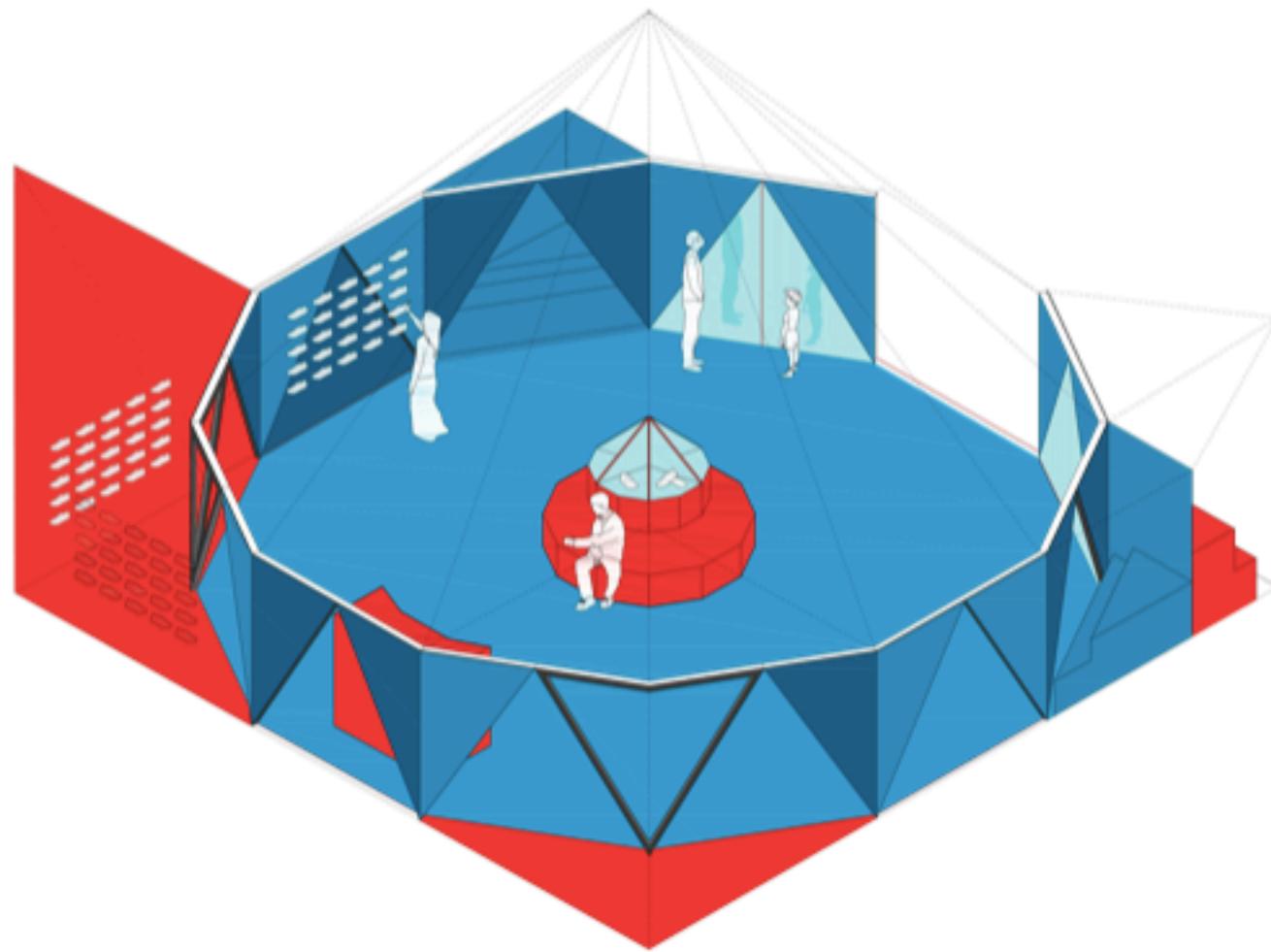


Conceituando um projeto comercial

Conceituando o projeto

MUNICH SPORT BRAND
"TENT" - STUDIO ANIMAL













Completamente conceitual e provido de storytelling, a nova tenda da Munich em Madrid é uma manifestação de autenticidade de marca. Apresenta seus produtos para os clientes de uma forma impactante e criativa, diferente de uma prateleira de loja comum.

É uma experiencia memorável entrar, experimentar e adquirir um calçado na loja.

O **conceito**, um guia norteador, imprime aos espaços um **caráter singular** que liga todos os elementos de projeto, correspondendo à identidade do usuário e conferindo integridade ao resultado final, com máxima **correspondência entre conteúdo e forma**.

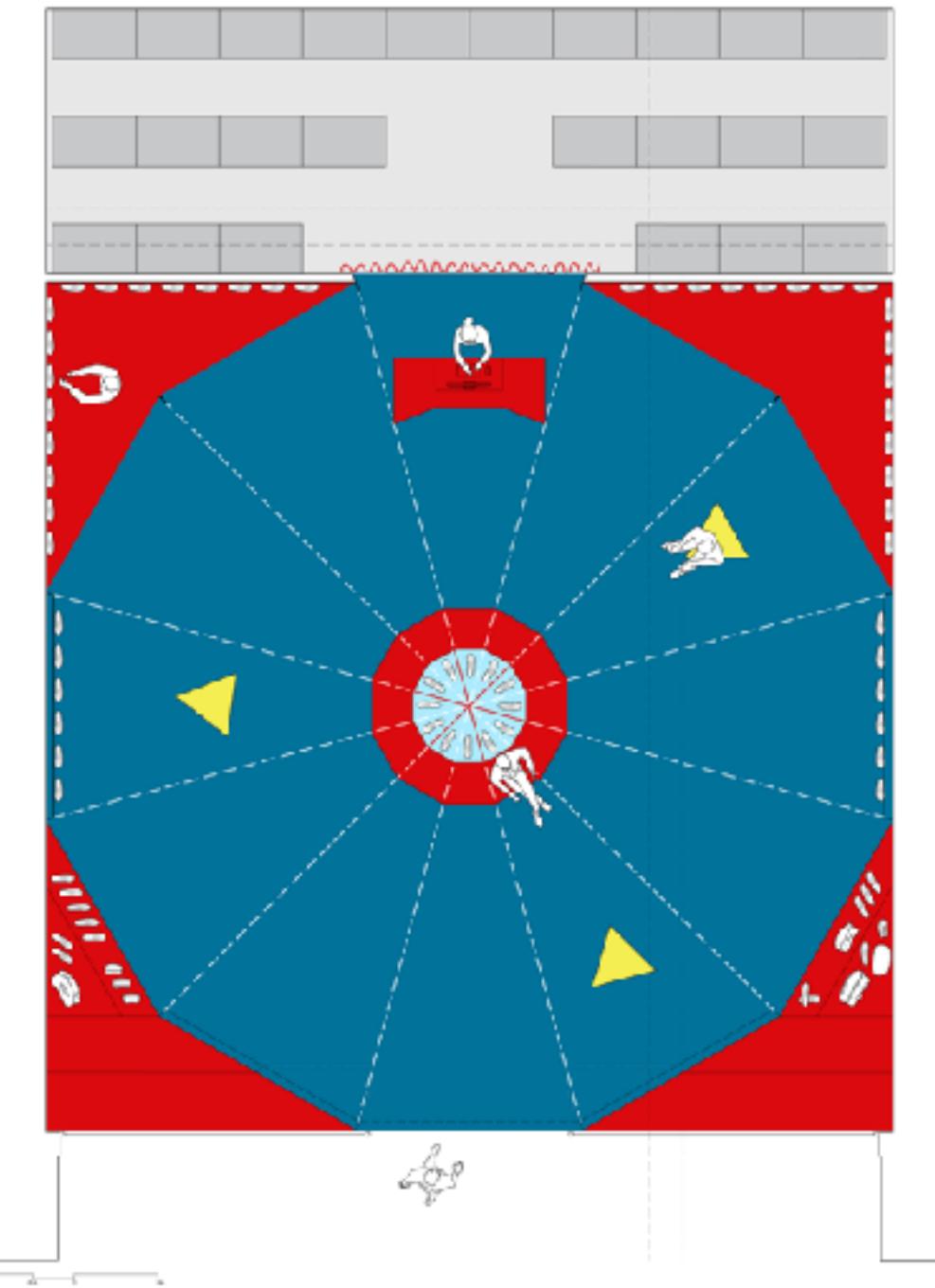
O **conceito** amarra o storytelling, o briefing e o zonemaneto conduzindo a experiencia do usuário e traduzindo em soluções de projeto

CONCEITO E TEMA SÃO COISAS
DIFERENTES

Enquanto o tema tem mais a ver com a inspiração geral que norteará a solução (a tenda de circo nos projeto da Munich)

O conceito tem a ver com estratégias projetuais para garantir o atendimento das diretrizes do projeto (e do tema).

O uso da **geometria e da cor** foi a principal estratégia conceitual para criar o espaço da Munich, tudo com muito humor.



MUNICH



O conceito pode nascer antes do projeto,
mas pode ser uma experimentação, e
desenvolvido enquanto se coleta dados e
formula alternativas de solução.

A ideia não é que o conceito seja um elemento rígido, definidor e imutável, mas pelo contrário, ele vá ganhando forma a medida que investigamos mais as soluções do projeto.

Em projetos comerciais um bom ponto de partida conceitual são sensações (muitas vezes abstratas) que se espera obter com o projeto.

Leveza, calma, urbanidade, high tech,
integração, remeter a casa de vó,
rusticidade, transportar para a Toscana,
desconectar da realidade...

D-EDGE



