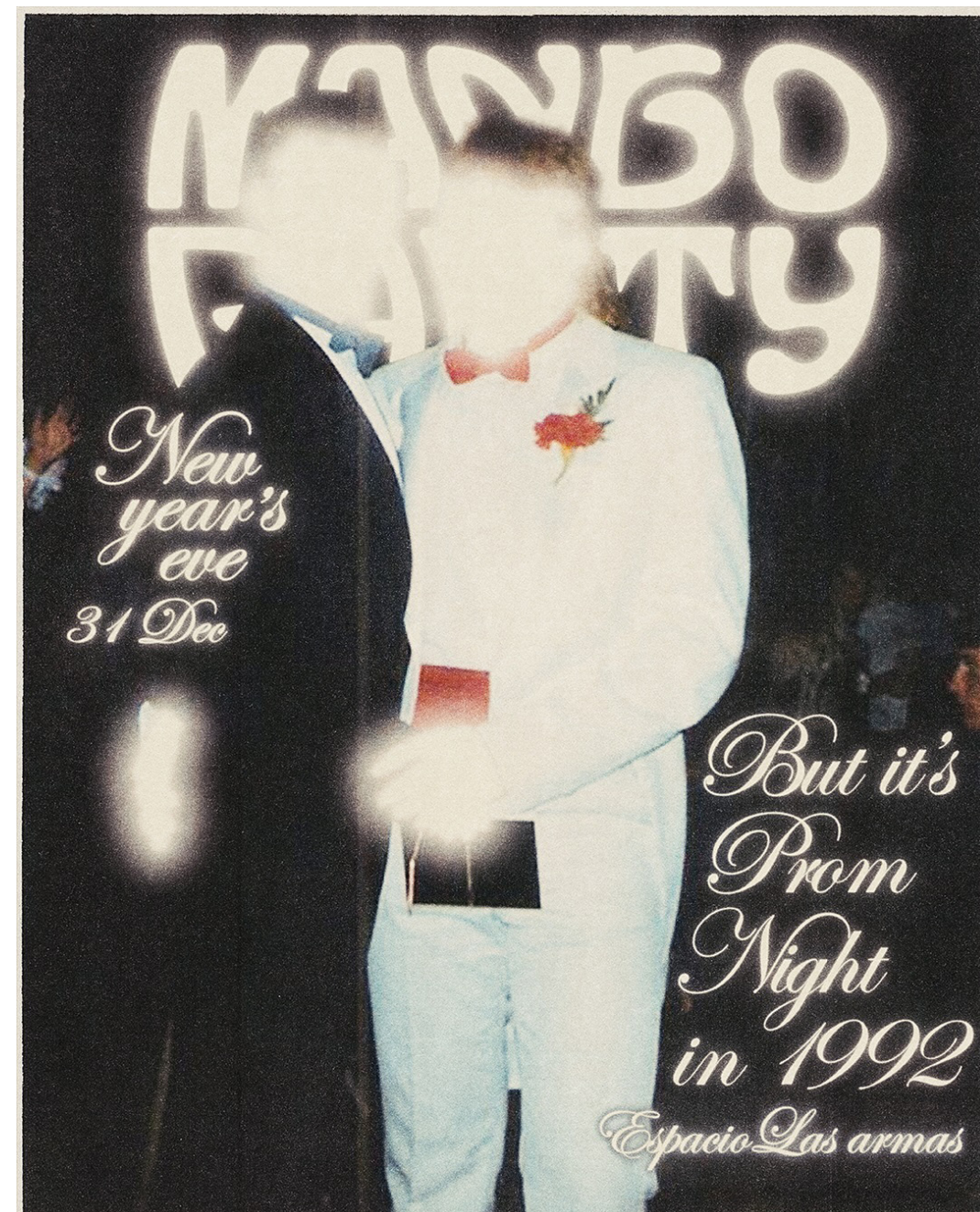
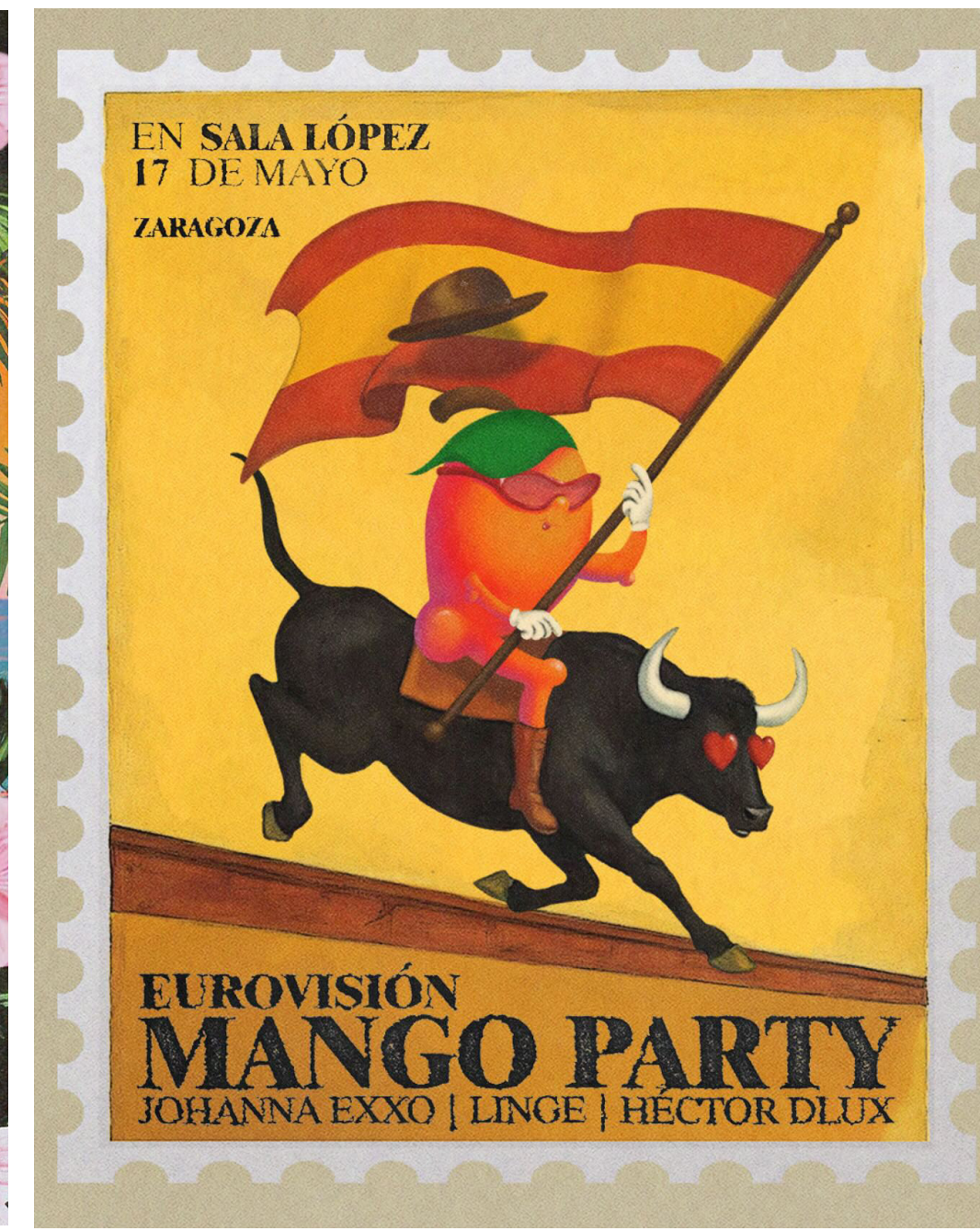
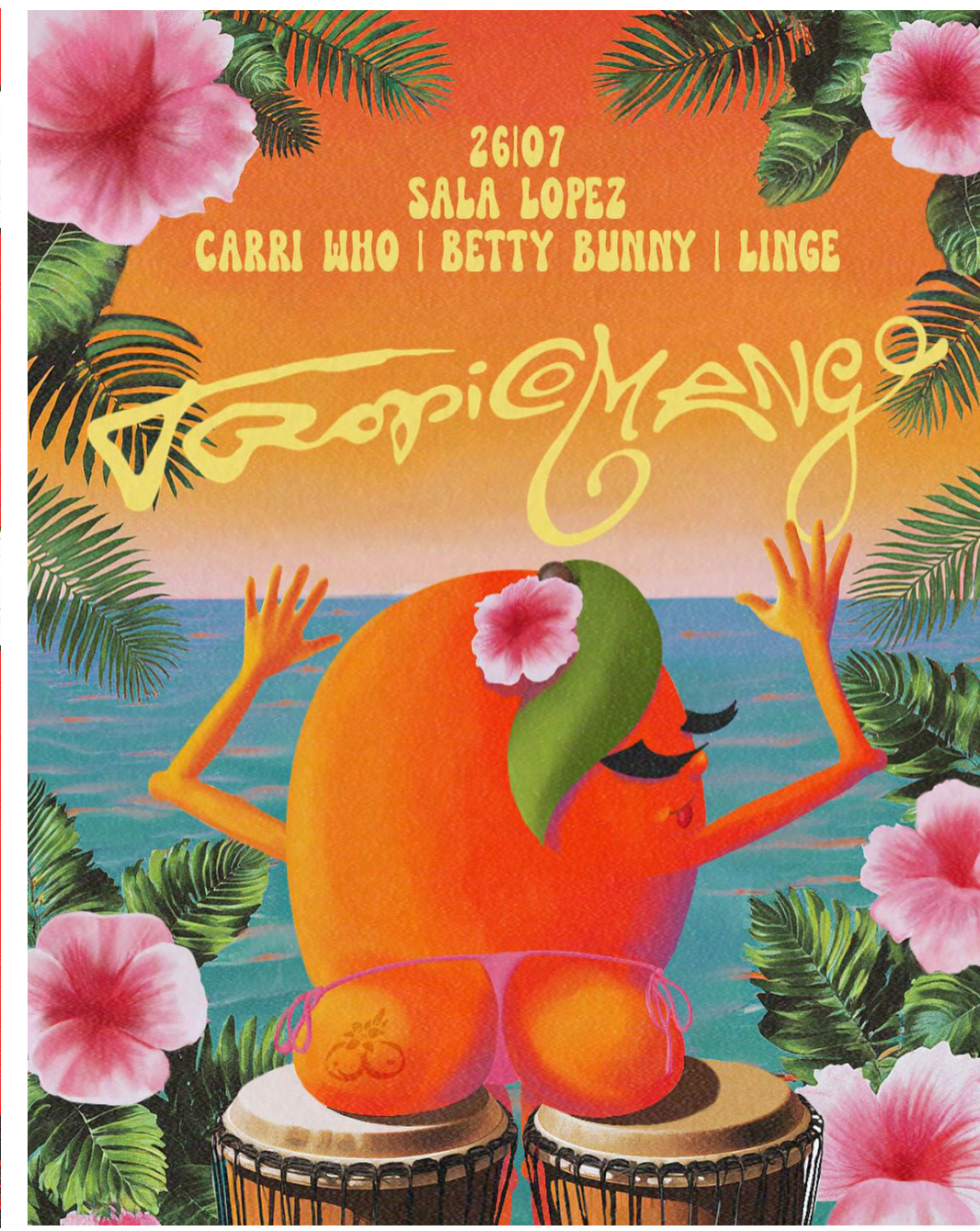
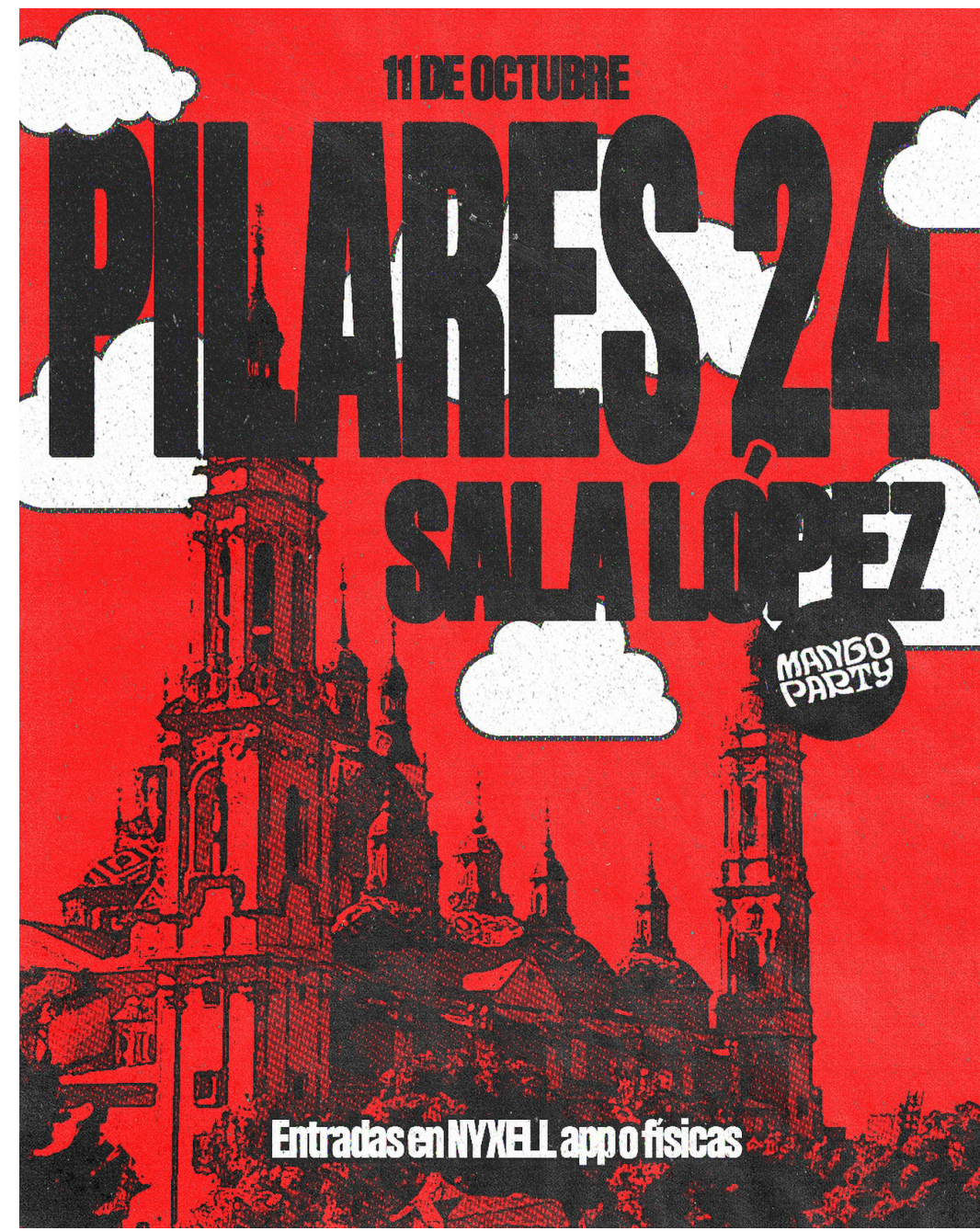


LAMANGO

CONCEPTING

0 PUNTO DE PARTIDA



PROBLEMÁTICA

En general, hay una clara falta de coherencia, de identidad homogénea.

Falta definir un patrón de elementos identitarios básicos que ayuden a asociar a la marca y lo que representa.

Es necesario acotar la dirección de arte, en estilo de ilustraciones o tratamiento de fotografía, y focalizarla mejor.

Falta pregnancia o algún elemento icónico, estructura o recurso que haga que cada cartel por sí solo sea identificable a la par que pertenezca a un todo armónico.

OBJETIVO

Construir un sistema funcional y adaptable que permita construir las creatividades y perdure en el tiempo.

Poderse adaptar a las diferentes temáticas sin perder la identidad ni la esencia.

Equilibrar el uso de la ilustración con el diseño gráfico, que no confluyan tanto sino que cada uno tenga el espacio necesario y tenga su función.

Convertirse en icónica y reconocible.

Ofrecer diseño de calidad, curado, en el ocio nocturno de Zaragoza. Que no solo sea funcional, sino que también deje huella.

Marcar una dirección de arte en ilustración y recursos.

Ser divertida a la par de funcional.

1 CONCEPTO



¿Qué es lo visualmente icónico de Lamango como marca? Demasiado fácil, su propio nombre lo indica.



Ponemos el foco en el mango, sus características y en lo icónico de su morfología.





**Hacer que la identidad res-
pire mango, sepa a mango,
huela a mango...**



¿Cómo es un mango?

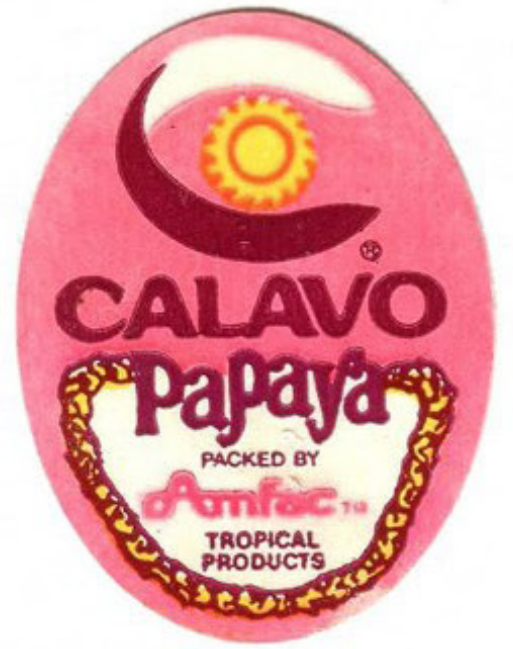
**SEXY
FRESCO
DULCE
JUGOSO
VIBRANTE**

La marca de Lamango ha de ser:

SEXY
FRESCO
DULCE
JUGOSO
VIBRANTE

**¿Qué recursos podemos
obtener del mango?
Esto construirá
nuestra marca.**





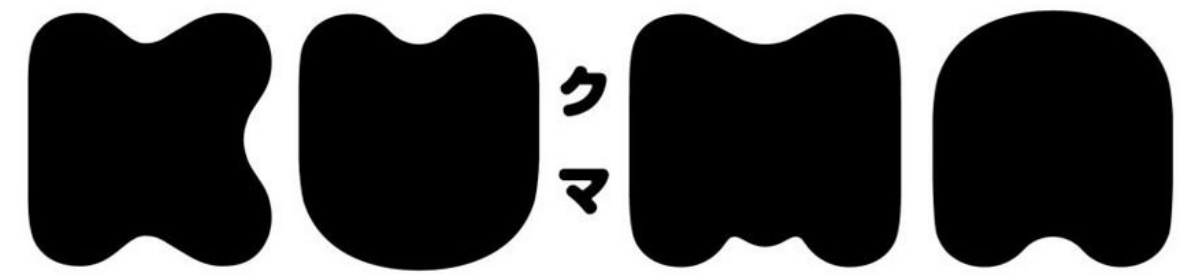
**Obtener recursos gráficos
para para construir la marca de
las propias características del
mango así como del concepto
de los stickers que se pegan en
esta fruta.**

2 PROPUESTA

LOGOTIPO OP.1
LOGOTIPO OP.2
IMAGOTIPO
TIPOGRAFÍA
COLORES
SISTEMA
RECURSOS
ILUSTRACIONES

LOGOTIPO OP. 1

La primera opción de logo se compone de una tipografía sans redondeada muy bold y con mucha mancha. Buscaremos algo muy impactante y rotundo, que recuerde a las formas del mango, si nutilizar una tipografía con demasiado carácter o con mucha reminiscencia a algún estilo o periodo. La clave es la atemporalidad, versatilidad y poner el foco en el conjunto y dirección de arte de marca.



Conceptual sketches of the letters R, S, and K in a very bold, rounded, and irregular font style. The letters are black and feature thick, uneven strokes with rounded, bulbous shapes. Small Japanese characters 'ク' and 'マ' are placed between the letters to indicate their intended sound.



Logo 'RSK' in a bold, rounded, black font on an orange background. The letters are thick and have a slightly irregular, hand-drawn appearance.



Logo 'RSK' in a bold, rounded, red font on a light gray background. The letters are thick and have a slightly irregular, hand-drawn appearance. A small 'TM' trademark symbol is visible to the right of the 'K'.



Logo 'NEGO' in a bold, rounded, red font. The letters are thick and have a slightly irregular, hand-drawn appearance.

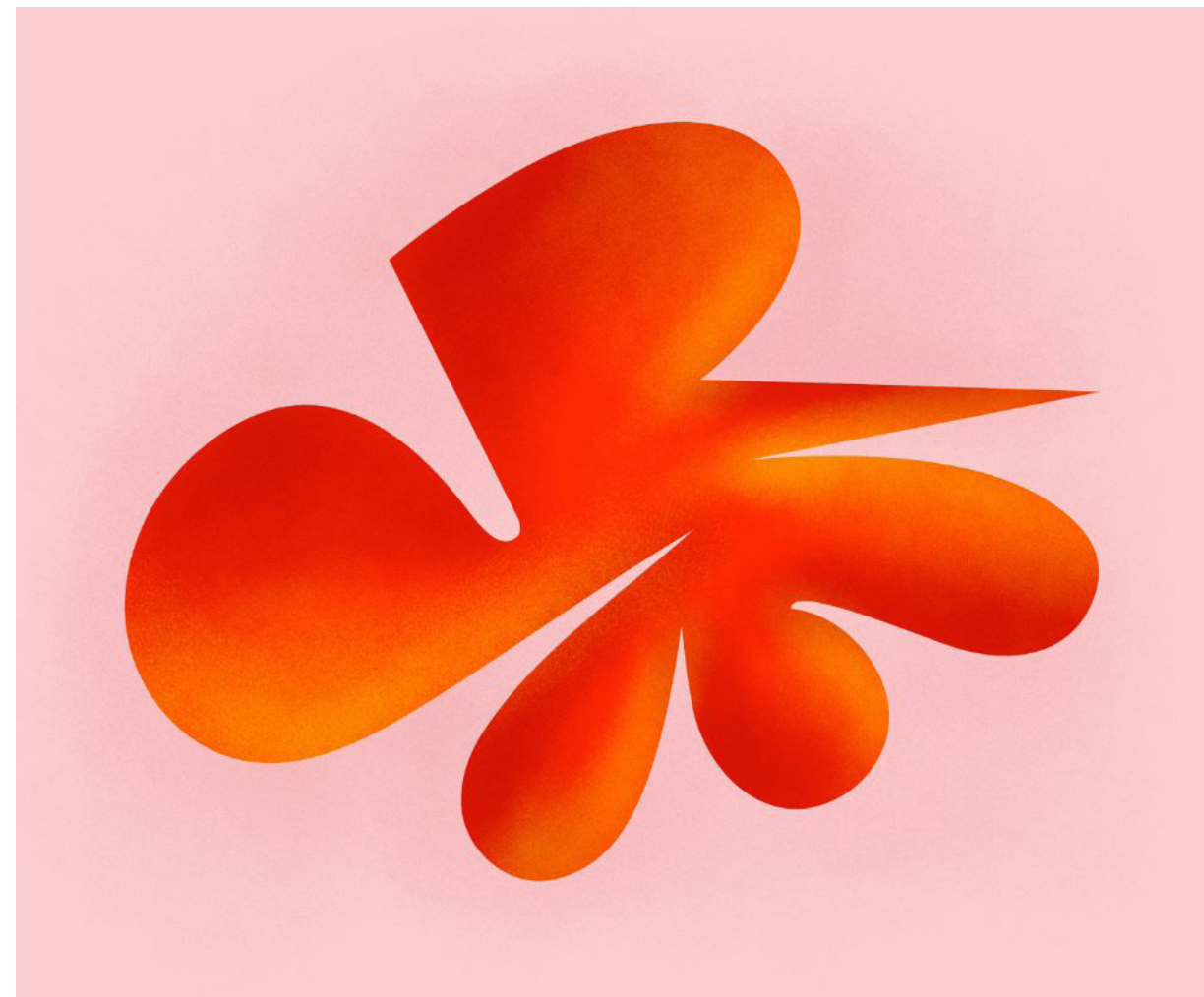
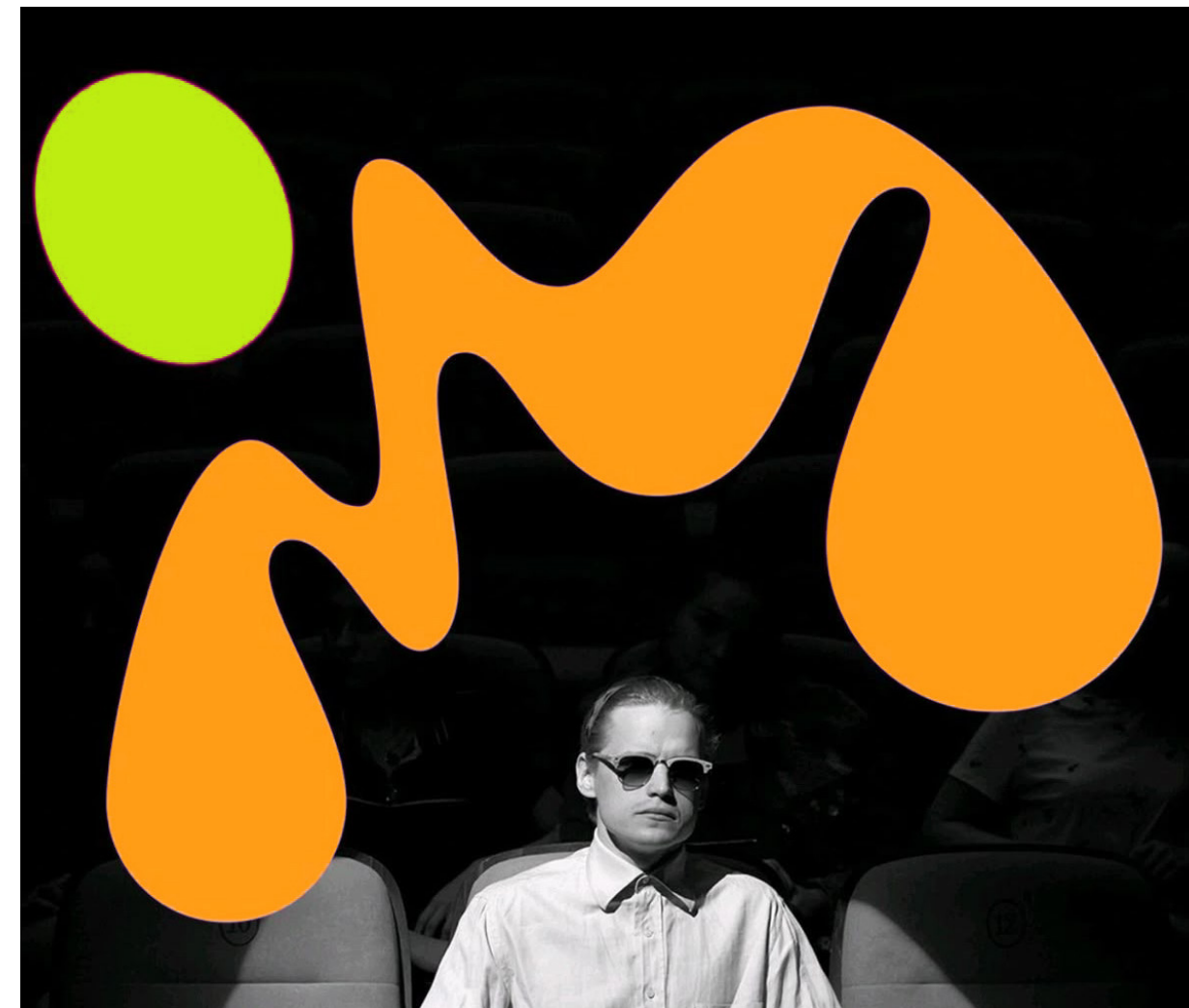
LOGOTIPO OR. 2

Otra opción es hacer del logo un elemento más curvilíneo, pudiéndose estructurar en minúscula con ligaduras. Es otra visión que encaja en concepto, algo más cercano pero menos rotundo.



IMAGOTIPO

Se buscará un imagotipo muy dinámico y versátil. Partiremos de la idea del mango (hoja + fruta) pero llevándolo a una forma más voluptuosa y divertida. Se podrá aplicar en aquellas creatividades donde el logo no tenga cabida, como foto de perfil, algún sticker etc.



TIPOGRAFÍA

La paleta tipográfica estará formada por una tipo de titulares redondeada con mayor peso visual, impactante y bold. El resto de información irá compuesta por una tipografía sans grotesca, que hará la marca funcional y estable en el tiempo. Se podrá jugar con los redondeados, modificando la tipografía secundaria. Por último, se podrá escoger una tercera tipografía mono o cursiva para información mucho más complementaria.

IDA

POP-UP FRIDAY

18TH AUGUST

11AM - 7PM

6-9 TIMBER ST
LONDON EC1Y 0TQ

NEW IDA KITS IDA TECH BEANIES SOCKS & NEW TEES

BRING YOUR OWN NIKE FOOTBALL TOPS TO GET PRINTED ON WITH OUR JERSEY WORKSHOP.

06:24
08:00 PM
06:00 AM

TRABENDO - PARC DE LA VILETTE
211 AV. JEAN JAURES, PARIS 19

99GINGER & BABYLON

PRESENTS

(LIVE) **454**

(KINZI ROBERTA, HANGAËLLE, MILES FREEDOM)

AMAPROBLEM

D33J
ISLND
KEYRAH

+ SPECIAL GUESTS

KIM TURNBULL
KIROU KIROU
NADIA KEIRA
B2B HONEY

MAMA GIB UNS GELD

Betrag in Buchstaben _____
an / oder Überbringer MICHAEL WILSON MARCO STANGE
Ort WIENNA
Datum 22.09.97 Uhrzeit 22.00

GALERIE LISA KANDLHOFER
BRUCKNERSTR. 4 1040 WIEN

EUR _____
Unterschrift _____

IDM Rival Consoles 22.04.
Santeria Toscana 31. Milano.
Sotterranea w/ Tsuru, Virgi Nou, Lvca.

IDM Röyksopp Dj Set 01.04.
BASE. Milano. Rumore.
Luca Bacchetti

Tickets on dibco.fm

IDM Rival Consoles 22.04.
Santeria Toscana 31. Milano.
Sotterranea w/ Tsuru, Virgi Nou, Lvca.

IDM Röyksopp Dj Set 01.04.
BASE. Milano. Rumore.
Luca Bacchetti

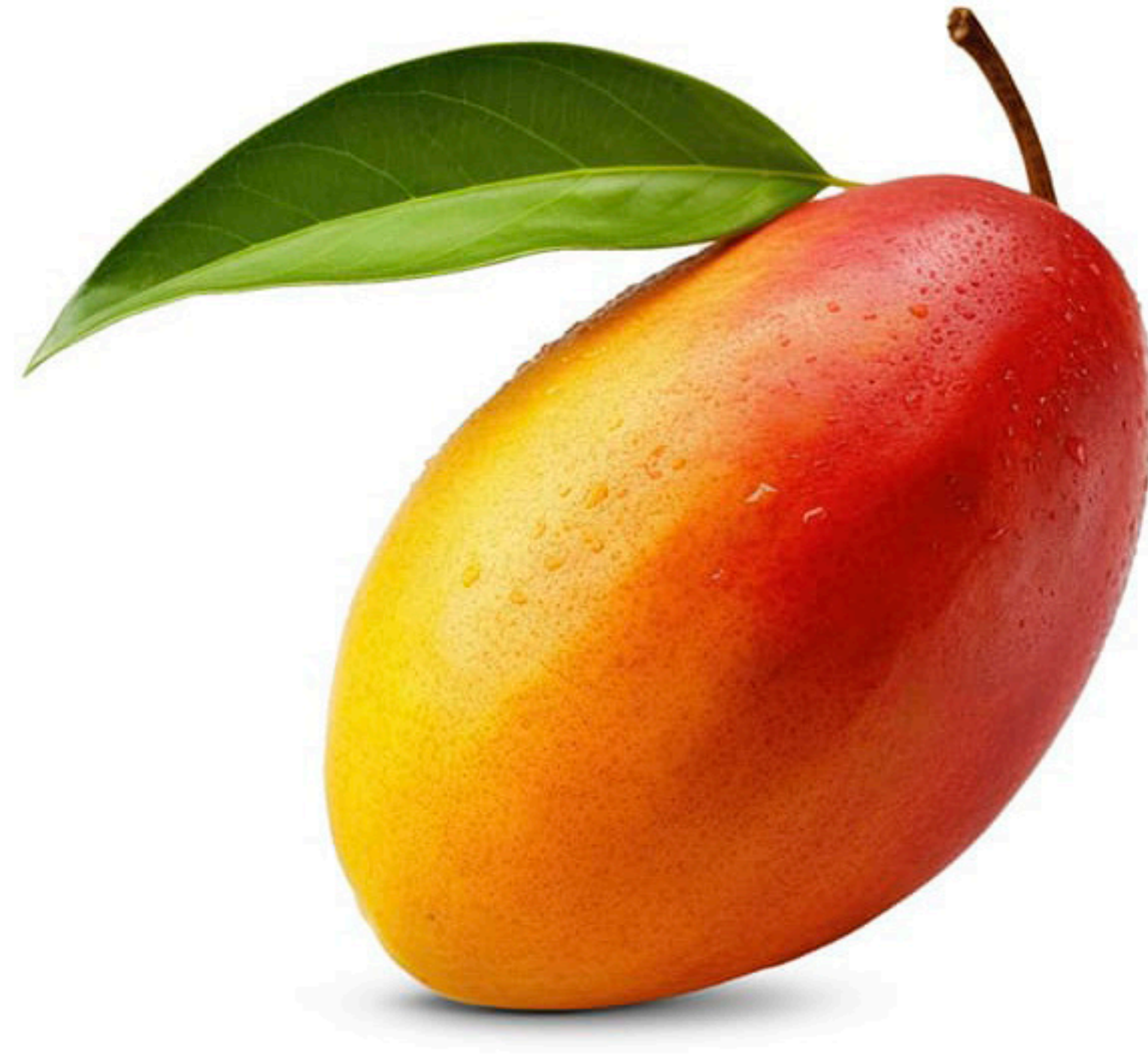
IDM Rival Consoles 22.04.
Santeria Toscana 31. Milano.
Sotterranea w/ Tsuru, Virgi Nou, Lvca.

IDM Röyksopp Dj Set 01.04.
BASE. Milano. Rumore.
Luca Bacchetti

COLOR

PALETA PRINCIPAL

Partimos de la propia combinación cromática del mango, aprovechando sus tonos y combinaciones. Esto aportará las cualidades organolépticas, estéticas y ambientales a la marca, haciendo ver que está presente pero de una forma implícita y elegante.



COLOR

PALETA PRINCIPAL

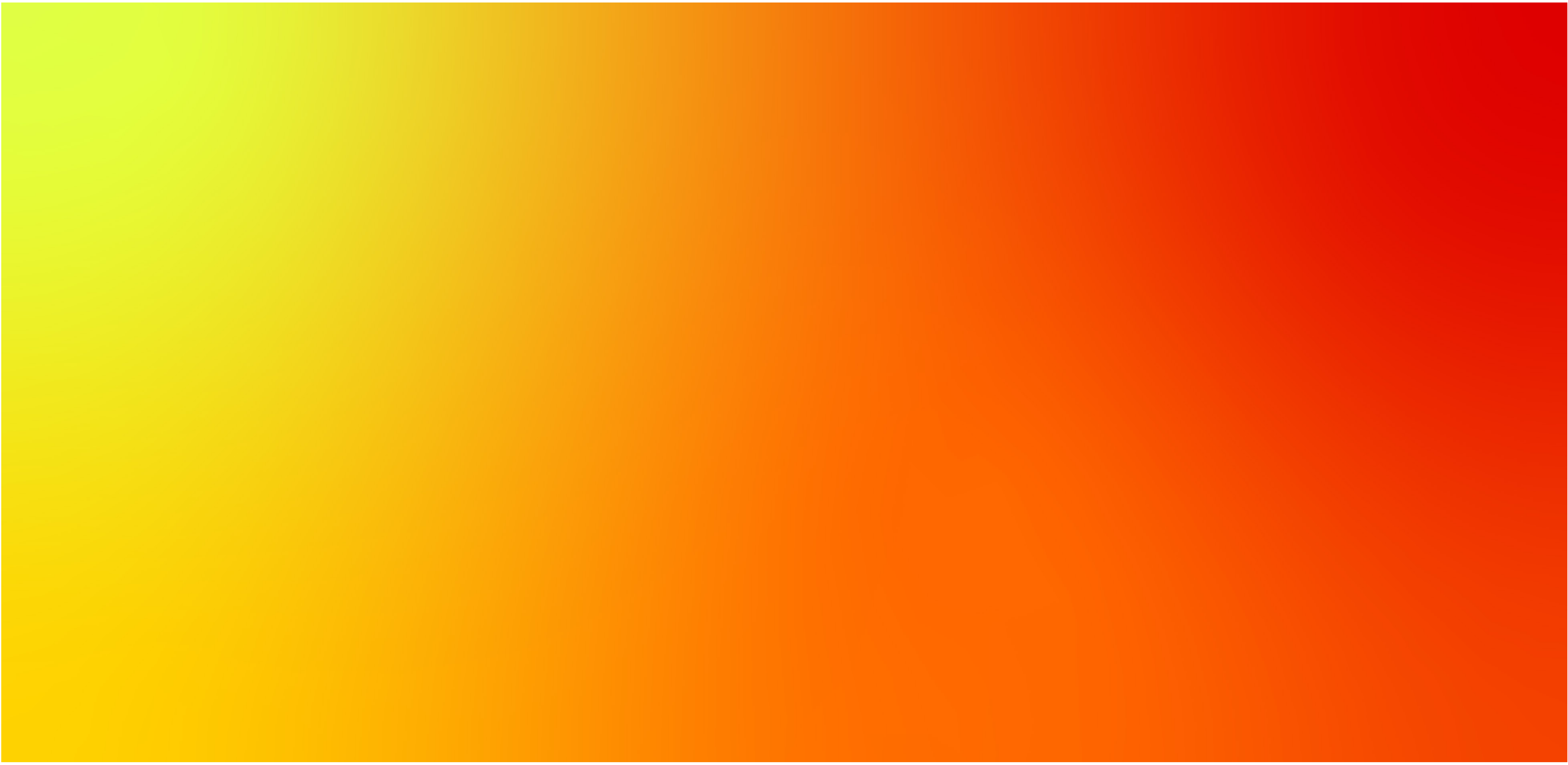
Partimos de la propia combinación cromática del mango, aprovechando sus tonos y combinaciones. Esto aportará las cualidades organolépticas, estéticas y ambientales a la marca, haciendo ver que está presente pero de una forma implícita y elegante.



COLOR

PALETA PRINCIPAL

Partimos de la propia combinación cromática del mango, aprovechando sus tonos y combinaciones. Esto aportará las cualidades organolépticas, estéticas y ambientales a la marca, haciendo ver que está presente pero de una forma implícita y elegante.



COLOR

PALETA PRINCIPAL

De esta forma, los colores principales que compongan la marca será un abanico de tonos cálidos como el Electric Red, el Blaze Orange y el Tangerine Yellow acompañado del verde de la hoja, aunque transformado a un tono mucho más efervescen-te y ácido. Primará la presencia del naranja, siendo el color identitario de la marca por excelencia.

FIZZ GREEN

ELECTRIC RED

BLAZE ORANGE

TANGERINE YELLOW

COLOR

PALETA SECUNDARIA

A los tonos anteriores, se les sumará una gama de colores más fríos para complementarla a la perfección y añadirle el toque más sensual, femenino y nocturno que la marca requiere. El negro será el eje central para componer texto y otros recursos.



FIZZ GREEN

ELECTRIC RED

BLAZE ORANGE

TANGERINE YELLOW

CAPRI BLUE

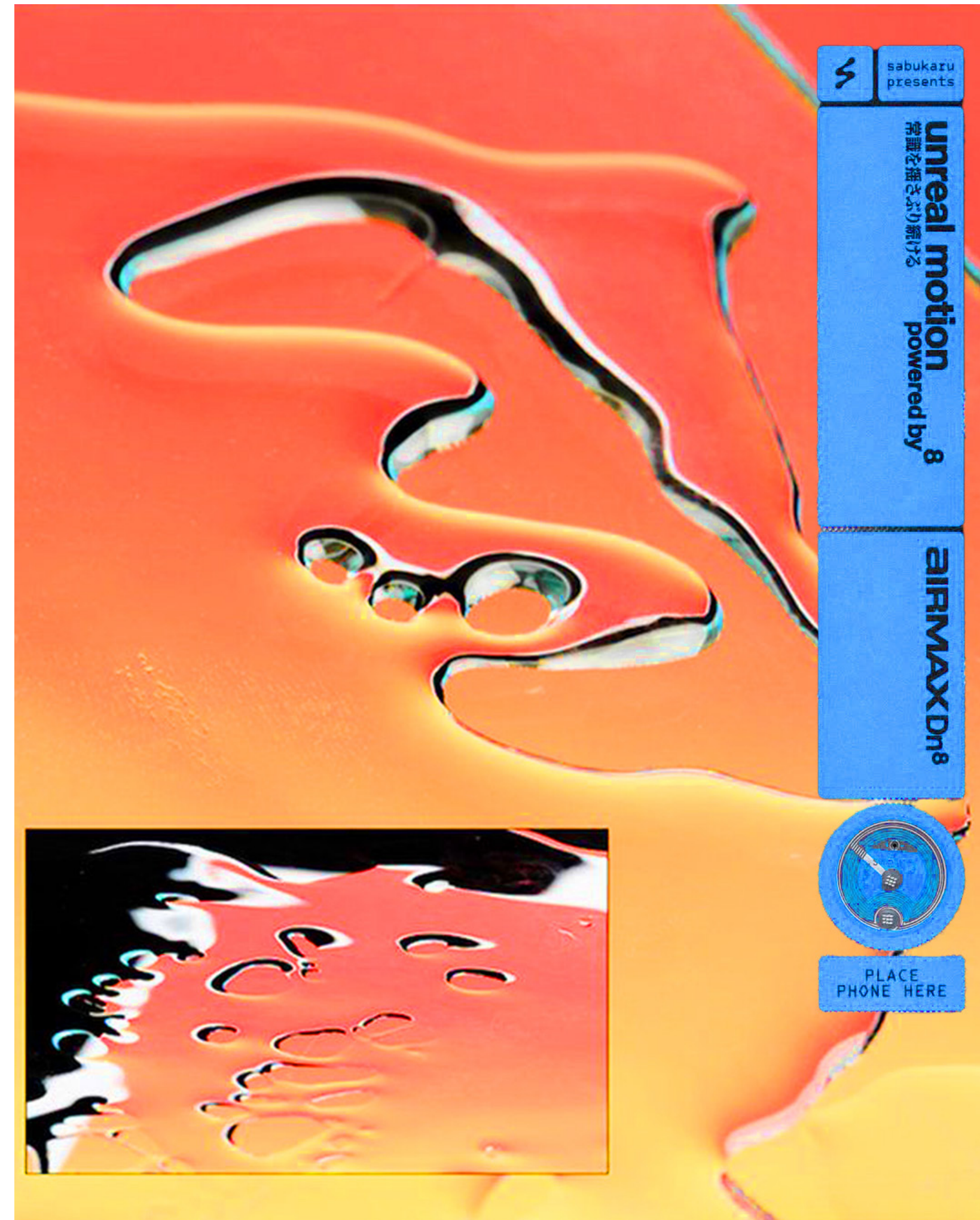
LIGHT PURPLE

NEON PINK

SISTEMA

SISTEMA EN "PASTILLA PEGATINA"

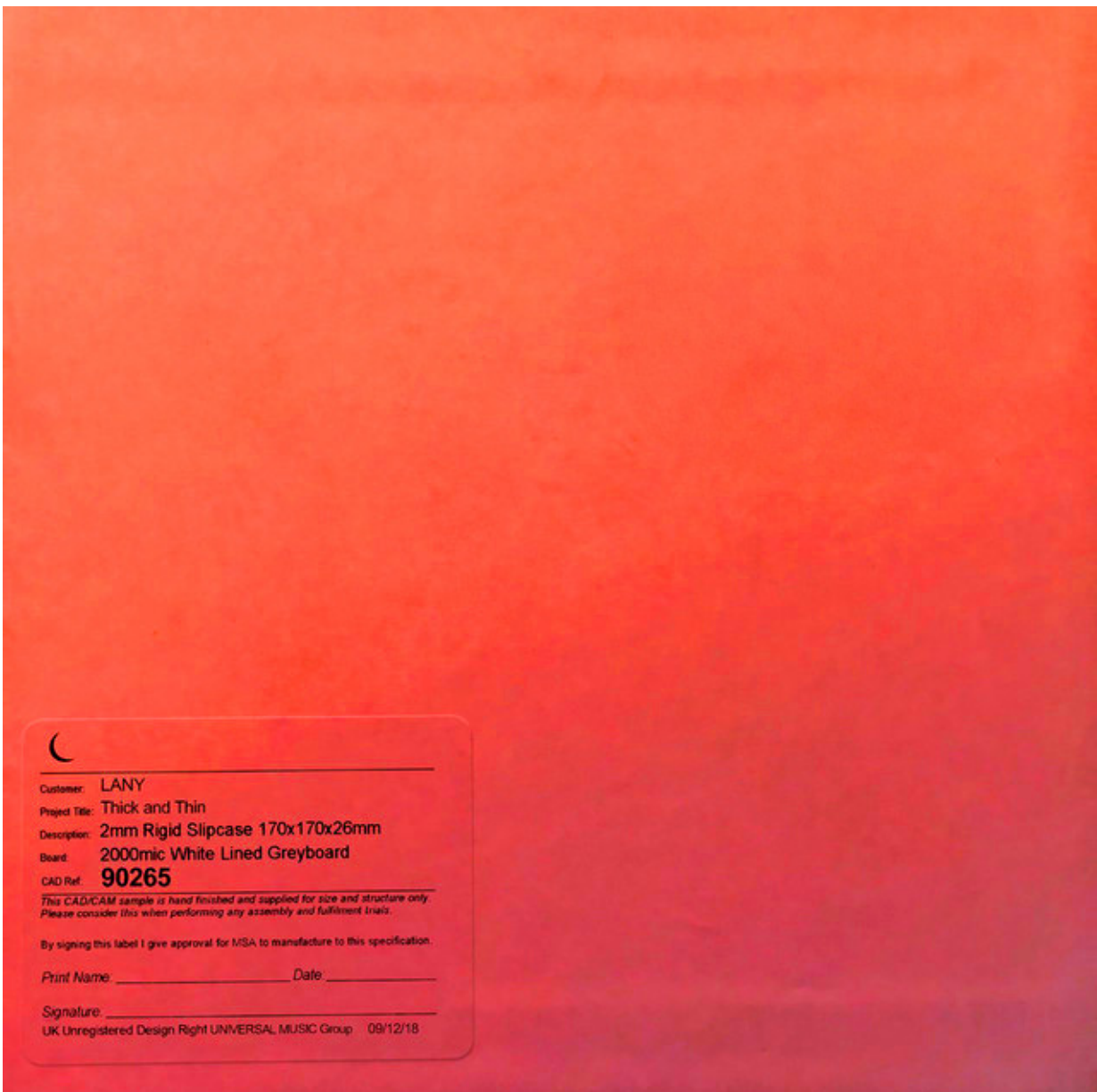
La marca se estructurará en un sistema funcional y adaptable, para poder componer todas las aplicaciones y colaterales que Lamango necesita. La idea es generar una grid que conjuge los elementos y la información en stickers que pueda ir sobre imagen, complementándolos en color y haciendo un todo armónico y relacionado más con el universo de la fiesta.



SISTEMA

SISTEMA SOBRE FOTO + PEGATINAS

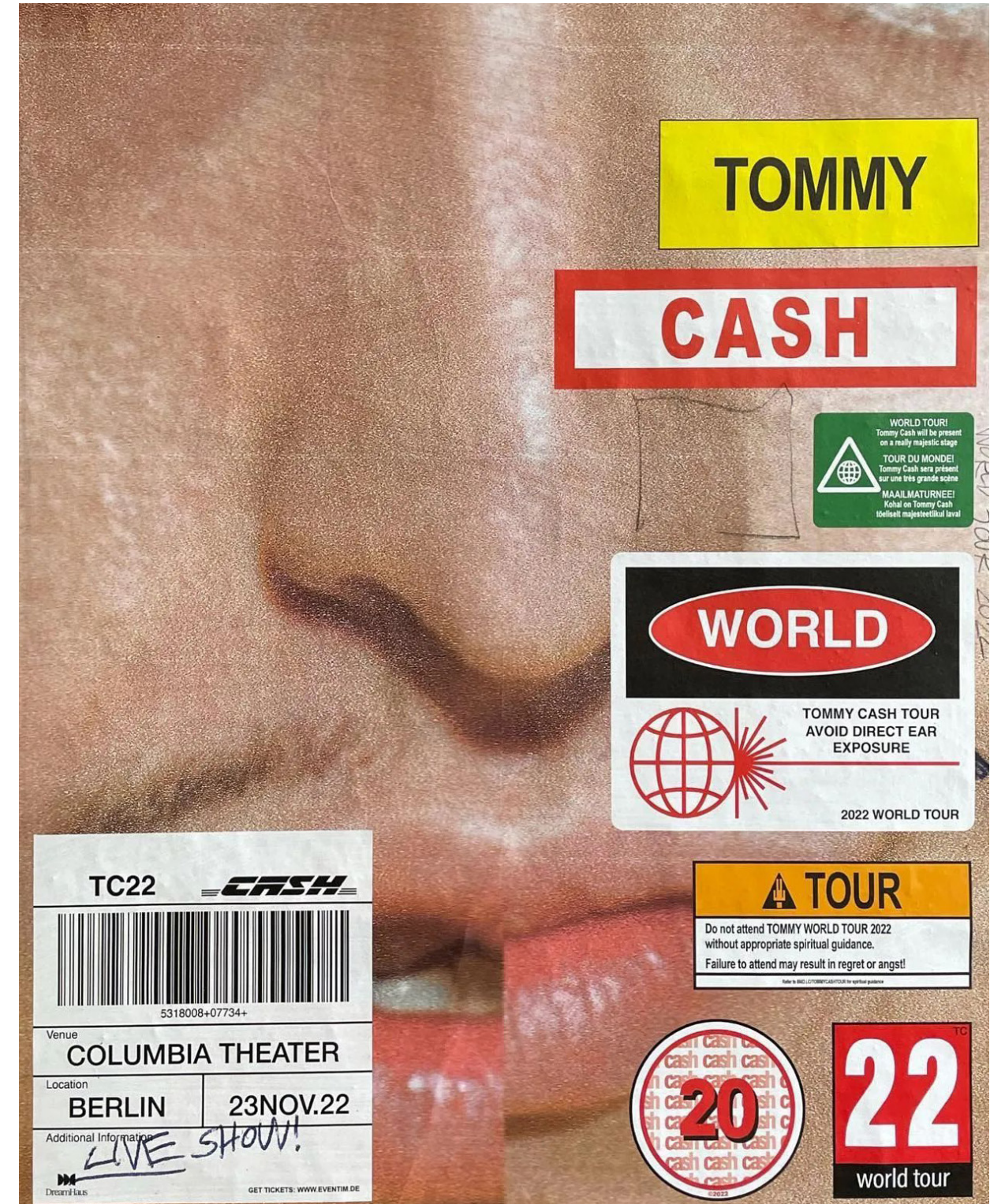
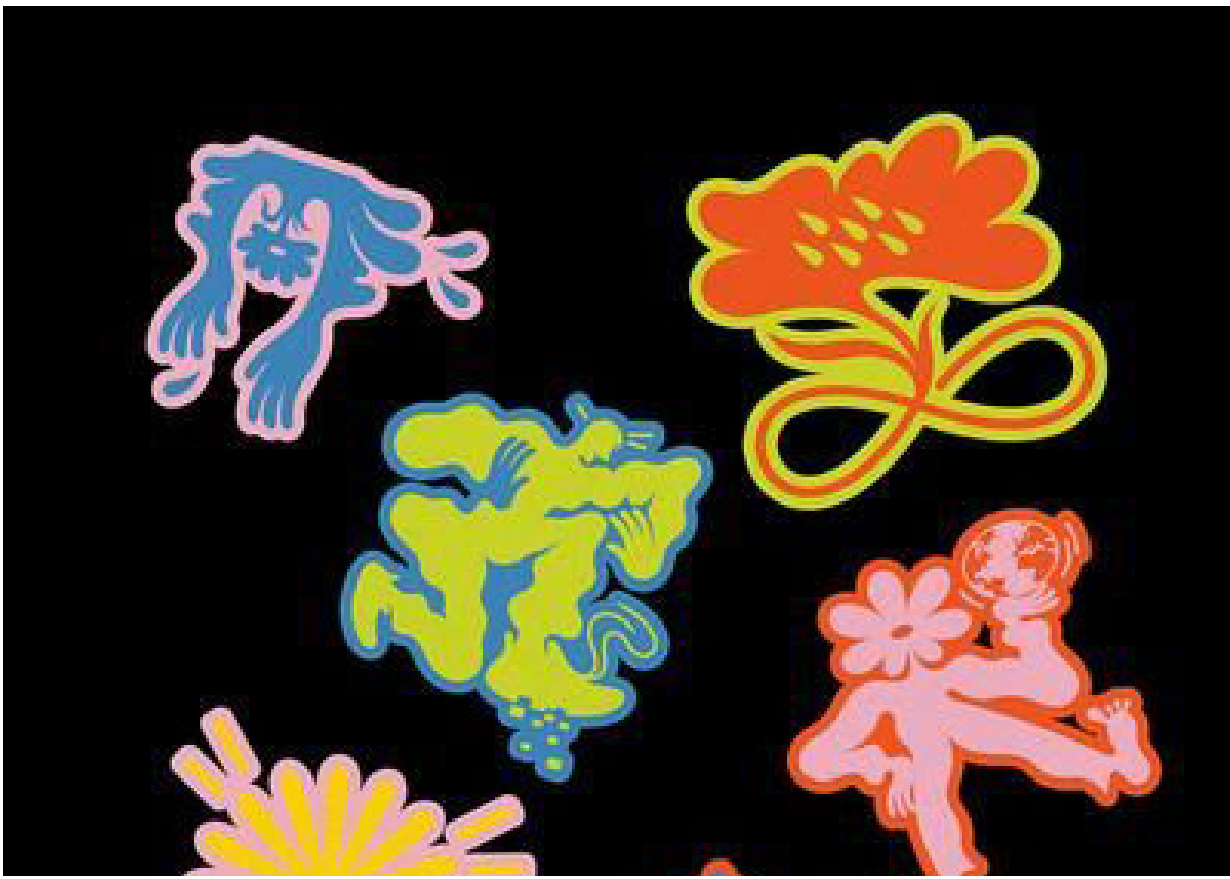
A su vez y de forma complementaria para ampliar la versatilidad de la marca, este sistema podrá ser colocado directamente sobre la foto, sin necesidad de encajarlos en un sticker. No obstante, podrá ser acompañado de otros stickers que puedan contener otra información o recursos indicativos de la fiesta, la temática etc etc. Incluso, jugar con la idea de sticker transparentes.



Customer: LANY
Project Title: Thick and Thin
Description: 2mm Rigid Slipcase 170x170x26mm
Board: 2000mic White Lined Greyboard
CAD Ref: 90265
This CAD/CAM sample is hand finished and supplied for size and structure only. Please consider this when performing any assembly and finished trials.
By signing this label I give approval for USA to manufacture to this specification.
Print Name: _____ Date: _____
Signature: _____
UK Unregistered Design Right UNIVERSAL MUSIC Group 09/12/18

SISTEMA

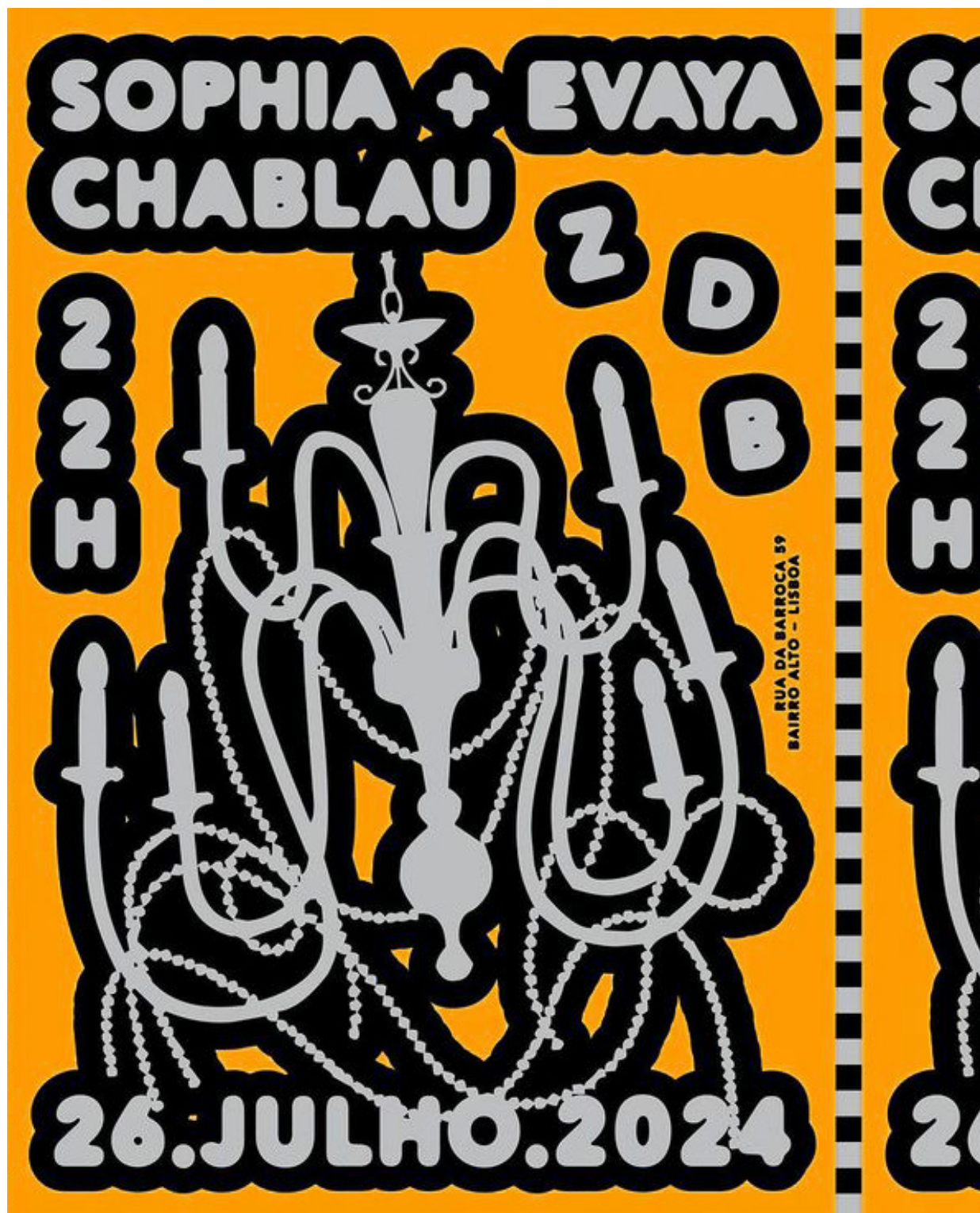
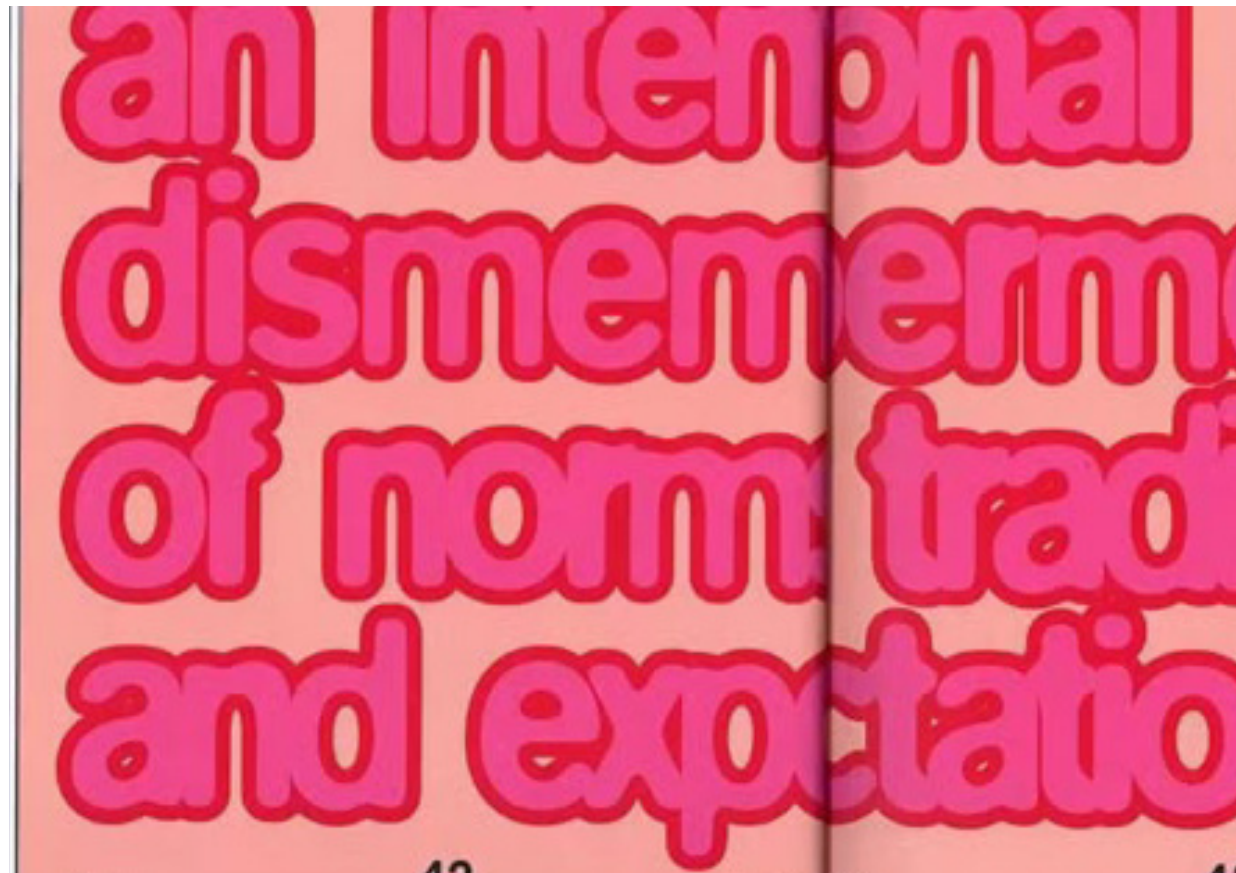
STICKERS La idea de los stickers no se quedará en el sistema funcional y contenedor de la información, sino que también podrán ser utilizados de una forma más visual y divertida, pudiendo componer imágenes con decenas de stickers superpuestos, ilustrados, con texto, elementos que indiquen la fiesta, logo de Lamango transformado etc.



RECURSOS

SILUETADO

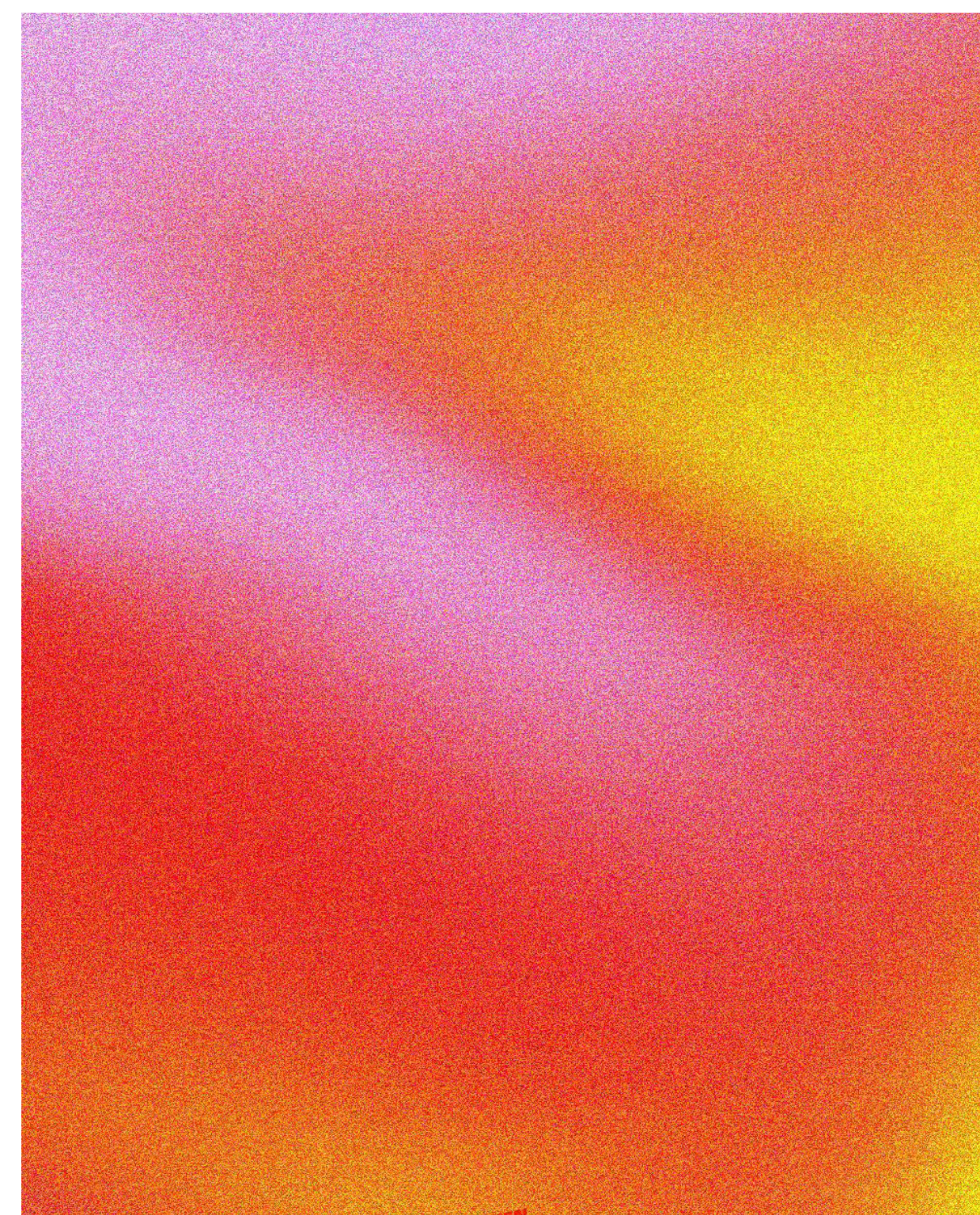
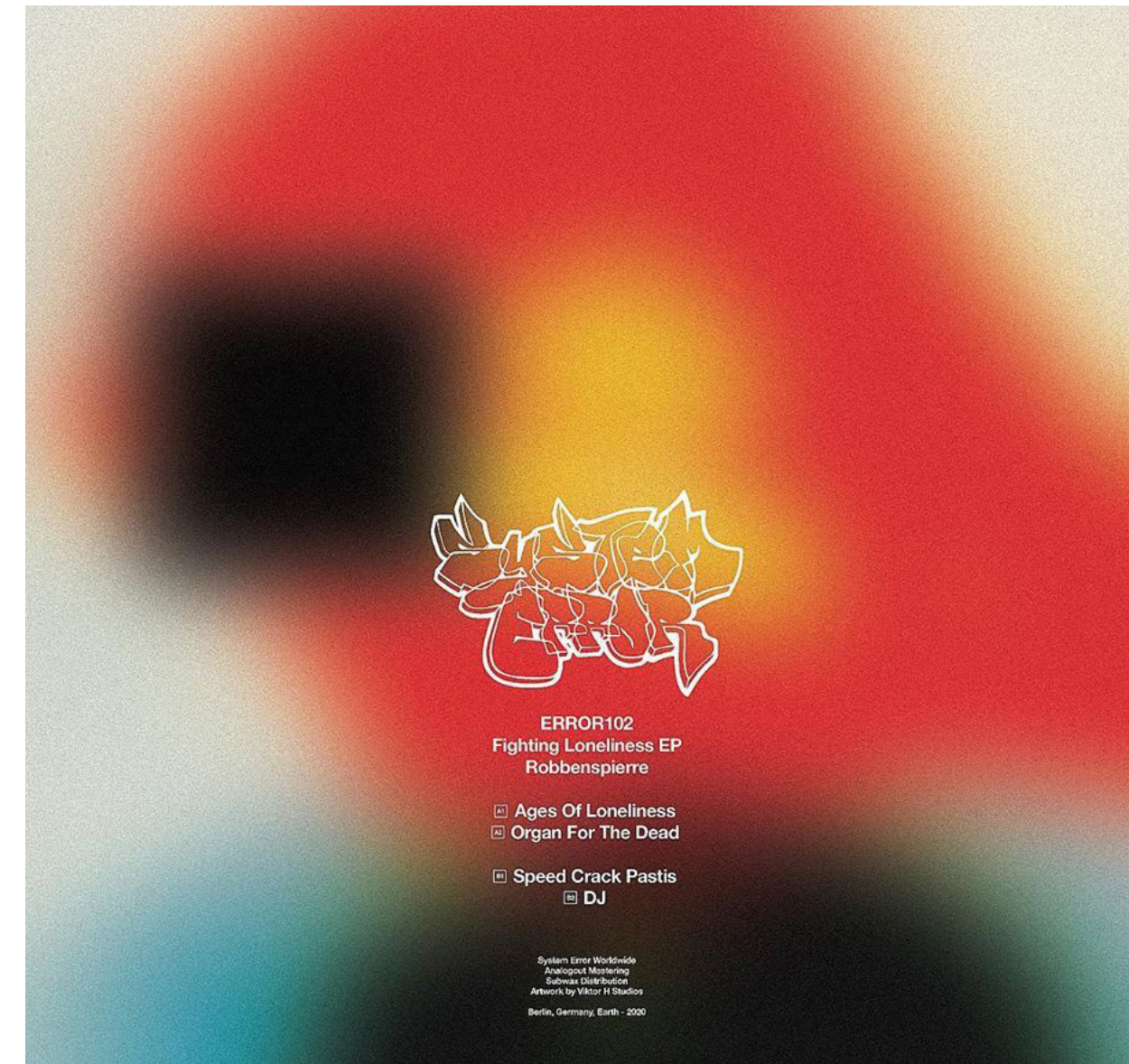
En cuanto a otros recursos que enriquecerán la identidad, será el silueteado de imágenes recortadas, de texto y de stickers. Este recurso viene dado por la naturaleza de las pegatinas en las que nos inspiramos. Podrá ser un recurso utilizado para artistas, line up, composición de sistema solo sobre fondo etc.



RECURSOS

Degradados con textura

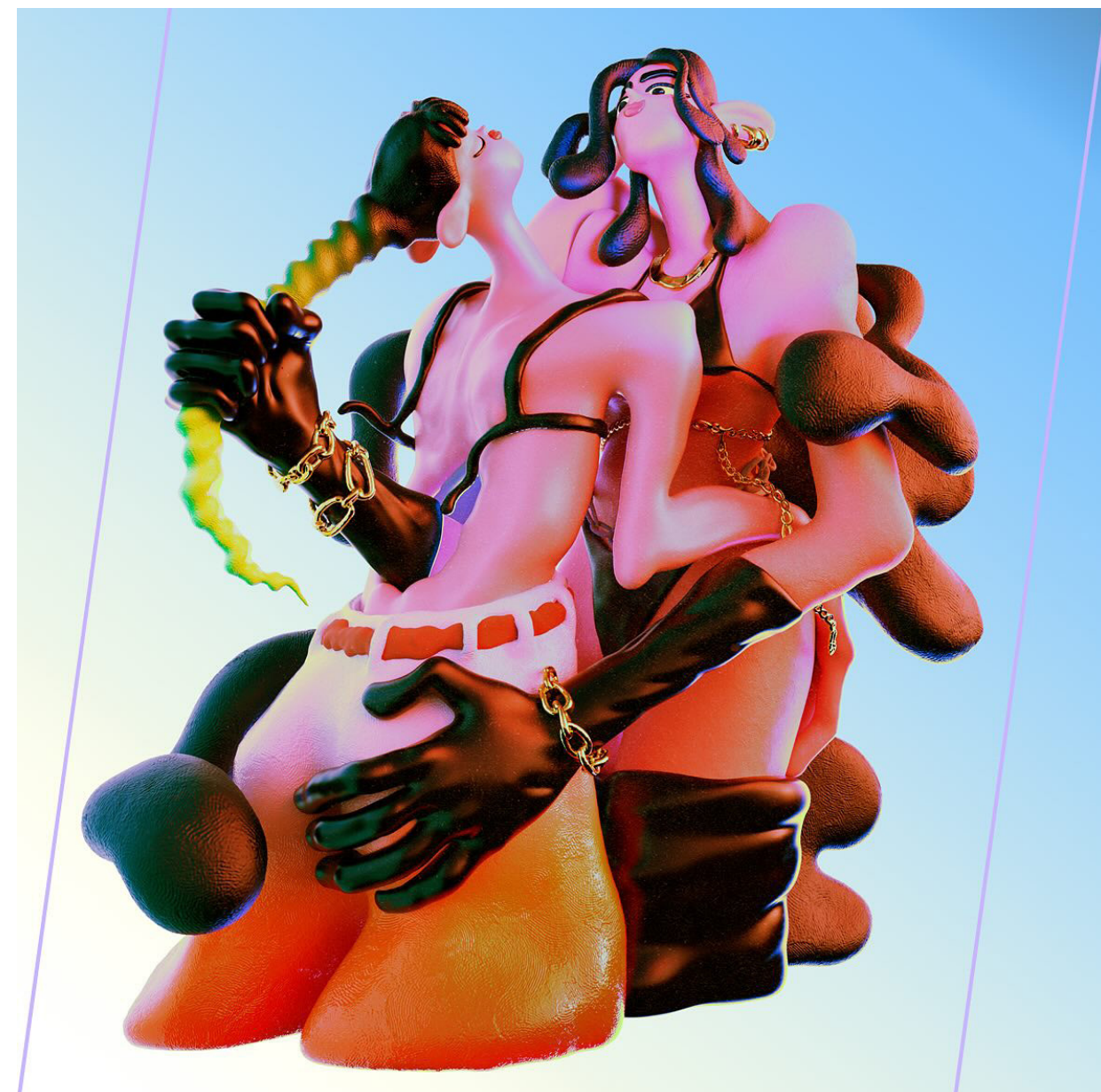
Como la propia piel del mango, nuestro universo estará compuesto con una gran presencia de degradados. Esto aportará una capa de modernidad, actualidad y frescura, pudiendo ser aplicado en fondos, ilustraciones u otros recursos.



ILUSTRACIONES

DIRECCIÓN DE ARTE

Las ilustraciones es una parte fundamental de la marca que no se ha de perder. Eso si, deberán estar muy alineadas con el concepto de la marca y respirar una atmósfera mucho más curada y coherente. Alejarse de lo infantil, sin perder lo naif. Hacerla más adulta y actual.



DUDAS

IDENTIDAD VERBAL:

Tras la eliminación del party, como escribimos la marca?

1 LAMANGO

2 LaMango

3 Lamango

4 La Mango

GRACIAS!
@alemphis