

briefing

O novo agregador do marketing



INÍCIO MARKETING PUBLICIDADE MEDIA COMUNICAÇÃO OPINIÃO CONVERSAS NO TIVOLI CRIATIVIDADE VÍDEOS VIRALBRIEF BOOKSBRIEF CONTACTOS

MYBRAND cria nova identidade da EJESA

13-Jan-2011



 **assinabrief**

- Assinar gratuitamente newsletter diária
- Assinar a edição impressa (toda a informação por apenas 85 euros)

A MYBRAND foi a empresa responsável pela criação da nova identidade da marca EJESA, grupo brasileiro de imprensa, que chega diariamente a mais de 3,5 milhões de leitores.

O grupo detém títulos nas áreas económica, desportiva, generalista e popular, como o Brasil Econômico, o Marca Brasil, o Meia-Hora e o Dia, respectivamente. A distribuição destes títulos é feita em suporte impresso e online, pretendendo em breve apostar noutros meios de comunicação, como a televisão e a rádio.

“Conscientes de que a marca institucional Ejesa está fortemente ligada à área económica e não reproduz a abrangência que lhe deveria ser associada, sendo no entanto um activo importante e já com algum reconhecimento no mercado, o desafio da MYBRAND passou por definir uma estratégia para a marca bem como uma expressão gráfica que se coadunasse com a forma como se pretendia que a mesma fosse assimilada pelas suas diferentes audiências”, conta a agência em comunicado.

A missão definida para a marca consistiu em “desenvolver e tornar acessíveis áreas como a informação, cultura e entretenimento no Brasil, tendo como referência os interesses e preferências das audiências e anunciantes”, conta a MYBRAND, adiantando que a aposta passou por alicerçar a marca em pilares como qualidade, inovação, independência e responsabilidade social.

“A proposta de valor oferecida pela marca expressa-se assim na ideia central ‘Upgrading your life’. É com base neste conceito e através da letra sigma ‘Σ’ que a expressão visual ganha vida. A décima oitava letra do alfabeto grego é usada na matemática como símbolo de um somatório”, explica a agência. “As formas utilizadas no logótipo projectam ideias como inovação, tecnologia e futuro. Já as linhas diagonais nomeadamente das letras ‘E’ e ‘A’, conferem à marca traços de personalidade como ambição, dinamismo e rigor. A cor escolhida, o preto, transmite seriedade e isenção (preto no branco)”, completa.



ARTIGOS RELACIONADOS