





AUXILIAMOS NOSSOS  
CLIENTES A CRIAR VALOR  
PARA SUAS MARCAS.  
SOMOS A PONTE  
ENTRE O IMAGINÁRIO,  
O ABSTRATO E A  
REALIDADE; DAMOS  
FORMA ÀQUILO QUE  
RESIDE NO PLANO  
DAS IDEIAS.



A **PONTODESIGN** É UM  
ESCRITÓRIO DE DESIGN GRÁFICO  
E COMUNICAÇÃO, FUNDADO EM  
2000, EM CURITIBA.



# LEAG

LOCAL EXPERT AGENCY GROUP

A **LEAG** é a primeira rede global de agências locais.

Foi criada para qualificar e potencializar a capacidade de operação e geração de negócios de parceiros selecionados.

Escolhida a dedo em cada localidade, a agência torna-se o **“Local Expert”** com exclusividade em sua região e trabalha em rede com dezenas de outras agências no Brasil e no mundo.



A **PONTODESIGN** REPRESENTA, EM CURITIBA, A **LEAG**, UMA REDE GLOBAL DE ESPECIALISTAS LOCAIS.

E·M·P·Ó·R·I·O  
ADEGA BRASIL

CORGRAF  
gráfica & editora

Dico Kremer  
Fotógrafo



Estância do Lago  
spa & wellness



FLINKPRINT  
Inovação em Impressão



GO4!  
consultoria de negócios

MICERVEJARIA  
GUADALUPE  
ARTEFANAL NA ESSENCIA

IG GRECA  
ASFALTOS



MARIANA  
GRAVON  
ARQUITETURA E INTERIORES

Sale Pepe  
buffet & eventos



ALGUMAS MARCAS QUE DESENHAMOS

E·M·P·Ó·R·I·O  
ADEGA BRASIL



CORGRAF  
gráfica & editora



Dico Kremer  
Fotógrafo



BRASSOL  
DISTRIBUIDORA



sistema de ensino  
Expoente



Fecomércio PR



VINÍCOLA  
FRANCO ITALIANO



GO4!  
consultoria de negócios

LUNA ) BLU  
MOTÉIS



WICERVEJARIA  
GUADALUPE  
ARTEFANAL NA ESSENCIA

Rocha  
Terminais Portuários e Logística  
desde 1984

IG GRECA  
ASFALTOS



ht:polímeros



QP  
QUÍMICOS & PLÁSTICOS

MARCOS MORITA  
• strategy • business • inspiration

RICCI  
locadora

MARIANA  
GRAVON  
ARQUITETURA & INTERIORES

UNI BRASIL  
Grupo Educacional  
FACULDADES INTEGRADAS  
DO BRASIL



Sale Pepe  
buffet & eventos

Tuper



Unimed  
Curitiba



ALGUNS DE NOSSOS CLIENTES

# DESIGN DE MARCAS

## **BRANDING**

Estratégias e ações para criação, posicionamento e gestão de marca.

## **DESIGN DE MARCA**

Desenho de marcas, identidades e desenvolvimento de todas as aplicações necessárias.

## **ARQUITETURA DE MARCA**

Estrutura, nomenclatura e relação entre diversas marcas e ou serviços em uma empresa ou grupo.

## **NAMING**

Pesquisa, análise e criação de nome para produto, serviço ou empresa.

## **PLANEJAMENTO DE MARKETING**

Consultoria para o estabelecimento de objetivos, metas e estratégias do composto de marketing, em sintonia com o plano estratégico geral da empresa.

## **PLANEJAMENTO DE COMUNICAÇÃO**

Criação, implementação e monitoramento de plano de comunicação contendo as estratégias, o clima, o tom e as ações de comunicação de uma empresa durante um período.

# DESIGN EDITORIAL

## **LIVROS**

Pesquisa, entrevista, redação, captação de imagens, conceituação, diagramação, arte final e acompanhamento de produção.

## **RELATÓRIOS DE GESTÃO**

Consultoria para estruturação de métodos de levantamento de informação e criação.

## **PERFIS INSTITUCIONAIS**

Consultoria para estruturação da forma adequada para apresentação de empresas e grupos.

## **INFORMATIVOS**

Pesquisa, análise de relevância de conteúdo, redação, diagramação e arte final de informativos e house organs.

## **REVISTAS**

Definição de linha editorial e editorias, captação de imagens, conceituação, diagramação, redação, arte final e acompanhamento de produção de revistas esporádicas ou periódicas.



# DESIGN DE WEB E INTERATIVO

## **ARQUITETURA DE WEBSITES**

Definição de estrutura, navegação e tecnologia adequadas.

## **CRIAÇÃO DE PLATAFORMAS WEB E SITES**

Desenvolvimento de sites, hotspots, bases de dados e portais.

## **ANIMAÇÕES E STOP MOTION**

Filmes e animações digitais tendo como base vídeos, imagens estáticas ou animações quadro a quadro.

## **IDENTIDADE VISUAL**

Criação de peças e elementos gráficos que identificam visualmente uma empresa, instituição, serviço, programa, produto, evento ou atividade.

## **FOLHETERIA**

Peças gráficas informativas ou promocionais, como folder, flyer, etc.

## **PROJETOS ESPECIAIS**

Criação de peças ou ações específicas para um fim, quase sempre para destacar a marca além do usual.

## **APPS**

Aplicativos para dispositivos móveis

## **PORTFÓLIOS E APRESENTAÇÕES DIGITAIS**

Versões eletrônicas de portfólio de produtos ou serviços e animação de apresentações corporativas.

## **REDES SOCIAIS**

Consultoria para ingresso, gestão e manutenção de relacionamentos em redes sociais.

## **EMAIL MARKETING**

Criação, redação, construção e disparo de peças e campanhas via e-mail marketing.

# DESIGN GRÁFICO

## **SINALIZAÇÃO**

Arranjo de elementos gráficos que ambientam e transmitem informações ao público.

## **EMBALAGEM**

Design de embalagem, rótulo, sacolas ou sistemas de embalagens como um todo.

## **PDV**

Ambientação do produto dentro da loja, destacando-o do restante, o que lhe oferece maior visibilidade e facilita a aquisição pelo consumidor.



design de identidade  
PAPELARIA  
PONTODESIGN

design de identidade

# CARTÃO DE VISITAS DICO KREMER



## BRIEFING:

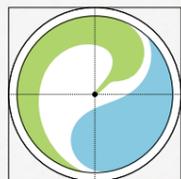
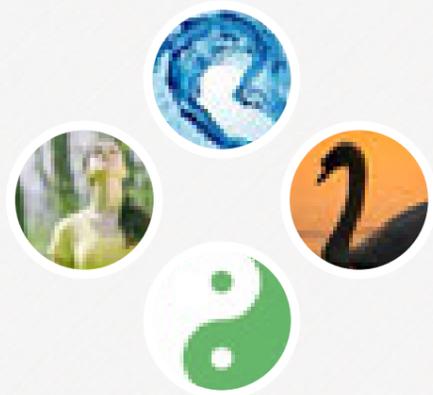
A fotografia evolui em alta velocidade. As câmeras digitais chegaram para ficar e já superaram a qualidade dos processos analógicos. Mas há algo que permanece insubstituível: o olho do fotógrafo. Novas tecnologias surgem, mas nada substitui a sensibilidade para captar uma boa imagem. O cliente, Dico Kremer, é um fotógrafo publicitário de renome, com origens alemãs. Em seus 30 anos de experiência acompanhou esta evolução e precisava de um cartão de visita que pudesse expressar seus conhecimentos e mostrar que ele está ao par com a inovação e a tecnologia.

## SOLUÇÃO:

O novo é novo só porque ele substitui algo pré-existente. Na fotografia, isso é ainda mais forte, mas existem algumas poucas coisas que conseguem migrar do antigo ao "cult". A câmera Leica é uma delas. Sua marca é sinônimo de boa fotografia. Desde Bresson, essas câmeras estão no imaginário dos amantes da fotografia. A maioria dos diretores de arte (que são os que contratam fotógrafos publicitários) nunca trabalhou com Leica, mas conhecem e respeitam a história da marca. É por isso que usamos o corpo de uma câmera Leica e criamos o cartão de visita sobre ele.

## RESULTADOS:

O cartão impressiona quem o recebe. O papel metálico utilizado, as texturas e o look realista conectam as pessoas ao universo de boas imagens. O cartão mini câmera também é lúdico: algumas características, como o lettering da máquina (que foi alterado) e uma roda interna, que mostra todos os diferentes tipos de imagens e serviços que ele pode produzir (através da lente), entretém os usuários. O cartão de visita faz as pessoas entenderem, que a tecnologia evolui, mas o que é bom - como o olho do fotógrafo - é para sempre.



Estância do Lago  
spa & wellness



# design de identidade REDESENHO IDENTIDADE ESTÂNCIA DO LAGO

## BRIEFING:

O tempo traz experiência e credibilidade a uma marca, mas também exige renovação e atualização. O SPA do Lago, criado em 1985, foi ampliando seu conceito; a clínica de emagrecimento evoluiu e passou a oferecer bem-estar aos hóspedes. Precisava de uma identidade que refletisse isso.

## SOLUÇÃO:

A nova marca traduz o atual momento da Estância; busca de qualidade de vida, equilíbrio, harmonia, além de cuidado e atenção. Ela traz elementos que representam o SPA, presentes na natureza, como o cisne, a gota d'água e o Yin- yang, que representa o equilíbrio.

## RESULTADOS:

A marca conseguiu transmitir a essência da Estância do Lago sem perder sua história. Uma identidade completamente nova e atual renovou a comunicação entre o cliente e seu público, reposicionando o cliente no segmento "wellness".

design de identidade

REDESENHO

IDENTIDADE

RESTAURANTE

SALE PEPE

### BRIEFING:

Revitalizar a identidade visual; transmitir a atmosfera interna da casa para os pontos externos de contato com o público.

O Sale Pepe, restaurante gourmet a quilo, tem boa comida, boa localização e ambiente agradável. Diferente dos buffets a quilo, a casa convida para um almoço tranquilo, em boa companhia, regado a um bom vinho. Isso precisava ser transmitido.

### SOLUÇÃO:

A marca ganhou nova roupagem sem perder sua essência. Da decoração da casa trouxemos o azul turquesa, uma vibração que precisava ser explorada. Essa cor foi adicionada à identidade e foi o elo entre arquitetura e a comunicação visual. Embora bem localizado, a fachada era recuada e tímida. Para resolver, foram criados painéis com fotos conceituais da casa, levando para fora a atmosfera do lugar.

### RESULTADOS:

Mais visibilidade resultou em maior público. Além de ganhar presença em uma rua da cinza Curitiba, com a comunicação acertada o Sale Pepe aumentou a divulgação de seu espaço para eventos, ampliou o ticket médio e materializou o conceito proposto: "sirva-se de bons momentos".

*Sale Pepe*  
buffet & eventos



SALE PEPE  
BUFFET



*Sale Pepe*  
buffet & eventos





design de identidade  
REDESENHO  
IDENTIDADE FEPE

### BRIEFING:

A Fepe atua como provedora de melhoria na qualidade de vida de crianças com deficiência e também na prevenção com diagnósticos de males congênitos que causam doenças mentais. Mesmo com toda história, possuía uma identidade defasada e pouco condizente com a missão da instituição. O briefing era a criação de uma nova marca, condizente com sua essência, capaz de encantar quem entrava em contato com ela, e que colocasse a instituição no mesmo nível de identificação de outras instituições do terceiro setor, muito mais atuais e inspiradoras.

### SOLUÇÃO:

Ao invés de criar apenas uma marca, criamos uma história, com personagens, cores e expressão. A tipografia foi modernizada dando legibilidade e beleza a marca, as cores antigas foram vitalizadas e o símbolo foi transformado em uma turma divertida e emocionante, que representa todos os quatro pilares essenciais da instituição - saúde, educação, prevenção e inclusão. Os personagens, nomeados com as iniciais da instituição (Fabinho, Edu, Pepita e Elias) contam histórias e ajudam as pessoas a entenderem cada tipo de trabalho feito pela Fepe. No final, temos uma marca cheia de significado e simpatia.

### RESULTADOS:

A marca emocionou os diretores da instituição e foi aceita com muita alegria por todos que a viram. A instituição passou a divulgar a nova identidade e a ganhar visibilidade e destaque entre as outras instituições do setor.



## saúde



**Fabinho**

Uma criança alegre e cheia de saúde. Fabinho sofreu de Hipotireoidismo Congênito e faz tratamento para poder ter uma vida alegre e cheia de sonhos. Falando em sonhos, Fabinho sonha em ser médico para ajudar as crianças assim como a Fepe faz. Quando está presente em um material da Fepe ou em conjunto à marca, ele representa a saúde, a qualidade de vida e o bem estar.

## educação



**Edu**

Aluno nota 10 em qualquer atividade, Edu é excelente em matemática e adora desenhar. Tem Anemia Falciforme, mas mesmo com todas as dificuldades nunca deixa de participar das aulinhas e está sempre com sorriso no rosto. Quando crescer, Edu sonha em ser professor. Quando Edu aparece é porque estamos falando de educação.

## prevenção



**Pepita**

Uma menina sapeca e agitada que está o tempo todo cantando. Gosta de ajudar em tudo. Se tem uma coisa que ela gosta é de brincar, mas sempre cuida pra que ninguém se machuque. Pepita tem Fibrose Cística, mas graças a Fepe ela está sempre disposta. Ela é nossa representante quando o assunto é prevenção.

## inclusão



**Elias**

Esse garoto inteligente e habilidoso adora fazer amigos e é muito curioso. Por causa de uma doença congênita, usa uma cadeira de rodas para se movimentar. Assim como gosta de fazer amigos, Elias é querido por todos e está sempre pronto para participar de novas aventuras e atividades. Elias é a criança feliz que está sempre com a gente quando falamos de inclusão.

branding

TROPICALIZAÇÃO  
MARCA COLD  
STONE CREAMERY

### BRIEFING:

Cold Stone Creamery é uma marca americana de sorvetes e está entre as 3 maiores do mundo. Presente em 25 países com mais de 2100 lojas, em 2012 veio para o Brasil. O "look & feel" Cold Stone era muito americano e era preciso adequar a identidade para o mercado brasileiro.

### SOLUÇÃO:

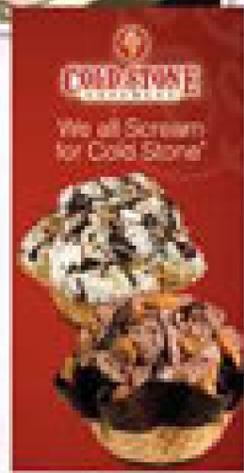
Foi realizada uma análise para entender a marca e o relacionamento que ela construiu. A essência da marca no mundo foi adequada ao segmento de mercado que a empresa queria ocupar no Brasil. Foram definidos padrões e a partir disso foi criado o Brand Essence Book, submetido e aprovado pela matriz americana.

### RESULTADOS:

A partir daí foi possível construir uma identidade visual consistente, conectando-a com os brasileiros sem deixar de trazer toda a essência que a marca possui pelo mundo. Em menos de um ano de Brasil, a marca foi entendida e tem um nível de engajamento com seus clientes muito maior que os principais concorrentes, alguns deles com mais de 20 anos.

# COLD STONE

CREAMERY





CERVEJARIA  
**GUADALUPE**  
ARTESANAL NA ESSÊNCIA

design de embalagem

## RÓTULOS CERVEJA GUADALUPE

### BRIEFING:

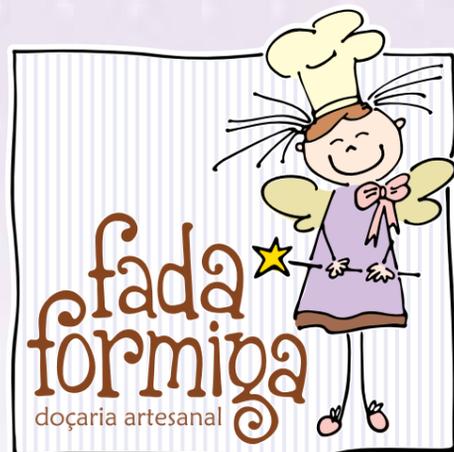
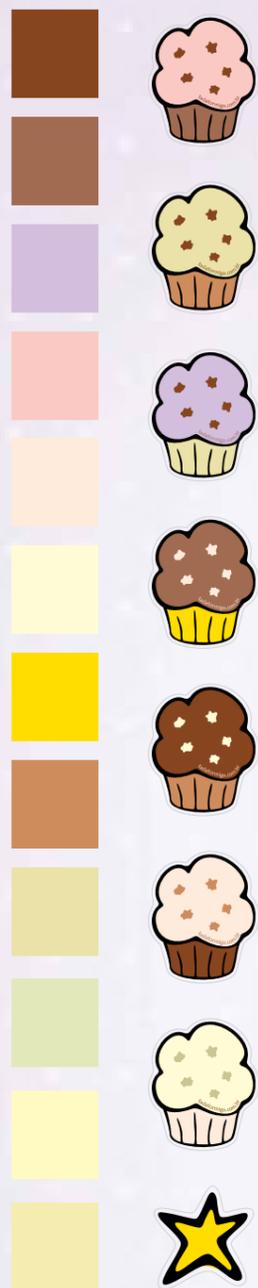
A Cervejaria Guadalupe surgiu em 2013 com uma proposta clara e muito forte, ser uma cerveja puramente artesanal e essencialmente única. No início da produção a cerveja não possuía rótulo ou identidade e essa foi o pedido da empresa para a pontodesign. A linha de cervejas artesanais precisava de uma identidade que falasse com o nome e uma linha de rótulos que expressassem de forma impactante os diferenciais de cada tipo de cerveja produzida, mantendo uma unidade entre a linha toda. A exigência maior é que estes rótulos não gerassem grandes custos, pois a escala de produção da cerveja, por ser artesanal, é pequena e exclusiva.

### SOLUÇÃO:

Para desenvolver a identidade, foram buscadas referências que fizessem alusão ao universo latino do nome e que ajudassem a dar uma cara para cada um dos tipos de cerveja. Usando bases de máscaras Maias e uma linguagem característica de essência e originalidade desse povo, desenvolvemos quatro rótulos com identidade própria, usando elementos derivados das máscaras de deuses. Cada máscara representa a sensação do sabor e das características da cerveja. Ao olhar o rótulo é possível relacionar, através dos desenhos, das máscaras e das cores, o sabor e essência de cada uma. Todas as informações foram concentradas em apenas uma etiqueta para reduzir o custo, e com a produção feita com a melhor tecnologia de recorte e impressão impermeável, o rótulo ganhou qualidade visual e eficiência.

### RESULTADOS:

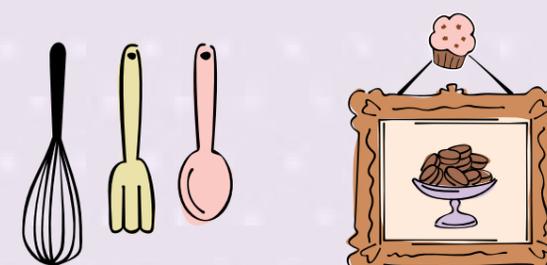
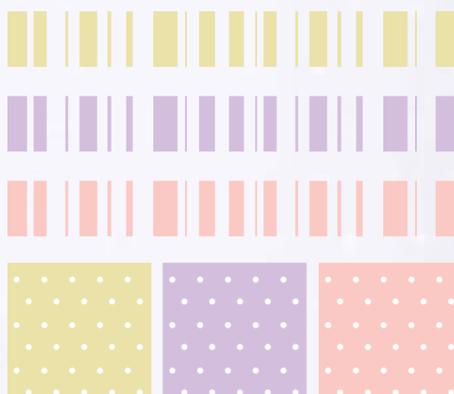
A identidade e os rótulos foram um sucesso com os clientes da marca de cervejas. Com a criação da identidade, a marca expandiu a divulgação de seus produtos pelas redes sociais e pontos de venda, aumentando assim a demanda. As cervejas passaram não só a tirar elogios dos degustadores pelo seu sabor como também pela sua identidade.



são 40 linhas para cada largura de marca



padrões de listras e fundos



## branding e embalagem IDENTIDADE E EMBALAGENS FADA FORMIGA

BRONZE NO PRÊMIO COLUNISTAS DESIGN  
PARANÁ 2011

### BRIEFING:

A identidade visual deveria transmitir o cuidado e carinho com os quais as gulodices da Doçaria Artesanal são preparadas. Como o nome é lúdico e sugere algo divertido, a marca deveria ser leve, simpática e remeter à magia que acontece na cozinha.

### SOLUÇÃO MARCA:

Foi criada então uma simpática personagem para representar a fadinha quituteira. Textura com muffins e padrões de listras complementam a identidade e dão um ar de sofisticação aos materiais, valorizando o cuidado que a marca tem com os produtos.

### SOLUÇÃO EMBALAGEM:

O sistema contempla 4 embalagens de tamanhos distintos e dois berços, todas relacionadas através de um sistema modular. As caixas obedecem a alguns requisitos: peça única, de fácil estocagem e montagem, sem necessidade de cola ou amarração.

### RESULTADOS:

O resultado da identidade Fada Formiga é divertido, alegre e transmite o conceito da marca, valorizando os produtos. O sistema de embalagens conseguiu contemplar a diversidade de itens dentro do baixo custo que era necessário.



design de embalagem  
EMBALAGENS  
TENDER CERATTI



design de embalagem

## EMBALAGENS PAPERTECH

### BRIEFING:

A Papertech, nova marca de papel brasileira, precisava de uma linha de embalagens com identidade e design para apresentar seus produtos, ainda não conhecidos do público, com eficiência e impacto.

### SOLUÇÃO:

Uma linha colorida, com um design diferente de tudo que há no mercado foi desenvolvida para dar identidade e unidade a todos os produtos a serem lançados. Em conjunto ou individualmente as embalagens atraem imediatamente o olhar.

### RESULTADOS:

São mais de 18 embalagens que ganharam o carinho dos consumidores e tornaram-se exemplo de como expressar bem a qualidade de um produto tão simples.



case de design  
promocional

## I'M A PAPER BAG - 1

★ GRAND PRIX NO PRÊMIO COLUNISTAS  
DESIGN - PARANÁ 2012

🏆 OURO NO PRÊMIO COLUNISTAS  
DESIGN - BRASIL 2012

🌟 SELECIONADA PARA A 10ª BIENAL  
DE DESIGN - ADG 2013

### BRIEFING:

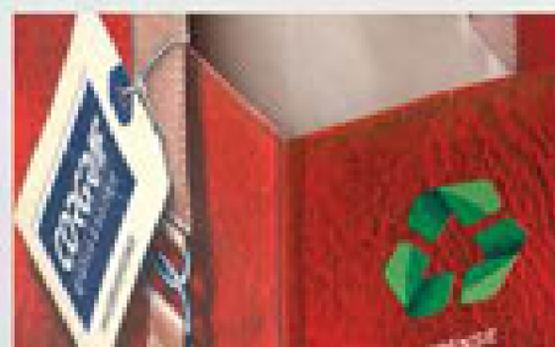
A Corgraf, indústria gráfica de médio porte, precisava comunicar a seus clientes a obtenção da certificação FSC, que garante a origem e sustentabilidade das matérias primas e dos processos utilizados.

### SOLUÇÃO:

Era preciso comunicar isso de uma forma realmente sustentável. Ao invés do folder originalmente solicitado, foi criada uma linha de três sacolas de papel, 100% reutilizáveis e 100% amigas do meio ambiente. A mensagem "Eu sou uma sacola de papel" brinca com as sacolas "Eu não sou uma sacola de plástico", que não são de plástico, mas nem por isso são ecologicamente corretas. As sacolas de papel colocam em cheque o mito que desestimula o uso desta matéria prima.

### RESULTADOS:

São mais de 18 embalagens que ganharam o carinho dos consumidores e tornaram-se exemplo de como expressar bem a qualidade de um produto tão simples.





case de design  
promocional

## I'M A PAPER BAG - 2

### BRIEFING:

Com o sucesso do primeiro Kit de sacolas "I'm a Paper Bag", a Corgraf resolveu criar uma segunda linha para o ano de 2014. A tarefa era criar algo novo, que novamente demonstrasse toda a capacidade e qualidade de impressão que a Corgraf possui em seus impressos.

### SOLUÇÃO:

A Pontodesign criou modelos que remetem ao universo da moda e do estilo seguindo as maiores grifes e tendências fashion. Esses três diferentes designs expressam a qualidade de impressão e de tecnologia de recorte, dobra e acabamento que a Corgraf possui. As três peças são resistentes e bonitas e também têm como grande diferencial serem de papel e ecologicamente corretas.

### RESULTADOS:

A nova linha de sacolas Corgraf agradou a todos, pois seus estilos e modelos se adequaram a todos os gostos. Além de serem consideradas lindas e muito úteis por quem as recebeu, as sacolas passaram a servir como exemplo de qualidade de impressão da Gráfica. O número de sacolas esgotou logo no primeiro mês e os pedidos continuam a crescer.

ANOTE A  
ESTAMOS DE SEDE NO A  
**UNGRAF**  
de impressão e acabamento

Atendimento de segunda a sexta, de  
segunda a sexta, das 08h às 18h  
FONE/FAX: (41) 3675-6262  
CNPJ - BR 403-640 - PARANÁ

A DO TRABALHO  
AMADOR.

MUDAMOS PARA UM ENDEREÇO MAIS BEM  
SIE AINDA ESTÁ NA FAZDE DE ACABAMENTO,  
MAS VOCÊ JÁ PODE FAZER UMA  
VISITA PARA TIRAR A PRESSÃO E  
TER UMA FOLHA DE IMPRESSÃO.

VENHA TOMAR UM  
CUPIM COM AQUISTE.



LUGAR NOVO,  
EQUIPAMENTOS NOVOS  
E MUITO ESPAÇO PARA PROFISSIONALISMO  
**É NA UNGRAF**

design promocional  
CORGRAF CAIXA  
DE MUDANÇA



mala direta

## TORPEDO CORGRAF

III MEDALHA DE PRATA NO PRÊMIO COLUNISTAS  
PROMOÇÃO - PARANÁ 2010

### BRIEFING:

A Corgraf, gráfica paranaense, estava de mudança para seu novo endereço e parque gráfico, e precisava informar para seus clientes, fornecedores e parceiro sobre como os encontrar.

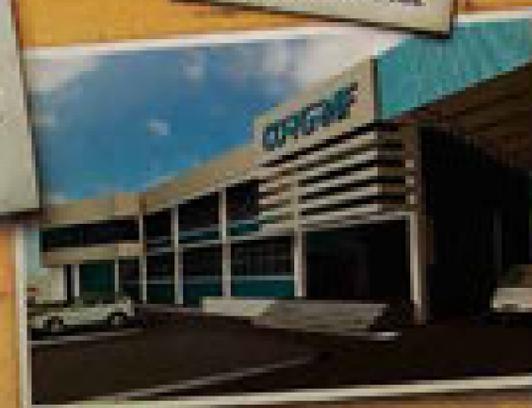
### SOLUÇÃO:

Para resolver o problema e atender ao pedido de forma criativa e diferente, a Pontodesign entendeu que mais do que mandar uma mensagem ou um torpedo, era preciso impressionar com criatividade e qualidade gráfica, diferenciais dos materiais produzidos pela Corgraf. Para isso, ao invés de um torpedo, a Pontodesign resolveu enviar um torpedo impresso, fotografando peças reais em alta resolução e imprimindo com as mais novas tecnologias gráficas do mercado. Os detalhes do torpedo e da caixa trazem as informações completas de como encontrar a Corgraf em sua nova casa, como número de telefone, endereço e mapa.

### RESULTADOS:

A mala direta impressionou os clientes e parceiros da Corgraf, sendo vista, em vários aspectos, como inovadora. A Corgraf, deste modo, além de usar o material como informativo, também passou a adotá-lo como parte do portfólio de apresentação, pelas características de qualidade do impresso. A mala direta também foi premiada com medalha de prata no Prêmio Colunistas Promo 2010.

ATENÇÃO: ESTAS SÃO  
AS COORDENADAS DE NOSSO NOVO QG.



TEL: 41 3012-5000  
FAX: 41 3012-5050





### BRIEFING:

Todos os anos o Grupo Corgraf presenteia seus clientes e fornecedores com seus calendários estrelados pelo seu mascote, o Senhor Sorriso. Para 2014 a proposta era trabalhar algo a mais, e fazer um calendário que inspirasse as pessoas falando sobre amor.

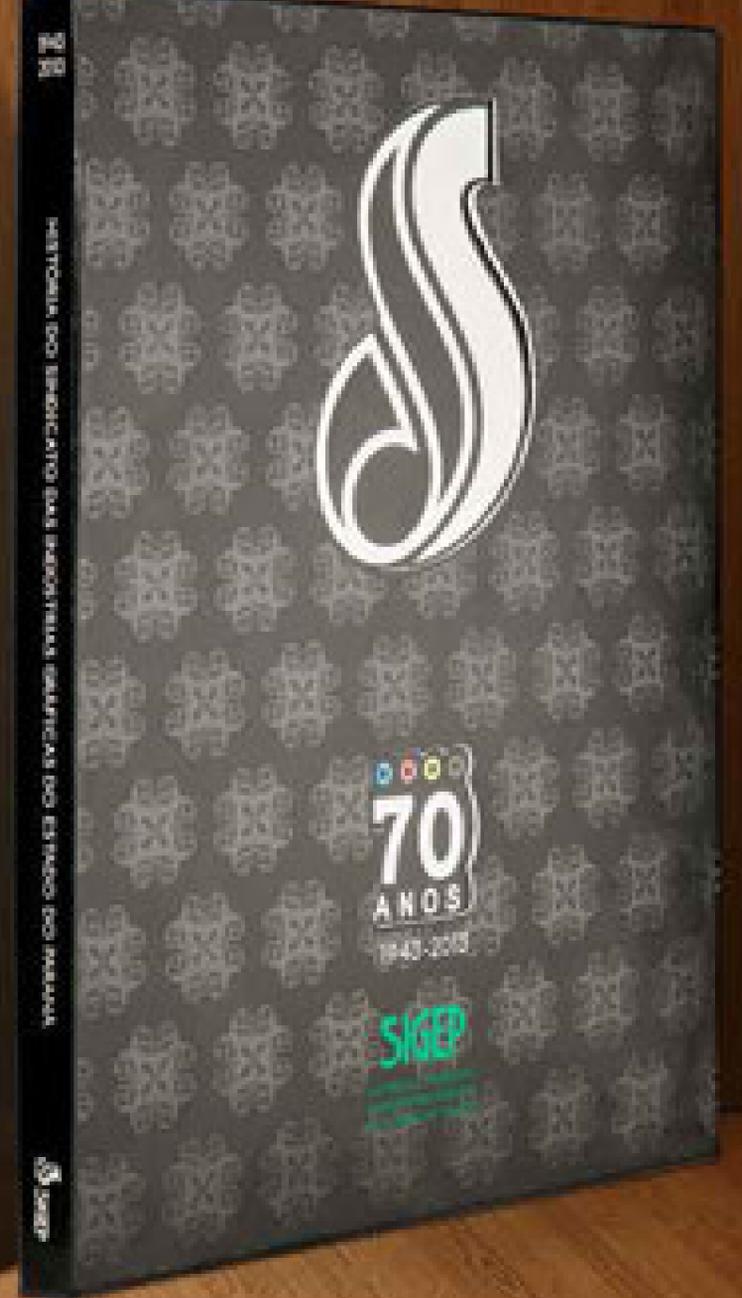
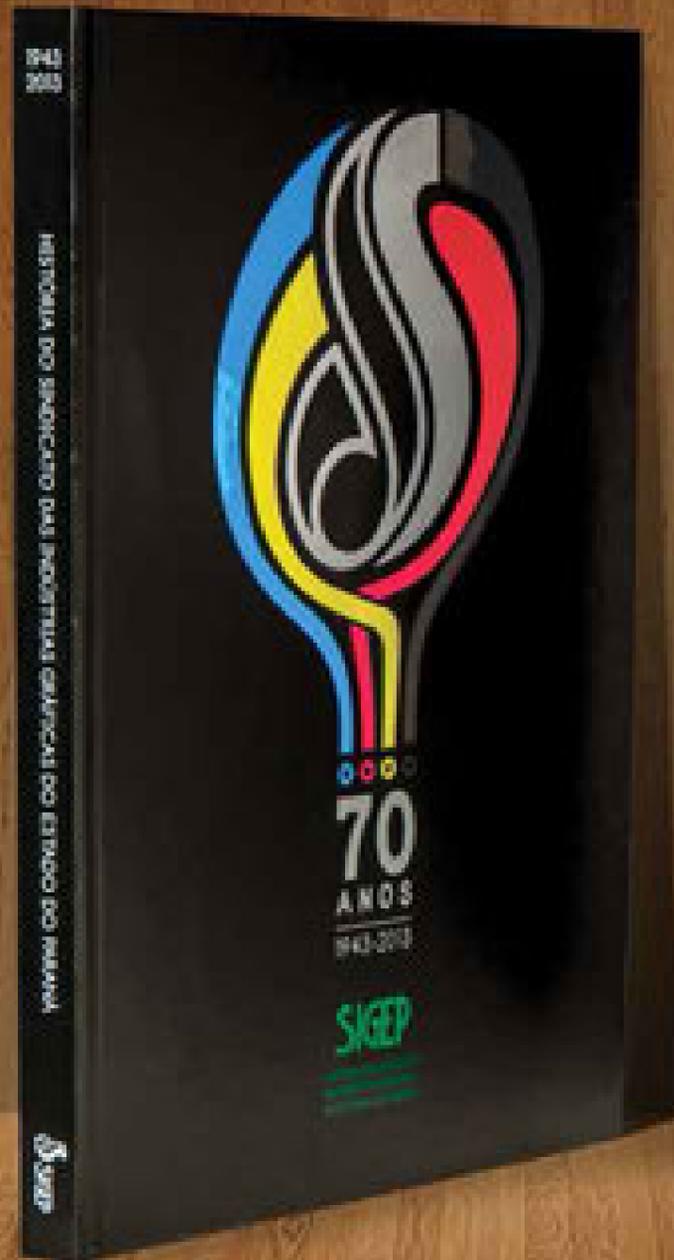
### SOLUÇÃO:

Para montar o calendário foram desenvolvidas ilustrações divertidas que falam de amor. Para dar o sentido que à peça precisava, a Pontodesign desenhou um sistema de embalagem capaz de fazer o presenteado pensar no que é o amor de verdade. Projetado de modo a se tornar um

vaso, o kit do calendário foi composto por um pequeno saco de terra fértil e de um pequeno punhado de sementes de Amor Perfeito. Para estimular as pessoas a entender que o amor é algo que precisa ser plantado e cuidado - "Em 2014, cultive o verdadeiro amor".

### RESULTADOS:

O calendário se tornou febre entre os clientes, e em poucos meses todas as mais de 800 unidades já haviam acabado, e os pedidos para a gráfica continuavam constantes. O resultado mais marcante foram os relatos sobre como as pessoas reagiram ao receber o presente, muitos se emocionaram e outros se apaixonaram pela alegria do material, e em todos os aspectos, a peça se tornou muito mais do que apenas um calendário.



design editorial

## LIVRO SIGEP 70 ANOS

### BRIEFING:

O Sigep - Sindicato das Indústrias Gráficas do Estado do Paraná, prestes a completar 70 anos de história em 2013, buscava uma forma de apresentar toda sua memória de forma única para seus associados, passando ao mesmo tempo as ideias de tradição e futuro.

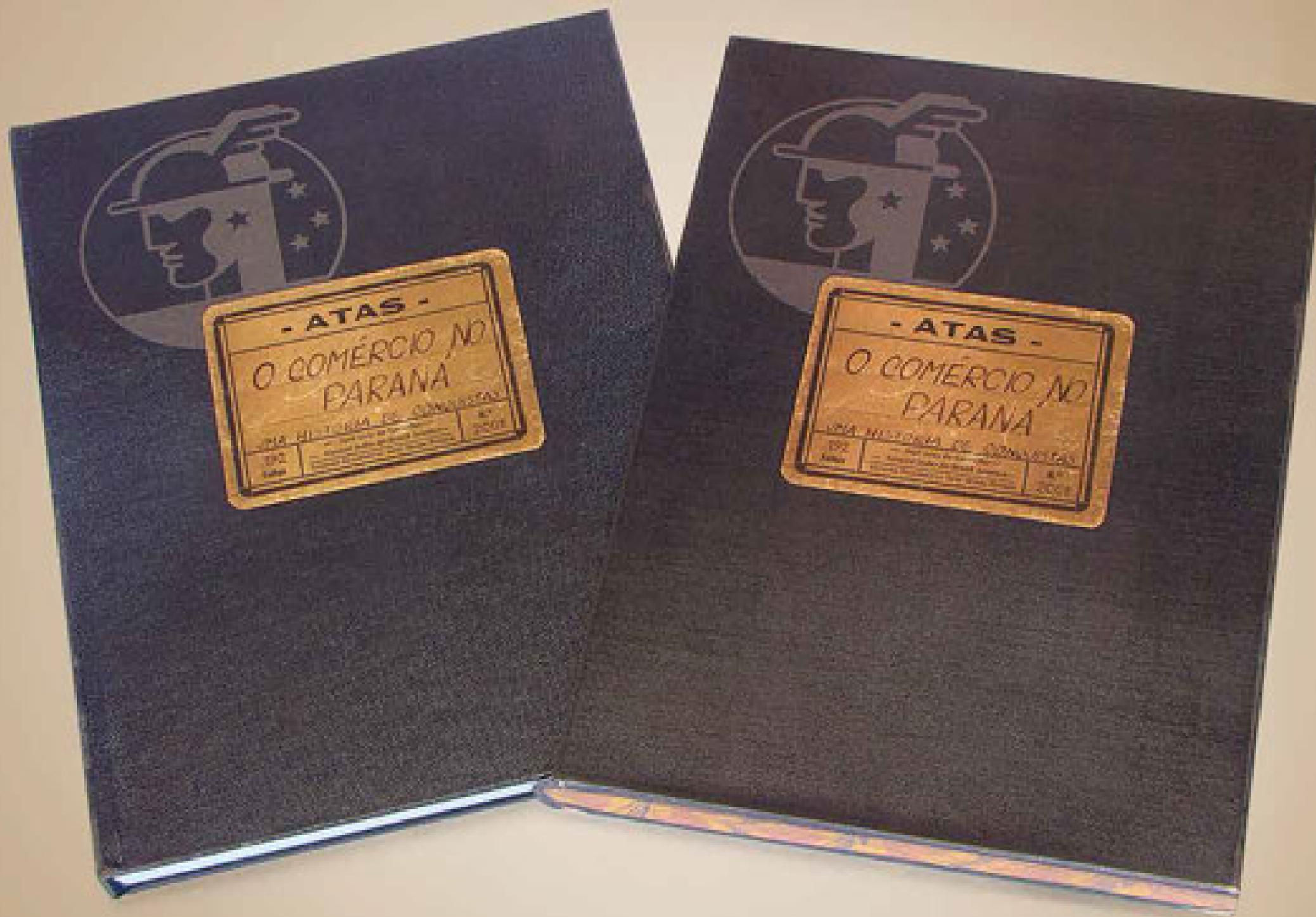
III MEDALHA DE PRATA NO PRÊMIO COLUNISTAS PROMOÇÃO - PARANÁ 2010

### SOLUÇÃO:

Através de uma vasta pesquisa em arquivos de documentos e imagens, a Pontodesign descobriu uma memória rica e inspiradora, e para apresentá-la, criou um livro com mais de 200 páginas de pura história. Com um design moderno e focado na memória, o livro traz um alinhamento do tempo que interage com o conteúdo e uma montagem com acabamentos dignos de quem representa o melhor da indústria gráfica.

### RESULTADOS:

O livro foi lançado junto ao Sindicato no maior evento de excelência gráfica do sul do país e tirou elogios e suspiros. Muitos viram sua história contada, como ex-presidentes e antigos associados, e o livro tornou-se a maior referência da memória da instituição e da indústria gráfica paranaense. Além disso, o livro foi premiado pela sua criatividade e qualidade no Prêmio Colunistas Design Paraná em 2013.



design editorial

# LIVRO FECOMÉRCIO-PR

★ GRAND PRIX NO PRÊMIO COLUNISTAS  
DESIGN - BRASIL 2009

🏆 OURO NO PRÊMIO COLUNISTAS DESIGN  
- PARANÁ 2009

## BRIEFING:

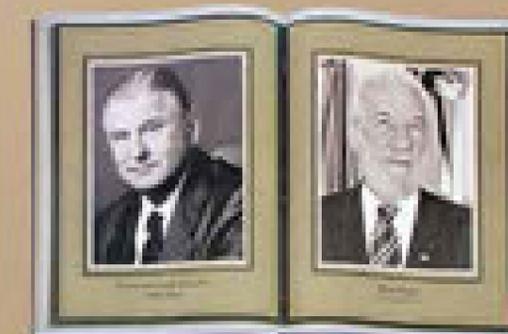
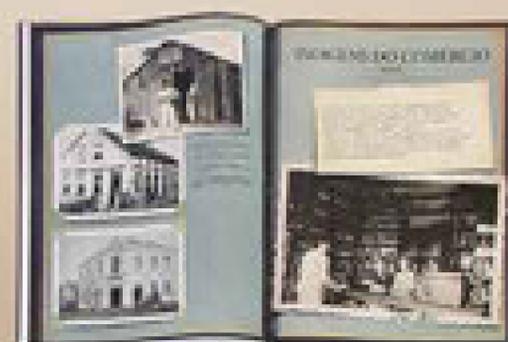
A Fecomércio-PR identificou a ausência de memória mercantil no Estado. Por isso, solicitou a edição de um livro que resgatasse fatos e pessoas importantes que ajudaram a construir a história do comércio do Paraná.

## SOLUÇÃO:

Como as transações comerciais eram registradas em livros e cadernetas, a capa da publicação é uma representação fiel de um livro Ata. Internamente foram exploradas imagens, fundos e documentos de época, que conferiram identidade ao material.

## RESULTADOS:

O livro impacta e prende a atenção instantaneamente. Plasticamente o resultado é muito interessante e traz lembranças de valor imensurável principalmente a quem ajudou a construir o comércio do Estado.



design editorial

# LIVRO JUCEPAR

★ GRAND PRIX NO PRÊMIO COLUNISTAS  
DESIGN - BRASIL 2012

🏆 OURO NO PRÊMIO COLUNISTAS  
DESIGN - PARANÁ 2012

## BRIEFING:

A Junta Comercial do Paraná – JUCEPAR, é o órgão que mantém os registros das empresas no estado do Paraná. Em 2012 fez 120 anos e desejava comemorar contando sua história.

## SOLUÇÃO:

Como a JUCEPAR faz parte da história das empresas do estado, a sugestão foi a edição de um livro que contasse a trajetória da instituição. Para intensificar a percepção de quão longa e marcante é a conexão do órgão com a comunidade, uma linha do tempo foi utilizada como elemento de condução dos fatos ao longo do livro. Algumas personalidades foram presenteadas com kit composto por pesos de papel ilustrados com os primeiros selos fiscais do Brasil e um kit de caligrafia composto por caneta, penas, tinta e um livreto de instruções sobre caligrafia.

## RESULTADOS:

A resposta ao livro foi entusiasmante. O objetivo principal foi cumprido, pois os leitores perceberam que não tinham conhecimento de quanto importante a JUCEPAR é no desenvolvimento da economia do Estado. O livro é hoje referência sobre a história das empresas do estado e está presente em quase todas as bibliotecas do Paraná.



## WEB SITE GRUPO CORGRAF

O Projeto conta com tecnologia e linguagem atuais e compatíveis com as mais modernas plataformas de navegação, além de um visual moderno e dinâmico com integração entre Wordpress e redes sociais.



## WEB SITE PAPERTECH

Criado para o lançamento da marca de papéis Papertech, apresenta os produtos e suas qualidades de forma clara e promocional. Com tecnologia adequada para a melhor performance em todos os dispositivos.



## WEB SITE GO4! CONSULTORIA

Um site inovador com linguagem sofisticada, foi pensado para funcionar em aparelhos portáteis, como tablets. Usa plataforma livre de flash, é 100% baseado em HTML5 e CSS3 e integrado com a plataforma Wordpress.



## WEB SITE PROF. MARCOS MORITA

Com um layout leve e criativo, o site apresenta informações sobre o trabalho e palestras do Professor Marcos Morita. Com seções dinâmicas e programadas com base nas mais novas linguagens de web e mobile.



## APP COLD STONE CREAMERY BRASIL

A Cold Stone Creamery Brasil ficou mais próxima de seus consumidores com o APP para IOS desenvolvido pela pontodesign.

O aplicativo baseado em web é dinâmico e atualizável online, sem a necessidade de atualização pela loja da Apple. A linguagem baseada em HTML5 e outros padrões atuais facilitam a adaptação e a navegabilidade, privilegiando principalmente a leveza.

Esta aplicação em especial ajuda as pessoas a acessarem o cardápio de todos os produtos disponíveis nas lojas Cold Stone Creamery, contando com receitas, imagens e acesso às principais redes sociais. Desde sua publicação já foram centenas de downloads.

# ação integrada de social media BOLÃO DA COPA COLD STONE

## BRIEFING:

A marca de Sorvetes Cold Stone Creamery Brasil viu na Copa do Mundo 2014 uma oportunidade para aumentar a consciência de marca, criar talkability, construir brand awareness e ampliar sua base de fãs. O desafio era conseguir manter e/ou ampliar o engajamento com as novas regras do Facebook e seus algoritmos que "controlam" os posts na timeline das pessoas, além de criar uma relação memorável com o acontecimento e também aumentar o fluxo de clientes nas lojas em tempos de baixas temperaturas.

## SOLUÇÃO:

Para criar relação com a Copa do Mundo no Brasil, criamos o Bolão Premiada Cold Stone Creamery, usando como ilustração os Cupcakes de Sorvete customizados, que identificavam por cores e bandeiras, algumas das seleções presentes na competição. A cada jogo foram publicadas postagens no Facebook para incentivar os fãs a palpitarem os resultados das partidas. Foram duas fases: Fase 1 - classificação e fase 2 - oitavas, quartas, semifinais e finais; onde os acertadores do placar e do time ganhador podiam escolher entre vários produtos (como Criações Assinadas, pack de Cupcakes, free upgrade, Mix-Ins e outros) para serem retirados nas lojas, na compra de outros produtos. Além disso, durante a campanha, houveram ações de real time marketing, com posts que brincavam e/ou se relacionavam aos acontecimentos dos jogos, como resultados, eliminação e/ou congratulações. Além de toda a ação online, as lojas foram ambientadas com os Cupcakes temáticos e todo o clima de torcida.

## RESULTADOS:

Em apenas 1 mês a campanha superou todas as médias de interação. Foram 143 posts durante a Copa que geraram 124% de engajamento médio durante o período da campanha e um crescimento de 979% nas interações durante o mês da campanha, se comparado à média de interações dos três meses anteriores. Em apenas um mês a página saiu de 16.271 para 17.795 fãs. Além de todos os resultados as lojas tiveram um aumento notável no fluxo de clientes durante a ação.



EXEMPLO DE POSTAGEM



CAPAS DE FACEBOOK



ATIVAÇÃO COM WEB VÍDEO



AMBIENTAÇÃO DE LOJA



POSTAGENS TEMÁTICAS

CRESCIMENTO DE  
**979%**  
NAS INTERAÇÕES

**722.849**  
PESSOAS IMPACTADAS

**15.527**  
COMENTÁRIOS



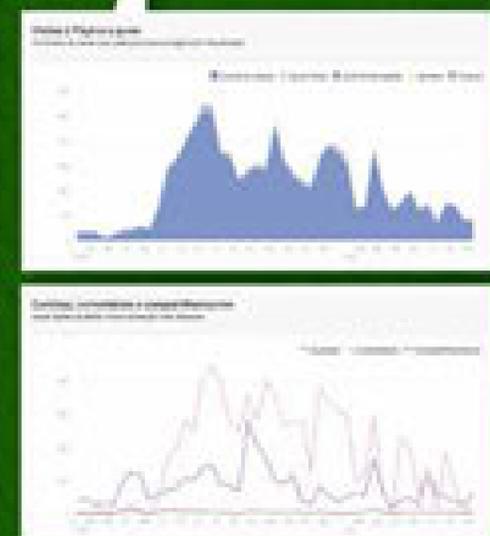
REAL TIME MARKETING



INTERAÇÃO DE REAL TIME MARKETING

## ALGUNS RESULTADOS

- **130%** de aumento nas vendas de cupcakes
- **124%** de engajamento
- **6.222 likes** nos posts
- **+ de 400** prêmios resgatados
- **214** compartilhamentos
- **143** posts
- **77** mensagens inbox



EVOLUÇÃO DE RESULTADOS



AÇÕES DE E-MAIL MARKETING



AÇÕES DE ASSESSORIA DE IMPRENSA

ATUALIZAÇÃO CADASTRAL

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

GLÓRIA DE LIMA E FILHOS

ATUALIZAÇÃO CADASTRAL

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

INSPIRE BELAS MULHERES COM A SUA HISTÓRIA

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

INSPIRE BELAS MULHERES COM A SUA HISTÓRIA

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

design de web  
**CAMPANHAS DIGITAIS**

Criação e montagem de web banners, e-mails marketing, em HTML e editáveis, e sistemas de cadastro online para o **Grupo Boticário**.

SÓ QUEM TEM COMO ESSENCIA A FELICIDADE PODERIA RECEBER VOCE COM ESSE SORRISO.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

SOM PARA A GVT É CUIDAR DE VOCE.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

MAIS INOVADOR, MAIS FUNCIONAL, MAIS GVT.

CLICK VENDAS

PARA VOCE, O FUTURO TAMBEM CHEGOU.

WORKSHOP MODELO DE GESTÃO

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

TOYOTA

DOSE DUPLA

LOTE ESPECIAL DE FABRICA

ABRADIT

Criação e montagem de web banners, e-mails marketing, em HTML e editáveis, e sistemas de cadastro online para a **GVT** e para a rede de concessionárias **Toyota**.

Os projetos realizados pela pontodesign podem incluir a conceituação, criação, produção e publicação dos conteúdos digitais, ou podem ser desenvolvidos em conjunto a outros fornecedores e agências.

globo esporte.com

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

VESTINA

EPCTV

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Uma marca saudável se preocupa com o bem-estar dos seus consumidores.

17 de Abril - Dia mundial do leite

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Quem cuida do seu melhor amigo merece destaque. É a sua marca também. Aproveite essa oportunidade!

08 de Setembro - Dia do cachorro

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Atualize seus dados cadastrais e evite problemas.

Criação e montagem de web banners estáticos e animados para campanhas diversas do **Grupo RPC de Comunicação, RPC TV, G1 Paraná e Globo Esporte.com**.



[www.pontodesign.com.br](http://www.pontodesign.com.br)

Avenida Cândido Hartmann, 570 | 24º andar | conjunto 244

55 (41) 3336-3663 | Curitiba | Paraná | Brasil

CEP: 80.730-440

email: [joaquin@pontodesign.com.br](mailto:joaquin@pontodesign.com.br) | skype: [joaquinpresas](https://www.skype.com/joaquinpresas) | [facebook.com/agenciaPontodesign](https://facebook.com/agenciaPontodesign)