

## Rebranding Schweds Bier

Diogo Augusto Luft<sup>1</sup>  
Vinicius Joel Scherer<sup>2</sup>  
Diane Meri Weiller Johann<sup>3</sup>

**Palavras-chave:** Rótulo; Logotipo; Identidade Visual; Cerveja.

### 1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A Schweds Bier é uma marca de cervejas artesanais, que conta com uma identidade visual básica e simples, que por vezes não se conecta com o público alvo. Dessa forma o intuito do projeto é trabalhar com um rebranding do logotipo e de um dos rótulos da cerveja. A partir disso, trazer em evidência os conceitos utilizados para desenvolver o novo logotipo e o novo rótulo, levando em consideração todas as informações coletadas por briefing e análise de mercado. O projeto foi desenvolvido na disciplina Ateliê de Design, do curso de design da Unijuí.

### 2 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A partir do princípio de que desenvolver marcas e rótulos requer muitos testes e tempo de estudo, aplicou-se a metodologia de Gui Bonsiepe (1983), que ajuda a organizar e seguir um fluxo para tornar o processo mais rápido e prático, podendo ajustá-la com a remoção ou adição de etapas. Constituída por cinco etapas: problematização, análise, definição do problema e anteprojeto/geração de alternativa e projeto, os rótulos e a marca serão apresentados ao cliente, e caso sejam necessárias alterações, se buscará resolver o problema da melhor forma possível, sempre mantendo a estética e conceito já definidos.

### 3 RESULTADOS E DISCUSSÕES

“A identidade visual desempenha um papel importante na maneira como as pessoas percebem e reconhecem uma empresa” (@Valkiriac, 2022). É um dos pontos de contato mais importantes com o público-alvo. Portanto, é fundamental que o logo e o rótulo contem uma história e transmitam a personalidade da Schweds Bier para agregar valor à marca. Segundo Alina Wheeler (2012):

A identidade da marca alimenta o reconhecimento, amplia a diferenciação e torna grandes ideias e significados mais acessíveis. A identidade da marca reúne elementos díspares e os unifica em sistemas integrados (WHEELER, 2012, p. 14).

É fundamental que a marca desperte desejo no consumidor, e a identidade visual se torne um elemento marcante. Porém, por não ter uma identidade visual moderna e atraente, a Schweds Bier acaba, por certas vezes, não atingindo o consumidor ideal. Além disso, a falta de rótulos criativos (Figura 1) dificulta a diferenciação e reconhecimento da marca no mercado. Isso pode resultar em perda de oportunidades de vendas e de fidelização de clientes, o que afeta diretamente no valor agregado à marca.

Figura 1 - Rótulos com logotipo atual

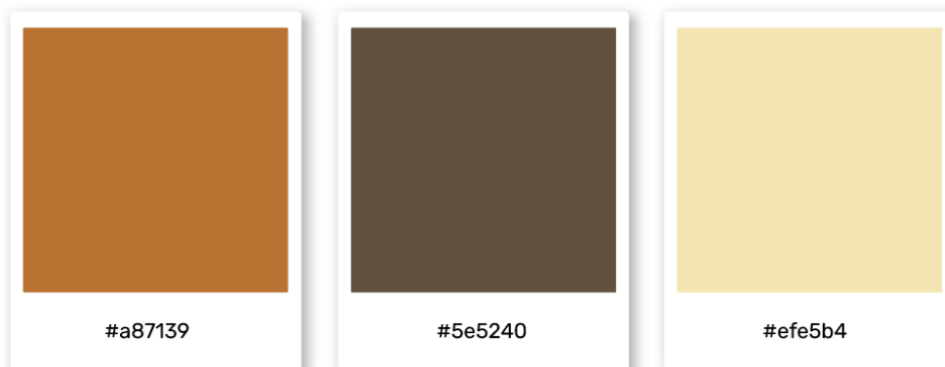


Fonte: @scwhedsbier (2022)

“O bom projeto adiciona valor mais rápido do que custo” (GALE, 1992 *apud* @Valkiriac, 2023) designer de automóveis e projetista do famoso Dodge Viper 1992, acreditava que o sucesso econômico de um produto já estaria agregado se o projeto inicial fosse realizado com exatidão e sem falhas. Atrelado a isso, existe uma série de boas práticas que irão dar suporte para que isso aconteça como, por exemplo, explorar a personalidade da marca e transmitir os processos envolvidos de criação da cerveja para o rótulo, a fim de criar uma relação com o consumidor.

A partir das análises, o padrão cromático definido será similar ao já existente na marca, tanto para o logotipo como também para o rótulo, pois as mesmas já representam a marca. Na figura 02, pode ser vista a paleta de cores que será utilizada no logo e no rótulo.

Figura 2 - Nova paleta de cor



Fonte: Autores (2023)

Para o desenvolvimento do logotipo, teve-se como base o briefing respondido pela dona da empresa, além de inspirações retiradas do logotipo já existente. O conceito do logo atual foi mantido e como geração de alternativa, cores e texturas foram reduzidas do logotipo. Além disso, foi possível desenvolver e simbolizar 3 elementos, dentro do símbolo, que representam o processo químico de produção da cerveja. Segundo Gonçalves (2016):

A tipografia é muito importante no ato da criação e remodelagem da sua marca. É o estudo de conceitos que interferem diretamente na mensagem que se deseja transmitir e também para qual público você quer falar (GONÇALVES, 2016).

Portando, a tipografia escolhida, Sheepman, tem traços retos e largos, que trazem força e personalidade a marca, fatores presentes no briefing que representam a marca Schweds. Com tipografia auxiliar, foi definida a Hando, para maior facilidade na leitura de textos longos (Figura 3).

Figura 3 - Tipografias



Fonte: Adobe Fonts e Envato Elements (2023)

Na figura 4, pode-se visualizar o logotipo em suas três versões, que facilitam a aplicação em diferentes tamanhos, materiais e texturas, a fim de não limitar o uso da marca.

Figura 4 - Novas versões do logotipo



Fonte: Autores (2023)

A criação dos rótulos foi a etapa de maior empenho, onde primeiramente foram buscados estilos visuais, tipos de ilustração e formas de diagramação das informações, para após, iniciar os primeiros esboços. Definido o estilo visual e quais seriam os rótulos, a etapa de criação passou-se em duas etapas. A primeira, onde foi realizada a ilustração principal e background e posteriormente como segunda etapa, a diagramação das informações textuais.

A idealização dos rótulos é dar evidência aos processos de produção da cerveja, e traz, como solicitado no briefing, um estilo personalizado e divertido, que se torne um produto único e que se destaque na gôndola. Além disso, a figura feminina foi implementada ao rótulo, para criar personalidade e fazer representação a dona da cervejaria.

Na figura 5, temos uma versão de rótulo, a cerveja Session Ipa, que contém elementos químicos no processo de criação da cerveja Schewds, feita por uma mulher. Na figura 6, pode ser visto uma aplicação do rótulo desenvolvido.

Figura 5 - Novo rótulo cerveja Session Ipa



Fonte: Autores (2023)

Figura 6 - Mocape do novo rótulo cerveja Session Ipa



Fonte: Autores (2023)

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O novo logotipo e rótulo da Schweds Bier foram criados para trazer mais personalidade a marca, para que a mesma se conecte melhor com seu público-alvo. Os resultados apresentados mostram que a nova identidade visual é essencial para conquistar novos clientes e se destacar no mercado de bebidas, de forma que não basta ter um ótimo produto se não conseguiu-lo apresentar ao cliente. Portanto o uso de paleta de cores e tipografia consistentes, bem como a incorporação do processo de fabricação da cerveja ao rótulo, é fulcral para que a marca se diferencie e tenha mais visibilidade no mercado cervejeiro.

## 5 REFERÊNCIAS

@schweds\_bier. Instagram. Disponível em:  
[https://www.instagram.com/schweds\\_bier/](https://www.instagram.com/schweds_bier/) Acesso em: 20 abr. 2023.

@Valkiriac. Instagram, 11 maio 2022. Disponível em:  
<https://www.instagram.com/valkiriac/>. Acesso em: 20 abr. 2023.

ADOBE FONTS. **Sheepman**. Disponível em:  
<https://fonts.adobe.com/fonts/sheepman>. Acesso em: 20 abr. 2023.

BONSIEPE, Gui, et. al. **Metodologia Experimental: Desenho Industrial**. Brasília: CNPq/Coordenação Editorial, 1986.

ENVATO ELEMENTS. **Hando**. Disponível em:  
<https://elements.envato.com/pt-br/hando-KGQ3ZFH>. Acesso em: 20 abr. 2023.

SP Letras. **Como criar sua marca usando a tipografia certa: saiba como.**, [S. l.], p. Online, 24 fev. 2016. Disponível em:  
<https://www.spletras.com.br/tipografia-certa-para-criar-sua-marca/>. Acesso em: 1 maio 2023.

WHEELER, Alina. **Design de Identidade da Marca: Guia Essencial para Toda a Equipe de Gestão de Marcas**. [S. l.: s. n.] p. 14, 2012.