



**Universidade
Europeia**

LAUREATE INTERNATIONAL UNIVERSITIES

UNIVERSIDADE DA BEIRA INTERIOR

Engenharia

Concepção e Criação da Marca CASK

Quais os critérios de concepção e criação de uma marca de moda premium

Maria Rita Oliveira Casqueiro

Projeto para obtenção do Grau de Mestre em
Branding e Design de Moda
(2º ciclo de estudos)

Versão Final Após Defesa

Orientador: Prof. Doutor Fernando Jorge Sanches Oliveira
Co-orientador: Prof. Doutora Liliana Simões Ribeiro

Covilhã, Outubro de 2017

RESUMO

Criar uma marca de sucesso nos tempos que decorrem, num mundo saturado de marcas de moda é um desafio, no entanto, há na sociedade uma necessidade constante de novidade e conseqüentemente de criação de novas marcas e produtos de acordo com os desejos e necessidades do consumidor.

No caso do mercado de marcas premium, constatou-se a existência de algumas lacunas, nomeadamente relativas aos critérios que devem reger a conceção e criação de uma marca de moda premium, para que esta tenha sucesso no mercado. Assim, o objeto de estudo desta dissertação foram as marcas de moda premium.

A realização deste estudo iniciou-se com a introdução de teoria e conceitos relacionados com marcas de moda, as suas principais características e elementos de criação. Foi também abordada a construção da identidade de uma marca premium, evidenciando o desenvolvimento da *brand language*, o posicionamento, e a estratégia do mesmo.

De seguida foi realizada uma análise de várias marcas de moda premium, identificando os modelos de construção e as suas estratégias no mercado.

Para além da análise de elementos relacionados com estratégias de branding de marcas de moda, foram também abordados aspetos relacionados com a área do design de moda, como o planeamento e produção de vestuário, assim como a sustentabilidade ambiental neste contexto e a sua importância na economia circular.

Por último, foi criada uma marca de moda premium, CASK, e desenvolvida uma primeira coleção de vestuário, colocando em prática todos os elementos identificados anteriormente, quer ao nível do design de moda, quer ao nível de branding.

O estudo decorrente desta dissertação, permitiu contribuir para a literatura no campo de estudo de marcas premium, identificando critérios e estratégias que devem estar presentes na criação de uma marca neste segmento. A componente prática deste estudo, veio demonstrar a importância dos diversos critérios e estratégias aplicadas na área das marcas de moda premium, e tendo como resultado a efetiva criação de uma marca para implementação no mercado.

PALAVRAS-CHAVE

Empreendedorismo, Branding, Marca Premium, Estratégia de Marca, Produção de moda, Economia circular

ABSTRACT

Creating a brand of success in the times that take place, in a world saturated with fashion brands is a challenge, however, there is a constant need in society for newness and consequently for creating new brands and products according to the desires and needs of the consumer .

In the case of the premium brand market, certain shortcomings have been identified, in particular regarding the criteria that should govern the design and creation of a premium fashion brand, so that it will succeed in the market. Thus, the object of study of this dissertation were the premium fashion brands.

The realization of this study began with the introduction of theory and concepts related to fashion brands, their main characteristics and elements of creation. It was also approached the construction of the identity of a premium brand, evidencing the development of the diagram, the positioning, and the strategy of the same.

Next, an analysis of several premium fashion brands was carried out, identifying the construction models and their strategies in the market.

In addition to the analysis of elements related to branding strategies of fashion brands, aspects related to the area of fashion design were also discussed, such as the planning and production of clothing, as well as environmental sustainability in this context and its importance in the economy Circular.

Finally, a premium fashion brand, CASK, was created and a first collection of clothing was developed, putting into practice all the elements previously identified, both at the level of fashion design and at the level of branding.

The study resulting from this dissertation allowed us to contribute to the literature in the field of study of premium brands, identifying criteria and strategies that must be present in the creation of a brand in this segment. The practical component of this study, demonstrated the importance of the various criteria and strategies applied in the area of premium fashion brands, and resulted in the effective creation of a brand for implementation in the market.

KEYWORDS

Entrepreneurship, Branding, Premium Brand, Brand Strategy, Fashion Production, Circular economy

INDICE .1

- 1-Agradecimentos
- 2-Resumo
- 3-Abstract
- 4-Índice de imagens

Capitulo 1

1.1 Introdução.....	4
1.1.1 Objetivos	4
1.1.2 Pertinência.....	4
1.1.3 Questão de Investigação.....	5
1.1.4 Metodologia.....	7

Capítulo 2 - Enquadramento teórico

Teoria e conceitos relacionados com Marcas de Moda Identificação de características e elementos da criação de Uma Marca de Moda Definições mais aprofundadas; Identificação de características e elementos da criação de Uma Marca de Moda.

2.1.Marca de Moda

2.1.1-Moda.....	8
2.1.2- Social Media e Moda.....	9
2.1.3- Mercado Luxo.....	10
2.1.4- Mercado Premium.....	11
2.1.5Empreendedorismo em Moda.....	12
2.1.6 Sustentabilidade e Moda.....	12
2.1.6.1 Vestuário em segunda mão.....	12
2.1.6.2 Slow Fashion e estilo de redução.....	13
2.1.6.3 Vestuário produzida por produtos orgânicos.....	13
2.1.6.4Economia Circular.....	14
2..2 Modelo Canvas.....	14

2.3.1Branding.....

2.3.1.1Construção e estratégia de uma Marca.....	16
2.3.1.2 Modelos de construção de Identidade.....	17
2.3.1.3 ADN	18
2.3.1.3.1 Missão.....	18
2.3.1.3.2 Visão.....	18

2.3.1.3.3 Valores.....	19
2.3.1.3.4 Posicionamento.....	19
2.4.1.4 Brand Language.....	20
2.4.1.4.1 Tipografia.....	20
2.4.1.4.2 Símbolo.....	20
2.4.1.4.3 Cor.....	20
2.4.1.4.4 Imagem.....	21
2.4.1.4.5 Forma.....	21
2.4.1.4.6 Movimento.....	21
2.4.1.4.7 Som.....	22
2.5.1.5 Produção de Moda.....	23
2.5.1.5.1 Coleção.....	23
2.5.1.5.2 Desenvolvimento de uma coleção.....	23
2.5.1.5.3 Paleta de cores.....	23
2.5.1.5.4 Matéria-Prima.....	24
2.5.1.5.5 Desenho dos Croquis.....	24
2.5.1.5.6 Ficha Técnica.....	24
2.5.1.5.7 Fashion Filmes.....	25
2.5.1.5.8 Fotografia de Moda.....	25

Capítulo 3 - Estudos de Caso

3. Concorrentes Diretos

3.1 Michael Kors

a) Contextualização.....	28
b) Marca, comunicação e estrutura.....	28
c) Linguagem Visual.....	29
d) Síntese.....	29

3.2 Stella McCartney

a) Contextualização.....	30
b) Marca, comunicação e estrutura.....	30
c) Linguagem Visual.....	31
d) Síntese.....	31

3.3IValentino	
a)Contextualização.....	32
b)Marca, comunicação e estrutura.....	32
c)Linguagem Visual.....	33
d)Síntese.....	33
Capitulo 4 - Análise e triangulação de dados	
4.1Tópicos.....	36
Capitulo 5 - Aplicação experimental de criação de marca de moda premium- projeto CASK	
5.ADN.....	40
5.1Missão.....	40
5.2Visão.....	40
5.3Valores.....	40
5.4Posicionamento	40
5.5ADN-Marca CASK.....	41
5.6Análise Swot Marca CASK.....	41
5.7Modelo Canvas Marca CASK.....	42
5.8 Brand Language	
5.8.1 Naming.....	43
5.8.2Tipografia.....	43
5.8.3 Símbolo.....	44
5.8.4 Cor.....	44
5.8.5 Imagética.....	45
5.8.6Persona.....	45
5.8.7 Formas.....	47
5.9.Coleção	
5.9.1Conceito da Coleção.....	47
5.9.2 Produção de Moda.....	47
5.9.3 Fashion Films.....	47
5.9.4Fotografia.....	50
5.9.5Maquilhagem.....	52
5.9.6 Modelos.....	53
Capitulo 6- Conclusões.....	56
Capitulo 7- Bibliografia.....	60

INDÍCE DE IMAGENS

Fig.1 Modelo Canvas-Criação de Negócios.....	15
Fig.2 Relações entre os intervenientes de uma marca, representados através da estrutura Diagrama.....	15
Fig.3 Primeiro desenho croqui da colecção imperfeição da Marca CASK.....	24
Fig.4 Desenho Flat dos coordenados da colecção imperfeição da Marca CASK.....	24
Fig.5 Campanha da moda dos anos 20 fotografia de Baron Adolph de Meyer's.....	25
Fig.6 Campanha GUCCI Tom Ford S / S 2003, Fotografia de Mario Testino.....	25
Fig.7 Marca Gráfica Michael Kors.....	29
Fig.8 Imagética da identidade da Marca Michael Kors.....	30
Fig.9 Marca Gráfica Stella Mccartney.....	31
Fig.10 Imagética da identidade da Marca Stella Mccartney.....	31
Fig.11 Marca Gráfica Valentino.....	33
Fig.12 Imagética da identidade da Marca Valentino.....	33
Fig.13 Esquema de análise e triangulação de dados (Enquadramento teórico e Estudos de Caso).....	37
Fig.14 Análise Swot da Marca CASK.....	42
Fig.15 Modelo Canvas da Marca CASK.....	42
Fig.16 Estudo de Comunicação da Marca CASK.....	43
Fig.17 Marca Gráfica CASK - grelha de construção.....	44
Fig.18 Marca Gráfica CASK.....	44
Fig.19 Marca Gráfica CASK-Símbolo.....	44
Fig.20 Cores Marca CASK.....	45
Fig.21 Imagética Marca CASK.....	45
Fig.22 Persona criada para a Marca CASK.....	46
Fig.23Primeiro FashionFilm,Marca CASK -Colecção Imperfeição.....	49
Fig.24Segundo FashionFilm,Marca CASK -Colecção Imperfeição.....	50
Fig.25Sessão Editorial colecção Imperfeição 2017.....	51
Fig.26Sessão lookbook colecção Imperfeição 2017.....	52
Fig.27Maquilhagem para FashionFilm-Imperfeição Marca CASK.....	53

INDICE ANEXOS

Anexo.1 Relatório do inquérito da marca gráfica RitaCasqueiro Brand.....	66
Anexo.2 Colecção Imperfeição - Confecção.....	74
Anexo.3 Como a marca começou.....	92
Anexo.4 Apresentação Marca	106
Anexo.5 Artigos.....	130