

## **impuls al disseny 2009**

Imatge corporativa \_ Disseny de producte \_ Envàs i embalatge \_ Viver de disseny



Edició

**Institut d'Innovació Empresarial  
de les Illes Balears**

Servei d'Acompanyament Empresarial

**Silve Pons  
Laia Obrador**

Coordinació del projecte

**Bàrbara Beltrán**

Direcció d'art i maquetació

**Antònia Fullana**

Assessors

**Enric Bosch  
Pere Fradera**

Fotografies

**Nando Esteva**

Assessorament lingüístic

**Servei lingüístic de la Conselleria de  
Comerç, Indústria i Energia**

Impressió

**Bahia Indústria Gràfica**

DL PM-339-2010

Hi col·labora

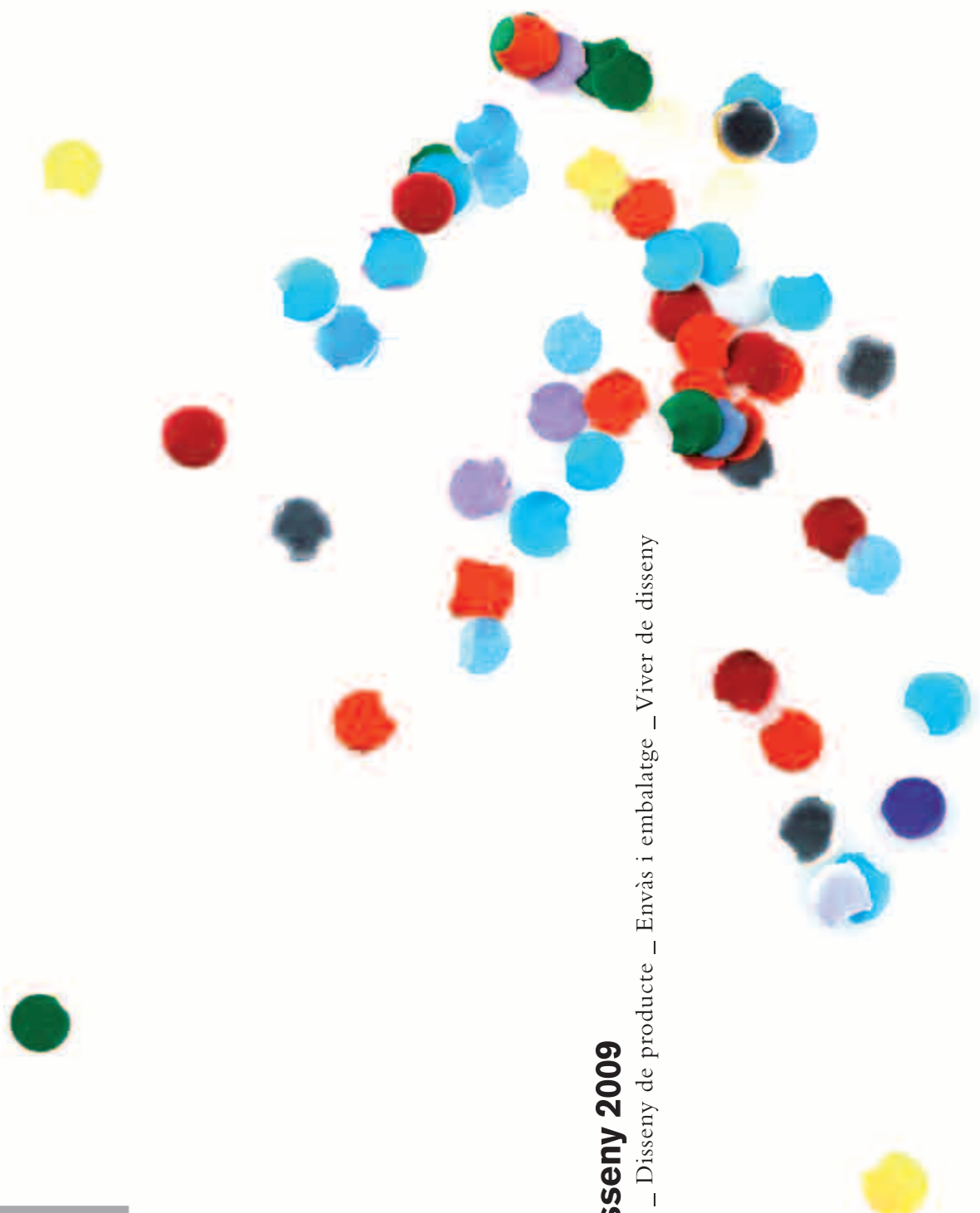
  
**Casal Solleric**  
Fundació PalmaEspaid'Art  
 **Ajuntament de Palma**

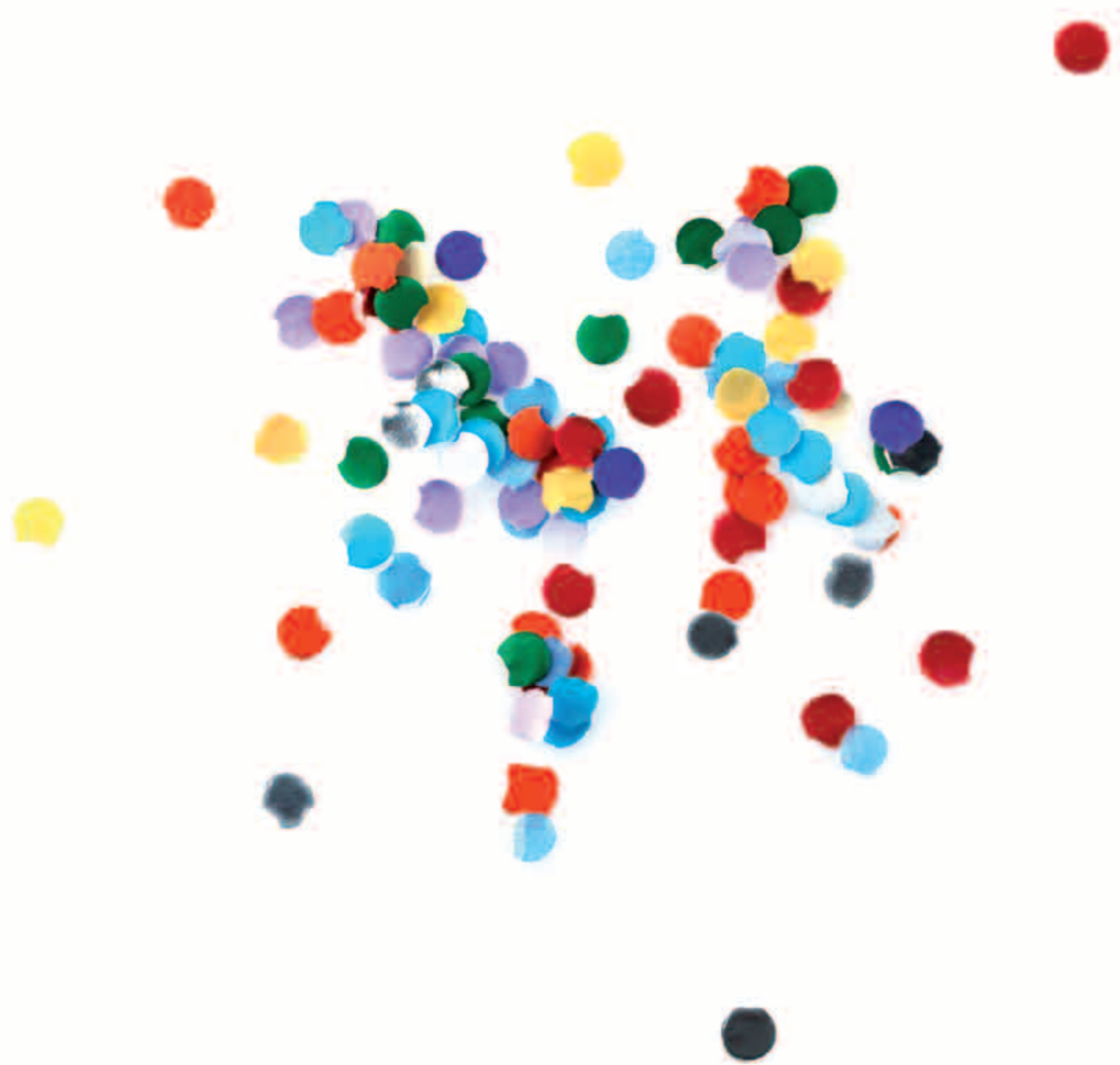


Apropem Europa a la teva empresa

**impuls al disseny 2009**

Imatge corporativa \_ Disseny de producte \_ Envàs i embalatge \_ Viver de disseny





El programa **“Impuls al Disseny”** que du endavant l’Institut d’Innovació Empresarial (IDI) de la Conselleria de Comerç, Indústria i Energia, té com a objectiu promoure la importància del disseny al món de l’empresa i aconseguir-ne la incorporació a la cultura empresarial de les Illes. Mitjançant el disseny, ja sigui de la imatge corporativa, del producte, o de l’envàs i l’embalatge, les empreses poden assolir aquell valor o aquella imatge que les diferencia dels competidors més directes, cosa que els pot ajudar a l’hora d’obrir nous mercats o de conquerir nous canals de negoci.

Gràcies a aquest programa, l’empresari interessat a desenvolupar una idea empresarial -millora de la imatge corporativa, disseny de pàgines web, *packaging* (embalatge) dels productes o serveis, disseny d’articles o productes específics, i d’altres- es posa en contacte amb l’IDI. Aquest assigna les empreses participants a diferents dissenyadors que, d’acord amb les especificacions de l’empresari, presenten propostes de solució creativa. L’any 2009 varen ser vint-i-una les empreses que obtingueren respostes de disseny a les seves peticions, que s’han recollit en aquest catàleg: tres empreses sol·licitaren un disseny de producte; deu, per a imatge corporativa; una, per a web, i set, per a *packaging*. Les propostes dels dissenyadors col·laboradors del programa que varen ser acceptades es poden veure en aquestes pàgines.

Sens dubte, la feina que es desenvolupa amb el programa **“Impuls al Disseny”** és digna de destacar, a més de ser molt apreciada pels empresaris de la nostra comunitat autònoma, que a poc a poc van incorporant el disseny a les estratègies de millora de la competitivitat i dels nivells de qualitat empresarial. La seva importància es posa en relleu en moments com l’actual, quan tots els esforços que es facin per a ajudar els nostres empresaris i la nostra economia són benvinguts. En aquest marc, la feina feta pels tècnics de l’IDI s’ha de destacar especialment, ja que són ells qui, amb esforç i dedicació, aconseguen que els projectes arribin a bon port. Us anim que vegeu i gaudiu d’aquest catàleg.

**Francesca Vives i Amer**  
Consellera de Comerç, Indústria i Energia



## disseny de producte

## imatge corporativa

|   |    |   |
|---|----|---|
| El Taller, SC                                 | 14 | Imatge corporativa per a joieria                      |
| Castellitx Agrícola, SAT                      | 18 | Imatge corporativa per a oli d'oliva verge extra      |
| Vanderly                                      | 20 | Imatge corporativa per a empresa de bijuteria         |
| Son Vives, Vinyes de Banyalbufar              | 22 | Imatge gràfica per a celler                           |
| Udenovembre, SL                               | 24 | Imatge corporativa per a establiment d'artesanía      |
| Gestió de Projectes Esferi, SL                | 26 | Imatge corporativa per a fabricant de mobles de fusta |
| Mercapalma, SA                                | 36 | Marca per a mercat central                            |
| Burbet Viticultors, SAT                       | 38 | Imatge i etiqueta per a vi                            |
| Sonomusic, SA                                 | 44 | Imatge corporativa per a empresa especialitzada       |
| Udyr Sport, SL                                | 50 | Imatge corporativa per a club esportiu                |
| Fundació Amics del Patrimoni                  | 52 | Web per a fundació cultural                           |
| Pons Ibérica, SL                              | 16 | Línia de components per a peces de vestir             |
| Goethe, SA                                    | 28 | Botella i imatge per a beguda refrescant              |
| Carpintería Vicens, SL                        | 34 | Línia d'accessoris de fusta                           |
| Consell Regulador DO Oli de Mallorca          | 30 | Imatge i envàs d'oli d'oliva per a infants            |
| Fundació Destí Menorca                        | 32 | Imatge i capses per a centre artesanal                |
| Cactus Toni Moreno, SL                        | 40 | Envàs expositor per a cactus                          |
| Gonzalo Garau                                 | 42 | Imatge i envàs per a ambientador                      |
| Productors Balears d'Ametlles i Garroves, AIE | 46 | Imatge i envàs per a l'ametlla de Mallorca            |
| Jaume Mesquida de Mallorca, SA                | 48 | Caixa obsequi per a vi                                |
| Lloc Es Tudons, SRN                           | 54 | Imatge gràfica per a finca de producció ecològica     |

## envàs i embalatge

## ivan khanet

www.ivankhanet.com

Ivan Khanet (Ciutadella de Menorca, 1978) va estudiar disseny gràfic a l’Institut Superior de Disseny i Escola de la Imatge IDEP de Barcelona, a la qual va fer guanyar el primer premi de disseny Renault Design i la medalla ADI ADG–FAD representant-la amb dos projectes gràfics. Després de treballar a agències de publicitat com DDB Barcelona, Agència Alicia, Whatever (MacCann Ericson), La General o Ruiz Nicolí Barcelona, actualment desenvolupa la seva activitat professional com a director d’art *freelance*.

Ha fet feina per a clients com Nutrexpa, Coca-Cola, Warner Bros, Fox, Disney, ISDIN, Generalitat de Catalunya, Ajuntament de Barcelona, Consell Insular de Menorca, Vieta, Càixa Tarragona i Bacardí, entre d’altres.

Entre els darrers projectes realitzats destaquen la campanya del pla de dinamització d’Alaior “Som d’Alaior” (2007), la imatge gràfica de “Bacardí B-Live” (2006), la campanya del Premi Planeta de 2006, la campanya “Civisme X Gavà”, les campanyes polítiques “PSM Junts” (2007) i “Ahora Zamora PR.I”, Jalisco Mèxic (2006).

A part de treballar com a director d’art, exerceix com a compositor musical i produeix tenes per a clients com Massimo Dutti, Vieta, Generalitat de Catalunya, Café del Mar o DHU Ibèrica, entre d’altres.

## nico guevara

nicoguevara@hotmail.com

Va fer estudis de disseny industrial a l’Escola Massana de Barcelona, i és en aquesta ciutat on inicia la seva carrera en el món de la forma i l’embalatge. El seu caràcter inquiet el digué a col·laborar amb el dissenyador de joies Chus Burés i amb diversos estudis d’arquitectura.

Comença a treballar a Londres desenvolupant projectes de mobiliari, entre d’altres.

Va formar part de l’equip creatiu de la firma de calçat Lottusse. Posteriorment va treballar entre Palma i Barcelona com a *freelance* elaborant projectes de disseny de producte i estands per a entitats públiques i privades. També ha col·laborat amb el dissenyador de prestigi

internacional Miguel Adrover elaborant projectes tant per a Europa com per als Estats Units.

Actualment desenvolupa tendències de calçat per a l’empresa internacional Inmod Designer–Shoes Online i treballa amb

l’Estudi Cícero en projectes relacionats amb l’espai i el disseny de producte.

## labodoni, comunicació i disseny

www.labodoni.com

Paz Talens i Joan Casayas són dos dissenyadors formats a la Barcelona de finals dels anys vuitanta i

que tenen més de vint anys d'experiència tant en el mercat balear com en l'inter nacional.

Ofereixen solucions integrals de comunicació: identitat corporativa i comunicació empresarial, disseny editorial,

disseny de producte, disseny de pàgines web, entre d'altres.

A més, són els editors de la plataforma de difusió cultural Todo Palma (www.todopalma.info).

## joan pons moll

www.joanponsmoll.com

Nascut a Ciutadella, es va especialitzar en gràfica publicitària a l’Escola Superior de Disseny Elisava de Barcelona. Dos anys i mig després d’acabar els estudis va ser contractat per l’estudi de disseny multidisciplinari Tactica. Durant la primera etapa laboral, cursà els postgraus de producció gràfica i disseny d’espai comercial també a l’escola Elisava. Després d’aquest període va viatjar a Nova York, on va fer uns cursos d’il·lustració i disseny d’espai a la Parsons University of Design. A la tornada va entrar a treballar a l’estudi Enric Jardí de Barcelona, mentre cursava un postgrau de multimèdia a l’escola de disseny Idep.

L’any 2006 decideix tornar a Menorca, on inicia la carrera com a autònom. Al principi de 2008 rep una oferta del conegut estudi multimèdia Firstborn per anar a treballar uns mesos a Nova York. Des de la tornada a Menorca, se centra en el disseny d’imatges corporatives, i rep projectes dels Estats Units, Anglaterra, Austràlia, Itàlia, i molts d’altres països. També comença una nova etapa com a professor de retoc d’imatge digital a la CAEB de Maó. Alguns dels seus clients actuals són: Generalitat de Catalunya, RBA, Ramp Creative, Centre Artesanal de Menorca, etc. Ha treballat per a d’altres com ara Armani, Malibu, USA Networks, Grupo Planeta, British Council, Obra Cultural Balear, etc.

## redoble, disseny i publicitat

www.redoble.net

Redoble, disseny i publicitat, nasqué l’any 2002 de la mà de Pep Torres, com a director creatiu, i de Carmen Moll, com a directora de comunicació. Des del primer moment el seu avantatge ha estat el tracte directe i professional, el compromís amb la qualitat i l’eficàcia dels resultats, així com dur a terme una tasca educadora i d’assessoria dels clients envers el disseny i la publicitat en general. Això ha fet que avui presentin una cartera de clients fidel i cada dia més conscient de la importància d’una bona comunicació.

Dins del seu dossier de presentació podem trobar des de disseny d’imatges corporatives i de marques fins a campanyes als mitjans de comunicació, disseny editorial, disseny web, senyalètiques, il·lustracions, envasament, marxandatge, esdeveniments especials i, actualment, també consultoria de màrqueting i estratègia, tant per a empreses del sector privat com per a organismes públics.

## estudi doctormari

www.doctormari.com

Qualsevol disseny és per si mateix una forma de comunicació. Ha de ser quotidià i requereix dedicació. S’ha de tenir cura de l’harmonia de les formes i els colors, i s’ha de matisar cada petit detall. Per l’experiència acumulada durant anys, se sap que un entorn agradable i una comunicació eficaç garanteixen l’entesa entre les persones. Seguint aquesta línia, Doctormari posa en marxa el seu projecte l’any 1999.

Doctormari té un ampli coneixement del mercat d’actuació i, per aquest motiu, a més d’oferir una gamma extensa de serveis,

tracta d’augmentar el valor de les seves eines de comunicació empresarial dissenyant elements efectius i adaptant el missatge a un suport imprès, un mitjà publicitari, un envàs, una imatge corporativa o un projecte multimèdia.

Les seves solucions en comunicació, juntament amb el conjunt d’eines comercials i de màrqueting, milloren la imatge

del producte, l’empresa, la promoció, etc., davant els competidors. En definitiva, considera el disseny com un instrument per incrementar la competitivitat de les empreses. En un futur, les experiències viscudes i contades seran més importants que els productes.

La capacitat de transmetre aquestes emocions serà la clau de l’èxit.

## hifi publicidad

www.hifipublicidad.com

Neix l'any 2005 de la unió d'Eterea i de Think Big, dos estudis dedicats a la comunicació *online* i al disseny gràfic, respectivament. Els seus fundadors, Xisco Luque i Julián Baraja, tenen una dilatada experiència en el sector de la publictat, amb clients locals, nacionals i internacionals. HiFi Publicidad es defineix com una agència 360º, per la seva versatilitat i capacitat d'adaptació a les últimes tecnologies, que l'han situada entre les millors comunicadores *online* a escala nacional. L'equip d'HiFi està format per professionals que es complementen amb la finalitat de donar un servei global als seus clients, que són, entre d'altres: Apiserum, Es Bahaard, Govern de les Illes Balears, Ajuntament de Palma, la DO Binissalem i Il Salviatino.

## toni bauzà

infopod@ono.com

És dissenyador industrial per l'Escola Superior de Disseny de Palma.

Després d'uns inicis com a delineant projectista col·laborador de l'estudi Od'A, va ser cap d'estudi de l'empresa Absolut Interior, amb l'interiorista Pedro Fernández. Durant aquest temps continua fent feines de disseny com a *freelance*

i amplia coneixements fent cursos específics.

L'any 2000, juntament amb dos dissenyadors més, crea l'estudi opod dissenyo, que treballa en projectes d'interiorisme

i en el disseny de la comunicació visual per a empreses.

Recentment han duit endavant el projecte de reforma de l'antic convent de les monges franciscanes de Campos en edifici polivalent.

La il·lusió per descobrir altres possibilitats en les coses quotidianes és la nota dominant en els seus dissenys.

## verbigrafia

www.verbigrafia.com

Verbigrafia està format per Juan Roig, Rosa Rodríguez i tot un equip de professionals qualificats que exerceixen en un estudi de disseny i comunicació creat amb l'objectiu de gaudir d'aquest ofici. Perquè els agrada aquesta feina, perquè és el que millor saben fer i perquè, a hores d'ara, després de vint anys d'experiència, tenen molt per oferir i per ensenyar. I també per aprendre.

A Verbigrafia s'han unit les trajectòries professionals, les experiències i els coneixements d'un conjunt de persones per a proporcionar als clients una àmplia visió de la comunicació i el disseny gràfic. Treballen en projectes que engloben publicitat, disseny editorial, identitat corporativa, disseny de producte, embalatge i etiquetatge, disseny web, comissariat d'exposicions...

## iker martínez

ikereceolaza@hotmail.com

Des de l'any 2002, quan va acabar la carrera d'enginyeria tècnica en disseny industrial, treballa com a projectista especialitzat en el disseny i el desenvolupament de producte per a personalitats i/o empreses destacades internacionalment, com el dissenyador Martín Ruiz de Azúa o les empreses Santa & Cole, Cosmic, “Sa Nostra”, Jaume Mascaró, Haribo i Lottusse, Pons Quintana i Jaume Mascaró, entre d'altres.

Actualment treballa com a freelance i es dedica a les tasques de disseny de productes, direcció de projectes, CAD/CAM/CAE,

i a la creació de prototips amb diferents materials per a la indústria.

## k\_barret

www.kbarret.com

Estudi de disseny format per Catalina Forteza i Joan Lliteras. Ambdós cursen estudis de disseny de producte a l'Escola Superior de Disseny de les Illes Balears.

Després d'un temps de trajectòria professional per distintes empreses desenvolupant projectes de disseny, s'uneixen per formar

l'any 2008 K\_Barret, un estudi multidisciplinari que du a terme tasques de disseny industrial, disseny gràfic, fotografia, il·lustració, etc.

La seva experiència professional abraça el sector del mobiliari, la construcció naval, el disseny d'interiors,

el disseny gràfic, i han fet cursos arreu del món per tal d'especialitzar-se en arquitectura tradicional, escenografia i construcció de prototips.

L'equip ha rebut diversos premis i distincions al llarg de la seva trajectòria, com ara el Premi Art Jove (en dues ocasions), el Concurs de Disseny del Moble de Manacor i, en particular, Catalina Forteza ha estat guardonada recentment amb la Medalla ADI FAD 2009 pel projecte *Gra'ss*, un sistema d'il·luminació per a jardí.

L'estudi K\_Barret basa el seu treball en una filosofia de proximitat i compromís amb el client,

amb la intenció d'oferir el resultat més adient a cada necessitat.

## marilén mayol

www.marilenmayol.com

Des de l'any 1989 Marilén Mayol ha anat adquirint experiència en el camp del disseny, la qual cosa, d'una banda, li permet basar

la seva tasca en una filosofia de servei i compromís amb els clients i, d'altra banda, li permet posar sempre la creativitat al servei d'una estratègia

estudiada per a cobrir la necessitat de comunicació de cada projecte. Amb la intenció d'oferir el màxim de qualitat i un millor resultat, col·labora amb altres especialistes del sector depenent de la complexitat del projecte.

Des del seu estudi desenvolupa projectes de disseny, imatge corporativa, comunicació, publicitat, web, senyalística i disseny editorial. Treballa per a clients de sectors i perfils tan diversos com el bancari, l'alimentació, l'hoteleria i les entitats culturals, entre d'altres.

Aquesta activitat també l'ha compaginada amb la docència, ja que ha fet classe a l'Escola Superior de Disseny de les Illes Balears.

## 28 motivos, estudio gráfico

www.28motivos.com

El destí va fer que Eva Hermida i Josep Lluís Caldentey, a l'edat de 28 anys, es trobassin i decidissin embarcar-se en un nou projecte: 28 Motivos.

Des de l'any 2006 l'estudi es dedica al disseny gràfic i web. La base del projecte és l'experiència prèvia dels seus integrants:

Eva Hermida, dissenyadora gràfica, té una ampla experiència i ha vist reconeguda la seva feina amb els premis Anuaría, Select C, Select D,

Art Jove i d'altres; Josep Lluís Caldentey, enginyer informàtic i fotògraf, té 10 anys d'experiència en l'àmbit de la programació web i el tracte empresarial.

Entre els seus clients destaquen: Conselleria de Medi Ambient, Direcció Insular de Política Lingüística, Impiva (Comunitat Valenciana), Ajuntament d'Alcúdia, Auditori d'Alcúdia i CCOO, entre d'altres.

## margalida bernat

margalida\_bh@hotmail.com

Estudia enginyeria tècnica en disseny industrial a la Universitat de València i realitza el projecte de final de carrera a Anglaterra, on s'especialitza en disseny del producte. Més tard comença a treballar a l'empresa Ikea

com a dissenyadora d'interiors, mentre completa la seva formació en el camp del disseny gràfic.

Des de l'any 2001 realitza projectes de disseny per a diferents empreses de Mallorca. Darrerament s'ha especialitzat en el disseny d'embalatge cercant solucions funcionals i innovadores, intentant donar sempre un valor afegit al producte.

Durant els darrers vuit anys ha compaginat la seva feina de dissenyadora amb la de professora, i ha impartit classes en

els cicles formatius de la família de les arts gràfiques en les especialitats d'impressió i preimpressió.

## sssit publicitaris

www.sssit.es

Neix com a estudi l'any 2001, amb el nom de Solerisorell, gràcies a l'associació de Micky Soler i Toni Sorell, creatius amb una àmplia experiència anterior. Es consolida com a agència de publicitat el 2003 amb la incorporació de Sílvia Soler i Fernando Truyols com a socis executius. A l'estudi SSSIT duen a terme tot tipus de projectes per mitjà de les diferents disciplines que conformen l'univers de la publicitat i el disseny gràfic. D'aquesta manera, passen d'una imatge corporativa a un embalatge, d'un web a un stand de fira o d'una creació de nom (*namng*) a una campanya de publicitat.

Intenten omplir un forat en el paisatge publicitari balear amb els valors de gestió, creativitat i planificació a parts iguals.

En definitiva, s'ho intenten passar d'allò més bé amb aquesta professió que els apassiona.

## núria vich

www.nuriavich.com

D'ençà que va acabar els estudis de publicitat i disseny gràfic a Madrid, s'ha dedicat al món de la publicitat en dos dels camps que comprèn aquesta carrera: el de la imatge i el de les paraules. O el que és el mateix, el del disseny gràfic i el de la creativitat (*copy*).

Així, amb l'experiència adquirida en ambdós camps, en agències de publicitat i amb clients particulars, ha creat el seu propi estudi.

Hi desenvolupa projectes creatius variats: disseny gràfic i imatge corporativa, conceptualització i desenvolupament

de campanyes de publicitat, i redacció de continguts per a qualsevol mitjà.

Ha rebut uns quants premis: pel *packaging* (envàs) del vi Gran Muscat (2001), pel cartell del Dia de la Dóna 2005 i pel de Sant Sebastià 2008.

També col·labora amb productores de televisió com a redactora i guionista, fent reportatges per a alguns programes. En definitiva, el seu camp de treball abraça diferents formes de comunicació: escrita, gràfica o audiovisual.

## estudio cícero

www.estudiocicero.com

Cícero és un estudi de disseny ubicat a Palma, format per un equip de dissenyadors que fusiona la il·lusió en el desenvolupament del projecte i la passió abocada en les solucions que ofereix al client. A l'estudi prevalen els valors fonamentats en el llenguatge comunicatiu del disseny, l'estratègia i la comunicació visual.

L'equip de Cícero compta amb una alta capacitat d'anàlisi i diagnòstic de la comunicació visual. Executa la seva tasca pensant en el present i el futur de cada client, i elabora projectes que s'ajusten a les necessitats que puguin sorgir durant tota la relació amb ell. En definitiva, proporciona al client les eines adients perquè pugui ser competent en qualsevol nivell, per a benefici seu i per a satisfacció de l'empresa.

A més, l'estudi disposa d'un ampli grup de col·laboradors exigents d'altres disciplines, que conjuguen la mateixa filosofia. Això permet

una unitat d'acció i una complicitat per a desenvolupar projectes globals d'alta qualitat i cercar-hi solucions òptimes.

## mercè revert

revert79@gmail.com

Es forma en disseny de mobiliari a l'Escola Superior de Disseny de les Illes Balears i en disseny de producte a l'Escola Massana de Barcelona. Obté el primer premi en el certamen Art Jove de Disseny de Producte els anys 2001, 2003 i 2004; el segon premi en el certamen d'il·luminació natalenca de l'Ajuntament de Palma l'any 2010; així com una beca del Consell de Mallorca per al projecte de fi de carrera l'any 2000. Aquests guardons, entre d'altres, l'han guiada cap a un bagatge professional que va des del treball per a diferents empreses de l'àmbit del mobiliari, com són Expomanacor, Hags i Bulthap, fins a altres de més properes al producte d'ús, com són Camper i MR.

Una etapa de la seva vida professional la condueix a muntar la seva pròpia empresa, dedicada al disseny, l'elaboració i la venda

de galetes de tot tipus. En l'actualitat es dedica a completar la seva formació en disseny de producte a l'Escola Superior de Disseny de Palma.

Al mateix temps, elabora projectes com a freelance.

## a-divina, jaume vilardell comunicació visual

www.a-divina.es

Amb mes de quinze anys d'experiència en disseny i assessoria de comunicació corporativa, marques i productes, des de 2003 Jaume Vilardell és al capdavant del seu propi estudi i intervé també a àmbits com el disseny d'espais expositius i comercials, el disseny editorial, o la il·lustració.

L'any 2006 s'incorpora a l'estudi Gabrielle Ripoll, especialitzada en comerç internacional i amb una àmplia experiència en tècniques de comercialització.

Ha treballat a països com ara Estats Units, França, Escòcia i Regne Unit i s'encarrega de la promoció de l'estudi i de la gestió de projectes.

Amb la marca A-Divina es promocionen l'estudi i els seus treballs.

## atipika media

www.atipika.com

Atipika és una agència interactiva especialitzada en Internet que ofereix consultoria estratègica, creativitat i disseny

orientat al desenvolupament de llocs web, posicionament i màrqueting en línia.

Atipika neix com un estudi *new média* l'any 2003 en el ParcBIT, amb un equip de professionals amb més de deu anys d'experiència.

Des de Mallorca es treballa per a clients de les Illes, Madrid, Barcelona, França, Anglaterra i Alemanya. Actualment, compta amb clients com ara UNESCO, Grupo Capuchino, LKXA-La Caixa, Bahía Principe Hotels & Resorts, Hotetur, HiHotels, Consorci per

la Promoció Turística de la Platja de Muro, l'ITIH (Institut Tecnològic Hoteler), Cambra de Comerç de Mallorca, Patronat de Turisme de Madrid, COAIB (Col·legi Oficial d'Arquitectes de les Illes Balears) i Govern de les Illes Balears.

## medcomunicació

www.medcomunicacio.com

És graduat en arts aplicades, especialitat de disseny gràfic, a l'escola superior de disseny de Saragossa.

Actualment és gerent i director d'art de Med Comunicació, estudi de disseny i comunicació creat l'any 1998 a Menorca, on es treballa amb

una visió global dels projectes unint els coneixements d'un equip multidisciplinar de professionals: disseny gràfic, web, disseny

editorial, identitat corporativa, disseny d'espais per a esdeveniments i gestió de mitjans.

Entre els seus clients es troben diferents institucions públiques, així com empreses del sector industrial, comercial i turístic de Menorca.

## imatge corporativa per a joieria

Empresa  
**El Taller, SC**  
Disseny  
**Ivan Khanet**

Mariona Piris és una jove joiera artesana de Ciutadella de Menorca. Membre del grup 7deJoies, les seves creacions són peces contemporànies que destaquen per la simplicitat i la pràctica absència d'ornamentació. La gran qualitat material junt amb el minimalisme en les formes són l'essència de les creacions d'aquesta joiera.

L'encàrrec del *restyling* (remodelació) del logotip i el redisseny del *packaging* (embalatge) va arribar per la necessitat d'optimitzar la qualitat visual i el concepte gràfic. Es tractava de posar aquests dos aspectes en relació amb el producte representat.

La feina va partir del logotip creat per l'artesana, amb una tipografia minimalista que, si bé responia a la seva imatge, presentava problemes de llegibilitat un cop impresa. L'anterior logotip anava acompanyat d'una sanefa ornamental de puntets blancs sobre un fons negre que s'havia extret d'un llibre de teles africanes, però que descontextualitzava el producte representat.

A petició de la joiera, el procés creatiu va respectar al màxim l'esperit de la marca i la idea del disseny original. Els canvis havien de ser mínims però el resultat, harmoniós i amb contingut, a fi que el nou logotip reforçés la imatge contemporània, de qualitat i de simplicitat que acompanya l'artista.

Per una banda, s'ha treballat amb diferents tipografies Sans Serif que recorden la utilitzada fins al moment però en milloren la funcionalitat. Finalment, s'ha construït el nou logotip mitjançant la manipulació vectorial de la font Miso (Mårten Nettelbladt 2006).

Per a la part gràfica, s'ha treballat amb alguna de les seves joies més característiques. Se n'han aïllat tres contorns que, combinats i ordenats en equilibri, creen una "M" que funciona com a imagotip.

Aquest mateix imagotip s'ha repetit configurant una sanefa per decorar el *packaging* del producte. Això afegeix un significat conceptual que millora l'antiga sanefa, a la vegada que el canvi del color blanc pel gris fosc escollit per a l'imagotip aporta qualitat i subtileza a tot l'embolcall. La millora de la qualitat dels materials i de les tècniques d'impressió acaba de consolidar la nova gama d'aplicacions corporatives de Mariona Piris.



marionapiris  
MENORCA



PANTONE BLACK C ● 100% ● 90% ● 50%



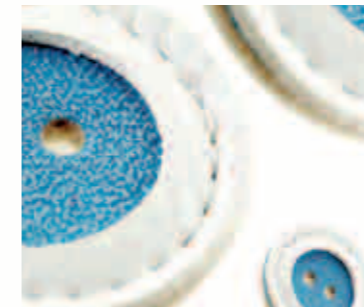


## línia de components per a peces de vestir

Empresa  
**Pons Ibérica, SL**  
 Disseny  
**Nico Guevara**

Pons Ibérica és una empresa ubicada a Inca que té una gran experiència en l'elaboració i el disseny de components per a peces de vestir. Ofereix un ampli catàleg de productes com botons, tiradors de cremallera, etiquetes per a roba, fornitures, *almenaques* (trava de pell i banya o resina), etc. A més, disposa d'un servei de personalització amb el qual el client pot desenvolupar la seva pròpia idea. Utilitzant la darrera tecnologia i uns elevats estàndards de qualitat, ha aconseguit posicionar-se com una de les millors empreses del sector i treballa en col·laboració amb empreses de moda nacionals i internacionals de gran prestigi.

L'encàrrec ha consistit a ampliar l'oferta del seu catàleg amb nous dissenys que estan en sintonia amb les tendències de moda actuals. S'ha elaborat un conjunt d'etiquetes que serveixen per a situar la marca comercial del client, fetes tant de pell resistent a l'aigua com de materials tecnològics, usant la tècnica del làser. També s'han dissenyat botons de resina, banya i petxina, en els quals l'estampat es transfereix per la tècnica de la sublimació, que consisteix a adherir el motiu o dibuix sobre la superfície de la peça per a aconseguir així una gran vistositat. Tiradors de cremallera de pell, cinturons i elements decoratius completen l'oferta dissenyada. Les peces presentades reforcen la filosofia de l'empresa, que sap reaccionar davant el canviant mercat actual i demostra que Mallorca pot seguir aquest ritme ràpid de producció.



## imatge corporativa per a oli d'oliva verge extra

Castellitx Agrícola és una nova empresa productora d'oli d'oliva verge extra amb denominació d'origen Oli de Mallorca. Les olives procedeixen de la possessió Treurer (terme provinent de *tresorer*), d'Algaida. El projecte consisteix a crear la marca (partint de zero) i el producte (etiqueta frontal, etiqueta posterior i càpsula). També s'ha participat en l'elecció de la botella, encara que aquí hem estat limitats per motius tècnics. El producte es posiciona dins el segment d'olis cars i artesanals amb una producció reduïda, per això ens hem centrat en la botella de 500 ml. Sembla que en un futur pròxim l'empresa té la intenció d'embotellar en el format de 250 ml (per a obsequis, comercialització a l'aeroport i altres punts de venda selectes). Tenint en compte que la marca Treurer no té història ni elements identificatius, s'ha treballat amb la idea de *tresorer* per crear la nova marca. S'ha utilitzat l'element que

Empresa  
**Castellitx Agrícola, SAT**  
 Disseny  
**Labodoni,**  
 comunicació i disseny

simbolitza la custòdia d'un tresor: la clau (en aquest cas, el forat del pany). El simbolisme també es pot associar a la salvaguarda del secret per produir un oli de qualitat immillorable. La decisió de posar la marca en vertical respon al fet que la superfície visible de la botella és alta i estreta. Aquest aprofitament millor de l'espai ens permet exhibir la nova marca d'una forma contundent i afavorir així que els consumidors la coneguin. Com que és un producte de nova creació i es disposa de les tècniques més innovadores per a l'elaboració, s'ha fugit de les imatges més clàssiques i tradicionals per donar-li un aire avantguardista i elegant (la utilització de la tinta plata sobre una etiqueta transparent reforça aquesta imatge de modernitat). Pel mateix motiu s'ha prescindit de tipografies clàssiques i d'ornaments superflus. Un element important en l'aparença total del producte és la càpsula, de grans dimensions i amb la possibilitat d'imprimir-hi. A més d'utilitzar la superfície lateral es va proposar imprimir la part superior amb el símbol del pany, per crear així la sensació d'obrir el tresor cada vegada que accedim al contingut de la botella.



● PANTONE 382 C ● PANTONE BLACK C



## imatge corporativa per a empresa de bijuteria

Empresa  
**Vanderly**  
Disseny  
**Joan Pons Moll**

La bijuteria és una de les indústries amb més història a l'illa de Menorca, i Vanderly és una de les empreses més destacades del sector, ja que els seus productes es distribueixen per tot el món des de fa molts anys. La companyia es va plantejar el redisseny de la seva identitat corporativa per tal de crear una marca sòlida i atemporal que expressés tots els seus valors. Amb la nova imatge volia aconseguir transmetre la serietat d'una empresa amb molts d'anys d'experiència en el sector, sobrietat, neutralitat, fer un salt de qualitat i també crear una marca senzilla, pràctica i atemporal. Tots aquests aspectes es varen anar destil·lant i assimilant durant el procés creatiu per decidir paràmetres com ara l'ús de la inicial com a símbol, la tipografia de pal sec, etc. El treball més delicat va ser l'imagotip, amb l'afegit d'haver-se de poder utilitzar sobre paper, cuir, metall,

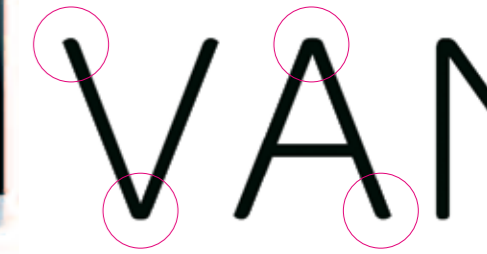
plàstic, etc., i en diverses dimensions. Com a resultat, la nova imatge corporativa de Vanderly és una marca elegant, fresca i neutra, un símbol senzill i potent, que permet l'ús en tot tipus de suport amb garanties d'una correcta visualització. Per tal de fer una transició respectuosa amb la imatge anterior s'ha mantingut una referència a la línia corba, tant en l'imagotip com en la tipografia que s'ha seleccionat i adaptat, l'Omnes, una font de pal sec neta i amb moltes variants. El nou color ha suposat un gran canvi per a l'empresa: darrerament utilitzaven una combinació entre verd i blau marí amb la qual no s'identificaven gaire, i s'ha elegit un vermell rosat saturat per donar força a la imatge i per contrastar la sobrietat de la nova marca.

En traslladar el nou disseny a l'envàs, la combinació entre les formes diagonals, la senzillesa de la marca, i la nova gama cromàtica ha donat com a resultat una capsa atractiva, senzilla i corporativa.

● PANTONE 419 C ● PANTONE RUBINE RED C



VERSÍO ANTERIOR DEL LOGOTIP



## imatge gràfica per a celler

Son Vives és un celler familiar que elabora vins des del 1986. El que en principi va ser un producte per a consum familiar avui es comercialitza sense haver perdut el caràcter artesanal.

Les vinyes se situen al municipi de Banyalbufar, sembrades a marjades, per la qual cosa tot el treball es fa manualment. La viticultura en aquestes condicions només es pot dur a terme si s'aconsegueix un producte d'altíssima qualitat i a la vegada acceptat pel mercat.

A causa de l'orografia del municipi, cada marjada és diferent en orientació, en exposició als vents, al sol i en altitud. Per tant, cada parcel·la es verema independentment i els ceps es tracten com una unitat diferenciada. Les produccions són molt baixes per a així poder garantir un alt índex de components fenòlics, que fan d'aquest vi un producte únic.

Empresa

**Son Vives, Vinyes de Banyalbufar**

Disseny

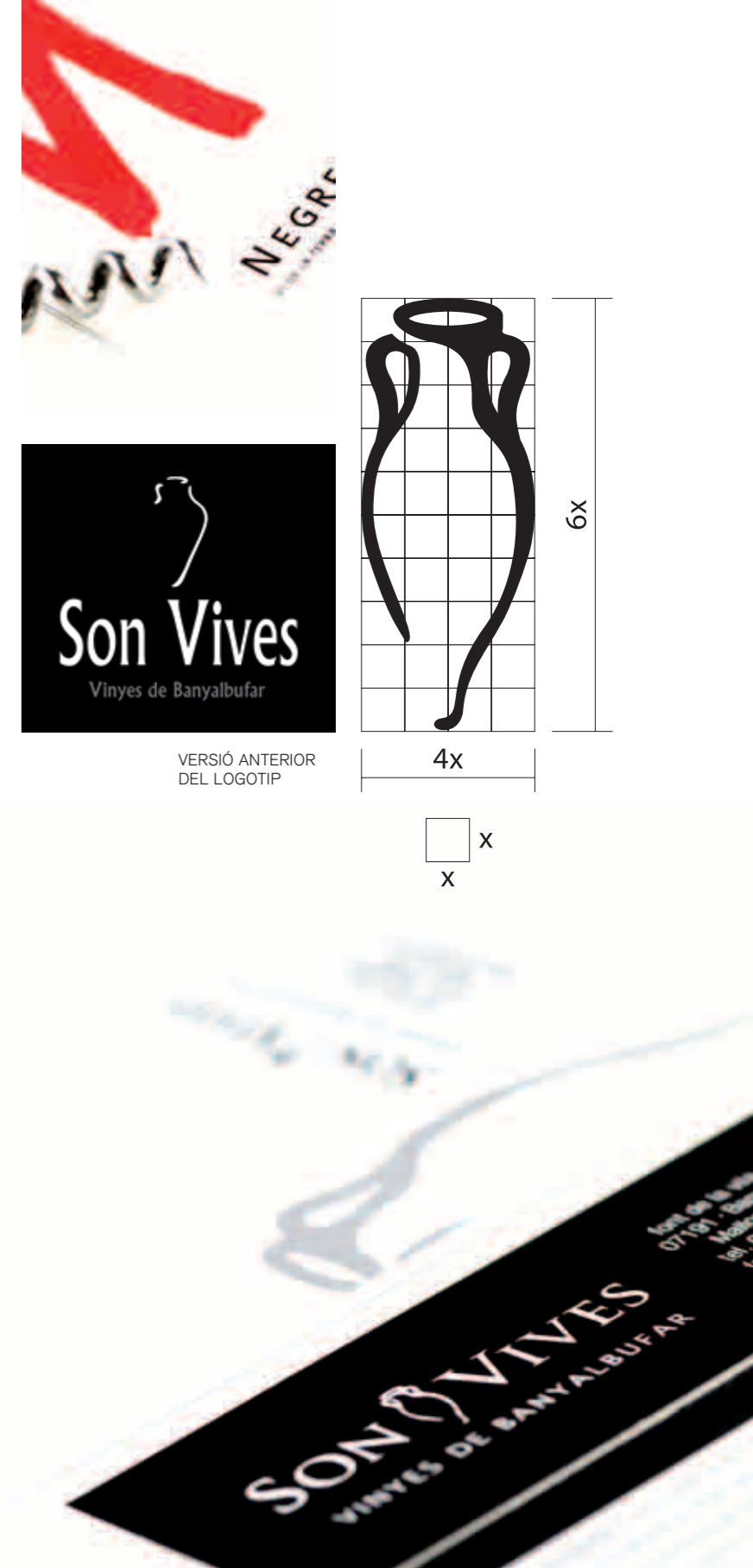
**Redoble, disseny i publicitat**

El principal objectiu del projecte ha estat redissenyar la imatge corporativa de l'empresa mantenint com a punt de partida l'imagotip actual de l'àmfora, ja que és un dels elements pels qual la reconeixen i la diferencien de la competència. Com a valor afegit s'havia de posar èmfasi al fet que tot el procés d'elaboració dels seus vins és manual i artesanal. Després de fer un estudi de les formes i els usos de les àmfors utilitzades antigament per al transport de vins, s'ha dissenyat una silueta que les evoca i que es converteix en l'element principal del nou logotip, s'integra dins el nom del celler i el dota d'una millor llegibilitat, fins i tot en reproduccions a petita escala. S'ha mantingut l'ús cromàtic del blanc i el negre, deixant de banda altres combinacions de color, però en la nova proposta es prioritza l'ús de la imatge en negre i en positiu sobre fons blanc, sempre que sigui possible.

A partir del nou logotip, s'han desenvolupat diverses aplicacions, com ara la papereria bàsica i una plantilla per al disseny de les noves etiquetes de vi.

SON VIVES  
VINYES DE BANYALBUFAR

Banyalbufar



VERSÍO ANTERIOR DEL LOGOTIP

4x

6x

x  
x

## imatge corporativa per a establiment d'artesanía

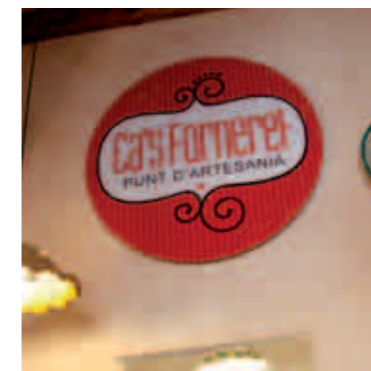
Empresa  
**Udenovembre, SL**  
Disseny  
**Estudi Doctormari**

Cas Forneret és una iniciativa d'un grup de cinc mestres artesans de Mallorca amb una llarga experiència en els camps de la ceràmica, el fang i la llauneria, per tal de comercialitzar junts els seus productes i potenciar així l'artesanía de l'illa. L'establiment està situat a Sineu, a un edifici restaurat recentment i amb unes característiques singulars, del qual s'ha aprofitat el mobiliari existent d'una antiga sastreria. A més de trobar-hi els objectes fets a mà pels artesans, se n'hi poden comprar d'altres com ara joguetes de fusta, peces de vidre i de forja, o alimentació. També vol ser un espai de trobada de l'artesanía, la música, la gastronomia..., on es puguin fer

conferències, presentacions de llibres o de productes. En definitiva, vol ser un lloc obert a tothom que estimi les tradicions de les Illes Balears. Es va sol·licitar la creació de la imatge gràfica per a Cas Forneret. Punt d'Artesanía, així com la integració de la nova imatge a l'establiment i la seva aplicació als diferents suports (targetes, rètols, etiquetes, etc.). La tipografia escollida ha estat la Labtop Typo, de pal sec, fina i senzilla, amb majúscules i minúscules. S'han retocat totes les terminacions de les lletres del nom de l'empresa. Així mateix, el marc s'ha dissenyat en forma de forjat i utilitzant els colors vermell i marró, que recorden el foc i el fang. Tot això obeeix a la intenció que la marca transmeti l'encant de l'artesanía tradicional, feta a mà, elaborada per artesans de tracte agradable i personalitzat. El resultat obtingut és la unitat del conjunt dels nous elements en forma de marca. S'ha cercat contundència i equilibri visual, claredat en la lectura, diferenciació i particularitat en les formes. Per tant, s'ha facilitat la lectura del nom de l'empresa i la seva identificació mitjançant el logotip, amb la qual cosa se n'ha aconseguit més pregnància i capacitat per ser recordat.



● PANTONE 185 C ● PANTONE 504 C



## imatge corporativa per a fabricant de mobles de fusta

Empresa  
**Gestió de Projectes Esferi, SL**  
 Disseny  
**HIFI Publicidad**

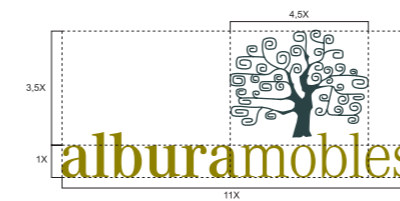
*L'albura* (en català, albeca) és l'últim anell de creixement produït pel canviament vascular de la tija d'una planta. D'aquesta manera, es relaciona l'empresa amb el material bàsic de la fusteria.

Quant al disseny de la imatge gràfica, amb la intenció de reflectir qualitat, característica que defineix els mobles de l'empresa, s'han cercat línies clàssiques i sobries. S'opta per l'ús de dos colors per al logotip (Pantone 620 C i Pantone 445) i del negre per als textos. Per a les tipografies s'han utilitzat la Corporate ABQ i la Corporate ABQ Light. Per a l'imatge s'ha realitzat la il·lustració d'un arbre com a essència del producte i del nom de l'empresa, que alhora comunica refinament i qualitat.

S'han fet diferents aplicacions, com ara papereria bàsica, targetes de visita, carpetes, etiquetes per als mobles, etc.

Gestió de projectes Esferi és una empresa situada a Manacor que fabrica i comercialitza mobiliari per a l'habitatge i l'hoteleria, entre d'altres (geriàtrics). Els mobles estan fabricats en fusta i es caracteritzen per ser artesanals, d'estil rústic i aspecte robust.

L'empresa cercava un canvi d'imatge global, ja que no tenia una imatge massa definida. A més, tampoc no tenia un nom comercial o marca que aglutinàs tota la seva gamma de productes, per la qual cosa es va proposar crear un nom (*namíng*) que la representàs a partir d'ara. Es varen proposar tres noms i l'empresa es va decantar pel d'Albura Mobles.



PANTONE 620 C ● PANTONE 445 C



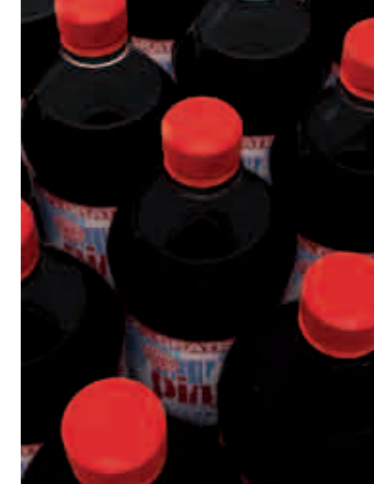
## botella i imatge per a beguda refrescant

Goethe és una empresa situada a sa Pobla destinada a la fabricació i la distribució de begudes refrescants. S'encarrega de la distribució a Mallorca de diverses marques comercials de begudes i a l'embotellament dels seus propis refrescs sota la marca Zumiglub. La pinya mallorquina és una de les begudes refrescants aromatitzades que elabora. La recent adquisició d'una màquina de bufament per inflar les preformes a les seves instal·lacions ha despertat l'interès per presentar una nova botella per als seus productes, per a la qual cosa abans s'han de dissenyar els motlles de bufament i les etiquetes. En això consisteix el projecte encarregat. L'objectiu era crear una imatge de marca que fos suficientment reconeguda i diferenciadora dels seus competidors de mercat i al mateix

Empresa  
**Goethe, SA**  
Disseny  
**Toni Bauzá**

temps potenciàs la qualitat dels seus productes. Amb el nou disseny de la botella i de l'etiqueta, es presenta un format modern i diferenciador del producte anterior.

Pel que fa a la gràfica de l'etiqueta, l'empresari va proposar que es mantingués la imatge de la roba de llengües que anteriorment s'utilitzava, tan pròpia de l'illa i que ha caracteritzat l'etiqueta de la pinya mallorquina. El resultat final és una botella cilíndrica de plàstic de 1.250 ml de capacitat; que és un envàs no retornable de PET transparent amb base petaloide, pròpia dels envasos de begudes gasoses, i tancada amb tap de rosca d'obertura manual. Per a l'etiquetatge, es continua utilitzant l'actual etiqueta encolada però, a mig termini, es preveu actualitzar la línia de producció amb la introducció d'un sistema termoretràctil tipus Sleever. Aquest sistema té la finalitat de potenciar visualment la forma de la botella, proporcionar més espai de comunicació i molts altres beneficis, com ara la impressió en colors intensos i cridaners, el precinte de seguretat, la protecció davant la llum, etc.



## imatge i envàs d'oli d'oliva per a infants

El Consell Regulador de la Denominació d'Origen Oli de Mallorca proposa l'elaboració d'un oli especialment adreçat als infants, amb una combinació d'olives estudiada per a adaptar-se al paladar dels més petits.

Es tracta d'un oli d'oliva verge extra seleccionat per la baixa acidesa i l'elevat contingut d'àcid oleic, per la qual cosa al seu gust suau s'afegeixen les bondats cardiovasculars pròpies de l'oli d'oliva.

El projecte es farà en diferents fases amb un objectiu final: presentar-lo de manera atractiva tant per als pares como per als petits de la llar.

La primera part era l'elecció del nom i la creació del logotip. OLIET és el nom seleccionat, que es mostra en

Empresa  
**Consell Regulador DO  
Oli de Mallorca**  
Disseny  
**Verbigràfia**

un logotip amb colors que indiquen el camí que recorre el producte: des del verd de l'oliva, passant pel groc de l'oli, fins al vermell del cor. L'envàs era un altre dels punts a estudiar. Es presenta en un envàs de 250 ml, de material plàstic, que ens permet, d'una banda, vetlar per la seguretat de l'infant, ja que com que no és de vidre no es pot rompre i, de l'altra, gràcies al poc pes i al dispensador, facilitar a l'infant la participació directa en l'elaboració del plat i, d'aquesta manera, educar-lo en uns hàbits saludables d'alimentació. No podem oblidar que l'oli d'oliva és un dels elements bàsics de la dieta mediterrània. El disseny de l'etiqueta mostra, des d'un punt de vista lúdic, el seu caràcter saludable i natural. Colors, il·lustracions i textures es combinen en diferents etiquetes que conviden a fer-ne col·lecció i donen alegria a taula.



**OLIET**  
Oli de Mallorca

● PANTONE 122 C ● PANTONE 185 C ● PANTONE 143 C  
● PANTONE 215 C ● PANTONE 583 C ● PANTONE 5825 C





## imatge i capses per a centre artesanal

Empresa  
**Fundació Destí Menorca**  
 Disseny  
**Íker Martínez i Joan Pons Moll**

El Centre Artesanal de Menorca és un espai de trobada entre el món de l'artesania i la societat, inaugurat el desembre de 2005 i ubicat a les antigues casernes militars des Mercadal, al bell mig de l'illa. L'edifici, que té més de cent anys d'antiguitat, ha estat cedit per l'Ajuntament i està catalogat com a valor patrimonial. El Centre Artesanal cerca decididament la professionalització dels artesans amb la introducció de conceptes com disseny, marca, imatge, gestió, màrqueting, noves tecnologies i, sobretot, qualitat. L'objectiu del projecte ha estat crear un embalatge funcional i diferenciador per a la gran varietat de peces d'artesania que es comercialitzen al Centre Artesanal, com ara avarques, ceràmica, joguines, etc.,

amb formats molt diferents. Amb el seu disseny innovador, l'envàs aporta tant un valor afegit a les peces que siguin per a regal, com una protecció fiable per transportar-les. El disseny ha consistit en dos cossos independents de cartó microcanal, units de tal manera que un cos llisca dins l'altre, i així es pot descobrir la peça d'artesania que hi ha a l'interior. El conjunt també consta d'una pestanya de seguretat per evitar que, amb el transport, la capsa es pugui obrir i es produeixin danys a la peça. Pel que fa al nou disseny de la identitat corporativa, s'ha creat una marca inspirada en la forma característica de l'edifici on s'ubica el Centre Artesanal, la qual, alhora, s'adapta a la forma de la lletra A d'«artesania». Gràficament s'ha treballat amb una forma modular basada en el quadrat, que es tradueix en una identitat neta i clara. A causa de la força de l'imatge, s'ha considerat que la tipografia del logotip no hi ha de competir i, per això, s'ha optat per l'ús d'una font de pal sec, de tall net i actual com és la Benton. La composició en tres línies compensa el pes de l'imatge i fixa la marca. Des del punt de vista cromàtic s'ha escollit un to verd que fa referència a la natura autòctona com a segell d'identitat. Aquest mateix disseny s'ha aplicat sobre papereria, camisetes...



● PANTONE BLACK C ● PANTONE 626 C



**Centre  
 Artesanal  
 de Menorca**



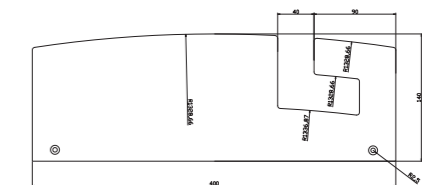
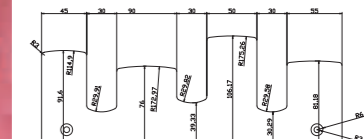
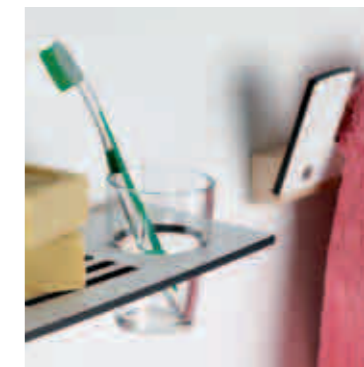
## línia d'accessoris de fusta

Empresa  
**Carpintería Vicens, SL**  
 Disseny  
**K\_Barret**

Carpintería Vicens és una empresa familiar ubicada a Palma que es dedica a la fabricació de fusteria d'obra i ebenisteria, als camps de l'hoteleria, la decoració, la rehabilitació i el mobiliari, combinant el treball artesanal amb la més avançada tecnologia. Pensant en les necessitats mediamambientals actuals, l'empresa es va plantejar aprofitar la gran quantitat de fusta que queda després de fer els treballs per treure'n rendiment. Amb aquest objectiu es fa una recopilació i selecció de materials sobrers, i es trien unes barres longitudinals de fusta de roure o iroc i el taulell fenòlic, que s'utilitza per al revestiment de façanes i del qual es fan una gran

varietat d'acabats. Les característiques d'ambdós materials fan que la seva unió sigui idònia per poder-ne desenvolupar el màxim potencial. Les propietats dels materials, indicats per a ambients humits, duen a la creació d'una línia d'accessoris per a bany, que deixa palesa una coherència formal entre totes les peces, d'un estil subtil i adaptable a diversos àmbits, ja siguin públics o privats. Es dissenyen dos tipus de perfils, sorgits de les barres longitudinals, que han d'anar fixats a la paret mitjançant perns. A la vegada, la peça fenòlica s'uneix als perfils amb un senzill sistema mecànic, de fàcil muntatge per a l'usuari. Amb la combinació d'ambdues peces es creen distints objectes: prestatge, penjador, tovalloler i variacions d'aquests. A més, tots ells es poden fixar de manera individual o conjunta.

El resultat és un producte que combina un material tradicional com el roure amb un altre totalment nou, el taulell fenòlic, del qual es dinamitza la producció seriada utilitzant un procés de mecanització per control numèric. Com que el temps de fabricació és l'únic cost del producte resultant, es valora que sigui el mínim possible.



## marca per a mercat central

Empresa  
**Mercapalma, SA**  
 Disseny  
**Marilén Mayol**

Mercapalma és una empresa pública de serveis a majoristes que aposta per la qualitat i la innovació. Forma part d'una xarxa de vint-i-tres mercats centrals d'abastament ubicats en diferents municipis de l'Estat. La imatge corporativa s'ha redissenyat en un moment de renovació i millora. L'empresa ha aconseguit el certificat ISO 9001 i se n'han reformat àmpliament les oficines i les instal·lacions. En proposar la nova marca de Mercapalma s'ha volgut reflectir aquest esperit de renovació, així com també l'aspecte identificador de l'empresa com a mercat de productes frescs, entre d'altres. Així, els atributs que s'han volgut expressar en la imatge gràfica són:

- Formes orgàniques, amb referència als productes frescs que caracteritzen

  
**mercapalma**

- un mercat, la qual cosa es manifesta evitant la rigidesa i la formalitat en la gràfica.
- La vitalitat, en al·lusió a la idea de constant renovació i millora de l'empresa; gràficament ens referim a la bona visibilitat, a elements que atreguin l'atenció.
- La innovació, que gràficament es mostra emprant recursos actuals com transparències i degradats de color. La direcció de l'empresa va plantejar com a premissa el manteniment de les sigles MP com a imatgotip o símbol identificatiu de l'entitat, així com el color verd, per tal de mantenir un nexa d'unió amb la imatge vigent fins ara i implantada des de fa molts d'anys. El símbol s'ha resolt amb formes orgàniques, emplenades per una gamma de verds que li donen vitalitat i frescor. La tipografia del logotip li fa de rèplica per la seva formalitat i aire tecnològic, i se n'ha utilitzat una de pal sec sense modulacions. El conjunt té força visual pel ventall de colors emprat i les proporcions dels elements: l'imatgotip sempre destaca i funciona com a element identificatiu primordial. S'ha elaborat un manual de la imatge corporativa per a mantenir un mateix criteri a l'hora de realitzar totes les aplicacions, tant per a la papereria com per a les de gran format com la senyalística.

PANTONE 382 C ● PANTONE 348 C ● PANTONE 576 C

  
**mercapalma**



## imatge i etiqueta per a vi

Butxet Viticultors, empresa formada per Jaume i Llorenç Perelló, va emprendre la producció de vi l'any 2004 i va treure al mercat els primers vins l'any 2006. Com a empresa productora només du uns quants anys, però com a empresa dedicada al cultiu i la recol·lecció de raïm ja té una àmplia experiència. Amb motiu de l'aparició al mercat del nou vi blanc d'aquesta bodega, es va plantejar la necessitat de crear una etiqueta per identificar-lo i, en aquest moment, es va proposar anar més enllà.

La primera part de la feina ha estat el redisseny del logotip. Mantenint la mateixa idea de l'original, s'ha cercat suavitzar les línies per donar-li una imatge més elegant i més suau, d'acord amb el temps i amb un producte d'alimentació.

La segona tasca ha consistit a crear una col·lecció de tres etiquetes:

Empresa  
**Butxet Viticultors, SAT**  
Disseny  
**28 Motivos, estudio gráfico**

Va de Blanc, Sirà i Merlot. La idea ha estat aconseguir coherència visual i tipogràfica entre les etiquetes i mantenir l'element identificatiu de la marca, el circell, encara que amb un nou aspecte més modern i abstracte.

El nou format envoltant de l'etiqueta li aporta un toc d'elegància i distinció. Això s'ha aconseguit posant la informació en una sola línia visual que acompanya la forma de l'etiqueta i deixant molt d'espai blanc perquè la lectura sigui més neta, transmeti sinceritat i inciti al seu consum. Tot això acompanyat d'una càpsula negra que queda integrada en la botella. L'únic element distintiu d'aquesta càpsula és el logotipus, amb el mateix color que la tipografia de l'etiqueta.

● PANTONE 186 C ● PANTONE 512 C ● PANTONE 399 C



VERSIO ANTERIOR DEL LOGOTIP



VINSBUTXET

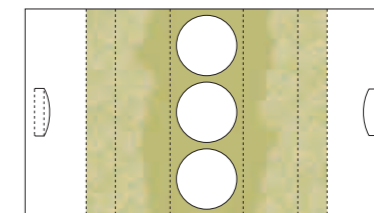


## envàs expositor per a cactus

Empresa  
**Cactus Toni Moreno, SL**  
 Disseny  
**Margalida Bernat**

Cactus Toni Moreno és una empresa que es dedica des de l'any 1972 a conrear i reproduir cactus fins a convertir-los en plantes exemplars. L'empresa està situada al poble de ses Salines, que té un clima molt favorable per al conreu i creixement d'aquest tipus de plantes. Ofereixen una àmplia gama de productes, fins a 500 espècies diferents, en una extensió de conreu de 40.000 m<sup>2</sup>. El projecte sorgeix de la necessitat de crear l'envàs d'una minicol·lecció de cactus per a la venda a grans superfícies i botigues especialitzades en plantes i jardineria. L'envàs ha de ser fàcil de transportar pel client i pràctic per a la situació i l'exposició en els

lineals de venda. Se'ns demana que es puguin veure els exemplars que hi ha a l'interior i que a la vegada les plantes rebin una mica de llum i d'aire per mantenir-se en bones condicions. Com que és un producte natural i original, a l'hora de dissenyar l'envàs s'ha intentat treballar amb un material natural com és el cartró i crear un envàs amb una forma innovadora i d'ús senzill. S'ha prioritzat en tot moment que la capsa fos d'una sola peça i automuntable. La capsa s'ha dissenyat perquè tenguí dues funcions: d'una banda, mitjançant l'abatiment dels laterals, d'expositor en el punt de venda i, d'una altra, una vegada tancada, de recipient que faciliti al client el transport del producte. Pel que fa a la gràfica, s'ha intentat crear una imatge senzilla per a la part interior de la capsa generant diferents textures gràfiques a partir de les imatges de les mateixes plantes. La gràfica es treballa mantenint una gamma cromàtica per tal que no adquireixi massa protagonisme. S'aconsegueix així reforçar la importància del producte que conté la capsa expositora.





## imatge i envàs per a ambientador

Empresa  
**Gonzalo Garau**  
Disseny  
**SSSIT Publicitaris**

Les roques ran de mar; un pinar després d'una tempesta d'estiu; un manat de romaní, fonoll i orenga; ametlers, oliveres, figueres i garrovers; l'aire de la Serra de Tramuntana...

Essentia Mallorca va néixer a partir d'un record olfatiu, de la identificació d'unes aromes pròpies i diferenciades. L'empresari pretenia dur aquest record a un ambientador per a la llar. Un flascó que en obrir-se desplegués unes sensacions olfatives associades a l'illa.

Després de posar aquesta idea sobre la taula, es va començar a treballar tant en el disseny del producte com en l'estratègia de màrqueting.

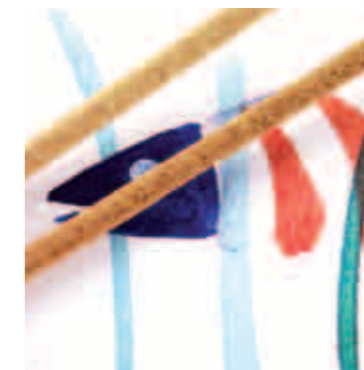
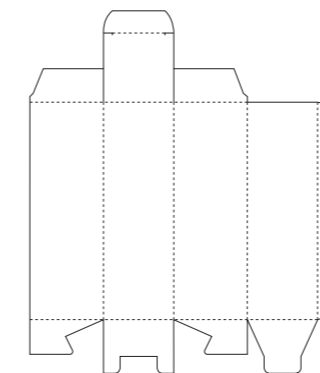
El principal repte va ser sintetitzar aquestes sensacions olfatives en una fragància única. Per a això es va comptar amb l'experiència de Miquel Àngel Benito, de Flor d'Ametler, empresa mallorquina dedicada a la creació de perfums mitjançant tècniques tradicionals. Es varen fer diverses proves combinant ingredients naturals provinents dels quatre

elements: l'aigua, la terra, l'aire i el foc. Un procés de pura alquímia fins a trobar l'aroma desitjat. Paral·lelament, es va efectuar una petita anàlisi de mercat per identificar productes similars i comparar-ne els punts forts i els dèbils, dissenyar una estratègia comercial i establir un sistema de distribució.

Posteriorment, es va confeccionar un embalatge gens convencional inspirat en l'estètica del dissenyador suec dels anys seixanta Olle Eksel. Una interpretació naïf dels quatre elements a través del pinzell desairós de l'il·lustrador Alfredo Corrales. Corns marins i estrelles de mar, peixos, algues, sols, núvols, ocells, pebres de cirereta... Centenars d'il·lustracions de gran personalitat.

El producte es presenta en una capsa de cartó de 6 x 6 x 20 cm. L'estic difusor de l'aroma en condiona l'alçada, ja que el flascó és més petit. A més, també es pot adquirir en format de varetes cremadores impregnades amb l'aroma.

El resultat és un producte original, capaç de diferenciar-se en el lineal d'altres de similars, d'atreure l'atenció i de despertar la curiositat i la simpatia envers la marca. Un producte interessant per al públic local i altament atractiu per al públic estranger, que ara té la possibilitat d'endur-se un record diferent: l'aroma de Mallorca.



## imatge corporativa per a empresa especialitzada



PANTONE 485 C ● NEGRE



corda

piano

percussió

hi-fi

vent

Sonomusic és una empresa especialitzada en activitats relacionades amb la música, amb diverses dècades d'experiència i un perfil que abraça diferents productes i serveis: venda d'instruments, classes de música, organització d'esdeveniments, etc. L'objectiu del projecte s'ha centrat a renovar una imatge obsoleta que no concorda amb l'esperit emprenedor de l'empresa, a més de transmetre la diversitat de productes i serveis. Fet que, d'altra banda, implica que tenguí un públic molt heterogeni: particulars aficionats, professionals, estudiants, cadenes hoteleres, sales de festa, discoteques, etc. El concepte de la nova imatge no podia ser un altre que el de la música. I atès que la música és la suma de melodia, ritme i harmonia, la marca Sonomusic havia de transmetre aquests mateixos valors. El repte ha estat trobar un llenguatge musical genèric, sense recórrer a elements que s'identificassin amb cap instrument, públic o estil concret. El resultat és un joc tipogràfic en què cadascuna de les lletres de la marca té personalitat pròpia sense

Empresa  
**Sonomusic, SA**  
Disseny  
**Núria Vich**

perdre l'harmonia del conjunt. I en què la combinació de mides i formes, com la lletra s tombada i la lectura amb alts i baixos, suggereixen moviment i marquen un ritme com si es tractàs d'una melodia. La clau: partir d'una tipografia clàssica i amb connotacions musicals i aconseguir transmetre una imatge moderna.

S'ha mantingut el color vermell. Vibrant, amb força i càlid. S'ha combinat amb el negre per emfatitzar un contrast que no aconseguia l'antic blau.

Una vegada definida la imatge genèrica de marca, calia crear una sèrie de submarques per als diferents espais de l'empresa: aire, vent, piano, corda i hi-fi. Per això s'ha mantingut el mateix concepte tipogràfic que en el logotip i s'han afegit una sèrie de missatges implícits a cadascuna, reforçant d'una forma subtil però clara el seu significat. Aquestes s'utilitzaran en diferents aplicacions: adhesius per identificar els instruments, rètol de la façana, aplicacions a la pàgina web, etc.



VERSÍO ANTERIOR DEL LOGOTIP



## imatge i envàs per a l'ametla de mallorca

L'empresa Productors Balears d'Ametles i Garroves va sol·licitar una nova imatge i un nou envàs per a l'ametla mallorquina.

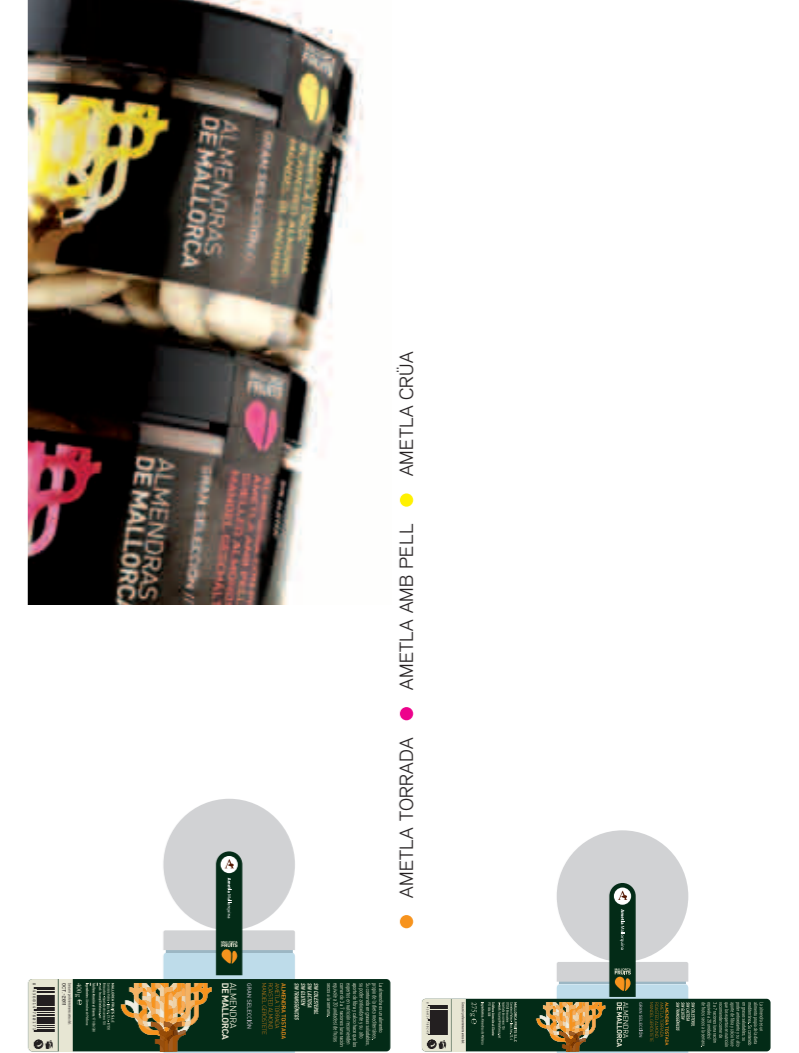
La idea principal del projecte era destacar les propietats saludables de l'ametla com a aliment natural i de consum diari. Amb aquesta finalitat, s'ha desenvolupat una identitat que connecta amb tot allò energètic i vital, reflectida en una figura esquemàtica d'arbre-artèries. Visualment, aquesta imatge trenca amb el que acostumam a trobar en el mercat dels fruits secs, per donar-li un punt clarament diferenciador.

Dins la mateixa línia es va dissenyar el logotip per a la marca Mallorca

Empresa  
**Productors Balears d'Ametles i Garroves, AIE**  
Disseny  
**Estudio Cícero**

Fruits. El símbol, format per dos bessons que recorden la forma d'un cor que batega, connecta de nou amb la idea de destacar els beneficis múltiples de l'ametla com a fruit sà, natural, nutritiu i d'elevat valor biològic.

Els envasos, de base rodona i forma recta per facilitar la picada, són de PET transparent amb tapa d'alumini, i les capacitats de 250 gr i 400 gr. Amb la composició del text en vertical se cerca una ruptura amb l'horizontalitat del lineal del punt de venda. Els elements principals de l'etiqueta es representen en tres colors per diferenciar els tipus d'ametla: crua, torrada o amb pell. Així es torna a la idea de reflectir la vitalitat i l'energia del producte. D'aquest mateix producte es fa una versió més econòmica amb la tapa de l'envàs de plàstic negre brillant.





## caixa obsequi per a vi

Jaume Mesquida és un celler familiar que pertany a la Denominació d'Origen Pla i Llevant i que està situat a Porreres (Mallorca). Avui ja hi ha al capdavant del celler la quarta generació.

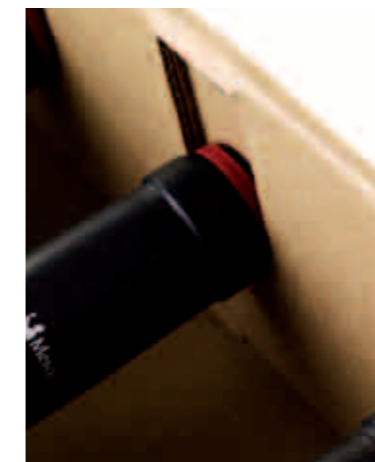
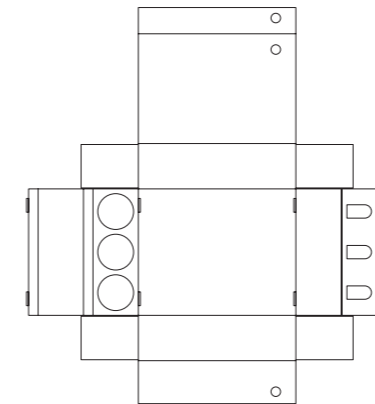
Jaume Mesquida vol ser un punt de trobada i difusió de la cultura del vi. Empresa líder i pionera de l'enologia illenca, disposa de les tecnologies més modernes, que combinades amb els sabers de la pagesia i la dedicació a la terra, produeix uns vins molt preuats.

Empresa  
**Jaume Mesquida de Mallorca, SA**  
Disseny  
**Mercè Revert**

L'elaboració de vi comença amb el cultiu d'un bon raïm: cal processar-lo amb el màxim de cura i atenció i vestir-lo per a iniciar-ne la comercialització. En aquest punt és on s'ha intervingut per a aportar, a aquesta empresa, el disseny d'una caixa per a regal, la qual conté tres botelles de vi.

Es tractava de construir un receptacle que sortís dels estàndards de les caixes d'aquesta tipologia. El resultat és un estri que a cop d'ull es pot intuir que conté vi, ja que el tancament està format per un tap de botella de vi i una etiqueta adhesiva que inclou el nom de l'empresa i informació d'interès sobre aquesta. Així, la caixa queda ben tancada sense cap pipella ni necessitat de cinta adhesiva.

És una caixa de gran sobrietat, sòlida i funcional per al transport. És feta en cartó microcanal i composta d'un sol encuny, sense adhesius ni impressió, i de muntatge simple. La caixa arriba al celler desmuntada per a facilitar-ne el transport i l'emmagatzematge, i es munta en el moment de vendre's. S'hi introdueixen les botelles transversalment, es tanca i ja tenim un present per a quedar bé, sense necessitat d'embolcall.



## imatge corporativa per a club esportiu

Empresa  
**Udyr Sport, SL**  
 Disseny  
**A-Divina, Jaume Vilardell**  
 Comunicació Visual

Udyr Sport han estat unes instal·lacions esportives de referència a Palma per a moltes generacions, a causa, sobretot, de la gran popularitat dels seus tornejos de futbol. El projecte de la nova empresa concessionària consisteix en la remodelació integral de l'espai i la reconversió en un modern centre esportiu especialitzat en pàdel i tennis. L'objectiu del client era conservar el nom sense renunciar a un nou disseny de la marca i de la comunicació corporativa.

Es reforça la denominació Udyr i s'ubica l'apel·latiu Sport a un segon nivell. En el subtítol s'especifica 'pàdel tennis club'. Partint del posicionament del centre com a club de pàdel, el símbol sorgeix de la morfologia característica de la raqueta. La rotació a 45° integra el símbol en la composició i confereix dinamisme al conjunt. Es manté una estructura en forma de bloc entre el símbol, la marca

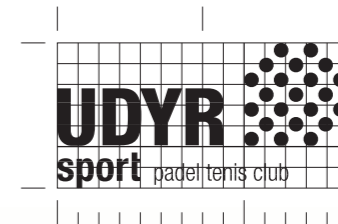
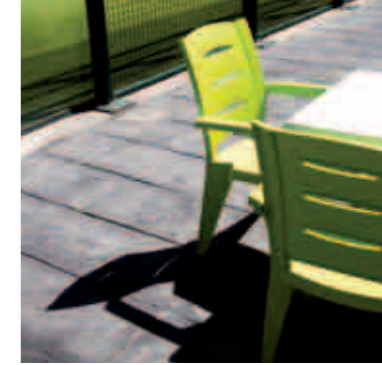
i la llegenda 'sport pàdel tennis club'. Es tria una tipografia de caixa alta de la família Helvètica i s'atorga així al logotip un aspecte esportiu, en certa forma masculí, seriós i fàcil d'identificar.

El client suggereix l'ús dels colors predominants en els materials utilitzats en els elements constructius i decoratius de les noves instal·lacions: el verd, els grisos i el blanc, que s'integren automàticament en la gamma cromàtica de la nova marca.

L'imagotip s'ha realitzat a dues tintes: Pantone 390 i Cool Gray 9. La diversitat cromàtica en el mateix imagotip en facilita la lectura, crea dinamisme, el fa inconfusible i ressalta encara més el conegut nom d'Udyr.

El resultat és un imagotip funcional en tot tipus de suports i aplicacions (impressió, retolació, estampació, en pantalla, etc.).

Finalment s'elabora una guia bàsica d'utilització de la marca i dels elements gràfics que la configuren.



● PANTONE 390 C ● PANTONE COOL GRAY 9 C



## web per a fundació cultural

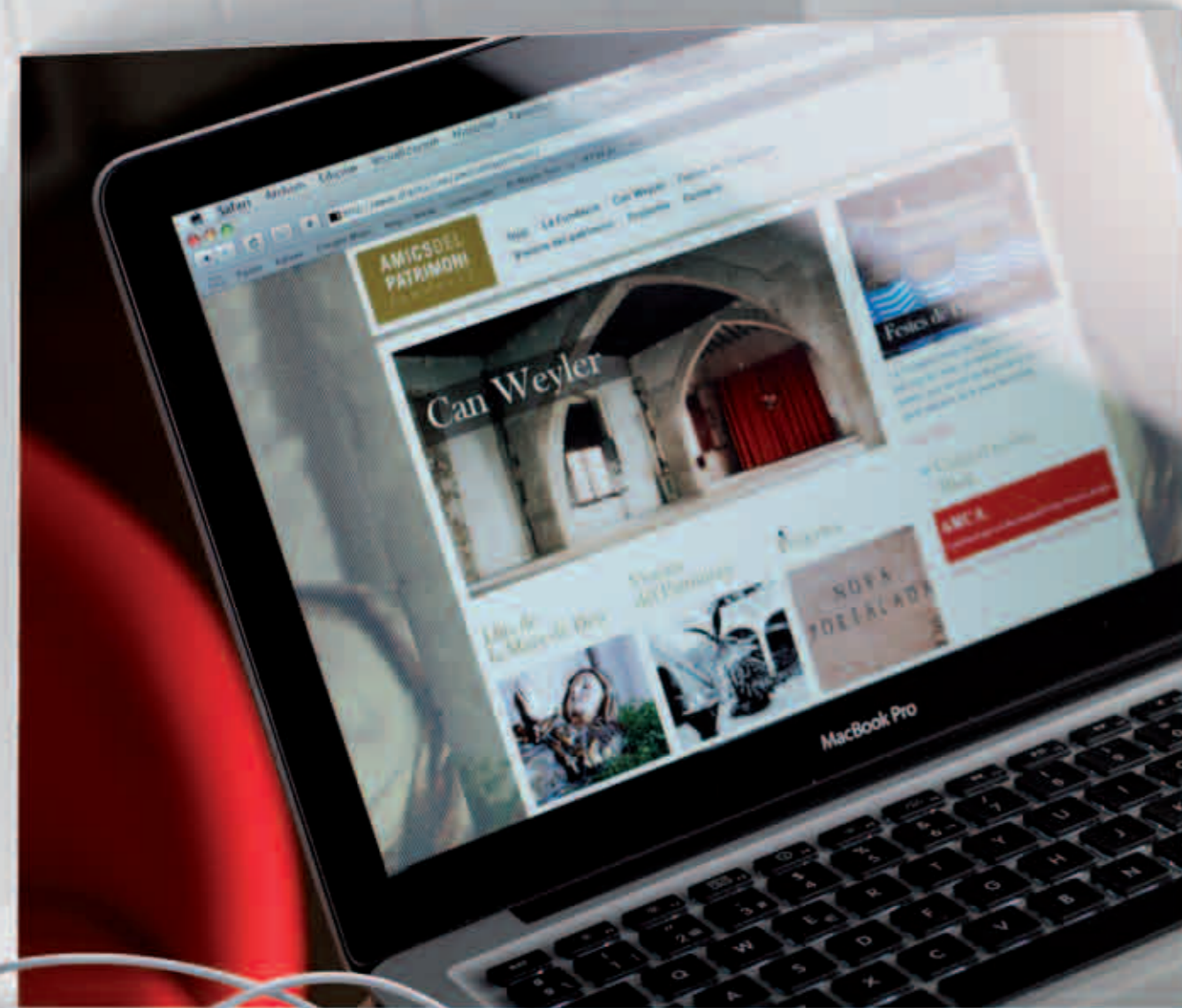
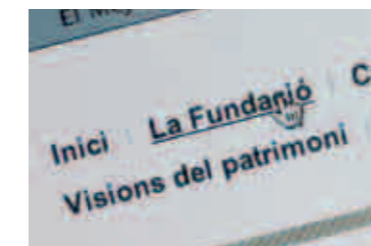
Empresa  
**Fundació Amics del Patrimoni**  
 Disseny  
**Atipika Media**

de donar a conèixer, d'una manera eficaç i immediata, la tasca que fa aquesta fundació.

La pàgina d'inici presenta un avanç dels continguts més destacables del web mitjançant l'ús d'imatges i textos explicatius. D'aquesta manera, l'usuari n'identificarà ràpidament les diferents seccions i es farà una idea completa del que trobarà a l'interior. A més de dedicar un espai destacat als projectes i a la seu de la Fundació (Can Weyler), la pàgina d'inici permet a l'usuari connectar directament amb el web i el bloc d'ARCA, així com amb el d'ARCA Llegat Jueu.

En el cas de la presentació dels projectes s'ha tengut especial cura a respectar al màxim la visió de l'artista o dels creadors. Així mateix, s'ha tengut en compte la correcta visualització de les galeries d'imatges en suports com iPhone i similars, ja que actualment són moltes les persones que accedeixen a llocs web des de plataformes mòbils. El web de la Fundació Amics del Patrimoni és, en definitiva, el millor aparador per a presentar les activitats realitzades fins al moment i aquelles que es faran en el futur.

La Fundació Amics del Patrimoni, creada per ARCA, encara que amb personalitat jurídica pròpia, té l'objectiu de ser el motor que impulsa, des de la societat civil, la recuperació del patrimoni cultural de les nostres Illes. Per a aconseguir-ho, la Fundació, entre d'altres activitats, organitza conferències, participa en projectes concrets de recuperació del patrimoni, munta exposicions i pren part a esdeveniments des dels quals es promou la reflexió i la presa de consciència envers la importància de la conservació de tot el nostre patrimoni cultural. Internet, naturalment, es presenta com el vehicle natural amb el que es pot arribar al major nombre possible de persones, per la qual cosa es fa imprescindible la creació d'un lloc web. El web de la Fundació Amics del Patrimoni neix de la necessitat



## imatge gràfica per a finca de producció ecològica

Empresa  
**Lloc Es Tudons, SRN**  
Disseny  
**Medcomunicació**

funcioni bé en qualsevol mida. S'ha seleccionat la tipografia Historical Fell Type Roman per la irregularitat dels seus contorns, que recorda la de les pedres i suggereix un conjunt monumental.

Respecte a la línia gràfica, s'ha pretès transmetre l'aspecte artesanal de la seva elaboració amb una estàtica més actual, fresca i dinàmica que s'adapta fàcilment a les diferents aplicacions dels productes sense perdre la identitat. Per a les etiquetes s'han disposat requadres adaptables a diferents formes sobre una retícula base combinada amb una selecció de quatre colors, un per a cada tipus de producte.



**Es Tudons**  
Agricultura ecològica



**Es Tudons**  
Agricultura ecològica

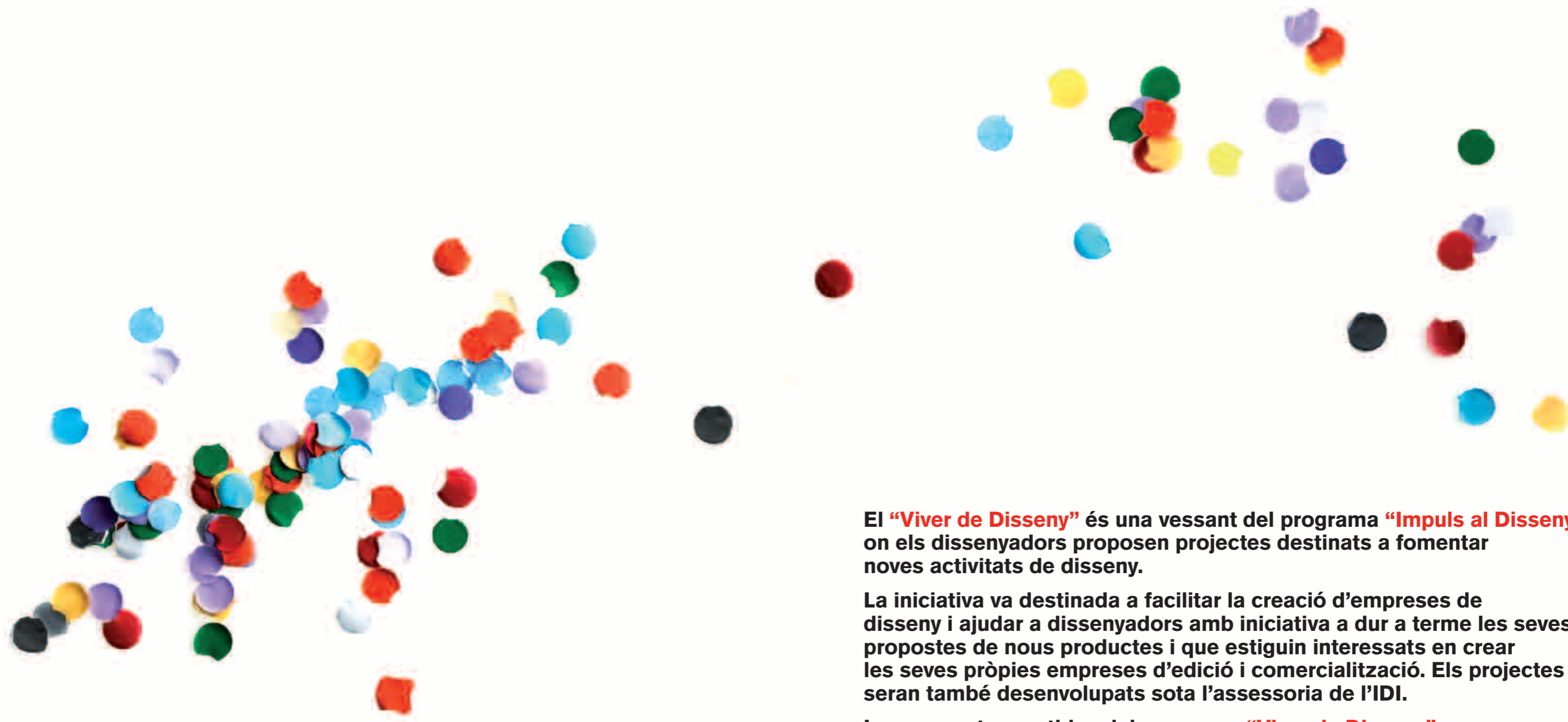
Lloc Es Tudons és una finca agrícola tradicional ubicada a Ciutadella de Menorca, on s'elaboren artesanalment i es comercialitzen quatre línies de producte: mel, formatge semicurat i curat, carn de vedella i carn de be (xot) per a consum, tot sota el segell de la producció agrària ecològica.

La creixent demanda de productes alimentaris de producció ecològica i la necessitat de crear una marca identificable i ben diferenciada dins de l'illa han impulsat aquesta empresa a sol·licitar el desenvolupament de la nova imatge corporativa i les seves diferents aplicacions.

Per dissenyar aquesta imatge, el mateix nom de l'empresa ha resultat determinant: es Tudons identifica un dels monuments prehistòrics més representatius i coneguts de Menorca, sa Naveta des Tudons, ubicada en els terrenys de la finca. Per això, és clar que la marca havia d'incloure necessàriament un dibuix de la naveta.

Per elaborar el logotip s'ha triat la perspectiva més recognoscible del monument i se n'han simplificat les línies dels contorns, cercant un apropament al pictograma, perquè





El **“Viver de Disseny”** és una vessant del programa **“Impuls al Disseny”** on els dissenyadors proposen projectes destinats a fomentar noves activitats de disseny.

La iniciativa va destinada a facilitar la creació d'empreses de disseny i ajudar a dissenyadors amb iniciativa a dur a terme les seves propostes de nous productes i que estiguin interessats en crear les seves pròpies empreses d'edició i comercialització. Els projectes seran també desenvolupats sota l'assessoria de l'IDI.

Les propostes sortides del programa **“Viver de Disseny”** seran una demostració de les possibilitats existents de crear, fabricar i comercialitzar nous productes amb el valor afegit que el disseny pot aportar.

**viver  
de disseny**

Neus Company

**62**

**Escala portàtil plegable**

Pilar Echeagaray amb la col·laboració de Toni Bauzá

**64**

**Bossa marina multiús**

Rogelio Olmedo

**66**

**Línia de mobiliari per a dormitori**

## neus company

neuscompany@gmail.com

Va començar a estudiar disseny de producte a l'Escola Superior de Disseny de les Illes Balears.

Després del primer curs es va traslladar a València,

on va continuar els estudis i va rebre una beca per a realitzar un projecte

al llarg d'un semestre a la Fachhochschule Hannover, a Alemanya.

Actualment, ja instal·lada a Palma, està elaborant el projecte de fi de carrera mentre assisteix a cursos paral·lelament.

## pilar echegaray

www.reachbeach.es

ReachBeach és un jove projecte empresarial que vol posar al mercat productes innovadors per usar a la mar. L'ànima de ReachBeach és Pilar Echegaray, tècnica d'empreses i activitats turístiques, patrona de iot i bussejadora esportiva titulada.

Tenir una ampla experiència professional en el món del turisme i de la nàutica i,

sobretot, haver navegat des dels tres anys, fan venir al cap un munt d'idees imaginatives per fer de la mar una experiència d'oci millor.

Na Pilar es dedica al disseny, l'organització de la producció i

la comercialització de productes com el que us presentam en aquest catàleg.

## rogelio olmedo

www.rogeloolmedo.com

Format a l'Escola Massana de Barcelona a l'especialitat de disseny industrial.

Treballa com a infografista per a la Universitat Politècnica de Catalunya. Col·labora en diversos

projectes a l'estudi de disseny DI, d'Enric Bosch. Obté una beca COPCA d'estudis a Mèxic, per crear

decorats cinematogràfics, on té el primer contacte amb una revisió d'allò artesà.

Funda a Osca el taller de ferro forjat La Una, on es dedica a l'artesanía en ferro forjat i a l'escultura.

Nascut a Saragossa, actualment resideix a Son Servera, Mallorca,

on ha projectat i duit a terme línees d'il·luminació, mobiliari, senyalització,

mobiliari urbà, parcs infantils i escultura pública.

## escala portàtil plegable

Disseny  
Neus Company

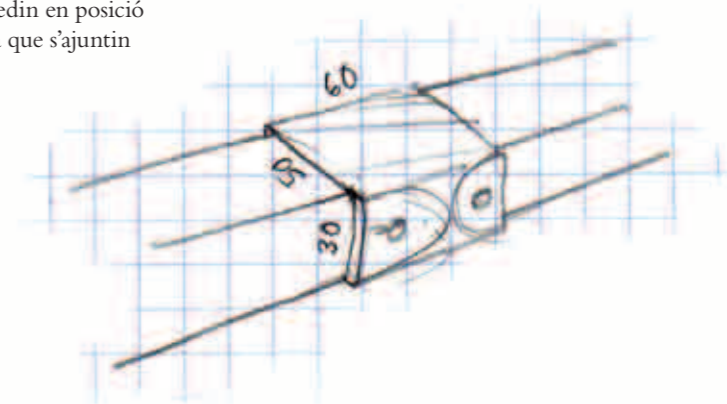
Les nostres llars són cada vegada més petites i, en conseqüència, els electrodomèstics, el mobiliari i altres objectes s'han d'adaptar a unes mides més reduïdes. De fet, aquest projecte ha sorgit de la necessitat de simplificar al mínim un objecte quotidià. L'escala de pintor és un estri habitual a moltes cases, encara que d'ús no gaire freqüent. Per aquesta raó s'ha reduït a una mida mínima, a fi que càpiga a qualsevol lloc, i se l'ha dotat d'un funcionament senzill, a fi que sigui útil per a arribar als objectes inabastables des de terra. D'aquesta manera, com que s'ha agilitzat el maneig de l'escala, se n'incrementarà l'ús.



El resultat de tot això és Compactstair, una escala portàtil plegable de disseny modern i aspecte tradicional. Està fabricada en fusta de faig i amb frontisses de llautó. Tancada, només ocupa un espai de 172,5 x 5 x 12 cm.

L'escala té dues peces amb cinc graons a cada una. Cada graó està dividit en dues meitats unides entre si per una frontissa. I cada meitat està unida per una frontissa als muntants laterals.

Per a desplegar l'escala, se n'han de separar els muntants perquè així les dues meitats d'esglaons quedin en posició horitzontal. A continuació s'han d'obrir les dues peces de l'escala fins a un angle de 35 graus. Aquesta obertura ve limitada per una corda que uneix les dues peces. Per a plegar l'escala, se n'han de tancar les dues peces i se n'han de plegar els graons fins que les dues meitats quedin en posició vertical, de manera que s'ajuntin els dos muntants.





## bossa marina multiús

Disseny  
**Pilar Echegaray amb  
 la col·laboració de Toni Bauzà**

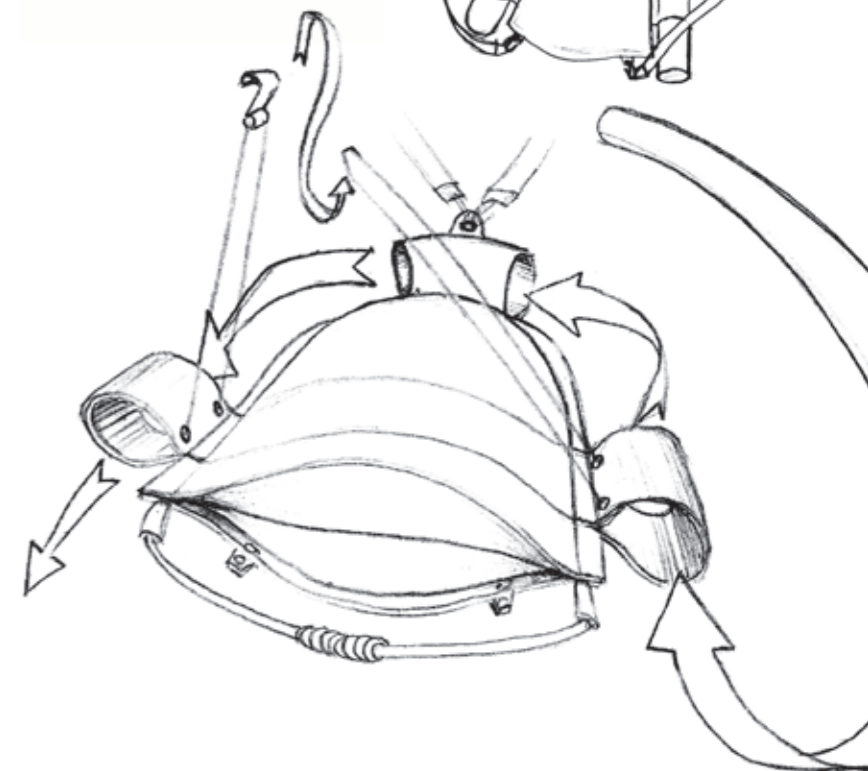
La idea sorgeix després d'observar situacions no resoltes a les platges i a la mar, relacionades amb la comoditat i la seguretat.

Un dels problemes recurrents per als navegants després de llançar l'àncora és com transportar els objectes personals fins a la platja on han recalat. És inevitable haver de dur coses diverses, com el telèfon mòbil, doblers, crema solar, tovallola, aigua potable, etc. No obstant això, les solucions que veiem a les platges són improvisades i poc eficaces (dur-ho tot dins una bossa de plàstic damunt el cap intentant no banyar-la, usar una planxa de surf...), si no perilloses i il·legals, com l'ancoratge dins

zones abalisades. És per això que decidírem iniciar aquest projecte i posar en el mercat un producte senzill que sens dubte servirà perquè alguns moments d'oci de la gent siguin molt més còmodes.

La bossa ofereix, a més, una altra funcionalitat addicional: la seguretat. És d'un color cridaner i visible a llarga distància per qualsevol embarcació pròxima que pugui encreuar-se en el rumb del nedador, fet que minimitza el risc d'accidents perquè la bossa fa de balisa de seguretat. Permet també nedar al seu costat i descansar si és necessari (cal tenir en compte que la distància mínima entre una línia de balises d'ancoratge i la platja és de 200 metres). Un cop a la platja, fa també les funcions de bandolera i de coixí, entre d'altres.

Els materials emprats són els següents: barra d'escuma de polietilè per a obtenir flotabilitat, plàstic de PVC per a confeccionar la bossa i aconseguir estanquitat, una cinta reforçada per al tancament i, finalment, una cinta que serveix de cap dins la mar i d'ansa de la bandolera a terra. Tots els materials i accessoris s'han escollit de plàstic perquè siguin lleugers i durin molt tot i el contacte amb l'aigua de mar.



## línia de mobiliari per a dormitori

Disseny  
**Rogelio Olmedo**

El disseny de la línia de mobiliari per a dormitori que es presenta és molt simple i reproduceix motius vegetals amb traços infantils.

Les premisses en els quals s'ha basat el dissenyador per a elaborar aquesta línia són: lleuger, blanc, serè, alegre, jove, brisa, exterior, mediterrani, pobre (*arte povera*), elegant, natural, orgànic (*vs.* geomètric), mar, dormir a la platja.

La línia està elaborada amb acer al carboni, acer inoxidable, polièster i pedres amb tots els acabats en color blanc. S'ha prestat especial atenció

al tacte, per la qual cosa s'ha utilitzat un acabat plàstic molt elàstic, que permet aplicacions d'1 a 2 mm de gruix.

Els llits són desmuntables i tenen unes dimensions que s'ajusten a les mides estàndard de matalàs i somier industrial. Els elements de fixació i esquadres estan sobredimensionats, de forma que a l'aspecte lleuger i fràgil de l'estructura correspon una resistència enorme. S'ha previst l'opció d'aplicar als dissenys barres de fibra de carboni (utilitzada en nàutica i pesca) per alçar un dosser amb mosquitera.

D'aquesta línia de mobiliari, dissenyada per a ser industrialitzada en un taller artesanal, destaquen els valors següents: concreta una determinada tècnica, senzilla i exclusiva, com també un grafisme i un llenguatge particulars; permet oferir amb cada moble l'exclusivitat d'una peça única, amb un dibuix únic i original, i els costos de fabricació i inversió inicial són molt baixos.

S'adreça a hotels, agroturismes i particulars que vulguin comunicar als seus clients valors estètics de singularitat, lleugeresa, senzillesa, elegància, sensibilitat i netedat.



