

Creación del logotipo de “Melassa”

Carlos Aller

¿Qué es “Melassa”

El término no solamente tiene que ser el nombre del restaurante, si no que debe de tener una personalidad propia, transmitir unos valores al público y diferenciarse de la competencia.

Si cuidamos al detalle la marca, esta dará su fruto y se posicionará en un mercado tan competitivo y grande como es el de la hostelería.

Con la siguiente propuesta, quiero mostrar una marca fuerte, moderna, limpia y única.

MELASSA



El logotipo va a ir en relación con el propio restaurante y su diseño de interior. Se trata pues de un logotipo minimalista, con una letra sin serifa, en negrita y en mayúscula, esta elección es debido a que queremos construir una marca limpia, que sea muy reconocible a primera vista y de fácil lectura, darle una gran importancia a la palabra y que esta sirva como pilar como veremos a continuación.

Cabe decir que se han descartado el uso de tipografías estilo “taberna” ya que queremos mostrar un restaurante moderno pero a la vez con la experiencia, profesionalidad y sabor rústico de un mesón. Más tarde veremos dónde encontramos esta fusión.



RESTAURACIÓN



ARROCES CARNES PESCADOS



RESTAURANTE

Una vez ya explicado el logotipo principal, toca escoger cuál de los siguientes compondrá el logotipo definitivo si deseamos que hay información sobre qué es “MELASSA”.

Personalmente, escogería tanto “restaurante” como “arroces, carnes, pescados”, aunque en el caso de escoger “restaurante”, tendríamos que usar “arroces, carnes, pescados” en otras situaciones como en la carta, valla publicitaria, etc. En resumen, complementaría los dos.

Por último, el uso de este texto da una sensación de unidad al logotipo y queda claro qué es la marca, además de que crea una jerarquía minimalista, limpia y moderna.

Por último, nos falta la fusión que he mencionado anteriormente. Creo que el logotipo cuadrado de la marca sin información combina muy bien con el estilo “taberna” pero en este caso, el uso de ilustraciones estilo “libro” o bien “pluma/lápiz”.

Esto es debido a que transmite cercanía, ambiente acogedor y profesionalidad y cariño por el producto bueno y fresco.

Como dato adicional, muchas marcas actuales “eco” o punteras, crean este contraste entre moderno y rústico. Me he basado en numerosas marcas que tienen el mejor “branding” hoy en día.



Este es el principio de una marca sólida y con personalidad, aplicando el logotipo en diferentes aplicaciones y formatos crearemos una “MELASSA” cuidada y transmitiremos nuestro amor y cariño de nuestro producto al público.

Muchas gracias.

