O que é o Design Language?

Um conjunto de diretrizes que expandem o sistema de Identidade visual de Tigre para ambientes e espaços da marca, materializando a sua linguagem de maneira tridimensional e multi-sensorial.

CONTEXTO

A importância dos espaços de marca

Em um mundo saturado por estímulos digitais e automações padronizadas, o valor migra para aquilo que é real: vivências sensoriais, relacionamento e contexto cultural. Pontos de contato físicos ampliam a visibilidade da marca, aprofundam o contato com o público e reforçam sua percepção como humana e acessível.

Ambientes de marca deixam de ser apenas ponto de exposição e se consolidam como espaços de narrativa, encontro e pertencimento.

VANTAGENS ESTRATÉGICAS ASSOCIADAS AOS ESPAÇOS DE MARCA

Presença Tangível	Um espaço de marca be projetado cria credibilidade instantânea para o visitante, reforçando a autoridade técnica no setor.
Conexão Emocional	Ativações elevam a visibilidade da marca e seus produtos, construindo confiança através de interações face a face.
Buzz e conteúdo para mídias sociais	Tanto o que acontece no espaço da marca pode se tornar conteúdo para as redes como também o conteúdo das redes pode ser trazido para o físico, ex: Influenciadores, talks no formato podcast, etc.
Integração online & offline	Possibilidade de integrar portfólio físico com ferramentas digitais, como a Loja virtual e experiências em VR.

OPORTUNIDADES E INSIGHTS

1. VISIBILIDADE

- **Alavancar elementos proprietários da marca**
- **Utilizar cores icônicas** com predominância e/ou cores vibrantes com alto contraste
- **Utilizar a força do símbolo** para reforçar a marca como ícone

2. CONSISTÊNCIA

- **Desenvolver uma Linguagem de Design** robusta e fácil de replicar
- **Adotar soluções POP-UP** que usam módulos reutilizáveis e de fácil montagem

3. MODERNIZAÇÃO

- **Espaços que estimulem os sentidos, promovam conexões emocionais**
- **Conectar-se com diferentes gerações**
- **Repensar cenografia e brindes**, de forma mais conceitual e expressiva

4. ENGAJAMENTO

- **Integrar** físico com digital
- **Criar espaços que são "hubs" de convivência** e colaborar com com marcas relevantes para o público

TIGRE
Home
Estratégia
Linguagem Verbal
Linguagem Visual
Look & Feel
Downloads

Direção criativa para espaços

Neste capítulo você vai conhecer o Conceito Criativo e os 4 Princípios de Design que vão servir como uma bussola na criação de espaços com o TIGRE e TIGRE, direcionando escolhas como formas, materiais, texturas, acabamentos, mobiliário, iluminação e demais recursos que se consolidam em uma linguagem consistente, robusta e alinhada à personalidade da marca.

Conceito criativo

Mundo Tigre: Solidez que se vê através

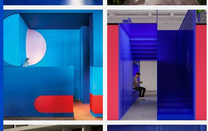
Aqui, a qualidade não precisa ser anunciada, ela se revela: no impacto visual, na atmosfera, na experiência. Espaços vibrantes despertam curiosidade, convidam à exploração e transformam cada ponto do ambiente em descoberta. Um percurso desenhado para inspirar, educar e criar conexões positivas, construindo confiança e a visão de um futuro melhor.

Princípio de design 1

Presença que empodera

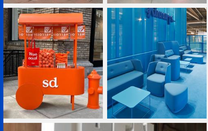
Atributos físicos
- Vibrante
- Surpreendente

"Blue power"
Azul como ponto de convergência visual

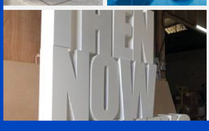


Alto contraste
entre cores vibrantes - surpresa e interesse visual

Proporções exageradas, robustas e intrigantes



Espaços monocromáticos:
força e impacto



Tipografia gigante:
impacto e atração

Princípio de design 2

Inteligência que evolui

Atributos físicos
- Esperto
- Contemporâneo

Espaços Hiperfísicos
ativação dos sentidos e da curiosidade

Transparências e janelas que revelam com propósito

Objetos com inteligência e multi-função

Experiências imersivas

Princípio de design 3

Simplicidade que descomplica

Atributos físicos
- Versátil
- Intuitivo

Objetos minimalistas e altamente adaptáveis

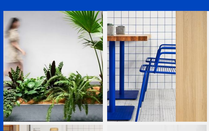
Geometria escultural

Iluminação de cores sólidas e efeito difuso

Princípio de design 4

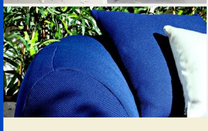
Conexão que aproxima

Atributos físicos
- Verdadeiro
- Acolhedor



Elementos que aproximam e humanizam:
Madeira clara, vegetação, tecidos e texturas que lembram uma casa

Neutralidade que dá ritmo:
Branco e madeira como elementos de respiro



Móveis Confortáveis com curvas poderosas

Ingredientes Tridimensionais

Ingredientes icônicos

Pensando em que nos inspira?

A cada ano, as tendências de design e decoração, lançadas pelo Grupo Tigre e Tigre, refletem a evolução dos espaços e a forma como interagimos com eles. Nesta edição, exploramos ingredientes tridimensionais que ganham destaque em ambientes contemporâneos, trazendo profundidade, movimento e sensorialidade para projetos de arquitetura e design.

Água

Somos azul

Combinações que trazem a essência da água para ambientes contemporâneos.

Gradiente

Uma transição suave entre tons e texturas, criando profundidade e movimento.

Transparência

Elementos translúcidos trazem leveza e fluidez para o ambiente.

Transparência com efeito Cascata

Transparência em ação!

DON'TS

Evite o excesso de cores, que pode deixar o ambiente sobrecarregado.

Não recomendado: Cores muito saturadas e contrastantes podem tornar o ambiente cansativo e pesado.

Não recomendado: Evite o uso de muitas texturas e padrões simultâneos, pois podem gerar sensação de desordem e poluição visual.

Não recomendado: Não use muitos elementos decorativos, pois podem tornar o ambiente confuso e sobrecarregado.

Elevar para a próxima ordem a maneira de servir a água, seu benefício e alternativa de filtração

Um ambiente que inspira e transforma a experiência de hidratação, unindo design, funcionalidade e sustentabilidade.

O legado dos tubos e conexões

Formas

Elementos arquitetônicos que criam profundidade e fluxo, utilizando formas e ângulos inspirados na água para ambientes que valorizam a sensorialidade e a experiência do usuário.

Sugestão de Produtos: Tanque de Pedra, Aquecedor de Tochas, Fogueira de Chão, Fogueira de Parede, Fogueira de Mesa, Fogueira de Piscina, Fogueira de Jardim, Fogueira de Lareira, Fogueira de Cozinha, Fogueira de Banheira, Fogueira de Ofurô, Fogueira de Sauna, Fogueira de Spa, Fogueira de Hidromassagem, Fogueira de Ofurô, Fogueira de Sauna, Fogueira de Spa, Fogueira de Hidromassagem

Formas

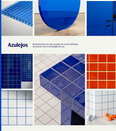
Sugestão de Produtos: Ao contrário das linhas e ângulos, a natureza oferece formas orgânicas e fluidas, como as encontradas em cachoeiras e rios.

Texturas

Sugestão de Produtos: Explore texturas e materiais contrastantes para criar profundidade e interesse visual.

Estamos

Sugestão de Produtos: Use estampas e padrões, inspirados na natureza, para adicionar profundidade e textura.



Estruturas

Sugestão de Produtos: Estruturas modulares, adaptáveis e funcionais, que podem ser reconfiguradas conforme as necessidades do espaço.

Ícone

Como Utilizar Pata TIGRE: A pata do Grupo Tigre e Tigre pode ser utilizada como um ícone em diversos contextos, como:

- Ícone de navegação em aplicativos e sites
- Ícone de boas-vindas em ambientes físicos
- Ícone de destaque em materiais de marketing
- Ícone de identidade visual em produtos e embalagens

DON'TS

Evite o excesso de cores, que pode deixar o ambiente sobrecarregado e pesado.

Não recomendado: Cores muito saturadas e contrastantes podem tornar o ambiente cansativo e pesado.

Não recomendado: Evite o uso de muitas texturas e padrões simultâneos, pois podem gerar sensação de desordem e poluição visual.

Não recomendado: Não use muitos elementos decorativos, pois podem tornar o ambiente confuso e sobrecarregado.

Ingredientes secundários

Adicionam significado, reforçam a personalidade

Os ingredientes secundários são elementos que complementam e enriquecem a experiência sensorial e funcional dos ambientes, adicionando significado e personalidade aos espaços. Eles podem incluir texturas, cores, materiais e elementos decorativos que criam uma atmosfera única e específica para cada ambiente.

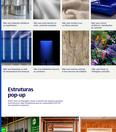
Paletas de cores adaptada para espaços: Grupo Tigre e Tigre

Nesta edição, exploramos ingredientes secundários que ganham destaque em ambientes contemporâneos, trazendo profundidade, movimento e sensorialidade para projetos de arquitetura e design. Entre eles, destacam-se materiais como vidro, policarbonato, acrílico, vidro e fórmica, que oferecem leveza, fluidez e versatilidade aos espaços, além de texturas e elementos decorativos que criam uma atmosfera única e específica para cada ambiente.

Principais Materiais

Vidro, Policarbonato, Acrílico, Vidro e Fórmica

Sugestão de Produtos: Vidro temperado, Vidro laminado, Vidro fumê, Vidro espelhado, Vidro jateado, Vidro com textura, Vidro colorido, Vidro com gravura, Vidro com estampa, Vidro com efeito de água, Vidro com efeito de neve, Vidro com efeito de chuva, Vidro com efeito de névoa, Vidro com efeito de gelo, Vidro com efeito de cristal, Vidro com efeito de pedra, Vidro com efeito de madeira, Vidro com efeito de metal, Vidro com efeito de couro, Vidro com efeito de tecido, Vidro com efeito de papel, Vidro com efeito de plástico, Vidro com efeito de borracha, Vidro com efeito de silicone, Vidro com efeito de resina, Vidro com efeito de fibra, Vidro com efeito de carbono, Vidro com efeito de grafeno, Vidro com efeito de nanotubos, Vidro com efeito de nanopartículas, Vidro com efeito de nanofibras, Vidro com efeito de nanocompósitos, Vidro com efeito de nanomateriais, Vidro com efeito de nanotecnologia, Vidro com efeito de nanoestruturas, Vidro com efeito de nanopartículas, Vidro com efeito de nanofibras, Vidro com efeito de nanocompósitos, Vidro com efeito de nanomateriais, Vidro com efeito de nanotecnologia, Vidro com efeito de nanoestruturas



Azulejos

Revestimentos de alta durabilidade e fácil manutenção, ideais para ambientes úmidos e de alto tráfego.

Tecidos

Texturas e materiais macios e acolhedores que trazem conforto e sensorialidade para os ambientes.

Respiro acolhedor Madeira

Sugestão de Produtos: Madeira de reflorestamento, Madeira de demolição, Madeira de lei, Madeira de bambu, Madeira de eucalipto, Madeira de pinus, Madeira de cedro, Madeira de ipê, Madeira de jatobá, Madeira de peroba, Madeira de sucupira, Madeira de cumaru, Madeira de garapeira, Madeira de angelim, Madeira de tauari, Madeira de cambará, Madeira de canela, Madeira de imbuia, Madeira de pau-brasil, Madeira de pau-ferro, Madeira de pau-marfim, Madeira de pau-santo, Madeira de pau-d'arco, Madeira de pau-rosa, Madeira de pau-amarelo, Madeira de pau-branco, Madeira de pau-jacaré, Madeira de pau-mulato, Madeira de pau-sangue, Madeira de pau-vermelho

Estratégia de uso

Assim como na linguagem visual e verbal, recomendamos a adoção de diferenciados entre Grupo Tigre e Tigre Tintas para objetos e ambientes.

Diferenciadores

Elementos iguais ou quase iguais que compartilham o mesmo propósito, mas se expressam em dimensões, comportamentos e atenções à necessidades distintas.

Enquanto o Grupo Tigre adota acentos mais neutros e elegantes, reforçando uma presença mais institucional, Tigre adaptou cores e proporções das formas numa expressão mais ousada, apropriada para despertar curiosidade e encantar o cliente.

Grupo tigre

Tigre

Sistema de Flexibilização do Design Language

Fix Flex e Free

Este estão fim criada para oferecer decisões de design de forma mais clara e estratégica nas etiquetas. Ao aplicar o Design Language, é essencial entender quais elementos devem permanecer fixos e quais podem ser adaptados conforme o contexto de marca (PV), quais componentes ajustam e quais diferentes expressões do Grupo Tigre e Tigre Tintas podem ser aplicadas. Isso garante consistência visual, flexibilidade criativa para gerar engajamento e construir experiências de marca mais relevantes e memoráveis nos espaços físicos (Free).

Sistema de flexibilidade controlada

Elementos FIX

Recursos de design mandatórios
Grupo Tigre e Tigre Tintas
Cor, tipografia, grafismo, formas, transparências, Estilo de moldura, etc.

Estacionário

Rinerante

Ingredientes icônicos

Ingredientes secundários

Ingredientes icônicos

Ingredientes secundários

Grupo Tigre

Escaninho marinho

Tigre

Escaninho marinho
e Retalhamento

Curadoria de móveis e objetos

Orientações para a escolha de itens comprados ou alugados para compor espaços

As selecionar mobílias e acessórios, conexa definirão algumas peças chave que contribuirão para a identidade do espaço. Essas peças devem ser selecionadas com elementos que se complementem em tonalidade, materialidade ou forma. Busque equilíbrio funcionalidade e personalidade: cada peça deve compor um propósito dentro do ambiente. Evite excessos — permitir que os elementos "respirem" ajuda a criar composições mais coesas, memoráveis e visualmente equilibradas. Nesta seção você vai encontrar um levantamento de ideias, sugestões e dicas de design que devem ser observadas ao escolher uma peça e também os atributos que devem ser evitados.

Móveis robustos

Um dos estilos possíveis para a escolha de móveis dentro dosta Design Language é o que poderíamos chamar de "simples e robusto" onde os principais atributos são linhas mais geométricas e arquitetônicas, proporções generosas, com desenho ourivesa e estatura minimalista.

Móveis tubulares

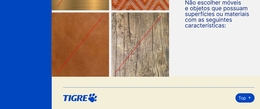
Outra opção de estilo que pode ser composto com o apresentado anteriormente é o que apresenta estruturas mais finas e delicadas, porém, ainda mantendo uma estética robusta e minimalista.

Objetos

Os acessórios seguem a mesma linha de pensamento que os móveis: busque por atributos como linhas minimalistas e geométricas, proporções generosas e estatura robusta. Também é possível seguir a mesma linha e podem ser encontrados no mercado com formas e cores sóbrias ou feitos sob medida. O acrílico azul transparente pode ser usado como detalhes dentro da composição geral, nunca tornando o protagonismo do vaso.

✕ DON'TS

Atributos para evitar ao escolher móveis e objetos.



Desenhos pontudos e agressivos, fulos muito grossos ou muito finos e metais de qualquer tipo.

Formas autorais, facetadas, ou muto rebuscadas e padronagens de qualquer tipo.

Não escolher móveis e objetos que possuam superfícies ou materiais com as seguintes características:

Materializações inspiracionais

Disclaimer

Os eventos a seguir apresentam explorações conceituais que ilustram e potencial de linguagens, principais temas perspectivas e estimular a evolução das futuras execuções, considerando a marca, o público-alvo e o contexto específico. Cada ação deve ser avaliada e briefing específico, mas em como dimensionados estratégicos que oferecem o potencial de engajamento e experiência para aprovação em diferentes contextos e níveis de investimento.

Segmentação dos espaços apresentados

A
Espaço de marca POP-UP para público interno

B
Espaço de marca em eventos para consumidor final (B2C)

C
Espaço para divulgação de produtos e Negócios (B2B)

- Foco na marca
- Foco nos produtos

A — Espaço de marca POP-UP para público interno

Premissas:
Espaço compacto, desmontável e de fácil execução. Comunicação simples e focada na mensagem central, sem foco na exibição de produtos.

Exemplo: Evento de RH nos escritórios, Gala & Feira da SIGNE TIGRE.

Totem de Boas Vindas
Totem de Boas Vindas
Totem de Boas Vindas