

Sure é a marca coletiva para uma série de **apólices de seguros** disponíveis em vários países da *União Européia*, escrito no idioma local e em várias moedas.

Villasure é uma apólice que cobre vilas. Contractasure cobre pequenos empresários. Housure cobre casas. Equisure é para cavalos. Paysure é um seguro de proteção de pagamento. Ownasure cobre escritórios. Errorsure é para indenizações. Marinasure cobre iates. Por fim, Tradasure é projetada para o setor de lojas, escritórios, hotéis, restaurantes e similares.

Primeiro, foi feita uma pesquisa entre **320 marcas** do ramo de seguros em todo o mundo. Em seguida, foi feita outra pesquisa sobre o que um consumidor normal pensa sobre uma companhia de seguros.

O que foi percebido é que este é um negócio muito **emocional**. Trata-se de lidar com os **pertences das pessoas** e seus valores. Em primeiro lugar, os logos tinham que passar a sensação de que a empresa entende que os bens dos segurados é de total valor e importância. E só o cliente sabe o valor real porque não são apenas seus pertences mas também estão acompanhados de valores emocionais e para ele, não há dinheiro que cubra isso.

Tendo isso em mente, era claro que a marca tinha que tocar diretamente o coração do consumidor. Para fazer isso, ela não podia ser uma marca semelhante a todas as outras do ramo. Tinha que ser original.

Para cada logo, foi escolhido um ícone



relacionado ao serviço e representado através de um desenho de traço simples que conectava o público ao emocional.

O tipo escolhido entre muitos para representar a marca foi o tipo de família *Scala Sans*, projetada por *Martin Majoor*. As cores representam conceitos relacionados ao negócio de seguros: tradição, precisão, luxo e tranquilidade. Em contraponto, os ícones em amarelo representam energia, segurança e garantia.

ficha técnica

criação
Leo Ehrlich

direção de arte
Leo Ehrlich

design
Leo Ehrlich

ilustração
Leo Ehrlich