



FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA "MINISTRO RALPH BIASI"

STELLA MARIA OLIVEIRA ALMEIDA

PROJETO DE COLEÇÃO MODA NOIVAS: COLEÇÃO AURORA

AMERICANA/ SP

2020



FACULDADE DE TECNOLOGIA DE AMERICANA “MINISTRO RALPH BIASI”

STELLA MARIA OLIVEIRA ALMEIDA

PROJETO DE COLEÇÃO MODA NOIVAS: COLEÇÃO AURORA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado como exigência parcial para obtenção do título de Tecnólogo em Têxtil e Moda pelo Centro Paula Souza – FATEC Faculdade de Tecnologia de Americana.

Orientadora: Prof.^a M.^a Luciana Ramos de Souza

AMERICANA/ SP

2020

PROJETO DE COLEÇÃO MODA NOIVAS: COLEÇÃO AURORA

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado como exigência parcial para
obtenção do título de Tecnólogo em Têxtil e
Moda pelo Centro Paula Souza – FATEC
Faculdade de Tecnologia de Americana.

Orientadora: Prof.^a M.^a Luciana Ramos de
Souza

Americana, 30 de junho de 2020.

BANCA EXAMINADORA

Prof.^a M.^a Luciana Ramos de Souza
FATEC Americana

Prof.^a Dra. Doralice de Souza Luro Balan
FATEC Americana

Prof.^a Dra. Nancy de Palma Moretti
FATEC Americana

DEDICATÓRIA

A minha avó Dejanira, que costurava lindos vestido para min em uma época onde as condições financeiras de minha família eram difíceis e não era possível comprar um vestido. Eu agradeço a ela por me fazer amar esse universo da moda e me mostrar que com um pedaço de tecido é possível costurar um sonho.

AGRADECIMENTOS

A Deus por ter me dado saúde e força para superar as dificuldades.

A minha orientadora Luciana Ramos de Souza, pelo suporte no pouco tempo que lhe coube, pelas suas correções e incentivos.

Aos meus pais, pelo amor, incentivo e apoio incondicional.

E a todos que direta ou indiretamente fizeram parte da minha formação, o meu muito obrigado.

RESUMO

O presente trabalho apresenta um plano de negócio da marca de moda vestuário Mariée para o segmento de confecção noivas, utilizando todo o aprendizado e experiência adquiridas no Curso Superior Tecnológico em Têxtil e Moda da Fatec Americana. Para a elaboração deste plano de negócio, partimos de uma pesquisa de mercado para definir as características do público-alvo da marca e os aspectos gerais do mercado de moda noiva na atualidade. Ao elaborar a presente coleção, buscou-se adaptar os elementos de estilo ao público pesquisado, optando por versatilidade, contemporaneidade e, vanguardismo para representar o estilo de vida dessas mulheres.

Palavras-chave: Têxtil e moda; Moda noiva; Plano de negócios; Coleção.

ABSTRACT

This work presents a business plan for the fashion brand Mariée for the bridal apparel segment, using all the learning and experience acquired in the Higher Technological Course in Textiles and Fashion by Fatec Americana. To prepare this business plan, we started with market research to define the characteristics of the brand's target audience and the general aspects of the bride fashion market today. In preparing the present collection, we sought to adapt the elements of style to the researched public, opting for versatility, contemporaneity and avant-garde to represent the lifestyle of these women.

Keywords: Textiles and fashion; Bridal fashion; Business plan; Collection.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: traje de noiva Oscar de la Renta	17
Figura 2: Vestido de noiva Rainha Vitória	18
Figura 3: Vestidos de Grace Kelly e Lady Diana	19
Figura 4: Linha do tempo dos vestidos de noiva, a partir do início do século XX.	20
Figura 5: Foto1: Atelier Barbara Melo. Fotos 2 e 3: Lusca Anderi	21
Figura 6: Painel de Lifestyle para Mariée	23
Figura 7: Logotipo da marca Mariée.....	29
Figura 8: Identidade visual da marca Mariée	30
Figura 9: manual de uso da marca para tags e etiquetas	31
Figura 10: manual de uso da marca para sacolas e caixas	32
Figura 11: manual de uso da marca para ambientes.	33
Figura 12: Painel de ambiência da coleção Aurora da marca Mariée	36
Figura 13: cartela de cores da coleção aurora	37
Figura 14: Zibeline, Organza, Tule bordado e Tule de malha	38
Figura 15: Combo 1 - zibeline White, organza Spa Blue, organza White, tule White e renda xadrez White.	39
Figura 16: Combo 2 - zibeline White, organza White, tule Eggwhite, tule explosão de brilho White e renda xadrez White	39
Figura 17: Cartela 3 foi utilizado: zibeline White, organza White, organza Spa Blue, organza Coconut Milk e renda com paetê White	40
Figura 18: Croquis do plano de coleção Aurora	40
Figura 19: Croqui do modelo Amélia da coleção Aurora.	41
Figura 20: Croqui do modelo Aurora da coleção Aurora.	47
Figura 21: Croqui do modelo Ellen da coleção Aurora.	51
Figura 22: Croqui do modelo Leona da coleção Aurora	58
Figura 23: Croqui do modelo Aghata da coleção Aurora.....	62
Figura 24: Plano de coleção Aurora	71

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: ficha técnica de modelo Amélia	42
Tabela 2: ficha técnica de modelo saia Amelia.....	45
Tabela 3: ficha técnica de modelo Aurora	48
Tabela 4: ficha técnica de modelo Ellen	52
Tabela 5: ficha técnica de modelo saia frente godê.....	55
Tabela 6: ficha técnica de modelo Leona	59
Tabela 7: ficha técnica de modelo Aghata.....	63
Tabela 8: ficha técnica de modelo véu longo.....	66
Tabela 9: ficha técnica de modelo véu curto.....	68
Tabela 10: ficha técnica de modelo tiara	69

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	12
1. OBJETIVOS	14
1.1 OBJETO GERAL	14
1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	14
2. METODOLOGIA	15
3. CONTEXTO	16
3.1 DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA	17
3.2 DEFINIÇÃO DE PÚBLICO-ALVO	21
3.2.1 Painel de <i>lifestyle</i>	22
4. PERFIL DO PRODUTO	24
4.1 DEFINIÇÃO DA EMPRESA	24
5. GESTÃO DA MARCA	28
5.1 MISSÃO, VISÃO E VALORES DA MARIÉE	28
5.2 NOME E CONCEITO	28
5.3 DISTRIBUIÇÃO E PROMOÇÃO	29
5.4 IDENTIDADE VISUAL DA EMPRESA	29
5.4.1 Aplicações	31
6. IMPACTOS SÓCIO-AMBIENTAIS	34
7. DETALHAMENTO	35
7.1 PLANO DE COLEÇÃO	35
7.2 PAINEL DE AMBIÊNCIA	36
7.3 CARTELA DE CORES	37
7.4 CARTELA DE MATERIAIS	37
7.5 COMBINAÇÕES	38
7.6 PLANO DE COLEÇÃO	40
7.7 PLANIFICAÇÃO DE COLEÇÃO	71
8. CONCLUSÃO	73
9. BIBLIOGRAFIA	74
APÊNDICE 1	75

INTRODUÇÃO

Desde a infância, gostava de desenhar vestidos e mostrava interesse por técnicas de desenho e construção de roupas. Em busca de aprimoramento, procurei realizar cursos na área de costura e modelagem e fundamentação teórica na área. Tal busca me levou ao Curso Superior Tecnológico em Têxtil e Moda da Fatec Americana, onde tive oportunidade de aprofundar meus conhecimentos sobre técnicas de desenho, moda e produção têxtil.

A pesquisa bibliográfica e a revisão de literatura explorada para este projeto, despertou interesse pelo seguimento de confecção noivas, tanto pela demanda de mercado, carência de atualização em design quanto pela paixão da autora pelo setor; vestidos de noiva sempre foram minha paixão.

O imaginário associado ao segmento é quase sempre o de contos de fada, a princesa em seu vestido rodado, porém hoje a consumidora de moda noiva tem gostos mais diversos, a faixa etária é mais ampla e conseqüentemente seus estilos. O estudo da evolução das tendências de moda nos permite fazer uma análise sobre as transformações do comportamento de consumo que influenciam novas tendências. As novas gerações estão, cada vez mais, procurando por conceitos e designs mais atualizados com os novos paradigmas sociais, tais como as representações agênero, não binarista e de empoderamento feminino.

Tal contexto, deu origem a ideia central deste projeto de coleção e para criação da marca Mariée. A imagem da marca e valores exploram esses novos padrões comportamentais e busca atendê-los com exclusividade e liberdade de expressão. O estilo da Mariée amplia tais conceitos ao vestir mulheres para ocasiões especiais, tais como uniões civis e religiosas, noivados, e novos formatos como *mini weddings* (mini casamentos) e *elopement wedding* (casamento a dois).

Assim, o presente trabalho, apresenta um projeto de coleção de produtos de moda que se baseia no atual contexto histórico, social e mercadológico do segmento noivas e tem como objetivo promover um entendimento mais amplo na área de negócios de moda noiva no Brasil. Em seguida, são relatados os métodos de desenvolvimento de coleção que foram usados para estabelecer o público-alvo, o estilo da marca e dos produtos, as referências criativas, o plano de negócios e de

gerenciamento da marca. A coleção foi elaborada sobre o tema “*Aurora*”, a partir do qual foram construídos os painéis de inspiração e pensadas as escolhas de silhuetas, cores, tecidos e texturas, aviamentos e finalizadas as ilustrações e desenhos técnicos da coleção.

Todos os procedimentos e fases que compõem um projeto de coleção e que foram necessários para a elaboração deste trabalho, deixam claro a importância do currículo do CST em Têxtil e Moda da Fatec Americana para a preparação técnica e criativa do profissional de moda.

1. OBJETIVOS

1.1 OBJETO GERAL

Criar uma marca, a Mariée, e sua coleção de produtos de moda noiva inspirada pelos atuais padrões de comportamento do público-alvo do segmento, ou seja, criativa, autêntica, contemporânea e moderna.

1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- a) Conhecer o atual público-alvo do segmento;
- b) Analisar o mercado de moda noiva no Brasil;
- c) Estudar a história e influência do tradicional vestido de noiva no imaginário das consumidoras;
- d) Considerar o reposicionamento de peças não tradicionais do guarda roupa de moda noiva, tais como calças e macacões, e suas possíveis adaptações ao segmento;
- e) Criar a identidade, imagem e canais de comunicação da marca Mariée;
- f) Criar uma coleção de moda noiva para a marca.

2. METODOLOGIA

Os métodos escolhidos para a realização desta pesquisa foram:

1. Pesquisa bibliográfica em livros, revistas científicas, teses dissertações, Internet etc. sobre os temas: comportamento de consumo, moda noiva, design, marketing, plano de negócios etc., para complementar a bibliografia e incrementar o referencial teórico para análise dos dados a serem coletados pela técnica abaixo descrita.
2. Aplicação de questionários a uma amostra probabilística de mulheres consumidoras do segmento noiva, com questões demográficas, geográficas, psicográficas e de comportamento de consumo de moda para avaliar os dados ligados a esse público-alvo e compreender seu atual comportamento de compra e estilo de vida.

3. CONTEXTO

O mercado matrimonial é um setor bastante lucrativo. Segundo o IBGE¹ (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística), em 2018 houve um pouco menos de 280 mil matrimônios apenas no estado de São Paulo. O número de matrimônios tem mostrado queda desde 2015, entretanto as uniões homoafetivas registram números crescentes ano a ano.

Apesar da redução de 1,6% no total de casamentos civis entre 2017 e 2018 (de 1.070.376 para 1.053.467), o número de casamentos entre pessoas de mesmo sexo aumentou 61,7% no mesmo período, passando de 5.887 para 9.520. (Agência IBGE Notícias)

Apesar do matrimônio ter perdido status entre os mais jovens (as pessoas estão se casando cada vez com idade mais avançada) no Brasil, país de maioria católica, o casamento ainda é uma cerimônia de importante valor social, símbolo do amor e companheirismo.

Segundo Estevão (2019), o rompimento com antigos padrões, a ascensão da moda *genderless* (moda agênero) e o número crescente de uniões homoafetivas estimula que o segmento de noivas explore novos caminhos que atendam a esse novo perfil de consumidores.

Na última edição da *New York Bridal Fashion Week 2019*, uma das mais importantes semanas de moda nupcial, inúmeras grifes desfilaram modelos de macacão ao invés do tradicional vestido, configurando a tendência da moda *genderless* no segmento. O smoking para noivas também vem ganhando cada vez mais espaço, quase todas as marcas de moda noivas apresentaram ternos para noivas onde a protagonista é a calça. Também estavam presentes nas passarelas do evento o traje de duas peças, muitas vezes composto pelos *shorts* para noivas, acompanhados de elegantes blazers ou jaquetas mini.

¹ Disponível em < <https://agenciadenoticias.ibge.gov.br/agencia-sala-de-imprensa/2013-agencia-de-noticias/releases/26195-registro-civil-2018-casamentos-entre-pessoas-do-mesmo-sexo-aumentam-61-7-em-um-ano>> Acesso em 09 jun. 2020.

Figura 1: traje de noiva Oscar de la Renta



Fonte: <https://uploads.metropoles.com/wp-content/uploads/2019/05/06231826/150419-noiva-calca-oscar-de-la-renta.jpg>

3.1 DELIMITAÇÃO DO PROBLEMA

O vestido de noiva, diferente de outro traje social de luxo preparado para ocasiões especiais, tem um significado muito relevante para a vida de muitas mulheres. Assim, segmento moda noiva vêm sendo desenvolvido de modo tradicional e conservador (com símbolos conservadores do que é feminino), sem muita preocupação com o desenvolvimento de um novo modelo que busque um design inovador, porém existem diversos perfis femininos que não seguem mais este padrão. Contudo é possível unir o tradicional discurso da cerimônia do casamento às novas tendências de mercado num contexto de emancipação e força feminina que foi conquistada ao longo dos séculos.

Analisando a história do vestido de noiva, notamos que seu design tradicional se popularizou somente no século XIX, após a rainha Vitória da Inglaterra usar um modelo de renda feita a mão.

“Quando a Rainha Vitória se casou com seu primo, o príncipe Albert, em 1840, ela endossou o vestido branco como símbolo de status para noivas abastadas.” (WORSLEY, 2010, p. 12). Para essa época a rainha era uma mulher romântica e moderna, considerando que se casou por amor e não só por um contrato da aristocracia, seu vestido adornado por rendas, foi considerado simples para uma integrante da família real. Portanto, assim se constitui o traje completo para o rito do matrimônio. (BURATTO, 2015, p. 02)

Figura 2: Vestido de noiva Rainha Vitória



Fonte: <https://www.inesquecivelcasamento.com.br/wp-content/uploads/2015/09/historia-vestido-de-noiva-rainha-Vitoria-veu-noiva.jpg>

Já na década de 1920, o vestido de noiva branco já tinha se tornado um padrão para as noivas, mas ironicamente, é também nesse mesmo período que as mulheres começaram a lutar por direitos iguais e a moda se transformou para acompanhar os novos tempos. Porém, o vestido branco de noiva tornou-se símbolo da pureza e do ideal romântico do casamento

As tendências para vestidos de noiva têm muito mais a ver com a história dos trajes do que com a moda [...]. Se por um lado o matrimônio representa o planejamento futuro, por outro as noivas costumam recorrer a estilos do passado, num interessante paradoxo. (WORSLEY, 2010, p.154)

Vários são os exemplos de vestidos que se tornaram ícones e que continuam a influenciar os estilos do segmento até hoje, entre eles: vestido da Princesa Grace Kelly, de Jacqueline Bouvier Kennedy e o mais famoso de todos, o vestido de noiva usado pela princesa Diana em 1981, uma releitura do vestido da Grace Kelly.

O vestido de noiva foi uma confecção de tafetá de seda marfim e rendas antigas com 10.000 pérolas, uma cauda de 7,6 metros e véu de chiffon de renda. O vestido era tão grande que foi esmagado na carruagem de vidro que deixou a noiva em frente à Catedral de Saint Paul. (BAKER, 2019).

Figura 3: Vestidos de Grace Kelly e Lady Diana



Fonte: <https://revistaquem.globo.com/Casamentos/noticia/2018/05/casamento-real-relembre-os-11-vestidos-de-noiva-mais-marcantes-da-realeza.html>

Neste contexto, verificamos que a Era Vitoriana é a que mais inspira o design dos vestidos de noiva das mulheres ocidentais. Esse modelo, tradicionalmente é composto por um vestido de corpete justo e saia cheia e rodada, adornado com rendas, bordados, pérolas e cristais.

Figura 4: Linha do tempo dos vestidos de noiva, a partir do início do século XX.



Fonte: <https://www.inesquecivelcasamento.com.br/>

No século XXI os estilistas têm tornado mais versáteis os vestidos de noivas, assim convivem desde um vestido com saia romântica princesa a saia sereia até os vestidos mais minimalistas famosos na década de 1990.

Figura 5: Foto1: Atelier Barbara Melo. Fotos 2 e 3: Lusca Anderi



Fonte: Instagram

3.2 DEFINIÇÃO DE PÚBLICO-ALVO

Identificar e conhecer o público-alvo se faz muito necessário para o desenvolvimento de um projeto de coleção, além disso a coleta de dados sobre comportamentos e perfil de público colaboram para criar melhores estratégias de marketing para produtos voltados para os interesses, valores e objetivos do público.

Conhecer a forma pela qual um grupo de pessoas vivencia o mundo e, em consequência, se comporta e faz escolhas é o passo inicial e primordial no sucesso de qualquer empresa ou negócio.

Público-alvo é uma parcela da sociedade consumidora para quem a empresa ou negócio direciona as ações de marketing dos seus produtos ou serviços. A técnica de coleta de dados utilizada neste trabalho para definir o público-alvo da marca Mariée foi a entrevista.

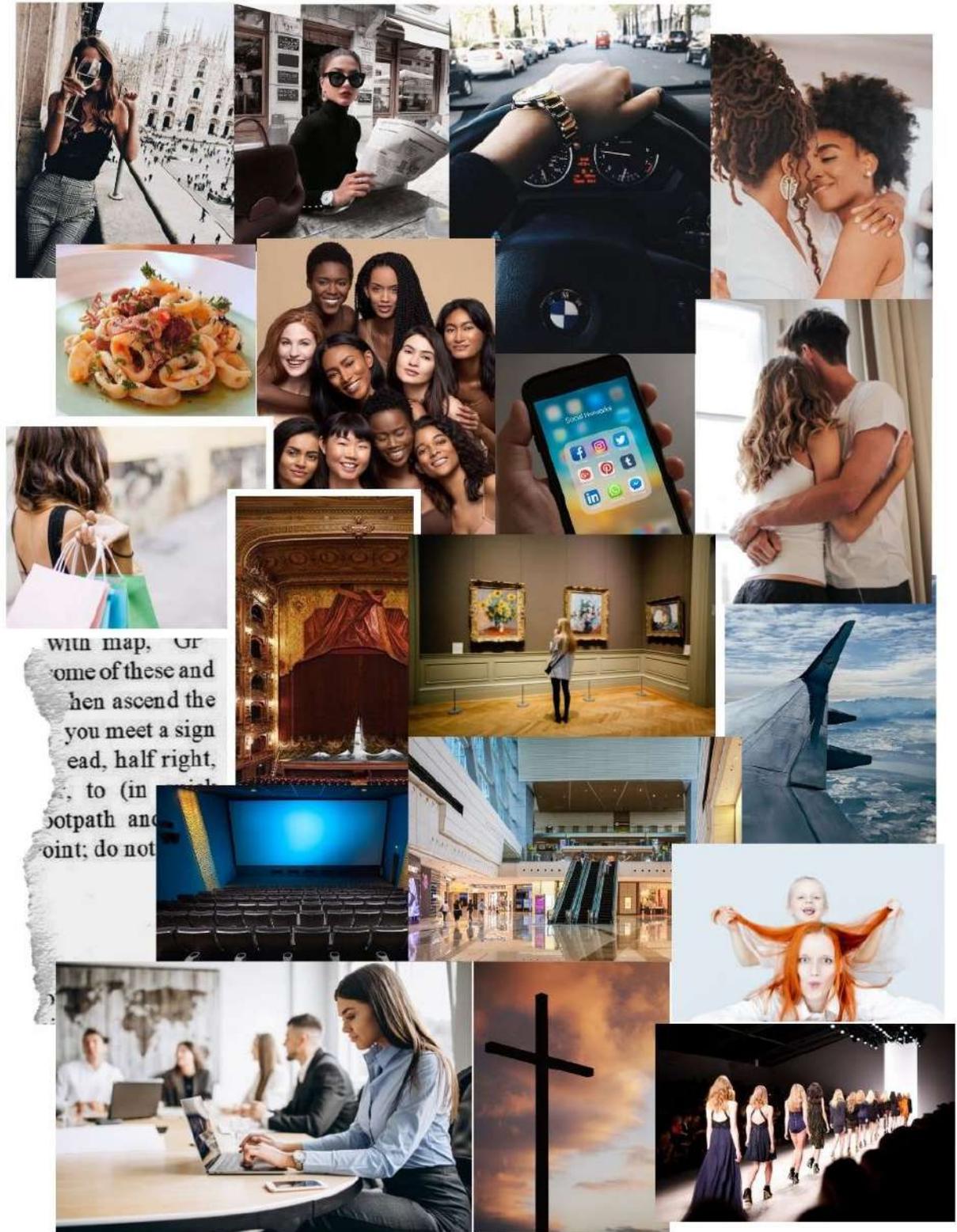
As entrevistas foram realizadas através da internet pela ferramenta de formulário do Google entre os dias 09 de maio e 02 de junho de 2020. Com uma amostragem de 30 participantes. Os critérios de seleção foram: sexo feminino e intenção de matrimônio no espaço de tempo de 6 meses a 1 ano.

Os resultados, obtidos a partir das tabulações do Apêndice 1, demonstraram que o público-alvo da Mariée é composto, em sua maioria, por mulheres do estado de São Paulo, com idade entre 30 e 40 anos, com nível de instrução de ensino superior, inseridas no mercado de trabalho, ocupando cargos altos, com bom poder aquisitivo, classe A e B e muitas delas já possuem filhos. Além disso, os dados revelam que essas mulheres valorizam a liberdade de escolhas, são interessadas em política, economia e atualidades, viagem, gastronomia, teatro, cinema, arte e que também valorizam moda, estilo e inovação.

3.2.1 Painel de *lifestyle*

A partir dos resultados da pesquisa por entrevistas *online*, elaboramos o (Figura 5) Painel de *Lifestyle* (estilo de vida) que apresenta as referências de linguagem visual das relações de consumo do perfil de público-alvo e tendências do mercado. Evidenciando sentimentos, sensações e atitudes associados a esses usuários e que se quer transmitir com os produtos da marca Mariée.

Figura 6: Painel de Lifestyle para Mariée



Fonte: acervo da autora

4. PERFIL DO PRODUTO

Neste tópico delimitaremos os objetivos básicos do projeto, conhecendo mais detalhadamente o segmento de moda noiva e as principais características dos produtos deste segmento de confecção.

4.1 DEFINIÇÃO DA EMPRESA

O segmento de moda noiva, segundo relatório produzido pelo Sebrae² em 2014, é parte do mercado de festas e eventos, e vem se tornando um dos maiores destaques da moda nacional.

Segundo a Associação Brasileira de Empresas de Eventos (Abeoc), o setor de moda festa movimenta mais de R\$ 14 bilhões por ano e o mercado de casamentos é apontado como um dos mais importantes. O mercado de casamento representa um investimento anual médio de R\$ 88 milhões. (SEBRAE, 2014)

Além das cerimônias tradicionais, também são atendidas por esse mercado as cerimônias alternativas e os chamados “recasamentos”. Ainda de acordo com o Sebrae (2014), as noivas geralmente buscam por:

[...] vestidos que vão ao encontro da sua personalidade; que sejam condizentes com o período de realização da festa ou cerimônia (inverno/verão, dia/noite); [...] caso o vestido seja produzido de forma exclusiva, que o estilista ou costureiro traga ideias de melhorias, tecidos e cortes.

O mix de produtos do segmento de Moda Noiva é composto basicamente por vestidos, porém como já citado, mudanças no perfil de consumo e novas tendências apontam evoluções importantes no segmento e peças de alfaiataria como smokings e macacões também compõem o segmento.

As principais matérias-primas utilizadas são:

1. Organza: tecido transparente, delicado e com trama simples, em geral de fio de seda, raiom ou náilon.

² Disponível em <

[https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f4c7fa6f72dcc0fb1656329b11764ab2/\\$File/5533.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f4c7fa6f72dcc0fb1656329b11764ab2/$File/5533.pdf)> Acesso em 09 jun. 2020

2. Cetim de seda: tecido de aspecto brilhante e liso, com toque macio.
3. Cetim Duchese (3% Elastano, 97% Poliéster): cetim com brilho sutil, caimento levemente estruturado.
4. Renda Chantilly (100% Poliamida): de origem francesa, especificamente da região de Chantilly, esta renda é fina, delicada e transparente, costuma oferecer padronagens repletas de flores e galhos.
5. Renda Soutache (50% Poliamida, 50% Viscose): possui um cordão que contorna os desenhos proporcionando um aspecto de profundidade aos florais.
6. Guipure (30% Viscose, 70% Poliéster): renda com desenhos em relevo que apresentam motivos florais e arabescos, de aspecto mais encorpado e origem francesa.
7. Tule: com origem francesa, o tule é um tecido fino, leve e transparente, com leves furinhos, que parecem uma tela, pode ser de seda, algodão ou fios sintéticos, o que interfere sua textura, aplicação e caimento.
8. Musseline de seda: tecido nobre de caimento leve e fluido, marcado por sua transparência.
9. Zibeline (100% Poliéster): tecido com brilho acentuado, caimento mais pesado e armado, possui aspecto fino e nobre.
10. Gazar de seda: tecido de seda com um toque empapelado e caimento leve, se tornando ideal para a confecção de detalhes e recortes.
11. Tafetá (100% Poliéster): oferece um toque suave e caimento estruturado, porém maleável.
12. Chiffon: pode ser encontrado em composições de seda, poliamida ou poliéster, apresentando uma suave transparência e textura levemente crespada.
13. Crepe (100% Poliéster): de aspecto opaco, o crepe oferece uma superfície creponada e toque áspero.

As principais marcas do segmento noivas atualmente são:

- Nova Noiva: referência na moda nova no Brasil tanto pela confecção de vestidos sob medida quando nos lançamentos das suas coleções. A Nova Noiva cria cada um dos seus modelos. Conta com profissionais trabalhando na

pesquisa, desenho e seleção dos materiais, além dos estilistas que atuam em cada uma das lojas, orientando as clientes nas suas escolhas, tornando o atendimento personalizado para transformar sonhos em realidade.

- Balck Tie – Noivas: Pioneiros na locação de vestido no Brasil, atua no segmento há mais de trinta anos. Atualmente trabalham com coleções exclusivas das marcas mais vendida nos Estados Unidos, como a Allure Bridal, David's Bridal, Disney, Galina, Justin Alexander, Oleg Cassin, entre outras. Uma marca que prioriza estilo, beleza e qualidade em condições especiais. Também atendem às necessidades de toda a família, com locação e venda de trajes, divididos nos departamentos masculino, noiva, festa e kids.
- Lucas Anderi: o estilista Lucas Anderi nasceu no Líbano e foi radicado no Brasil há 16 anos e atua no mercado de noivas de luxo há 13 anos. Atualmente é um dos nomes mais influentes no país quando o assunto é moda noiva. Seu luxuoso ateliê de três andares é localizado no bairro do Jardins, em São Paulo, e conta com uma equipe de mais de 30 profissionais. Suas criações estão presente nos casamentos mais imponentes do Brasil e ainda as tem estampadas nas maiores revistas e editoriais de moda, além da presença nas principais novelas da Rede Globo de Televisão.
- WhiteHall: marca comandada pelas irmãs Nanna Martinez e Livia Colucci. O ateliê possui três linhas, todas elas construídas nas medidas das clientes:
 - Bossa - Linha de vestidos prontos, normalmente mais leves. Chamados de "ready to wed" porque a noiva escolhe o modelo do mostruário e então é produzido um novo nas medidas da cliente;
 - Nanna Martinez - criados e desenvolvidos por Nanna Martinez, a estilista da marca, é uma linha que fica exposta para as noivas provarem e entenderem melhor sobre tecidos, shapes, caimento. Desenvolvido com materiais mais exclusivos, com mix de tecidos e texturas, trabalhos manuais como aplicações de renda e bordados.

- Exclusivo por Nanna Martinez - nessa linha a estilista Nanna Martinez recebe a noiva para uma conversa para que possa desenvolver um croqui de acordo com os seus desejos.

5. GESTÃO DA MARCA

A pesquisa para definir o perfil de público-alvo também nos orientou sobre a forma de gerir as estratégias de marca da empresa Mariée. Essa gestão de marca inclui criação e gerenciamento dos elementos de identidade visual para, assim, conseguir potencializar a percepção da empresa na mente das consumidoras.

5.1 MISSÃO, VISÃO E VALORES DA MARIÉE

Os conceitos de missão, visão e valores de uma empresa são fundamentais para criação, organização e desenvolvimento empresarial. A partir de sua definição, é possível fazer o planejamento estratégico e criar laços com os clientes. Assim, as três definições abaixo servem como direcionadores para todas as decisões de gestão aqui descritas.

- a) Missão: Nossa missão é eternizar momentos mais especiais da vida de nossas clientes, oferecer os melhores e mais exclusivos vestidos e trajes de noivas.
- b) Visão: Ser uma empresa reconhecida com excelência no atendimento e satisfação dos clientes e qualidade nos produtos.
- c) Valores: Ética; Respeito; Confiança; Honestidade.

5.2 NOME E CONCEITO

O nome de uma marca devem sugerir o que ela é, seu negócio, atitude, abordagem e metas. Assim, a identidade visual da marca leva o nome “Mariée”, que em francês significa “casada”.

Mariée representa a essência da marca, o termo francês confere elegância e sofisticação tradicionalmente associadas a moda francesa, além disso, sua tradução é descritiva e está diretamente relacionada a experiência e os benefícios procurados pelo público-alvo.

Figura 7: Logotipo da marca Mariée



Fonte: Acervo da autora

5.3 DISTRIBUIÇÃO E PROMOÇÃO

- a) Localização geográfica: cidade de São Paulo/SP.
- b) Sistemas de venda: lojas próprias e loja *online*.
- c) Pontos de venda: o espaço físico tem que possibilitar a instalação de cabideiros, pois é a melhor forma de guardar vestidos e macacões de modo que não os danifique, é preciso provadores espaçosos com sofás estilos namoradeiras para acompanhantes e espelhos em média 3 para que a noiva se veja de vários ângulos, uma faixa com uma vitrine onde serão expostos manequins com os modelos mais novos da coleção, para atrair novos clientes.
- d) O atendimento será feito de forma exclusiva por vendedoras devidamente treinadas e uniformizadas, todas aptas a orientar as clientes quanto a escolha de modelos, cores e acessórios melhor se adequem a cliente e ao evento.
- e) Promoção: redes sociais da marca, desfiles e outdoor.
- f) Preços praticados: o valor mínimo de R\$199,00 e o valor máximo R\$5.999,00

5.4 IDENTIDADE VISUAL DA EMPRESA

Identidade visual é definido como conjunto de elementos formais que representa visualmente, e de forma sistematizada, uma marca, distinguindo-a no mercado.

Para este trabalho definimos o logotipo da marca Mariée, composto por símbolo que grifa e irradia do nome tipografado na fonte “Bodoni FIF” e caixa alta. O padrão

cromático, composto por preto e branco, reforça o conceito de elegância e exclusividade.

Figura 8: Identidade visual da marca Mariée

Logo



Submarks



Tipografia

Bodoni FLF

cor



Fonte: Acervo da autora

5.4.1 Aplicações

Como normas de utilização da marca Mariée, ou seja, como o logotipo deve ser aplicado visualmente de forma coerente e uniforme, definimos uma aplicação principal e mais 2 versões, que podem ser usadas em *tags*, etiquetas e cabides.

Figura 9: manual de uso da marca para *tags* e etiquetas



Fonte: Acervo da autora

Nas embalagens dos produtos da empresa, definimos o uso do logotipo principal em branco sob fundo preto, centralizado e em tamanho médio. Para as caixas, uma versão resumida aparecerá na parte interna da tampa em padrão de cores invertido ao da parte externa.

Figura 10: manual de uso da marca para sacolas e caixas

Embalagens



Fonte: Acervo da autora

O logotipo aparecerá, quando exposto em macro ambientes como faixadas ou *outdoors*, em sua versão principal em destaque, centralizado e parte superior do layout.

Figura 11: manual de uso da marca para ambientes.



Fonte: Acervo da autora

6. IMPACTOS SÓCIO-AMBIENTAIS

Os vestidos de noivas tradicionais têm um impacto muito grande no meio ambiente, por serem vestidos volumosos e com várias camadas. São usados em muitos modelos mais de 20 metros de tecido, fora o desperdício de tecido na que muitas vezes ocorre em modelagens como saias godês.

Além disso, a vida útil de um traje de noiva é extremamente curta por se uma peça usada uma única vez, variando somente para trajes de aluguel, quando essa utilidade se estende um pouco mais, porém, no máximo um ano devida à atualização das coleções.

Entretanto, enfatizamos a preocupação com os aspectos de sustentabilidade da marca Mariée principalmente nas variáveis de projeto. As peças da marca deverão ser projetadas e confeccionadas com o mínimo uso e desperdício de matéria-prima e em modelagens mais versáteis que permitem o reuso da peça em outras ocasiões além da cerimônia de matrimônio, o que permite um pós-uso e maior sobrevida do produto.

7. DETALHAMENTO

Neste item, apresentamos o planejamento da coleção de lançamento da Mariée, onde detalhamos e organizamos os processos de design dos produtos da marca.

7.1 PLANO DE COLEÇÃO

- a) Estação e ano: primavera/verão 2021.
- b) Nome da coleção: Aurora
- c) Referências:

O nome da coleção foi escolhido por representar a primeira manifestação do feminino. De acordo com o dicionário Oxford, “aurora” é um substantivo feminino definido como as primeiras manifestações de qualquer coisa; princípio.

Uma metáfora para representar o papel de mulheres como Amélia Bloomer e Coco Chanel na moda, que ansiavam por uma valorização do espaço feminino na sociedade.

“Invariavelmente associado ao desejo de emancipação política e social das mulheres, o uso da saia bifurcadas começou com a façanha de Amelia Jenks Bloomer, em 1851. Seu design de calças ou de pantalonas folgadas no estilo turco, ajustadas no calcanhar com um laço e usado embaixo de saias na altura da panturrilha, dispensou o uso de armações e crinolinas. Muitas temiam que a introdução da peça anulasse as diferenças entre os sexos, e as mulheres que usaram o traje foram hostilizadas. As discussões sobre a reforma do vestuário reintroduziram o conceito de bifurcação nos anos 1880 e 1890, e palavra “bloomer” era empregada impropriamente para descrever a saias bifurcadas usadas pelas mulheres modernas envolvidas em atividades esportivas”. (FOGG, 2013, p.193).

Elas buscavam força na emancipação que foi conquistada ao longo dos séculos por outras tantas mulheres revolucionárias, que se apropriaram de trajes masculinos em épocas onde a mulher tinha sua silhueta definida pela cintura fina e o quadril projetado por espartilhos e crinolinas que exibiam uma certa fragilidade associada a condição feminina.

- d) Cartela de cores: as cores da cartela remetem a o amanhecer as cores pasteis que se destacam em meia a aurora da manhã.
- e) Materiais: todos os materiais têxteis foram definidos e selecionados para melhor atender as necessidades das clientes e da ocasião; os tecidos são compostos de poliéster e poliamida, texturas lisas, encorpadas e fluidas, com brilho e pedrarias para os detalhes das peças.
- f) Formas e estruturas: silhueta predominante em A, focando o volume abaixo do quadril com saia removível e capas.
- g) Mix de produto: macacões, saias removíveis, véus e tiara.

7.2 PAINEL DE AMBIÊNCIA

O Painel de Ambiente, *moodboard* ou de referências, é composto por imagens que expressem o conceito da coleção, comunicando as cores, os materiais, as texturas, as formas e outras informações importantes para o design dos produtos.

Figura 12: Painel de ambiência da coleção Aurora da marca Mariée



Fonte: Acervo da autora

7.3 CARTELA DE CORES

A partir do painel de ambiência foram definidas as cores para o desenvolvimento da coleção Aurora. Utilizamos o padrão da Pantone® para classificar a cartela formada por tons suaves e apastelados compatíveis com as intenções da coleção e da ocasião de uso dos produtos, sendo eles: Spa Blue; EggWhite; Coconut Milk; White.

Figura 13: cartela de cores da coleção aurora



Fonte: Acervo da autora

7.4 CARTELA DE MATERAIS

Assim como as cores, nos inspiramos nas referências selecionadas para o painel e ambiência para definir as matérias-primas principais dos produtos da coleção Aurora. Foram escolhidos tecidos com gramatura mais pesada para calças e tecidos mais fluidos e leves para saias e capas.

A zibeline (100% PE), como já citado, é um tecido brilhante e de caimento mais pesado e armado, foi pensado para o design de calças da coleção. A organza (100% PE) é um tecido bem mais leve e transparente, portanto, selecionamos para confecção de saias. O tule bordado (100% PE), proporciona transparência e efeito decorativo. Já o tule de malha (100% PA) por sua leveza e transparência, selecionamos para dar estrutura para decotes e recortes na modelagem.

Figura 14: Zibeline, Organza, Tule bordado e Tule de malha



Fonte: <https://www.maximustecidos.com.br/>

7.5 COMBINAÇÕES

Elaboramos 3 propostas de combinações de matérias-primas e cores, ajustando as informações das duas cartelas anteriores com as referências da ambiência.

Figura 15: Combo 1 - zibeline White, organza Spa Blue, organza White, tule White e renda xadrez White.



Fonte: Acervo da autora

Figura 16: Combo 2 - zibeline White, organza White, tule Eggwhite, tule explosão de brilho White e renda xadrez White



Fonte: Acervo da autora

Figura 17: Cartela 3 foi utilizado: zibeline White, organza White, organza Spa Blue, organza Coconut Milk e renda com paetê White



Fonte: Acervo da autora

7.6 PLANO DE COLEÇÃO

A seguir, apresentamos o plano de coleção propriamente dito, composto de croquis, desenhos e fichas técnicas de cada peça que projetada para a coleção “Aurora” de primavera/verão 2021 da marca Mariée.

Figura 18: Croquis do plano de coleção Aurora



Fonte: Acervo da autora

Figura 19: Croqui do modelo Amélia da coleção Aurora.

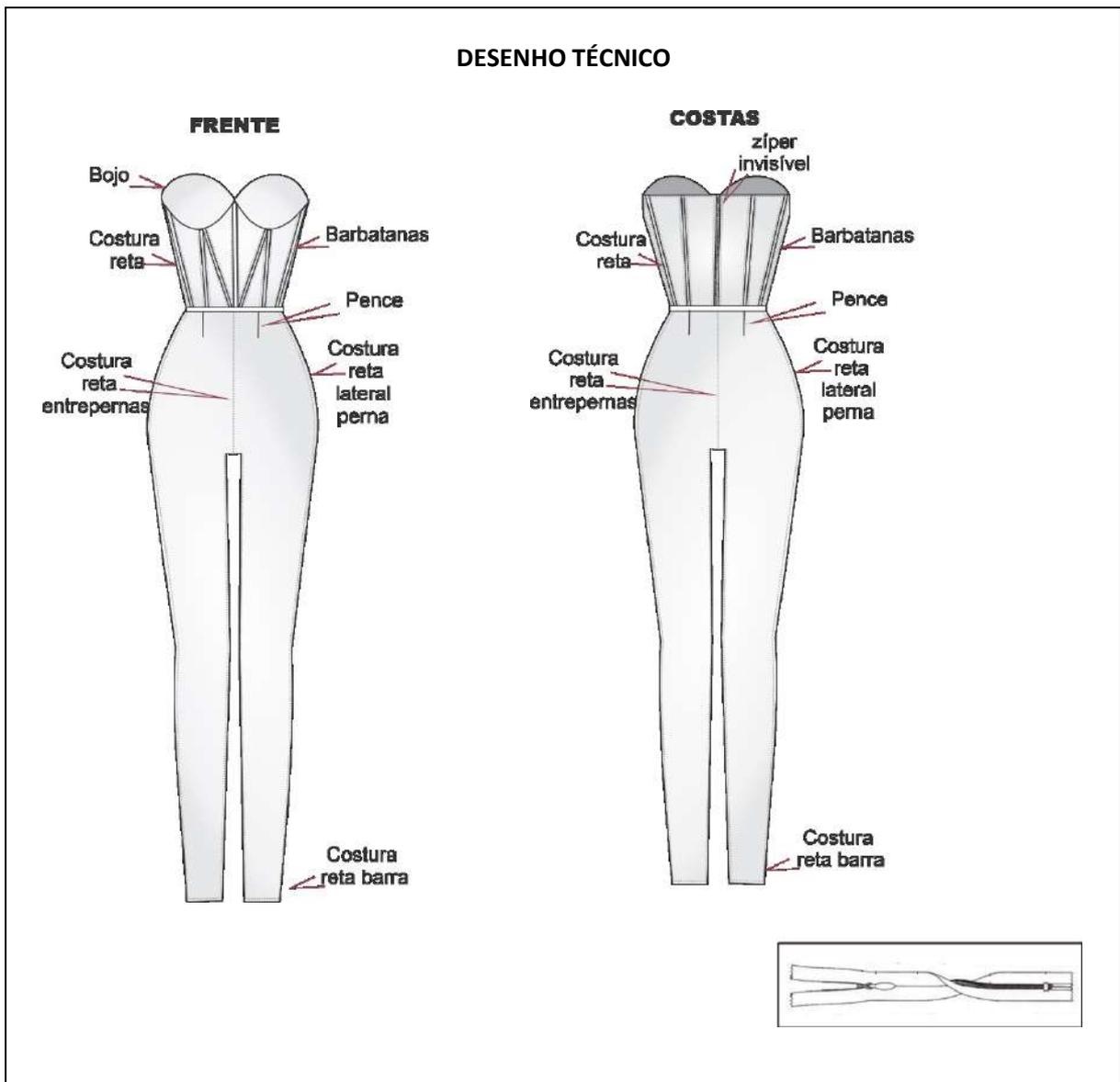


Modelo: Amélia

Fonte: Acervo da autora

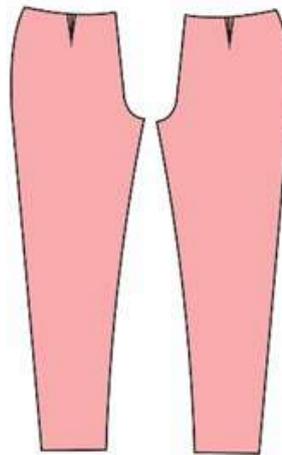
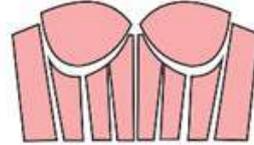
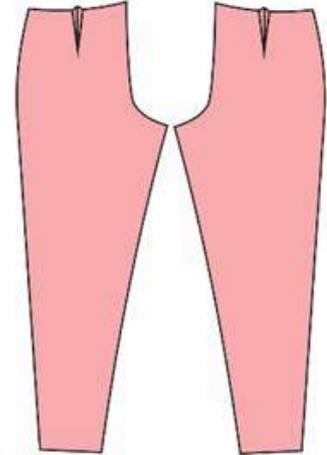
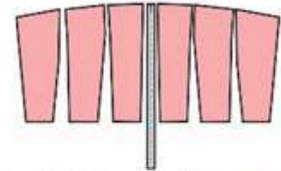
Tabela 1: ficha técnica de modelo Amélia

MARIÉE				MODELO: Amélia COLEÇÃO: Aurora		
DESCRIÇÃO: Macacão corset						
DESIGNER: STELLA ALMEIDA				MODELISTA: STELLA ALMEIDA		
CÓDIGO DO MOLDE: M01 Amélia				GRADE: 36,38,40,42,44,46.		
DATA: 02/06/2020						
INSUMOS DIRETOS						
TECIDO	FORNEC	LARG	COMP	COR1	COR2	COR3
ZIBELINE	Maximus tecidos	1,47 M	100% PES	White	-	-
RENDA XADREZ	Maximus tecidos	1,40 M	100% PES	White	-	-
FORRO	Maximus tecidos	1,40 M	100% PES	White	-	-
AVIAMENTOS	FORNEC	CONS	LOTE	COR1	COR2	COR
LINHA	Maximus tecidos		0001	White	-	-
FIO	Maximus tecidos		0001	White	-	-
ZIPER	Maximus tecidos	1 Unid.	0001	White	-	-
BARBATANA		11 Unid.	0001	White	-	-
ENTRETELA			0001	White	-	-
BOJO		1 par	0001	White	-	-
VIÉS			0001	White	-	-
ELEMENTOS DECORATIVOS						
ESTAMPA OU BORDADO:						
SEQUÊNC	COR1	COR2	COR3	COR4		
-	-	-	-	-		
-	-	-	-	-		
REF: M02AURORA						
POSIÇÃO DA ETIQUETA: COSTAS AO LADO DO ZIPER						
INSUMOS INDIRETOS:						
COMPONENTES:				QUANTIDADES:		
-				-		
-				-		
-				-		
OBSERVAÇÕES:						



SEQUÊNCIA DA OPERAÇÃO	MÁQUINA	TEMPO
COSTURAR CORSET (FORRO E TECIDO)	RETA/OVER	-
FECHAR LATERAL (FORRO E TECIDO)	RETA/OVER	-
ABRIR A COSTURA	FERRO	-
APLICAR AS BARBATANA NO FORRO	RETA	-
APLICAR O BOJO	RETA	-
FECHAR AS PENCES DA FRENTE E COSTAS CALÇA	RETA/OVER	-
FECHAR ENTRE PERNAS E LATERAIS	RETA/OVER	-
UNIR O CORSET E A CALÇA DO MACACÃO	RETA	-
PREGAR O ZÍPER E ETIQUETA	RETA	-

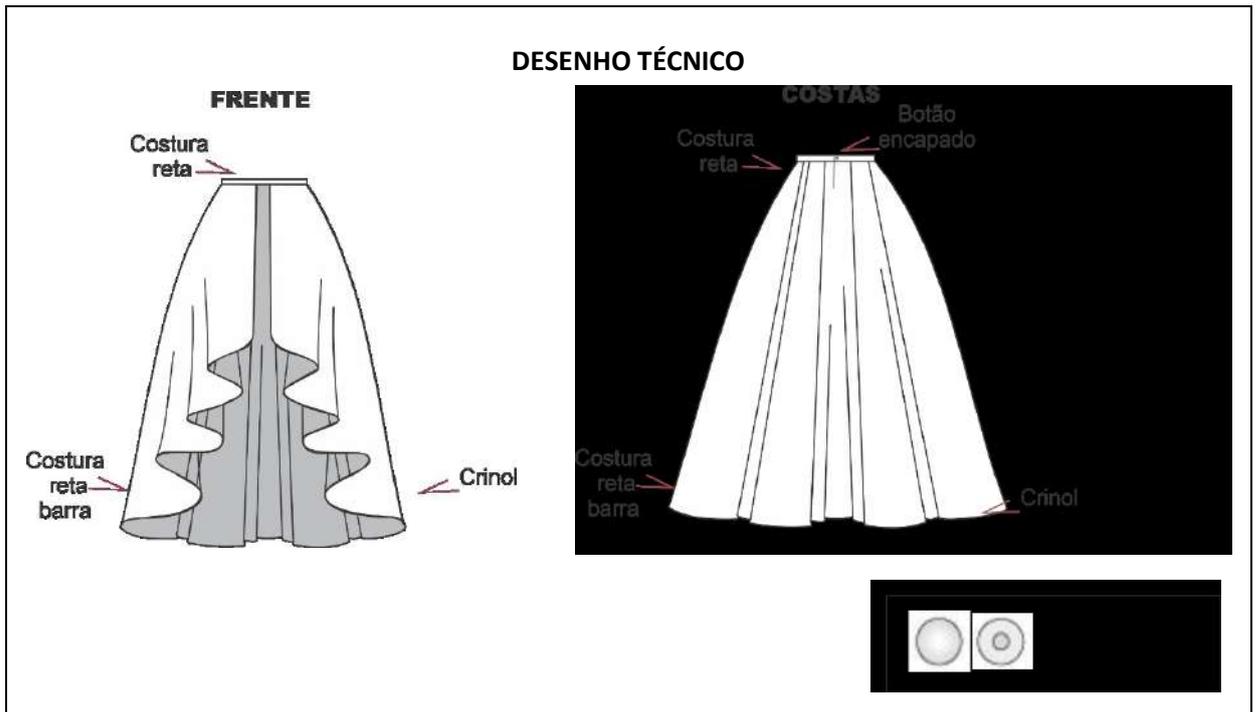
FAZER A BARRA	RETA	-
TEMPO TOTAL DO PRODUTO:		-

**Molde macacão frente****Molde macacão costas**

Fonte: Acervo da autora

Tabela 2: ficha técnica de modelo saia Amelia

MARIÉE				MODELO: Saia Amelia COLEÇÃO: Aurora		
DESCRIÇÃO: Saia mullet godê fenda frente						
DESIGNER: STELLA ALMEIDA			MODELISTA: STELLA ALMEIDA			
CÓDIGO DO MOLDE: S01			GRADE: 36,38,40,42,44,46.			
DATA: 02/06/2020						
INSUMOS DIRETOS						
TECIDO	FORNEC	LARG	COMP	COR1	COR2	COR3
ZIBELINE	Maximus tecidos	1,47 M	100% PES	White	–	–
TULE	Maximus tecidos	1,50 M	100% PA	White	–	–
AVIAMENTOS	FORNEC	CONS	LOTE	COR1	COR2	COR
LINHA	Maximus tecidos		0001	White	–	–
FIO	Maximus tecidos		0001	White	–	–
BOTÃO	Maximus tecidos	1 Unid.	0001	White	–	–
ENTRETELA			0001	White		
CRINOL			0001	White		
ELEMENTOS DECORATIVOS						
ESTAMPA OU BORDADO:						
SEQUÊNC	COR1	COR2	COR3	COR4		
-	-	-	-	-		
-	-	-	-	-		
REF: M02AURORA						
POSIÇÃO DA ETIQUETA: LATERAL AO LADO DO ZIPER						
INSUMOS INDIRETOS:						
COMPONENTES:			QUANTIDADES:			
–			–			
–			–			
–			–			
OBSERVAÇÕES:						



SEQUÊNCIA DA OPERAÇÃO	MÁQUINA	TEMPO
APLICAR CRINOL	RETA	-
FAZER A BARRA	RETA	-
APLICAR ENTRETELA NO CÓS	FERRO	-
PREGAR CÓS	RETA	-
PREGAR BOTÃO	MANUAL	-
FAZER CASA DO BOTÃO	CASEADEIRA	-
TEMPO TOTAL DO PRODUTO:		-

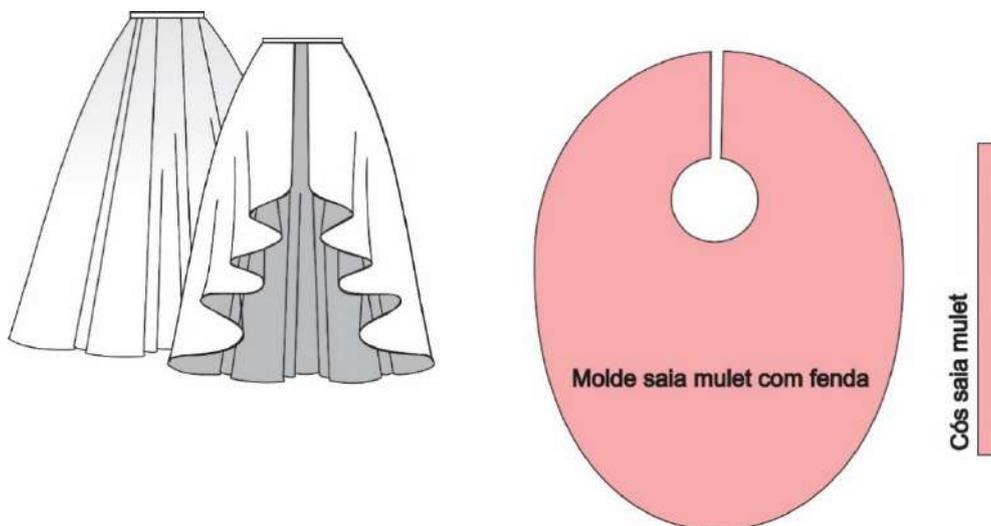


Figura 20: Croqui do modelo Aurora da coleção Aurora.

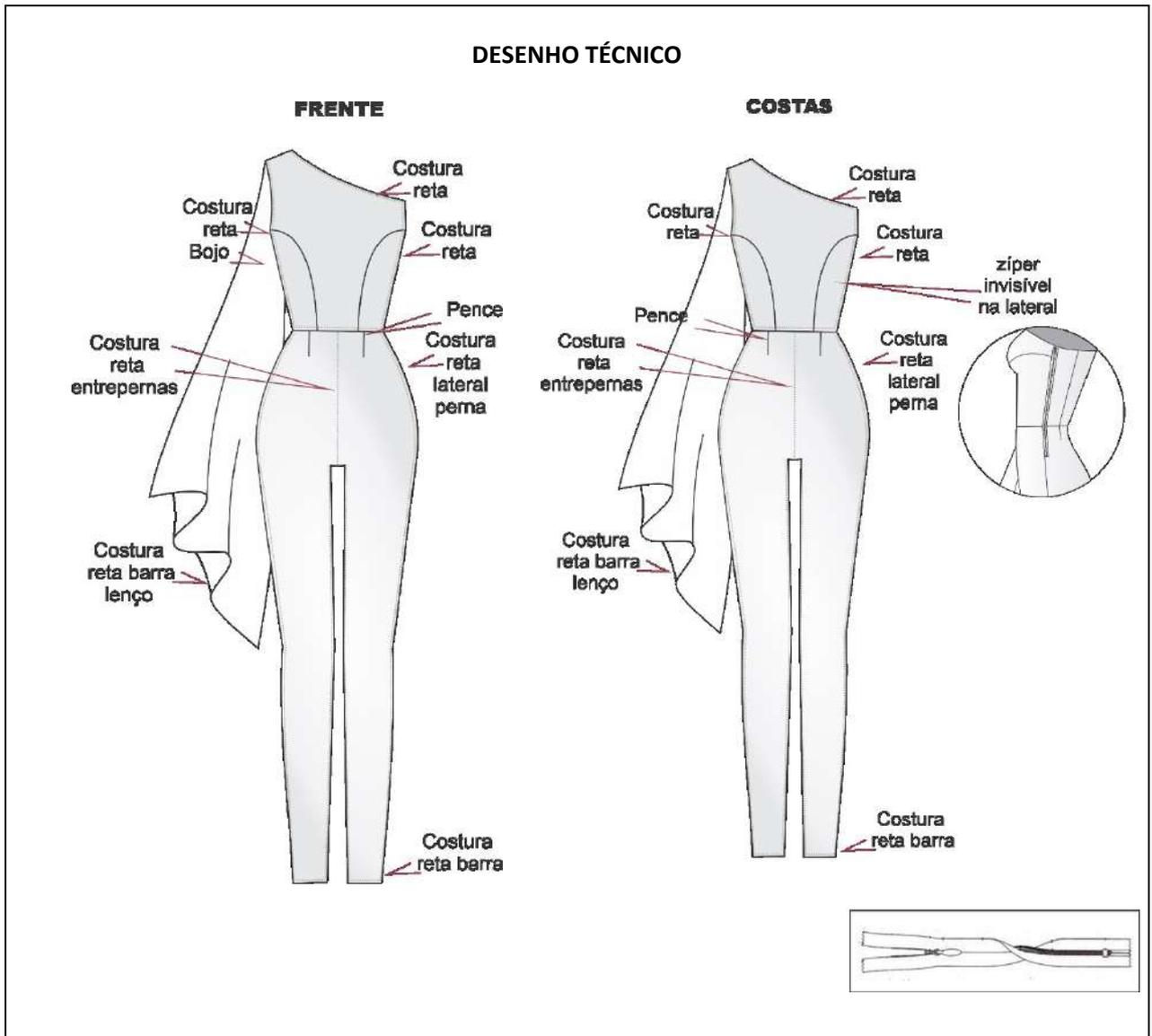


Modelo: Aurora

Fonte: Acervo da autora

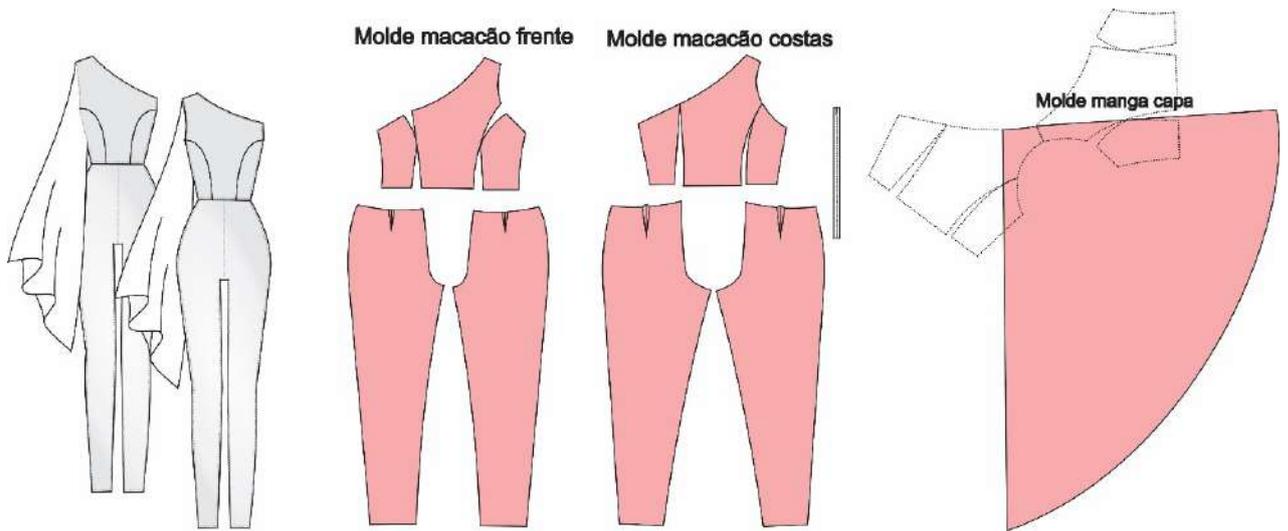
Tabela 3: ficha técnica de modelo Aurora

MARIÉE				MODELO: Aurora COLEÇÃO: Aurora		
DESCRIÇÃO: Macacão ombro só manga capa						
DESIGNER: STELLA ALMEIDA			MODELISTA: STELLA ALMEIDA			
CÓDIGO DO MOLDE: M02AURORA			GRADE: 36,38,40,42,44,46.			
DATA: 02/06/2020						
INSUMOS DIRETOS						
TECIDO	FORNEC	LARG	COMP	COR1	COR2	COR3
ZIBELINE	Maximus tecidos	1,47 M	100% PES	White	-	-
ORGANZA	Maximus tecidos	1,20 M	100% PES	Spa Blue	-	-
ORGANZA	Maximus tecidos	1,50 M	100% PES	White	-	-
FORRO	Maximus tecidos	1,40 M	100% PES	White	-	-
AVIAMENTOS	FORNEC	CONS	LOTE	COR1	COR2	COR
LINHA	Maximus tecidos		0001	White	-	-
FIO	Maximus tecidos		0001	White	-	-
ZIPER	Maximus tecidos	1 Unid.	0001	White	-	-
BOJO		1 par	0001	White		
VIÉS				White		
ELEMENTOS DECORATIVOS						
ESTAMPA OU BORDADO:						
SEQUÊNC	COR1	COR2	COR3	COR4		
-	-	-	-	-		
-	-	-	-	-		
REF: M02AURORA						
POSIÇÃO DA ETIQUETA: LATERAL AO LADO DO ZIPER						
INSUMOS INDIRETOS:						
COMPONENTES:			QUANTIDADES:			
-			-			
-			-			
-			-			
OBSERVAÇÕES:						



SEQUÊNCIA DA OPERAÇÃO	MÁQUINA	TEMPO
FECHAR AS PENCES DA FRENTE E COSTAS TOP	RETA	-
COSTURAR OMBRO (FORRO E TECIDO)	RETA/OVER	-
PREGAR AS MANGA CAPA E PESPONTAR	RETA	-
FECHAR LATERAL (FORRO E TECIDO)	RETA/OVER	-
APLICAR O BOJO	RETA	-
FECHAR AS PENCES DA FRENTE E COSTAS CALÇA	RETA/OVER	-
FECHAR ENTRE PERNAS E LATERAIS	RETA/OVER	-
UNIR O TOP E A CALÇA DO MACACÃO	RETA	
PREGAR O ZÍPER E ETIQUETA	RETA	-

FAZER A BARRA	RETA	-
TEMPO TOTAL DO PRODUTO:		-



Fonte: Acervo da autora

Figura 21: Croqui do modelo Ellen da coleção Aurora.

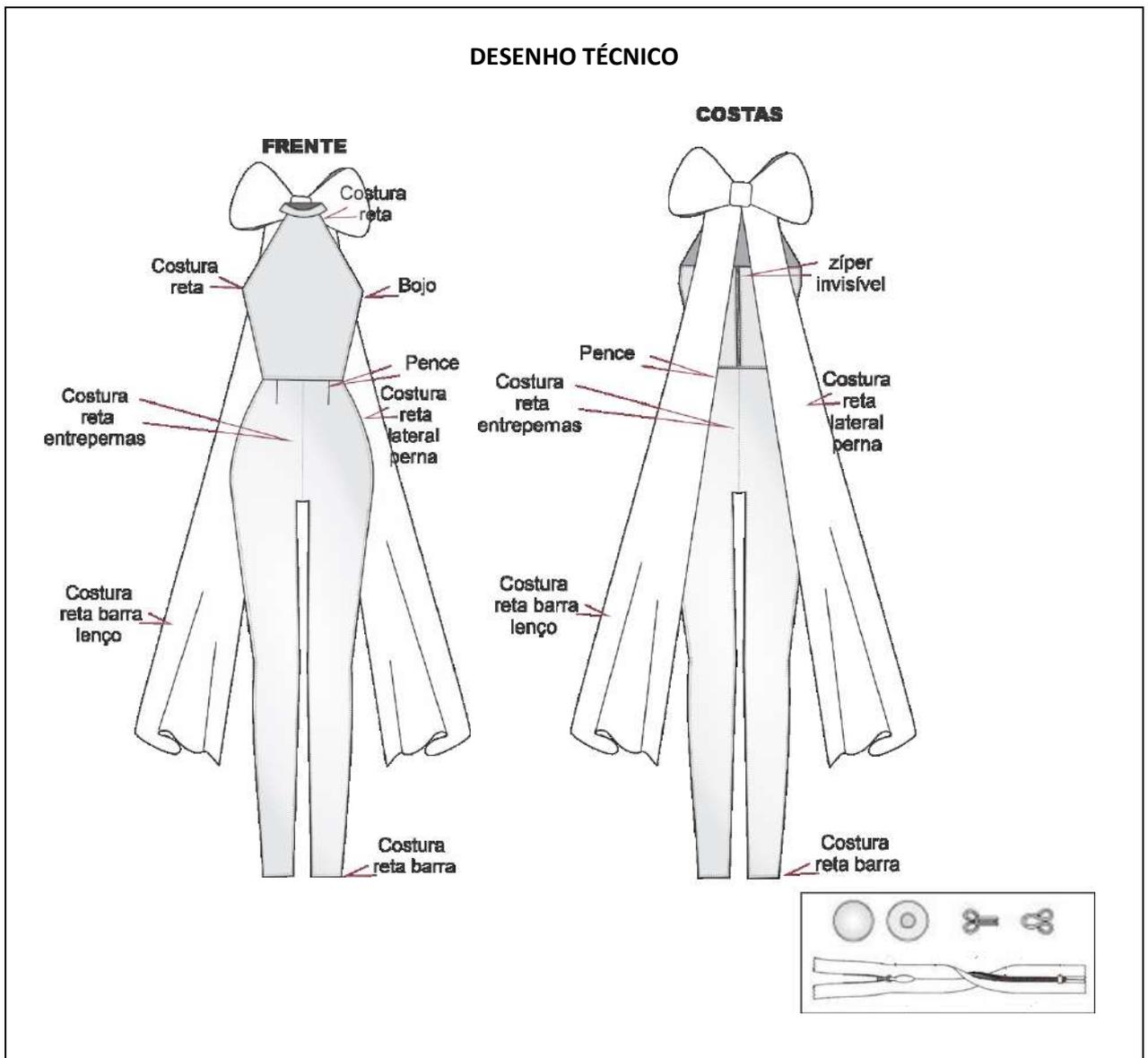


Modelo: Ellen

Fonte: Acervo da autora

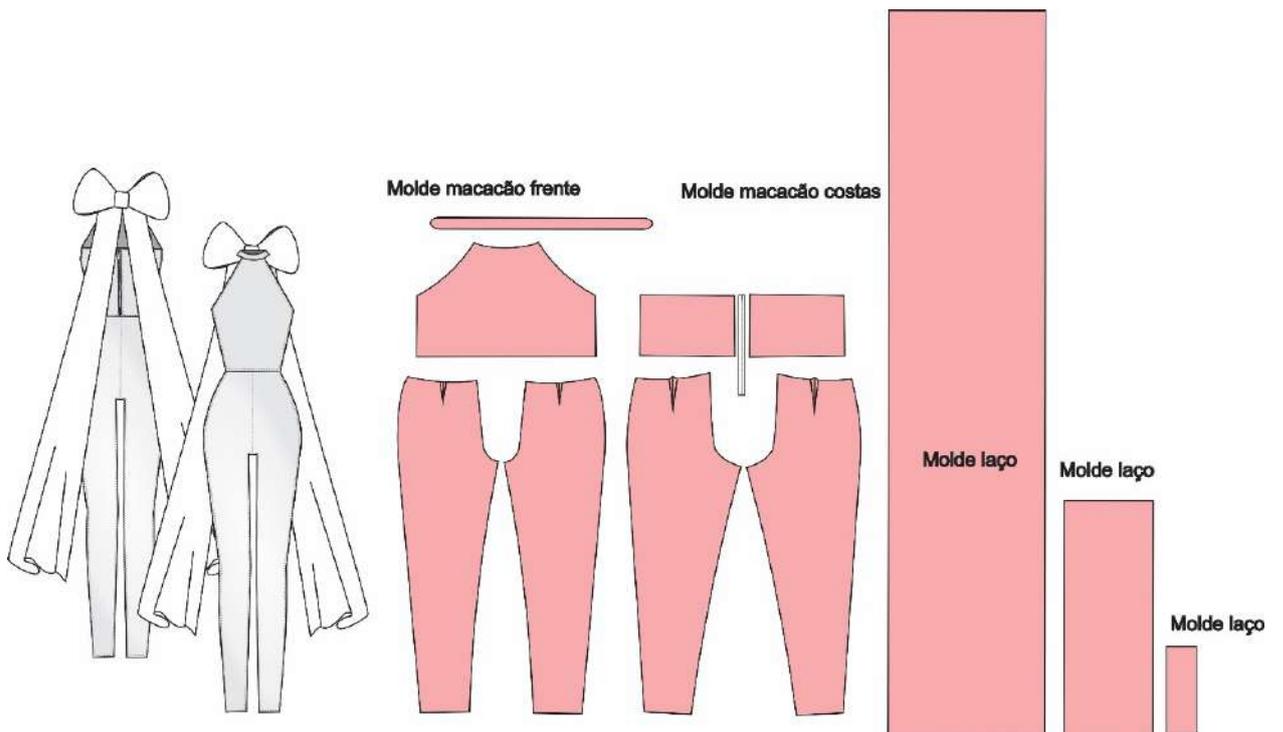
Tabela 4: ficha técnica de modelo Ellen

MARIÉE				MODELO: Ellen COLEÇÃO: Aurora		
DESCRIÇÃO: Macacão frente única laço capa						
DESIGNER: STELLA ALMEIDA			MODELISTA: STELLA ALMEIDA			
CÓDIGO DO MOLDE: M04ELLEN			GRADE: 36,38,40,42,44,46.			
DATA: 02/06/2020						
INSUMOS DIRETOS						
TECIDO	FORNEC	LARG	COMP	COR1	COR2	COR3
ZIBELINE	Maximus tecidos	1,47 M	100% PES	White	–	–
ORGANZA	Maximus tecidos	1,20 M	100% PES	White	–	–
ORGANZA	Maximus tecidos	1,50 M	100% PES	Spa Blue	–	–
FORRO	Maximus tecidos	1,40 M	100% PES	White	–	–
AVIAMENTOS	FORNEC	CONS	LOTE	COR1	COR2	COR
LINHA	Maximus tecidos		0001	White	–	–
FIO	Maximus tecidos		0001	White	–	–
ZIPER	Maximus tecidos	1 Unid.	0001	White	–	–
BOTÃO		1 Unid.	0001	White		
BOJO		1 par	0001	White		
ENTRETELA			0001	White		
VIÉS			0001	White		
ELEMENTOS DECORATIVOS						
ESTAMPA OU BORDADO:						
SEQUÊNC	COR1	COR2	COR3	COR4		
-	-	-	-	-		
-	-	-	-	-		
REF: M02AURORA						
POSIÇÃO DA ETIQUETA: COSTAS AO LADO DO ZIPER						
INSUMOS INDIRETOS:						
COMPONENTES:			QUANTIDADES:			
–			–			
–			–			
–			–			
OBSERVAÇÕES:						



SEQUÊNCIA DA OPERAÇÃO	MÁQUINA	TEMPO
COSTURAR TOP FRENTE E COSTAS (FORRO E TECIDO)	RETA\OVER	-
FECHAR LATERAL (FORRO E TECIDO)	RETA	-
APLICAR O BOJO	RETA	-
APLICAR ENTRETELA GOLA	FERRO	-
COSTURAR E PRESPOINTAR GOLA	RETA	-
FECHAR AS PENCES DA FRENTE E COSTAS CALÇA	RETA	-
FECHAR ENTRE PERNAS E LATERAIS	RETA\OVER	-
UNIR O TOP E A CALÇA DO MACACÃO	RETA	-
PREGAR O ZÍPER E ETIQUETA	RETA	-

FAZER A BARRA	RETA	-
APLICAR ENTRETELA LAÇO	FERRO	-
COSTURAR LAÇO A GOLA	RETA	-
FAZER A BARRA CAPA	RETA	-
PREGAR BOTÃO	MANUAL	-
FAZER CASA DO BOTÃO	CASEADEIRA	-
TEMPO TOTAL DO PRODUTO:		-

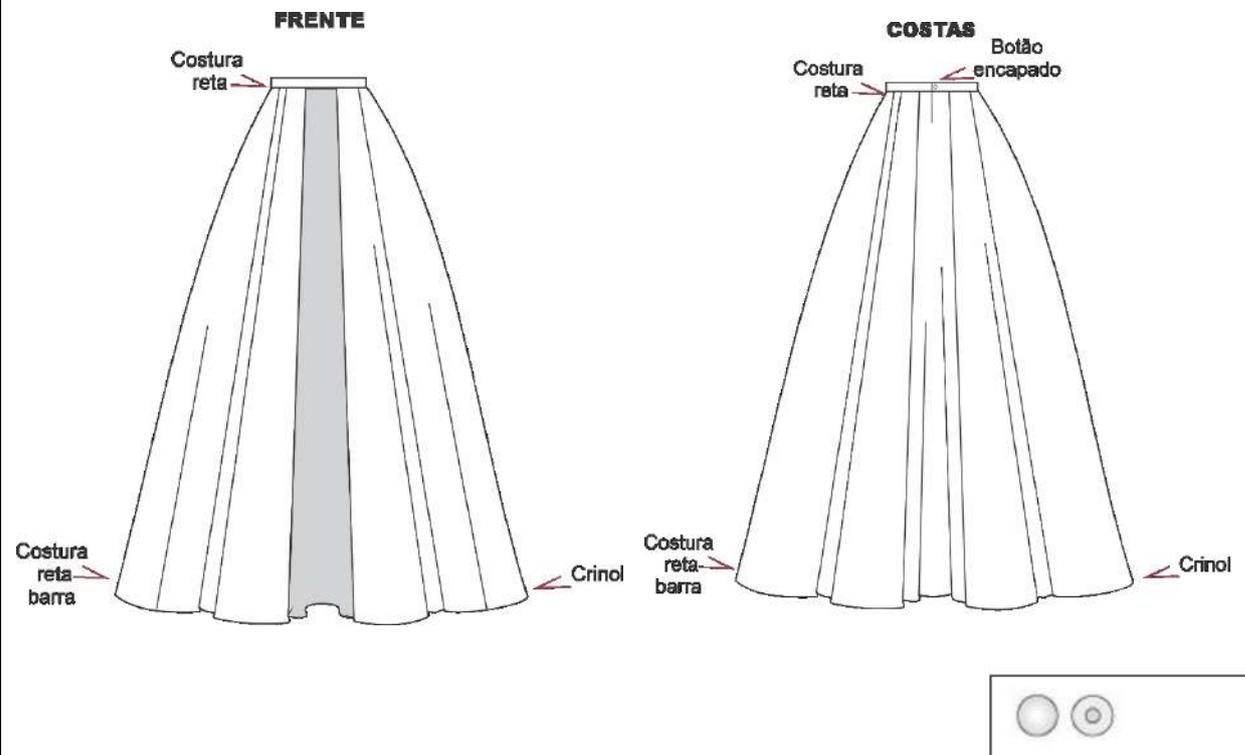


Fonte: Acervo da autora

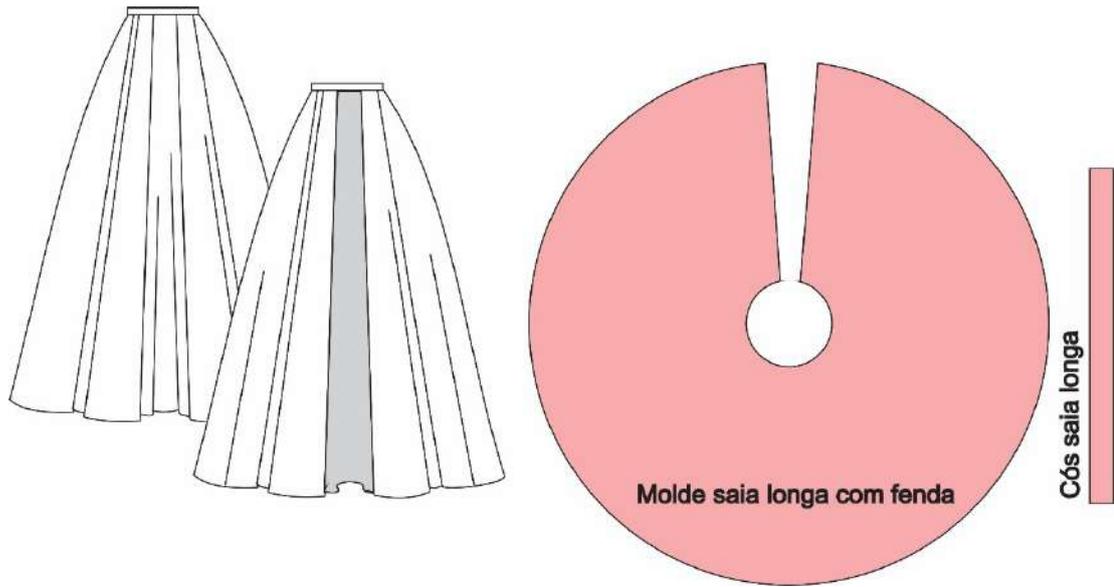
Tabela 5: ficha técnica de modelo saia frente godê

MARIÉE				MODELO: Saia frente godê COLEÇÃO: Aurora		
DESCRIÇÃO: Saia longa godê fenda frente						
DESIGNER: STELLA ALMEIDA			MODELISTA: STELLA ALMEIDA			
CÓDIGO DO MOLDE: S02			GRADE: 36,38,40,42,44,46.			
DATA: 02/06/2020						
INSUMOS DIRETOS						
TECIDO	FORNEC	LARG	COMP	COR1	COR2	COR3
ZIBELINE	Maximus tecidos	1,47 M	100% PES	White	–	–
RENDA COM PAETÊ	Maximus tecidos	1,50 M	100% PA	White	–	–
TULE	Maximus tecidos	1,50 M	100% PA	White	–	–
FORRO	Maximus tecidos	1,40 M	100% PES	White	–	–
AVIAMENTOS	FORNEC	CONS	LOTE	COR1	COR2	COR
LINHA	Maximus tecidos		0001	White	–	–
FIO	Maximus tecidos		0001	White	–	–
BOTÃO	Maximus tecidos	1 Unid.	0001	White	–	–
ENTRETELA			0001	White		
CRINOL			0001	White		
ELEMENTOS DECORATIVOS						
ESTAMPA OU BORDADO:						
SEQUÊNC	COR1	COR2	COR3	COR4		
-	-	-	-	-		
-	-	-	-	-		
REF: M02AURORA						
POSIÇÃO DA ETIQUETA: LATERAL AO LADO DO ZIPER						
INSUMOS INDIRETOS:						
COMPONENTES:			QUANTIDADES:			
–			–			
–			–			
–			–			
OBSERVAÇÕES:						

DESENHO TÉCNICO



SEQUÊNCIA DA OPERAÇÃO	MÁQUINA	TEMPO
APLICAR CRINOL	RETA	-
FAZER A BARRA	RETA	-
APLICAR ENTRETELA NO CÓS	FERRO	-
PREGAR CÓS	RETA	-
PREGAR BOTÃO	MANUAL	-
FAZER CASA DO BOTÃO	CASEADEIRA	-
TEMPO TOTAL DO PRODUTO:		-



Fonte: Acervo da autora

Figura 22: Croqui do modelo Leona da coleção Aurora

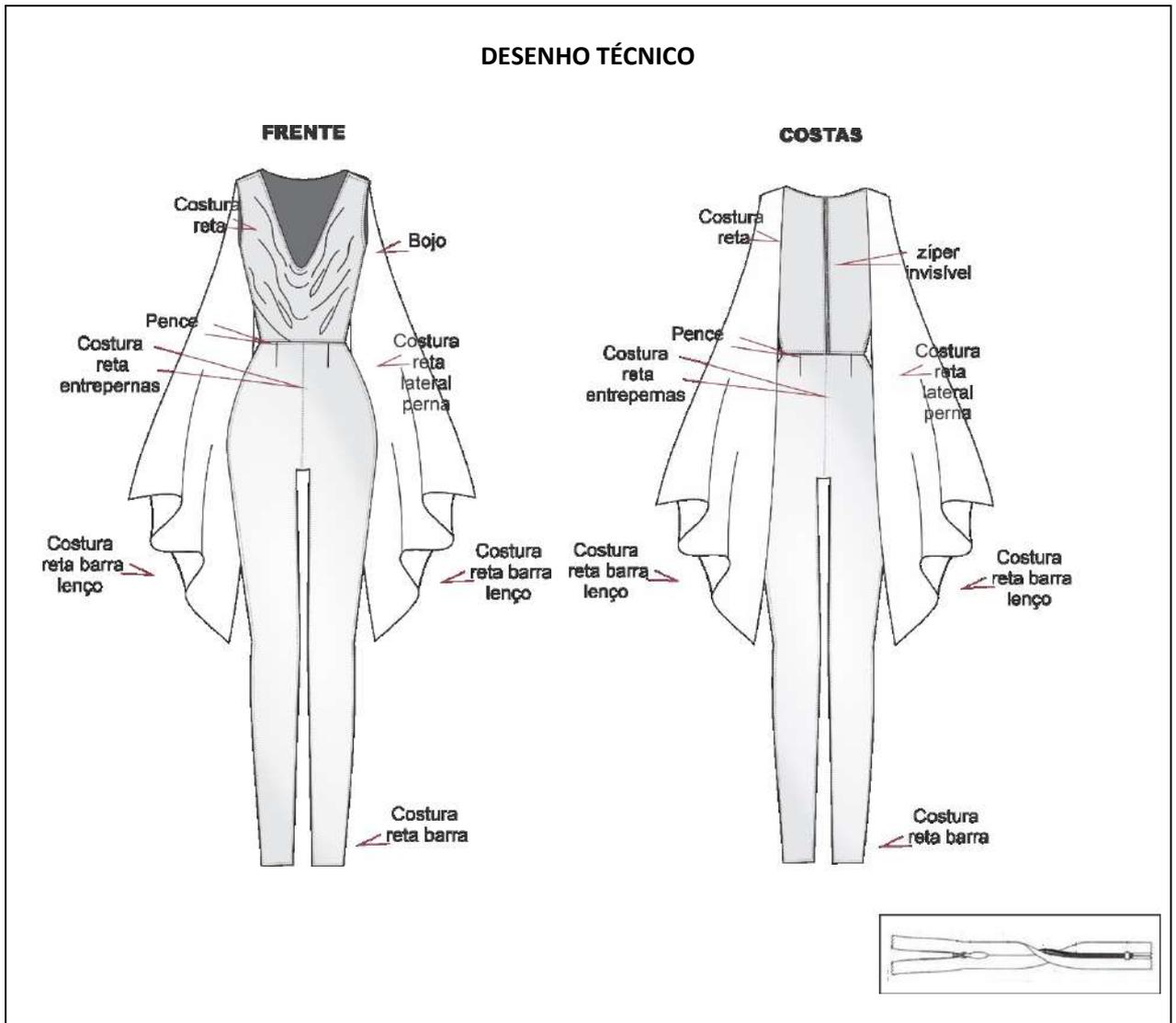


Modelo: Leona

Fonte: Acervo da autora

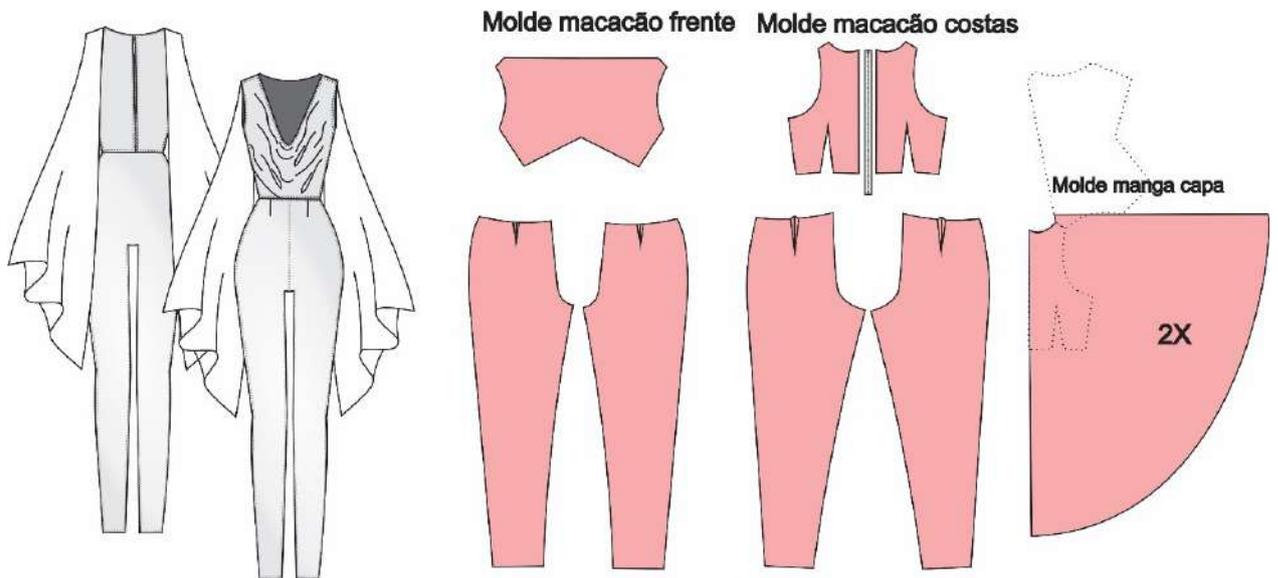
Tabela 6: ficha técnica de modelo Leona

MARIÉE				MODELO: Leona COLEÇÃO: Aurora		
DESCRIÇÃO: Macacão ombro só manga capa						
DESIGNER: STELLA ALMEIDA			MODELISTA: STELLA ALMEIDA			
CÓDIGO DO MOLDE: M03LEONA			GRADE: 36,38,40,42,44,46.			
DATA: 02/06/2020						
INSUMOS DIRETOS						
TECIDO	FORNEC	LARG	COMP	COR1	COR2	COR3
ZIBELINE	Maximus tecidos	1,47 M	100% PES	White	—	—
ORGANZA	Maximus tecidos	1,20 M	100% PES	White	—	—
ORGANZA	Maximus tecidos	1,50 M	100% PES	Spa Blue	—	—
ORGANZA	Maximus tecidos	1,50 M	100% PES	Coconut Milk		
FORRO	Maximus tecidos	1,40 M	100% PES	White	—	—
AVIAMENTOS	FORNEC	CONS	LOTE	COR1	COR2	COR
LINHA	Maximus tecidos		0001	White	—	—
FIO	Maximus tecidos		0001	White	—	—
ZIPER	Maximus tecidos	1 Unid.	0001	White	—	—
BOJO		1 par	0001	White		
VIÉS			0001	White		
ELEMENTOS DECORATIVOS						
ESTAMPA OU BORDADO:						
SEQUÊNC	COR1	COR2	COR3	COR4		
-	-	-	-	-		
-	-	-	-	-		
REF: M02AURORA						
POSIÇÃO DA ETIQUETA: COSTAS AO LADO DO ZIPER						
INSUMOS INDIRETOS:						
COMPONENTES:			QUANTIDADES:			
—			—			
—			—			
—			—			
OBSERVAÇÕES:						



SEQUÊNCIA DA OPERAÇÃO	MÁQUINA	TEMPO
FECHAR AS PENCES DA COSTAS	RETA	-
COSTURAR OMBRO (FORRO E TECIDO)	RETA\OVER	-
PREGAR AS MANGA CAPA E PESPONTAR	RETA\OVER	-
FAZER A BARRA DA MANGA	RETA	-
FECHAR LATERAL (FORRO E TECIDO)	RETA\OVER	-
APLICAR O BOJO	RETA	-
FECHAR AS PENCES DA FRENTE E COSTAS CALÇA	RETA\OVER	-
FECHAR ENTRE PERNAS E LATERAIS	RETA\OVER	-
UNIR O TOP E A CALÇA DO MACACÃO	RETA	-
PREGAR O ZÍPER E ETIQUETA	RETA	-

FAZER A BARRA	RETA	-
TEMPO TOTAL DO PRODUTO:		-



Fonte: Acervo da autora

Figura 23: Croqui do modelo Aghata da coleção Aurora.

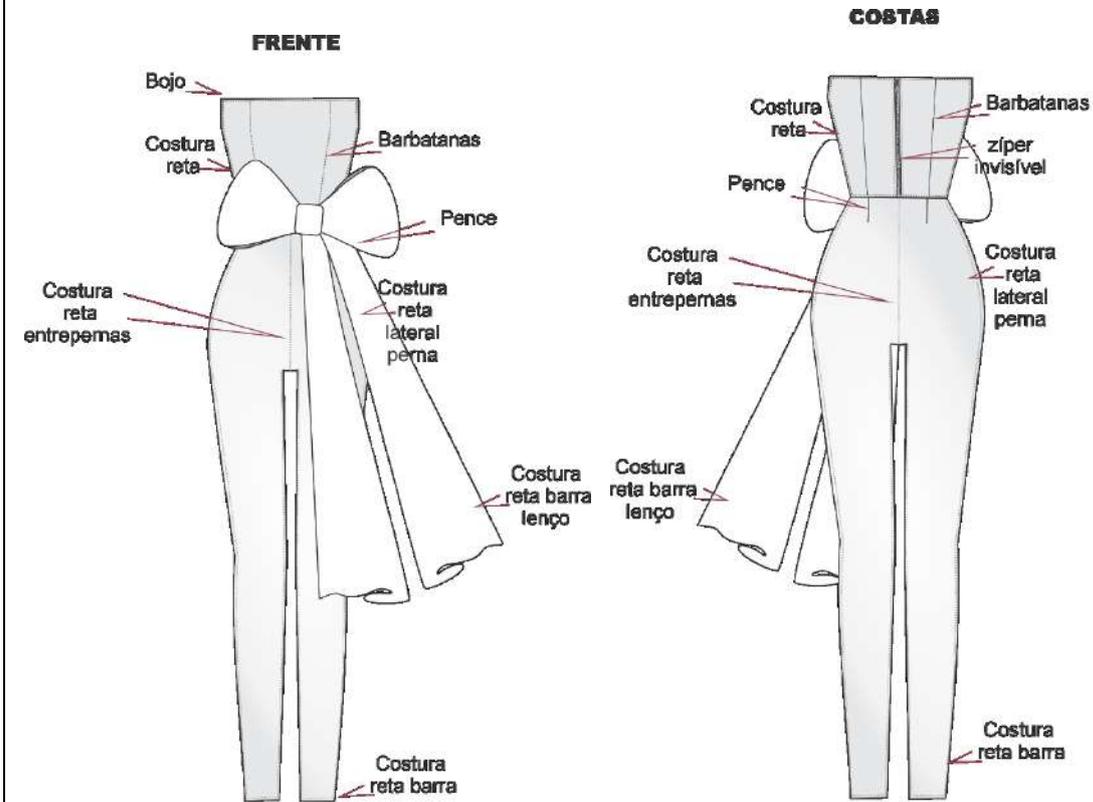


Modelo: Aghata

Tabela 7: ficha técnica de modelo Aghata

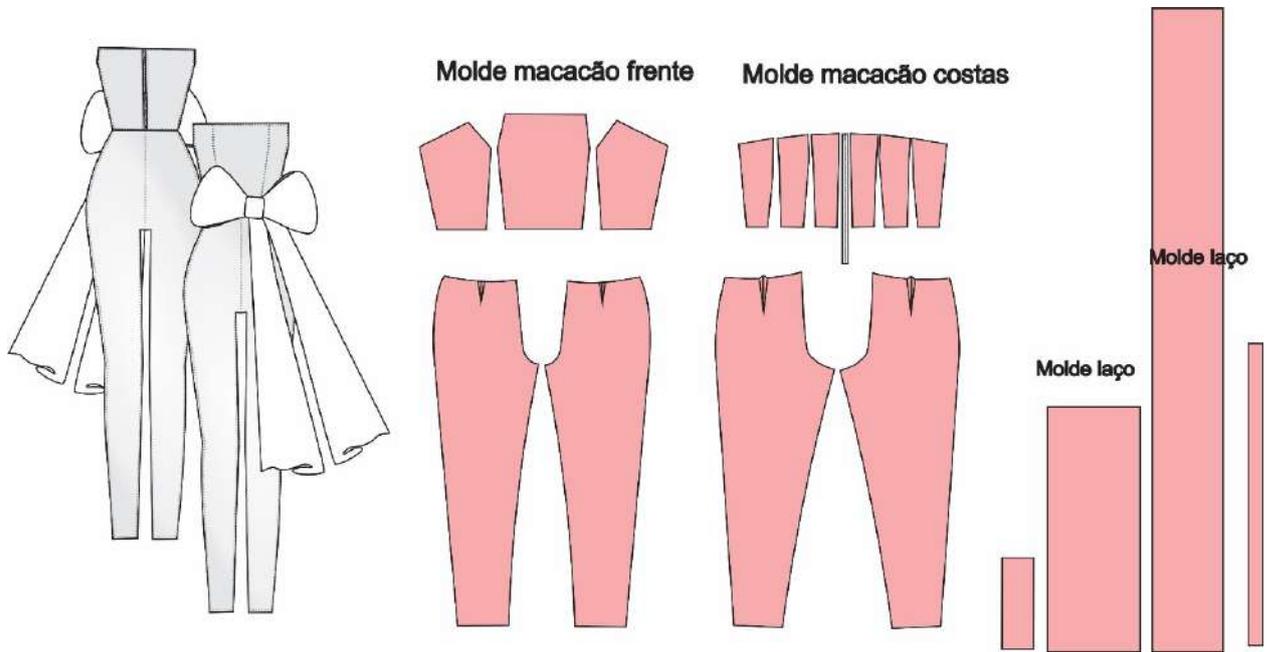
MARIÉE				MODELO: Aghata COLEÇÃO: Aurora		
DESCRIÇÃO: Macacão decote princesa cintura laço						
DESIGNER: STELLA ALMEIDA			MODELISTA: STELLA ALMEIDA			
CÓDIGO DO MOLDE: M02AURORA			GRADE: 36,38,40,42,44,46.			
DATA: 02/06/2020						
INSUMOS DIRETOS						
TECIDO	FORNEC	LARG	COMP	COR1	COR2	COR3
ZIBELINE	Maximus tecidos	1,47 M	100% PES	White	–	–
ORGANZA	Maximus tecidos	1,20 M	100% PES	White	–	–
FORRO	Maximus tecidos	1,40 M	100% PES	White	–	–
AVIAMENTOS	FORNEC	CONS	LOTE	COR1	COR2	COR
LINHA	Maximus tecidos		0001	White	–	–
FIO	Maximus tecidos		0001	White	–	–
ZIPER	Maximus tecidos	1 Unid.	0001	White	–	–
ENTRETELA			0001	White		
BOJO		1 par	0001	White		
VIÉS			0001	White		
ELEMENTOS DECORATIVOS						
ESTAMPA OU BORDADO:						
SEQUÊNC	COR1	COR2	COR3	COR4		
-	-	-	-	-		
-	-	-	-	-		
REF: M02AURORA						
POSIÇÃO DA ETIQUETA: LATERAL AO LADO DO ZIPER						
INSUMOS INDIRETOS:						
COMPONENTES:			QUANTIDADES:			
–			–			
–			–			
–			–			
OBSERVAÇÕES:						

DESENHO TÉCNICO



SEQUÊNCIA DA OPERAÇÃO	MÁQUINA	TEMPO
COSTURAR CORSET (FORRO E TECIDO)	RETA\OVER	-
FECHAR LATERAL (FORRO E TECIDO)	RETA\OVER	-
ABRIR A COSTURA	FERRO	-
APLICAR AS BARBATANA NO FORRO	RETA	-
APLICAR O BOJO	RETA	-
FECHAR AS PENCES DA FRENTE E COSTAS CALÇA	RETA\OVER	-
FECHAR ENTRE PERNAS E LATERAIS	RETA\OVER	-
UNIR O CORSET E A CALÇA DO MACACÃO	RETA	-
PREGAR O ZÍPER E ETIQUETA	RETA	-
FAZER A BARRA	RETA	-
APLICAR ENTRETELA	FERRO	-
COSTURAR LAÇO A CINTURA	RETA	-

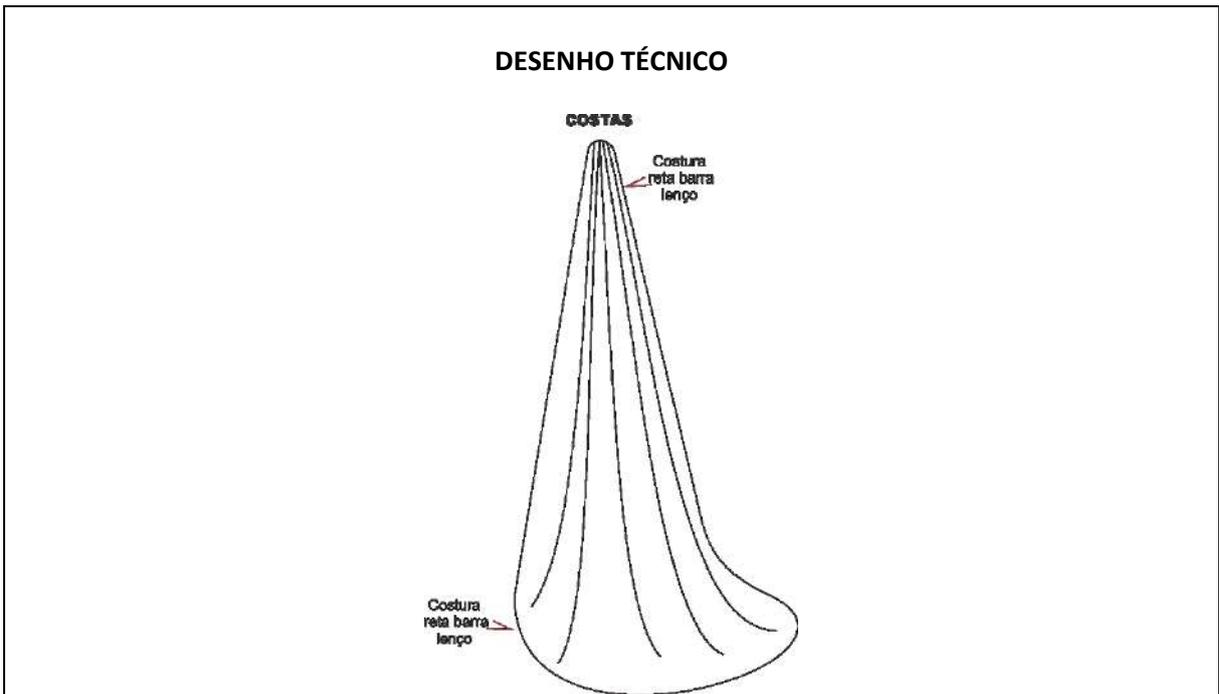
FAZER A BARRA LAÇO	RETA	-
TEMPO TOTAL DO PRODUTO:		-



Fonte: Acervo da autora

Tabela 8: ficha técnica de modelo véu longo

MARIÉE				MODELO: Véu longo COLEÇÃO: Aurora		
DESCRIÇÃO: Véu longo						
DESIGNER: STELLA ALMEIDA				MODELISTA: STELLA ALMEIDA		
CÓDIGO DO MOLDE: V01				GRADE: Tamanho único		
DATA: 02/06/2020						
INSUMOS DIRETOS						
TECIDO	FORNEC	LARG	COMP	COR1	COR2	COR3
TULE	Maximus tecidos	1,50 M	100% PA	White	—	—
AVIAMENTOS	FORNEC	CONS	LOTE	COR1	COR2	COR
LINHA	Maximus tecidos		0001	White	—	—
FIO	Maximus tecidos		0001	White	—	—
ELEMENTOS DECORATIVOS						
ESTAMPA OU BORDADO:						
SEQUÊNC	COR1	COR2	COR3	COR4		
-	-	-	-	-		
-	-	-	-	-		
REF: M02AURORA						
POSIÇÃO DA ETIQUETA: LATERAL AO LADO DO ZIPER						
INSUMOS INDIRETOS:						
COMPONENTES:			QUANTIDADES:			
—			—			
—			—			
—			—			
OBSERVAÇÕES:						



SEQUÊNCIA DA OPERAÇÃO	MÁQUINA	TEMPO
FAZER A BARRA	RETA	-
TEMPO TOTAL DO PRODUTO:		-

Fonte: Acervo da autora

Tabela 9: ficha técnica de modelo véu curto

MARIÉE				MODELO: Véu curto COLEÇÃO: Aurora		
DESCRIÇÃO: Véu curto						
DESIGNER: STELLA ALMEIDA				MODELISTA: STELLA ALMEIDA		
CÓDIGO DO MOLDE: V02				GRADE: Tamanho único		
DATA: 02/06/2020						
INSUMOS DIRETOS						
TECIDO	FORNEC	LARG	COMP	COR1	COR2	COR3
TULE	Maximus tecidos	1,50 M	100% PA	White	–	–
AVIAMENTOS	FORNEC	CONS	LOTE	COR1	COR2	COR
LINHA	Maximus tecidos		0001	White	–	–
FIO	Maximus tecidos		0001	White	–	–
CRINOL			0001	White		
ELEMENTOS DECORATIVOS						
ESTAMPA OU BORDADO:						
SEQUÊNC	COR1	COR2	COR3	COR4		
-	-	-	-	-		
-	-	-	-	-		
REF: M02AURORA						
POSIÇÃO DA ETIQUETA: LATERAL AO LADO DO ZIPER						
INSUMOS INDIRETOS:						
COMPONENTES:			QUANTIDADES:			
–			–			
–			–			
–			–			
OBSERVAÇÕES:						

DESENHO TÉCNICO		
<p>COSTAS</p>		
SEQUÊNCIA DA OPERAÇÃO	MÁQUINA	TEMPO
APLICAR CRINOL	RETA	-
FAZER A BARRA	RETA	-
TEMPO TOTAL DO PRODUTO:		-

Fonte: Acervo da autora

Tabela 10: ficha técnica de modelo Aurora – tiara

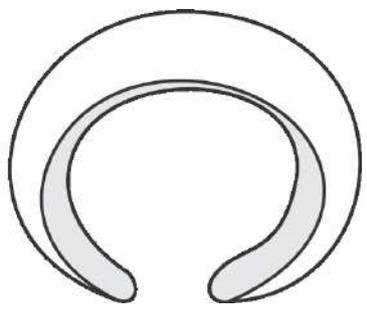
MARIÉE			MODELO: Tiara COLEÇÃO: Aurora			
DESCRIÇÃO: Tiara						
DESIGNER: STELLA ALMEIDA			MODELISTA: STELLA ALMEIDA			
CÓDIGO DO MOLDE: T01			GRADE: Tamanho único			
DATA: 02/06/2020						
INSUMOS DIRETOS						
TECIDO	FORNEC	LARG	COMP	COR1	COR2	COR3
ZEBELINE	Maximus tecidos	1,47 M	100% PES	White	-	-
TULE EXPL. BRILHO	Maximus tecidos	1,50 M	100% PA	White	-	-
AVIAMENTOS	FORNEC	CONS	LOTE	COR1	COR2	COR
LINHA	Maximus tecidos		0001	White	-	-
FIO	Maximus tecidos		0001	White	-	-

ELEMENTOS DECORATIVOS				
ESTAMPA OU BORDADO:				
SEQUÊNC	COR1	COR2	COR3	COR4
-	-	-	-	-
-	-	-	-	-

REF: M02AURORA
 POSIÇÃO DA ETIQUETA: LATERAL AO LADO DO ZIPER

INSUMOS INDIRETOS:	
COMPONENTES:	QUANTIDADES:
-	-
-	-
-	-

OBSERVAÇÕES:

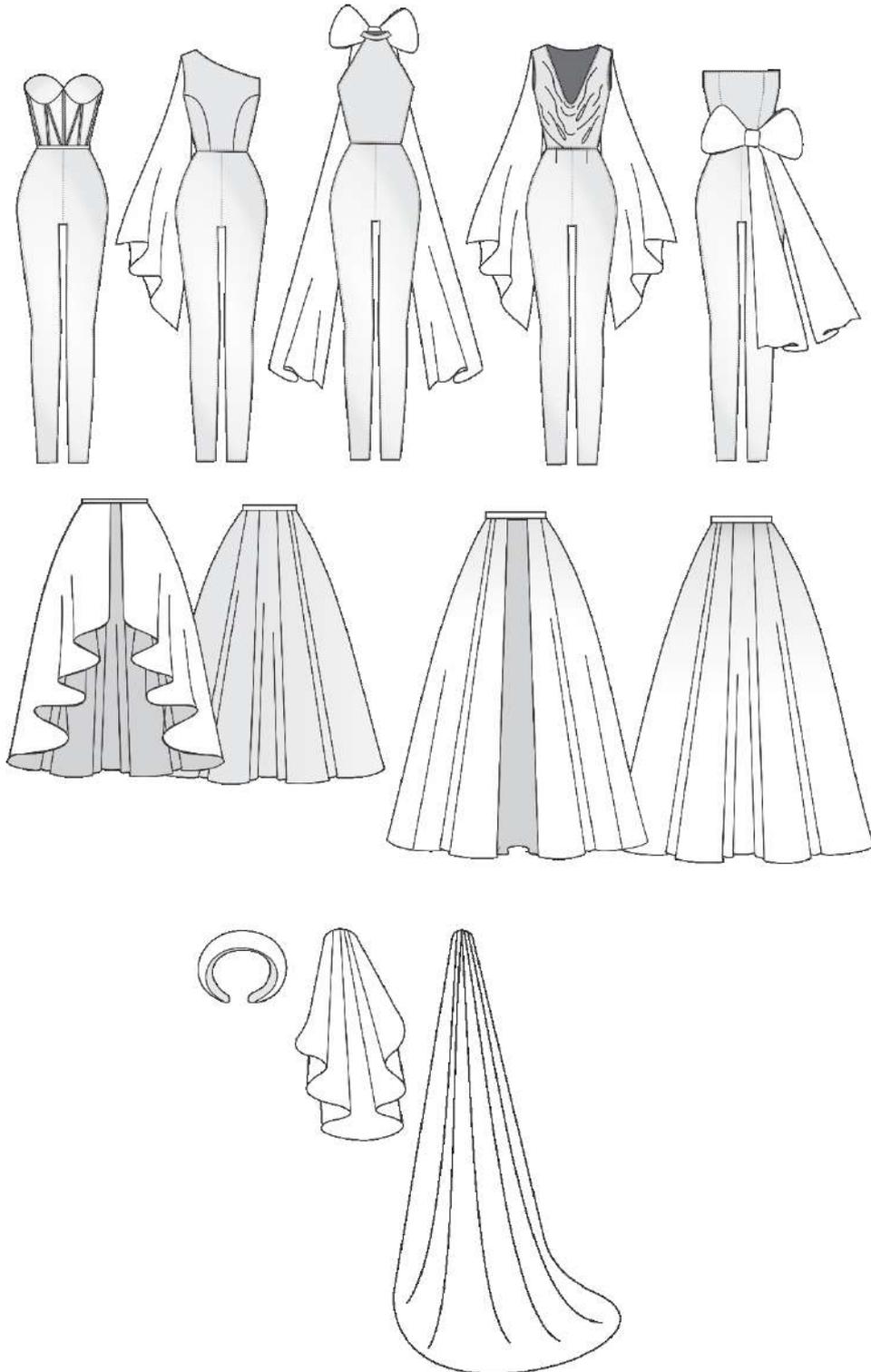
DESENHO TÉCNICO		
<p>Costura reta → </p>		
SEQUÊNCIA DA OPERAÇÃO	MÁQUINA	TEMPO
FECHAR LATERAL (FORRO E TECIDO)	RETA	-
TEMPO TOTAL DO PRODUTO:	-	

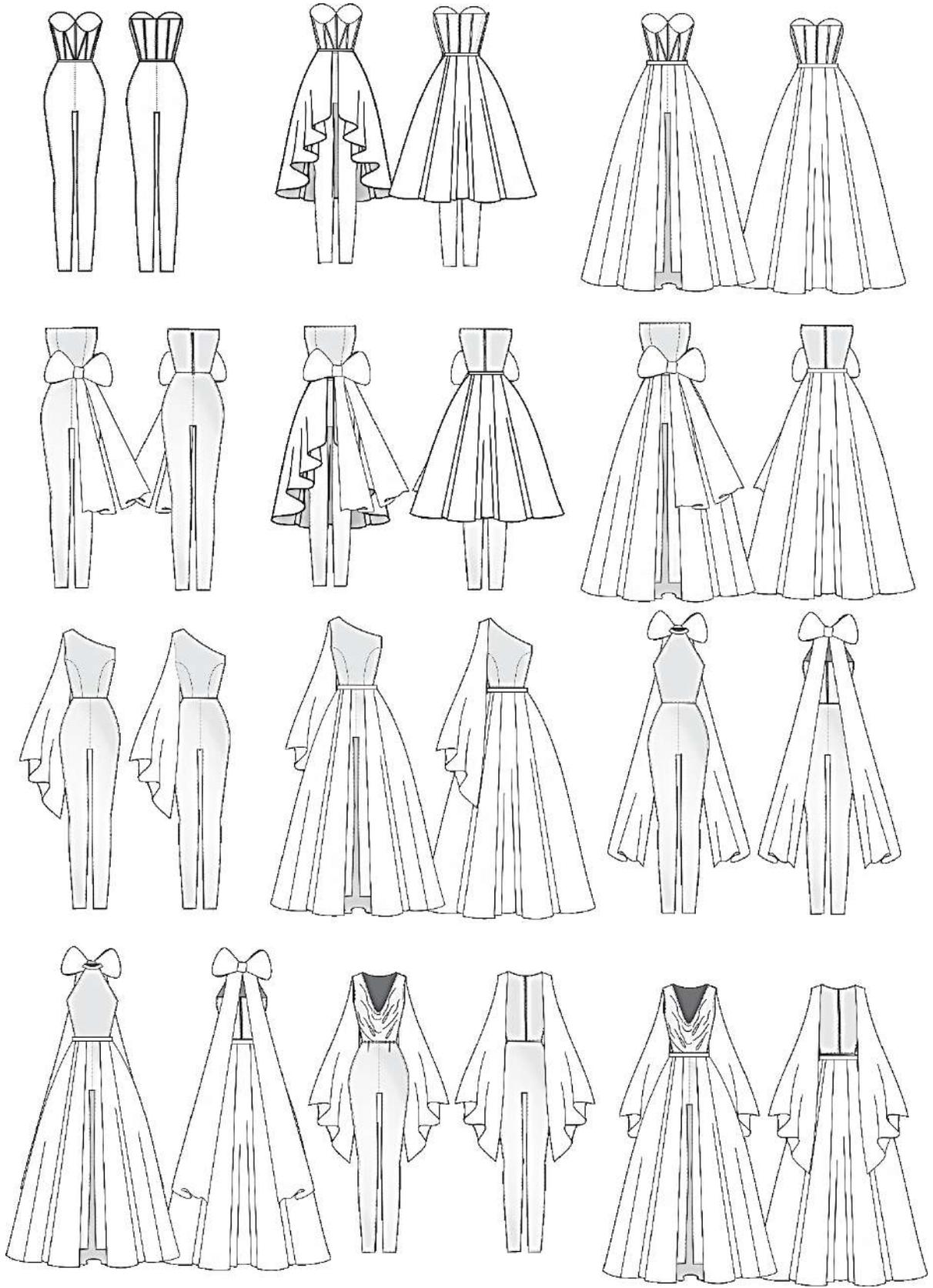
Fonte: Acervo da autora

7.7 PLANIFICAÇÃO DE COLEÇÃO

Neste item apresentamos, em formato desenho técnico, a coleção composta por 12 looks ordenadas conforme sequência narrativa sugerida pela ambiência.

Figura 23: Plano de coleção Aurora





Fonte: Acervo da autora

8. CONCLUSÃO

O desenvolvimento do presente estudo possibilitou pesquisar e analisar o mercado de noiva no Brasil na atualidade. Além disso, também permitiu uma pesquisa pela internet para obter dados mais consistentes sobre público alvo, e compreender seu atual comportamento de compra e estilo de vida.

O presente estudo nos trouxe um grande conhecimento técnico para o desenvolvimento de uma empresa e de uma coleção desde a pesquisa, criação dos painéis de inspiração, escolhas de silhuetas, cores, tecidos e texturas, aviamentos e finalização das ilustrações e desenhos técnicos da coleção.

Tornou-se necessário o desenvolvimento da marca Mariée visando exclusividade, autenticidade e liberdade de estilo, tornado assim um diferencial em moda noiva. Em um mercado de moda noivas, que hoje não foge do tradicional.

Foram criados cinco macacões exclusivos para este trabalho, pelas mãos da designer Stella Almeida, com base nas referências do questionário com nosso público alvo e tendências pesquisadas, foi elaborada assim a coleção Aurora, a manifestação do feminino.

Quando iniciamos o trabalho, tínhamos a intenção de apenas de se criar os macacões de noiva, mais visto que muitas noivas ainda gostam de vestido. Foi preciso mudar a direção do projeto e pensar em como essas noivas podem ter a liberdade e o conforto dos macacões com a ilusão de estar vestindo um vestido. Então introduzimos à coleção duas saias removíveis que se combinam com todos os looks da coleção, tornando possível compor 12 looks na coleção Aurora.

Podemos concluir que a coleção de traje noiva Aurora, mostra à sociedade que a noiva pode ser essa mulher feminina moderna e contemporânea com mais escolhas e liberdade ao vestir um traje matrimonial, em um dos momentos mais especial de sua vida. E sempre evidenciar que a marca é feita pelo seu consumidor.

BIBLIOGRAFIA

BAKER, Lindsay. **A estilista por trás do vestido de noiva mais famoso da história**. 2019. Disponível em < <https://www.bbc.com/portuguese/vert-cul-48316995> > Acesso: 09 jun. 2020.

BURATTO, Giseli Cristina Caldeira; FORNASIER, Cleuza Bittencourt Ribas. **Ressignificação do corpo e imagem pelo vestido de noiva**. 2015. Disponível em < http://www.modadocumenta.com.br/anais/anais/5-Moda-Documenta-2015/01-Sessao-Tematica-Artefatos-que-contam-historias/Giseli_Cleuza_ModaDocumenta2015_Ressignificac-ao-do-corpo-e-imagem-pelo-vestido-de--noiva.pdf > Acesso: 09 jun. 2020.

ESTEVÃO. Ilca Maria. **A moda noiva está passando por reformulações significativas. Confira!** Disponível em: < <https://www.metropoles.com/colunas-blogs/ilca-maria-estevao/a-moda-noiva-esta-passando-por-reformulacoes-significativas-confira> >.

FOGG, Marnie. **Tudo sobre moda**. Rio de Janeiro: Sextante, 2013.

LISBOA, Giovanna. **Por que usamos branco?** A história do vestido de noiva. 2015. Disponível em < <https://www.inesquecivelcasamento.com.br/dicas-e-inspiracoes/moda-e-beleza/por-que-usamos-branco/> > Acesso: 09 jun. 2020.

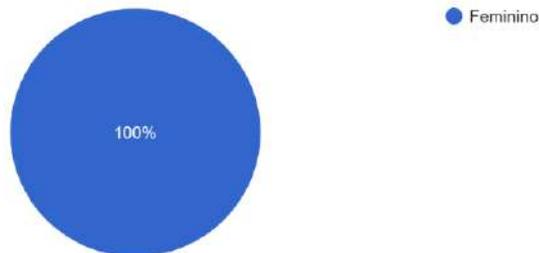
SEBRAE. **Vestuário: relatório de inteligência**. 2014. Disponível em < [https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f4c7fa6f72dcc0fb1656329b11764ab2/\\$File/5533.pdf](https://bibliotecas.sebrae.com.br/chronus/ARQUIVOS_CHRONUS/bds/bds.nsf/f4c7fa6f72dcc0fb1656329b11764ab2/$File/5533.pdf) > Acesso: 09 jun. 2020.

WORSLEY, Harriet. **O vestido de noiva: inspiração fashion para noivas e estilistas**. São Paulo: Publifolha, 2010.

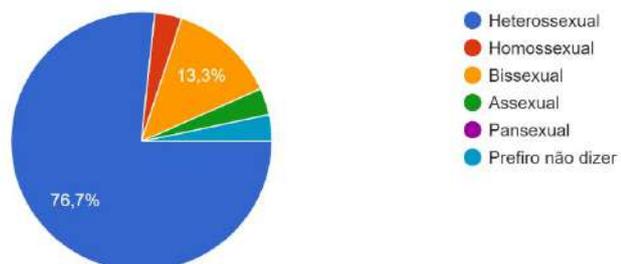
APÊNDICE 1

Pesquisa realizada pela autora entre os dias 9 de maio e 2 de junho de 2020, com amostragem de 30 respostas. Usado como critério mulheres que pretendem se casar no espaço de 6 meses a 1 ano, com isso pudemos traçar o perfil do nosso público-alvo.

Gênero?
30 respostas

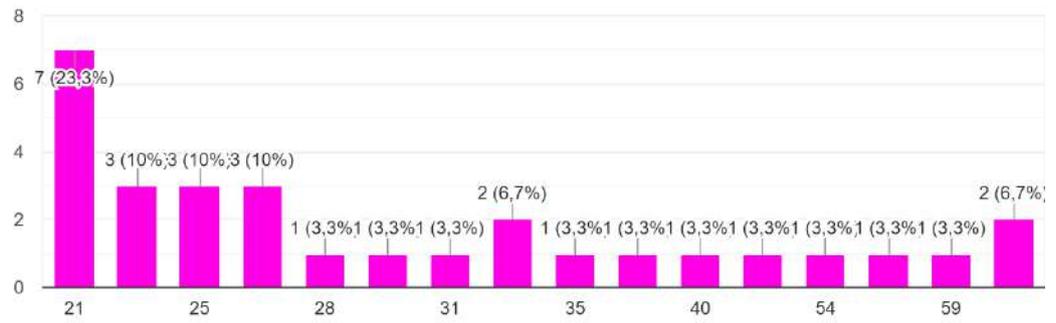


Orientação afetiva?
30 respostas



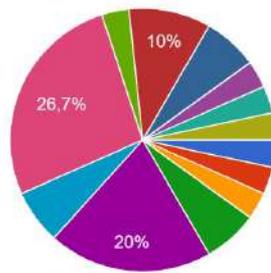
idade

30 respostas



Ocupação Profissional?

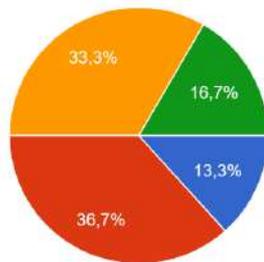
30 respostas



- Advogada
 - Assistente de estilo
 - Auxiliar jurídico
 - Consultora de imagem
 - Enfermeira
 - Empresária
 - Estudante
 - Pesquisadora
 - Professora
 - Professora Universitária
 - Secretária
 - Técnica de laboratório
 - Operador de tele-serviços
- ▲ 1/2 ▼

Classe social?

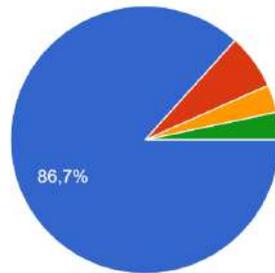
30 respostas



- A
- B
- C
- D
- E

Estado civil?

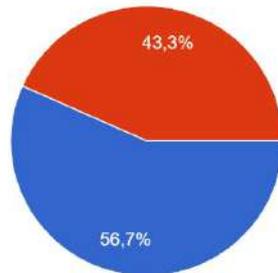
30 respostas



- Solteiro(a)
- Casado(a)
- Separado(a)
- Divorciado(a)
- Viúvo(a)

primeiro casamento?

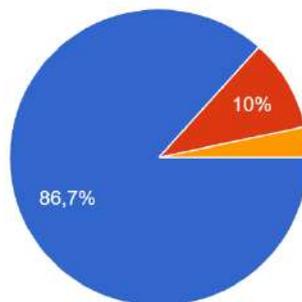
30 respostas



- sim
- Não

Tem filhos?

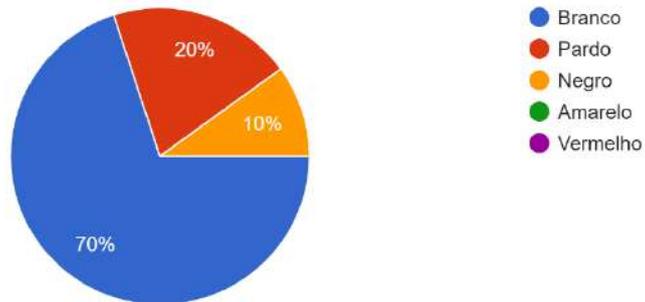
30 respostas



- Não
- Sim, 1
- Sim, 2
- Sim, 3
- Sim, 4 ou mais

Cor/Raça etnia?

30 respostas



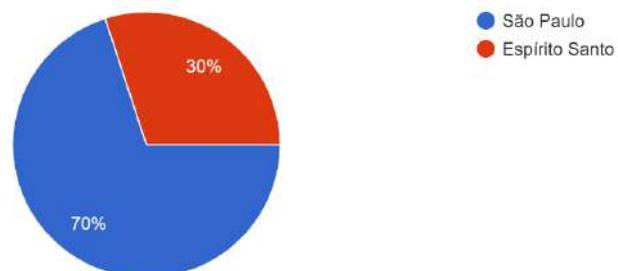
Pais de origem?

30 respostas



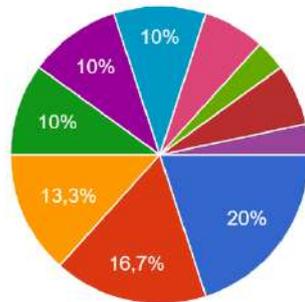
Estado?

30 respostas



Cidade

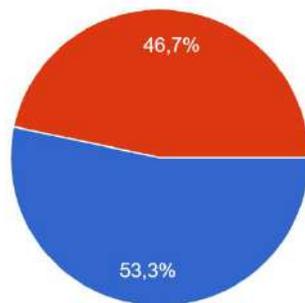
30 respostas



- São Paulo
- Vitoria
- Cariacica
- Americana
- Marilia
- Campinas
- Santa Barbara D'Oeste
- Santo André
- São Bernardo do Campo
- São José dos Campos
- Nova Odesa

Você morra em?

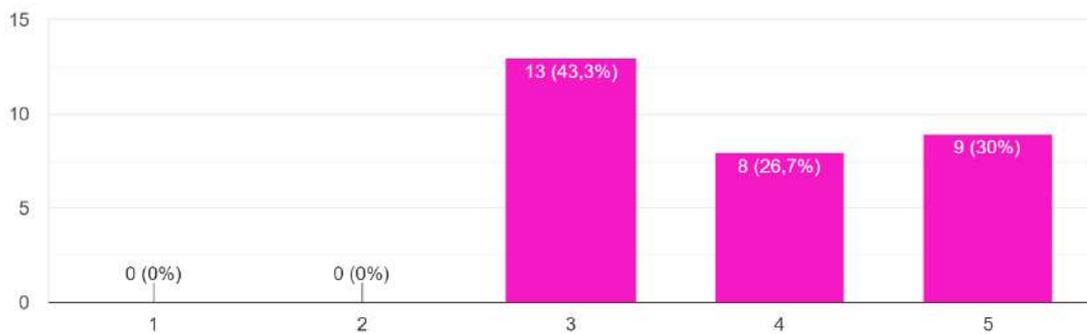
30 respostas



- Cidades da Capital ou Próximas
- Cidades do interior

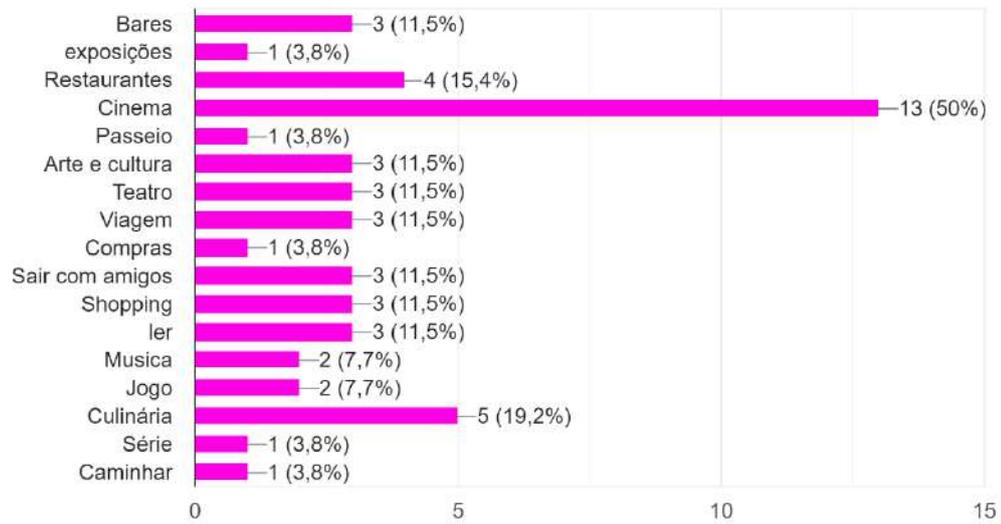
Você procura por entretenimento e lazer com que frequência?

30 respostas



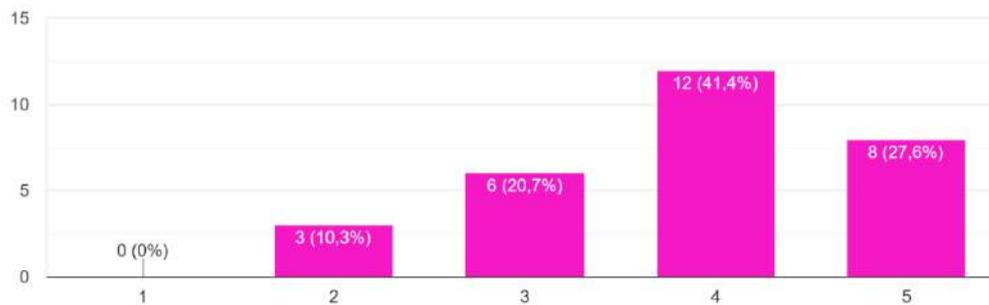
Que tipo de entretenimento e lazer você faz/consome?

26 respostas



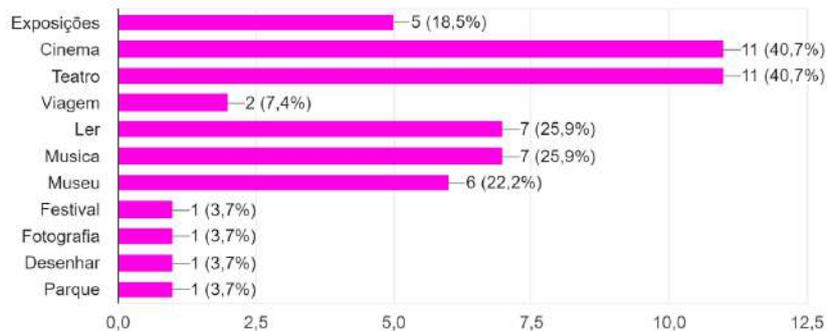
Você procura por cultura e artes com que frequência?

29 respostas



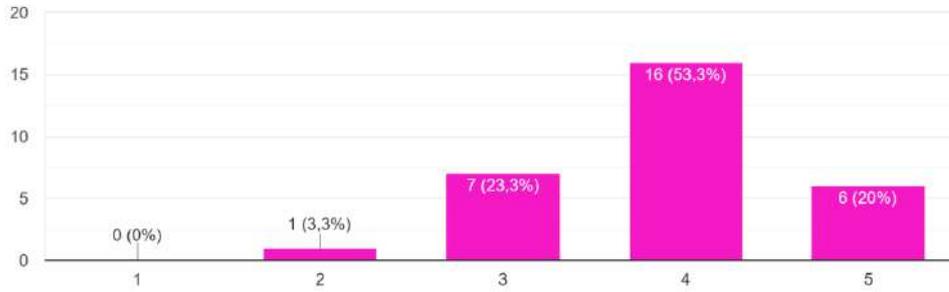
Que tipo de cultura e artes você faz/consome?

27 respostas



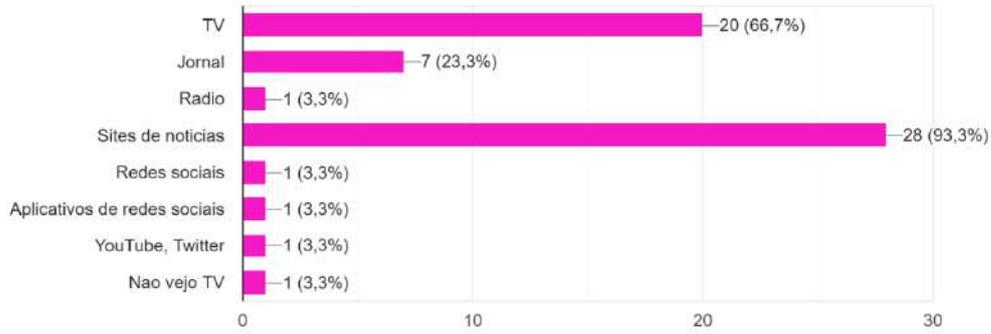
você procura por atualidades com que frequência?

30 respostas



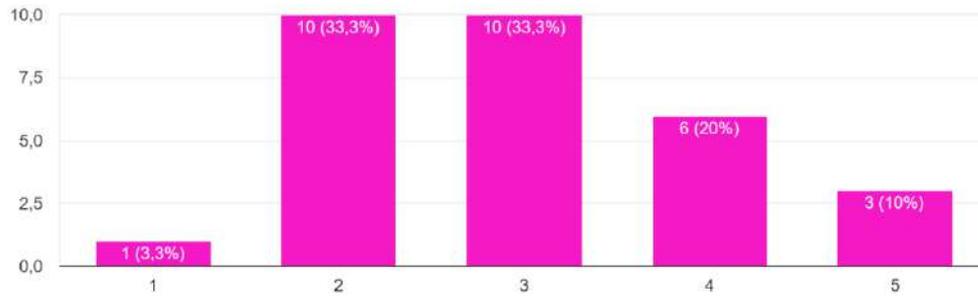
Que tipo de canais você consome para saber de atualidades?

30 respostas



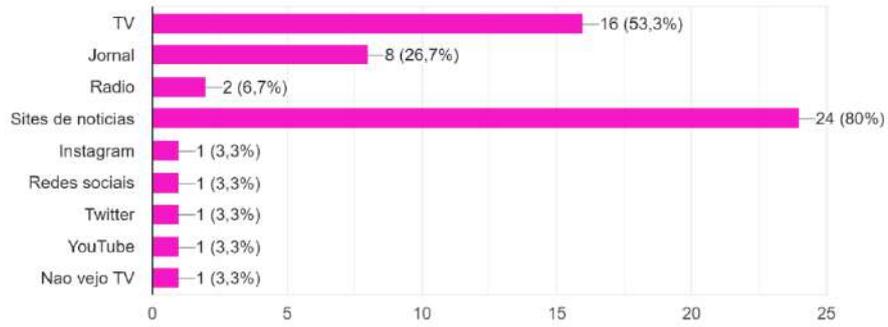
você procura por política e economia com que frequência?

30 respostas



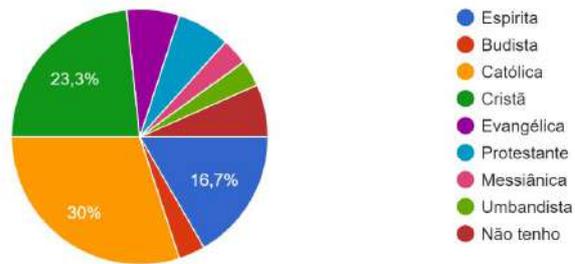
Que tipo de canais você consome para saber de política e economia?

30 respostas



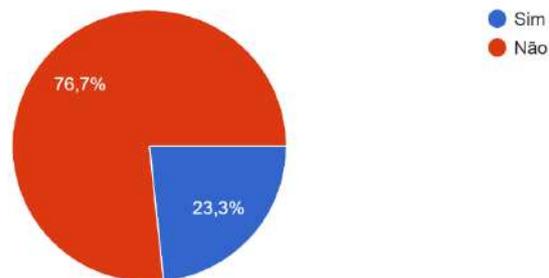
Religião ou Crença?

30 respostas



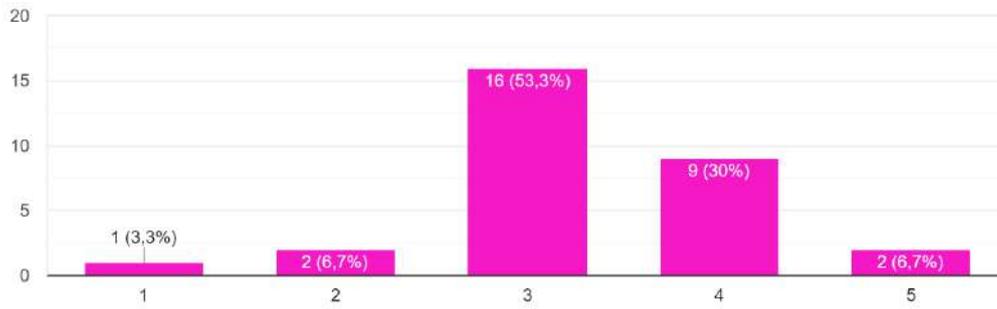
Sua religião ou crença tem costumes de vestimenta?

30 respostas



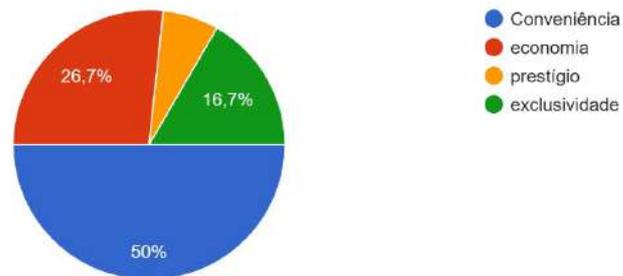
Qual a importância que dá para os padrões de beleza?

30 respostas



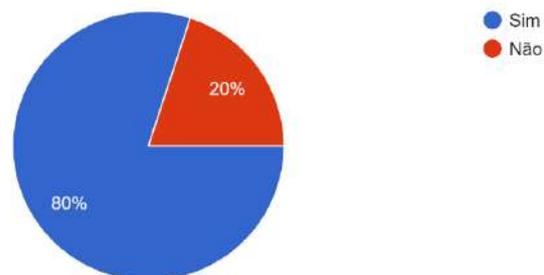
Benefícios procurados?

30 respostas



Você consegue achar sua numeração com facilidade ?

30 respostas



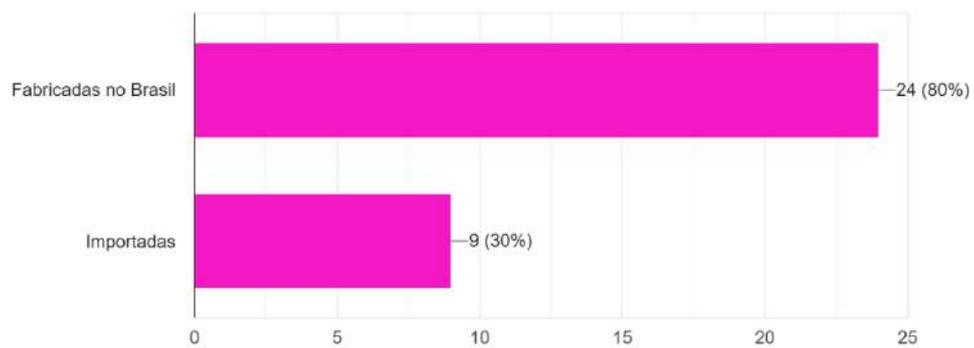
Se a resposta anterior for não, qual a sua numeração?

6 respostas



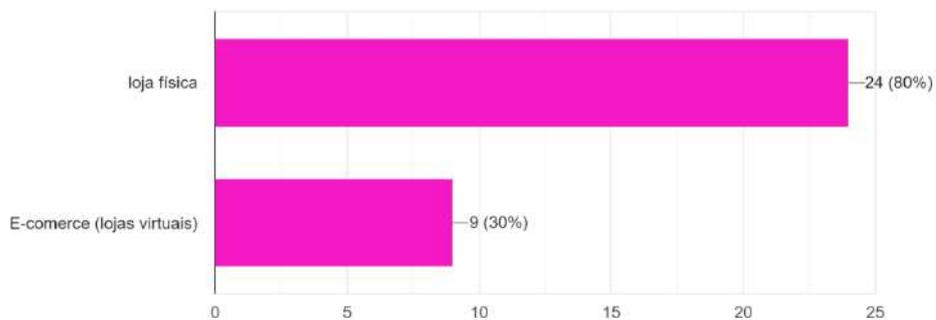
Qual sua preferência por roupas?

30 respostas



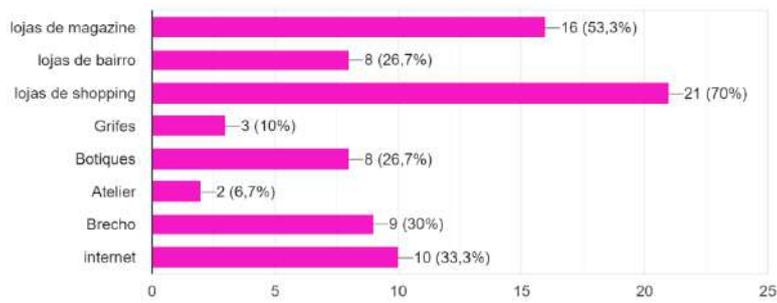
Quando o assunto é compras, prefere comprar em?

30 respostas



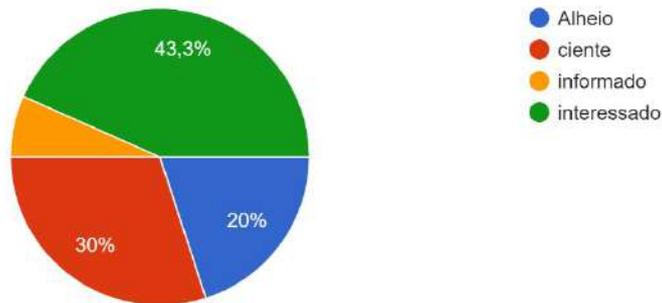
Costuma comprar roupas em ?

30 respostas



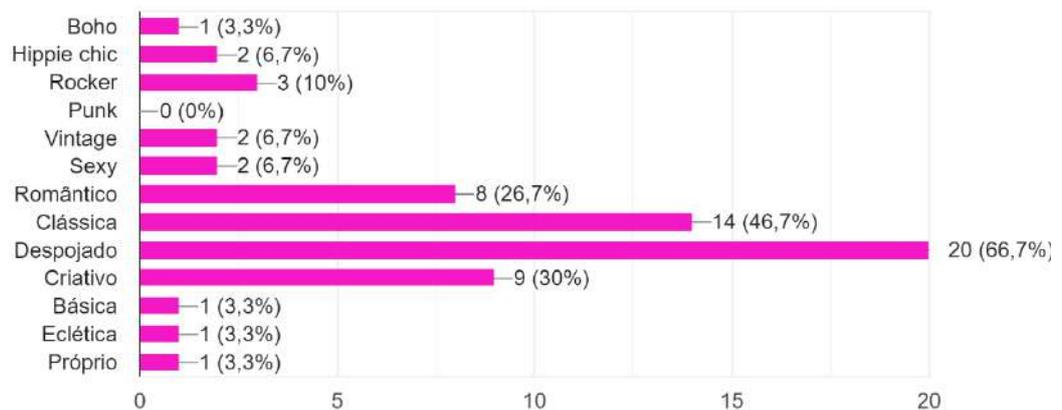
Caráter de inovação?

30 respostas



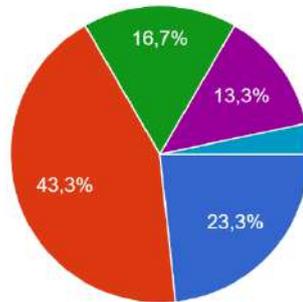
Você consegue definir seu estilo?

30 respostas



O que você prioriza e busca em um traje para casamento no civil, ou jantar de noivado ?

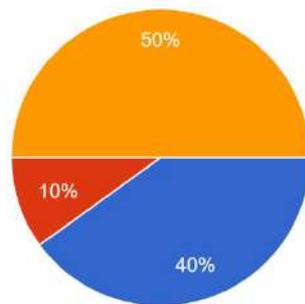
30 respostas



- Que seja um vestido tradicional com renda e bordados
- Que seja um vestido minimalista
- Que seja vestido mais curto e sensual
- Que seja macacão feminino e delicado
- Que seja um macacão minimalista
- Que seja tailleur feminino

Hábitos de consumos?

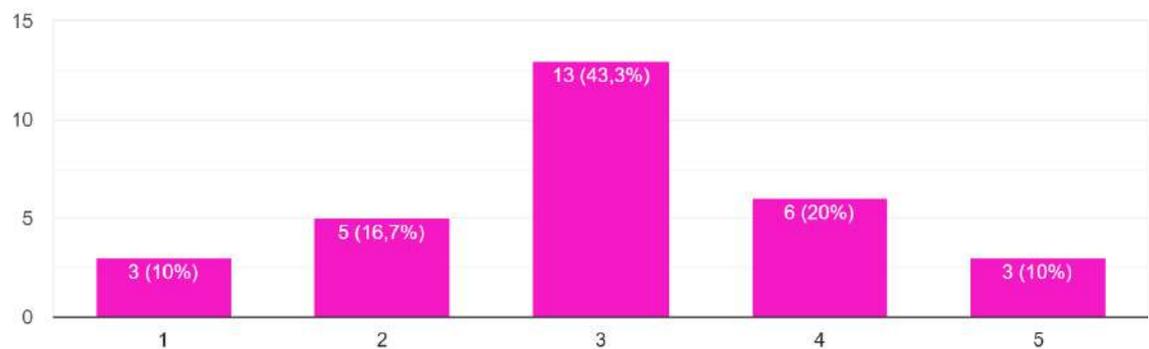
30 respostas



- Por necessidade
- consumista
- por identificação

Envolvimento com a marca ?

30 respostas



Lealdade com a marca ?

30 respostas

