



Naimy Corrêa

DOCES

Manual de Identidade Visual

**Triste época!
É mais fácil desintegrar um
átomo do que um preconceito.**

Albert Einstein

Apresentação

A marca foi criada com o objetivo de tocar um universo emocional, podendo assim oferecer ao consumidor final uma nova experiência ao ter contato com a marca e seus produtos. Procura-se humanizar a marca e assim ajudá-la a se tornar mais conhecida no mercado em que atua. A Naimy Corrêa Doces deve ser reconhecida como uma empresa que não vende somente bolos e doces, vende momentos, lembranças, afetividade e história.

Este presente manual tem por objetivo apresentar as definições conceituais e estruturais da marca, bem como estabelecer regras para o uso correto da marca. É de suma importância seguir as regras preestabelecidas neste manual em qualquer aplicação da identidade visual. Respeitando todas as orientações, é possível preservar a integridade da marca.

Em caso de dúvida de qualquer aplicação não descrita no manual, a Naimy Corrêa Doces e sua atual equipe devem ser consultadas e as alterações aprovadas.



Sumário

1. CONCEITO	05
1.1. Construção Imagética	06
2. MARCA	07
2.1. Versão Principal	07
2.2. Variação Cromática	08
2.3. Ícone	09
2.4. Malha de Construção	10
2.5. Malha de Construção Ícone	11
2.6. Área de Não Interferência	12
2.7. Área de Não Interferência Ícone	13
2.8. Limite de Redução	14
2.9. Padrão Cromático	15
2.10. Padrão Tipográfico	16
3. APLICAÇÃO	17
3.1. Fundos Preferenciais	17
3.2. Formatos Fixos	18
3.3. Aplicações Proibidas	19
3.4. Grafismos	20
3.5. Exemplos	21

1. Conceito

O objetivo estratégico da marca é transmitir os valores empresariais, mostrar a identidade do negócio e criar uma conexão do cliente com o produto.

Ela traz em si toda a seriedade e individualidade da empresa, que são expressadas através de suas formas, cores e elementos.

DELICADEZA

ELEGÂNCIA

SABOR

PODER

FORÇA

NEGRITUDE

1. Conceito

1.1. Construção Imagética



+



=



- 1) Imagem produzida pela autora.
- 2) Imagem: Freepik.

2. Marca

2.1. Versão Principal



Esta é a aplicação principal da marca.

Recomenda-se utilizar, sempre que possível, seguindo esse padrão de cores.

2. Marca

2.2. Variação Cromática

As variações de cores permitem a utilização da marca em situações que não é possível aplicar a versão principal. As variações e as versões monocromáticas, positivo ou negativo são usadas para apoio e devem ser aplicadas quando houver limitações técnicas e/ou estéticas que inviabilizem a aplicação da versão principal.



2. Marca

2.3. Ícone



O ícone foi pensado para espaço de pequenas aplicações onde a versão principal não seja bem aplicada, como avatares de redes sociais.

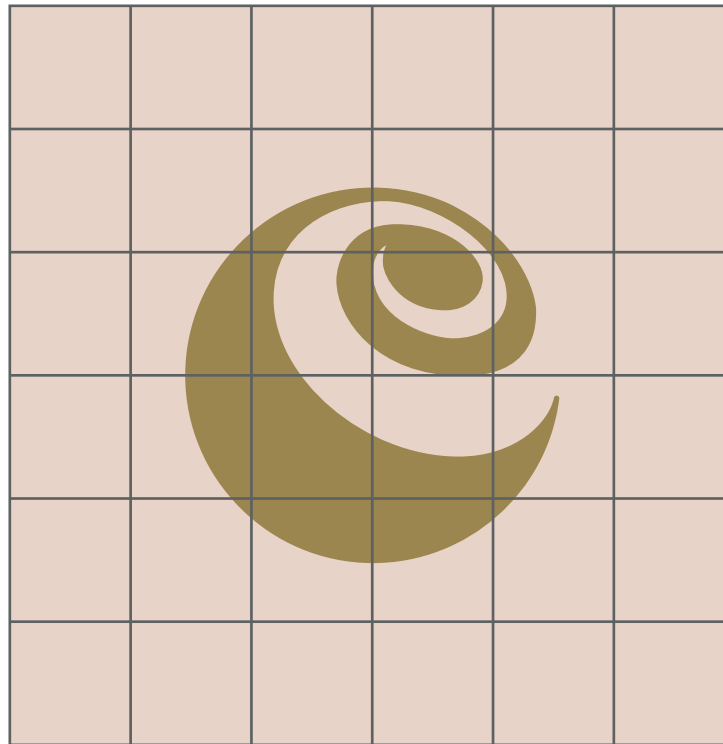
2. Marca

2.4. Malha de Construção



2. Marca

2.5. Malha de Construção Ícone



2. Marca

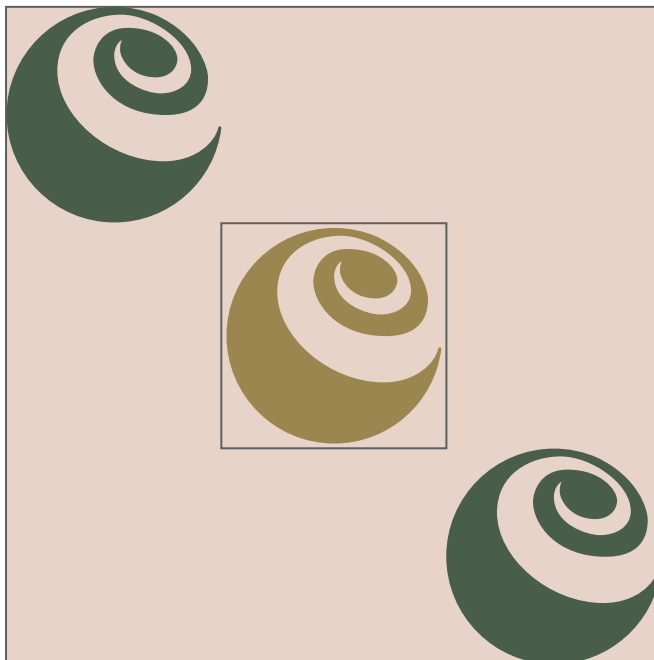
2.6. Área de Não Interferência



A área de não interferência serve como limite para manter texto e símbolos a uma distância segura da marca, conservando sua integridade.

2. Marca

2.7. Área de Não Interferência Ícone



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at

2. Marca

2.8. Limite de Redução

Em materiais impressos, a largura da marca não deve ser inferior a 42 mm, e para o ícone 13mm.

Em mídia digital (72 dpi) a largura da marca não deve ser inferior a 118 pixels, e 38 pixels para o ícone.



2. Marca

2.9. Padrão Cromático

CMYK	C 65 M 42 Y 66 K 36	C 30 M 100 Y 89 K 40	C 7 M 14 Y 17 K 0	C 30 M 35 Y 75 K 16
RGB	R 87 G 97 B 78	R 109 G 29 B 30	R 233 G 221 B 211	R 162 G 143 B 81
HSB	H 90 S 19 B 38	H 358 S 73 B 42	H 26 S 9 B 91	H 45 S 49 B 63
HEX/HTML	HEX/HTML 57614e	HEX/HTML 6d1d1e	HEX/HTML e9ddd3	HEX/HTML a28f51

2. Marca

2.10. Padrão Tipográfico

A tipografia definida para composição da marca é a **Quesha** e foi definida a **Campton** como fonte de apoio.

Lorem ipsum dolor sit amet, **Quesha**
consectetur adipiscing elit, **Titulo**

sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, **quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit** lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto.

Campton
Texto

Quesha Regular
abcdefg ABCDEFG
0123456789

Campton Thin
abcdefg ABCDEFG
0123456789

Campton ExtraLight
abcdefg ABCDEFG
0123456789

Campton Light
abcdefg ABCDEFG
0123456789

Campton Book
abcdefg ABCDEFG 0123456789

Campton Medium
abcdefg ABCDEFG 0123456789

Campton SemiBold
abcdefg ABCDEFG 0123456789

Campton Bold
abcdefg ABCDEFG 0123456789

Campton ExtraBold
abcdefg ABCDEFG 0123456789

Campton Black
abcdefg ABCDEFG 0123456789

3. aplicação

3.1. Fundos Preferenciais

Ao aplicar a marca prefira sempre em fundos em que a marca tenha o destaque devido.

Se necessário na aplicação, utilize uma tarja da paleta de cores no fundo para que haja melhor visualização da marca.

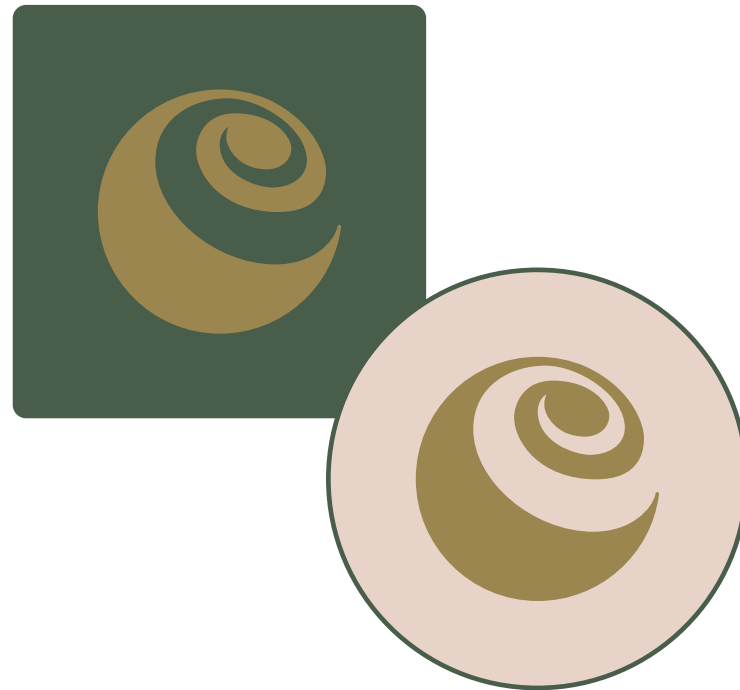
Evite a aplicação sobre áreas com excesso de informações, para que a leitura e o contraste sejam preservados.



3. aplicação

3.2. Formatos Fixos

Quando aplicada em formato quadrado ou circular, como em avatares de redes sociais, recomenda-se a aplicação do ícone da logomarca.



3. aplicação

3.3. Aplicações Proibidas



Alterações na forma, na cor, nas proporções e na fonte, bem como a aplicação de qualquer tipo de efeito na marca **são proibidas.**

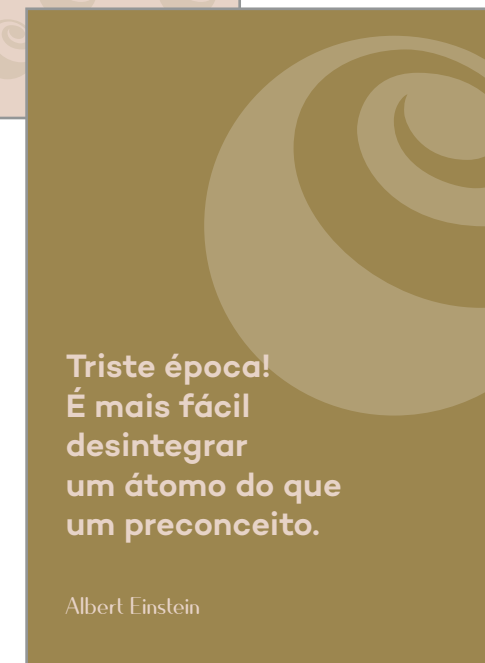
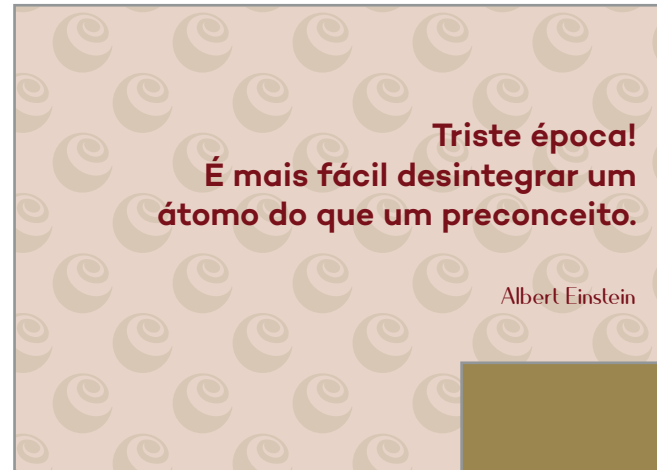
3. aplicação

3.4. Grafismos

Os símbolos que compõem a marca podem ser utilizados na criação de materiais de comunicação diversos.

O grafismo deve ser aplicado de forma discreta e sutil.

Aconselha-se que os símbolos sejam aplicados em transparência ou nos cantos das imagens, conforme os exemplos ao lado.





3. aplicação

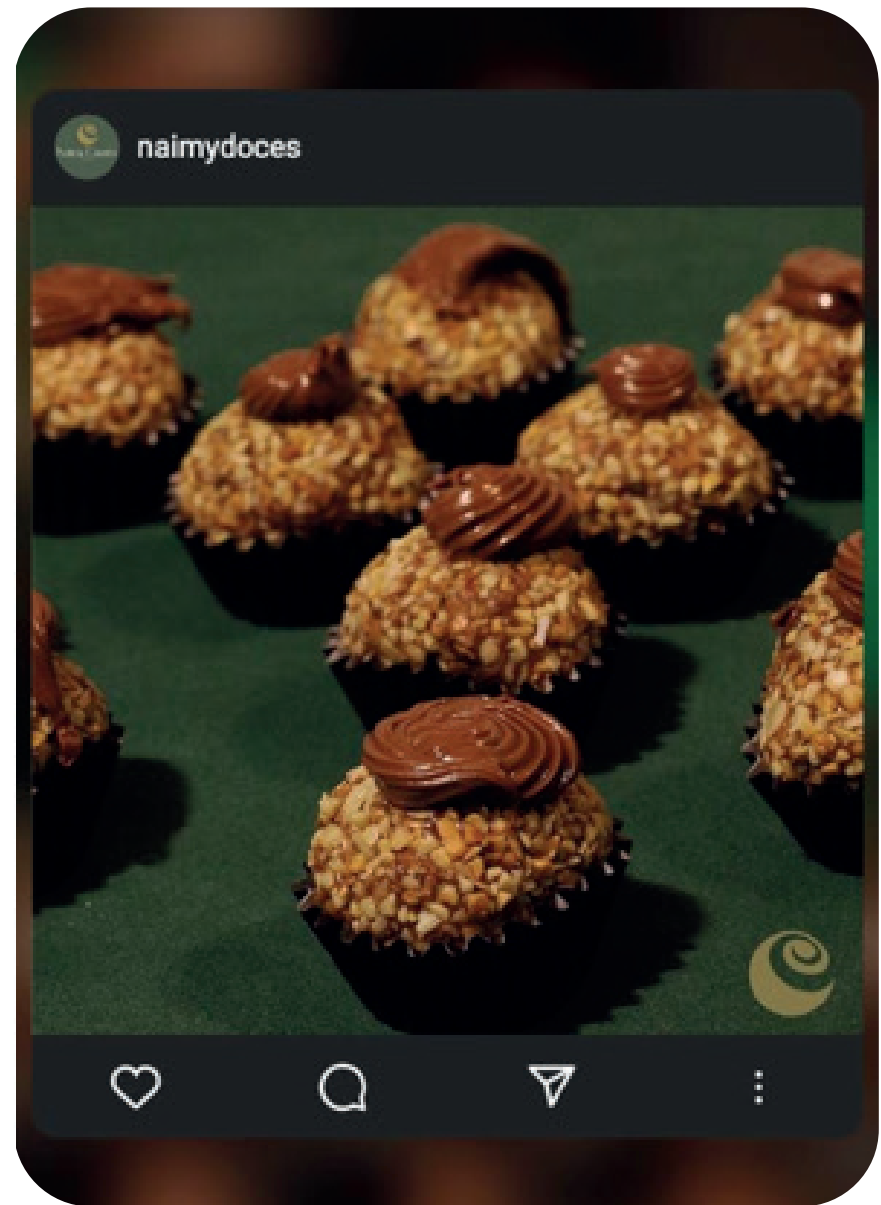
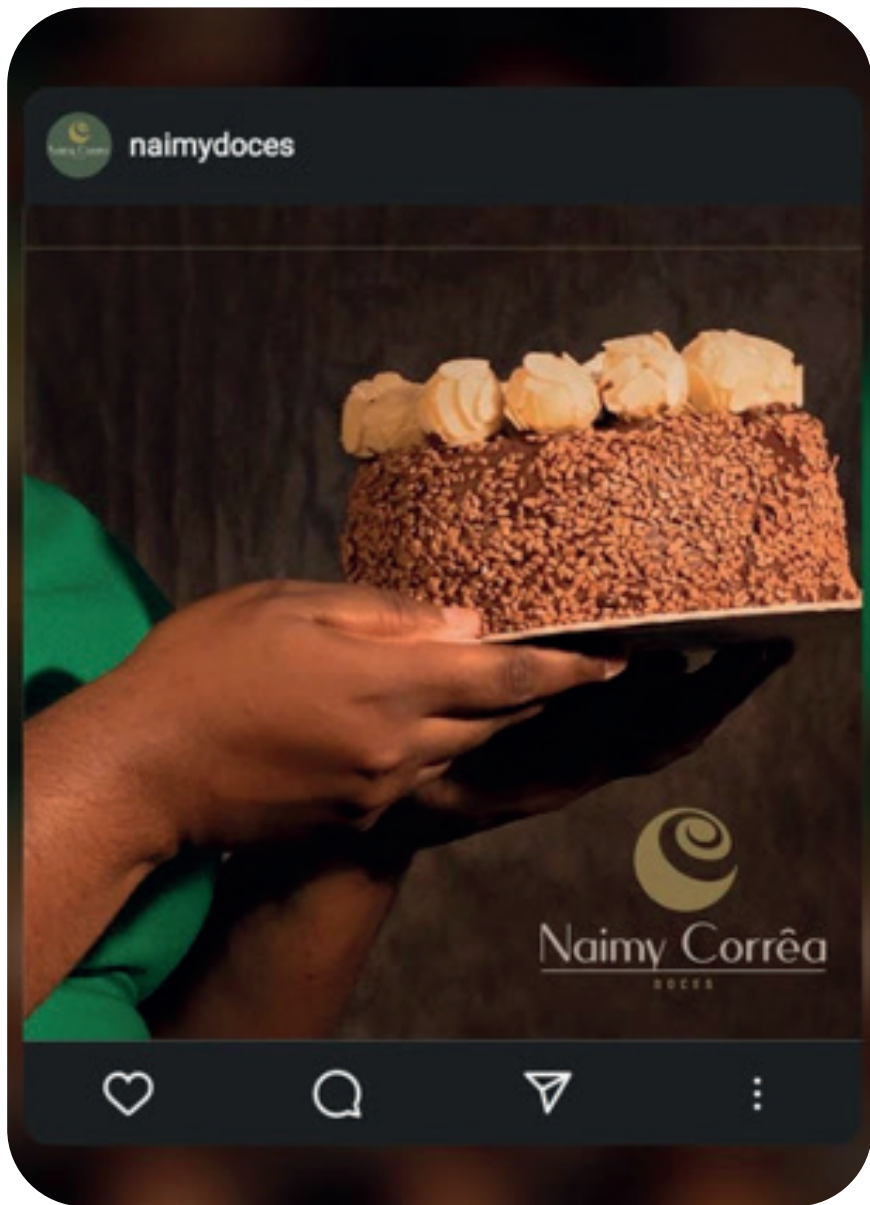
3.5. Exemplos













Naimy Corrêa

DOCES

Este Manual de Identidade Visual foi desenvolvido por:

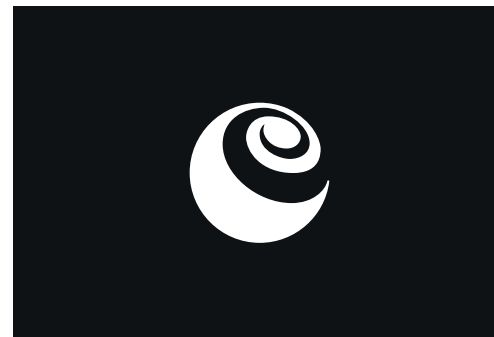
Débora Avelar
Marileia Pereira

Manual de Identidade Visual
Naimy Corrêa
Versão 1.0 | Outubro de 2021

Naimy Corrêa



Naimy Corrêa





Naimy Corrêa

DOCES