



Essa é a **SUA** identidade visual.

Proposta de Identidade Visual

2023

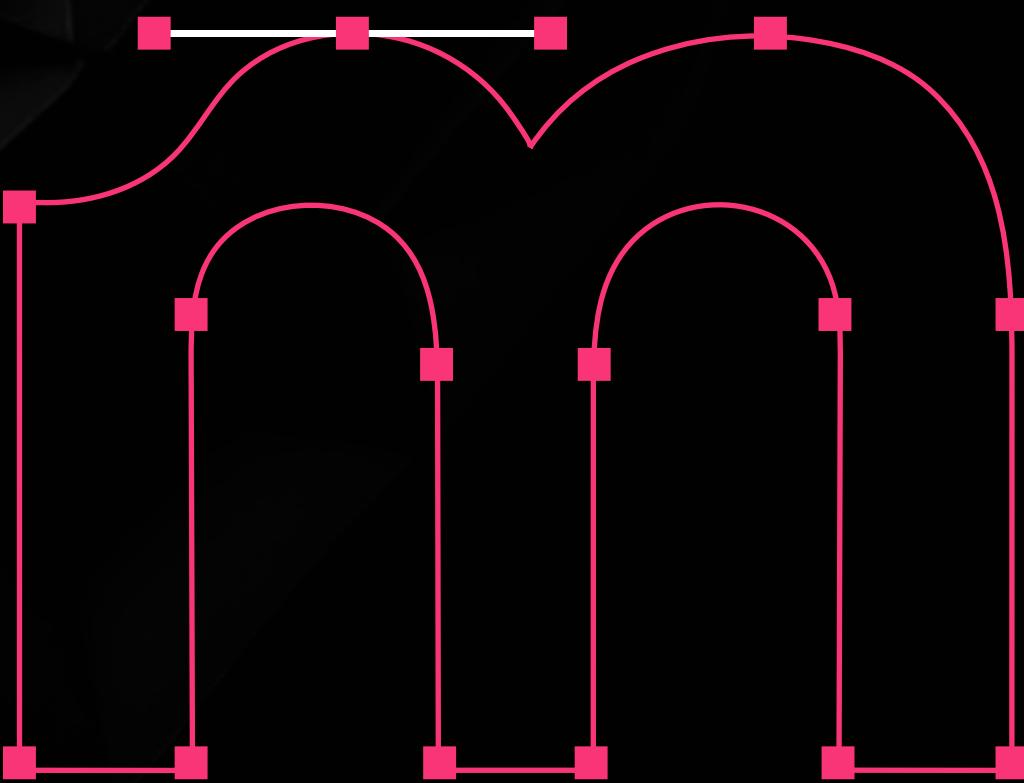


Identidade Visual

A marca é o bem mais valioso que uma empresa ou uma pessoa pode ter e sua Identidade Visual é responsável por traduzir graficamente toda a essência que ela representa.

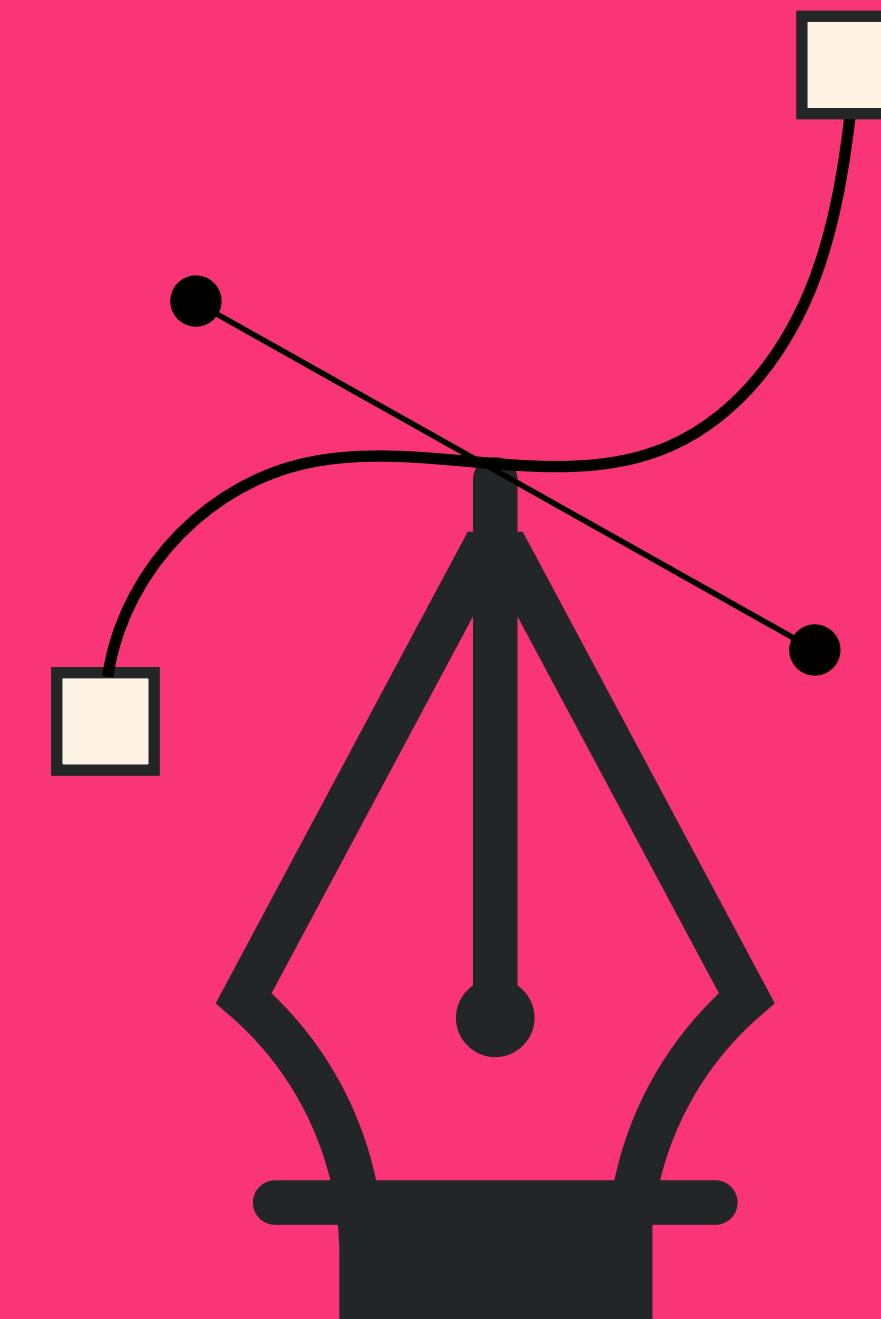
Uma marca forte necessita de uniformidade e coerência, por isso foram criados padrões que garantem que todos os elementos estejam integrados em todas as manifestações gráficas - que inclui logotipo, tipografia e cores - garantindo uniformidade e harmonia.

O objetivo deste Manual é orientar e facilitar a utilização correta dos elementos que identificam a marca, facilitando a aplicação e, consequentemente, a assimilação por parte do público alvo.

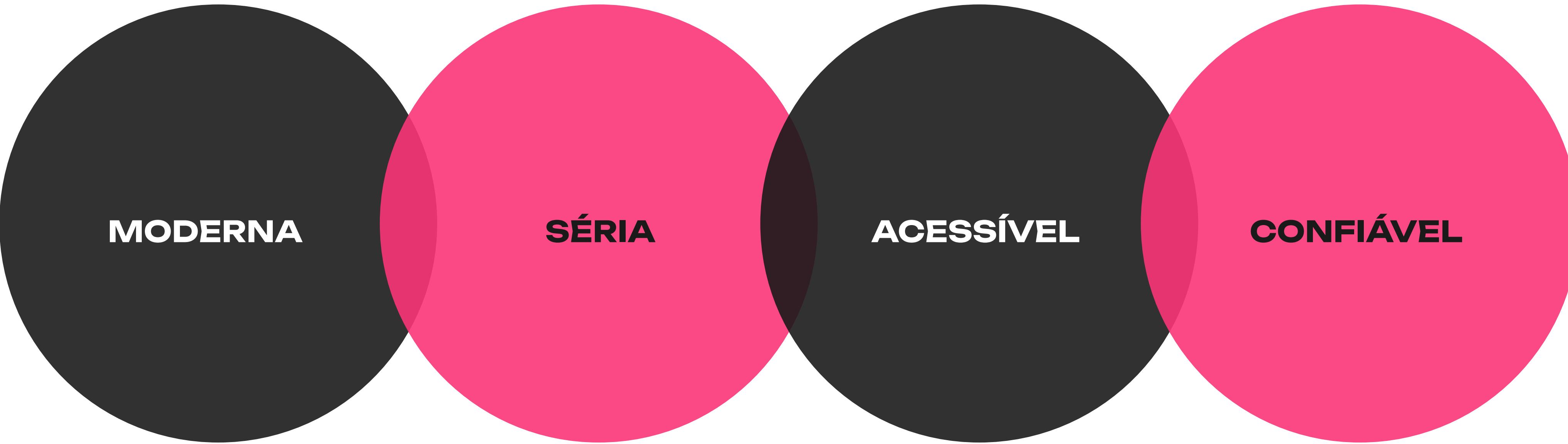


**A IDENTIDADE
VISUAL É
COMPOSTA
POR 7 FATORES.
SÃO ELES:**

1. PERSONALIDADE
2. CORES
3. TIPOGRAFIA
4. PADRÃO VISUAL
5. FOTOGRAFIA
6. MARCA
7. COMUNICAÇÃO



O1 - PERSONALIDADE



MODERNA

SÉRIA

ACESSÍVEL

CONFIÁVEL

02 - CORES

As cores escolhidas desempenham um papel fundamental na psicologia da marca.

As cores cuidadosamente selecionadas contribuem para a identidade vibrante e confiável da marca.

O preto (#1A1A1A) transmite sofisticação e seriedade, refletindo a natureza profissional dos serviços oferecidos.

O branco (#F4EFDC) adiciona um toque de clareza e pureza, sugerindo transparência e honestidade nos processos da empresa.

O verde (#01C853) simboliza crescimento, esperança e, neste contexto, representa a realização do sonho da cidadania italiana.

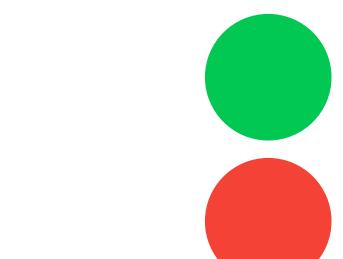
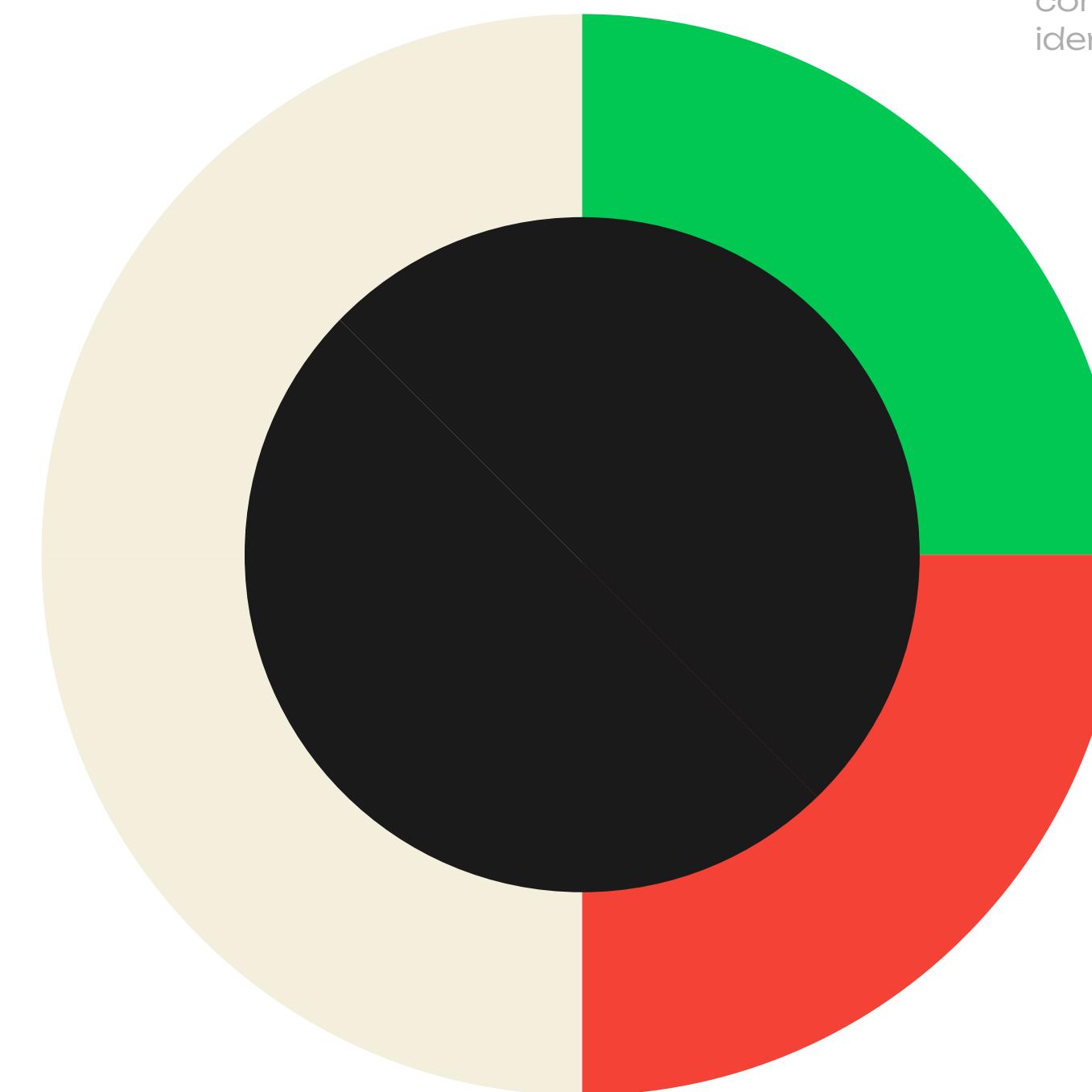
O vermelho (#F44236) destaca a urgência e a importância do serviço, além de evocar a paixão associada à busca pela cidadania.

CORES PRIMÁRIAS

Serão as cores utilizadas como principais nos projetos visuais, reforçando ainda mais a identidade visual da marca.



1a1a1a
f4efdc



01C853
F44236

CORES COMPLEMENTARES

Serão as cores utilizadas como coadjuvantes nos projetos visuais, apoiando e complementando as cores primárias e reforçando a identidade visual da marca.

C: 0% R: 26

M: 0% G: 26

Y: 0% B: 26

K: 90%

C: 0% R: 244

M: 2% G: 239

Y: 10% B: 220

K: 4%

C: 100% R: 1

M: 0% G: 200

Y: 59% B: 83

K: 22%

C: 0% R: 244

M: 73% G: 66

Y: 78% B: 54

K: 4%

O3 - TIPOGRAFIA

HIERARQUIA TIPOGRÁFICA

A tipografia é a voz da marca. Manter um padrão ajuda a reforçar a pregnância da marca na memória do público.

Estabelecemos uma família de fontes para a marca. A ideia é tornar a comunicação dinâmica e diversificada, abrindo um leque de possibilidades e combinações.

A fonte escolhida para compor o projeto é a família de fontes **Bitter** que tem devariados pesos para diferenciar para títulos, campanhas e texto.



a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z

a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z

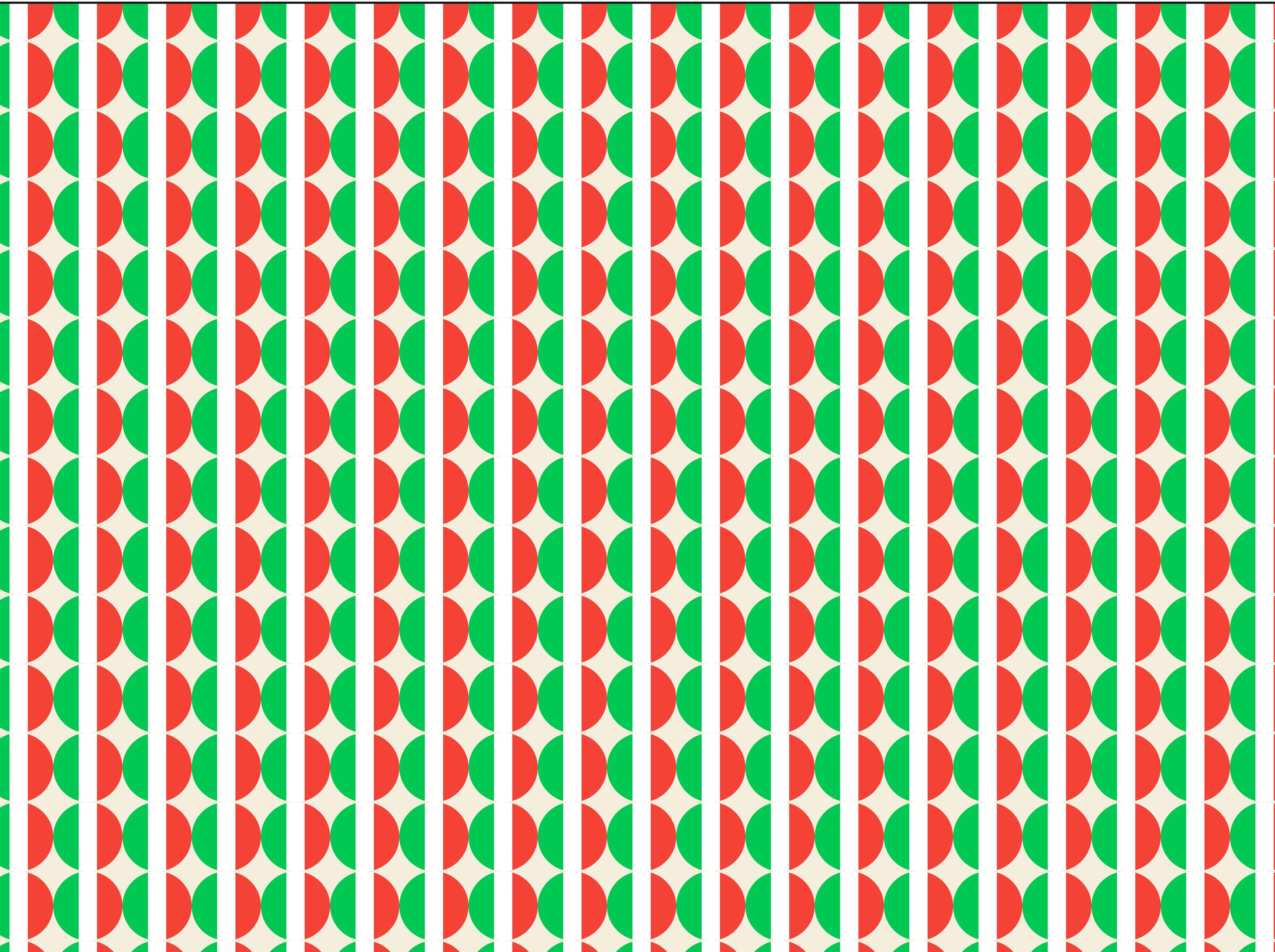
a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z

04 - PADRÃO VISUAL

**PATTERN, ÍCONES
FILTROS, TUDO
ISSO FAZ PARTE
DE UM PADRÃO
VISUAL.**

A marca conta com um padrão visual, cujo objetivo é dar apoio aos materiais da marca.

O material foi inspirado pelas formas e cores trabalhadas na marca, mantendo assim coerência e harmonia visual na linguagem, reforçando a identidade da marca.



05 - FOTOGRAFIA

CLICK!

A fotografia sugere situações que são trabalhadas na comunicação como conceitos ou mensagens que devem ser transmitidas de maneira ilustrativa, humana e pessoal.

A fotografia utilizada na identidade visual remete ao segmento, com imagens que humanizam um atendimento, um serviço e trazem proximidade do cliente com a empresa de forma simples e direta.

Além de ser utilizada em materiais publicitários afim institucional ou promocional, a fotografia faz parte de um todo e vende a ideia do produto com emoção e expressão.





A SUA MARCA...



O CONCEITO

A Dual Itália Cidadania se destaca por um conceito sólido e simbólico, refletido na construção da marca como um selo. O selo evoca a ideia de autenticidade, validação e compromisso. O ícone central de mãos apertando representa a parceria, união e colaboração, refletindo os valores fundamentais da empresa: ligação entre países, ajuda mútua e conquista do sonho da cidadania italiana.

Formas:

A escolha de construir a marca como um selo reforça a ideia de oficialidade e certificação, transmitindo confiança aos clientes. O ícone de mãos apertando no centro do selo adiciona uma dimensão humana e pessoal à marca, destacando o compromisso da Dual Itália Cidadania em oferecer um serviço de assessoria personalizado e voltado para as necessidades individuais de cada cliente.

Tipografia:

A escolha da Amerika Sans em sua versão regular é coerente com a modernidade e simplicidade que a marca busca transmitir. A ausência de serifa na fonte reforça a abordagem contemporânea e eficiente da empresa, enquanto os leves ajustes adicionam um toque personalizado, alinhando-se perfeitamente com o compromisso de atendimento personalizado e adaptado às necessidades individuais dos clientes.





O7 - COMUNICAÇÃO

APLICAÇÕES & SUGESTÕES DE USO

A seguir disponibilizamos algumas imagens de aplicações e sugestões de uso do projeto de identidade visual.

Elas servem para dar um direcionamento de como pensar os que esse projeto poderá ser utilizado no dia a dia da marca.

Lembrando que as peças aqui expostas serão um exemplo de aplicação, não necessariamente é obrigatória o uso das mesmas.



Pedro Silva
Gerente de Marketing

+55 41 9 9900 0099
contato@dualitalia.com.br
R. Itália, 999 - Centro
www.dualitalia.com.br







2:13 PM

← Dual Itália ✅



Dual Itália - Cidadania

Seu passaporte para a cidadania italiana está a
Dual Itália - onde sua história encontra seu lugar

www.dualitalia.com.br

Follow

Message





**Sua Jornada
de Volta às
Raízes**

www.dualitalia.com.br



Dual Itália - Cidadania

@dualitalia



A smartphone screen displaying a social media post from the account 'Dual Itália'. The post features a large image of the Colosseum in Rome. The text 'Passe Livre para a Origem' is overlaid on the image. Below the image, there is a text block: 'Desbrave o caminho para suas raízes com a Dual Itália Cidadania. Seu passaporte para a cidadania italiana está mais acessível do que você imagina.' At the bottom of the post, there is a caption: 'Dual Itália Liberte-se das barreiras, abra as portas para a sua verdadeira identidade. Com a Dual Itália, sua jornada é simplificada, eficiente e guiada por especialistas. #OrigemItaliana #CidadaniaSemFronteiras #DualItaliaCidadania'.





Seu passaporte
para a cidadania
italiana está aqui.

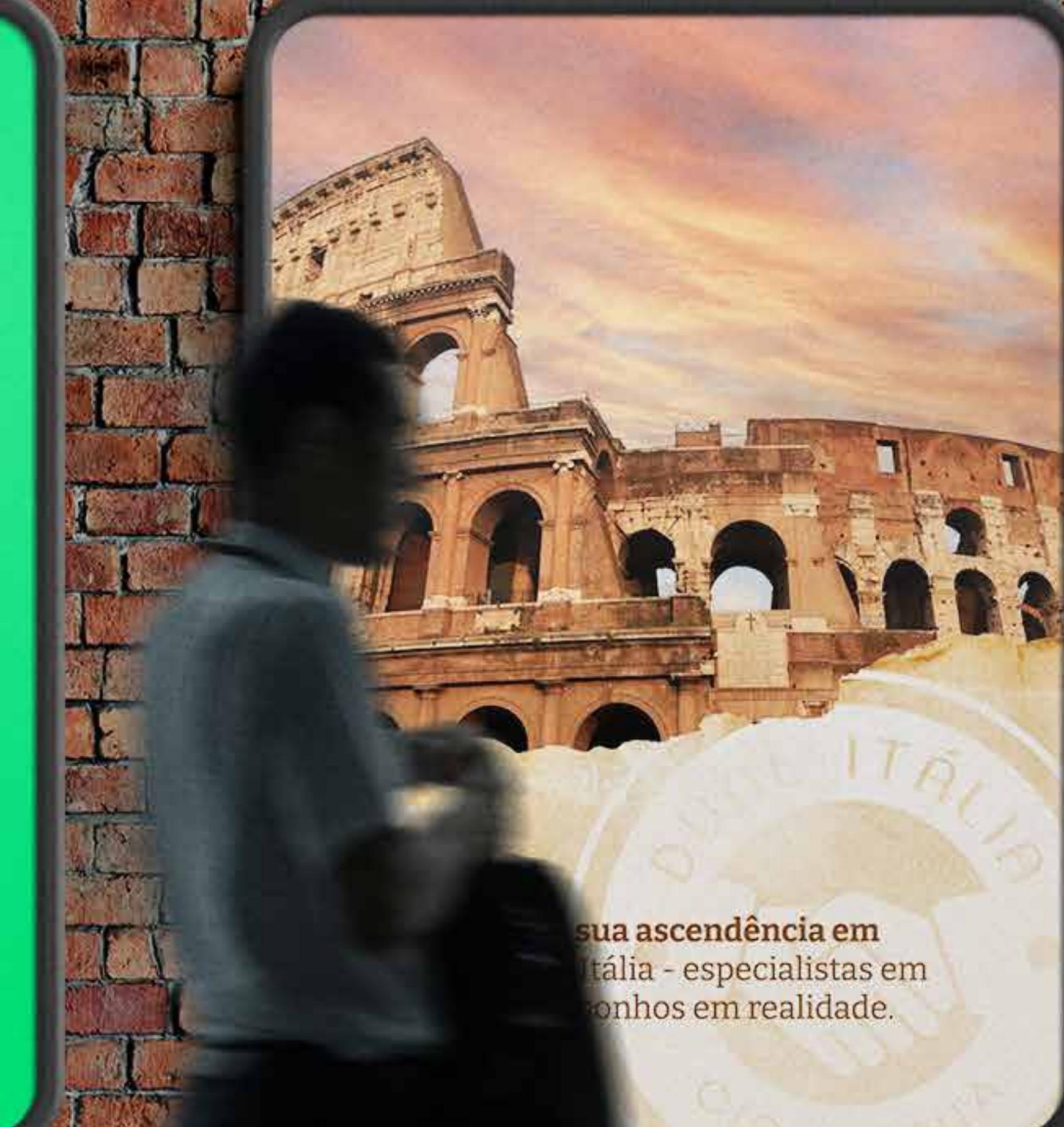


Seu
Legado,
Nossa
Especialidade





Onde
seu
Legado
Ganha
Vida.





www.dualitalia.com.br

**Abra as
Portas da sua
Identidade**

Seu passaporte para a cidadania italiana está
aqui. Dual Itália - onde sua história encontra
seu lugar no mundo.

DUAL ITÁLIA
CIDADANIA



Sua Jornada de Volta às Raízes

Desbrave o caminho para a cidadania italiana
com a Dual Itália. Sua conexão, sua história,
sua herança.

www.dualitalia.com.br



Conquiste
sua Origem



VERSÕES DA MARCA

SUA MARCA É DINÂMICA

Para proporcionar mais flexibilidade nas aplicações, o logotipo possui algumas versões, são elas:

Aplicação única:



POSITIVO E NEGATIVO

**PRETO NO
BRANCO,
BRANCO NO
PRETO.**

É importante manter as cores institucionais da marca, mas caso ocorram limitações que impeçam as cores de serem reproduzidas, o logotipo pode ser aplicado em positivo ou negativo.

Positivo



Negativo



USOS INCORRETOS

**SUA MARCA
TEM A MANEIRA
CERTA DE SER
UTILIZADA.**

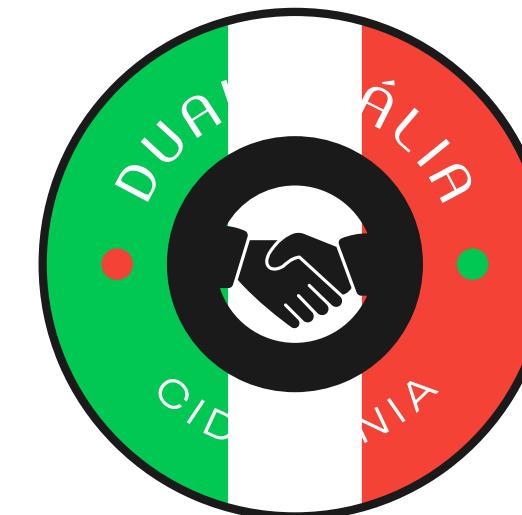
A fim de manter a identidade da marca, o logotipo nunca deverá ser alterado, seja nas suas cores, diagramação ou proporções.

Verifique os usos incorretos da marca e compare com a versão correta.

✓ CORRETO



✗ FORAM USADAS CORES
NÃO INSTITUCIONAIS



✗ FOI ALTERADA A PROPORÇÃO
ENTRE OS ELEMENTOS.



✗ FOI ALTERADA A TIPOGRAFIA



✗ O LOGO FOI DEFORMADO

UTILIZAÇÃO DOS ARQUIVOS

RGB

Devem ser usados quando o objetivo é a leitura em telas de dispositivos eletrônicos, como sites, redes sociais, vídeos, etc.

CMYK

Devem ser usados quando o objetivo final é impressão.

NEGATIVO / POSITIVO

Para usos específicos. Utilize apenas quando seu fornecedor pedir.



Lemund
marketing