

Essa é a **SUA** identidade visual.

# **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.

# Conceito

Amigável, exclusiva, moderna e confiável, essas são as características que buscamos trazer para a marca Colth, uma identidade visual que atrai o olhar e chama atenção pela exclusividade, característica presente em marcas com produtos e serviços com objetivos de atração de público pela qualidade.

O objetivo é se posicionar como uma referência em produtos personalizados de qualidade, e com uma identidade visual que transmite confiança se posicionar no mercado de forma qualitativa.

# Cores

## Cores primárias



A52936



333333

## Cores complementares



C1272D



F2F2F2

## Cores primárias

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

## Cores complementares

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

C: 0% R: 165  
M: 75% G: 41  
Y: 67% B: 54  
K: 35%

C: 0% R: 193  
M: 80% G: 39  
Y: 77% B: 45  
K: 24%

C: 0% R: 51  
M: 0% G: 51  
Y: 0% B: 51  
K: 80%

C: 0% R: 242  
M: 0% G: 242  
Y: 0% B: 242  
K: 5%

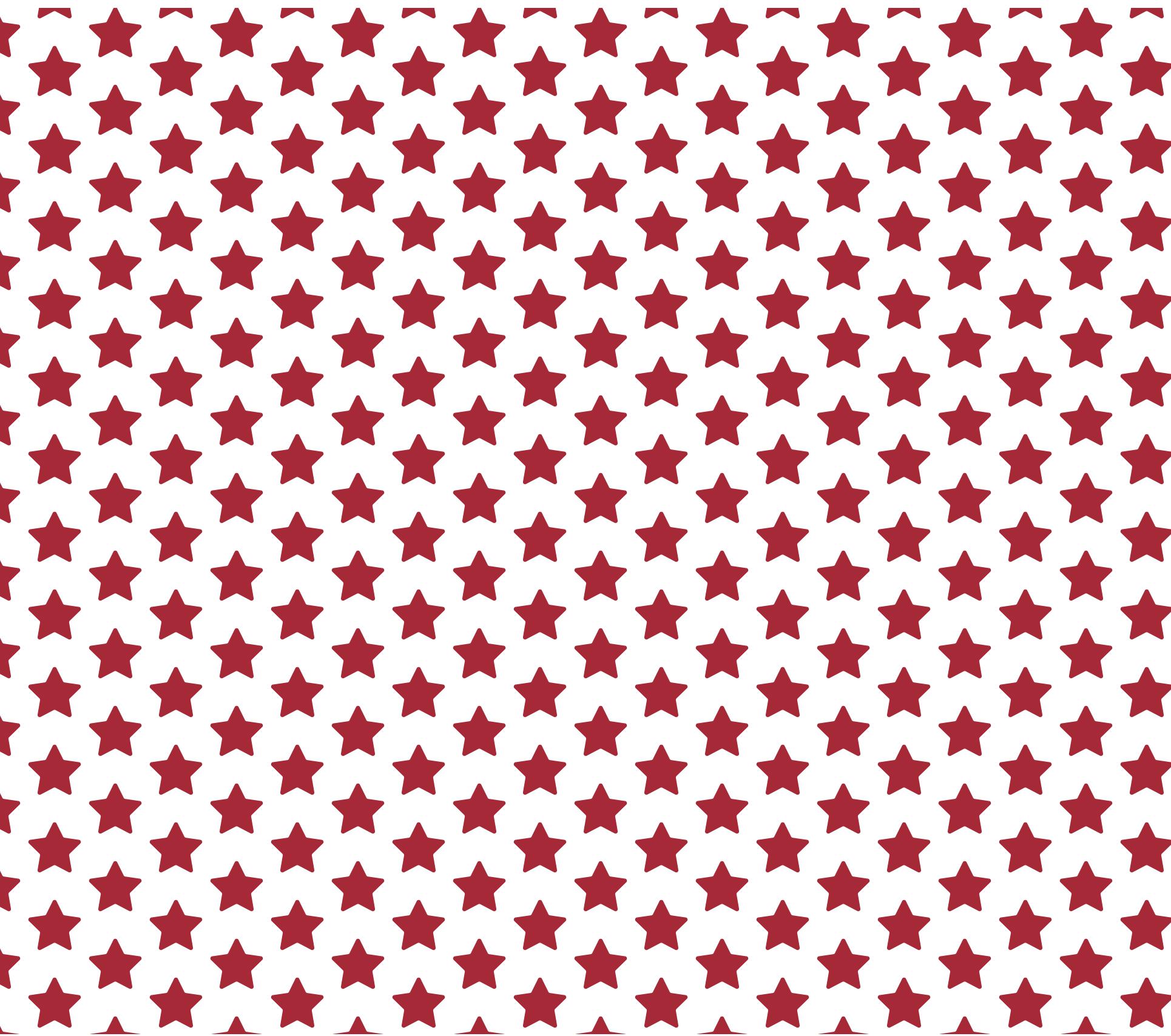
C: 0% R: 0  
M: 0% G: 0  
Y: 0% B: 0  
K: 0%

C: 0% R: 0  
M: 0% G: 0  
Y: 0% B: 0  
K: 0%

# Materiais de apoio da marca

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

O pattern foi criado inspirado pelas formas retas de desenhos abstratos que buscam remeter a texturas de madeiramento, mantendo assim coerência na linguagem e reforçando ainda mais a identidade da marca.



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

A fonte para títulos escolhida é a Michroma para títulos / campanhas.

Já para textos, a fonte escolhida foi a Rubik em sua versão Regular.



A sua marca...



COLTH



**COLTH**

PERSONALIZADOS



# Construção

**A identidade visual foi toda construída de maneira personalizada, desde tipografia até isotipo.**

**Uma construção harmônica, os elementos e traços conversam entre si, trazendo ainda mais personalidade para a criação.**

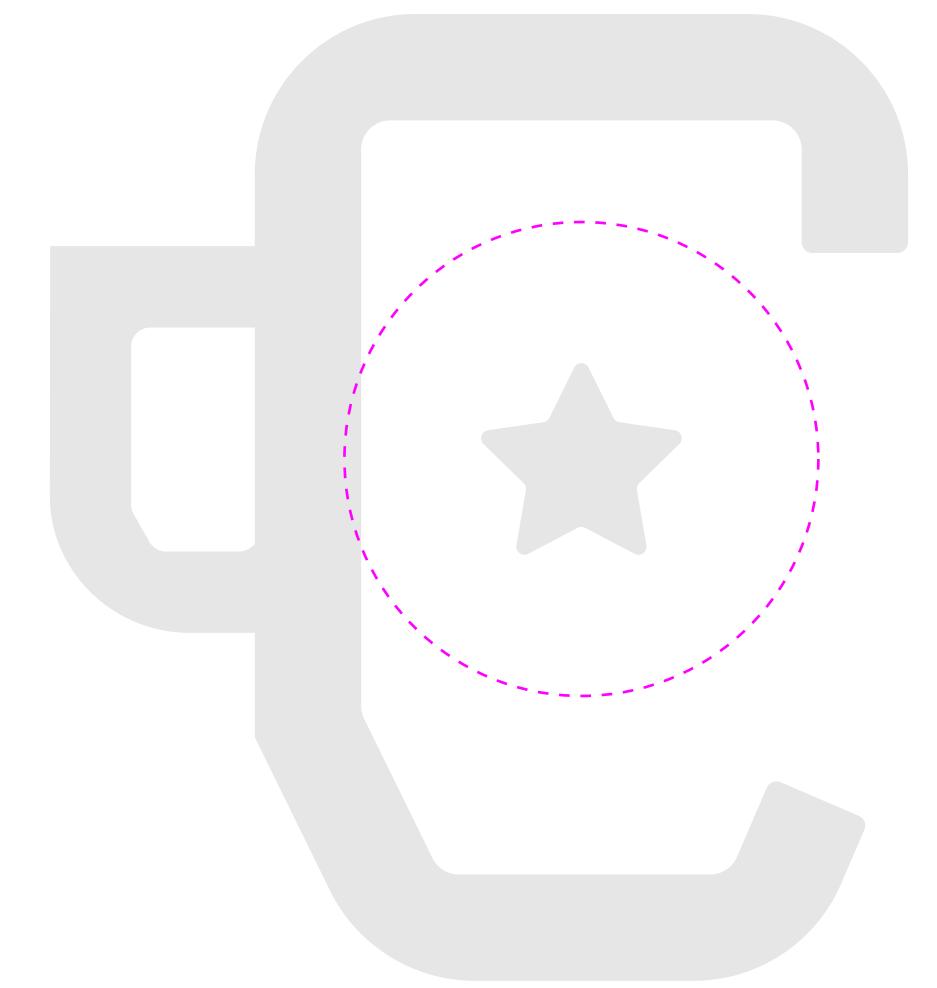
As letras C e O tem características redondas externamente, como as canecas, já internamente tem caracrerísticas quadradas que representa a área de impressão/personalização do produto.



A tipologia tem característica harmônica do começo ao fim, trazendo mais conceito e exclusividade a marca.

Nas letras L, T e H temos características parecidas com as anteriores, porém elas trazem desenhos harmônicos que complementam e agregam personalidade a fonte exclusiva.

**Caneca+ letra C**  
+ Representação de figura



O ícone tem 3 características singulares.  
A letra C, inicial da marca.  
A caneca, representação do principal produto personalizado.  
A estrela central que representa uma figura, imagem ou desenho que é personalizado.  
A estrela também tem a função de trazer um conceito VIP, único, personalizado.

# Versões

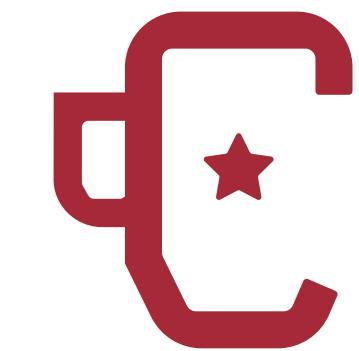
Para proporcionar mais flexibilidade nas aplicações, o logotipo possui 3 versões: Horizontal, Vertical e Isotipo.



Horizontal



Vertical



Isotipo

# Positivo e Negativo

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



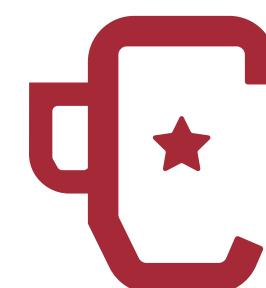
Negativo



# Usos incorretos

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.



**COLTH**  
PERSONALIZADOS



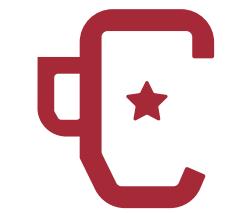
CORRETO



**COLTH**  
PERSONALIZADOS



FORAM USADAS CORES  
NÃO INSTITUCIONAIS



**COLTH**  
PERSONALIZADOS



FOI ALTERADA A PROPORÇÃO  
ENTRE OS ELEMENTOS.



**COLTH**  
PERSONALIZADOS



O LOGO FOI DEFORMADO



**COLTH**  
PERSONALIZADOS



FOI ALTERADA A TIPOGRAFIA

# Aplicação sobre fundos

A marca pode ser colocada sobre fundo branco ou sobre as cores institucionais, representadas em “Cores”.

É importante nunca aplicar a marca sobre fundos com contraste insuficiente para a legibilidade.



**COLTH**  
PERSONALIZADOS



I  
T  
O  
U  
G

# 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.

# **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 pensamos 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.





*A estrela do  
seu evento*

**ESTRELACO**













COLTH,  
A ESTRELA  
DO SEU  
EVENTO



COLTH  
PERSONALIZADOS



COLTH  
PERSONALIZADOS





Lemund  
marketing