

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, conseqüentemente, a assimilação por parte do público alvo.

**Conceito**

Séria, elegante, moderna e confiável, essas são as características que buscamos trazer para a marca Lancelot, uma identidade visual que atraí o olhar e chama atenção pela sobriedade e requinte, características presentes em marcas com produtos e serviços com patamar de qualidade elevada.

O objetivo é ser considerado uma referência de marcenaria especialista em móveis sob medida de requinte e confiável, começando pela identidade visual, fazendo com que o posicionamento de mercado seja primordial na diferenciação dos concorrentes.

**Cores**

## Cores primárias



## Cores complementares



## 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, apoiando e complementando as cores primárias e reforçando a identidade visual da marca.

C: 0%    R: 137  
M: 25%   G: 103  
Y: 36%   B: 88  
K: 46%

C: 0%    R: 206  
M: 12%   G: 181  
Y: 19%   B: 167  
K: 19%

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

C: 0%    R: 153  
M: 0%    G: 153  
Y: 0%    B: 153  
K: 40%

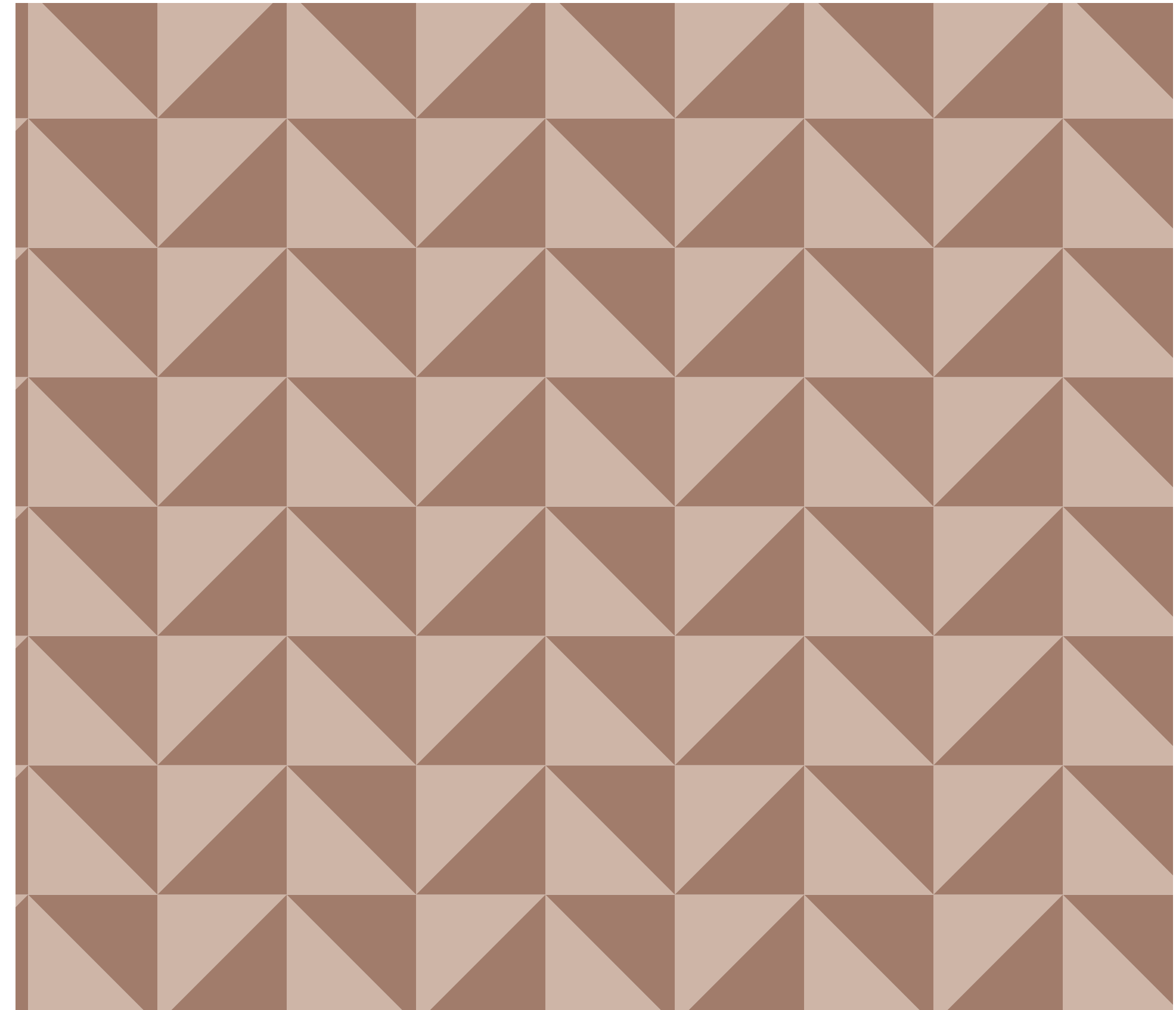
C: 7%    R: 224  
M: 0%    G: 242  
Y: 4%    B: 233  
K: 5%

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 Archivo Expanded para títulos / campanhas.

Já para textos, a fonte escolhida foi a Archivo Condensed em sua versão Medium.

The image shows two large, bold, black characters: a lowercase 'a' and an uppercase 'A'. Both characters are rendered in a heavy, sans-serif typeface with thick strokes and a clean, modern aesthetic. The 'a' has a rounded, bowl-like shape, while the 'A' is a simple, geometric form with a wide base and a sharp peak. They are positioned on a light gray background.

**A sua marca...**

# Lance Elliot



Lancellot

PLANEJADOS

**Lancelot** PLANEJADOS

**Construção**



**A identidade visual é toda trabalhada exclusivamente em tipografia, o que trás o foco total para o nome, assim trabalhamos cada letra para representar características que conversam com o posicionamento de mercado da marca, trazendo ainda mais personalidade para a criação.**

A letra L tem características semelhantes a um esquadro, ferramenta utilizada para medir e acertar cantos.

As letras tem características expandidas que remetem a espaço, seja preencher um espaço ou ganhar espaço.

Nas letras L e T temos terminações com uma característica centro-diagonal, uma representação de detalhes de acabamento em diversos formatos personalizados que são trabalhados em madeira.

Lancelet

As letras A e E tem terminações retas que representam a madeira apesar das circunferências que caracterizam a flexibilidade da matéria prima de se transformar em diversos produtos.

# Versões

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

**Lancellot** PLANEJADOS

Horizontal

**Lancellot**  
PLANEJADOS

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

The logo is displayed in a positive application, where the text is black on a light gray background. The word "Lancellot" is in a large, bold, sans-serif font, and "PLANEJADOS" is in a smaller, all-caps, sans-serif font below it.

**Lancellot**  
PLANEJADOS

Negativo

The logo is displayed in a negative application, where the text is white on a black background. The word "Lancellot" is in a large, bold, sans-serif font, and "PLANEJADOS" is in a smaller, all-caps, sans-serif font below it.

**Lancellot**  
PLANEJADOS

# 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.

**Lancellot**  
PLANEJADOS



CORRETO

**Lancellot**  
PLANEJADOS



FORAM USADAS CORES  
NÃO INSTITUCIONAIS

**Lancellot**  
PLANEJADOS



FOI ALTERADA A PROPORÇÃO  
ENTRE OS ELEMENTOS.

**Lancellot**  
PLANEJADOS



O LOGO FOI DEFORMADO

*Lancellot*  
PLANEJADOS



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.

**Lancellot** PLANEJADOS

**Lancellot**  
PLANEJADOS



# 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.



Lance Elliot

**LUCAS ELLIEZER**  
DIRETOR

+55 9 9900 0099  
LUCAS@LANCELLOT.COM.BR  
WWW.LANCELLOT.COM.BR

**Lancellot**  
PLANEJADOS

Lancellot



**Lancellot**  
PLANEJADOS



**Lancellot**  
PLANEJADOS



**Lancellot**

PLANEJADOS

# Lancelotti

PLANEJADOS







Lancellot

Lancellot  
PIANEZARDO

A smartphone displaying a title card with a brown background. The top half has a light brown geometric pattern. The text is centered and reads:

# Planejando o seu sonho

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Quis ipsum suspendisse ultrices gravida. Risus commodo viverra maecenas accumsan lacus vel facilisis.

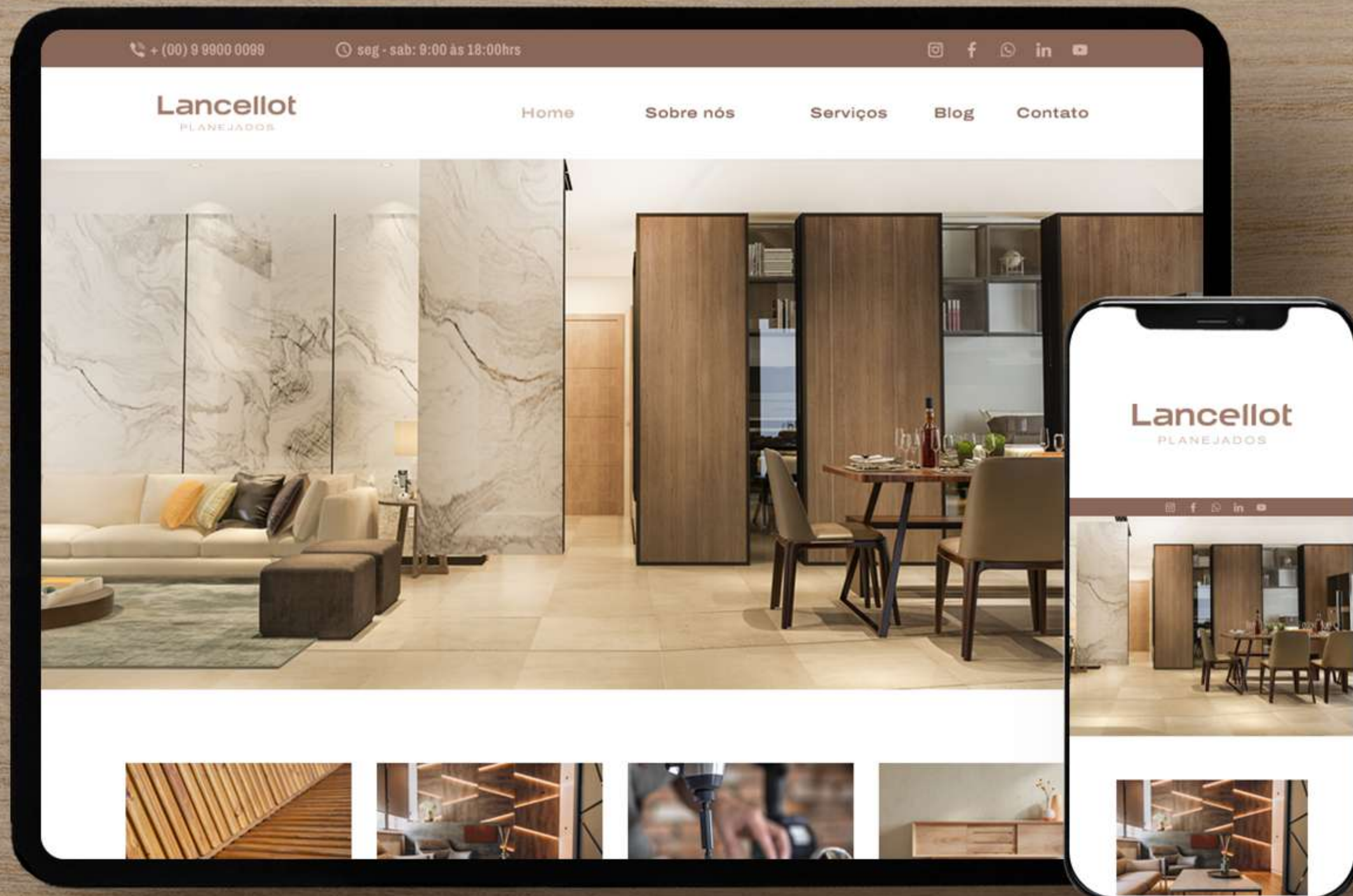
Lancellot  
PLANEJADOS





Lancellot





**Lancellot**  
PLANEJADOS

Você sonha, a gente cria.

[www.lancellot.com.br](http://www.lancellot.com.br)



Você sonha, a gente cria.

Lancellot PLANEJADOS



[www.lancellot.com.br](http://www.lancellot.com.br)



**Lancellot** PLANEJADOS

Você sonha, a gente cria.

[www.lancellot.com.br](http://www.lancellot.com.br)





Lancellot  
PLANEJADOS

Lancellot





**Lemund**  
marketing