

Essa é a **SUA
identidade visual.**

Proposta de Identidade Visual

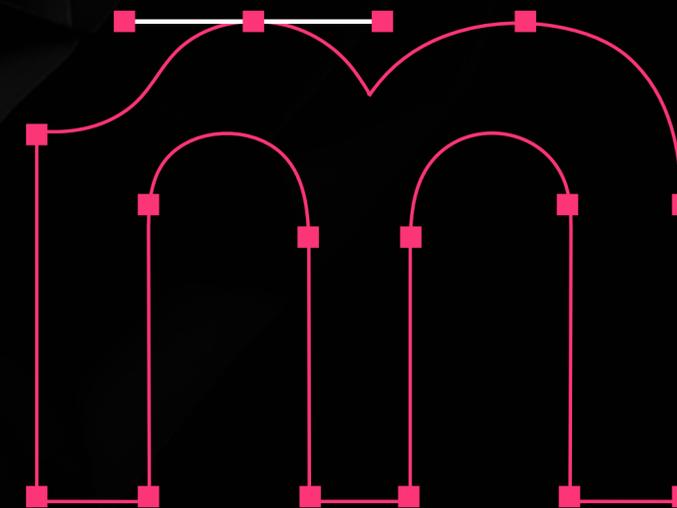
2023



Identidade Visual

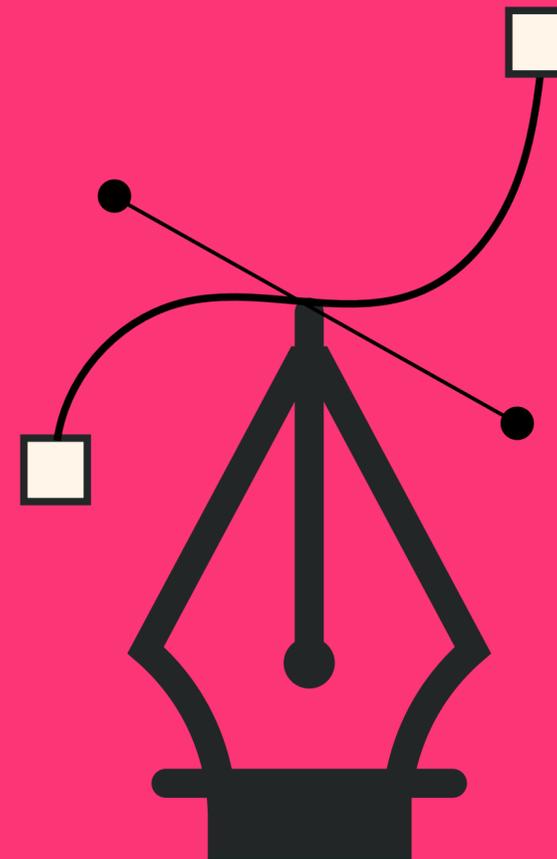
A marca é o bem mais valioso que uma empresa ou uma pessoa pode ter e sua Identidade Visual é responsável por traduzir graficamente toda a essência que ela representa. Uma marca forte necessita de uniformidade e coerência, por isso foram criados padrões que garantem que todos os elementos estejam integrados 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, conseqüentemente, a assimilação por parte do público alvo.

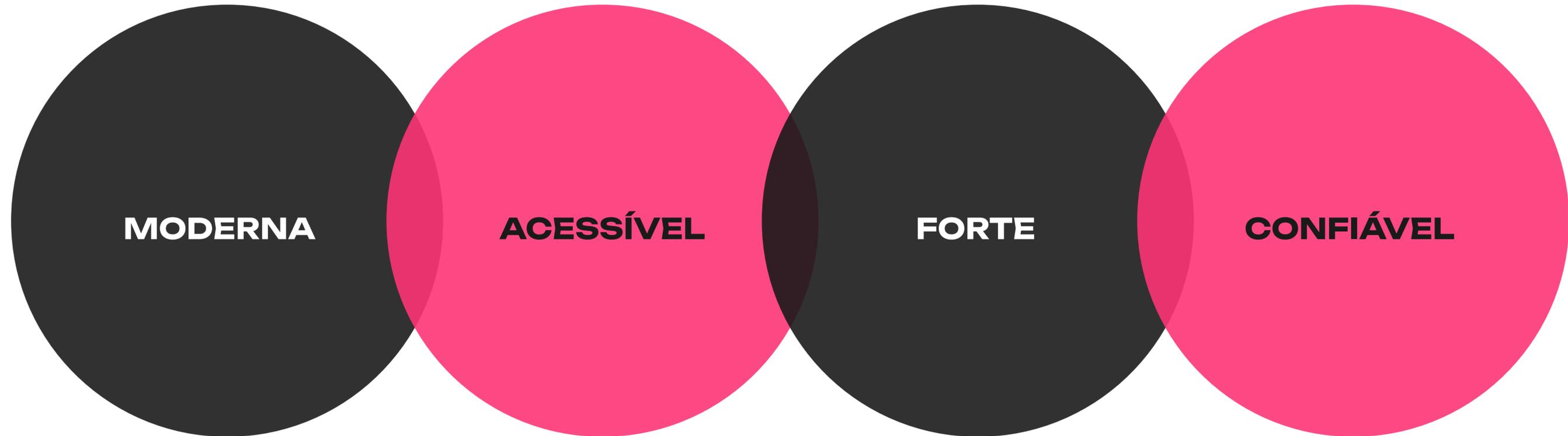


A IDENTIDADE VISUAL É COMPOSTA POR 7 FATORES. SÃO ELES:

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



01 - PERSONALIDADE



02 - CORES

Laranja: A cor laranja é associada à energia, entusiasmo e criatividade. Ela transmite uma sensação de calor e positividade, o que é fundamental em publicidade e comunicação. É uma cor que atrai a atenção e estimula o ânimo, sugerindo que a Brasil Forte Outdoor é uma empresa dinâmica e inovadora.

Preto: O preto é uma cor que representa elegância, sofisticação e confiabilidade. Ele adiciona um toque de seriedade à marca, indicando que a empresa é confiável e profissional em seu campo de atuação.

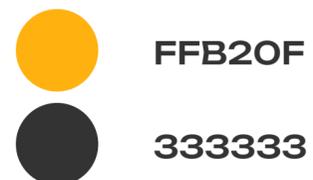
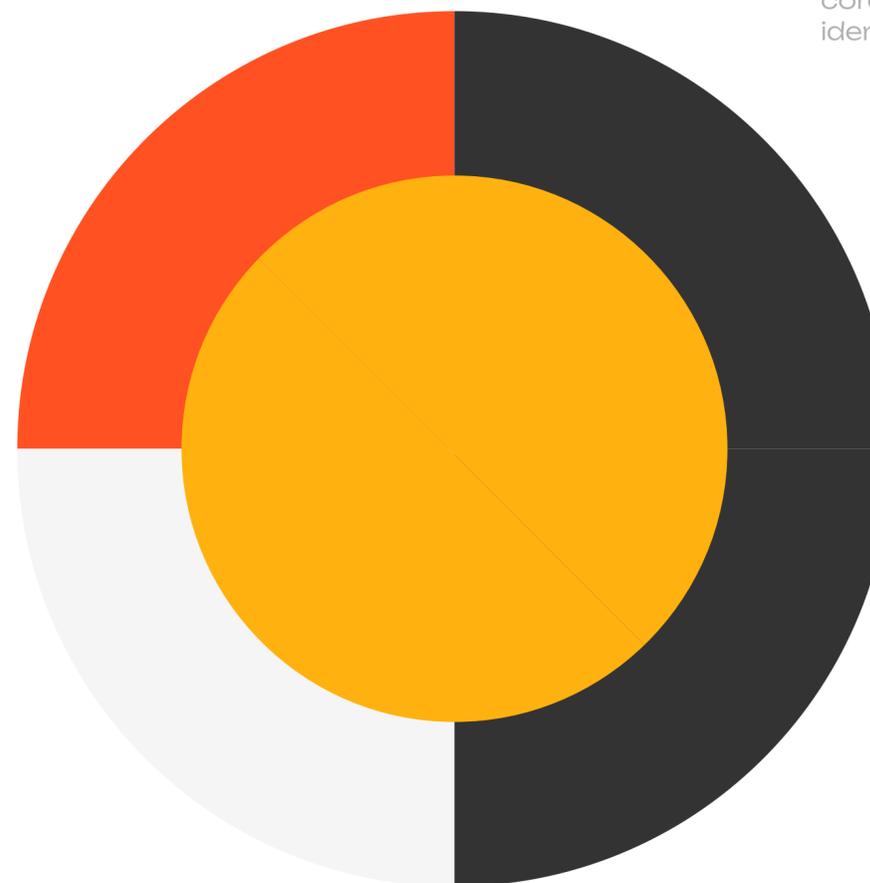
Amarelo: O amarelo é associado à alegria, otimismo e criatividade. Ele traz uma sensação de luminosidade e destaque, o que é apropriado para uma empresa de publicidade. Também sugere que a Brasil Forte Outdoor é acessível e amigável.

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.



FFB20F

333333



FF5122

F5F5F5

C: 0% R: 255
M:30% G: 178
Y: 94% B: 15
K: 0%

C: 0% R: 255
M:68% G: 81
Y: 87% B: 34
K: 0%

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

C: 0% R: 245
M:0% G: 245
Y: 0% B: 245
K: 4%

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 **Bricolage Grottesque** que tem de variados pesos para diferenciar para títulos, campanhas e texto.



abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz

abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz

**abcdefghijklmnop
opqrstuvwxyz**

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...

Brasil
Forte
Outdoor

O CONCEITO

Tipografia:

A escolha da tipografia Bricolage Grotesque é interessante. Ela possui uma estética moderna e versátil, o que reflete a capacidade da empresa de se adaptar às necessidades de seus clientes. A família da fonte comunica profissionalismo e clareza, garantindo que as mensagens publicitárias sejam transmitidas de forma eficaz.

Formas:

As formas utilizadas na marca são particularmente significativas. A representação de um outdoor e um painel de led nas versões horizontal e vertical mostra claramente o foco da empresa na mídia exterior. As linhas que se iniciam e terminam no nome "Brasil Forte Outdoor" simbolizam a conexão contínua da empresa com seus clientes, destacando sua presença constante na jornada de publicidade deles. O fundo vazado como uma tela em branco sugere a personalização e flexibilidade dos espaços publicitários oferecidos.

A combinação desses elementos cria uma marca forte e memorável. A escolha das cores, tipografia e formas foi cuidadosamente pensada para transmitir confiança, entusiasmo, profissionalismo e criatividade. Além disso, a representação visual da marca reforça a ideia de que a Brasil Forte Outdoor desempenha um papel fundamental na construção da presença das marcas de seus clientes na vida dos consumidores. Essa abordagem estratégica de design cria uma identidade de marca que ressoa com seu público-alvo B2B e reforça os valores da empresa.

**Brasil
Forte**
Outdoor

07 - 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 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.

**Brasil
Forte
Outdoor**

(43) 99799.9900

comercial@brasilforteoutdoor.com.br
www.brasilforteoutdoor.com.br

Avenida Paraná, 1000
Curitiba/PR



**Brasil
Forte
Outdoor**

(43) 99799.9900

comercial@brasilforteoutdoor.com.br
www.brasilforteoutdoor.com.br

Avenida Paraná, 1000
Curitiba/PR



**Brasil
Forte
Outdoor**

**Brasil
Forte
Outdoor**

(43) 99799.9900

comercial@brasilforteoutdoor.com.br
www.brasilforteoutdoor.com.br

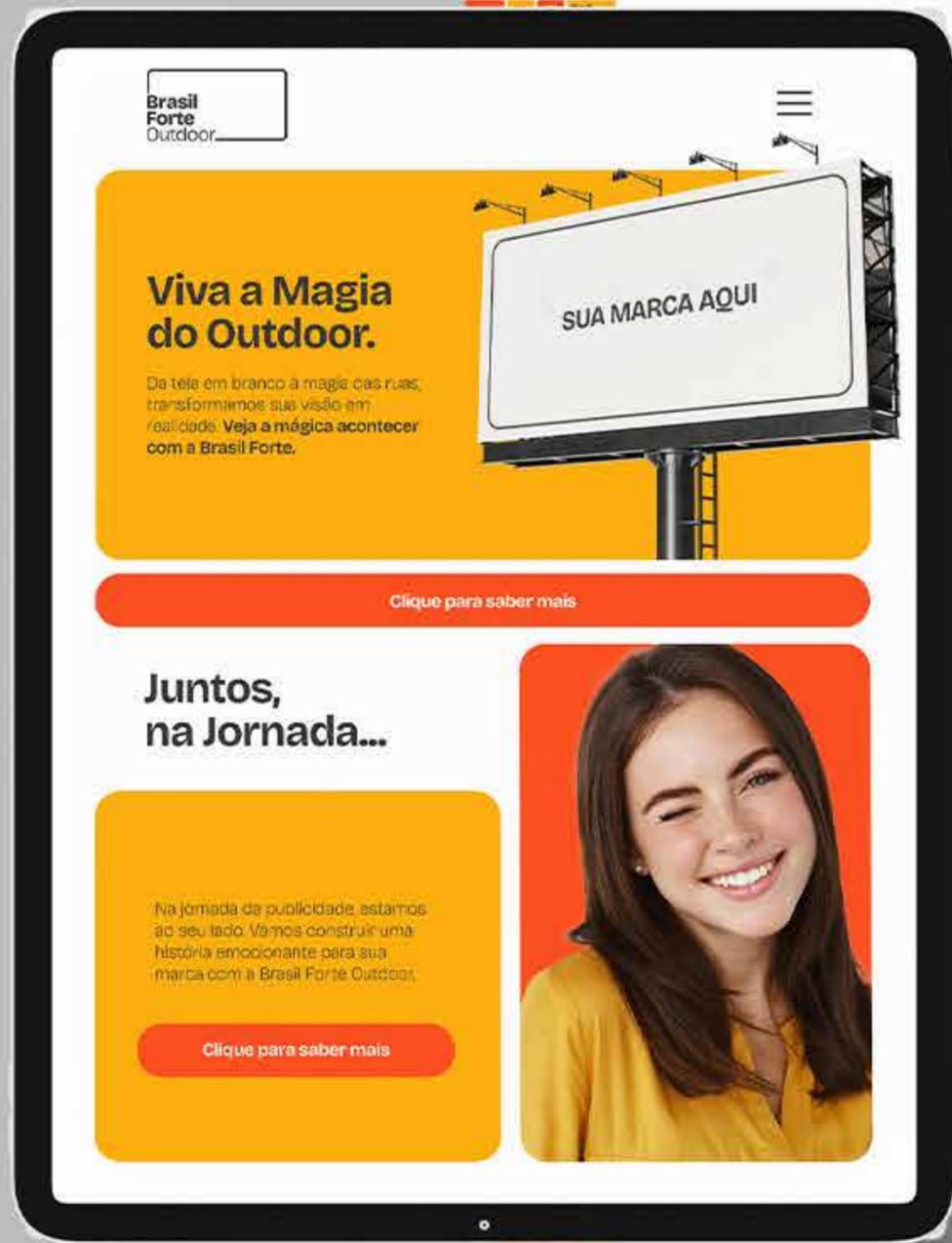
Avenida Paraná, 1000
Curitiba/PR

(43) 99799.9900

comercial@brasilforteoutdoor.com.br

**Brasil
Forte
Outdoor**





Brasil Forte Outdoor



Viva a Magia do Outdoor.

Da tela em branco a magia das ruas, transformamos sua visão em realidade. Veja a mágica acontecer com a Brasil Forte.



Clique para saber mais

Juntos, na Jornada...

Na jornada da publicidade, estamos ao seu lado. Vamos construir uma história emocionante para sua marca com a Brasil Forte Outdoor.

Clique para saber mais



(43) 99799.9900
comercial@brasilforteoutdoor.com.br
www.brasilforteoutdoor.com.br
Avenida Paraná, 1000
Curitiba/PR





**Brasil
Forte
Outdoor**

Conexões que Brilham

Nossa mídia exterior ilumina histórias, tocando corações e unindo marcas ao público. Juntos, fazemos as conexões que importam.

**Brasil
Forte
Outdoor**

**Brasil
Forte
Outdoor**



orte

**Brasil
Forte
Outdoor**

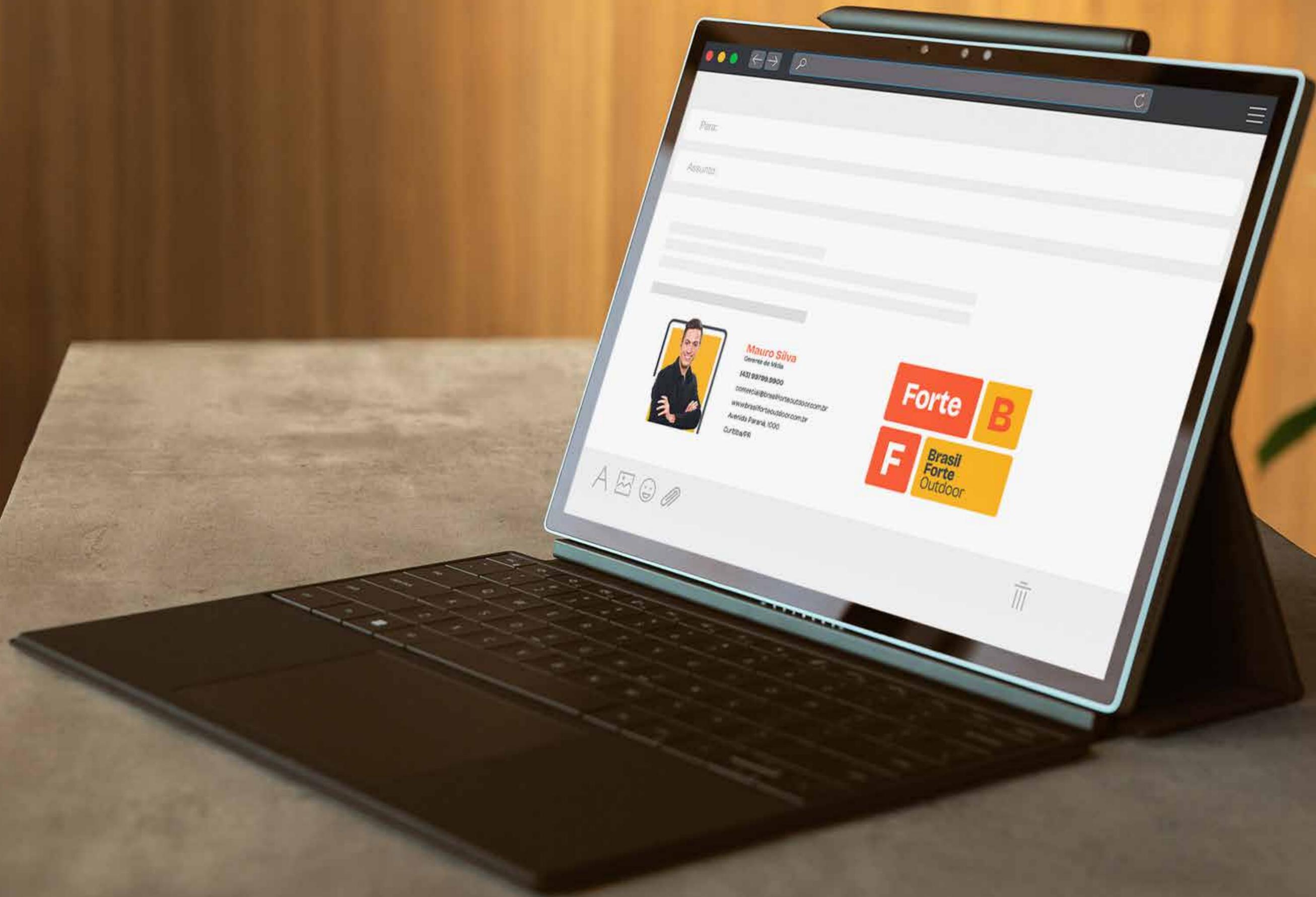


**Brasil
Forte**
Outdoor

**Crie impacto,
conquiste
corações.**

Anuncie aqui

www.brasilforteoutdoor.com.br



Para:

Assunto:



Mauro Silva

Gerente de Vendas

(43) 99799.9900

comercio@brasilforteoutdoor.com.br

www.brasilforteoutdoor.com.br

Avenida Paraná, 1000

Curitiba/PR



**Crie impacto,
conquiste
corações.**

Anuncie aqui

(43) 99799.9900

**Brasil
Forte
Outdoor**



www.brasilforteoutdoor.com.br

www.brasilforteoutdoor.com.br

**Crie impacto,
conquiste
corações.**

Anuncie aqui



www.brasilforteoutdoor.com.br

Viva a Magia do Outdoor.

Da tela em branco à magia das ruas, transformamos sua visão em realidade. **Veja a magia acontecer com a Brasil Forte.**

(43) 99799.9900

SUA MARCA AQUI

**Brasil
Forte**
Outdoor

VERSÕES DA MARCA

SUA MARCA É DINÂMICA

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

Horizontal



Vertical



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