

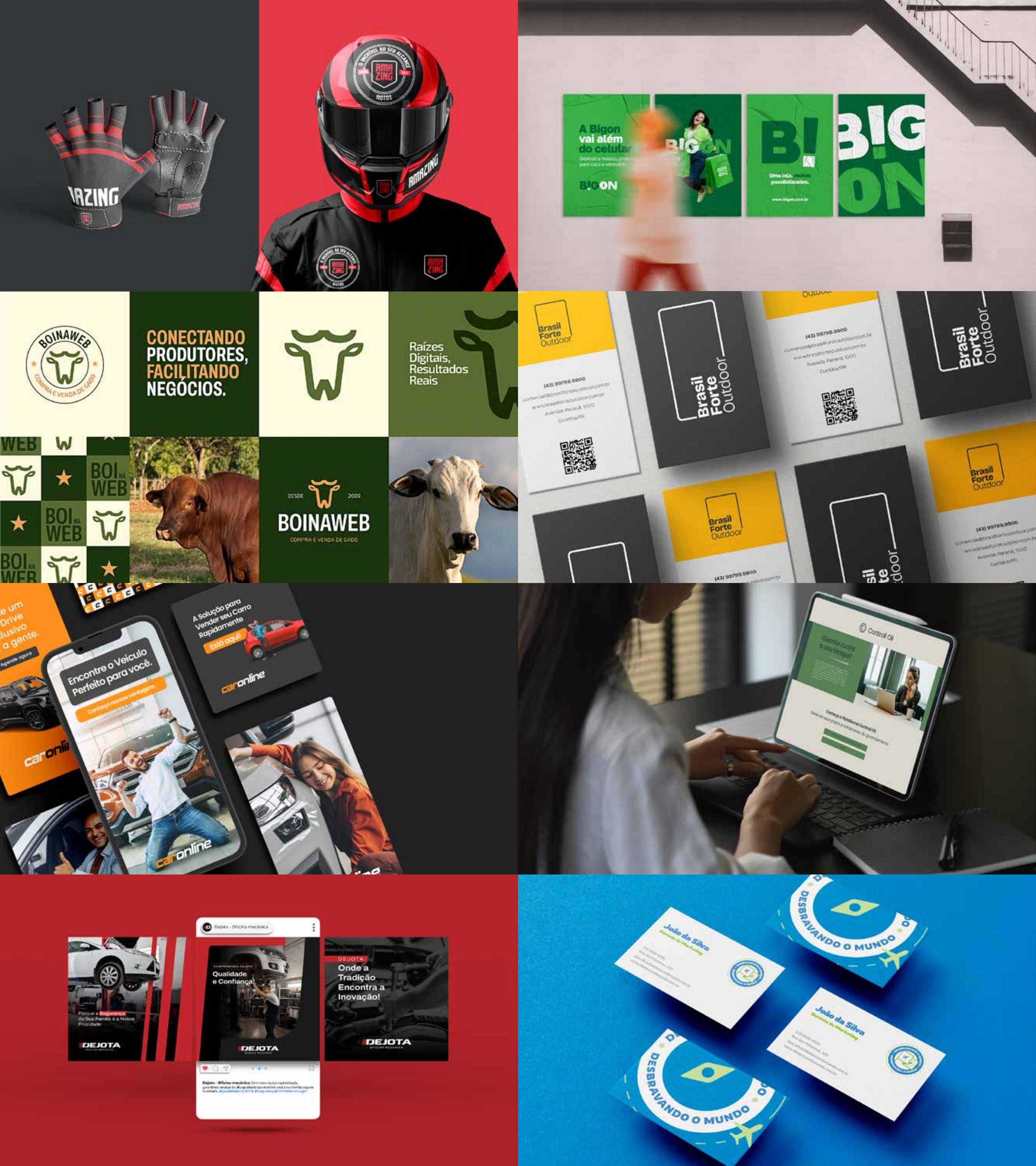


Essa é a **SUA**  
identidade visual.

Proposta de Identidade Visual

---

2024



# 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 DA MARCA



FORTE

ACESSÍVEL

TRADICIONAL

MODERNA

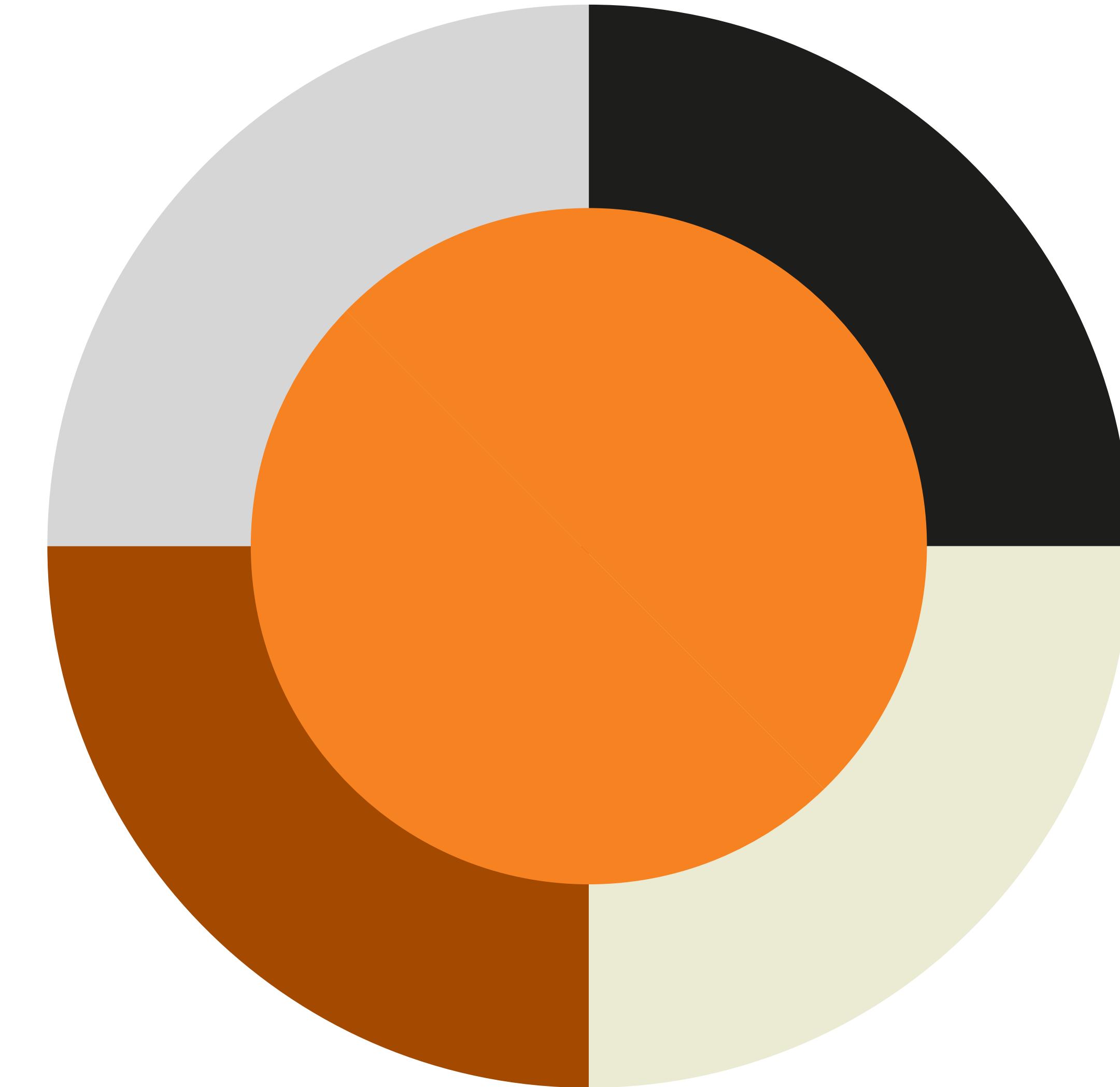
SIMPLES

CONFIÁVEL

CORPORATIVA

## 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.





F78222

**CMYK:** 0, 47, 86, 3

**RGB:** 247, 130, 34

D6D6D6

**CMYK:** 38, 12, 0, 10

**RGB:** 0, 0, 0, 16

1D1D1B

**CMYK:** 0, 0, 7, 89

**RGB:** 29, 29, 27

A44900

**CMYK:** 0, 55, 100, 36

**RGB:** 164, 73, 0

EBEBD3

**CMYK:** 0, 0, 10, 8

**RGB:** 235, 235, 211

## 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 **Arial** que tem dezenas de pesos para diferenciar para títulos, campanhas e texto.



# Arial

Family font

aA

Minuscula:

Regular:

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

Bold:

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

Black:

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

Maiúscula:

Regular:

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

Bold:

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

Black:

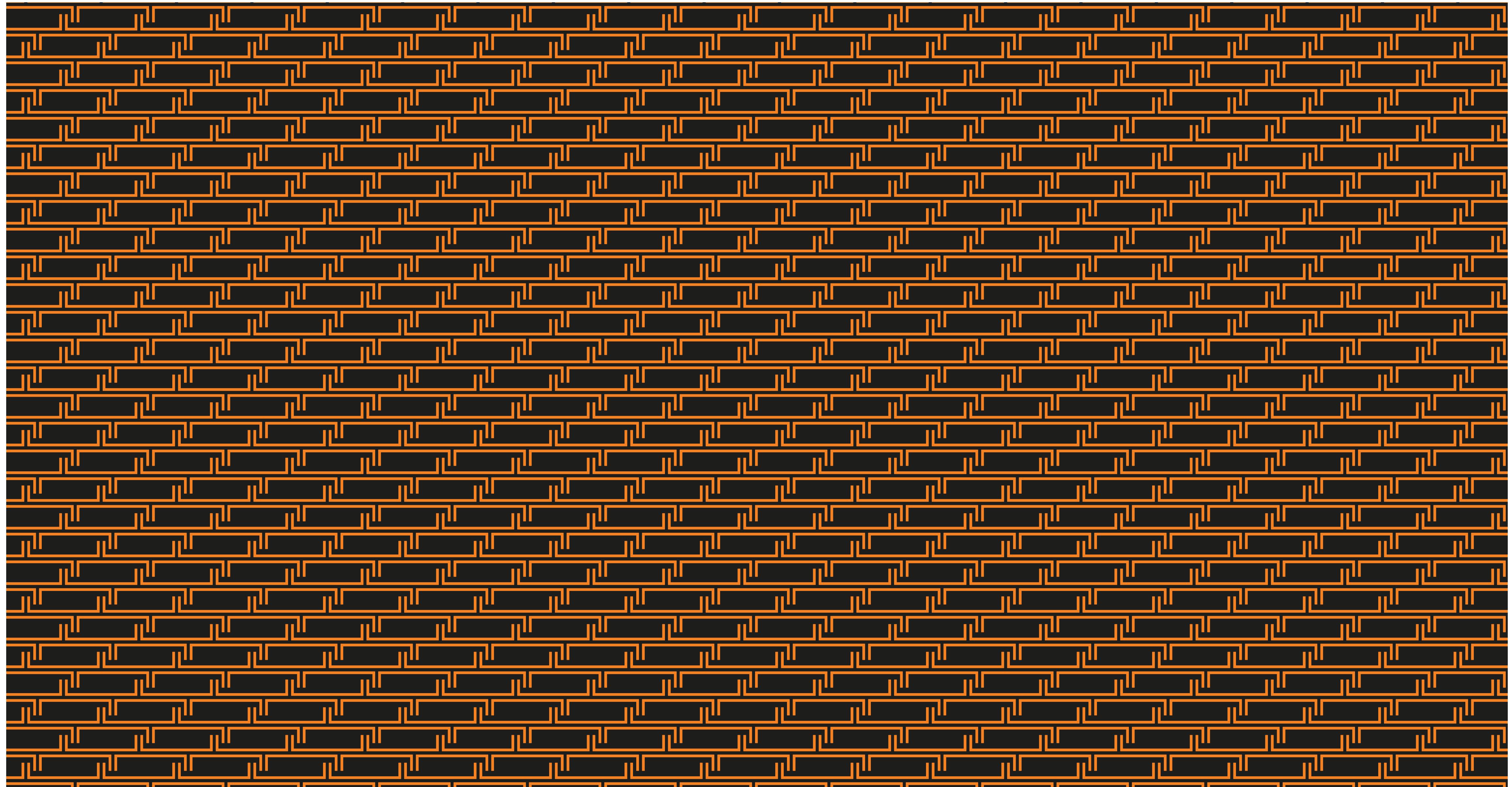
A B C D E F G H I J K L M N  
O P Q R S T U V W X Y Z

### 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.





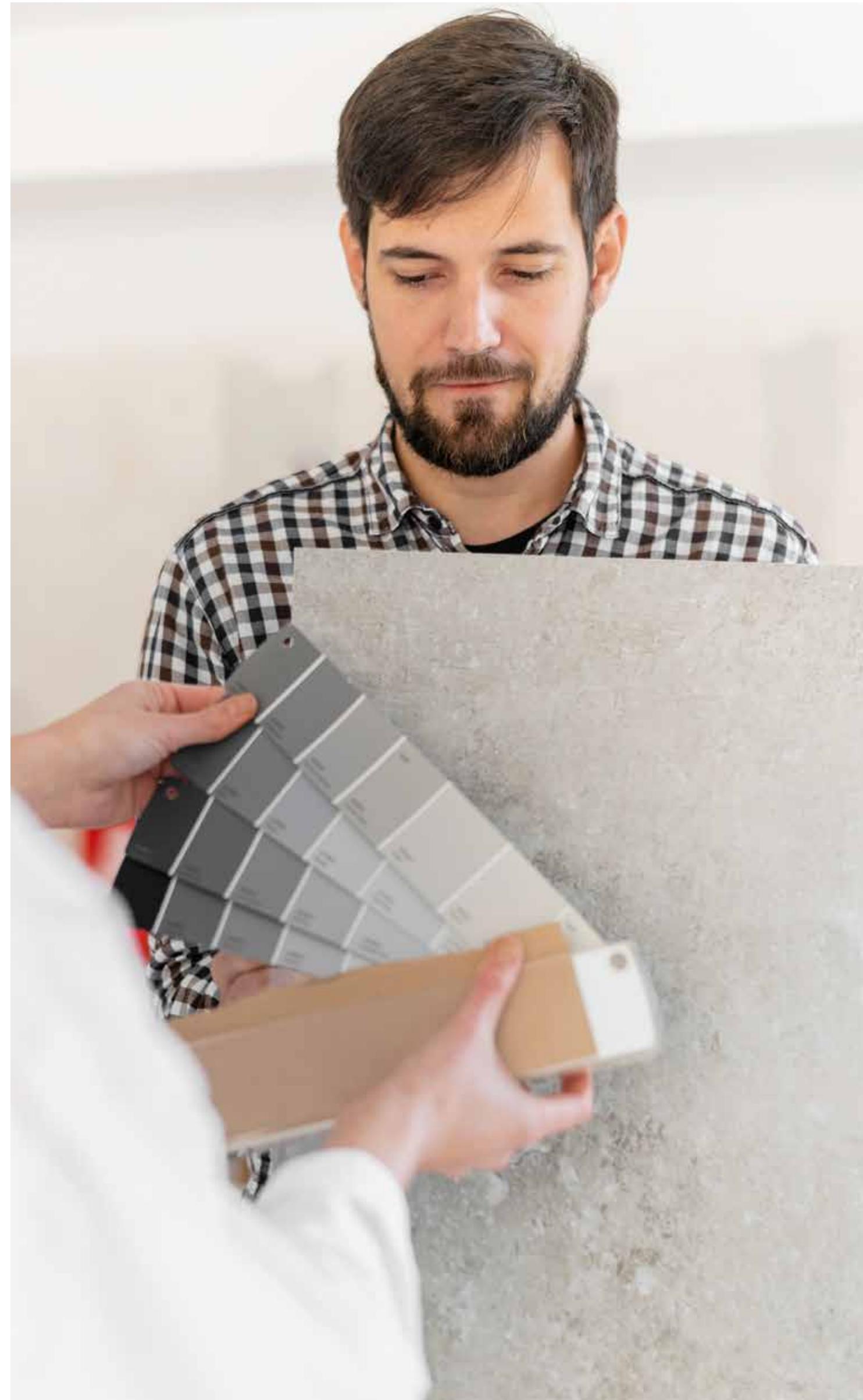
### CLICK!

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.







Essa é a sua  
**marca**



Horizontal

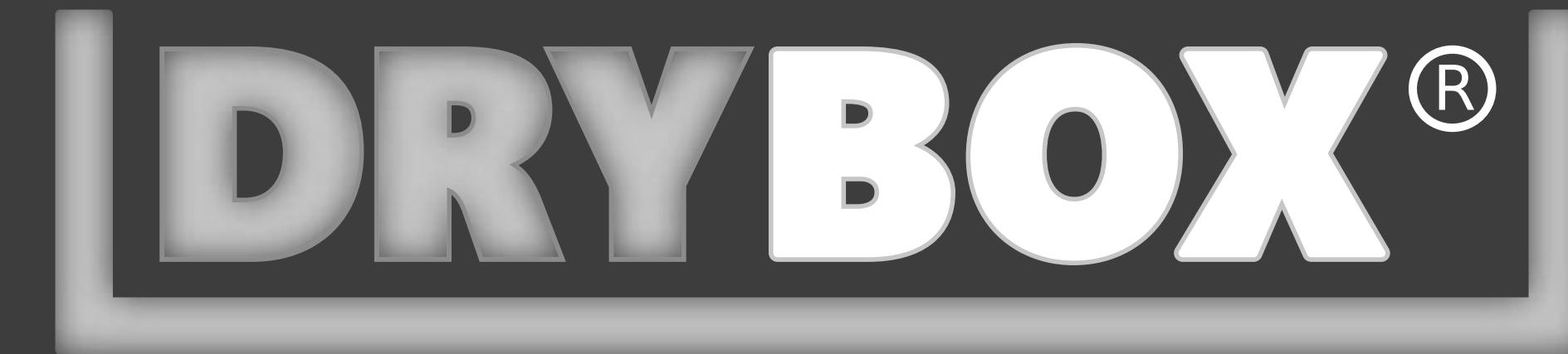


## » A MARCA



### APLICAÇÕES EM FUNDOS

O6



DRYBOX®

DRYBOX®

DRYBOX®

DRYBOX®



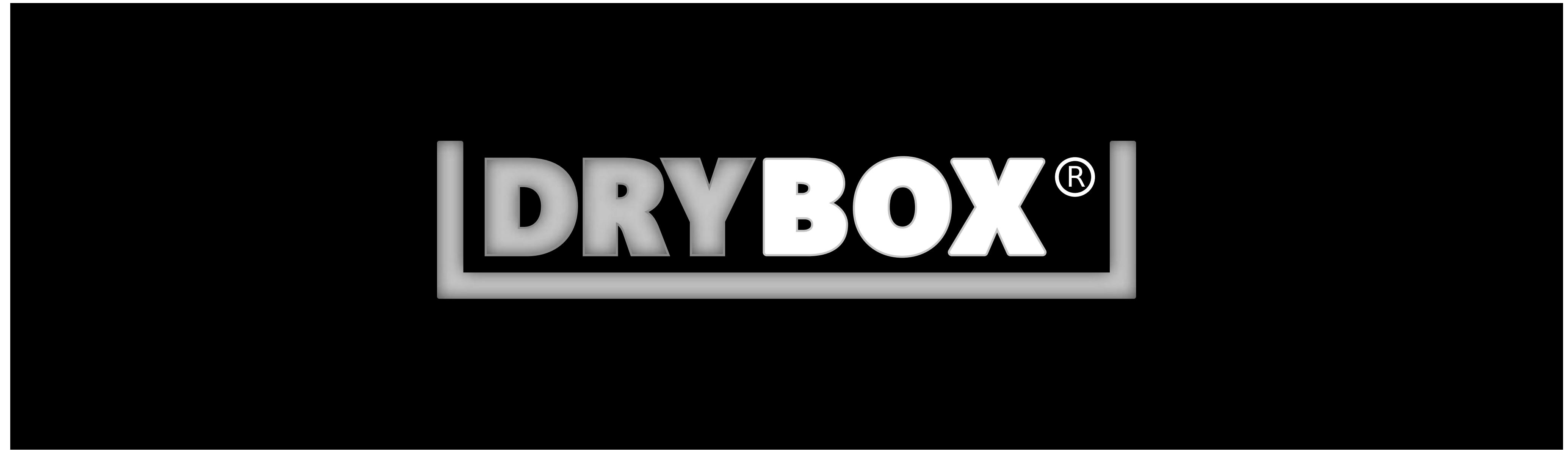
## A MARCA



POSITIVO E NEGATIVO

06

Positivo



Negativo



CORRETO



FORAM USADAS CORES  
NÃO INSTITUCIONAIS



FOI ALTERADA A PROPORÇÃO  
ENTRE OS ELEMENTOS.



FOI ALTERADA A TIPOGRAFIA



O LOGO FOI DEFORMADO



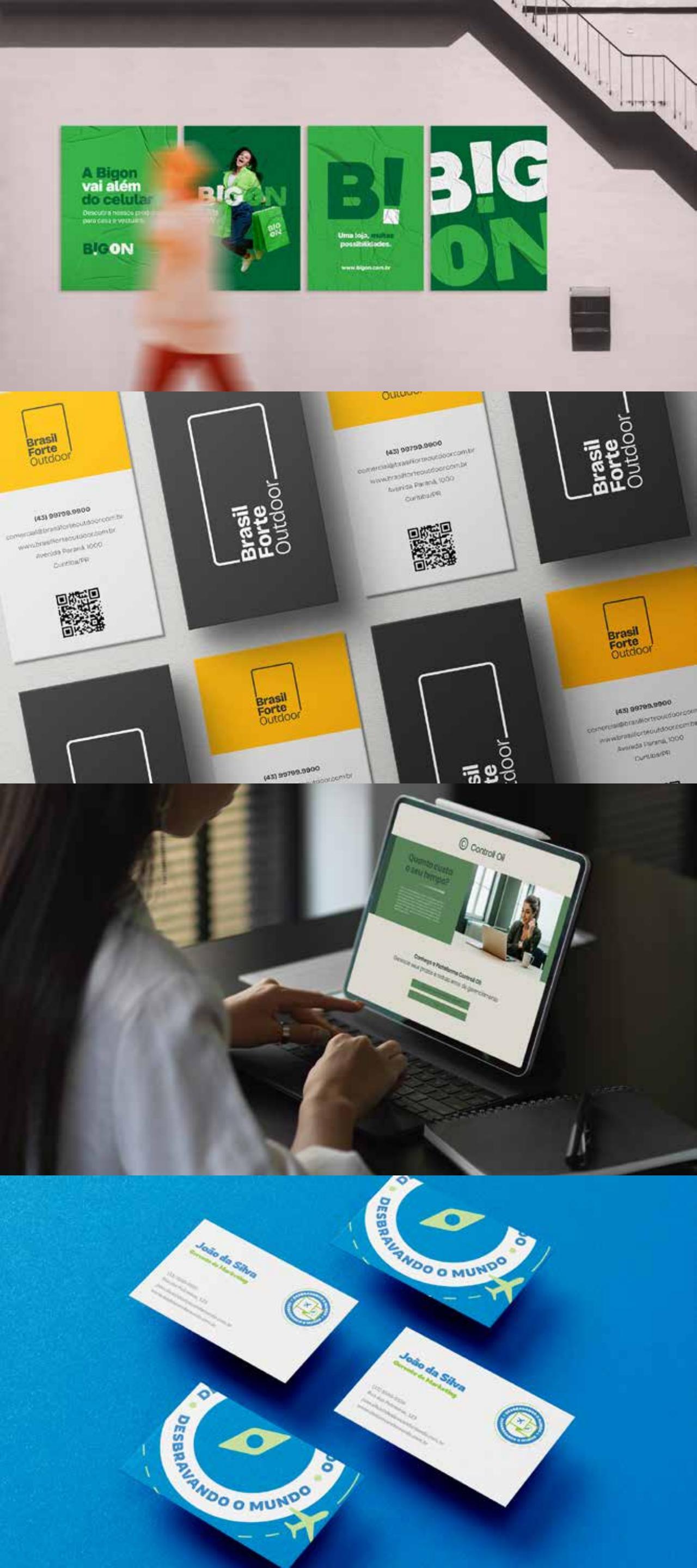
FORAM USADAS CORES SEM  
CONTRASTE HARMÔNICO COM O FUNDO

### 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.











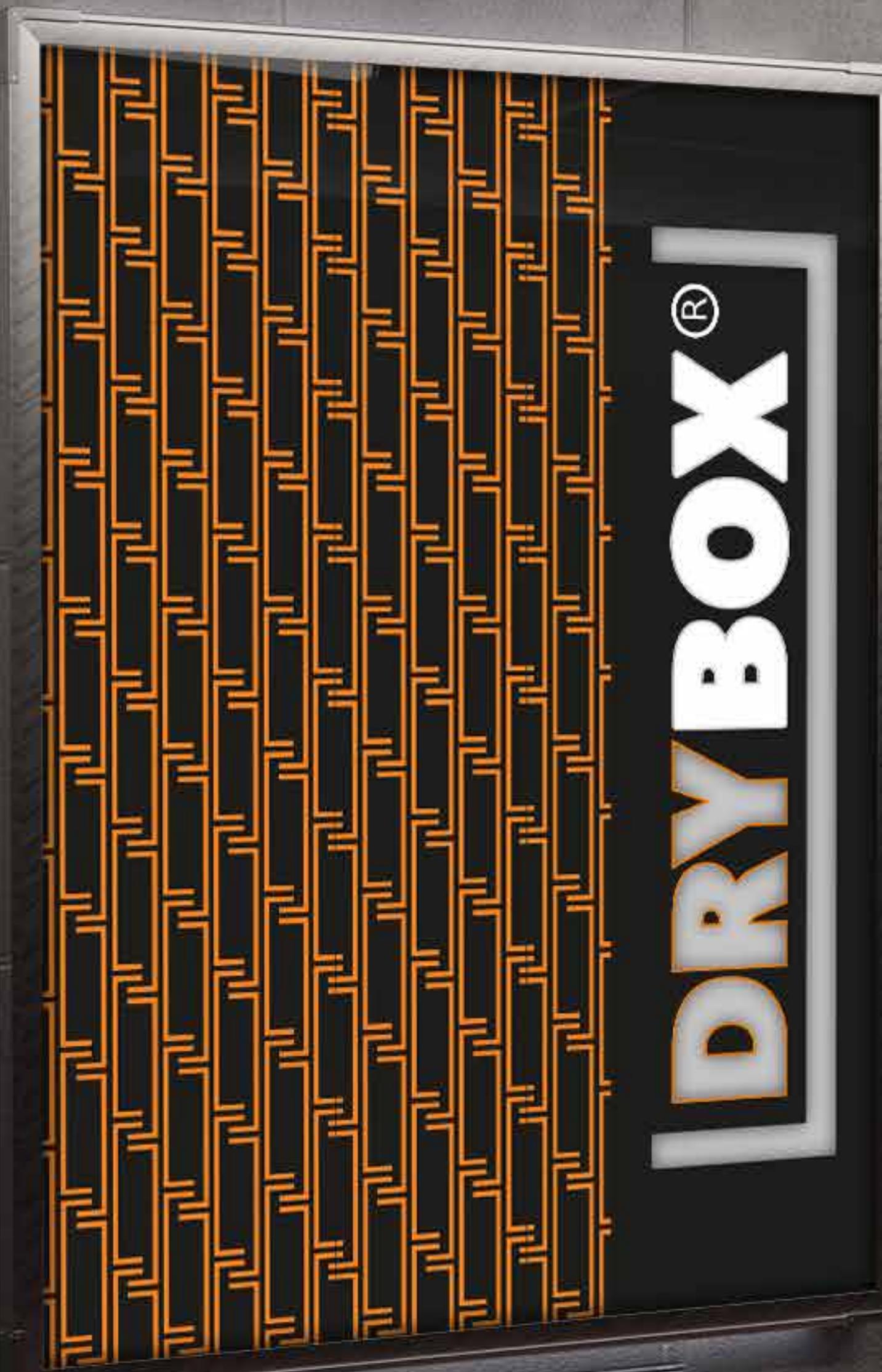




DRYBOX®







**DRY BOX®**

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

[drybox@drybox.com.br](mailto:drybox@drybox.com.br)

**DRY BOX®**  
IPERMEABILIZANTE  
Ipermeabilizante  
Acrylico para árreas  
suscetas as ações da  
água  
20kg



## 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.

Design by

maliva<sup>®</sup>

Brand  
design  
studio

Em parceria com

Lemund  
marketing