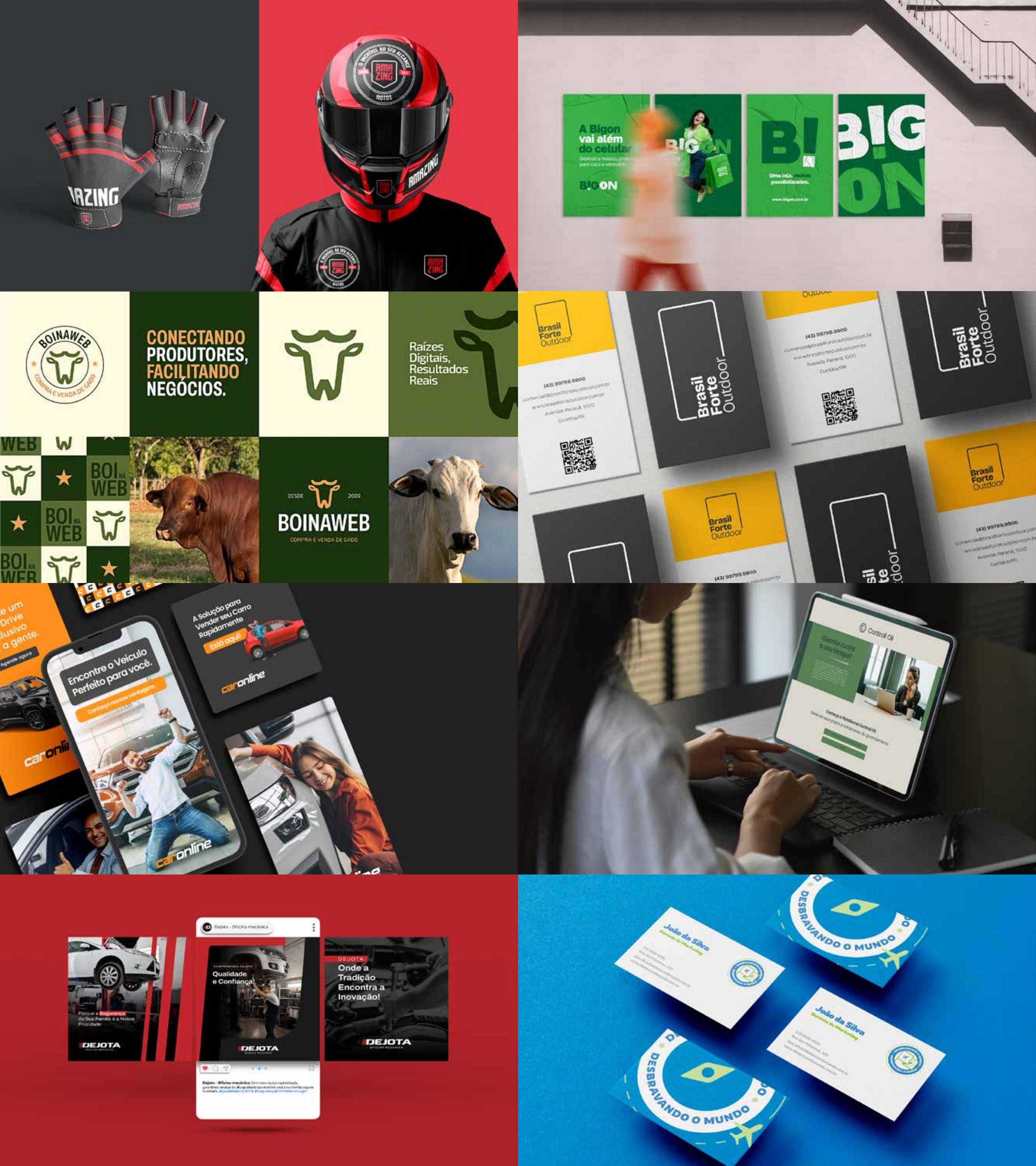




Essa é a **SUA**
identidade visual.

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. COMUNICAÇÃO
7. MARCA

O1

PERSONALIDADE DA MARCA



TRADICIONAL

DETERMINADA

MINIMALISTA

ELEGANTE

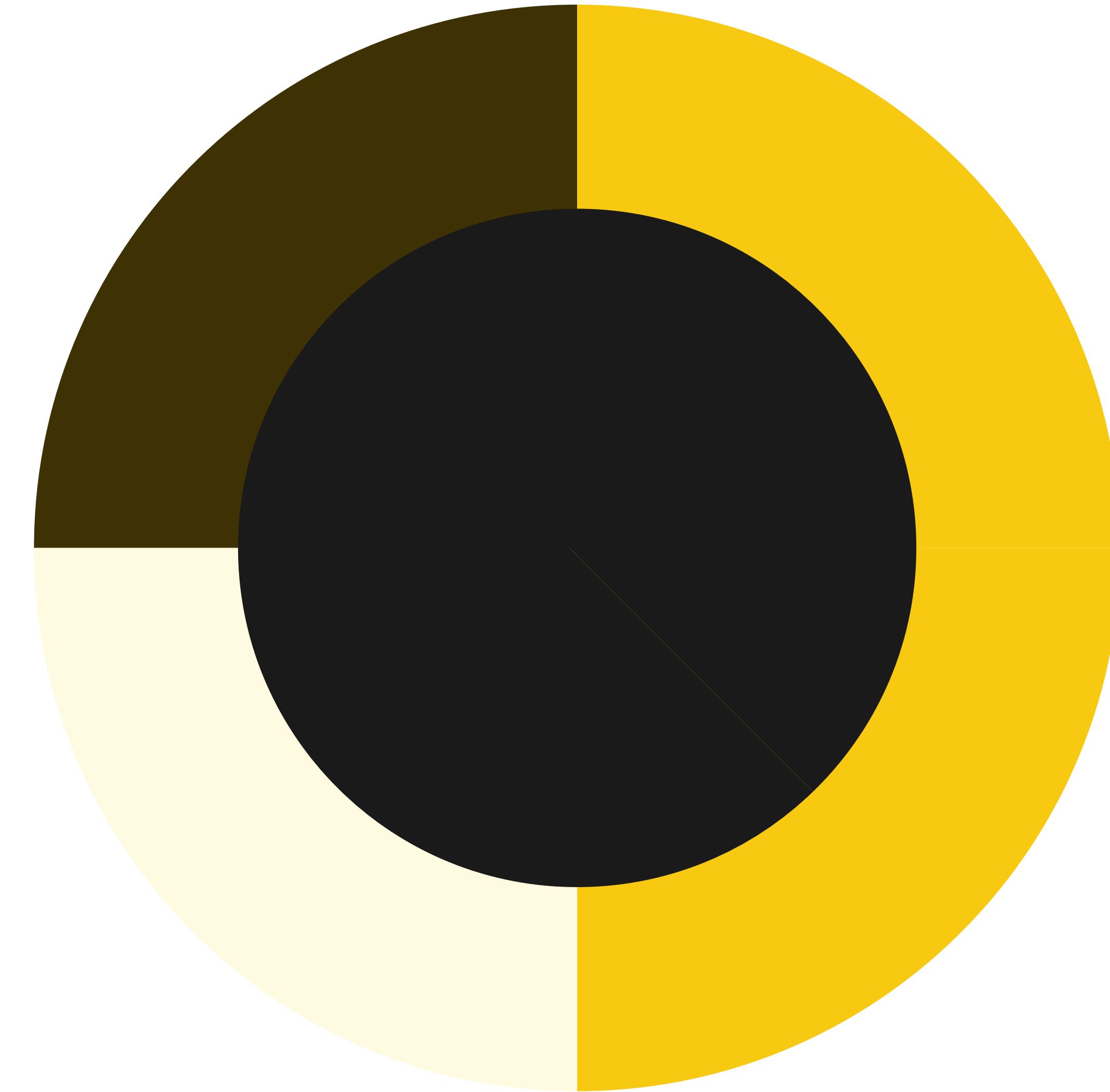
EXCLUSIVA

CONFIÁVEL

OUSADA

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.





1A1A1A

CMYK: 0, 0, 0, 90

RGB: 26, 26, 26

F7CA11

CMYK: 0, 18, 93, 3

RGB: 247, 202, 17

3E3204

CMYK: 0, 19, 94, 76

RGB: 62, 50, 4

FFFBE1

CMYK: 0, 2, 12, 0

RGB: 255, 251, 225

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 **Parkinsans** que tem devariados pesos para diferenciar para títulos, campanhas e texto.



Parkinsans

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

Semibold:

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

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

Semibold:

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:

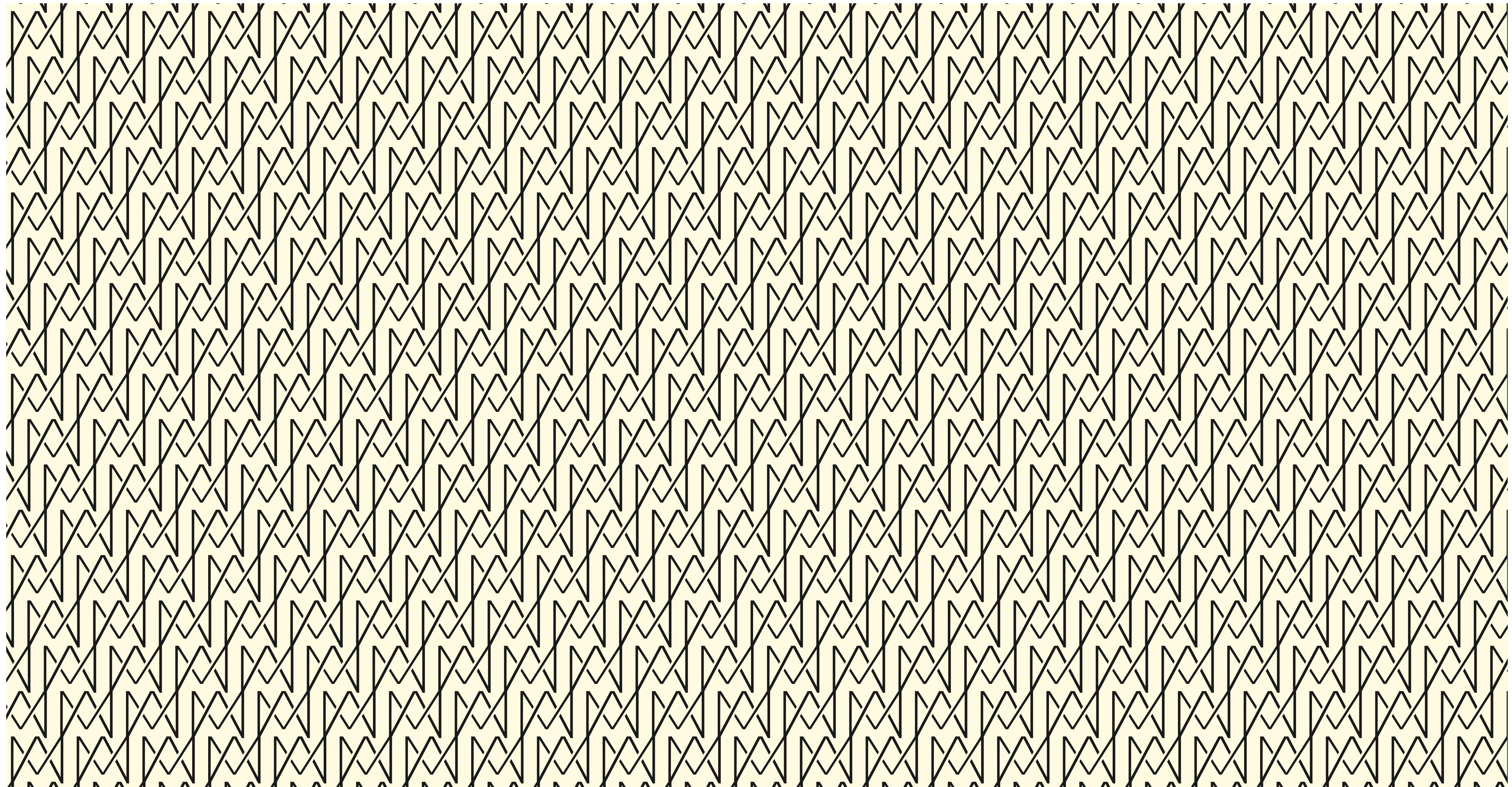
A B C D E F G H I J K L M N
O P Q R S T U V W X Y Z

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.



O CONCEITO

A identidade visual da Malique é uma síntese perfeita de sofisticação, minimalismo e funcionalidade. O símbolo, formado pela união das letras M e A em uma coroa estilizada, comunica liderança e exclusividade de forma sutil e impactante. A tipografia combina modernidade com um toque de tradicionalismo, refletindo a essência da marca como inovadora, mas com raízes sólidas. O uso do preto como cor primária, aliado ao dourado e ao bege, evoca uma experiência de luxo e conforto, criando uma conexão emocional com um público que valoriza produtos decorativos de alta qualidade. Essa coesão visual garante que a marca Malique se posicione como referência em sofisticação e exclusividade no mercado de decoração sob medida.





TIPOGRAFIA

A tipografia escolhida é moderna, sem serifa, com formas geométricas simples e cortes diagonais sutis, mas carrega também elementos tradicionais:

Elegância e Sofisticação: As linhas finas e precisas sugerem requinte e atenção aos detalhes.

Futurismo e Tradicionalismo: Embora tenha um toque contemporâneo, a solidez das formas geométricas resgata uma sensação de confiabilidade e tradição, mostrando que a marca respeita a herança do design clássico enquanto olha para o futuro.

Flexibilidade e Adaptabilidade: A letra "A" aberta sugere dinamismo e modernidade, reforçando a conexão com soluções decorativas inovadoras.





CORES

(Preto): Associado à sofisticação, luxo e autoridade. O preto evoca exclusividade, seriedade e elegância atemporal, transmitindo a solidez e a liderança da marca Malique.

(Amarelo Dourado): Representa luxo, exclusividade e calor. O dourado sugere realeza e excelência, destacando o posicionamento premium da marca.

(Bege Claro): Traz leveza, conforto e sofisticação. Conecta-se com a proposta de criar ambientes aconchegantes e elegantes.

(Marrom Escuro): Evoca estabilidade, confiabilidade e uma conexão com materiais naturais, como madeira, fortalecendo a ideia de durabilidade e qualidade.





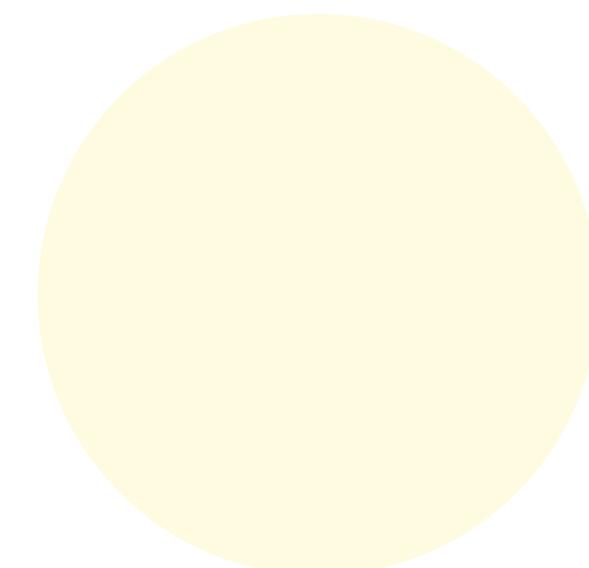
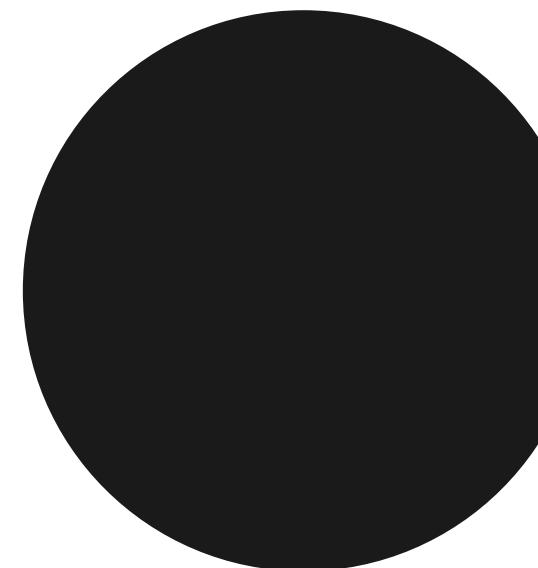
FORMAS

O símbolo da marca é uma junção estilizada das letras "M" e "A" de Malique, que, quando unidas, formam uma coroa minimalista. Essa construção traz significados profundos:

Liderança e Exclusividade: A representação de uma coroa reforça a ideia de realeza, poder e autoridade, conectando-se diretamente ao significado do nome Malique ("Rei").

Minimalismo e Modernidade: A simplicidade das formas geométricas reflete uma estética contemporânea e clean, característica do mercado de decoração.

Simetria e Conexão: A estrutura equilibrada do símbolo transmite estabilidade, confiabilidade e sofisticação.

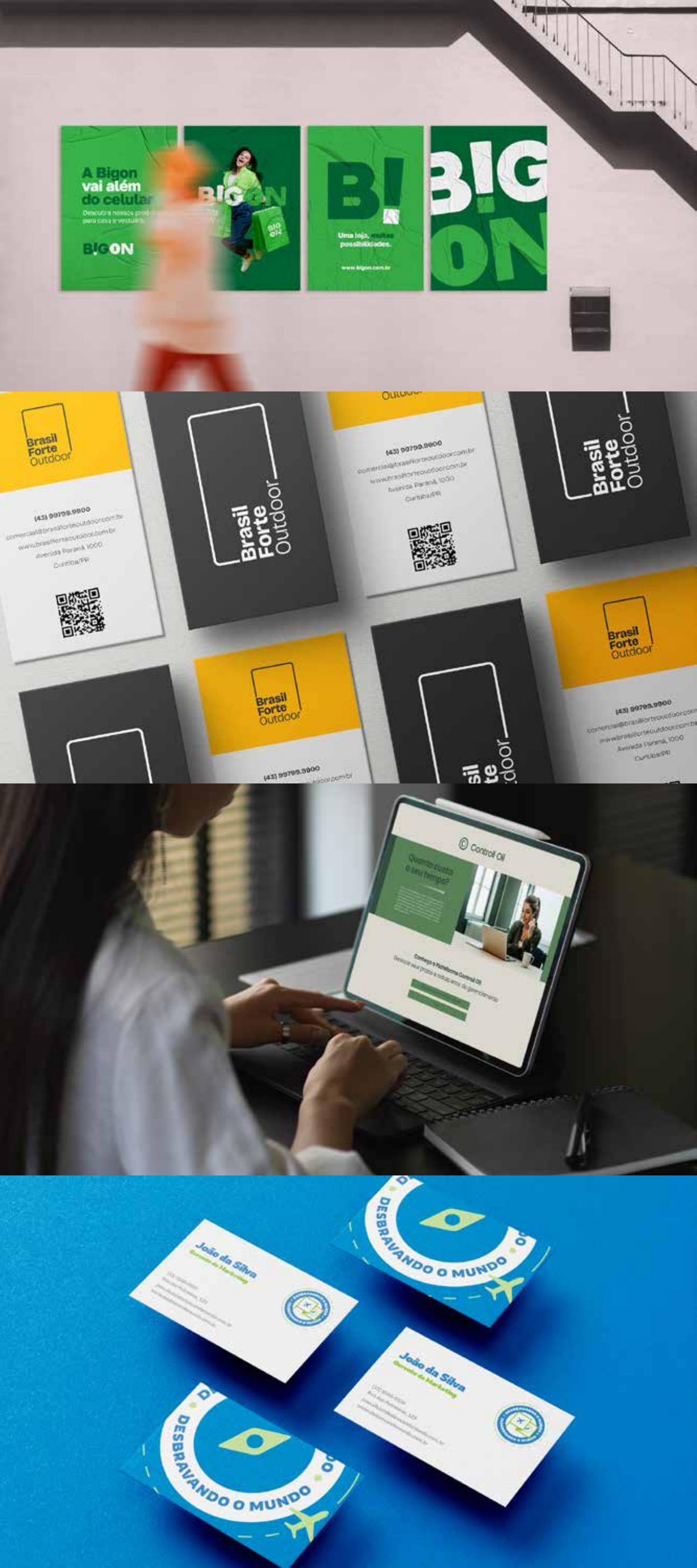


APLICAÇÕES & SUGESTÕES DE USO

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.





Essa é a sua
*mar*ca



MAJUE



+55 (41) 4000-0703
contato@malique.com.br
www.malique.com.br
@maliqueunindo

MLQ



MLIQUE

M

Malique
Moda Masculina
Moda Masculina
Moda Masculina
Moda Masculina



MLQ

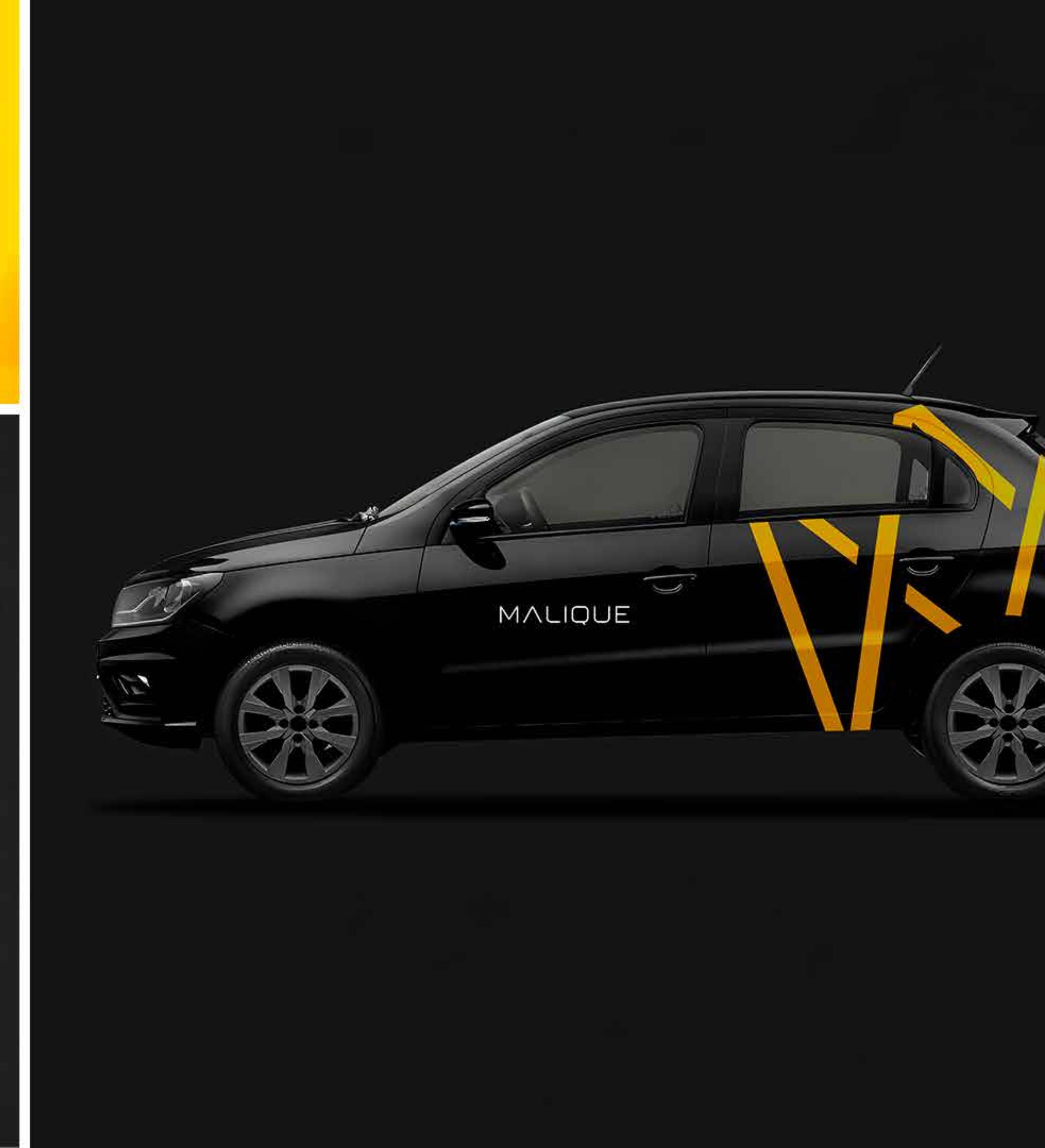


MINIQUE

MINIQUE



ação
edida.



MALIQUE









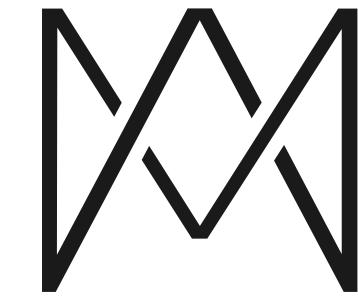
MALIQUE

MALIQUE

Aplicação 1

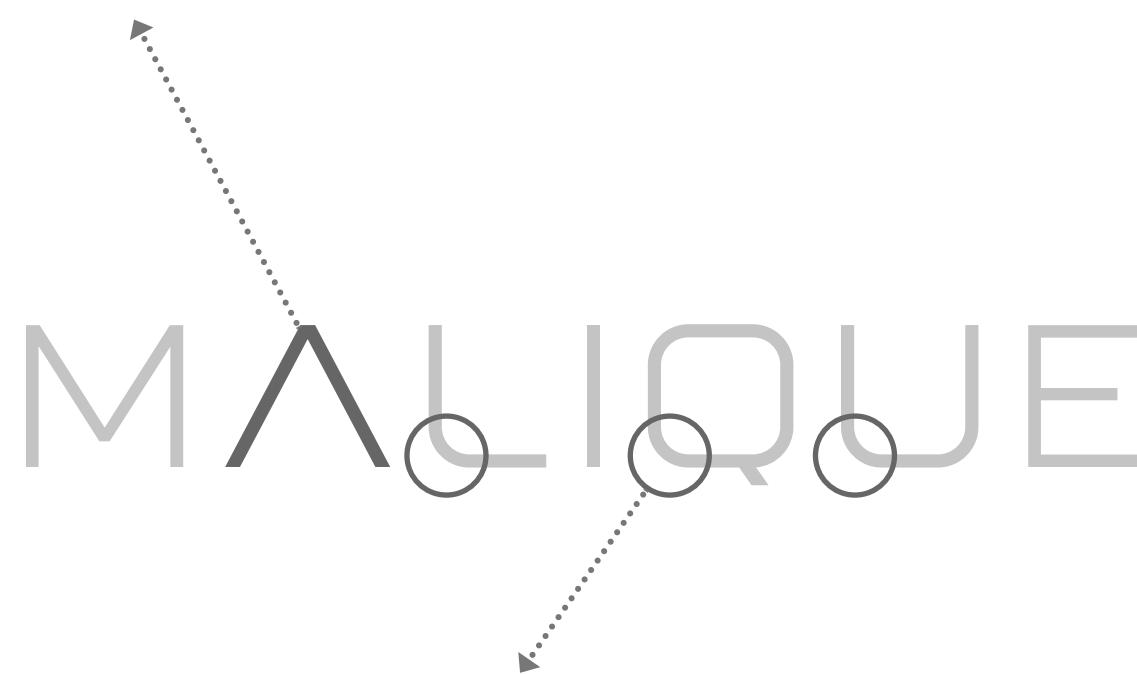
MLQ

Aplicação 2



Aplicação 3

Letra "A" Aberta: A ausência do traço horizontal no "A" cria uma abertura que sugere fluidez, inovação e acessibilidade. Este detalhe sutil diferencia a marca, conferindo-lhe personalidade e facilitando o reconhecimento visual.



Terminações Arredondadas: Embora a estrutura geral seja geométrica, as terminações suavemente arredondadas nas letras trazem um equilíbrio visual, evitando rigidez excessiva. Isso cria uma sensação de acolhimento e sofisticação, reforçando a proposta de exclusividade e conforto.

Embora tenha um toque contemporâneo, a solidez das formas geométricas resgata uma sensação de confiabilidade e tradição.



As letras "M" e "A" de Malique, que, quando unidas, formam uma coroa minimalista.



» A MARCA

APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS

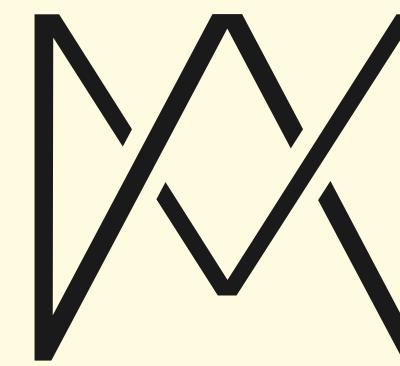
O7

MLQ



MALIQUE

MALIQUE



MLQ



A MARCA

POSITIVO E NEGATIVO

O7



Positivo

MALIQUE

Negativo

MALIQUE



MALIQUE



CORRETO

MALIQUE



FORAM USADAS CORES
NÃO INSTITUCIONAIS

MALIQUE



FOI ALTERADA A PROPORÇÃO
ENTRE OS ELEMENTOS.

MALIQUE



FOI ALTERADA A TIPOGRAFIA

MALIQUE



O LOGO FOI DEFORMADO

MALIQUE



FORAM USADAS CORES SEM
CONTRASTE HARMÔNICO COM O FUNDO



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[®]

Brand
design
studio

Em parceria com

Lemund
marketing