



Essa é a **SUA** identidade visual.

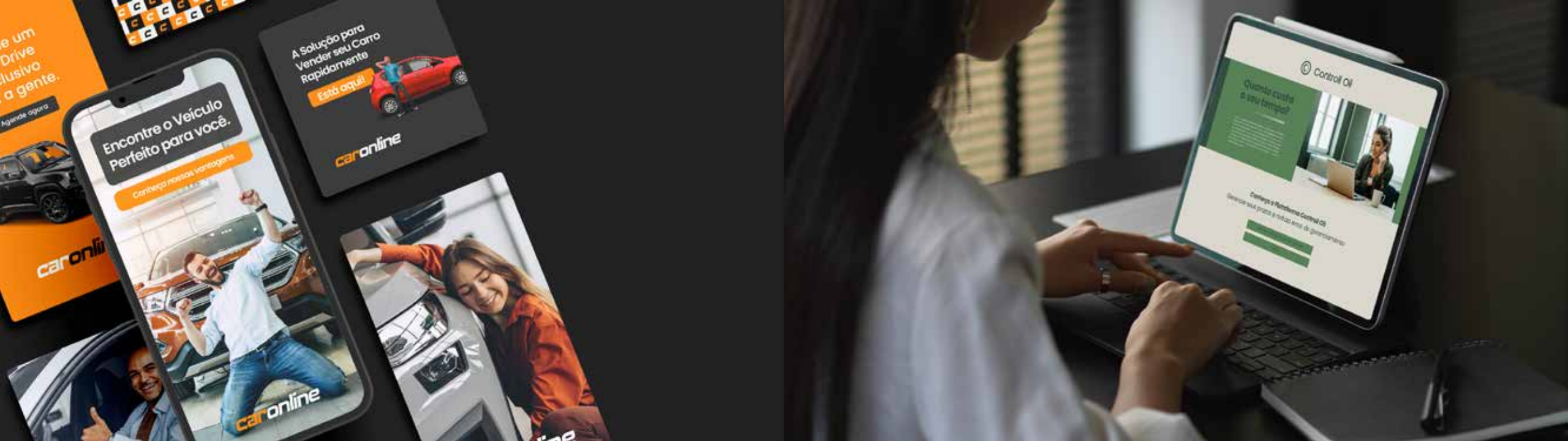
Proposta de Identidade Visual

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, conseqüentemente, a assimilação por parte do público alvo.



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

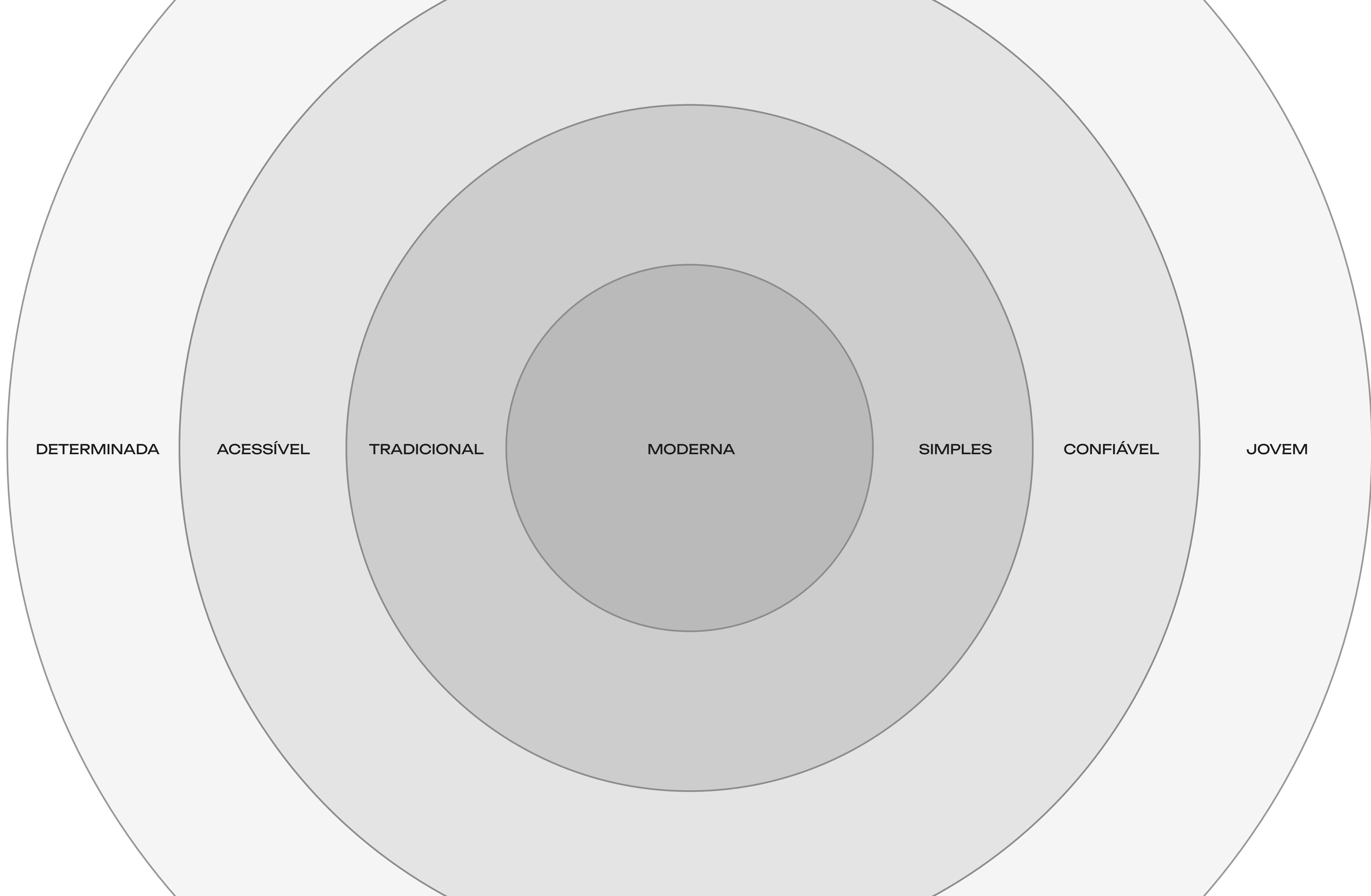
1. PERSONALIDADE
2. CORES
3. TIPOGRAFIA
4. PADRÃO VISUAL
5. FOTOGRAFIA
6. MARCA
7. COMUNICAÇÃO





PERSONALIDADE DA MARCA

01



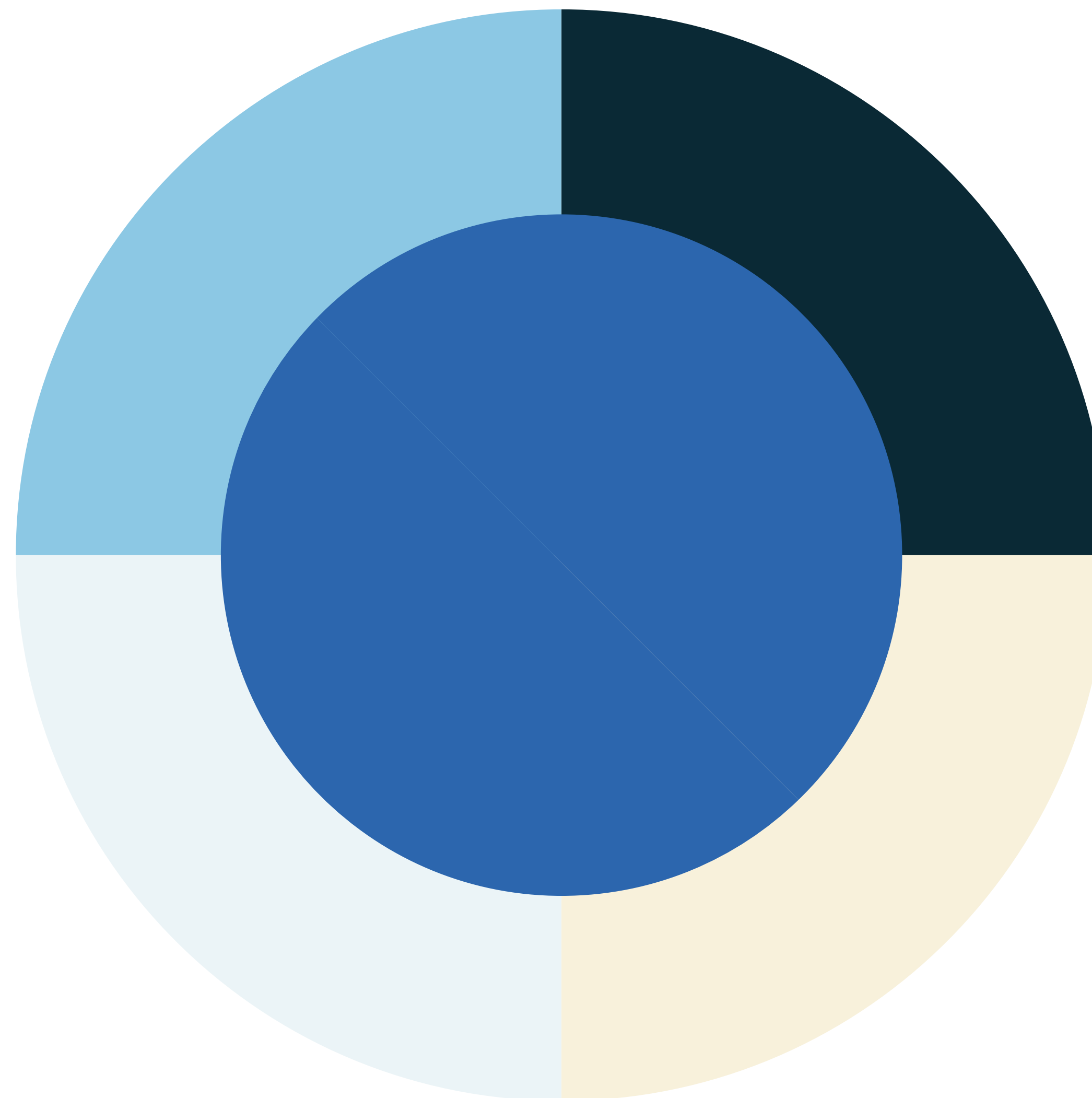


CORES PRIMÁRIAS

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.



0a2935

CMYK: 98, 70, 53, 63

RGB: 10, 41, 53

8ecae6

CMYK: 38, 12, 0, 10

RGB: 142, 202, 230

2c66ae

CMYK: 85, 57, 1, 0

RGB: 44, 102, 174

edf6f9

CMYK: 5, 1, 0, 2

RGB: 237, 246, 249

faf3dd

CMYK: 0, 3, 12, 2

RGB: 250, 243, 221

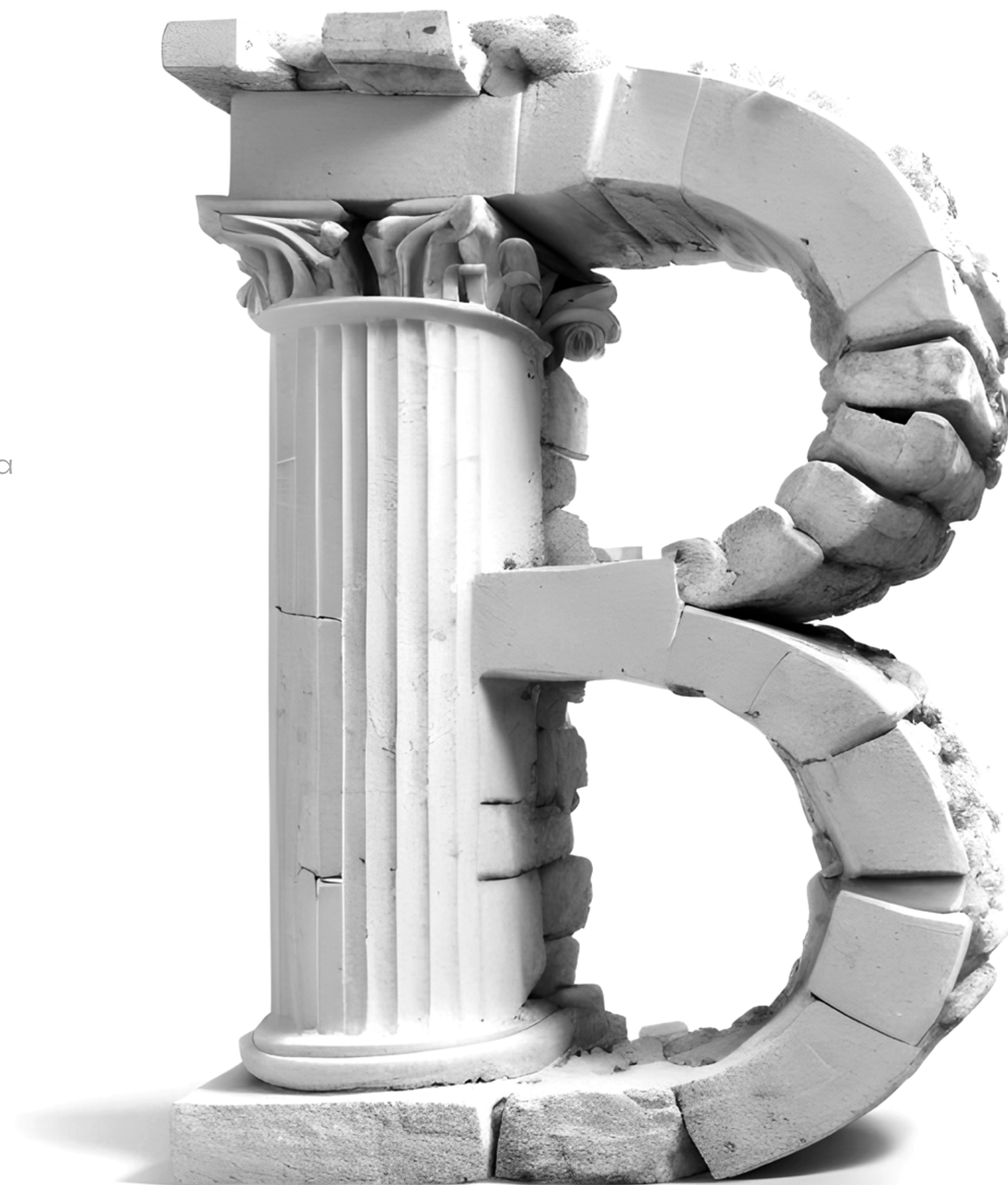


HIERARQUIA TIPOGRÁFICA

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



Archivo

Family font

aA

Minúscula:

Regular:

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Bold:

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Black:

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

Maiúscula:

Regular:

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

Bold:

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ

Black:

ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ



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.



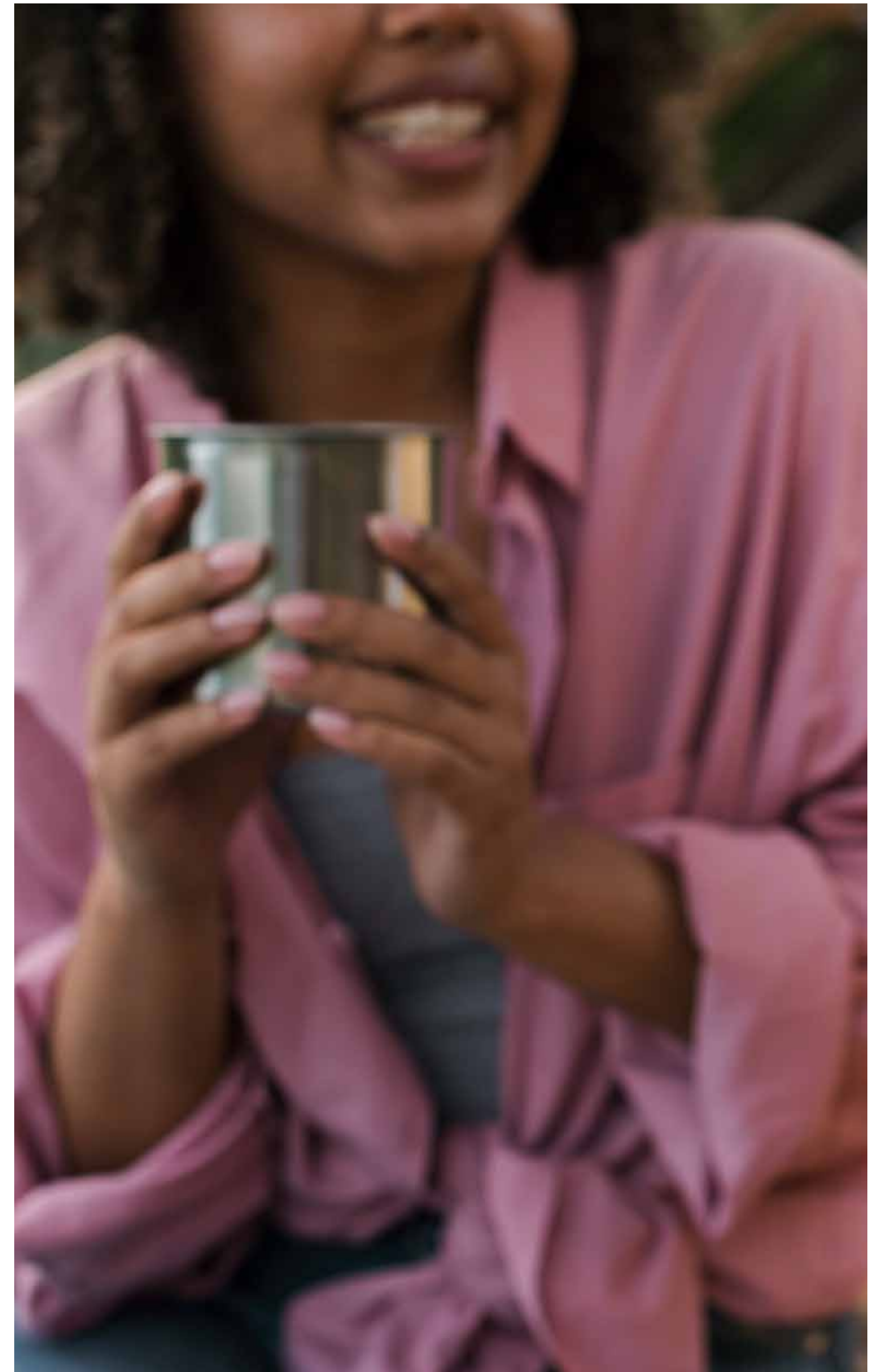


CLICK!

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

O conceito por trás da marca é a união entre simplicidade e sofisticação. As formas sóbrias e retas do isotipo, que solidificam a letra D e o número 2 em um único espaço simbolizam a fusão de ideias e a integração de elementos, refletindo a versatilidade e a capacidade de adaptação da marca às necessidades do mercado.

FORMAS

O isotipo, composto pela letra D e número 2 unificadas em um único bloco e vazado, representa a união entre os fundadores da empresa, Diego e Daniel, e também a conexão que a marca busca estabelecer com seus clientes. As linhas retas do isotipo reforçam a ideia de solidez e profissionalismo, enquanto as terminações arredondadas adicionam um toque de amabilidade e personalidade.



TIPOGRAFIA

A escolha da PT Serif para a tipografia da marca adiciona uma dimensão de elegância e refinamento, complementando perfeitamente o estilo moderno e acolhedor da Emhouse. O uso de caixa alta deixa a marca mais corporativa, tornando-a mais forte e convidativa, enquanto o itálico na palavra "Em" adiciona um toque de dinamismo e movimento. A combinação da serifa moderna com a caixa baixa cria uma identidade tipográfica única e memorável, que se destaca no mercado de móveis planejados.

CORES

As cores escolhidas - o azul e o branco - evocam sentimentos de confiança, serenidade e pureza. O azul transmite estabilidade e confiança, enquanto o branco sugere simplicidade e clareza. Essa combinação cria uma atmosfera de profissionalismo e tranquilidade, reforçando a credibilidade da marca.

Essa é a sua

MARCA

2D BRINDES



Vertical



Horizontal



Redução



2D
BRINDES

2D BRINDES

2D
BRINDES

2D BRINDES

2D

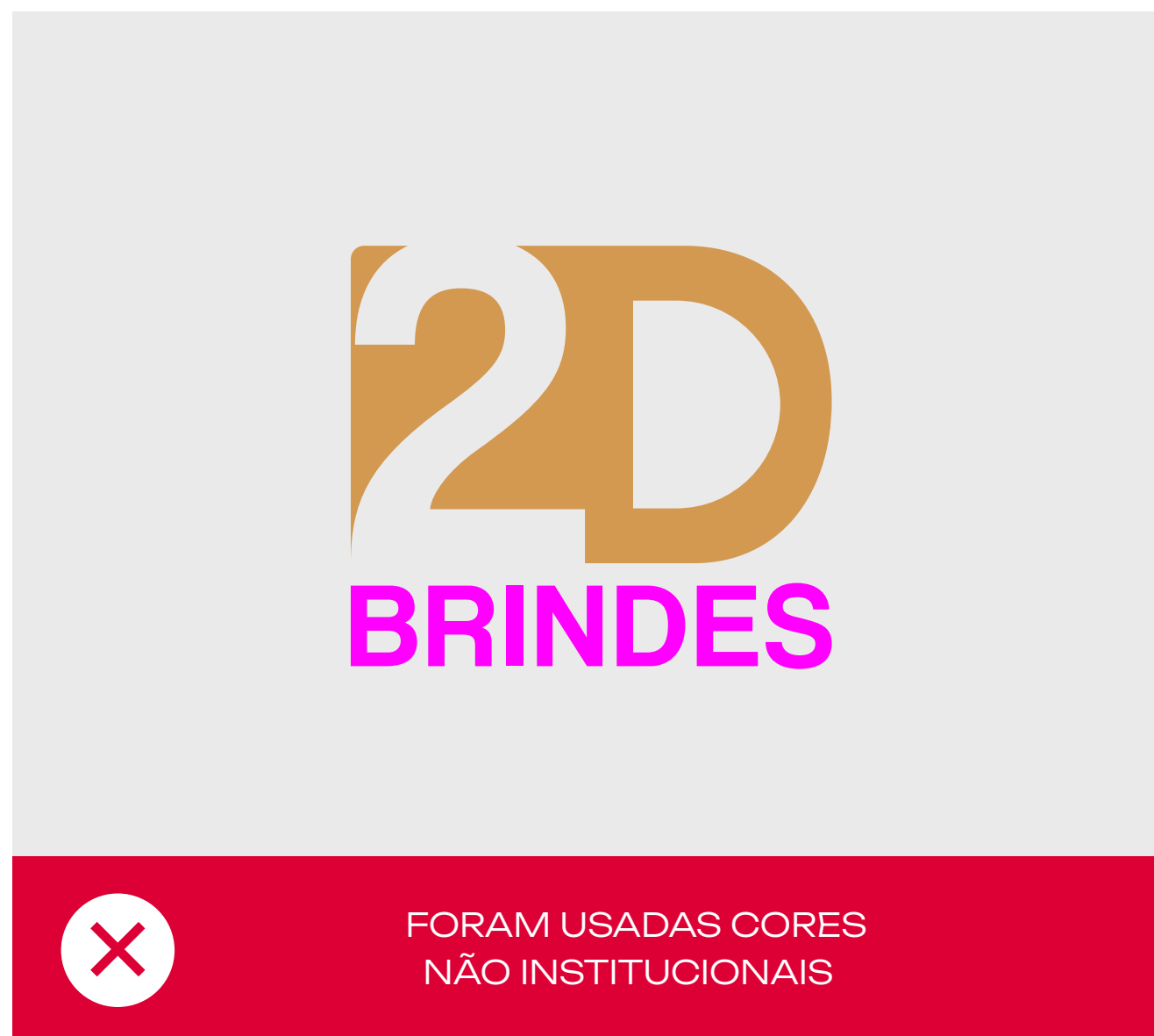
2D



Positivo



Negativo





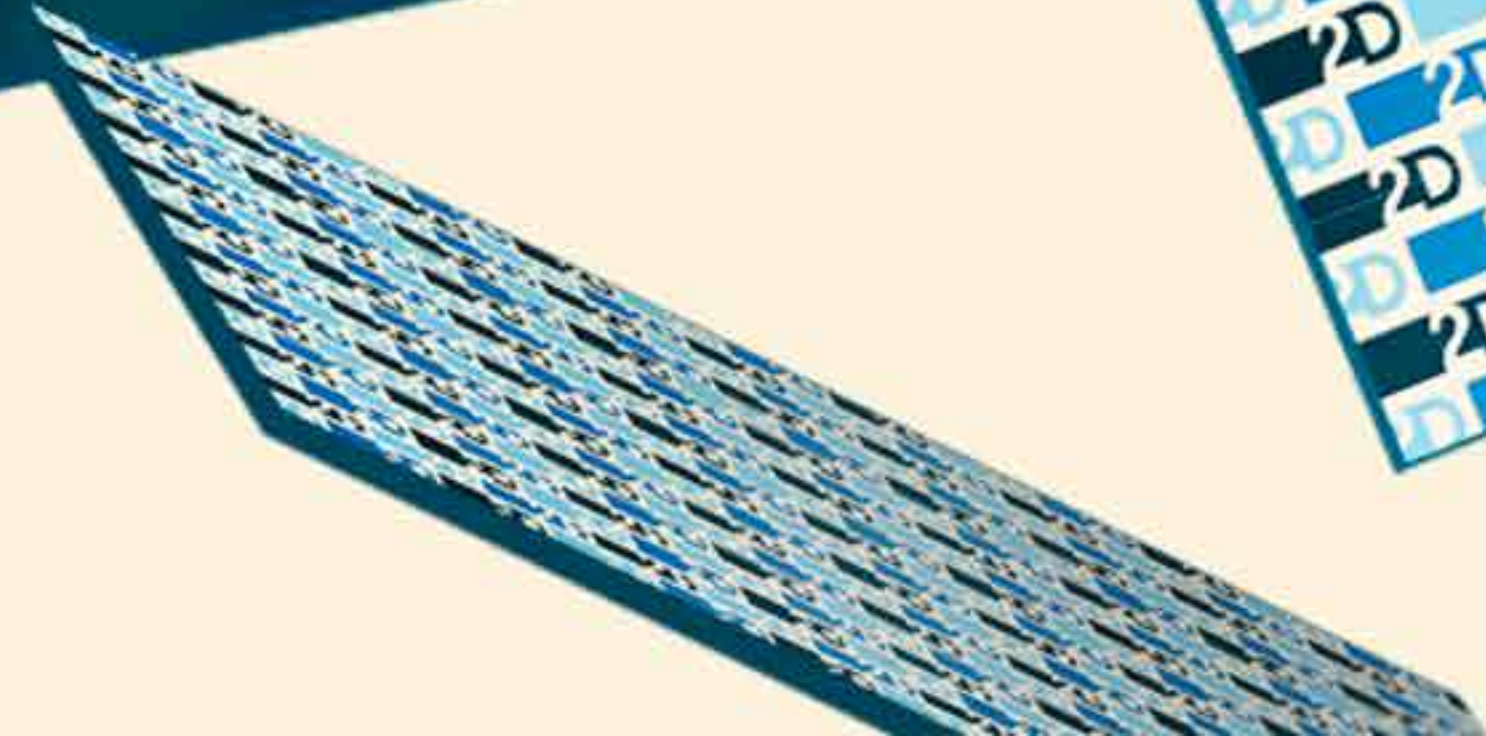
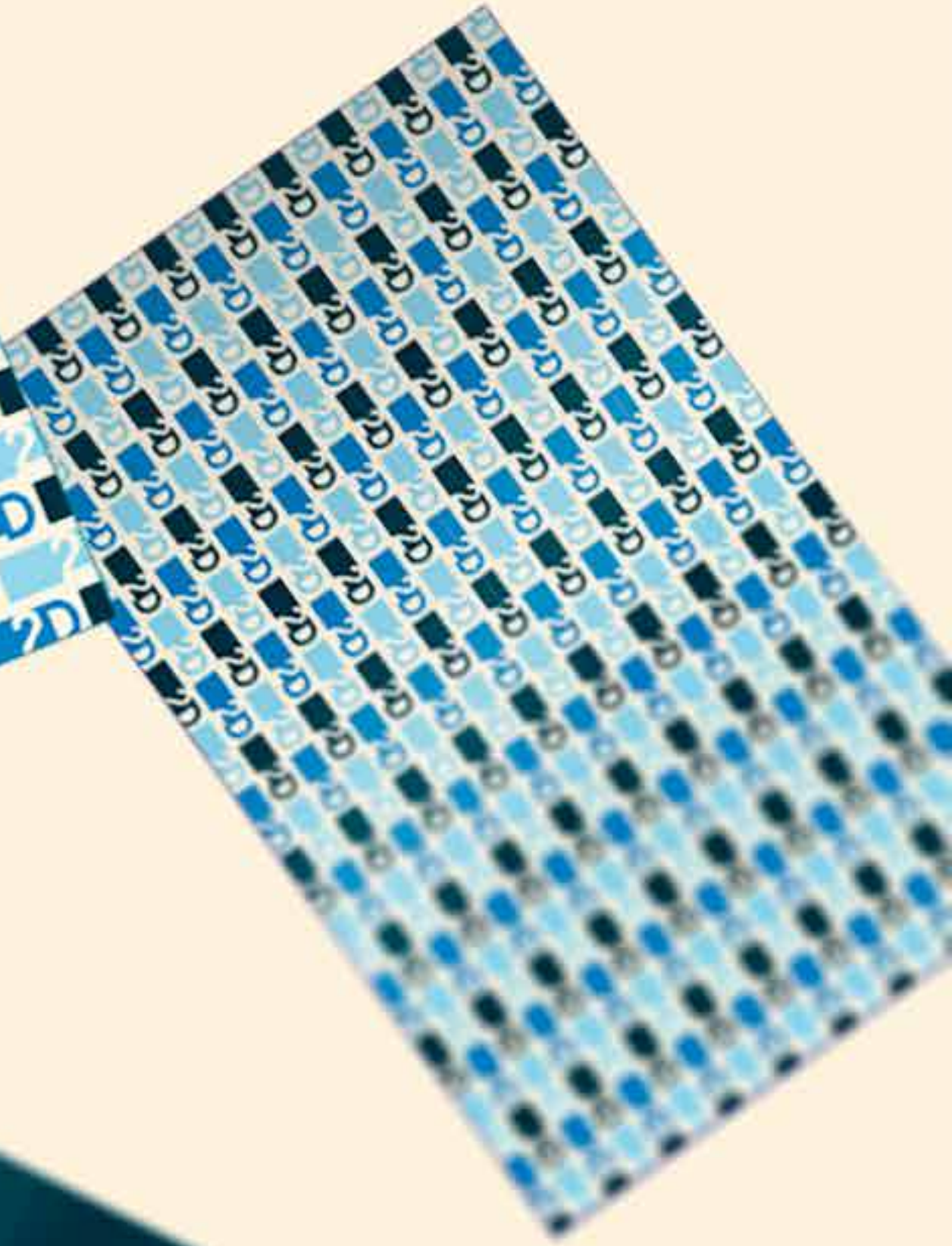
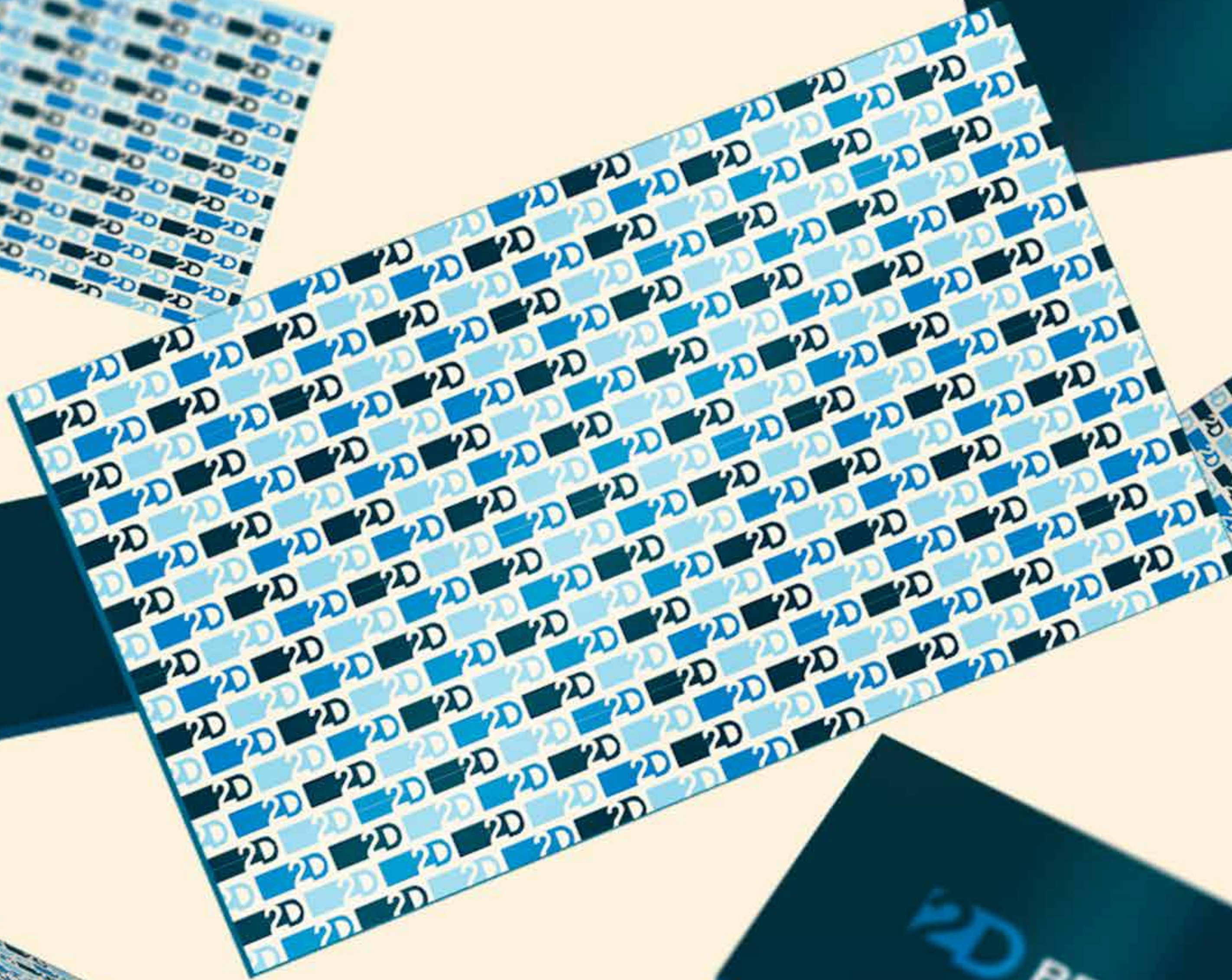
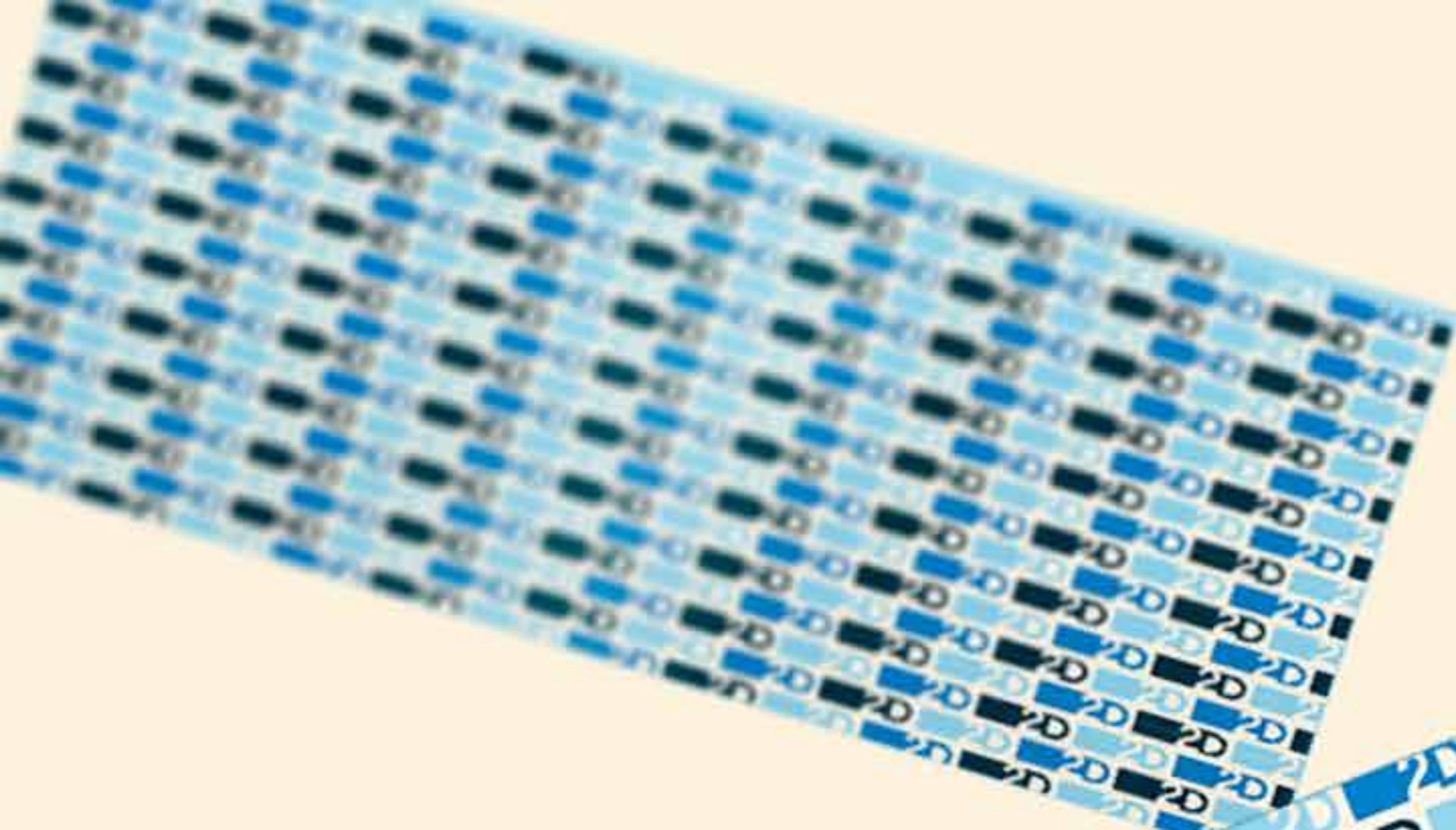
APLICAÇÕES & SUGESTÕES DE USO

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.







www.2dbrindes.com.br













Faça da
sua história
uma lembrança
única.

www.2dbrndes.com.br



Crie memórias
que duram para
sempre.

www.2dbrndes.com.br



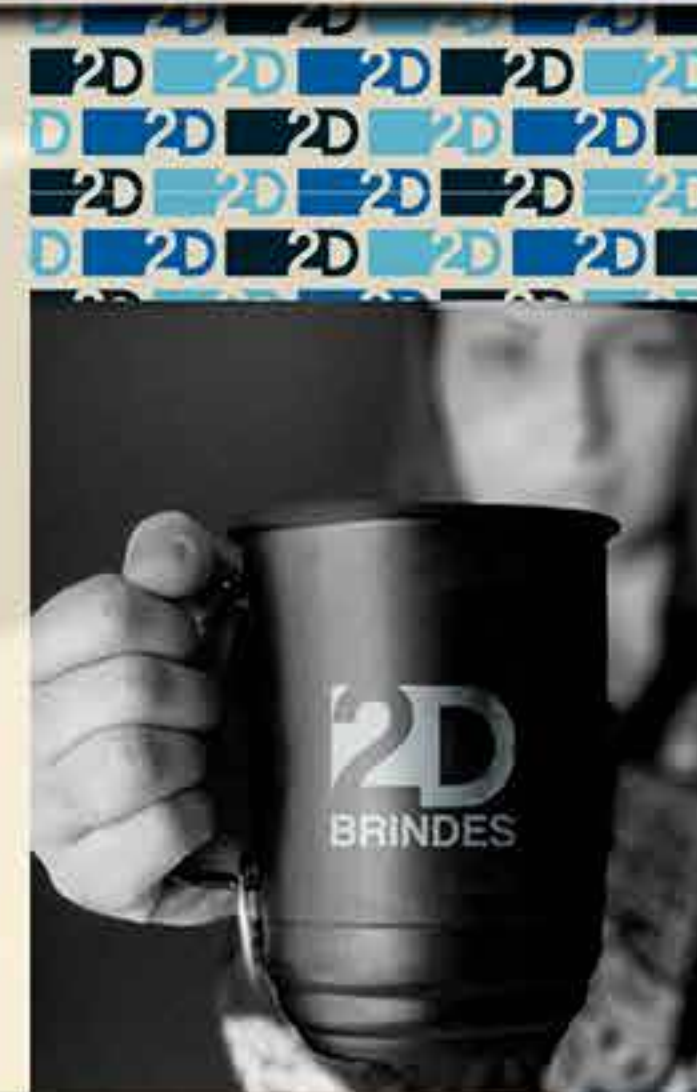




Personalizando a sua história

2D BRINDES

www.2dbrindes.com.br





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