



ELLA

CONCEPT

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

Este guia tem por objetivo orientar tecnicamente a reprodução e as aplicações da marca **ELLA CONCEPT**. A partir das orientações neste documento, é possível desenvolver materiais gráficos consolidando a expressão da marca de maneira uniforme e coerente.

As regras deste guia devem obrigatoriamente ser seguidas e respeitadas. Somente assim estaremos construindo a identidade e o reconhecimento pretendidos para a marca.

O QUE É A MARCA?

Marca é a expressão da cultura, do jeito de ser de uma organização. São experiências construídas junto às pessoas e que refletem uma forma única de se relacionar e de se expressar. Toda marca deve traduzir uma visão de negócio, enquanto o negócio deve entregar a promessa de marca, por meio de seus produtos e formas de se relacionar.





ÍNDICE

1. Marca preferencial	4
2. Marca secundária	5
3. Diagrama construtivo	6
4. Diagrama construtivo 2.....	7
5. Área de não interferência	8
6. Redução máxima.....	9
7. Tipografia	10
8. Padrão cromático	11
9. Paleta de apoio	12
10. Versões monocromáticas	13
11. Positivo e negativo	15
12. Variações do símbolo	16
13. Aplicação sobre fundos coloridos	18
14. Marca aplicada sobre imagens	19
15. Uso incorreto da marca	20
16. Mockups	21

1.MARCA PREFERENCIAL

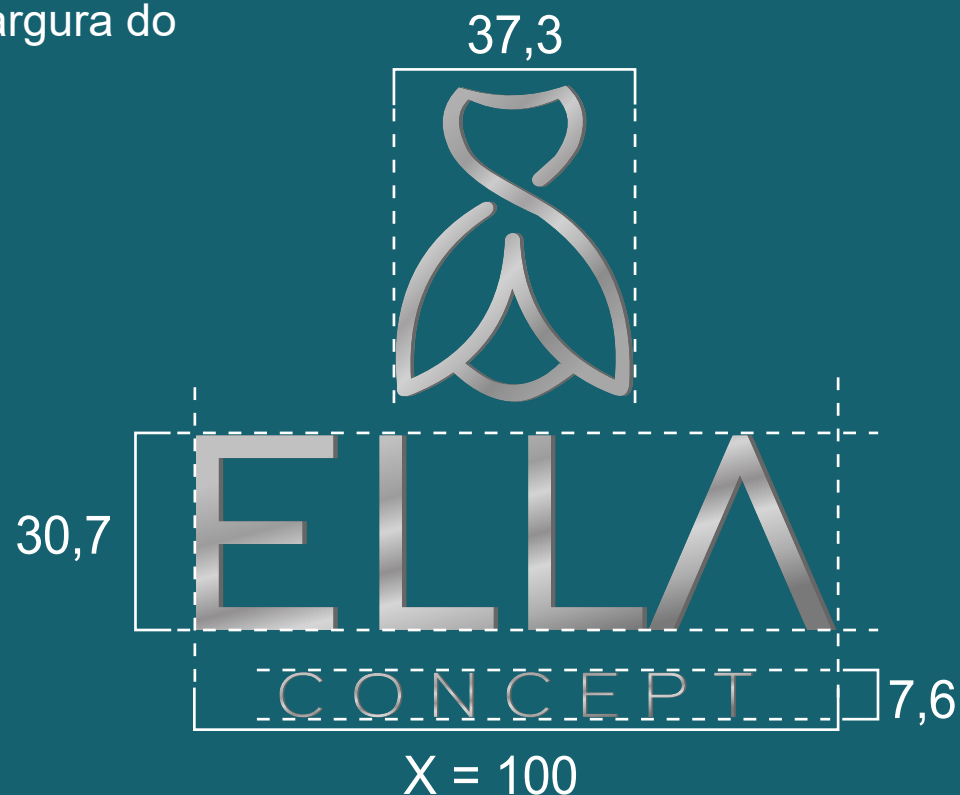


2.MARCA SECUNDÁRIA



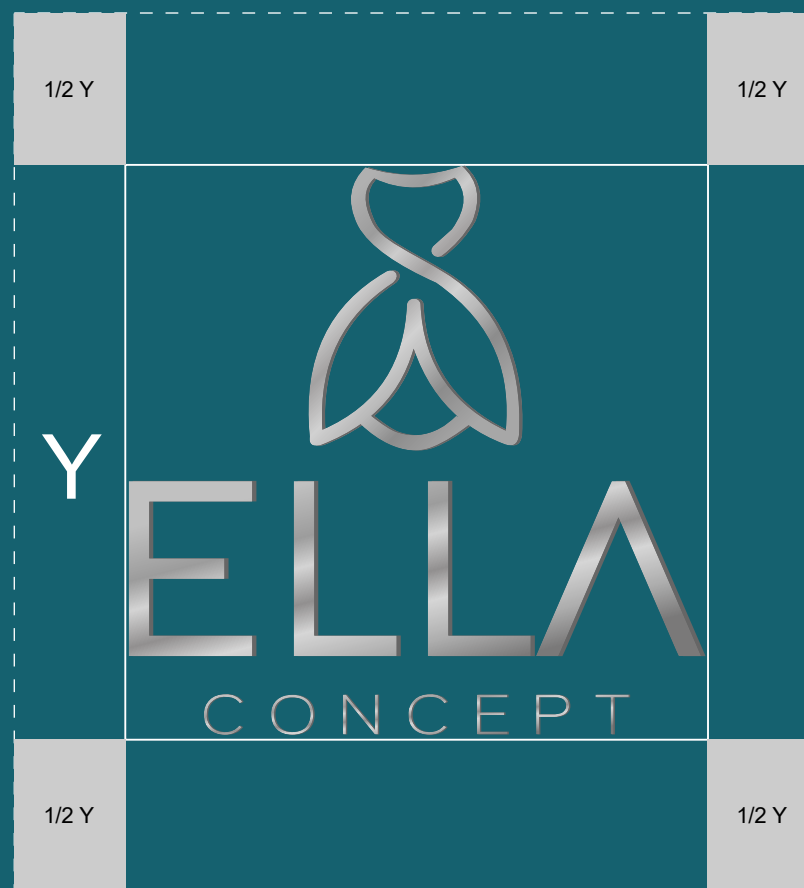
3. DIAGRAMA CONSTRUTIVO

O diagrama construtivo abaixo indica a proporcionalidade dos elementos que compõem a marca. Como conferência, foi atribuído X para a largura do logotipo.



5.ÁREA DE NÃO TRANSFERÊNCIA

A área de não transferência é determinada por $1/2 - Y$ por sua vez equivalente a altura do símbolo que compõe o logotipo. Esta medida deve ser respeitada com o objetivo de preservar a perfeita visualização da marca em qualquer tipo de aplicação.



6. REDUÇÃO MÁXIMA

Para garantir a perfeita leitura da marca, recomenda-se que seja respeitado o limite de redução de até 30mm de largura. Em caso de dúvidas quanto ao tamanho da marca para aplicação desejada, basta imprimir esta página para visualização das proporções.



7.TIPOGRAFIA

A marca ELLA CONCEPT é composta pelas fontes **Adam Bold** e **Walkway Bold**. Já para o uso padrão em materiais relacionados com a marca, sugerimos a família de fontes **Adam** ou a família arial.

Λa
ΛDAM BOLD

abcdefghijklmnopqrstuwxz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789!@#%&()_+~:?,;

Aa
Walkway Bold

abcdefghijklmnopqrstuwxz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789ç!@#%"&()_+~:?,;

Λa
Λdam medium

abcdefghijklmnopqrstuwxz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789 !@#% &()_+~:?,

Aa
Arial

abcdefghijklmnopqrstuwxz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789ç!@#%"&()_+~:?,;



8.PADRÃO CROMÁTICO

Padrão cromático é a definição de um degradê de tons cinzas claros e escuros que compõem a marca.

R21 G97 B111 #15616F
PANTONE 5473 C

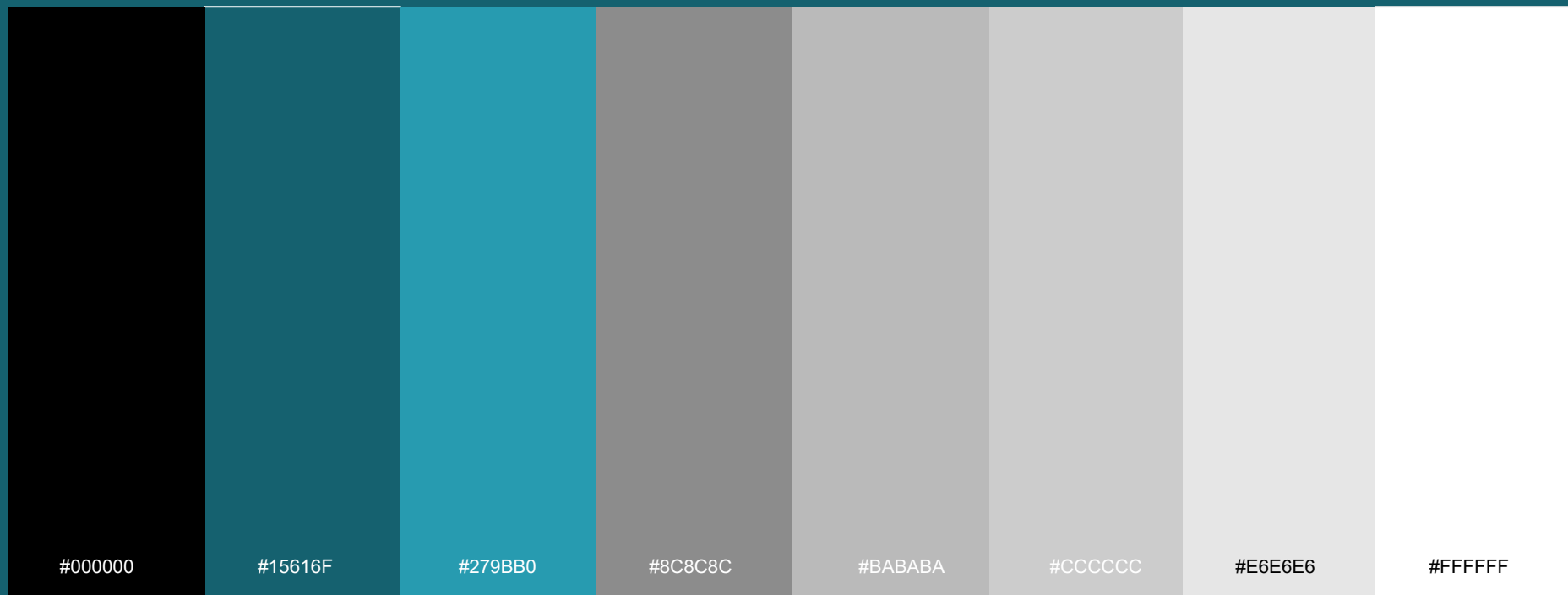


- R176 G176 B176 #B0B0B0
PANTONE 421 C
- R156 G156 B156 #9C9C9C
PANTONE Cool Gray 7 C
- R204 G204 B204 #CCCCCC
PANTONE 420 C
- R209 G209 B209 #D1D1D1
PANTONE 427 C
- R186 G186 B186 #BABABA
PANTONE Cool Gray 4 C
- R140 G140 B140 #8C8C8C
PANTONE Cool Gray 8 C
- R168 G168 B168 #A8A8A8
PANTONE Cool Gray 6 C



9.PALETA DE APOIO

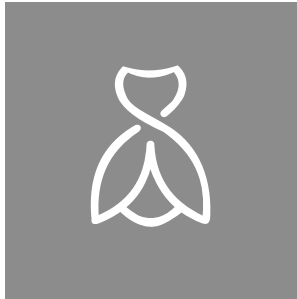
A paleta de apoio foi desenvolvida com o objetivo de complementar a criação das composições de comunicação visual da empresa para que seja utilizada principalmente em mídias digitais.



10.VERSÕES CROMÁTICAS

Na impossibilidade da reprodução da marca na sua versão preferencial, a mesma pode ser reproduzida em monocromia. E caso de aplicação sobre fundos escuros - o branco pode ser utilizado tornando a marca negativa.





R176 G7 B41



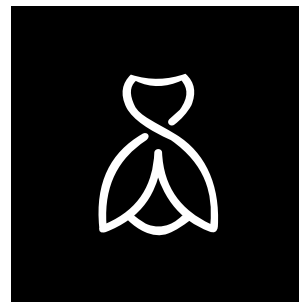
PRETO



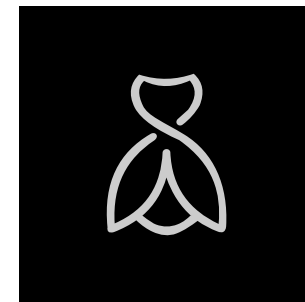
CINZA NEGATIVO



R255 G255 B255



BRANCO



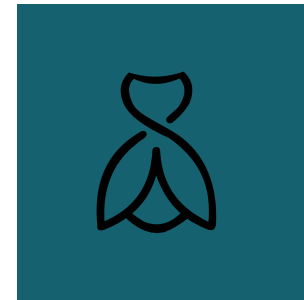
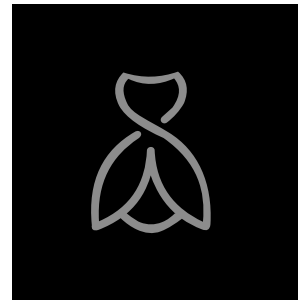
CINZA POSITIVO

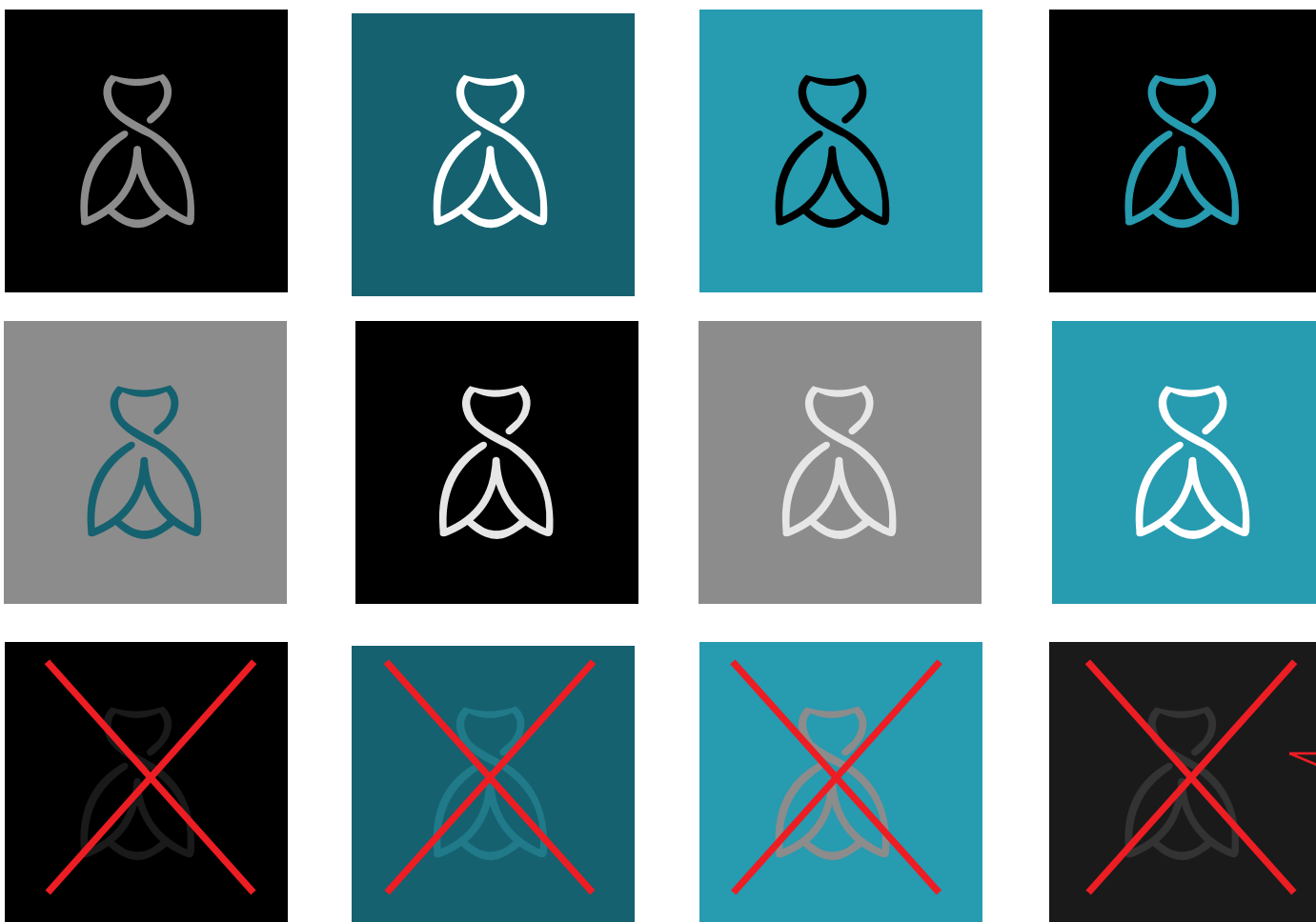
11.POSITIVO E NEGATIVO



12.VARIAÇÕES DO SÍMBOLO

Nem sempre podemos aplicar a marca em condições ideais. Por isso, precisamos prever situações onde o degradê precise ser eliminado, ou seja, suprimir uma das cores. Como o símbolo poderá ser utilizado de forma independente da marca, se faz necessário prever diferentes situações possíveis, sem que o mesmo perca sua identidade.





Aplicações onde o símbolo tenha pouco contrastete, prejudicando a sua identificação devem ser evitadas.

13.APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS ESCUROS OU SOBRE CORES - ONDE DEVERÁ PREVALECER A VERSÃO QUE APRESENTE MELHOR VISIBILIDADE PARA A MARCA.

Exemplos de aplicações da marca sobre fundos escuros ou sobre cores - onde deverá prevalecer a versão que apresente melhor visibilidade para a marca.



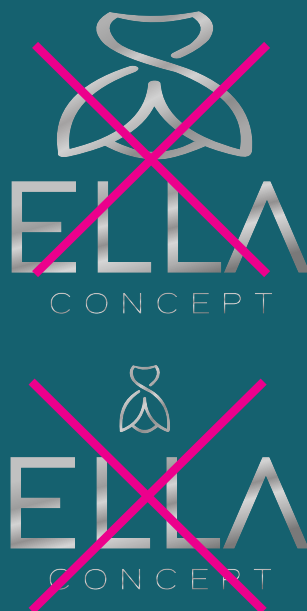
14.MARCA APLICADA SOBRE IMAGENS

A marca pode ser aplicada sobre imagens, desde que sempre sobre áreas chapadas ou onde a sua perfeita visualização seja preservada. Um recurso que pode ser utilizado é a aplicação de um filtro sobre a imagem de modo que a marca possa ser aplicada sem prejuízo.



15.USO INCORRETO DA MARCA

DISTORÇÃO DE
PROPORÇÕES E
FORMATO DA MARCA



APLICAÇÃO EM
“MARCA D’ÁGUA”



ALTERAÇÃO DE CORES,
FORMAS E FONTE DO
LOGOTIPO



16.MOCKUPS



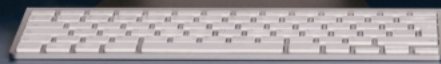
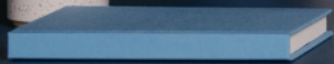








ELLA
CONCEPT





ELLA
CONCEPT





Together we thrive

ELLA
CONCEPT



ELLA
CONCEPT

The image shows a teal-colored book cover with a white logo consisting of a stylized, symmetrical shape resembling a flower or a leaf. Below the logo, the word "ELLA" is printed in a large, bold, sans-serif font, and the word "CONCEPT" is printed in a smaller, all-caps, sans-serif font directly underneath. The book is resting on a grey fabric surface, possibly a sofa or chair, with a dark grey garment featuring orange embroidery visible in the background.









ELLA
CONCEPT





ELLA
CONCEPT











ELLA

CONCEPT




ELLA
CONCEPT





ELLA

CONCEPT



ELLA
CONCEPT



ELLA

CONCEPT

Esclarecimentos adicionais poderão ser obtidos com IDEIALIVRE DESIGN
Telefone 53 99130-2936 ou pelo e-mail: ideialivredesign@gmail.com