

Cobrecom

Guia de branding

e manual de marca



Assim como pedem nossos arquétipos, valores, brand persona e linguagem textual, nossa comunicação visual é

simples. direta. marcante.
adaptável. moderna. firme.



Logotipo

Este é o diagrama de construção da relação horizontal da marca, ele está apresentado neste manual com o objetivo de documentar a sua construção.

Não é necessária a utilização deste diagrama no dia a dia. Para evitar distorções, nunca altere as medidas e proporções.

Para reproduções, online e offline, solicite artes finais com o marketing.

Caracteres próximos conferindo proximidade



fio / cabo elétrico, representando o que a marca vende

Área de Proteção

Cuidados devem ser tomados para assegurar a legibilidade e a integridade do logotipo. A proximidade de outros elementos significativos pode reduzir o impacto visual da marca.



Redução Máxima

Para que a marca não perca a sua legibilidade, é fundamental respeitar a sua redução máxima. Ao lado são sugeridas as dimensões mínimas para assinatura da marca nos processos de impressão offset e digital.



200px / 30mm

Para peças digitais o tamanho mínimo é de **200x37px**.

Para peças impressas o tamanho mínimo é de **30x5,5mm**.

Variações

O logotipo também possui as versões para aplicação em fundo com cores: preto, branco e colorido. Redução do logo com a tagline é de 5cm proporcional.

Importante:

Priorize sempre o uso da versão em cores do logotipo, utilizando as outras versões apenas quando o fundo prejudicar a leitura do mesmo em suas cores principais.



Cobrecom



Cobrecom



Cobrecom



Cobrecom



Cobrecom

Utilização Indevida

Alteração dos elementos e veiculação sobre fundos que não garantam um bom contraste, entre outros casos, caracterizam o uso incorreto da marca.

O logotipo não deve ser aplicado como marca d'água, tampouco pode ser distorcido ou invertido. O espaço entre os caracteres tipográficos deve permanecer inalterado em todas as aplicações.

Transformação
desproporcional



Logo invertido
ou rotacionado



Logo Cortado



Logotipo em
opacidade reduzida



Área de
segurança violada



Fundo que
prejudica a leitura



Sobreposição



Alteração de cores



Tipografia

Aa

Arial é uma família tipográfica tradicional que é comum e está presente no dia a dia de muita gente. Essa característica serve tanto para reforçar o arquétipo da marca quanto para evitar problemas internos com padrões e arquivos.

Títulos:
Arial
Black

**Eu sou
um Título**

Subtítulos:
Arial
Bold

40% menor
que o título

Eu sou um subtítulo

Texto corrido:
Arial
Regular

60% menor
que o título

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc vel mauris finibus, iaculis diam eu, pharetra nibh. Aliquam eget tempus orci. Pellentesque et dapibus nisi. Phasellus scelerisque urna et velit ornare, id hendrerit arcu faucibus.

Cores Institucionais

Por definição, os tons institucionais são estabelecidos para a padronização da identidade corporativa. As porcentagens indicadas em CMYK são válidas para impressão offset quadricrômica ou digital em escala europa. Para mídia digital, consideram-se as referências RGB e Hexadecimal.

A escala Pantone na versão Coated (C) deve ser utilizada como referência, quando possível, na escolha de cores por aproximação visual.

Azul Cobrecom **Solidez / Sobriedade**

#1a1b3a
R: 26 G: 27 B: 58
C: 100 M: 94 Y: 40 K: 56

Amarelo Cobrecom **Contraste / Destaque**

#f5d900
R: 245 G: 217 B: 0
C: 7 M: 10 Y: 93 K: 0

Azul **Confiança**

#0038ab
R: 0 G: 56 B: 171
C: 98 M: 79 Y: 0 K: 0

Paleta complementar

A paleta secundária pode ser utilizada como apoio na criação de materiais diversos, diferenciação de modalidades, camisetas promocionais, entre outros, com o intuito de promover variações sem comprometer a identidade da marca. As porcentagens indicadas em CMYK são válidas para impressão offset quadricrômica ou digital em escala europeia. Para mídia digital, devem ser consideradas as referências RGB e Hexadecimal.

A escala Pantone na versão Coated (C) deve ser utilizada como referência na escolha de cores por aproximação visual.

Azul tranquilidade

#43a4dc
R: 67 G: 164 B: 220
C: 69 M: 20 Y: 0 K: 0

Ouro Valor / Variação

#e69900
R: 230 G: 153 B: 0
C: 9 M: 44 Y: 100 K: 1

Laranja energia e proximidade

#e9511d
R: 233 G: 81 B: 29
C: 0 M: 79 Y: 94 K: 0

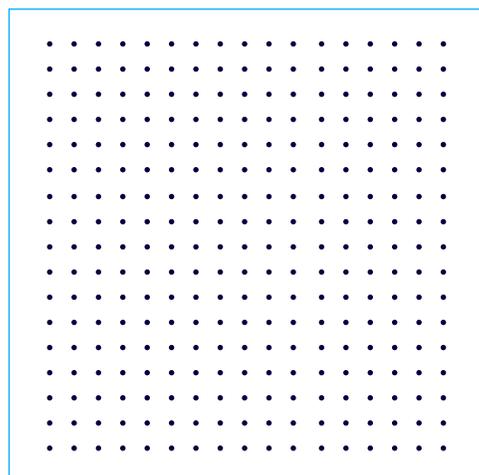
Cobre degradê



#f3d1bc #801a00 #e09355

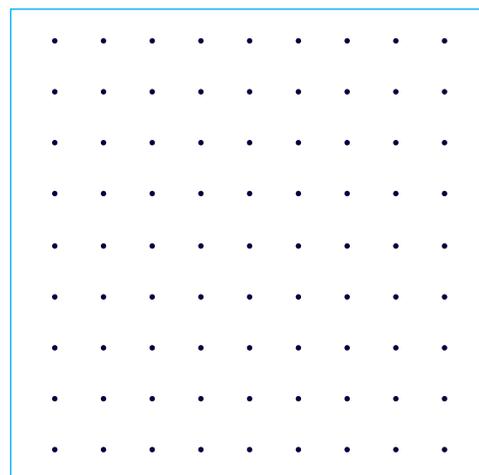
Pattern

O pattern da marca é diretamente inspirado um elemento que está no cotidiano do seu público dando suporte para ferramentas e produtos. Os “furinhos” são simples e geram identificação. Por isso criamos duas variações de pattern:



VERSÃO PADRÃO

Priorizar o uso dessa versão sempre que possível.



VERSÃO ESPAÇADA

Com menor quantidade de “furos” para otimizar a leitura em peças que necessitem de elementos mais sutis de composição.

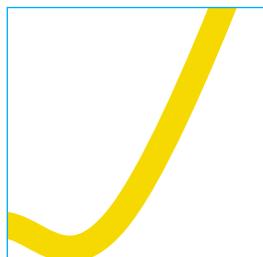
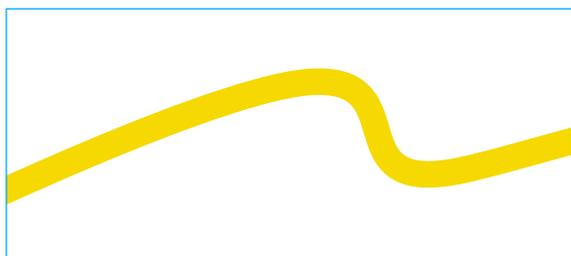


Utilização

Os padrões devem ser sempre utilizados como um detalhe sutil em qualquer peça, podendo ou não cobrir toda a superfície do plano de fundo da peça em questão.

Grafismo

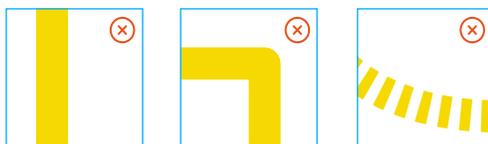
O grafismo principal da marca é a linha que representa seu produto principal em movimento levando dinamismo e energia para o mercado. Não há uma forma única para aplicação da linha, podendo ser desenhada livremente, mas há algumas regras que precisamos seguir.



01

A forma

Sempre que este elemento for aplicado a sua forma deve ser orgânica e curva, afim de transmitir movimento, energia e leveza. **Linhas retas, com dobras duras ou não contínuas não devem ser utilizadas para não descaracterizar a marca.**



04

Proporção

Como se trata de uma forma em contorno é necessário seguir um padrão de acordo com as dimensões de cada peça, visando sempre manter uma proporção coesa da espessura da linha.

Para as dimensões acima em peças com 72ppi de resolução usar uma espessura de 50px. Em peças menores desconsiderar o uso deste grafismo

Para as dimensões acima em peças com 300ppi de resolução usar uma espessura de 150px. Em peças menores seguir o padrão de 70px.

02

Cores

Sempre que possível utilizar a forma da com alguma das cores paleta institucional aplicada independentemente da cor do fundo em que estiver aplicada. O branco também pode ser utilizado como cor neutra na forma

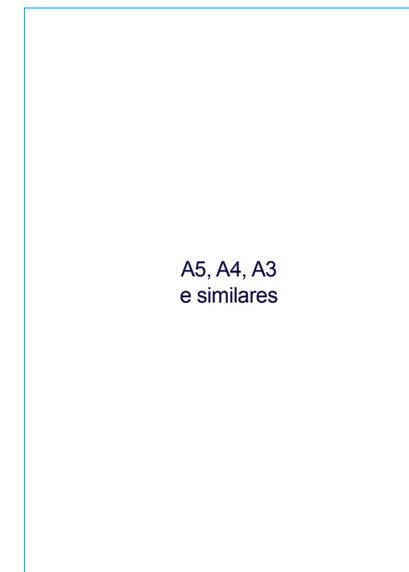


WEB E DIGITAL

03

Sobreposição

Nunca aplicar a forma sob o logo ou sob uma informação relevante na peça com peso de texto corrido ou subtítulo. Em caso de aplicação sob títulos **não utilize a mesma cor do texto.**



IMPRESSOS



Fale com a gente

☎ (11)2118-3200

f /cobrecom

🌐 www.cobrecom.com.br

Nossas unidades

Unidade Itu/SP

Av. Primo Schincariol, 670
Itu/SP - CEP 13312-250

Unidade Três Lagoas/MS

Av. Dois, esquina com Av. Cinco s/n
Três Lagoas/MS - CEP 79601-970

Guia desenvolvido por: **Duovozz Inteligência**

Em caso de dúvidas, necessidade de ajustes ou alterações,
entre em contato pelo e-mail: contato@duovozz.com.br