



**incesa**

IDENTIDADE VISUAL

Guia de identidade visual da marca



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

# 1 IDENTIDADE VISUAL

Um sistema visual bem estruturado é um dos pontos-chave para o reconhecimento de uma marca.

Seu uso correto fornece bases para a pregnância e a unicidade entre pontos de contato da marca com seus públicos de interesse.

- 1 LOGO
- 2 PALETA DE CORES
- 3 TIPOGRAFIA
- 4 APOIO VISUAL

## 1.1.1. Logo

O logo da Incesa transmite confiança e modernidade, assim como a essência de seus produtos, cujo o compromisso é com a alta qualidade e custo-benefício.



incesa

## 1.1.2. Malha de construção

A proporção torna o símbolo da Incesa equilibrado e agradável esteticamente. Além disso, contribui para a legibilidade em diferentes tamanhos e suportes.

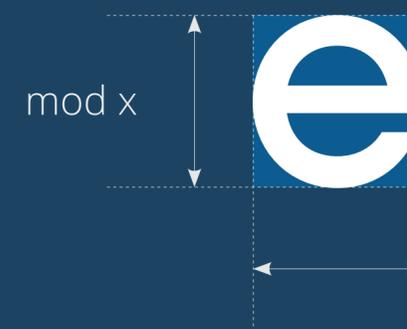
- ⚠ Nunca modifique as proporções estabelecidas.  
Utilize sempre os originais eletrônicos.



### 1.1.3. Área de proteção

Para proporcionar harmonia visual, é preciso respeitar uma área de respiro entre a marca e outros elementos que porventura estejam contidos na aplicação.

Para o logo da Incesa, a distância mínima exigida é correspondente à da altura da letra E, conforme exemplo ao lado.



## 1.1.4. Redução

A dimensão mínima permitida preserva a legibilidade da marca, independentemente do meio de reprodução.

Para o logo da Incesa, a referência é sempre a altura total da composição.

0,5 cm / 15 px

0,35 cm / 10 px

## 1.1.5. Usos incorretos

A parametrização das aplicações do logo visa homogeneizar os usos, reforçando a pregnância da marca.



Utilize sempre os originais eletrônicos.

Não deslocar a posição dos elementos.

Não alterar a proporção dos elementos.

Não rotacionar os elementos.

Não distorcer a proporção geral do logo.

Não alterar as cores da marca fora das orientações desse manual.

Não aplicar sobre fundos com pouco contraste.

## 1.2.1. Cores institucionais

As cores institucionais são as cores base da identidade visual da marca, presentes no logo e que são prioritariamente aplicadas em materiais de cunho institucional. Elas não podem ser alteradas como cores institucionais, mas para variação de materiais, poderão ser utilizadas as cores da paleta auxiliar.



Atenção ao contraste nas peças de comunicação.

PANTONE	7693 C
RGB	12 71 114
CMYK	97 68 27 21

- 5%

+ 5%

## 1.2.2. Cores auxiliares

As cores auxiliares são suporte para as composições e peças de comunicação da Incesa.

PANTONE	660 C
RGB	0 112 186
CMYK	90 50 0 0

PANTONE	2995 C
RGB	41 171 227
CMYK	70 13 0 0

PANTONE	Cool Gray 1 C
RGB	232 232 232
CMYK	10 10 10 0

PANTONE	429 C
RGB	169 169 176
CMYK	5 0 0 100

### 1.2.3. Aplicações

O logo da Incesa deve ser aplicado tendo em vista a legibilidade e o contraste com o fundo. A aplicação preferencial é seguindo as cores institucionais azul escuro ou branca. Contudo, também é possível aplicá-la sobre fundos com outras cores, desde que se mantenha o contraste. Em situações com muitas informações de cor, recomenda-se a versão monocromática da marca.

incesa

incesa

incesa

incesa

### 1.3.1. Tipografia

A tipografia institucional identifica e unifica visualmente todos os pontos de contato textuais da marca.



# Porcelanatos retificados

01

Com a missão de produzir revestimentos primorosos capazes de transformar sonhos em ambientes encantadores, entregamos uma linha de produtos completa, capaz de atender todos os estilos.

SILVER HD 58x58

incesa

Faktum é uma exploração do gênero geométrico sem serifas, inspirado na arquitetura moderna e no design de interiores de meados do século XXI. Especialmente a combinação de linhas claras, curvas orgânicas e formas simétricas, apresentando uma ampla variedade de caracteres alternativos e recursos de opentype, como ligaduras, formas sensíveis a maiúsculas e minúsculas, conjuntos de números diferentes e muito mais. Devido às suas linhas limpas e estrutura ligeiramente orgânica, Faktum funciona muito bem em vários tamanhos e ambientes, funcionando tanto como uma fonte de apoio restrita em parágrafos longos, quanto como ator principal em títulos poderosos.

# Faktum

## TÍTULOS E TEXTOS

8 pesos diferentes e versões alternativas.

Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa Aa

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

fi y ! J f u

## 1.4.1. Iconografia

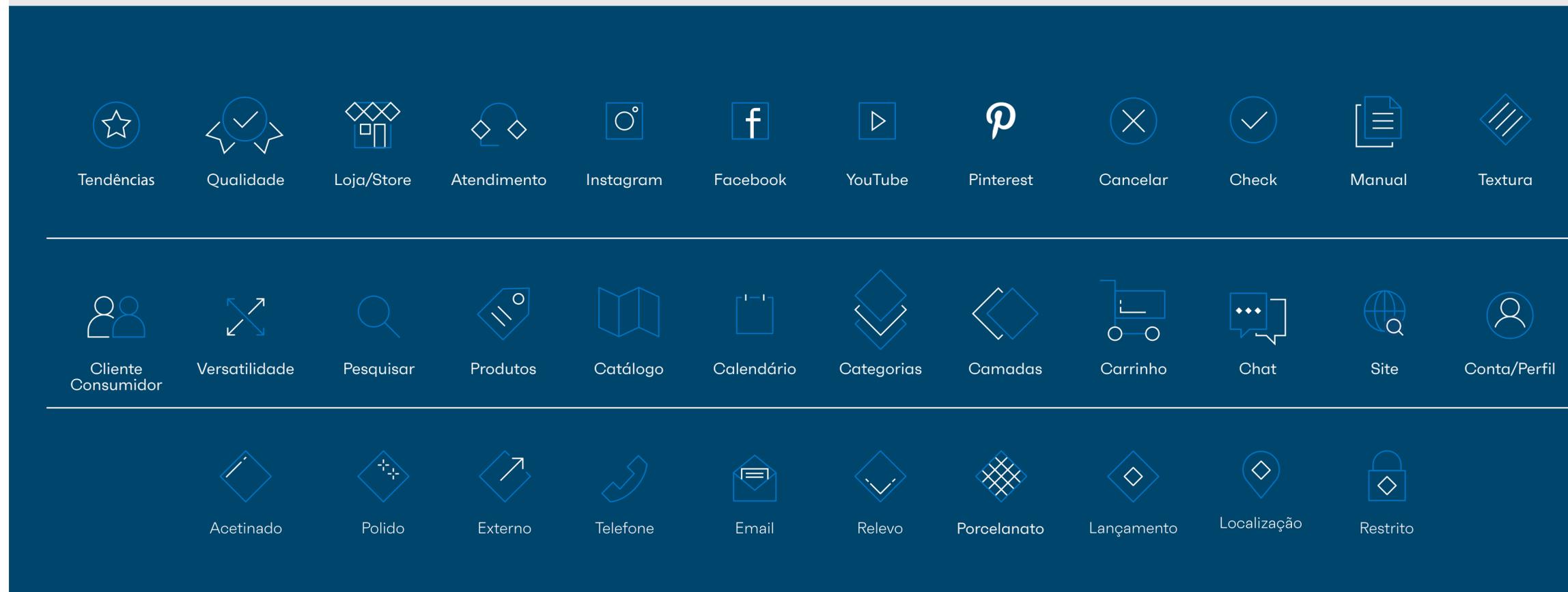
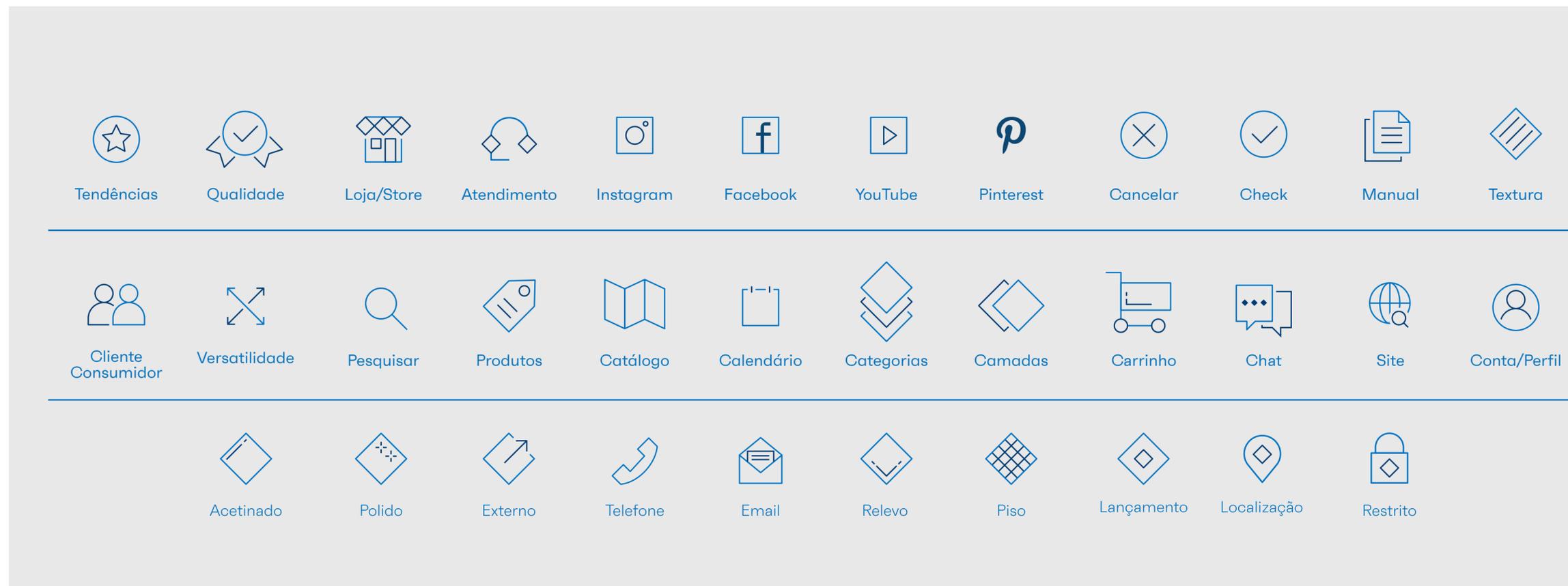
A família iconográfica compreende um conjunto de metáforas visuais que transmitem informações rápidas e pontuais. Em sua construção, precisam transmitir simplicidade, objetividade e consistência. Elementos como espessura das linhas, cantos retos e quebras devem se repetir em todos os desenhos.

Os ícones devem ser construídos tendo em vista o mínimo de formas necessárias para transmitir a informação.

É imprescindível seguir as regras de construção para manter a harmonia entre os ícones.

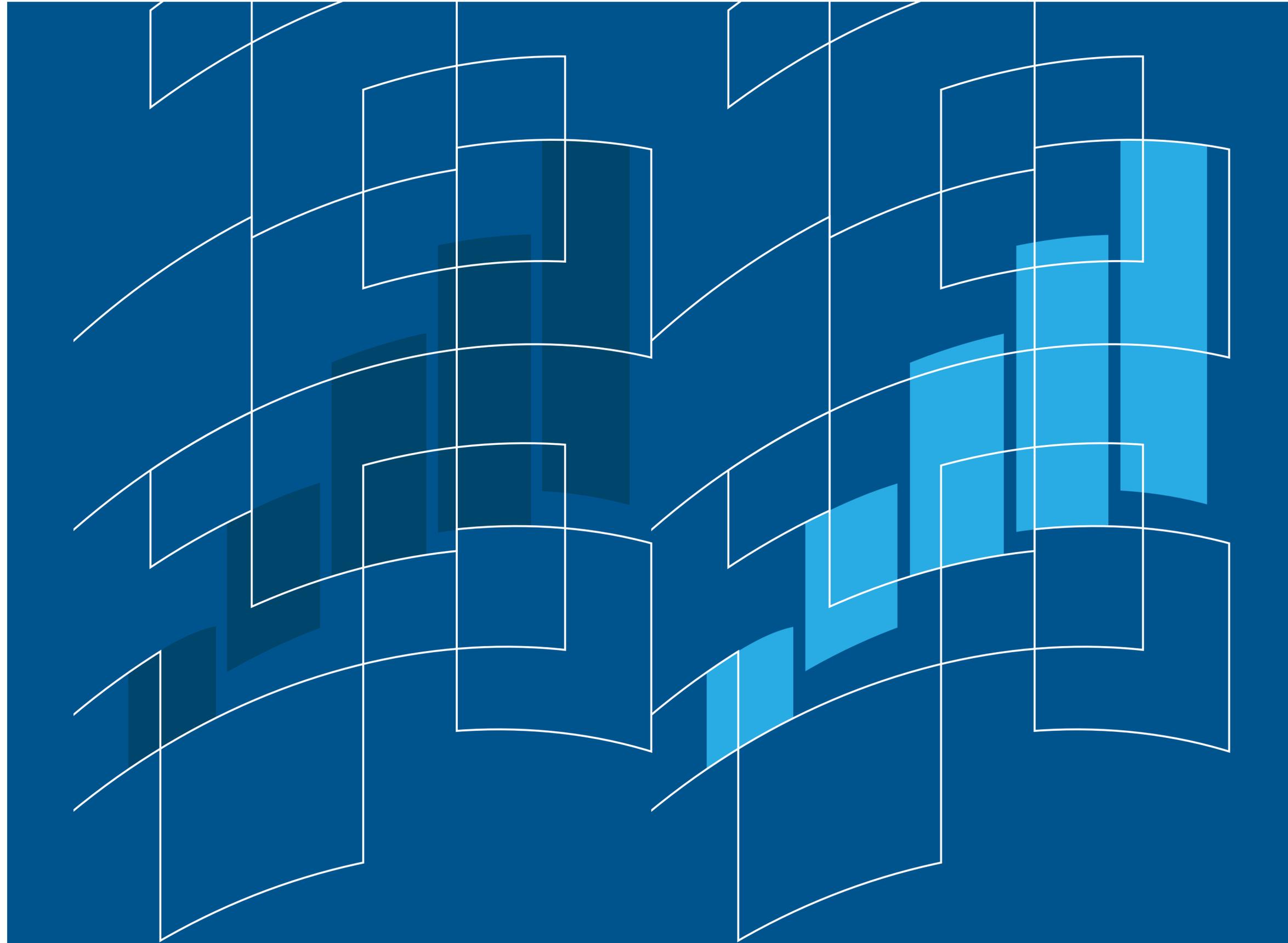


Os ícones não devem ser usados em tamanhos menores que 0,5 cm ou 20 px.



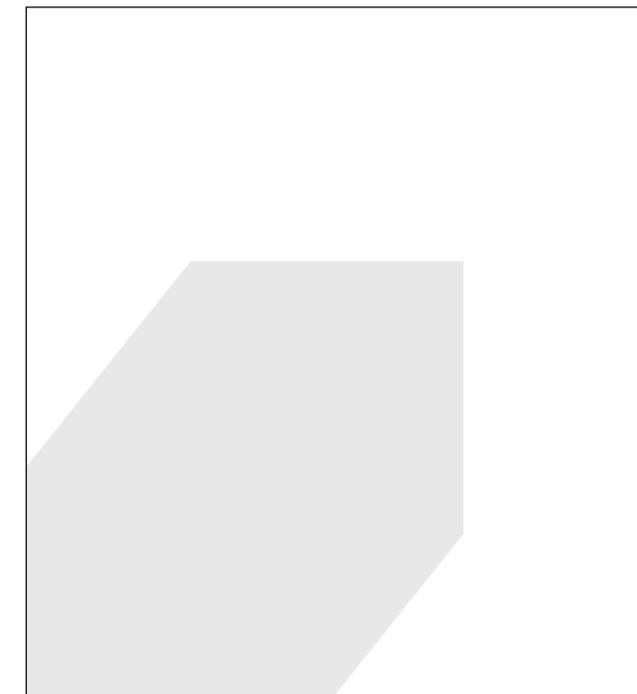
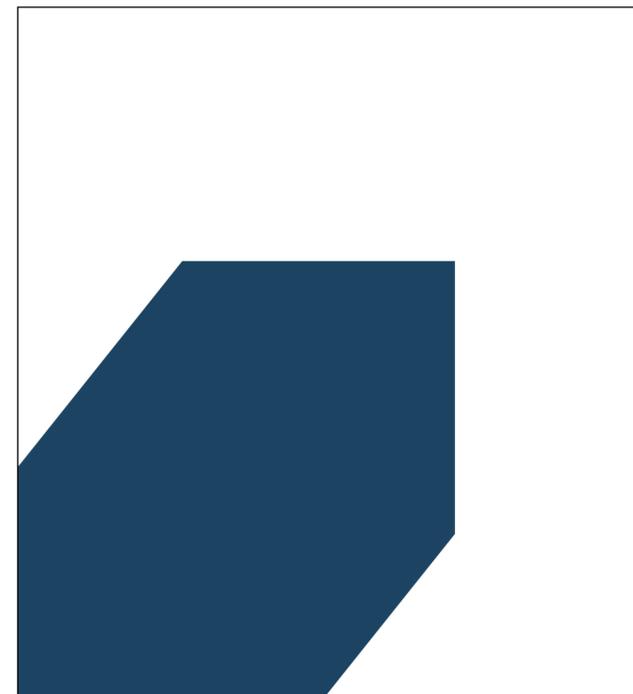
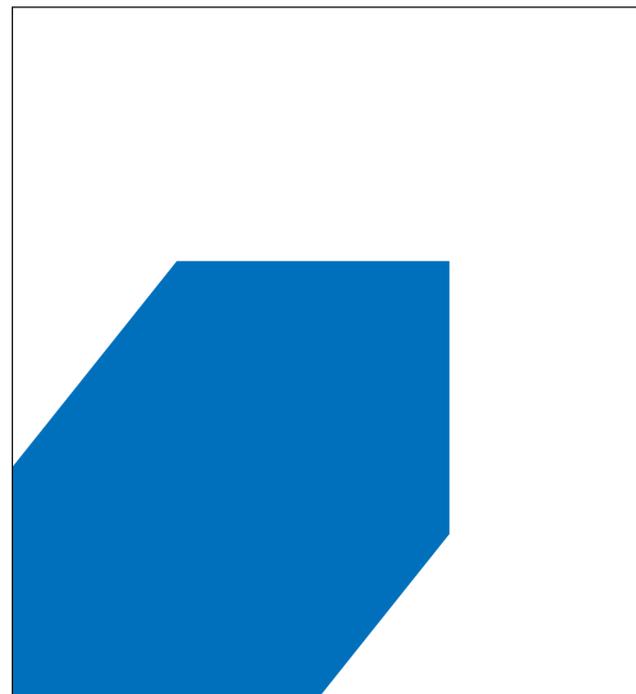
## 1.4.2. Grafismos

Os grafismos servem para reforçar visualmente o conteúdo da marca.



## 1.4.2. Grafismos

Grafismo a ser aplicado em fotos e peças gráficas, juntamente com a aplicação de blur e transparência, sugerindo a aparência de um vidro.



# 2 MANIFESTAÇÃO DA MARCA

As manifestações da marca são as concretizações dos princípios norteadores em alguns dos pontos de contato da marca, de modo a exemplificar usos e aplicações.

# Porcelanatos retificados

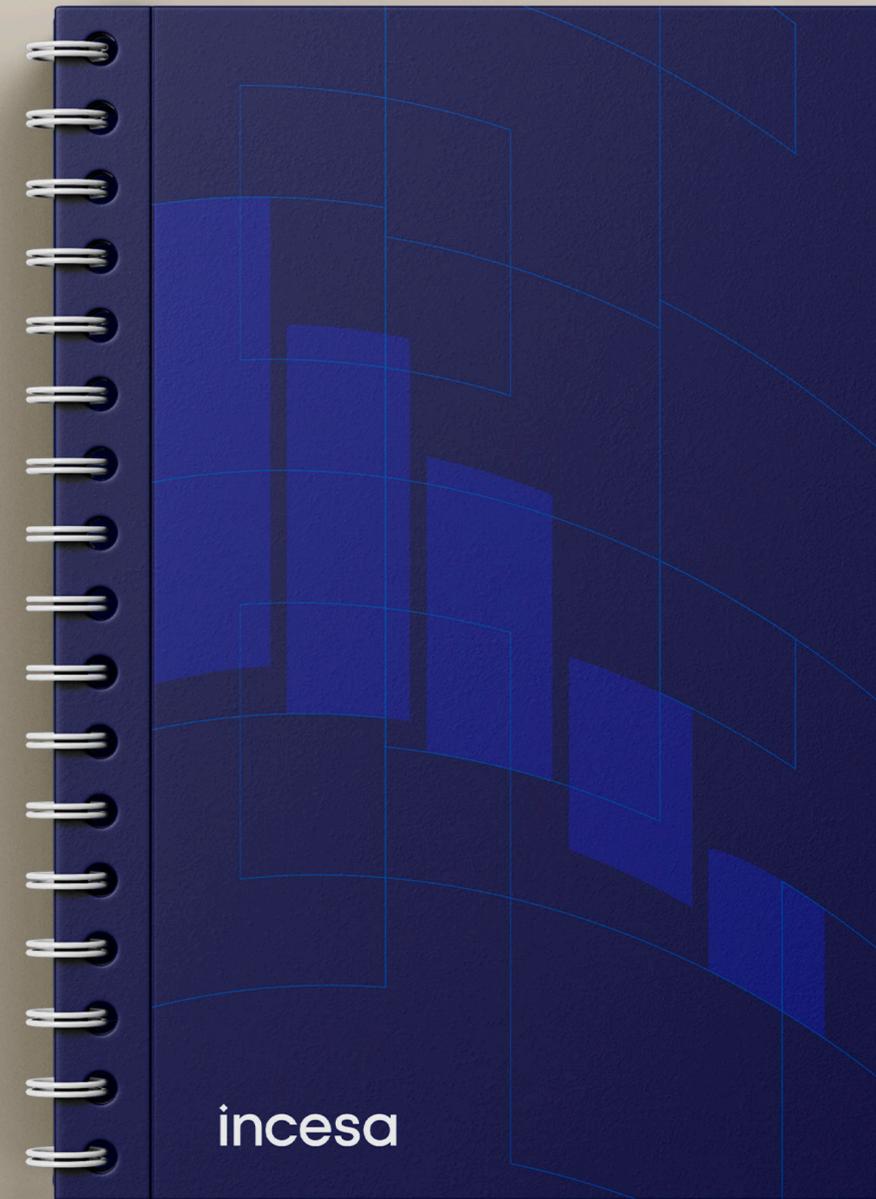
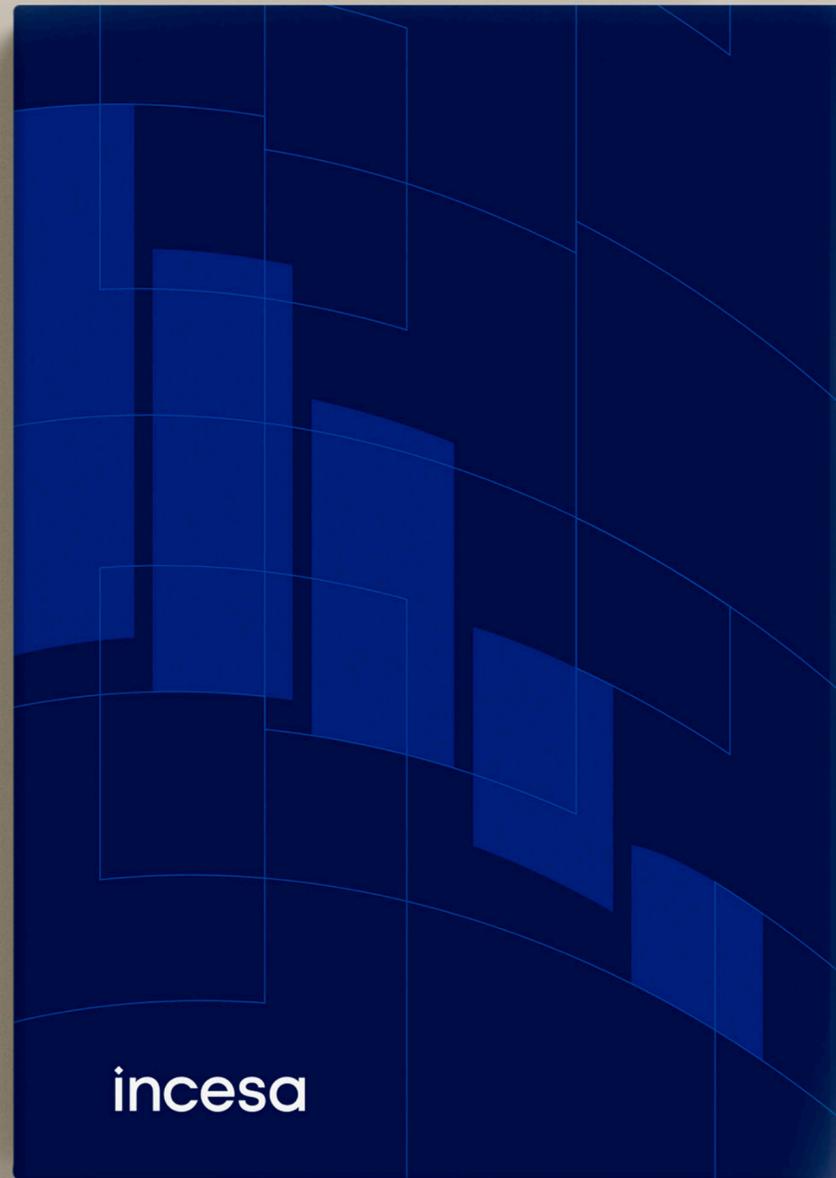
01

Com a missão de produzir revestimentos primorosos capazes de transformar sonhos em ambientes encantadores, entregamos uma linha de produtos completa, capaz de atender todos os estilos.

incesa

SILVER HD 58x58





incesa

Produzido por

**Balaio**  Design+  
Estratégia

[balaiodesign.com.br](http://balaiodesign.com.br)