



VICTA

Brandbook



1. Introdução

Objetivo do Brandbook
Valores/pilares

2. Manifesto da Marca

Mensagem Central
Proposta de Valor
História da Marca

3. Persona da Marca

Definição da Persona
Segmentação
Comportamento e Necessidades

4. Tom de Voz

Definição do Tom
Exemplos de Comunicação
Tom de Voz por Canal

5. Linhas de produtos

Linha Vitória
Linha Viver
Linha Vista

6. Chico

7. Identidade Visual

Logotipo
Paleta de Cores
Tipografia
Iconografia e Elementos Gráficos
Imagens e Fotografia

8. Aplicação da Marca

Ambientes Físicos
Materiais Institucionais
Placas e Outdoors
Uniformes e EPIs
Digital

Introdução





Objetivo do brandbook Victa

O brandbook da Victa é um **guia claro e consistente para a nova identidade da marca, garantindo que todos os aspectos visuais, comunicacionais e culturais da empresa sejam alinhados e reconhecíveis.**

Ele serve para definir como a Victa deve ser percebida pelos seus públicos-alvo, estabelecendo uma base sólida para a comunicação interna e externa, potencializando a experiência do cliente.

A Missão

Estamos comprometidos com o futuro das pessoas. O nosso norte é o de **transformar vidas e lugares, facilitando o acesso à moradia.**

Criar o elo entre o sonho e a realidade da moradia própria e fazer com que as pessoas sejam protagonistas de suas próprias histórias. **Essa é a nossa missão.**



Os Pilares

Os pilares da Victa são os fundamentos essenciais que sustentam a identidade, os valores e a personalidade de uma marca. Eles representam os aspectos-chave que orientam todas as ações, decisões e comunicação da marca, garantindo que ela **seja consistente, autêntica e relevante para os seus públicos-alvo.**



Transformação

A VICTA transforma a realidade dos clientes e das regiões onde atua, oferecendo moradias que renovam a maneira de viver e reforçam o papel da Victa como agente transformador social.

Impacto Social

Desenvolvimento

Potencialização

Realização

Possibilita a realização do sonho da casa própria e o sentimento de conquista pessoal, abrindo portas para novas oportunidades e a construção de um futuro melhor.

Desejo

Aquisição

Crescimento

Qualidade de vida

Impacta positivamente no dia a dia dos clientes, garantindo conforto, segurança e bem-estar, com imóveis que permitem viver com mais qualidade.

Viver bem

Acesso

Possibilidades

Compromisso

Marcação marcação marcação marcação
marcação marcação marcação marcação
marcação marcação marcação marcação
marcação marcação

Desejo

Aquisição

Crescimento



VICTA

Valores



Crer em Deus

Foco do cliente

Agilidade e simplicidade

Inovação

Time comprometido

Excelência nos resultados

Manifesto





História

Milhares de sonhos realizados;

Dezenas de empreendimentos espalhados pelo Ceará;

Uma **caminhada de 10 anos** feita com exímia dedicação, comprometimento e amor pelo o que fazemos.

A vida **não está mudando**.
Ela **está se transformando**.
À **frente de um futuro** que já começou.



Manifesto

Vencer não é apenas um objetivo. É a nossa essência. É essa convicção que nos impulsiona e a razão pela qual existimos. Ajudar as pessoas a se tornarem **vencedoras de suas próprias histórias**.

Mais do que desenvolver lares, somos **protagonistas da transformação** de lugares e pessoas, descobrimos possibilidades e construímos verdadeiras pontes entre o **“sonhar” e o “fazer ser possível”**.

Nossa posição no mundo é sermos **facilitadores**. Enxergamos **a simplificação** dos processos de aquisição de moradia não como um diferencial, mas como uma **responsabilidade; e um compromisso diário**.

Na Victa, somos movidos por um **forte senso de comprometimento com a experiência de morar bem**. Porque sabemos que os sentimentos de **gratidão e felicidade** de quem adquire um lugar para chamar de seu é o **nosso maior triunfo**.

Ao final de cada dia, **mais do que realizar sonhos, potencializamos vidas**: seja de quem **vive em um lar Victa**, de quem **veste a nossa camisa** ou de quem ainda vai **nos encontrar pelo caminho**.

Tagline

Sua nova história merece ser **VICTA**

Personas da marca





O Camisa Verde

Colaborador

João Silva - 29 anos

Profissão: Engenheiro Civil na Victa

Status: Colaborador interno da empresa, está na empresa há 4 anos.

João gosta de tecnologia e inovações. Está sempre antenado nas novas ferramentas de construção e soluções de sustentabilidade. Nos fins de semana, ele costuma ir a bares e eventos que combinam boa comida e música ao vivo.

Curte trabalhar no presencialmente porque acredita que as trocas são muito mais valiosas frente a frente. **Ele veste a camisa da Victa, sempre dando dicas sobre melhoria nos processos da construtora.**

Anseios

João sonha em um dia ser promovido a gerente de projetos e ajudar a empresa a expandir suas operações.

Ele se sente motivado pelo objetivo da Victa de facilitar a compra da casa própria e quer ser parte ativa desse movimento.

Ele deseja trabalhar com novas tecnologias que revolucionem a forma como a construção e o mercado imobiliário operam



A Sonhadora

Novo cliente Victa

Larissa Oliveira - 28 anos

Profissão: Assistente de Almoхарifado

Status: Foi pedida em noivado, mas mora na casa dos pais do namorado

Renda: R\$ 2.800 mensais

Larissa adora redes sociais, bem-estar e decoração. Nos tempos livres, caminha na praia e viaja para cidades vizinhas. Com seu namorado, vê na Victa a chance de ter um lar. Ela sonha, quer sair de favor e ter mais protagonismo na vida.

Anseios

Larissa quer encontrar um imóvel que se encaixe no seu orçamento, mas que também tenha boa localização e seja confortável.

Ela sonha em conquistar sua independência financeira e está muito focada em encontrar a melhor oportunidade para sair do aluguel.

Larissa quer casar, mudar de vida com o futuro marido, mas deseja um espaço que seja a cara deles, com um toque de personalidade, sem totalmente o seu orçamento.



O Continuador de Histórias

Cliente

Roberto Costa - 34 anos

Profissão: Gerente de Marketing

Status: Casado, com dois filhos pequenos (3 e 5 anos).

Renda: R\$ 7.000 mensais

Roberto e sua esposa adoram atividades em família, como praia, parques e cinemas. Apaixonado por esportes, especialmente futebol e corrida, ele preza por um estilo de vida saudável. Já mora em um apartamento Victa, mas agora quer aliar bem-estar, qualidade de vida e sua paixão pelo mar, pensando seriamente em um Victa na Praia do Cumbuco.

Anseios

Roberto quer oferecer para sua família um lar confortável e bem localizado, onde possa aproveitar a proximidade da praia e ter um ambiente tranquilo e seguro para as crianças crescerem.

Ele está disposto a investir um pouco mais em um imóvel, mas quer que ele tenha uma boa valorização a longo prazo.

O sonho de Roberto é encontrar um imóvel que combine seu estilo de vida ativo, com um bom ambiente para os filhos e perto de tudo o que a cidade tem a oferecer.



Tom de voz



Tom de voz

A Victa é divertida, mas é séria, comprometida com a mensagem. Ela se propoe a dialogar sempre de um jeito solucionador, pronta para ajudar da forma mais viável possível. Ela é acolhedora, sabe que lidar com sonhos das pessoas é a missão mais valiosa que existe: por isso nossa linguagem é **objetiva, clara, convidativa e inspiradora**.



Palavras-chaves



O que nunca somos



Diálogo em seus respectivos canais

Redes Sociais (Instagram, Facebook e outros relacionados)

O discurso precisa ser breve, objetivo, mas sem perder a gentileza, mantendo o aspecto de uma linguagem “colaborativa e resolutiva”



Chat



Oi, queria saber mais sobre o Vista Atlântico

Olá! Tudo bem, [nome da pessoa]? Você pode ver cada detalhe do produto no site www.victa.com.br/atlantico

Eu já vi ele. Adorei. Queria saber sobre preços e condições

Que ótimo, [nome]! Neste caso, você pode falar diretamente com a nossa equipe através do Whatsapp (85) [número do corretor ou da central de vendas]

Ainda posso te ajudar com alguma coisa? Conte comigo

Não, obrigado!

Comentários



Cadê os outros itens de lazer?



Olá, tudo bem? Para saber todos os itens de lazer, basta acessar o site www.victa.com.br/atlantico. Se ficar alguma dúvida, nos chame!

Comentários



Estou esperando uma resposta de um corretor há dias! Ninguém me retorna!



Olá. Sentimos muito pelo ocorrido. Estamos entrando em contato com você via DM.





Endomarketing

O Brandbook da Victa é o guia padrão definitivo para a construção de materiais e suas narrativas em todos os cenários, seja para o público interno, seja para corretores, parceiros e clientes. Mas é de suma importância compreender que, na dinâmica dos diálogos, alguns grupos específicos carecem de uma atenção especial.

O nosso time Victa é a engrenagem fundamental: Ele que protagoniza a ação e é responsável por tudo que acontece, tanto internamente quanto externamente; além de, claro, ser essencial para que os nossos produtos e a nossa marca brilhem aos olhos dos clientes.

Por isso, a construção de diálogos com o time deve ser **amistosa, animada e coletiva**, sempre desenvolvendo contextos que envolvam a importância do todo e o modo como a colaboração de cada um é fundamental e valiosa.



Sentenças que podem ser usadas:

Vamos juntos vestir a camisa da Victa?

O seu time já te contou sobre as novidades?

Como podemos te auxiliar durante o período de recesso?

Não se esqueça! Amanhã é o prazo final para fazer o cadastro.



Dúvidas? Entre no link e saiba todos os detalhes do evento de final de ano da Victa.

Ah, e não deixe de repassar para os seus colegas de time!
Saiba todos os detalhes aqui.

Invictos

Time de Corretores Victa

O nosso espelho do lado de fora. São os profissionais que fazem a ponte entre o que a Victa faz e quem vai, a partir de uma nova moradia, entrar para o nosso universo. Por essa razão, o diálogo com os corretores traz certa especificidade.

Convidativas, participativas e de fácil assimilação

– assim serão as conversas feitas da Victa para os Invictos.



Sentenças que podem ser usadas:

Corretor Invicto, você conhece todos os diferenciais do novo produto da Linha Vista? Confira agora!

Olá, corretor Invicto. Você recebeu, em primeira mão, a cartilha de boas práticas para vender mais e melhor os produtos Victa

Chat



Boa tarde, estou com dificuldades para receber o material com as imagens de Vitória Caucaia.

Boa tarde, [nome da pessoa]. Como você está?
Estamos te mandando o material completo neste momento, disponível no [link].
Caso você precise de outros materiais, entre em contato com o nosso time de suporte de vendas

A Victa agradece o contato. Se precisar de outra ajuda, não hesite em nos chamar.

Não, obrigado!





Site e ambientes institucionais

O discurso precisa ser objetivo, mas não breve. São nestes espaços que a Victa se prontifica em esclarecer e/ou trazer todos os itens de itens institucionais e dos produtos de maneira ampla, completa, mas intuitiva, de um jeito leve.

Textos completos

Informações valiosas

Discurso claro e acolhedor



Landing Page de produto



Clareza e riqueza de dados



Detalhamento de todos os itens de lazer



Botões intuitivos para entrar em contato com a Victa



Institucional alinhado com o site oficial



Qualidade gráfica em todas as imagens



**Linha de
produtos**

Linha Vitória

Conexão. Afeto. Pertencimento.

Conecta com as raízes, ativa a memória afetiva e gera o senso de pertencimento.

É a sensação de conforto, de abraço e de desenvolvimento urbano.

Entrar e querer ficar.

Humanizações

A direção utilizada para as humanizações da linha Vitória devem demonstrar momentos de felicidade e realizações. Vestuários, mobília e acessórios devem ser aspiracionais, mas próximos do universo econômico do público-alvo principal.



Linha

VIVER

É conforto.
É a independência de ser.
É a realização.

Um novo capítulo, do apartamento próprio. Um momento essencial da sua história, o marco de um novo começo.

Um investimento certo nos seus sonhos, no seu agora e no seu futuro.

É isso que VIVER é: uma experiência de vida inesquecível para você e sua família..

Humanizações

A direção utilizada para as humanizações da linha Viver mostram vestuários, mobília e acessórios jovens e modernos.

Bastante ênfase em espaços amplos e abertos. Humanização de pessoas jovens, casais e também homens solteiros.





LINHA

VISTA

É realização. É progresso.

O conforto de viver em um local do tamanho dos seus sonhos.

É a segurança de morar no em um condomínio único e pensado para seu estilo de vida.

Olhe para o horizonte e veja VICTA!

Humanizações

A direção utilizada para as humanizações da linha Vista devem demonstrar momentos de felicidade e realizações.

Vestuários, mobília e acessórios devem ser aspiracionais, mas próximos do universo econômico do público-alvo principal.





Chico

O Mascote Victa

O nome foi escolhido em homenagem à rica cultura do Ceará e sua conexão com o povo cearense. Chico é uma forma carinhosa e popular do nome Francisco, muito comum no Nordeste, especialmente no Ceará, onde muitos grandes nomes da cultura e da história carregam esse nome.

Chico é um cachorro SDR (vira-lata), símbolo do tradicionalismo brasileiro e amado pela maioria das famílias no país. Além disso, o nome evoca um sentimento de proximidade e afeto, refletindo a maneira acolhedora e amigável como os cearenses interagem. Este nome também traz uma sensação de simplicidade e alegria, qualidades que queremos transmitir e que são essenciais para a identidade da Victa.





Vestimenta

O Chico é adaptativo, mas é regional. Portanto, as roupas precisam ser leves, divertidas e com as simbologias da da Victa. Suas roupas precisam dialogar, sobretudo, com as buyer-personas deste grupo, se ajustando às ocasiões necessárias



Identidade Visual

Identidade Visual

- Resumo visual
- Logo
- Isotipo
- Ícones
- Cores
- Tipografia
- Assinatura gráfica
- Formas
- Fotografia
- Aplicação de identidade visual

Identidade visual

Resumo Visual

O painel abaixo mostra o resumo da identidade com os principais elementos do universo visual da nossa marca. Todas as versões de assinatura estão disponíveis no Pacote de Identidade Visual que acompanha este guia. Lá você também encontra os grafismos em modo editável e layouts editáveis para consulta.

Logo



Paleta de cores



Tipografia

- Articulat CF
- Bold oblique**
- Medium
- Medium oblique
- Regular
- Normal

Iconografia e Elementos Gráficos



Fotografia



Aplicações



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

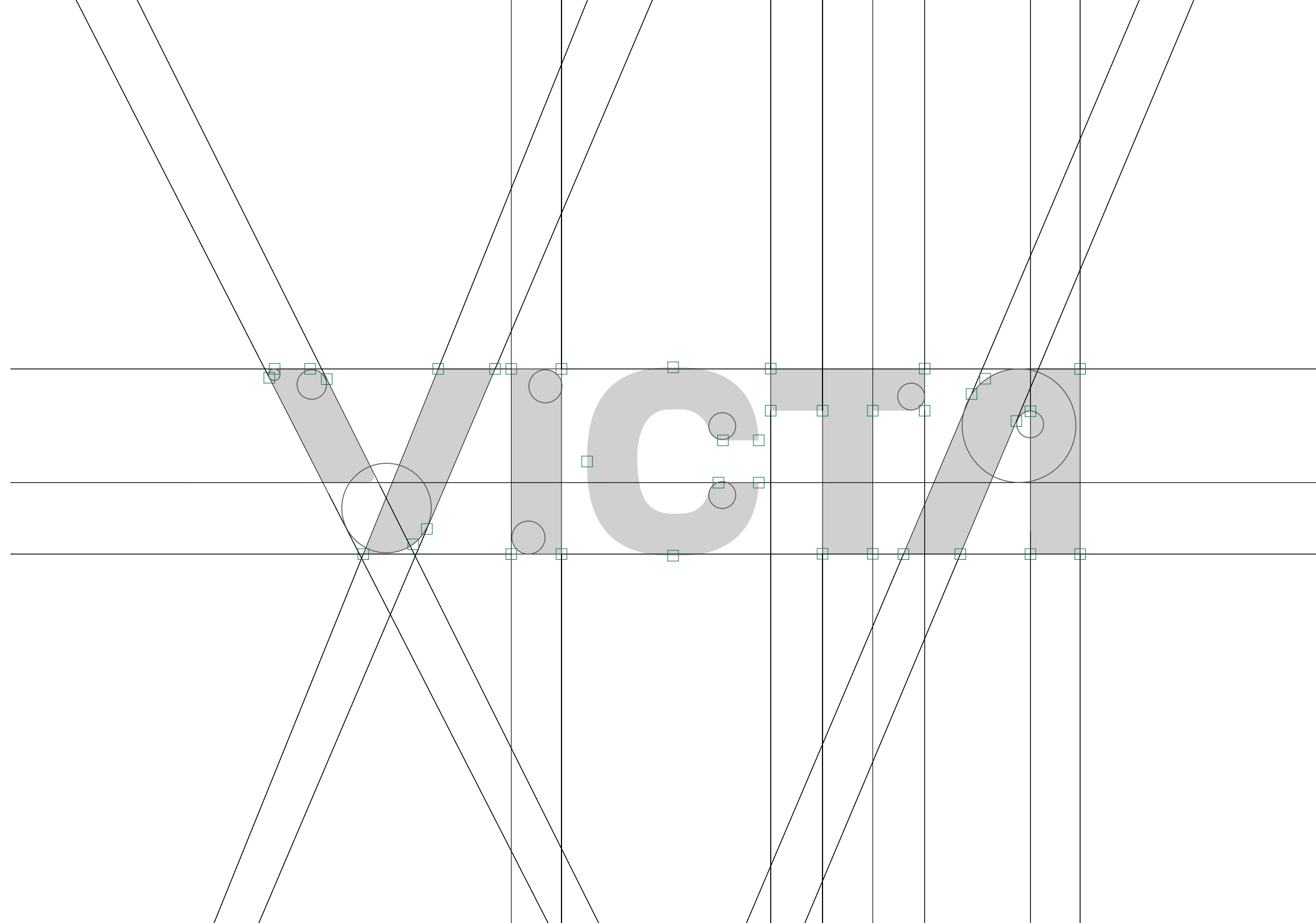
Fotografia

Aplicação de identidade visual

Identidade visual

Logo

Este é o nosso logo, composto por símbolo e logotipo. Ele foi desenhado para dar vida à estratégia. É importante sempre aplicá-lo de forma que siga os direcionamentos deste Guia, pois garantirá a consistência da nossa marca e ajudará na construção de uma imagem cada vez mais forte e global, como uma organização única.



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de identidade visual

Identidade visual

Logo

Nossa marca possui diferentes versões. Cada uma delas é utilizada para uma condição específica e deve seguir algumas diretrizes:



A versão principal deve ser usada de forma majoritária, reforçando o rebranding e a nova cor da Victa



Deve ser utilizada em fundos coloridos em que a versão principal não possui o contraste necessário.



A versão preta **só deve ser usada em impressão preto e branco, ou seja, 1x0 e 1x1**. Nunca utilizamos essa opção em meios digitais oficiais da Victa, exceto quando a marca é aplicada como patrocínio e essa for uma exigência.



A versão secundária negativa não é 100% branco e sim uma composição de tons claros e verde.



A **versão principal no verde mata só deve ser usado quando há necessidade de vir Victa no fundo verde Victa**. Essa aplicação é mais comum quando há uma aplicação da tagline no fundo verde Victa, verificar na seção aplicações.

Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de identidade visual

Identidade visual

Logo

Veja alguns exemplos do que não fazer com o nosso logo. Estas regras garantem a consistência e a legibilidade e devem ser respeitadas em todas as versões do logo



Ou quaisquer outras alterações de cores não previstas no manual, uso indevido de contraste e intervenções na estrutura da logo



Identidade visual

Aplicação sobre fundos

Veja alguns exemplos de aplicação do nosso logo. Estas regras garantem a consistência e a legibilidade e devem ser respeitadas em todas as versões do logo

Correto



Errado



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de identidade visual

Identidade visual

Redução

A área de redução máxima garante a leitura, o reconhecimento e a preservação dos elementos que compõem a nossa marca.

VICTA

Uso impresso: 20x4,647 milímetro
Uso digital: 281x60 pixels

Materiais impressos: o valor da redução do logo pode variar de acordo com o substrato e com o processo de impressão. Lembre-se: nunca produza materiais sem provas prévias de impressão.
Materiais digitais: nos meios digitais, o valor da redução pode variar de acordo com a plataforma utilizada. Por isso, sempre teste a leitura da marca antes de aplicá-la.

Identidade visual

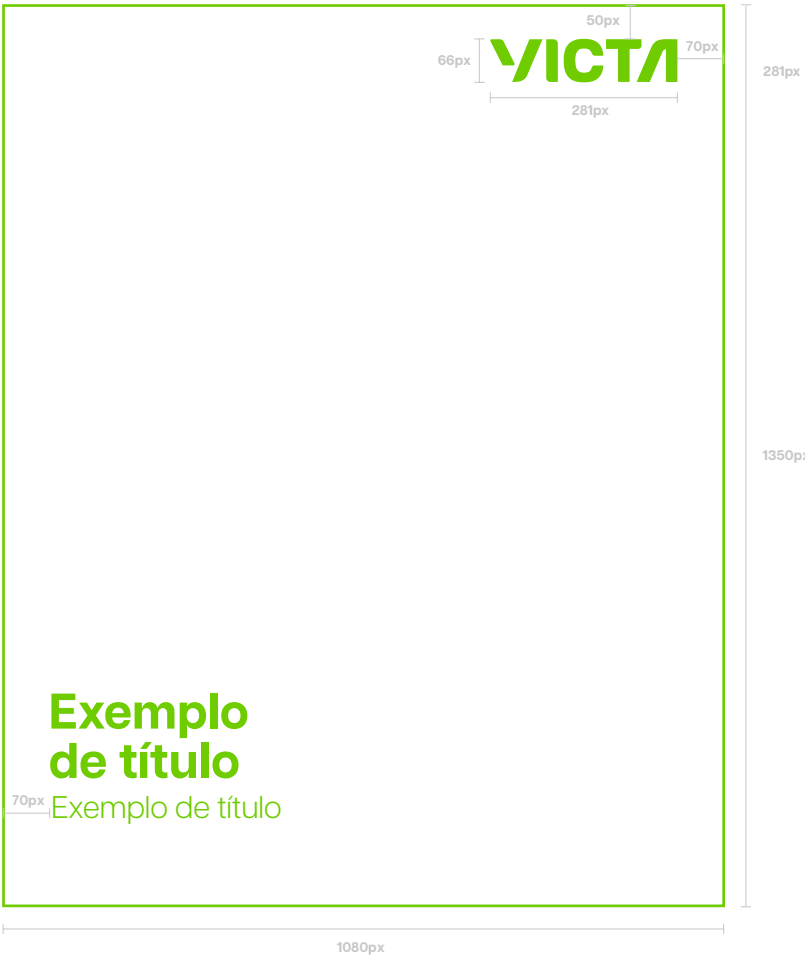
Posicionamento

A posição do nosso logo nas peças de comunicação também precisa de atenção. Veja a seguir alguns exemplos de como aplicá-lo quando não é o elemento central da peça. Estas regras garantem a consistência e a legibilidade e devem ser respeitadas em todas as aplicações.



Sempre utilizar a logo nas regiões indicadas pelo verde-neon.

Redes sociais



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de identidade visual

Identidade visual

Isotipo

Nosso isotipo transmite muito sobre o que acreditamos, sendo cada V, em formato se seta, uma mensagem.



Esse isotipo pode ser usado de várias e formas e existem algumas restrições do seu uso.

Aplicações

Veja alguns exemplos de aplicação do nosso isotipo. Estas regras garantem a consistência e a legibilidade e devem ser respeitadas em todas as versões do isotipo.

Correto



Nenhuma rotação, alteração de preenchimento e traçado é permitida quando o isotipo está em sua forma íntegra. Nem trabalhar nenhum dos seus elementos de forma isolada, principalmente, o V de forma vertical.

O isotipo nunca deve ser trabalhado ao lado da logo Victa, ambos possuem a mesma função.

Incorreto



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de identidade visual

Identidade visual

Ícones

Os ícones são utilizados em todos os nossos canais de comunicação e atuam como facilitadores no processo comunicacional. Eles podem ser trabalhados nas diferentes cores da marca, e devem ser respeitadas a espessura e o estilo estético.



Aplicações

Veja alguns exemplos dem outras cores



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de identidade visual

Assinatura gráfica

O uso do isotipo como assinatura gráfica oferece maior flexibilidade em aplicações onde seu uso isolado seria restrito. No entanto, é essencial seguir alguns critérios para garantir sua correta aplicação:

É permitido



O uso dele sem preenchimento em nenhuma das setas

É permitido



Trabalhar ele de forma mais cropada, criando movimento e dinamismo

É permitido



Criar recortes no seu traçado para encaixar palavras, frases e logo

É permitido



Rotacionar e trabalhar formas distintas com a linhas, principalmente, em aplicações de brindes

É permitido



Tornar o traçado mais fino quando existe um aumento do isotipo

Qualquer uso distinto dos apresentados não é permitido e implica em uma inconsistência de marca

Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de identidade visual

Identidade visual

Cores

Estas são as nossas cores principais que devem ser utilizadas em todas as nossas aplicações. Os contrastes textuais em cores já são apresentados e devem seguir o padrão utilizado. Exceto o verde mata que pode apresentar o texto no verde victa também.

Verde victa C60% M0% Y100% K0% R110 G204 B1 #6ECC01 PANTONE 368 C	Verde mata C100% M37% Y100% K40% R0 G81 B2 #00512A PANTONE 357 C	
Verde neon C36% M0% Y85% K0% R197 G241 B103 #C5F167 PANTONE 357 C	Bege C10% M0% Y29% K0% R240 G245 B205 #F0F5CD	Verde nordeste C96% M19% Y100% K9% R0 G124 B39 #007C27 PANTONE 348 C

Identidade visual

Tipografia

Nossa fonte principal é a Articulat CF. Sendo ela utilizada em diferentes pesos e proporções para auxiliar nossa comunicação de forma assertiva.

Articular CF Bold
Articular CF Medium

Articular CF normal

Articular CF light

Articular CF Bold
Articular CF Medium

Articular CF normal

Articular CF light

Nossos pesos de fonte atendem a diversas funções: o bold destaca títulos, enquanto os pesos normal e light garantem leveza e fluidez em textos longos.

Um ponto muito importante: nossa fonte segue a proporção áurea entre caixas de texto distintas, o que garante hierarquia e facilita a compreensão. Ou seja, se a fonte base estiver em 25pt, a caixa abaixo deve estar em 25pt/1,6= 15.625

Temos as versões itálicas e podem ser usadas para citações e elementos técnicos. Estão presentes, mas não são nossos pesos principais.

Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de identidade visual

Identidade visual

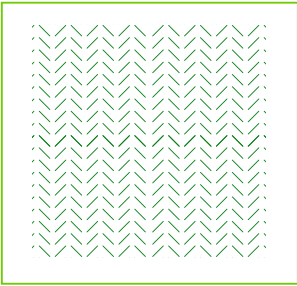
Assinatura gráfica

A Victa possui algumas assinaturas gráficas que são utilizadas em diferentes momentos, assim garantindo a pregnância da marca em todos os elementos gráficos.

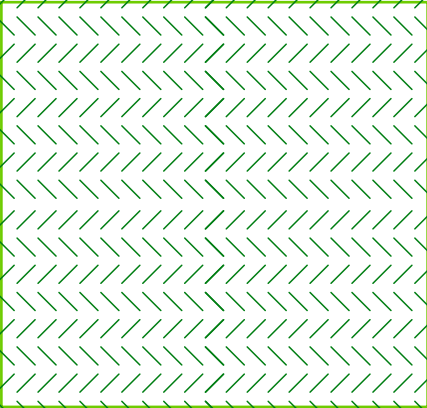
Isotipo como assinatura



Incorreto



Setas



Nenhuma rotação ou alteração de padrão de traçado é permitido. Sendo necessários sempre manter o sentido padrão.

Correto



Uma das principais marcas visuais da Victa é aplicação do isotipo de forma orgânica entre elementos que precisam de enfoque e o fundo da fotografia. É importante se atentar a variação do traçado, sempre o mantendo fino e proporcional.

Incorreto



Nesse exemplo, podemos ver um traçado mais robusto, que descentraliza a atenção do elemento gráfico e não da mensagem de humanização ao alçar voos.

Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

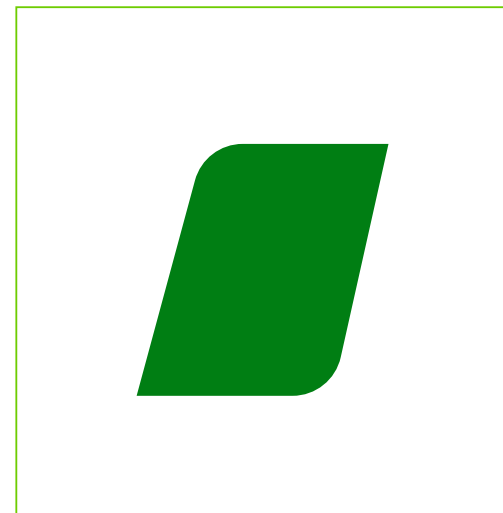
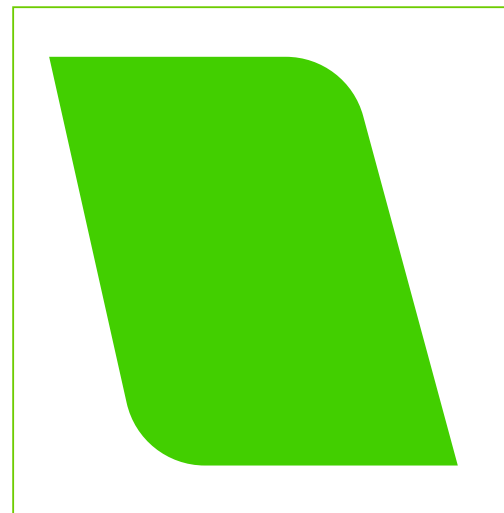
Fotografia

Aplicação de
identidade visual

Identidade visual

Formas

Buscamos sempre promover as experiências mais humanas possíveis em todos os nossos pontos de contato. Por isso, nossos elementos sempre possuem bordas mais arredondadas em dois pontos e os outros pontos reto. Isso garante um movimento similar ao nosso V e consistência na mensagem a ser transmitida visualmente.



Exemplo de aplicação



Identidade Visual

- Resumo visual
- Logo
- Isotipo
- Ícones
- Cores
- Tipografia
- Assinatura gráfica
- Formas
- Fotografia
- Aplicação de identidade visual

Identidade visual

Fotografia

Nossas imagens têm o propósito de conectar nosso público às experiências que proporcionamos. Sempre vibrantes, elas transmitem alegria, conexão e autenticidade. Em materiais institucionais, utilizamos tons de verde nas roupas, enquanto para produtos, as tonalidades podem variar.



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de
identidade visual



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de
identidade visual



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de identidade visual

Identidade visual

Aplicação de identidade visual

Agora que apresentamos todos os elementos gráficos, é importante entender as aplicações no dia a dia e a melhor forma de garantir consistência de marca



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de
identidade visual



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de
identidade visual



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de
identidade visual



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de
identidade visual



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de
identidade visual



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de
identidade visual



Identidade Visual

- Resumo visual
- Logo
- Isotipo
- Ícones
- Cores
- Tipografia
- Assinatura gráfica
- Formas
- Fotografia
- Aplicação de identidade visual

Tapume Breve



Tapume Linha Vitória

Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de
identidade visual



Identidade Visual

Resumo visual

Logo

Isotipo

Ícones

Cores

Tipografia

Assinatura gráfica

Formas

Fotografia

Aplicação de
identidade visual





VICTA