MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

Caand

Desenvolvido por: Alice VITÓRIA (**F3609G6**) • Gabriel HORIMOTO (**R8245B2**)
Julia ROBERTO (**F3644A6**) • Ludmilla PEREIRA (**R672387**) • Pedro EMANUEL (**F3621H9**)

INTRODUÇÃO

Uma marca vai muito além de um logotipo ou de uma paleta de cores. É a forma como uma empresa se apresenta ao mundo e comunica aquilo em que acredita, e cada elemento visual carrega parte dessa história. Quando esses elementos são aplicados com critério, constroem reconhecimento, confiança e proximidade com o público.

A nasce de uma collab entre a **Lacta** e a **Nivea**, que se unem para criar um produto novo, com valor agregado e um diferencial próprio. Por ser fruto dessa parceria, seu uso pede cuidado: toda aplicação deve respeitar, ao mesmo tempo, as diretrizes visuais da Lacta e as da Nivea, de modo que nenhuma perca sua essência na combinação.

Este manual foi criado para integrar essas duas identidades visuais e servir de guia para a construção e o uso da marca Caand. Seguir suas orientações garante consistência em todos os pontos de contato e protege o valor que a marca representa, hoje e no futuro.



SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO

Introdução....02

A MARCA

Extensão de marca....04
Conceito....07
Paleta cromática....08
Arejamento....10
Versão horizontal e vertical....11
Variações cromáticas....12
Família tipográfica....13
Redução máxima da marca....14
Reprodução colorida....15
Usos incorretos....17

APLICAÇÕES

Embalagem....18
Brinde....21
MPDV....22

EXTENSÃO DA MARCA

EXTENSÃO DA MARCA

O nome Caand nasce do encontro estratégico entre duas matérias-primas e territórios de marca complementares: o **Cacau**, ativo fundamental e símbolo da essência do portfólio da Lacta, e a palavra **Hand** (mão), que traduz o cuidado, o toque e a expertise de hidratação da Nivea.

A união desses dois pilares reflete a essência desta collab pioneira, que funde a experiência sensorial do sabor e do aroma com a sofisticação do autocuidado.

Mais do que uma simples fusão de nomes, Caand materializa a expansão de segmento das marcas envolvidas, criando uma categoria inovadora no ponto de venda e estabelecendo um novo ponto de conexão emocional com o consumidor.

LACTA & NIVEA

Caand

CACAU HAND

CONCEITO

O Caand tem como conceito transformar o cuidado diário com as mãos em uma experiência sensorial inspirada no universo dos chocolates Lacta.

A proposta combina hidratação, fragrâncias envolventes e uma identidade visual que remete aos três bombons escolhidos: Diamante Negro, Sonho de Valsa e Ouro Branco.

A marca busca aproximar o autocuidado de sensações de prazer, carinho e bem-estar, aproveitando a familiaridade dos consumidores com os produtos Lacta para apresentar uma nova possibilidade de consumo.

A DOÇURA DO CUIDADO

Caand

PALETA CROMÁTICA

A paleta de cores da Caand foi estruturada para construir uma identidade visual forte, harmoniosa e funcional.

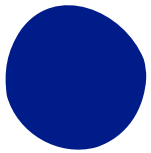
Para dar vida à collab entre Lacta e Nivea, definiram-se as **Cores Primárias**, que constituem a assinatura visual principal da parceria e garantem o reconhecimento imediato da Caand.

Estendendo a versatilidade da marca no portfólio, as **Cores Secundárias** contemplam as aplicações nos produtos e embalagens, variando estrategicamente de acordo com cada fragância.

Por fim, as **Cores dos Textos** foram estabelecidas para assegurar a máxima legibilidade e organizar a hierarquização da informação em combinação com a tipografia oficial.

CORES PRIMÁRIAS

CAAND



IMPRESSÃO
Pantone 6102 C
C 70
M 52
Y 0
K 0

DIGITAL
R 91
G 120
B 1187
5B78BB



IMPRESSÃO
Pantone 6104 C
C 100
M 91
Y 2
K 1

DIGITAL
R 35
G 62
B 149
233e95



IMPRESSÃO
Pantone Reflex Blue C
C 100
M 93
Y 14
K 12

DIGITAL
R 37
G 52
B 122
001689

PALETA CROMÁTICA

CORES SECUNDÁRIAS

CAAND - OURO BRANCO

IMPRESSÃO
Pantone 116 C
C 1
M 19
Y 99
K 0

DIGITAL
R 254
G 204
B 14
FECC0E

CAAND - SONHO DE VALSA

IMPRESSÃO
Pantone 213 C
C 5
M 98
Y 13
K 0

DIGITAL
R 226
G 24
B 128
E211880

CAAND - DIAMANTE NEGRO

IMPRESSÃO
Pantone Black C
C 0
M 0
Y 0
K 100

DIGITAL
R 35
G 31
B 32
231F20

CORES DOS TEXTOS

IMPRESSÃO
Pantone 269 C
C 60
M 54
Y 50
K 21

DIGITAL
R 101
G 99
B 102
656366

IMPRESSÃO
Pantone 269 C
C 49
M 42
Y 39
K 5

DIGITAL
R 136
G 134
B 137
888689

IMPRESSÃO
Pantone 269 C
C 41
M 34
Y 32
K 0

DIGITAL
R 158
G 156
B 159
9E9C9F

AREJAMENTO

ÁREA DE PROTEÇÃO DO LOGO

Para assegurar o máximo de impacto visual, legibilidade e destaque da marca, o logotipo da **Caand** deve sempre respeitar um limite mínimo de espaçamento ao seu redor. Nesses limites, não é permitida a presença de nenhum tipo de texto, grafismo, imagem ou elemento visual secundário.

Para calcular esse raio de proteção, utilizamos a largura da letra “A” do próprio logotipo como unidade de medida padrão (x). Proporção: O espaço livre obrigatório deve corresponder a no mínimo 1x em todos os lados (superior, inferior, esquerdo e direito) do logotipo.

Aplicação: Esta diretriz é indispensável e válida para qualquer versão do logotipo (monocromática, colorida ou simplificada) em meios digitais e impressos.





VARIAÇÕES CROMÁTICAS

A marca **Caand** possui variações cromáticas para garantir a perfeita legibilidade e fidelidade visual em diferentes fundos, aplicações e processos de impressão (coloridos ou em preto e branco).

COR



Versão Positiva



Versão Negativa

PB



Versão Positiva



Versão Negativa

FAMÍLIA TIPOGRÁFICA

MDL BITE TYPE

TITLES
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
123456789!@#$%¨&*()_-Ç.,

BW SURCO (Regular/**Medium**/**Bold**)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!@#$%¨&*()_-Ç.,

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
123456789!@#$%¨&*()_-Ç.,

A fonte institucional utilizada para títulos e subtítulos na identidade da marca é a **MDL Bite Type**, garantindo forte presença e alinhamento visual com a comunicação global da Mondelēz International.

Para as demais aplicações e textos corridos, utiliza-se a família **BW Surco em suas variações de peso (Regular, Medium e Bold)**. A fonte BW Surco foi escolhida por oferecer excelente legibilidade e versatilidade em materiais impressos e digitais.

Recomenda-se utilizar as variações de peso de forma hierárquica para destacar informações importantes e manter a clareza visual dos conteúdos.

REDUÇÃO MÁXIMA

Versão Simplificada (Sem Slogan):

A largura mínima permitida para aplicação é de **4,42 cm**. Esta versão é recomendada para espaços reduzidos onde a leitura da tagline ficaria comprometida.



Versão Completa (Com Slogan - "A Doçura do Cuidado"):

A largura mínima permitida é de **6,45 cm**. Abaixo desta dimensão, o slogan perde a clareza de leitura, devendo-se optar pela versão sem slogan.



REPRODUÇÃO COLORIDA



REPRODUÇÃO COLORIDA



USOS INCORRETOS

Para preservar a integridade, o reconhecimento e a força da identidade visual da Caand, a logomarca não deve sofrer alterações em sua estrutura, proporção ou cores originais. Qualquer modificação compromete a consistência da marca.



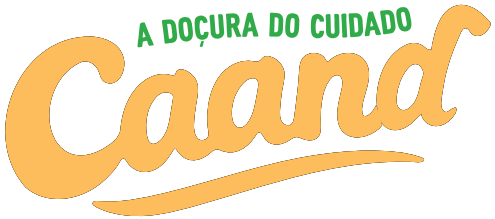
DESPROPORCIONAR

Não altere a escala do Logotipo. As proporções do Logotipo não devem ser alterados de maneira alguma.



ORIENTAÇÃO

Não rotacionar o logotipo.



COLORIR

O Logotipo não deve ser recolorido com cores que não façam parte da paleta cromática descrita neste manual.



SOMBRA/BRILHO

Não adicionar nenhum tipo de sombra ou brilho de forma exagerada no logo, salvo se for para causar contraste com fundo.



ESPELHAR

De forma alguma espelhe o logotipo e seus componentes.



CONTORNAR

Não adicione qualquer tipo de contorno ao Logotipo.

APLICAÇÕES

A força da nossa identidade visual reside na união e coerência entre seus elementos fundamentais. O logotipo, a paleta de cores, as tipografias e o universo gráfico funcionam como um sistema integrado, projetado para transmitir consistência e reconhecimento instantâneo em qualquer ponto de contato.

As seções a seguir exemplificam a implementação prática e adaptável desse ecossistema.



EMBALAGEM
CAAND SONHO DE VALSA

Mockup da Embalagem



Planificação da Embalagem para Impressão



EMBALAGEM

CAAND OURO BRANCO

Mockup da Embalagem



Planificação da Embalagem para Impressão



EMBALAGEM
CAAND DIAMANTE NEGRO

Mockup da Embalagem



Planificação da Embalagem para Impressão



BRINDE - TBC

MPDV


Caand
UM NOVO TOQUE
PARA SUAS MÃOS!
Creme Hidratante para as Mãos
24
pçs


Caand