

LOGO & IDENTIDADE & EMBALAGEM





DESENVOLVEMOS PROJETOS SÓLIDOS QUE ACOMPANHAM A VELOCIDADE DAS MUDANÇAS DO MUNDO.



Especializada em branding e desing estratégico, a Calibre colabora para impulsionar marcas a alcançarem todo o seu potencial, transformando desafios em oportunidades únicas.



O nosso trabalho é entender a cultura da sua empresa, o seu público-alvo e o mercado que ela atua, traduzindo de forma verbal e visual, uma visão única para sua marca.



CLIENTE:

WBM ALIMENTOS E LIOFOODS

SERVIÇO(S):

BRANDING E DESIGN

PROJETO:

LOGO, IDENTIDADE E EMBALAGENS

RESPONSÁVEL:

WHELLINGTON M. E MURILO BASSO

CONTATO:

(11) 4496.2069



Introdução

A trajetória da Liofoods é marcada por inovação e expansão contínua desde sua fundação, em 2007. No atual momento, a empresa tem como objetivo renovar sua imagem e fortalecer sua identidade, alinhando-as frente aos desafios do mercado atual. A reformulação da marca Liofoods, criação da submarca Snapfoods e lançamento de sua nova linha de produtos, permitirá que a empresa alcance novas percepções e gere novas conexões com consumidores e colaboradores, comunicando de forma mais clara seus valores e diferenciais competitivos.





A Essência, a personalidade e a promessa, são elementos fundamentais do branding, que compõem a identidade de uma marca. Juntos, eles formam a base sobre a qual toda a comunicação e experiência do cliente são construídas.





Branding: Arquitetura de Marca

A Arquitetura de Marca organiza e relaciona diferentes marcas e públicos de uma empresa, como uma árvore genealógica. No modelo Endossada, a estrutura hierárquica colabora para separar a marca da empresa da marca de produtos, permitindo a separação de estratégias e modelos de atuação. Ou seja, ela potencializa novos lançamentos através do endosso, mas também permite que cada submarca atinja diferentes posicionamentos e públicos consumidores focados.

Monolítica

Uma só marca forte: Os clientes escolhem por fidelidade de uma marca.

Ex.:

Google > Google Maps

FedEx > FedEx Express

Endossada

A marca divide a visibilidade com a marca principal.

Ex.:

iPod + Apple

Oreo + Nabisco

Pluralística

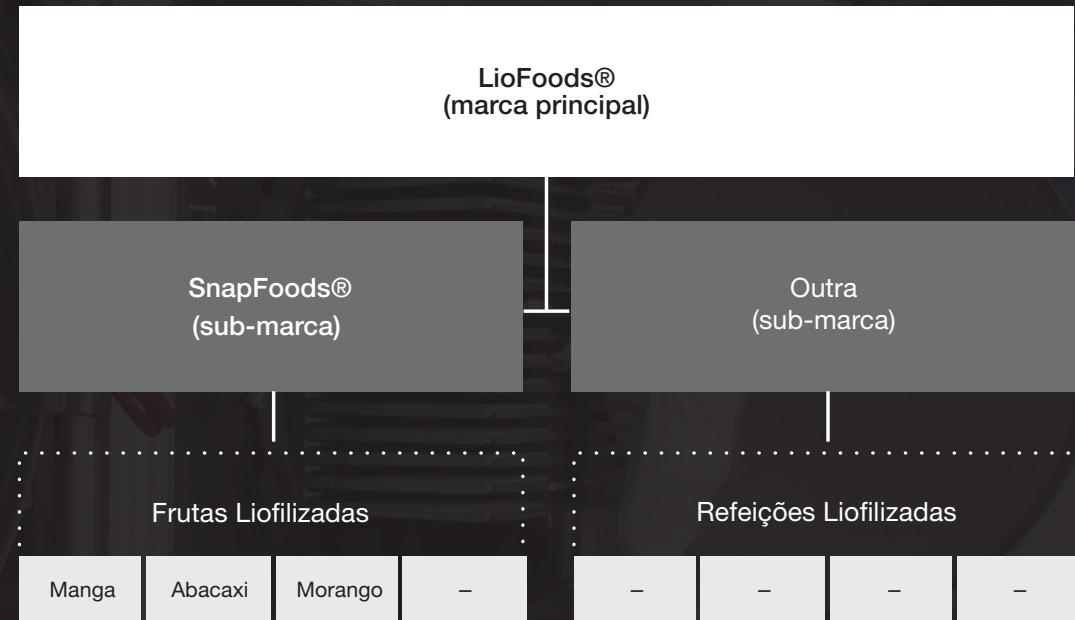
Caracterizada por uma série de marcas bem conhecidas. O nome da marca principal pode ser visível, discreto ou mesmo irrelevante.

Ex.:

Tang (Kraft Foods)

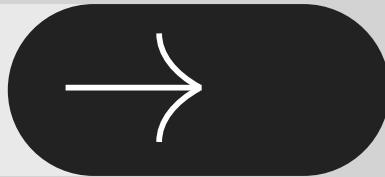
Hellmann's (Unilever)

Aplicação do Modelo





Logo: LioFoods





Escolher a fonte correta é essencial para definir a identidade visual e o tom de voz da marca. A fonte transmite os valores e a personalidade da empresa, além de garantir legibilidade e consistência em várias mídias. Uma escolha bem feita torna a marca memorável e reconhecível.

FONTE PRINCIPAL

ASTRELLA

TÍTULO

**For a
healthier life**

CORPO

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.
1234567890.,:;!?**

FONTE SECUNDÁRIA

INTER

**For a
healthier life**

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ Regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.
1234567890.,:;!?



Cores: Paleta

A escolha de verde escuro e verde claro para a marca remete à natureza e seu frescor, destacando os aspectos saudáveis e naturais dos alimentos. O verde escuro sugere confiança e qualidade, enquanto o verde claro transmite vitalidade e renovação, atraindo consumidores conscientes com saúde.

Marca (Institucional)

PANTONE 360C

RGB: 106 193 76
CMYK: 45 0 Y 61 24
WEB: #6AC14C

PANTONE 341C

RGB: 77 193 120
CMYK: 75 0 59 0
WEB: #4DC178

01

02

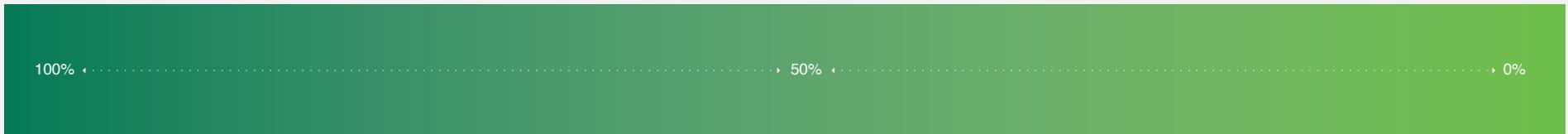


Cores: Gradientes

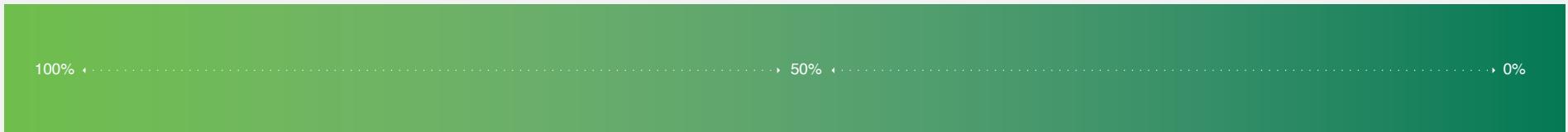
O uso adequado de degradês na identidade de uma marca é essencial para manter clareza e legibilidade. Degradês bem aplicados adicionam profundidade sem sobrecarregar o design. Em excesso, podem comprometer a simplicidade e a reprodução em várias mídias.

Gradientes

Tons de cor:



Tons de cor:





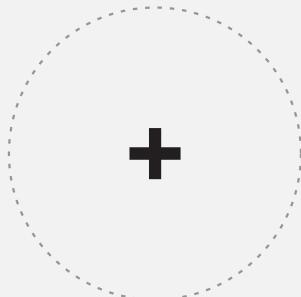
Um conceito é essencial para a criação de uma marca, pois direciona ações, garantindo coesão e diferencial no mercado. Ele orienta a inovação e fideliza clientes, mantendo a empresa alinhada com seus valores e propósitos fundamentais.

1. Paixão em Nutrir (Sorrir)



Para cultivar é essencial nutrir de forma adequada o solo. Isso envolve dedicação e paixão na preparação de um terreno fértil onde sementes cuidadosamente selecionadas possam germinar e se desenvolver vigorosamente, resultando na produção de alimentos nutritivos e saborosos.

2. Futa ou Verdura Descascada



A representação simbólica de um fruto descascado na tipografia da marca evoca um conceito de transparência e autenticidade. Ao apresentar o fruto sem a sua casca, a marca transmite uma mensagem de pureza, sinceridade, compromisso com a qualidade e na preparação dos alimentos.



Malha de Construção

A malha construtiva no design de uma logo garante proporção, harmonia e equilíbrio visual, essenciais para a percepção de profissionalismo. Com linhas e guias bem definidas, a logo mantém consistência e uniformidade em diversas mídias e tamanhos, sem perder qualidade ou legibilidade.

01. HORIZONTAL





Variações

Uma logo precisa ser adaptável para manter consistência em diversos meios e materiais. Versões horizontais, verticais, simplificadas e monocromáticas garantem flexibilidade, preservando a essência e o reconhecimento da marca sem comprometer a qualidade visual.

01. HORIZONTAL

The logo is the word "Liofoods" in a green, cursive script font, with a registered trademark symbol (®) to the upper right of the word.

02. HORIZONTAL: COM SLOGAN

The logo consists of the word "Liofoods" in a green, cursive script font, with a registered trademark symbol (®) to the upper right. Below the word is the slogan "Nutrição sem limites!" in a smaller, green, sans-serif font.

02. SÍMBOLO





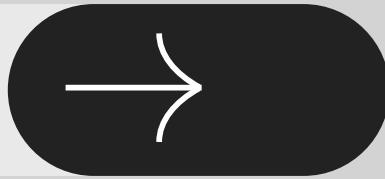
Logo

A nova logo, com cores verde escuro e claro remetem à natureza e a saúde para transmitir uma mensagem setorial objetiva de confiança e vitalidade. Sua forma fluida tem como função apresentar com naturalidade o processo de preservação da liofilização, através da metáfora casual (no sentido prático e natural) do preparo de um alimento.

liofoods®



Aplicações



2



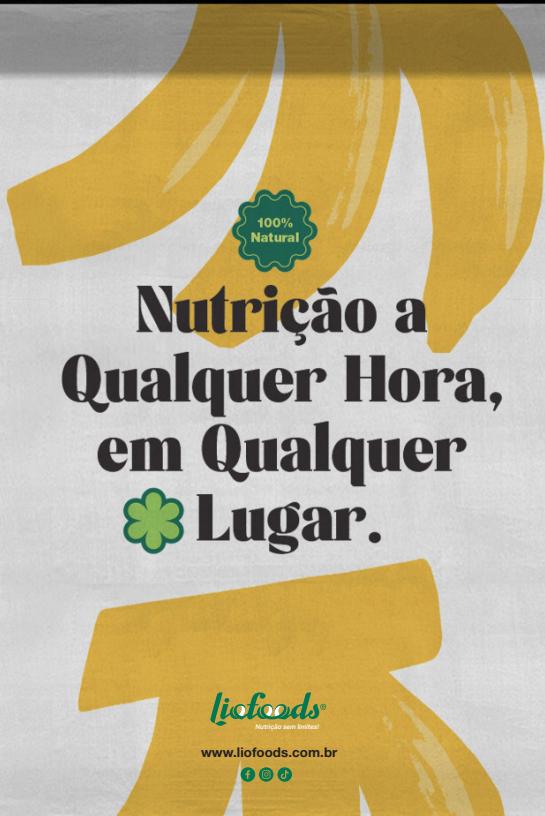
Aplicação: Cartão





**Leves, Saborosos,
Prontos para
Você e seus
Amigos.**

liofoods
Nutrição sem limites
www.liofoods.com.br
f @ d



**Nutrição a
Qualquer Hora,
em Qualquer
Lugar.**

liofoods
Nutrição sem limites
www.liofoods.com.br
f @ d

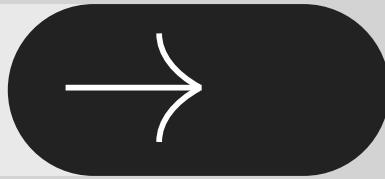


**Sabores
Autênticos,
com Praticidade
Instantânea.**

liofoods
Nutrição sem limites
www.liofoods.com.br
f @ d



Logo: Snapfoods





Escolher a fonte correta é essencial para definir a identidade visual e o tom de voz da marca. A fonte transmite os valores e a personalidade da empresa, além de garantir legibilidade e consistência em várias mídias. Uma escolha bem feita torna a marca memorável e reconhecível.

FONTE PRINCIPAL

INTER

TÍTULO

**For a
healthier life**

Bold

CORPO

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz.
1234567890.,:;?!

Regular



Cores: Paleta

A escolha cromática para a marca é inspirada no ciclo de vida de frutas e verduras pode transmitir uma série de valores positivos e associações benéficas, tornando a identidade visual da marca mais significativa, vibrante e associativa.

PANTONE 351C

RGB: 162 228 184
CMYK: 27 0 23 0
WEB: #A2E4B8

PANTONE 341C

RGB: 77 193 120
CMYK: 75 0 59 0
WEB: #4DC178

PANTONE 7481C

RGB: 0 181 82
CMYK: 100 0 55 29
WEB: #00B552

PANTONE 135C

RGB: 255 199 88
CMYK: 0 22 65 0
WEB: #FFC758

PANTONE 0521C

RGB: 172 184 163
CMYK: 31 0 17 17
WEB: #ACB8A3

PANTONE 243C

RGB: 255 190 55
CMYK: 0 27 78 0
WEB: #FFBE37

01

02

03

04

05

06



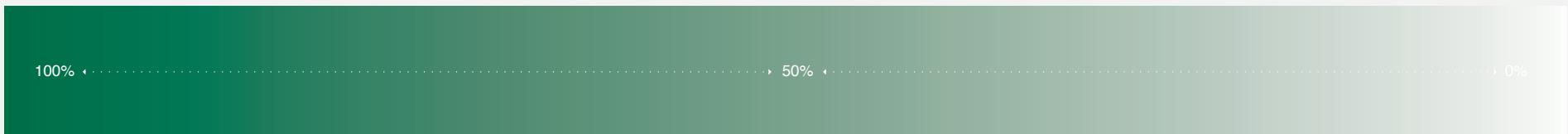
Cores: Gradientes

O uso adequado de degradês na identidade de uma marca é essencial para manter clareza e legibilidade. Degradês bem aplicados adicionam profundidade sem sobrecarregar o design. Em excesso, podem comprometer a simplicidade e a reprodução em várias mídias.

Gradientes



Tons de cor:





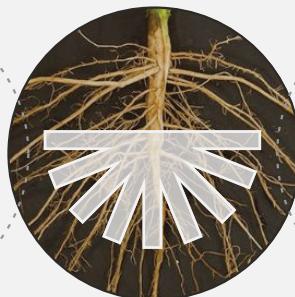
Um conceito é essencial para a criação de uma marca, pois direciona ações, garantindo coesão e diferencial no mercado. Ele orienta a inovação e fideliza clientes, mantendo a empresa alinhada com seus valores e propósitos fundamentais.

1. Paixão em Nutrir



Nutrir a terra é o primeiro passo para cultivar plantas saudáveis e produtivas. Para isso, é necessário preparar um terreno fértil para que uma semente selecionada possa germinar e crescer forte, proporcionando alimentos nutritivos e saborosos.

2. Raízes



A raiz é um órgão vital para as plantas, desempenhando múltiplas funções essenciais para sua sobrevivência e desenvolvimento. Além de fixar a planta ao solo, proporcionando estabilidade, as raízes são responsáveis pela absorção de água e nutrientes do solo.

3. Planta Forte e Nutritiva



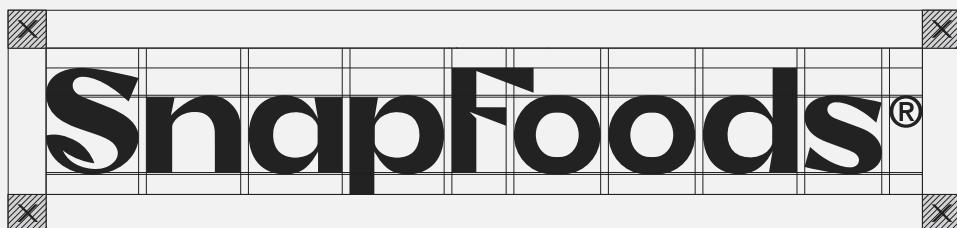
Cultivar uma planta forte e nutritiva é um processo que exige dedicação, conhecimento e cuidado. Ao entender as necessidades de cada planta e fornecer as condições adequadas para seu desenvolvimento, é possível obter alimentos saudáveis e saborosos.



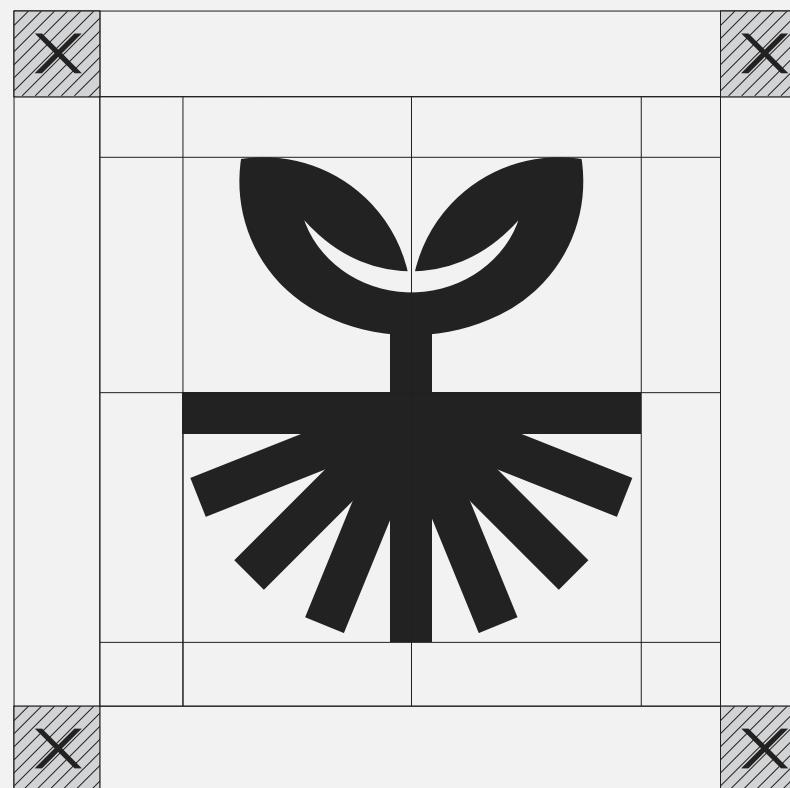
Malha de Construção: Logo e Símbolo

A malha construtiva no design de uma logo garante proporção, harmonia e equilíbrio visual, essenciais para a percepção de profissionalismo. Com linhas e guias bem definidas, a logo mantém consistência e uniformidade em diversas mídias e tamanhos, sem perder qualidade ou legibilidade.

01. HORIZONTAL



02. SÍMBOLO





Logo

Uma logo amigável, orgânica e divertida, com a função de buscar uma conexão emocional baseada no acolhimento e na naturalidade. Utilizamos cores suaves e formas fluídas para uma harmonia orgânica, enquanto elementos lúdicos transmitem alegria e leveza para refletir uma marca acessível e vibrante.



SnapFruits®



Variações

Uma logo precisa ser adaptável para manter consistência em diversos meios e materiais. Versões horizontais, verticais, simplificadas e monocromáticas garantem flexibilidade, preservando a essência e o reconhecimento da marca sem comprometer a qualidade visual.

01. HORIZONTAL

02. HORIZONTAL: COM SÍMBOLO E SLOGAN



03. VERTICAL



04. SELO



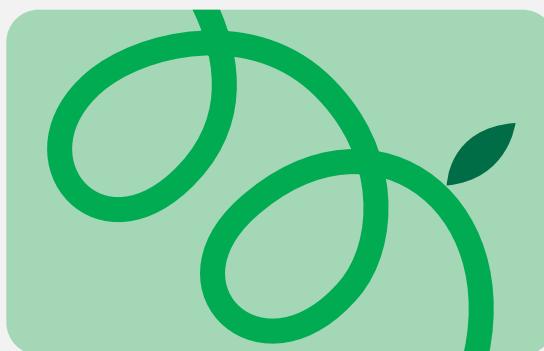
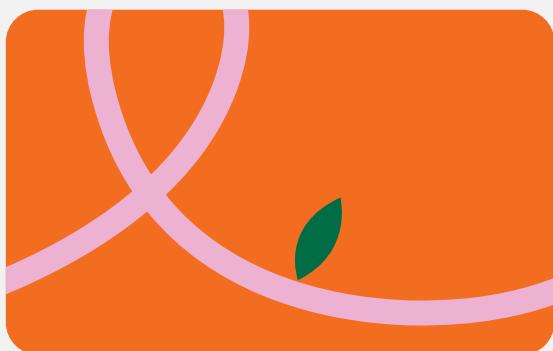
05. SÍMBOLO





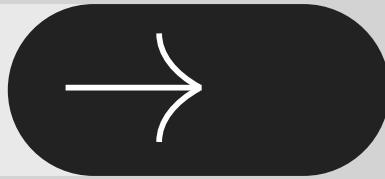
Pattern

O pattern no projeto de identidade visual tem como função ampliar a coesão estética e fortalecer o reconhecimento da marca. Ele pode ser usado em embalagens, sites e materiais promocionais, mantendo a uniformidade visual e tornando a marca facilmente identificável, com impacto visual consistente.





Aplicações



4



Aplicação: Bag



SnapFruits®



lifoods®
Nutrição sem limites!



Caixa Influenciadores

SnapFruits®

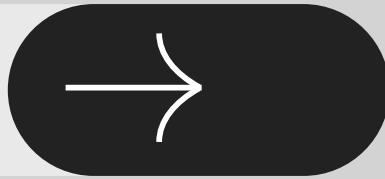
Frutas liofilizadas, frescas e leves.
Uma explosão de sabor em cada
mordida.

www.snapfruits.com.br





Embalagem



5



Um design de embalagem eficiente deve ser informativo, ilustrativo e divertido. Elementos visuais, representando a categoria do produto, devem ser hierárquicos para garantir clareza e impacto, diferenciando o produto e fortalecendo sua presença no mercado.





Aplicação



Agradecemos a todos! :)

IMPORTANTE:

Valorizamos a criatividade e a inovação, e, por isso, todas as propostas criativas, sejam elas aceitas ou descartadas, estão protegidas sob leis de direitos autorais. Qualquer uso não autorizado das mesmas pode resultar em implicações legais.

