



IDENTIDADE VISUAL

SUMÁRIO

1. APRESENTAÇÃO
2. LOGOTIPO E VERSÕES PRATA E OURO
3. TIPOGRAFIA
4. CORES
5. ÁREA DE SEGURANÇA
6. TEXTURA /MARCA D'ÁGUA
7. FITAS
8. CAIXAS
9. APLICAÇÕES / ESTILO FOTOGRÁFICO
10. CONTATOS

APRESENTAÇÃO

1

1. APRESENTAÇÃO

O NOME VIA DOLCE

Trata-se da junção do termo em português, VIA (caminho, trilha) ao termo DOLCE que se pronuncia como “Doll-tche” um termo italiano que significa Doce, portanto resultando em Doce Caminho. O nome foi criado pelos fundadores em 2009.

A VIA DOLCE SEMI JOIAS é uma referência na área de semijoias há mais de 15 anos.

Suas coleções são cuidadosamente selecionadas a partir de uma curadoria de modelos que considera a exigência em qualidade e estilo, tendendo a pouca repetição de peças, conferindo um estilo de exclusividade e durabilidade, reforçada por uma garantia de um ano para cada peça.



DOCE CAMINHO
É POTENCIALIZAR
TODO O SEU BRILHO”

A empresa investe muito em sua imagem e tem muitos cuidados em relação à sua reputação em toda a cadeia desde a produção até o pós venda.

Tem seu aplicativo próprio e está em constante desenvolvimento com a participação frequente em grandes eventos do setor, e muito treinamento por parte de colaboradores e consultoras.

Existe um cuidado apurado no sentido de incentivar as colaboradoras com cursos, workshops, prêmios, reconhecimento de suas conquistas com entrega de prêmios top 5 e placas com quantidades em grandes destaques.

1. APRESENTAÇÃO

CONCEITOS

Sofisticação, brilho e o poder de se destacar, é o que a marca confere a quem portar suas peças. Esse é o conceito principal da marca.

Pessoas de bom gosto, inteligentes, mesmo fazendo as melhores escolhas de vida, em seus caminhos, enfrentam seus combates, e os artigos da Via Dolce prometem acrescentar um recurso de auto estima, força, brilho e poder a estas pessoas.

AS CONSULTORAS

A Via Dolce ao longo de sua existência criou muitas oportunidades de geração de renda extra para suas consultoras, priorizando o crescimento profissional de cada consultora que represente a marca. Com investimento em cursos e eventos que garantem resultados positivos para todos envolvidos.

TOM DE VOZ

Um tom moderado informal, polido, delicado e divertido.

PALAVRAS CHAVE

- Joias
- semijoias
- conjunto de joias
- coleção de joias
- semijoias atacado
- semijoias revenda

PALAVRAS EM COMUNICAÇÕES

Luxo, Exclusividade, Belo, Lindo, **são palavras com uso saturado no mercado**. Sempre que possível buscar o uso de sinônimos como:

- Capricho
- Esplêndido
- Requite
- Refinamento
- Opulência

IMPERATIVOS

- Ostente
- Destaque-se

1. APRESENTAÇÃO

PÚBLICO ALVO

Constituído por dois públicos:

CONSULTORAS

As peças da Via Dolce são comercializadas por meio de uma rede de consultoras sendo este seu público alvo prioritário, formado por mulheres entre 20 e 50, que usualmente trabalham em outras atividades.

CLIENTES

Para clientes finais, parte da coleção da Via Dolce está em alta nas mídias sociais, no corpo das Influencers e então sendo mais desejável para o público de mulheres jovens entre 20 e 40 anos embora tenha peças para todas idades incluindo algumas peças para o público masculino.

BUYER PERSONA

CONSULTORA

CLIENTES

LOGOTIPO

2

2. LOGOTIPO - HISTÓRICO



2024

Em 2024 uma revisão do logotipo refinou seus traços trazendo uma delicadeza que representa as peças comercializadas. Um ajuste de grafia foi aplicado na tagline.



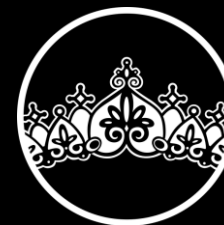
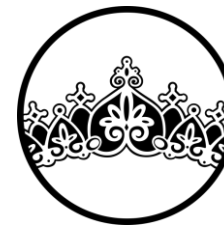
2021

Em 2021, o logotipo passou por uma revitalização para estar alinhado à trajetória de crescimento e atualização que a marca e seus fundadores vêm vivenciando. Trataremos de alguns detalhes sobre este design nas partes deste manual.

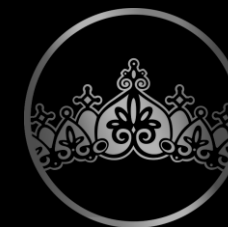


ANTERIORES

2. LOGOTIPO



3. LOGOTIPO – VERSÃO PRATA



3. LOGOTIPO – VERSÃO OURO



TIPOGRAFIA

3

3. TIPOGRAFIA

As fontes “Baskerville Old Face” e “MS Gothic” foram usadas e levemente modificadas na composição do logotipo.

Sugerimos o uso de outra família similar em peças publicitárias, editoriais, posts, publicações que envolvam a marca.

São três famílias a seguir.

As selecionamos em virtude de suas famílias bem completas para facilitar o uso, com diferentes volumes de corpo e por serem acentuadas.

Títulos: Palatino Linotype
Sub-títulos e corpo: Mukta
Cursivos: Lovely Personal Use

A Fonte Baskerville também pode ser usada em títulos, porém com moderação para mantermos o destaque para a marca.

Veja exemplos aplicado

O QUE SÃO COLEÇÕES VIA DOLCE?

SÃO PEÇAS SELECIONADAS

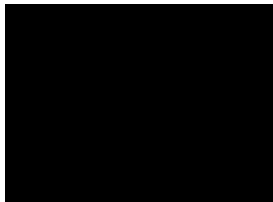
A Via Dolce fabrica e vende joias e semijoias em coleções que seguem uma tendência de estética mundial e que têm como diretriz um padrão que resulta em peças duráveis amadas e desejadas por sua beleza e qualidade impecáveis.

Brilho até no coração!

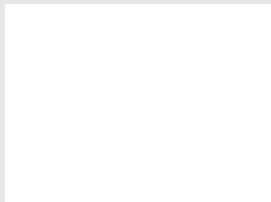
CORES

4

5. CORES PRINCIPAIS



#000000
R0 G0 B0
C75 M68 Y65 K90



#FFFFFF
R255 G255 B255
C0 M0 Y0 K0



#666666
R102 G102 B102
C62 M53 Y53 K25



#CCCCCC
R204 G204 B204
C20 M16 Y16 K0



PANTONE®

7525 C

#9E7052
R158 G112 B82
C33 M58 Y76 K16



PANTONE®

720 C

#F0C49E
R240 G196 B158
C5 M25 Y40 K0



VIA DOLCE

SEMIJOIAS



VIA DOLCE

SEMIJOIAS



VIA DOLCE

SEMIJOIAS

5. CORES NOS MATERIAIS



PANTONE®

505 C

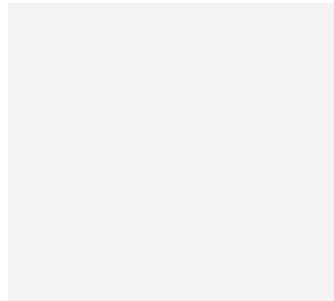
#6F2C3E
R'111 G44 B62
C37 M100 Y64 K47



PANTONE®

7547 C

#212E38
R33 G46 B56
C88 M72 Y58 K74



PANTONE®

11-0601 TPX
Bright White

#F3F3F3
R243 G243 B243
C4 M2 Y2 K0



METALLIC SHIMMERS

PANTONE®

20-0027 TPM
Gold Leaf

#B8969F
R184 G150 B159

#898F95
R127 G143 B149

#F8E2CF
R248 G226 B207

#A37556
R163 G117 B86

#D9C7CC
R217 G199 B204

#C0C3C6
R192 G195 B198

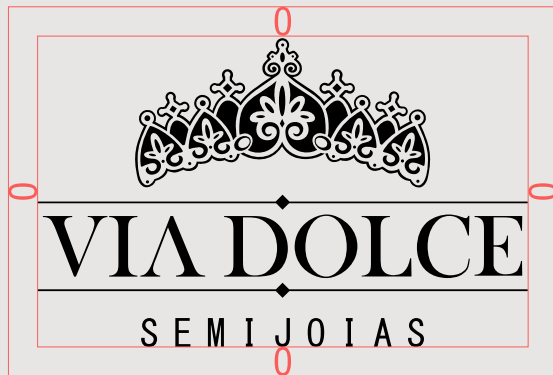
#FBF0E6
R251 G240 B230

#EFE1CF
R239 G255 B207

ÁREA DE SEGURANÇA

5

5. ÁREA DE SEGURANÇA



Deve-se resguardar espaço ao redor da marca de modo a mantê-la livre de interferência de outros elementos gráficos, garantindo sua legibilidade.

O espaço mínimo recomendado de arejamento da marca é igual à altura da letra "O" presente em "SEMIJOIAS" como representado à esquerda.

O mesmo procedimento deve se aplicar à versão de siglas VD, utilizando a dimensão da joia central da tiara como mostramos à esquerda.

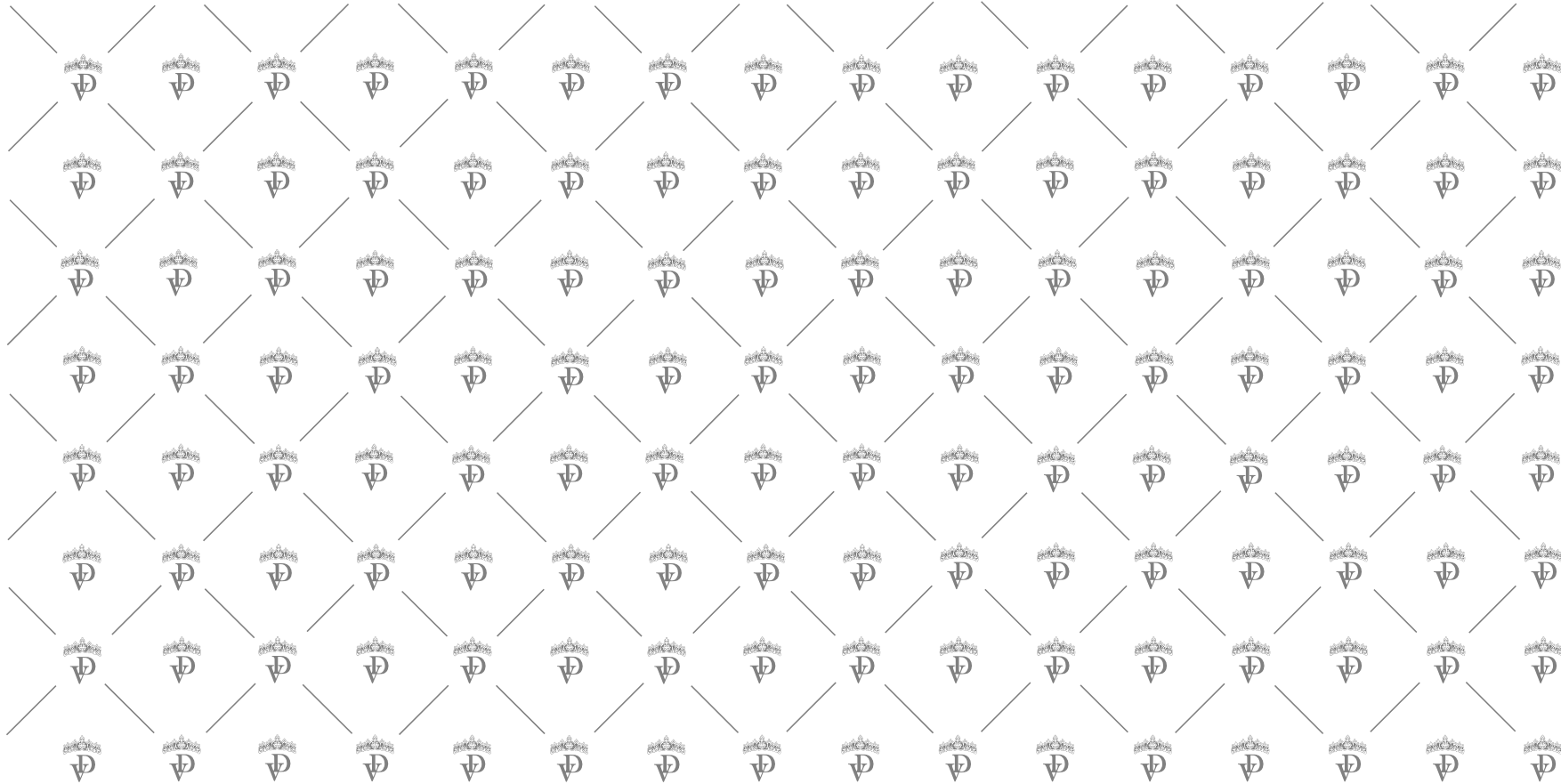
Não aplicar elementos que invadam essa área para preservar a integridade da marca.

TEXTURA

MARCA D'ÁGUA

6

6. TEXTURA – MARCA D' ÁGUA



Para obter o efeito de preenchimento infinito de superfícies com a Marca d' água, basta copiar esse bloco para cima ou para baixo e/ou para os lados.

6. TEXTURA – MARCA D' ÁGUA



Solicitar arquivos para a equipe.

Sugestão de uso da textura que também pode estar presente em fundos de postagens, pode-se gerar uma parede /quadro para selfie, para papel de presente, e onde couber a imagem de forma repetida.

FITAS

7

7. FITAS



Diversas combinações de imagem e cor de tecido.



Fita adesiva para embalagens

Solicitar arquivos para a equipe.

CAIXAS

8

8. CAIXAS MARSALA



As caixas são produzidas com material rígido e de alto padrão.

Nesta cor Marsala o logotipo deve ser aplicado na versão ouro, bem como o papel de seda e etiqueta adesiva em tons dourados.

O acabamento deve ser com fita de assinatura dourada no fundo preto.



PANTONE®

505 C

#6F2C3E

R'111 G44 B62

C37 M100 Y64 K47

Solicitar arquivos para a equipe.

8. CAIXAS AZUIS



Nesta cor Azul escuro o logotipo deve ser aplicado na versão prata, bem como o papel de seda e etiqueta adesiva em tons prata ou cinza.

O acabamento deve ser com fita de assinatura prata no fundo preto.



PANTONE®

7547 C

#212E38

R33 G46 B56

C88 M72 Y58 K74

Solicitar arquivos para a equipe.

8. CAIXAS DE MONTAR



Esta é nossa caixa montável disponível na cor marsala e bege com logotipo dourado. O papel de seda que acompanha essa caixa, bem como a etiqueta, devem ter o tom dourado.

Se um fita fizer parte do acabamento, esta deve ter assinatura dourada.

A FRASE PRESENTE NA PARTE INTERNA DA TAMPA:

“Todo o brilho que você merece, embalado para você!”

Solicitar arquivos para a equipe.

APLICAÇÕES
E ESTILO

FOTOGRAFICO

9

9. APLICAÇÕES



Sugestões de brindes que podem combinar com a rotina do público alvo

9. APLICAÇÕES



Na garrafa sugerimos essa textura de espuma dourada que também lembra cordões de ouro.

9. APLICAÇÕES



A Eco bag é versátil e pode servir muito bem de propaganda e conteúdo propagado pelos clientes

O verso pode conter alguma mensagem, ou uma frase divertida como no exemplo.

9. APLICAÇÕES E ESTILO FOTOGRÁFICO



O estilo de fotos o mais “clean” possível, com joias em destaque e modelos que representem a maioria das mulheres que utilizam Via Dolce.

Frases objetivas que revelem a otimização que as joias trazem para a vida dessas mulheres.

9. APLICAÇÕES E ESTILO FOTOGRÁFICO

“

SER CONSULTORA

com o estilo e qualidade que milhares de pessoas aprovam.



Se precisar de ajuda com esses materiais podem contar conosco!
Quanto à parte de Branding mencionada neste material são de autoria de uma consultoria da qual você pode obter o contato com a equipe da Via Dolce.



(48) 98821-2667



www.seuprojeto.com