





Sonho da marca

Catet volestrum, cum aut quis magnam ium nam rehendantio. Eped qui blat.

Dellibus. Is at voluptassit vit unt, nobis comniste nobis vent ut aute et, que sundit repro est eris mo eiciti velestem erchita sim net peles doluptiam aut et quibus.

Nam quos eos estiae nosam utent laccusani ut verferi dolut aditaque alis quament as voluptat.

Ihilit harum harchil eosam ilibus sum a consed et ius ex explibus erchill uptatem reptati orumque moloreh endersp edigento occatis es mintion sequam fugia vollo es maion

es nimint aces sit qui sapernam, odistem. Itaqueis re, secerch iciandi saesto temped magnis sit, qui te nihil et mi, aut int.

Iquiditio illendis mollori di reperis di blaborum intiaectem eatur, unt re vitatia veriassectis verferere ssinci blaut landucidit lautem quam aut vid que res nullupis dolorem et hil eosandae molor auda idunt.

Ut dolor mod et laborit iorempo rrovid ut rernatem dolorectio. Ucimi, sa cus.

Ari omnim quid quatur aut quas simillu pidersp idundis

A Amicci é

Com base na proposta de valor,
a Amicci se define como:

1. O maior ecossistema de private label da América Latina que integra varejo, indústria e fornecedores para gerenciar produtos com simplicidade, da fabricação à gôndola.
2. O maior ecossistema de private label da América Latina especializada em private label que reúne varejo, indústria e fornecedores para criar e gerenciar produtos durante todo seu ciclo de vida.
3. O hub de soluções para private label que conecta varejo, indústria e fornecedores para gerenciar produtos com simplicidade, da fabricação à gôndola.

Somos



Unimos tecnologia e expertise para que varejistas e fábricas construam marcas próprias fortes.

Manifesto Amicci


É um texto que inspira, motiva e conecta à nossa essência todos que compartilham a nossa marca com o mundo.

Toda marca nasce para ser forte.
E tornar isso real é um processo contínuo, evolutivo e desafiador.

É por isso que Amicci existe.

Para que varejistas e indústrias liderem o mercado de private label e acessem o seu máximo potencial.





Somos a aliada que
trabalha lado a lado.
Que faz empresas
evoluírem, que fortalece
o mercado brasileiro
e traz oportunidades
transformadoras para
a vida das pessoas.

Como o maior ecossistema
de private label da América
Latina, acreditamos nesse
futuro. E mais do que
acreditar, criamos todos
os dias um legado de
inovação, com nossa
combinação única de
conhecimento e tecnologia.



Juntos, impulsionamos
mudanças, com relações
duradouras e que
deixam marcas.

Somos  **amicci**

O que você encontra neste brandbook

Neste guia você encontrará as diretrizes que ajudam a dar vida a nossa marca. Contamos com você para criar verdadeiras experiências de Amicci e construir uma marca cada dia mais forte e consistente. Em caso de dúvida, consulte o time de marketing.

01 Estratégia da marca

- Ponto de partida
- Propósito
- Proposta de valor
- Territórios
- Personalidade
- Framework

02 Identidade verbal

- Tagline
- Tom de voz
- Diretrizes sintáticas
 - Como falamos
 - Boas práticas
- Key messages

03 Identidade visual

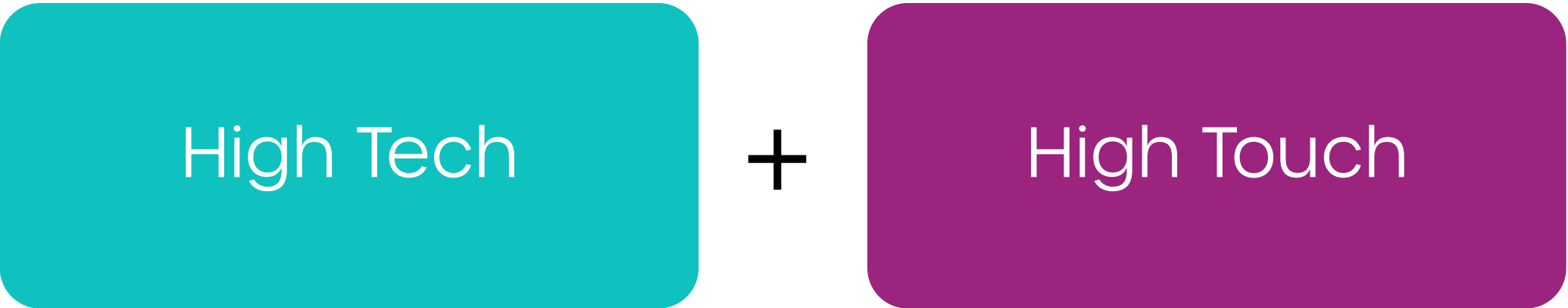
- Logotipo
- Cores
- Tipografia
- Grafismo
- Fotografia
- Ícones
- Manifestações

Estratégia da marca

Nosso ponto de partida

A narrativa de Amicci precisa ser uma narrativa de soma

SHIFT MODELO DE NEGÓCIO - PROPOSTA DE VALOR

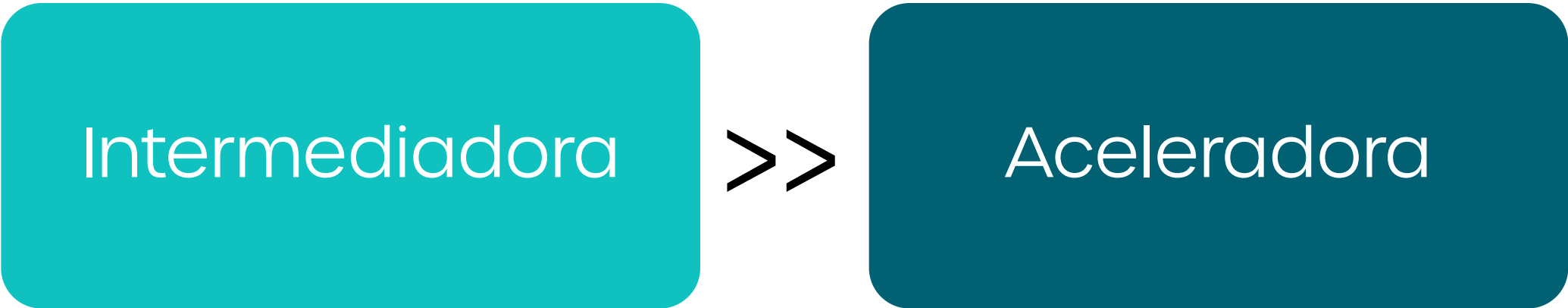


Tecnologia aliada a alta capacidade técnica e experiência do time Amicci que acelera a criação da cultura de marca própria nas empresas e o consequente crescimento dos negócios.

É ir além da plataforma (replicável), criando uma camada relacional que reforça sua autoridade e cria códigos que reforçam a relevância no longo prazo (mimetizar bancos digitais).

com uma postura mais proativa e propositiva.

SHIFT PAPEL DA MARCA - PROPÓSITO



Suprimir os códigos que colocam Amicci numa postura reativa, como por exemplo o verbo conectar (passivo, redutivo e parcial).

Amicci acelera a construção da cultura de marca própria, acelera os resultados, acelera o network, acelera o crescimento do seu negócio...

Amicci existe para catalisar essa cadeia, criando relações onde o cliente ganha, o consumidor ganha, as indústrias ganham, a própria Amicci e por fim, o mercado como um todo.

Impulsionar relações que deixam marcas fortes

Proposta de valor

ESTRATÉGIA DA MARCA

Maximize o potencial de crescimento para a sua marca própria.

Desenvolva produtos e gerencie todo o ciclo de vida de forma estratégica e simplificada com a plataforma que integra varejo, indústria e fornecedores.

Para o varejo, melhore a margem dos seus produtos e a fidelização dos seus clientes ao estabelecer relações com especialistas, ampliar a presença da sua marca e aprimorar seus processos.

Para a indústria, aumente a recorrência e o seu volume de vendas ao formar parcerias que promovem eficiência fabril.

Faça parte do maior ecossistema de Private label da América Latina.

Territórios da marca

Evolução co-criada

Ser a variável que provoca avanços que desbloqueiam e alavancam o potencial dos clientes. Dominar a transformação, inovar e ser propositiva, habilitando avenidas de crescimento.

O que é?

- Tecnologia relacional
- Articular varejo e indústria
- Visão 360
- Assegurar por meio do conhecimento
- Excelência

O que não é?

- Tecnologia transacional
- Oportunismo
- Pontual

Como Amicci pode manifestar o território da marca?

Criar - com institutos - um índice de MP que atesta: qualidade do fornecedor, varejista e do produto e quanto valor foi economizado pelo cliente.

- Comunicar cases do cliente: explorar nas comunicações como Amicci + indústria, varejo e vendedores evoluíram a categoria e alcançaram resultados expressivos
- Participação de clientes em eventos como PL connection e APAS
- Destacar lançamento de novas features e versões da plataforma
- Construir dashboards e recursos a partir de métricas relevantes para players ou mercados específicos
- Evoluir o serviço de consultoria e o produto que hoje se chama Indux

Territórios da marca

Relação de valor

Expandir e redefinir códigos do consumo e dar novos sentidos a interações entre parceiros, marcas e pessoas. Revelar o potencial que existe nas relações entre marca própria e seus múltiplos atores.

O que é?

- Incremental e exponencial
- Visão estratégica co-criada
- Conexão e networking
- Eficiência e eficácia
- Processos automatizados
- Conhecimento que reeduca

O que não é?

- Protagonismo constante
- Postura passiva
- Individualista

Como Amicci pode manifestar o território da marca?

Reforçar a liderança do tema com eventos proprietários como PL Connection e presença nos principais eventos mundiais.

- Integrar atores da cadeia por meio da plataforma ou pelo viés consultivo
- Centro Amicci de inovação e desenvolvimento: ser a referência para a categoria, a frente do novo.
- Ocupar o espaço de especialista também em conhecimento em Private Label também com informação e conhecimento via blog, conteúdos e universidade.

Personalidade da marca

ESTRATÉGIA DA MARCA

Arquétipos Guerreiro + Mentor

Impulsionadora

Amicci enxerga potenciais não revelados. Lidera a categoria ao co-criar e desenvolver soluções relevantes e inovadoras para o mercado.

Estratégica, compartilha conhecimento, viabiliza e orienta mudanças. Seu senso de responsabilidade se reflete em aprimoramento constante e uma postura hands on que impulsiona os resultados dos seus clientes e constrói legados.

Traços de personalidade

- Especialista
- Inquieta
- Realizadora
- Orientada ao objetivo



Identidade Verbal

Tagline

É uma frase potente que traduz a nossa essência, humanizando, gerando identificação e levando nosso propósito ainda mais longe.

A nossa tagline, além de gerar fácil identificação com a categoria, traduz o desejo de transformar marcas próprias em marcas rentáveis e reconhecidas pelos consumidores e pelo mercado. O sufixo “Com Amicci”, nos coloca lado a lado do cliente, como uma parceira que maximiza resultados.

Principal

Essa é a nossa tagline principal. Damos preferência para usos em comunicações para públicos e mercados que já nos conhecem ou onde temos a oportunidade de explicar com clareza quem somos e o que fazemos (ex: vídeos institucionais, e-mails, abertura e fechamento de discursos e campanhas de alcance de marca).

IDENTIDADE VERBAL

Marcas próprias fortes com Amicci.

Tagline Alternativo

É uma frase potente que traduz a nossa essência, humanizando, gerando identificação e levando nosso propósito ainda mais longe.

Variação

Uma oportunidade desta tagline é criar variações mudando o adjetivo “forte” para outras palavras relacionadas com o universo da nossa marca, contribuindo para a construção de significado. Dica: experimente utilizar palavras que fazem parte do ecossistema Amicci, como as do exemplo a seguir. Caso seja necessário utilizar outra palavra, consulte o time de marketing.

IDENTIDADE VERBAL

Marcas próprias fortes com Amicci.

rentáveis
atrativas
reconhecidas
sólidas
acessíveis
lucrativas
inovadoras
fiéis
de qualidade
de impacto

Tom de voz

Explora as características dos nossos arquétipos, trazendo diretrizes que ajudam a conectar a nossa marca com nossos públicos de forma autêntica.

IDENTIDADE VERBAL

PRÓXIMO

Dialogamos em tom de conversa, com mensagens que enriquecem as relações e demonstram interesse ao que importa para cada cliente.

Nosso tom próximo vem da soma da nossa expertise com a dos nossos clientes, compreendendo suas necessidades e traçando estratégias para alcançar os resultados que eles precisam, com a eficiência que eles desejam.

O nosso nome é um forte aliado para reforçar o lado humano da nossa marca. Nosso jeito de corresponder a ele é assumindo o compromisso de criar conexões que geram valor para todos que se relacionam com a gente. Estamos sempre ao lado do nosso cliente, traduzindo a *Personalidade do Mentor* ao colocar nosso conhecimento à disposição, apoiando as tomadas de decisão e propondo soluções que aceleram e maximizam os ganhos para todos.

Tom de voz

Explora as características dos nossos arquétipos, trazendo diretrizes que ajudam a conectar a nossa marca com nossos públicos de forma autêntica.

IDENTIDADE VERBAL

ENCORAJADOR

Nossas mensagens incentivam nossos clientes a estarem sempre à frente, empoderando as mudanças e acelerando resultados.

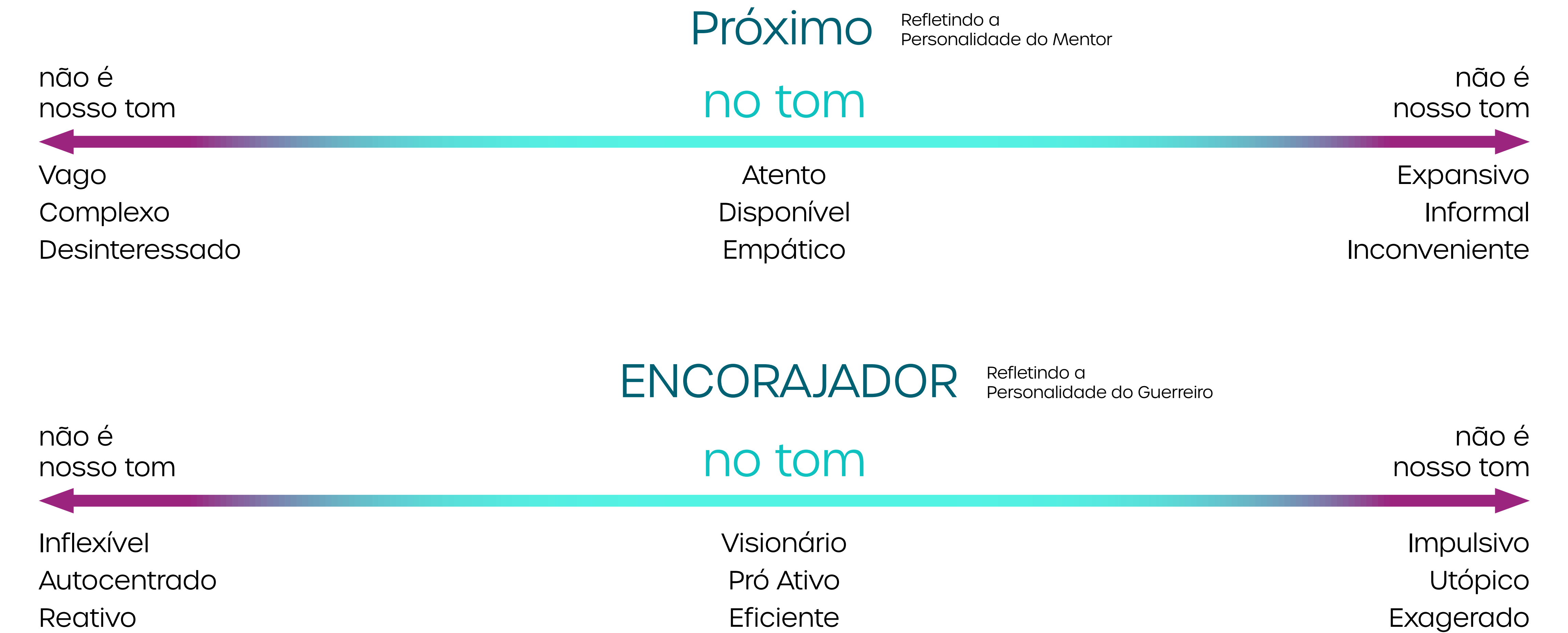
O tom encorajador agrega potência às nossas mensagens, mostrando o nosso lado provocador, inquieto e voltado à co-criação, fruto da nossa **Personalidade do Guerreiro** de marca.

Nossa comunicação é enérgica e cheia de vigor. Instigamos o nosso cliente não só a pensar diferente, mas vislumbrar possibilidades e contar com a gente para realizar.

Falamos do que é real e do que é possível. Trabalhamos em sinergia com nosso cliente somando experiências, dividindo conhecimentos e aliando tecnologia e inteligência humana para promover mudanças, maximizar o crescimento dos negócios e aprimorar constantemente a nossa entrega.

Tom de voz

Explora as características dos nossos arquétipos, trazendo diretrizes que ajudam a conectar a nossa marca com nossos públicos de forma autêntica.



Diretriz Sintática

Como falamos

IDENTIDADE VERBAL

Compartilhe conhecimento

Somos especialistas em marca própria e queremos ser reconhecidos pela nossa alta experiência e forte capacidade técnica. Uma forma de reforçar essa autoridade sem parecer que somos uma marca autocentrada, é compartilhando conhecimento, expressando nossa opinião sobre os assuntos e nos colocando como uma marca que empodera tanto as empresas quanto as pessoas.

Conte histórias que encorajam

As empresas são mais proativas à mudanças quando veem outras obtendo sucesso. Compartilhe cases, conte curiosidades sobre os projetos, explique os desafios e mostre como contribuimos para evoluir a categoria e impulsionar o crescimento do nosso cliente. Usar fatos e dados, e expressar nosso ponto de vista sobre os acontecimentos do mercado, também é uma forma de encorajar, demonstrando credibilidade sem parecermos autocentrados.

Faça construções colaborativas

Transmitir o conceito de soma, também para definir a relação com nosso cliente, reforça os territórios que queremos ocupar. A nossa postura é construtiva, não fazemos nada sozinhos e o nosso conhecimento é sempre para agregar e maximizar o crescimento. Demonstre abertura à colaboração, convidando as pessoas a participarem da conversa, demonstrando atenção ao que está sendo dito e contribuindo para as discussões de forma positiva.

Tenha uma postura propositiva

Somos uma marca de atitude realizadora. Trazemos ideias, propomos soluções, exploramos os desafios e provocamos as empresas a mudarem de perspectiva para enxergar novas possibilidades. Uma das formas de transmitir essas características é usando um tom afirmativo para as mensagens e elaborando chamadas que convidam à ação.

Equilibre o lado humano com o tecnológico

Ser uma marca tecnológica e visionária não significa se distanciar do que nos aproxima das pessoas. Mesmo para os assuntos mais complexos, tente escrever em tom de conversa, usando a coloquialidade como uma estratégia para simplificar os diálogos e fazer com que nossas mensagens chegue até as empresas e pessoas com mais naturalidade.

Traga o futuro para o presente

Nossa marca tem a capacidade de enxergar à frente, pautando-se em dados e na sua expertise para mobilizar o desenvolvimento de soluções que transformam o mercado. Aborde temas que contribuam para criar uma cultura de inovação dentro do ecossistema, iniciando debates, enriquecendo conversas e criando um ambiente favorável para a disrupção.

Diretriz Sintática

Como falamos

IDENTIDADE VERBAL

Simplifique a escrita

Use tempos verbais simples, construções gramaticais diretas, dando preferência para uma escrita clara, fácil de ser assimilada e compreendida. Isso reforça códigos de eficiência e modernidade, contribuindo para que as nossas mensagens cheguem com mais consistência aos nossos públicos.

Use frases curtas

Uma das formas de reter a atenção e despertar o interesse nos conteúdos, é usando mais o ponto final do que as vírgulas. Frases curtas ajudam a alcançar o tom de conversa. Experimente conduzir a narrativa combinando com afirmações ou perguntas. Isso torna o discurso da marca ainda mais proprietário e consistente.

Coloque o cliente no centro de tudo

Promovemos a evolução a partir da co-criação. Em vez de falar repetidamente sobre nossas soluções, produtos e méritos, dê protagonismo ao nosso cliente contando sua conquista ou convidando-o para contar. Dessa forma, reforçamos nosso discurso, fazendo como que o mercado valide e reconheça a nossa capacidade de gerar valor.

Evite o tom informal

Coloquialidade é diferente de informalidade. O uso de termos da internet, memes, gírias, emojis e outros recursos não condizem com a nossa personalidade impulsionadora, especialista e experiente, e fragilizam nossa credibilidade. Por isso, quando escrevemos, fazemos em tom de conversa, sendo cordiais e apoiando nosso discurso nas diretrizes de tom de voz e personalidade.

Sabemos que cada amiccian tem o seu tom de voz e valorizamos a individualidade. O tom de voz da Amicci é um guia para unificar a nossa imagem, por isso, utilize dessas diretrizes para guiar suas manifestações com parceiros.

Provoque sem agredir

Nosso jeito de provocar é construtivo. Nossa intenção é fazer o cliente questionar seus processos e enxergar as possibilidades de evolução que podemos explorar juntos. Evite frases que inferiorizam, julgam, apontam erros e nos colocam acima do parceiro. Nossas relações são horizontais.

Não faça promessas exageradas

Estamos sempre de olho no futuro, alinhados com as tendências e liderando movimentos de inovação. Mas tudo o que fazemos é para ajudar a empresa a responder aos desafios do mercado. Evite mensagens que nos coloquem acima do cliente ou transmitam a ideia de garantia ou resolução absoluta.

Atenção para as abreviações

Por mais que o nosso mercado esteja constantemente atualizado e conectado às tendências e inovações da categoria, não podemos assumir que os públicos também estejam. Evite usar abreviações e quando usar termos técnicos, explique o que eles significam, para tornar o conteúdo mais próximo.

Diretriz Sintática

Boas práticas

IDENTIDADE VERBAL

Private label

Usamos private label, com letras minúsculas, sempre que for necessário nos referirmos à categoria em que nossa marca está inserida. Assim, além de diferenciar categoria e produto, nos apropriamos e popularizamos um termo que agrega códigos de inovação e tecnologia diante do público varejista.

Somos amiccians

Amiccians é a forma oficial de se chamar os colaboradores e se escreve como um gentílico (brasileiro, paulista), com inicial minúscula. Evite o uso de amicciano ou amicciiana, amiccians é inclusivo e reforça nossa identidade.

Marca própria

Marca própria é o termo que utilizamos para nos referirmos ao produto do nosso cliente. Além de ser amplamente utilizado e reconhecido pelos varejistas brasileiros, é uma forma de reforçar atributos de completude que envolvem esse conceito.

Clientes

Cliente são todas as indústrias e varejistas que estão desenvolvendo e vendendo no mercado seus produtos com a Amicci, criando marcas próprias ainda mais fortes.

Diretriz Sintática

Boas práticas

Não use !, ... e termos evasivos

Pontos de exclamação e reticências fragilizam elementos de maturidade e relevância da nossa marca. Temos outras maneiras de reter a atenção dos nossos públicos e a identidade visual pode nos ajudar a destacar informações pertinentes. Já termos como “etc.” e “entre outros”, demonstram um tom vago, com falta de profundidade e afirmação.

Não repita letras ou abuse das maiúsculas

Repetir letras numa mesma palavra (muuuuuuito) demonstra exagero e pende para a informalidade. Evite a variação de maiúsculas e minúsculas nas frases, seja nas iniciais (Amicci Planejamento Estratégico) ou para dar destaques (NÃO fique de FORA), é um jeito rude de chamar atenção, compreendido como falar em voz alta ou gritando.

Flexibilize o uso das pessoas verbais

3ª PESSOA DO SINGULAR - A Amicci/Amicci

Em canais que não sejam da marca e para públicos externos, reforce o nosso nome e credibilidade usando a 3ª Pessoa do Singular.

1ª PESSOA DO PLURAL - Nós, Nossa, A gente

Em canais onde a marca está presente, em textos nos quais o nome Amicci já foi introduzido e para públicos internos, fortalecemos a proximidade usando a 1ª Pessoa do Plural.

Amicci X a Amicci

Use o artigo (a Amicci) em contextos mais formais e com apelo institucional, onde é necessário se referir à marca como empresa na sua totalidade. Ex: “A Amicci é líder em construção de marcas próprias”.

Use apenas Amicci (sem o artigo), em contextos coloquiais, para fazer referência direta à marca como ecossistema e alcançar mais proximidade. Ex: “Amicci tem o que a sua marca própria precisa para crescer”.

Keymessages

Mensagens centrais que servem de referência para saber quais elementos devem ser destacados ao falar sobre aspectos específicos da Amicci aos seus públicos.

IDENTIDADE VERBAL

PROPÓSITO

A Amicci impulsiona relações que deixam marcas fortes..

Somamos nossa experiência em private label à expertise de indústrias e varejistas para criar marcas fortes e com alto potencial de vendas. Nossa plataforma conecta quem deseja desenvolver uma marca própria aos parceiros ideais para gerenciar todo o processo, do início ao fim. Com a Amicci, você conta com inovações, soluções tecnológicas e a força do maior ecossistema de private label da América Latina.

INDÚSTRIA

Feche bons negócios com os grandes varejistas nacionais.

Aproximamos a sua indústria de grandes redes varejistas que buscam fabricar produtos de marca própria com excelência e qualidade. Com a Amicci, além de manter a prospecção ativa e fechar negócios que aumentam a recorrência, você tem acesso a insights de mercado, performance dos produtos e informações que ajudam a planejar a produção e ganhar mais escala. Contar com as inovações e soluções tecnológicas da Amicci é contar com um aliado que maximiza os ganhos e acelera o crescimento.

VAREJO

Faça a sua marca própria a número um dos consumidores.

Para fazer o cliente impulsionar sua própria marca, unimos nossa experiência como o maior ecossistema de private label da América Latina com a inteligência de especialistas e tecnologia avançada. A Amicci conecta sua rede varejista a indústrias certificadas e fornecedores, garantindo o desenvolvimento de produtos de alta qualidade e eficiência que aumentam as vendas, fidelizam clientes e oferecem melhores margens de lucro. Com a Amicci, você ganha vários parceiros com profundo conhecimento de mercado, transformando sua marca própria em um pilar estratégico e uma fortaleza para o seu negócio.

Keymessages

Mensagens centrais que servem de referência para saber quais elementos devem ser destacados ao falar sobre aspectos específicos da Amicci aos seus públicos.

IDENTIDADE VERBAL

AMICCIAN

Contribua com a construção de marcas próprias fortes e inovadoras.

Ser amiccian é fazer parte de uma equipe que transforma o mercado de marcas próprias no Brasil, democratizando o acesso a produtos de alta qualidade a preços acessíveis. Somos especialistas que impulsionam o sucesso dos nossos clientes, colaborando de forma construtiva e inovadora. Juntos, exploramos desafios, propomos soluções e criamos novas possibilidades de fazer acontecer. Como amiccian, você é peça fundamental que carrega a marca todos os dias, criando relações horizontais e somando forças para maximizar o crescimento de todos. Vamos continuar a construir esse futuro juntos.

VENDORS

Transforme marcas próprias em potências de mercado com a sua experiência.

Para fazer o cliente impulsionar sua própria marca, unimos nossa experiência como o maior ecossistema de private label da América Latina com a inteligência de especialistas e tecnologia avançada. A Amicci conecta sua rede varejista a indústrias certificadas e fornecedores, garantindo o desenvolvimento de produtos de alta qualidade e eficiência que aumentam as vendas, fidelizam clientes e oferecem melhores margens de lucro. Com a Amicci, você ganha vários parceiros com profundo conhecimento de mercado, transformando sua marca própria em um pilar estratégico e uma fortaleza para o seu negócio.

Identidade Visual

Logotipo

IDENTIDADE VISUAL

Impulsionar

Esta é a nossa assinatura principal da marca Amicci, **constituída por um símbolo de comando + Amicci.**

Inspirado no conceito de impulsionar em escala a partir de um epicentro, **o símbolo A faz referência a uma flecha que direciona**, e expressa o crescimento de co-criação entre varejo & indústria de Amicci

Além disso, nossa logotipo expressa essa relação de uma forma inovadora e principalmente amigável, através de uma tipografia em caixa baixa, que equilibra uma forma externa curva, "mais touch", e uma forma interna geométrica, "mais tech".



Logotipo

Diretrizes de uso

Esta é a **nossa assinatura de Amicci**, deve sempre ser usada como principal identificação da marca para construção de reconhecimento - respeitando as diretrizes de uso abaixo:



ÁREA DE PROTEÇÃO

Espaço entre o logo e qualquer outro elemento gráfico em torno dele, de forma a sempre manter sua integridade.

REDUÇÃO

Para utilizar o logo em menores escalas, sempre se atente à sua máxima redução de dimensão, de forma que ele não perca sua legibilidade.

ÁREA DE PROTEÇÃO



Lorem ipsum dolor Lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur sit amet, consectetur
adipiscing elit. Nullam dui adipiscing elit. Nullam dui
nulla, dignissim in dolor nulla, dignissim in dolor
magna lesuada,
tempor dortulis
leo. Nulla at leo tu
rutrum, e nibh
vuli ut, s purus.
Nulla id i neque.
Aliquam nim tuc
loristu sodales mauris loristu sodales mauris
molestie venenatis. Nulla molestie venenatis. Nulla
vestibulum commodo vestibulum commodo



REDUZIDA

Digital: h= 20px



Impresso: h= 7 mm

Símbolo

Diretrizes de uso

Esta é o **nosso símbolo**, pode ser usado em diferentes materiais e canais, como por exemplo avatar & versão reduzida da logo - sempre respeitando as diretrizes de uso abaixo:



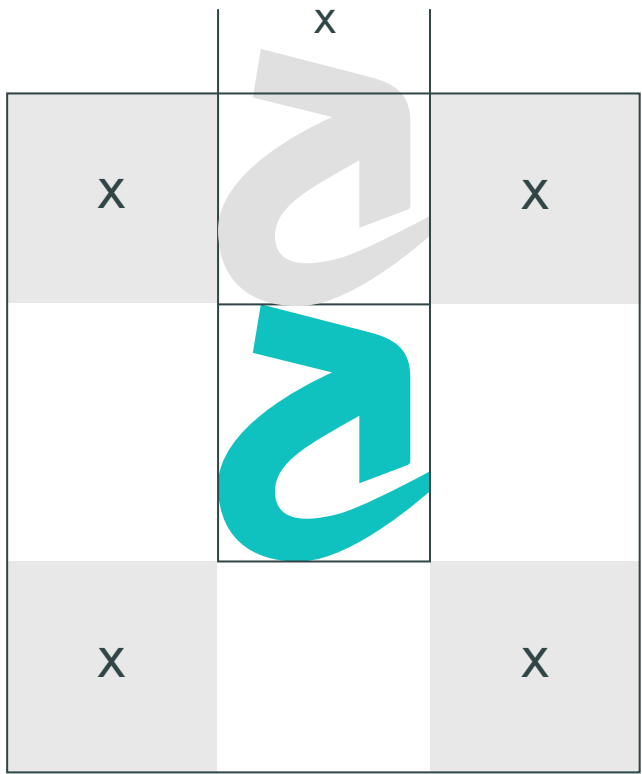
ÁREA DE PROTEÇÃO

Espaço entre o logo e qualquer outro elemento gráfico em torno dele, de forma a sempre manter sua integridade.

REDUÇÃO

Para utilizar o logo em menores escalas, sempre se atente à sua máxima redução de dimensão, de forma que ele não perca sua legibilidade.

ÁREA DE PROTEÇÃO



Lorem ipsum dolor Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur sit amet, consectetur adipiscing elit. nulla, dignissir magna n tempor efficit leo. Nulla aliquid rutrum, pos vuli ut, temp Nulla id mas Aliquam sed loristu sodale molestie venenatis. Nulla molestie venenatis. Nulla vestibulum commodo vestibulum commodo



REDUZIDA

Digital: h= 20px



Impresso: h= 7 mm

Símbolo

Uso restrito

Utilize o símbolo apenas em ocasiões específicas, como nos contextos digitais mínimos (Avatar, App, Favicon). Ou em ocasiões especiais como comunicação em evento (dentro do ambiente de Amicci) ou materiais especiais para engajamento interno (brindes).

Importante: Consulte SEMPRE o time de marketing antes de criar qualquer tipo de aplicação com o símbolo

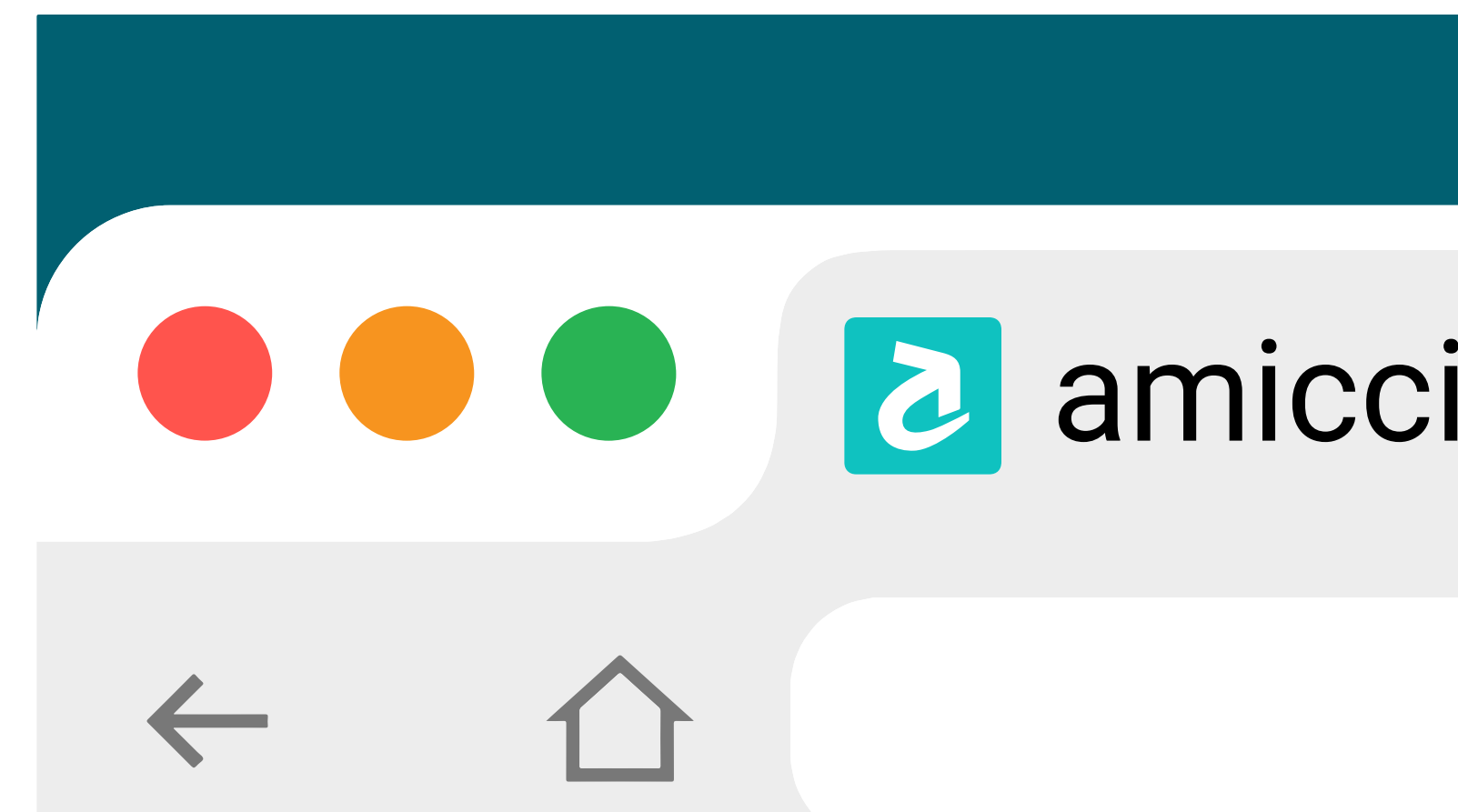
Não utilize para

- Assinar peças de comunicação
- Decorar apresentações internas ou comerciais
- Substituir letra A em apresentações e comunicados
- Personificar, colocando adereços
- Colorir com cores que não sejam as primárias da marca

Avatar



Favicon



APP



Eventos



Logotipo

Versões principais

Para consistência de nossa marca, sempre siga as versões principais de cores ao lado.

Essas versões definem nossa essência e constroem nosso reconhecimento memorável como marca.

VERSÃO BRANCO + TURQUESA ESCURO



VERSÃO TURQUESA + TURQUESA ESCURO

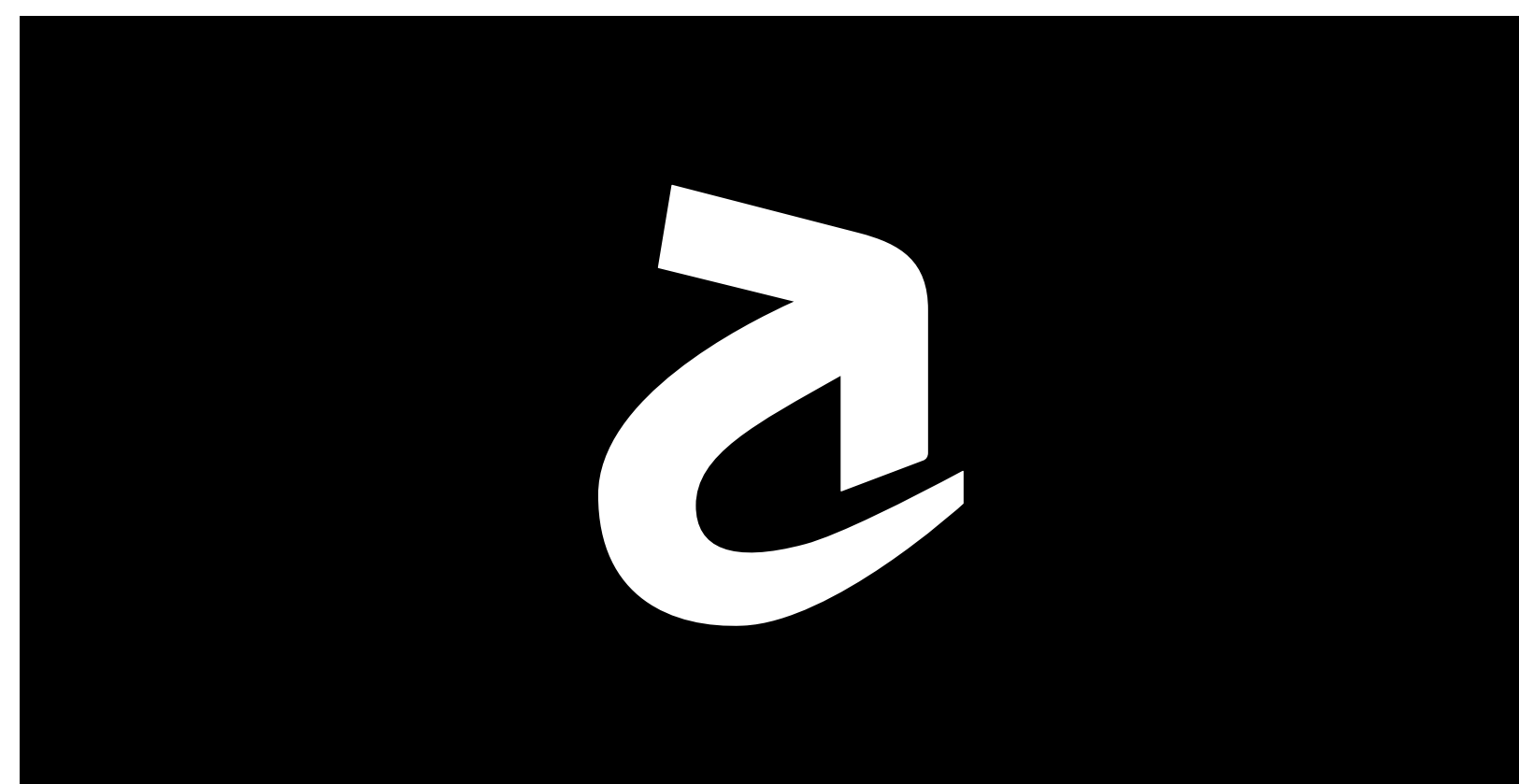


Logotipo

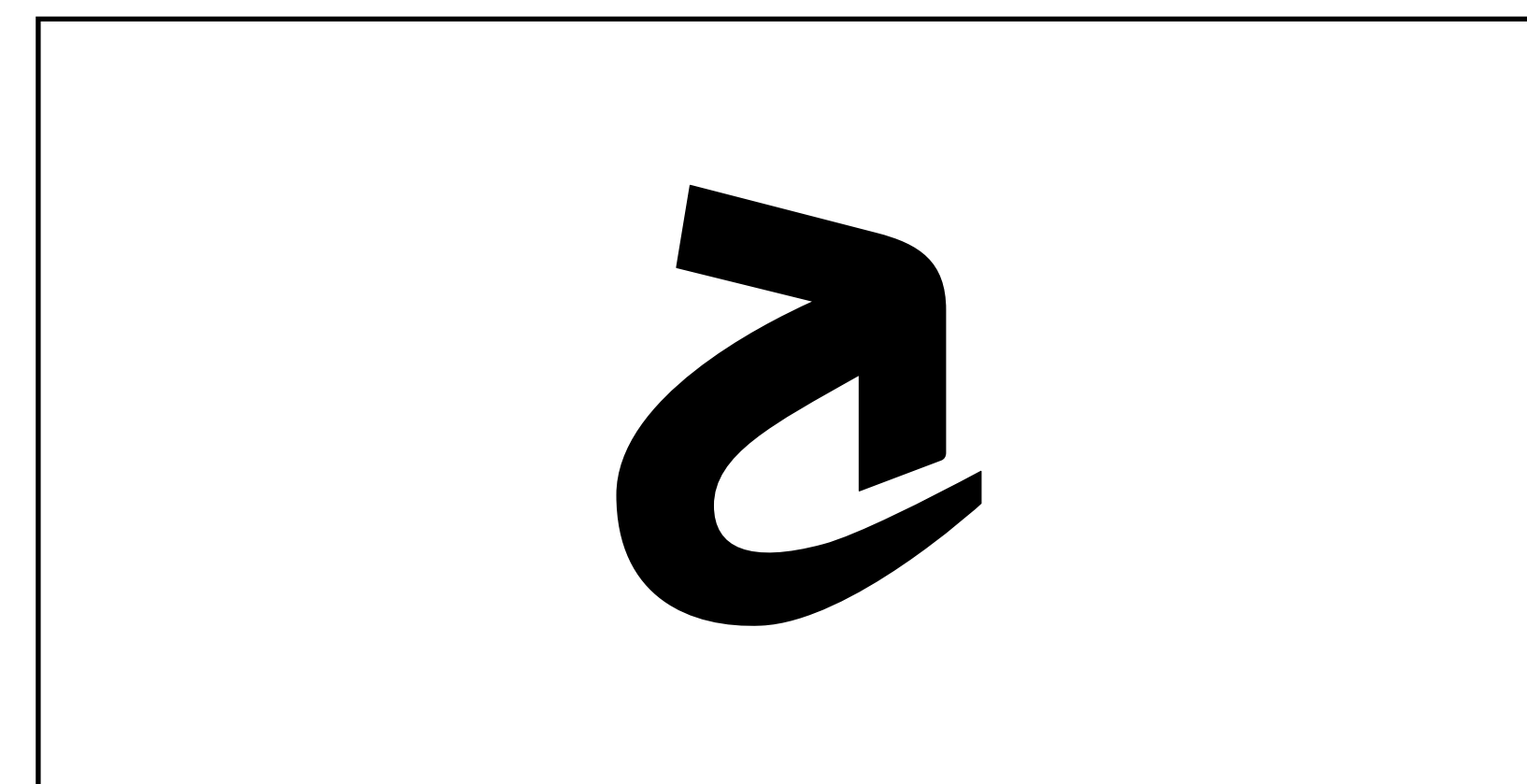
Versões de uso restrito

Em caso de restrições de produção, na qual não seja possível o uso das cores primárias da marca, devemos usar a versão positiva e negativa, nas cores preto e branco, sempre atentos à legibilidade do logo sobre o fundo e entre os elementos no entorno.

VERSÃO NEGATIVA



VERSÃO POSITIVA



Logotipo Com tagline

A composição com a tagline é a forma mais sucinta de expressar o posicionamento da marca em conjunto com o logo.

Utilize uma das 3 versões de composição que melhor se adequa ao formato do layout:

- Horizontal extensa
- Horizontal curta
- Vertical

Horizontal extensa

Marcas próprias fortes com



Horizontal curta

Marcas próprias
fortes com



Vertical

Marcas próprias fortes com



Logotipo Com tagline

IDENTIDADE VISUAL

Formatação

Siga as proporções e espaçamentos indicadas em cada versão de composição com o tagline.



Logotipo

Cuidados

O logo não deve ser alterado em nenhum de seus elementos. Para manter sua integridade deve-se sempre seguir o arquivo original da marca.

01. Não crie cortes.

02. Não altere a cor do logo.

03. Não altere a opacidade.

04. Não use em contorno.

05. Não mude a letra.

06. Não distorça.

07. Não utilize sombra.

08. Não utilize gradiente.

09. Não rotacione.

10. Não utilize adereços.

08. Não coloque textos adicionais.

09. Não coloque reflexos.

01.



02.



03.



04.



05.



06.



07.



08.



09.



10.



11.



12.



Cor-Marca

A cor de Amicci é a turquesa, que evoca atributos emocionais entre o azul e o verde - transmitindo confiança e crescimento, em um tom mais moderno e tecnológico.

Lembre-se:

A cor marca deve sempre estar presente em toda peça, seja no logotipo, em um texto de grande escala, um elemento gráfico - ela que mantém nossa essência e constrói o nosso reconhecimento como marca.

Pantone 2398C

R15 G194 B191
HEXA 0FC2C0
C78 M0 Y27 K0

Cores

Paleta-Cromática

A paleta cromática de Amicci é formada pela seguinte hierárquica de cores:

PRIMÁRIAS

Turquesa (cor-marca)
& Branco

VARIANTES DA COR MARCA

Neon-Turquesa
& Turquesa-Escuro

SECUNDÁRIAS

Magenta (prioritária)
Variante
Lilás
Laranja

APOIO

Preto & Turquesa-Chumbo

LEMBRE-SE:

A **cor turquesa** é nossa cor-marca, ela **sempre deve estar presente** em todas as peças.

PRIMÁRIAS

Turquesa
Pantone 2398C

R15 G194 B192
HEXA 0FC2C0
C78 M0 Y27 K0

VARIANTES DA COR-MARCA

Neon-Turquesa
Pantone 324 C

R83 G243 B228
HEXA 53f3e4
C34 M0 Y10 K0

Turquesa-Escuro
Pantone 7474 C

R1 G96 B113
HEXA 016071
C95 M6 Y30 K28

Branco
Pantone White

R255 G255 B255
HEXA FFFFFFFF
C0 M0 Y0 K0

SECUNDÁRIAS

Magenta
Pantone 2355 C
R155 G36 B127
HEXA 9b237f
C48 M100 Y0 K9

Variante
Pantone 2094 C
R124 G93 B167
HEXA 7C5DA7
C46 M49 Y0 K1

Lilás
Pantone 2087 C
R196 G135 B247
HEXA C487F7
C45 M53 Y0 K90

DE APOIO

Preto
Pantone Black

R0 G0 B0
HEXA 000000
C0 M0 Y0 K100

Turquesa-Chumbo
Pantone 445 C

R48 G69 B69
HEXA 304545
C71 M53 Y55 K53

Diretrizes de uso

Entenda para quê & quando utilizar cada cor.

Turquesa

- Cor do logo
- Fundos
- Elementos Gráficos
- Em palavras para dar destaque,mas somente em títulos ouquotes.

PRIMÁRIA: COR-MARCA

Sempre estar presente, transmitindo tom de confiança, inovação & tecnologia.

Neon-Turquesa

- Elementos gráficos.
- Para destaque de palavras em quotes.
- Gradientes: Somente válido para o neon turquesa.

VARIANTES DA COR-MARCA

O neon traz um tom mais tecnológico, e o tom escuro nos ajuda a manter neutralidade e a acessibilidade quando necessário.

Turquesa-Escuro

- Elementos gráficos.
- Para destaque de palavras em quotes.
- Textos: Somente válido para o turquesa escuro.

PRIMÁRIA: BRANCO

Proporciona um tom mais suave, nos permitindo criar contrastes e destacar elementos com facilidade.

Branco

- Cor do logo
- Fundos
- Elementos Gráficos
- Em palavras para dar destaque, mas somente em títulos ou quotes.
- Para textos longos quando houver acessibilidade.

(!) Mesmo sendo primária, sempre utilizar junto a um elementos de cor turquesa.

PRIMÁRIA: BRANCO

Proporciona um tom mais suave, nos permitindo criar contrastes e destacar elementos com facilidade.

Preto

- Textos: Longos Títulos Quotes.

Turquesa-Chumbo

- Textos: Longos Títulos Quotes.
- Elementos Gráficos

APOIO: PRETO & CHUMBO

Proporciona um tom mais suave, nos permitindo criar contrastes e destacar elementos com facilidade.

Magenta

- Destaques de palavras em quotes ou títulos (somente cor magenta)
- Elementos Gráficos
- Gradientes

(!) Nunca utilizar como fundos.

Variante

SECUNDÁRIAS: MAGENTA & LILÁS

O Magenta comunica inovação & co-criação, e deve ser utilizado como a principal cor secundária, apoiando-se em seu subtom na aplicação de gradientes.

Laranja

- Destaques de palavras em quotes ou títulos
- Elementos Gráficos
- Gradientes

(!) Nunca utilizar como cor de textos longos ou como fundos.

SECUNDÁRIAS: MAGENTA & LILÁS

O Lilás traz um tom amigável devendo ser usado só quando for necessário, quando nenhuma das outras cores secundárias forem possíveis

41

amicci

Cores

Gradientes

Os gradientes de Amicci dão dinamismo, versatilidade e expressam crescimento dentro do sistema visual.

.Para mantermos um uso conciso, deve-se respeitar as combinações entre os degrados ao lado sempre que possível.

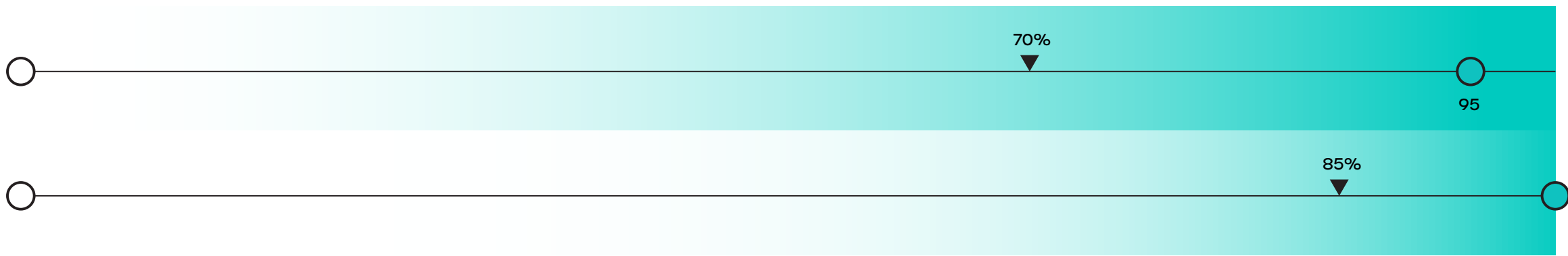
Lembre-se:

O gradiente é formado pela transição de cores que deve seguir uma suavidade, desde sua aplicação com maior intensidade até a menor.

E nunca esqueça:

A cor turquesa sempre deve estar em **maior peso**, exceto na combinação branco + turquesa.

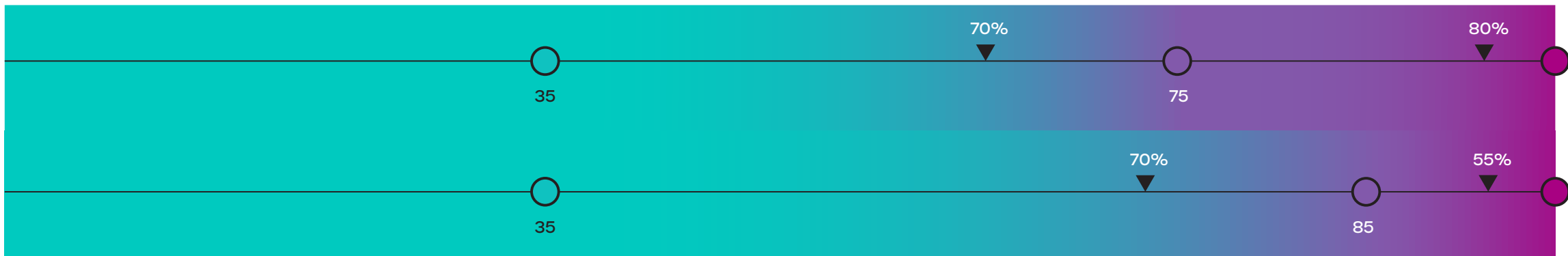
BRANCO
+ TURQUESA



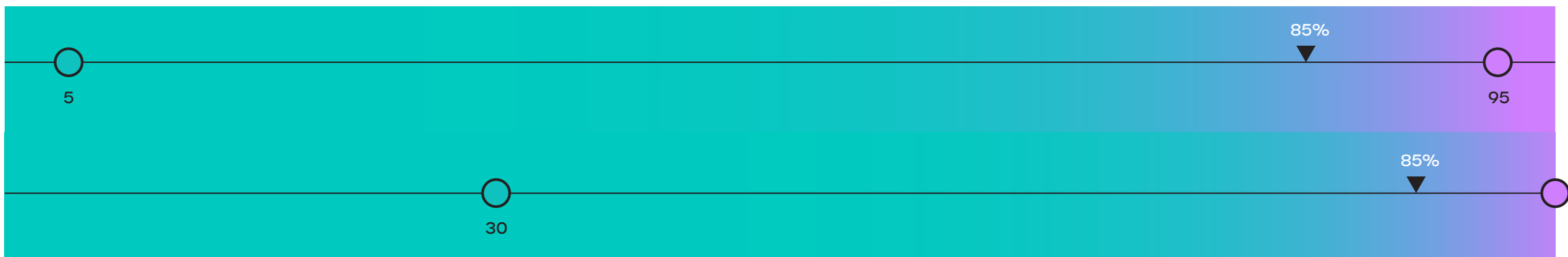
TURQUESA
+ NEON TURQUESA



TURQUESA
+ MAGENTA
& VARIANTE



TURQUESA
+ LILÁS



Gradientes especiais
Somente para uso contextual

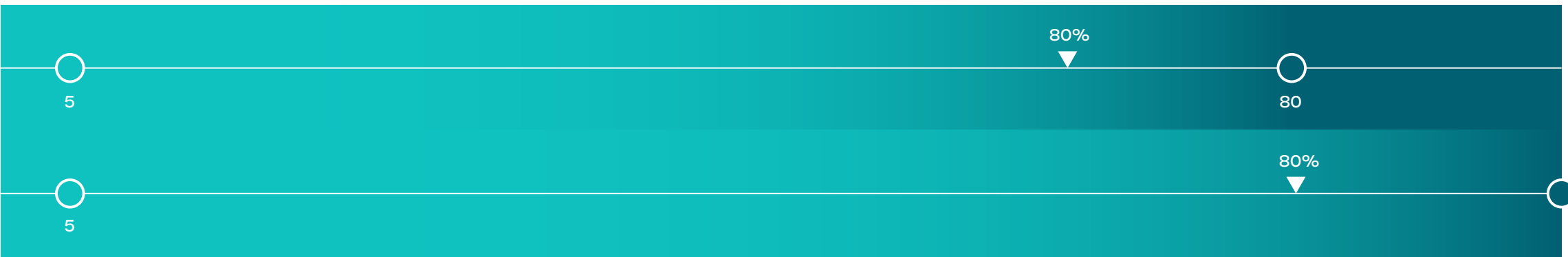
Os gradientes especiais seguem a mesma construção dos gradientes da marca, com a predominância do Turquesa escuro, ou restritamente com Magenta predominante, conforme as opções ao lado.

Esse uso é permitido somente em ambientes secundários de comunicação da marca (páginas internas do site, momentos de interação secundários no sistema) como complemento das cores principais da marca.

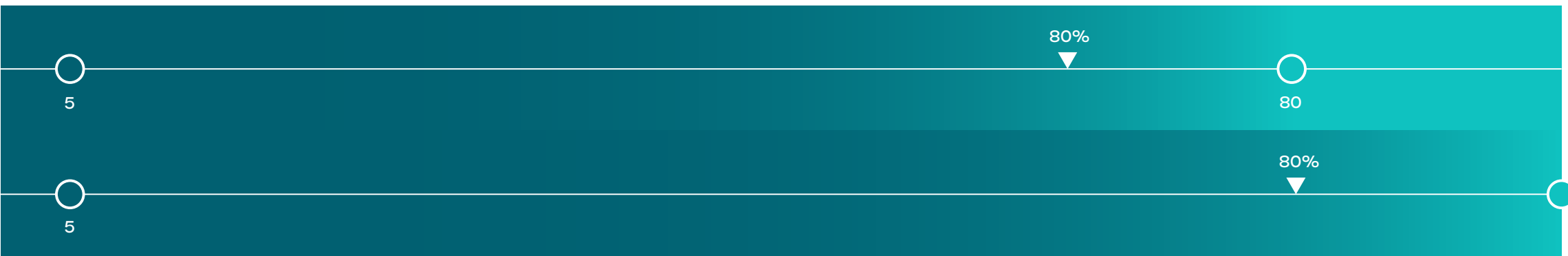
Para uso interno da Amicci, como comunicados, apresentações em PowerPoint, eventos internos também são permitidas ocasionalmente, desde que acordada previamente com o time de marketing.

Lembrando que as versões principais são sempre as preferencias para construir uma marca forte e consistente.

TURQUESA
+ TURQUESA ESCURO

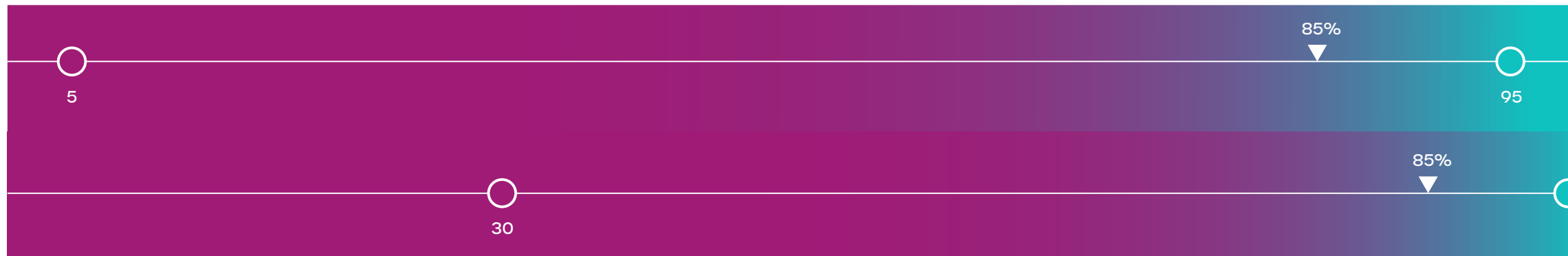


TURQUESA ESCURO
+ TURQUESA



USO RESTRITO*

MAGENTA
+ TURQUESA



*Somente para uso interno da Amicci.

Urbane

Tipografia principal da nossa identidade é uma fonte sem serifa, traz um tom moderno, que equilibra entre formas geométricas com a sutileza entre suas transições e terminações que expressam um lado humano.

TIPOGRAFIA SECUNDÁRIA

Roboto

A família Roboto deve ser usada na plataforma, documentos online e quando não é possível o uso da Urbane (em comunicação).

GOOGLE FONTS:
<https://fonts.google.com/specimen/Roboto>

Aa Urbane

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#\$%^&*()

Adobe Fonts: <https://fonts.adobe.com/fonts/urbane>

Thin

Thin Italic

Extra light

Extra light italic

Light

Light Italic

Medium

Medium italic

Demi Bold

Demi Bold Italic

Bold

Bold Italic

Heavy

Heavy Italic

Tipografia

Hierarquia

A hierarquia tipográfica nos ajuda a organizar a ordem de importância das mensagens que queremos transmitir.

Nossa identidade adota as seguintes diretrizes principais para manter uma boa organização de informações.

Títulos/Quotes - **BOLD**

**ACELERAMOS &
IMPULSIONAMOS**

Subtítulo - **DEMIBOLD**

Varejo, Indústria & varejo

Texto de apoio - **MEDIUM**

**Saiba como impulsionar da
melhor forma seus produtos.**

Textos - **LIGHT**

De forma intuitiva, transparente, desenvolva produtos estratégico sem conjunto com uma plataforma que integra varejo, indústria & fornecedores

IDENTIDADE VISUAL

Bold

para títulos/
mensagens
de destaque.

Utilizar sempre
preferencialmente
em caixa alta.

Demibold

são versáteis e servem
para destacar mensagens
logo após o título.

Medium

para informações
que dão suporte
a uma mensagem
principal.

Light

para informações
longas, como
textos descritivos.

Tipografia

Overview

Os grafismos são os elementos responsáveis por tornar Amicci visualmente reconhecível em qualquer comunicação.

Eles nascem a partir do nosso epicentro, que cria espaços entre linhas que se encontram e formam gradientes, áreas para fotografia e textos.

Sempre trazendo um tom de crescimento, impulso e expansão, unimos os elementos aos lado para criar layouts com propriedade.

Logotipo

Quote Principal

Destaque em cores.

Para ter um impacto efetivo deste recurso, utilize somente em termos relevantes da frase, limitando-se a poucas palavras.

 amicci

PRODUTOS DE
MARCA PRÓPRIA
COMEÇAM AQUI.

Marcas próprias fortes.

Texto

Epicentro
+ Gradiente

Fotografia

Grafismo

IDENTIDADE VISUAL

Epicentro

O Epicentro é a base do nosso sistema visual. O encontro entre as linhas cria espaços visuais dinâmicos e tornam nossa identidade proprietária.

A PARTIR DO SÍMBOLO

O epicentro base é criado a partir do encontro entre duas linhas sobre o nosso símbolo protagonista.

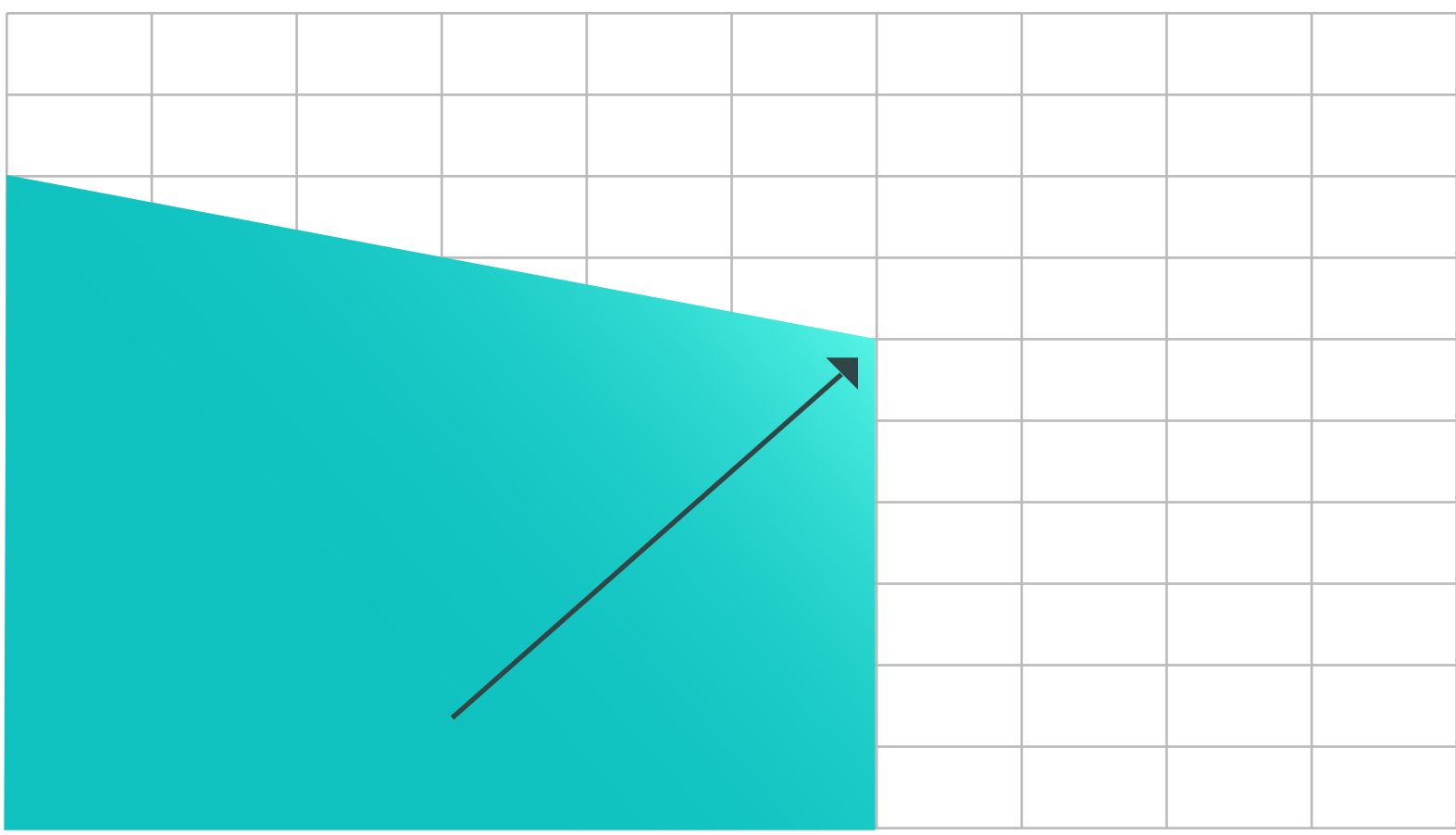
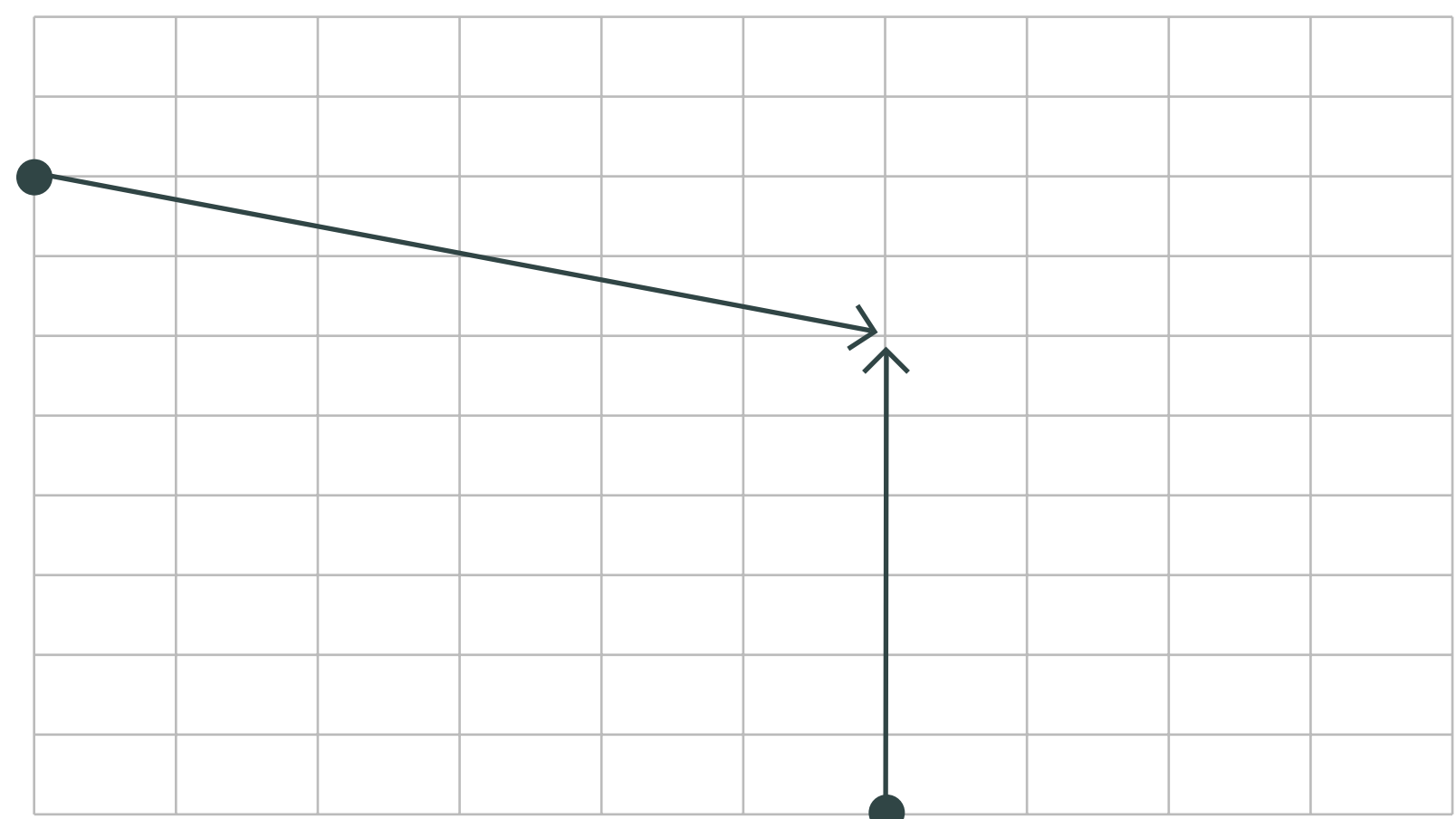


Construção

A partir do epicentro, devemos seguir nossas diretrizes básicas para construção desses grafismos:

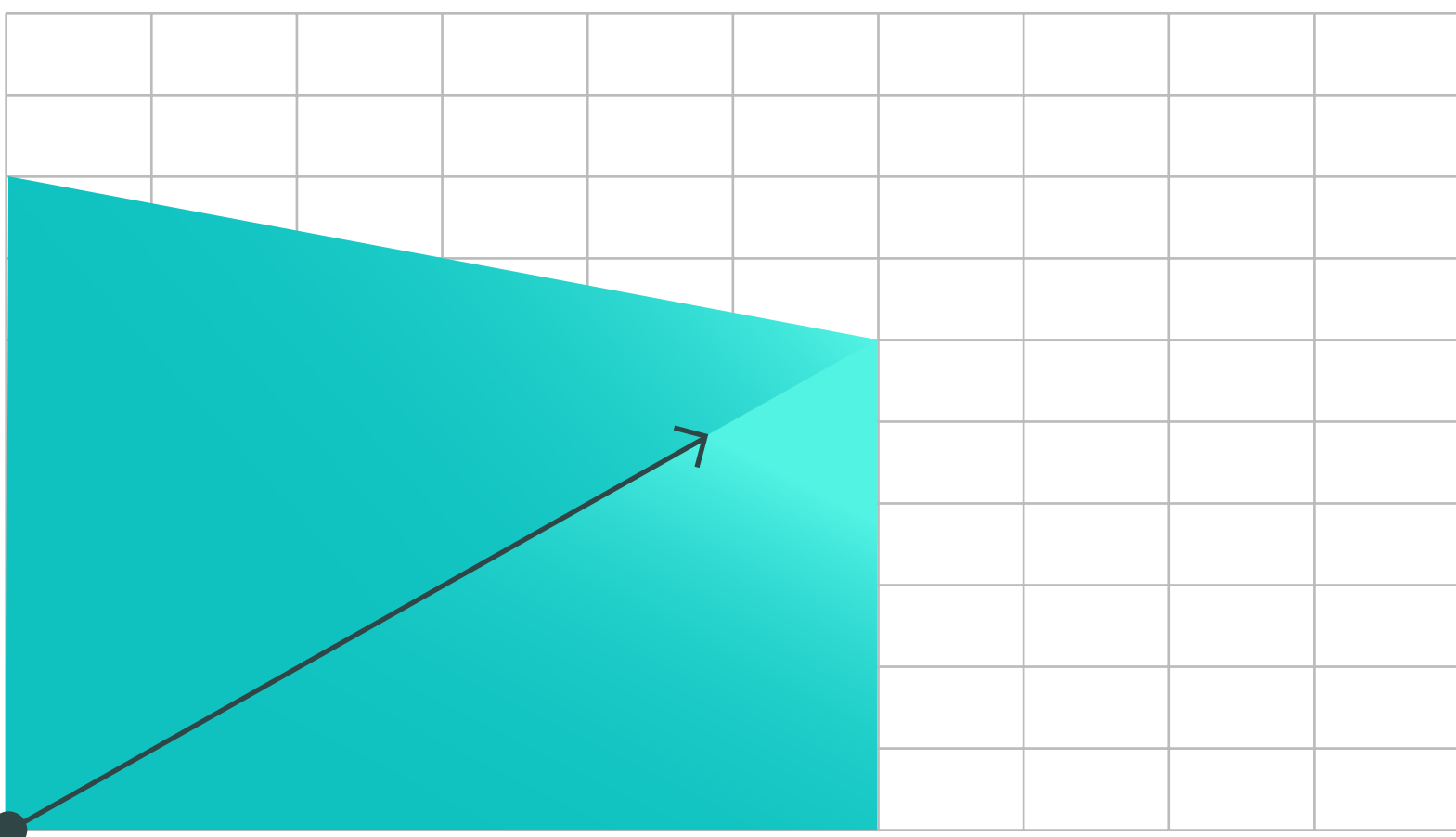
- 1. A partir do encontro entre as duas linhas base sobre a angulação do nosso símbolo, nasce nosso epicentro.
- 2. A partir destas linhas, construímos um grid de 10x10 - que é versátil, facilmente adaptável a diferentes formatos, e posicionamos estas linhas sobre o grid.
- 3. Com o espaço criado, aplicamos cor + gradiente - sendo este sempre em direção ao epicentro e em crescimento (nuna apontar para baixo)
- 4. Para mais dinamismo, podemos acrescentar uma nova linha, criando mais um espaço para um gradiente, no mesmo tom do anterior, apenas alterando sua intensidade.

01. O ENCONTRO DAS LINHAS BASE



03. APLICAÇÃO DE COR + GRADIENTE

02. GRID 10X10 - LINHAS SOBRE O GRID



04. NOVA LINHA, UM NOVO GRADIENTE

Grafismo

Variabilidade

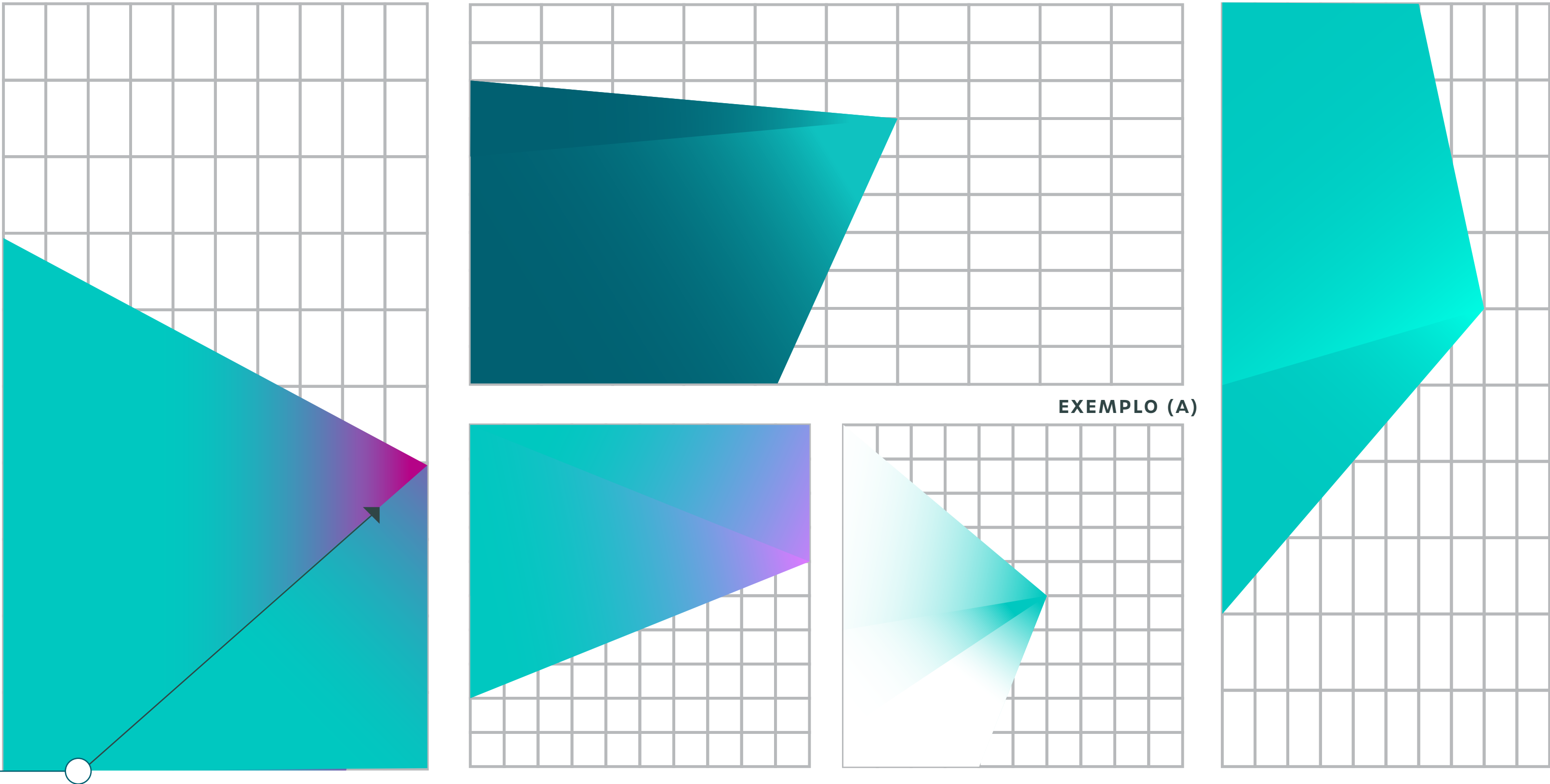
Versátil & Prático, nosso grafismo se expande de forma prática entre diferentes formatos.

Utilize sempre o grid 10 x 10 na criação de peças, posicionando as linhas sobre o mesmo.

Além disso, podemos acrescentar até 2 linhas novas entre as linhas de base, como segue o ex. A, criando novos espaços de gradiente.

EPICENTRO EM CRESCIMENTO

Nossas linhas de encontro podem impulsionar em diversas direções, contanto que expressem o epicentro em crescimento, nunca apontando para baixo.



COMBINAÇÕES DE CORES



PARA EXPRESSAR + HUMAN TOUCH

Cor-Marca + Cores Secundárias
Magenta
Lilás (usar com menos frequência)



PARA EXPRESSAR + FORMALIDADE

Cor-Marca + Variantes
Neon Turquesa, Branco,
Turquesa escura

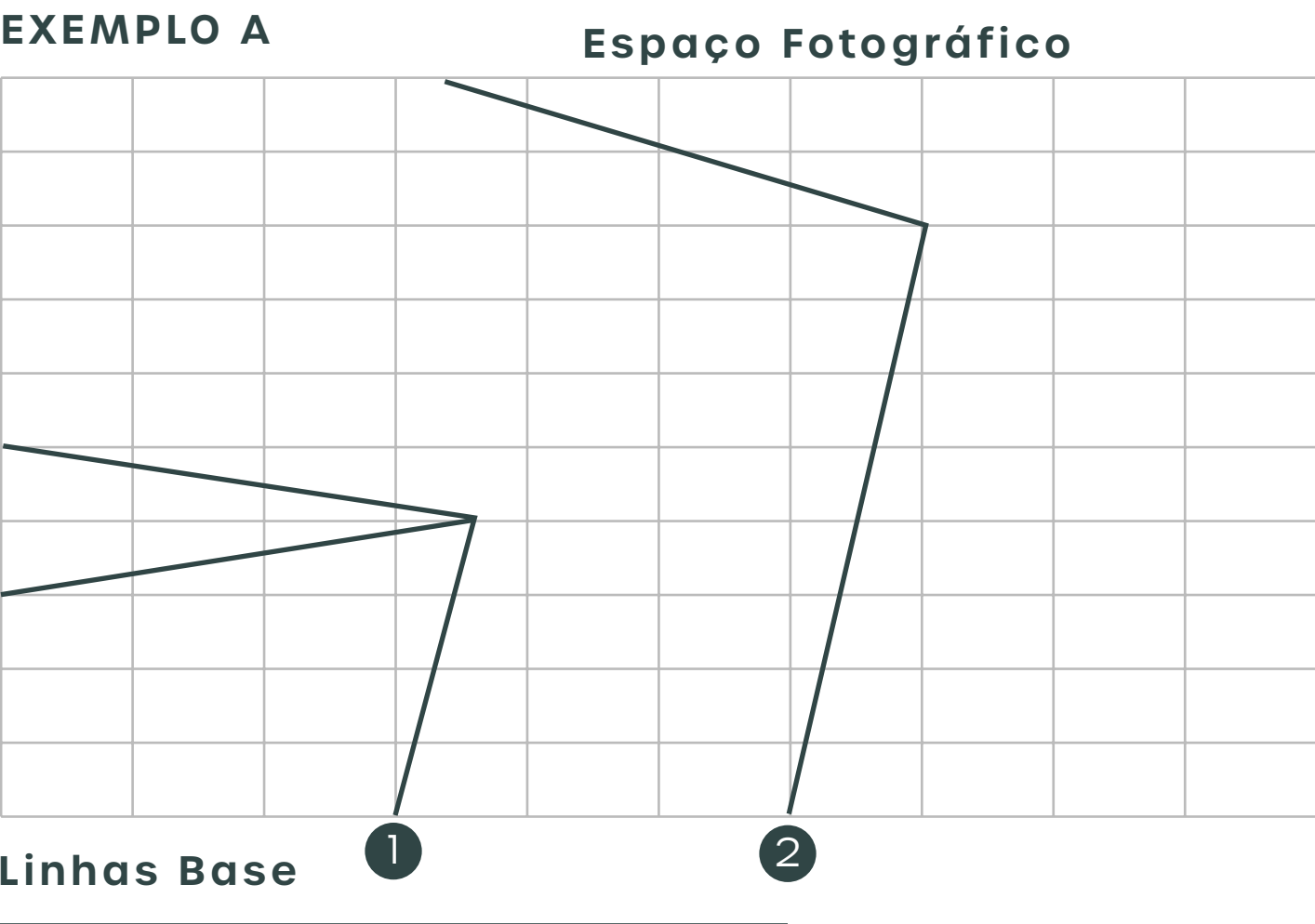
Grafismo

Diretrizes: Máscara Fotográfica

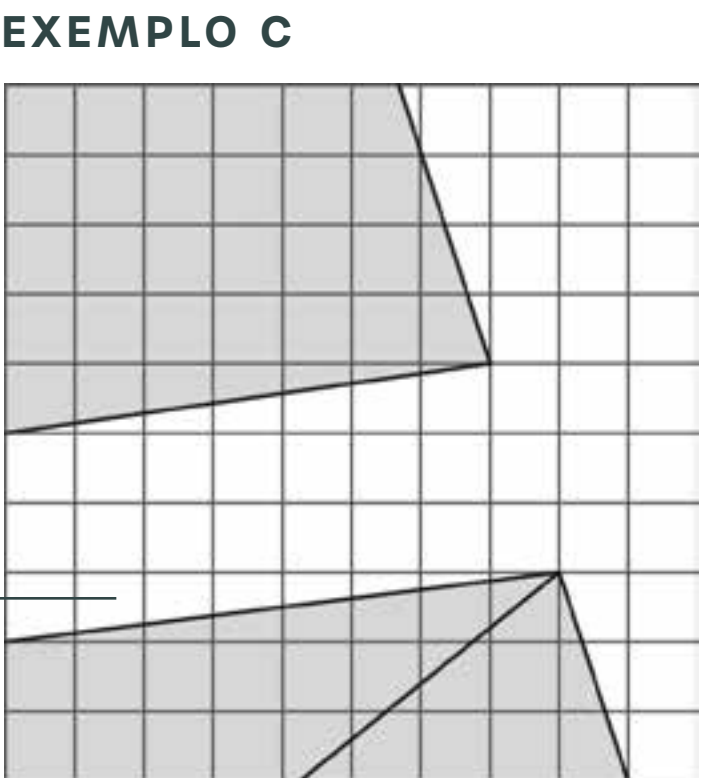
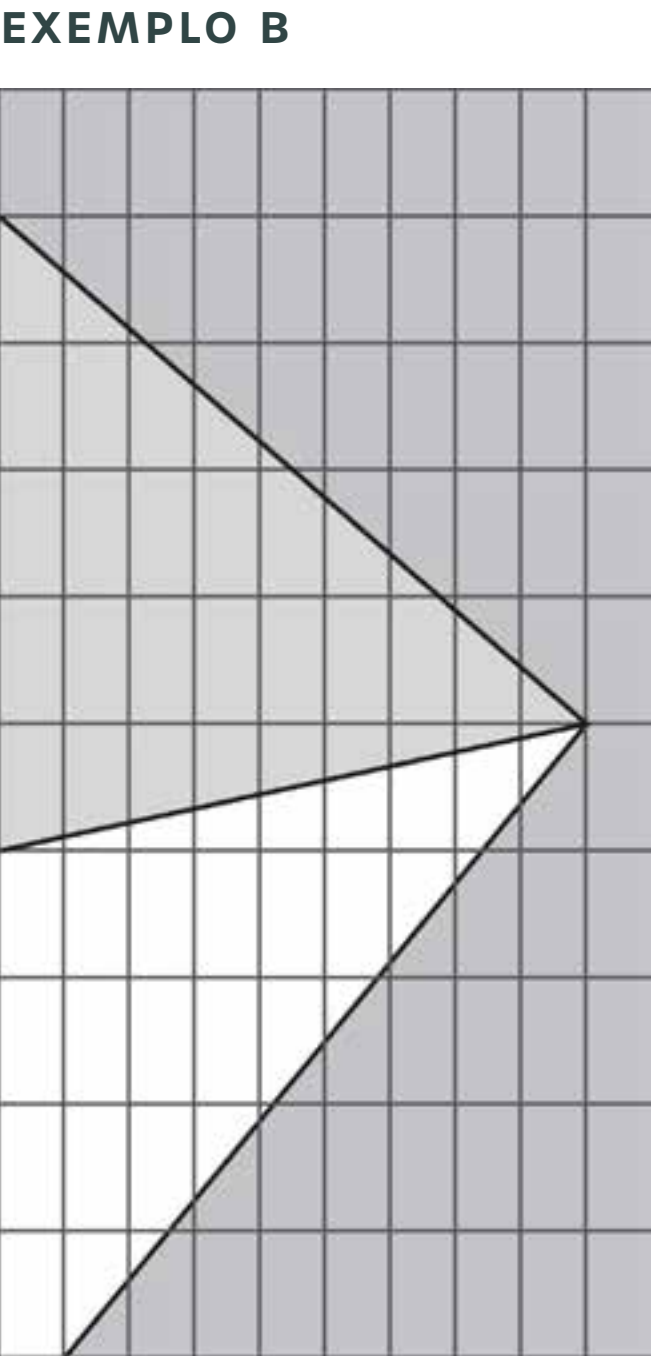
Além de criar espaços para os gradientes, as linhas bases criam espaços fotográficos, seguindo as linhas diagonais e destacando nossa voz imagética, que se integra de forma dinâmica com nossas mensagens descritivas.

Para construções destes espaços de máscara fotográfica podemos fazer de duas formas:

- 1. Preencher um espaço criado através das linhas que tem uma massa visual de pelo menos 1/ 4 do layout. (ex. B)
- 2. Criar uma dupla de linha bases, entre as quais o epicentro das mesmas se alinham. Considere-se o espaço formado entre elas como área fotográfica (ex.A e C).



Espaço Fotográfico



IDENTIDADE VISUAL



Grafismo

Elementos de Apoio: Box

Como elemento de apoio do sistema, criamos o grafismo “box” para aplicarmos textos sobre o mesmo, como também ser utilizado como fundo.

A box mantém a lógica de construção do sistema do epicentro, seguido da aplicação do gradiente que expressa movimento e indica crescimento.

ONDE APLICAR?

Podemos aplicar a box para enquadrar mensagens descritivas (ex. A) , como também para fundos de imagens pessoas/produtos em máscara como ex. B.

CONSTRUÇÃO DA JANELA

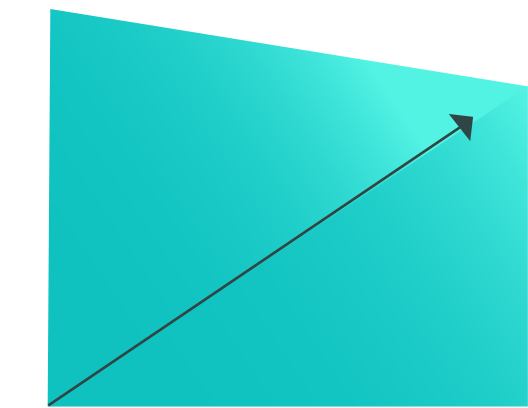
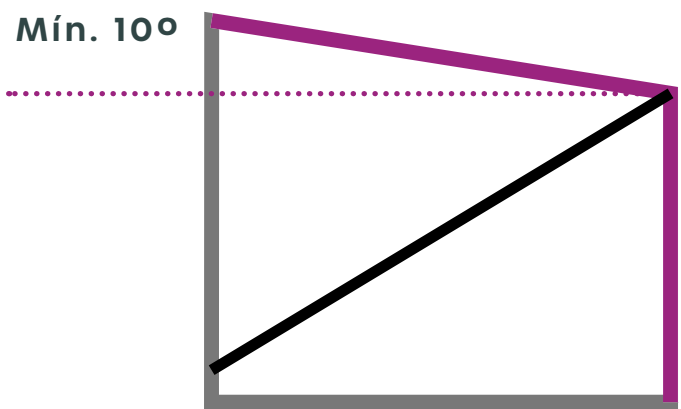
A partir das duas linhas bases que se encontram no epicentro, traçamos duas linhas retas que se unem, e criam o espaço da “box”.



VARIABILIDADE DA BOX

A partir da construção base da box, podemos ampliar sua expressão alterando os seguinte pontos:

1. Altura/ e largura da box
2. Alterar a linha interna de gradiente em diferentes direções mas sempre em ascensão.
3. Mudar ângulo da diagonal superior - sendo o mínimo de angulação 10°.



GRADIENTE EM CRESCIMENTO

EXEMPLOS DE USO:

(A)



(B)



Grafismo

Elementos de Apoio: Tag/Highlight/Divisor

Além da box, possuímos mais 3 elementos de apoio, construídos com base no conceito de crescimento e direcionamento - que auxiliam a expressividade do sistema junto conteúdos descritivos.

Tag: Para trazer informações chaves curtas. Um ponto visual de atenção complementar sobre o conteúdo de uma peça de comunicação..

Highlight: Destaque palavras relevantes de uma frase usando a cor Magenta.

Dica: não use a cor secundária para a frase inteira ou sua maioria. Utilize somente para palavras, ou techos curtos, para construir destaque visual por contraste.

Divisor: Para destacar números ou informações em série. O divisor visual facilita a organização de informações relevantes dentro do mesmo assunto.

01. TAG



02. HIGHLIGHT

MAIS
CO-CRIAÇÃO
& INSIGHTS

03. DIVISOR



IDENTIDADE VISUAL

EXEMPLOS DE USO:



Formatação

.Tag:

A partir da angulação do símbolo, duplique e rotacione para formar um retângulo com inclinações nas laterais. Arredonde os cantos, deixando reto apenas o canto superior direito.

Os textos internos devem ter a altura de $1/7$ da altura do Tag. As margens laterais internas são determinadas pela largura X (onde a letra toca na linha).

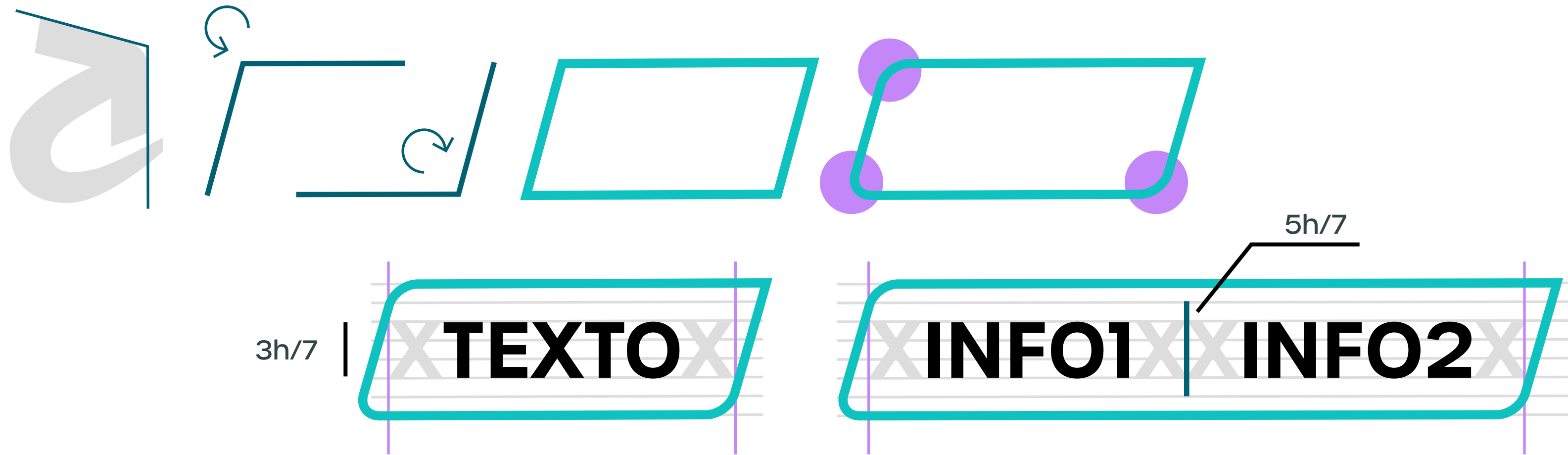
Para textos com 2 ou mais blocos de informações, coloque um espaço de 2X entre as informações. Aplique uma linha divisória de $5/7$ da altura do Tag.

Divisor

O divisor também parte da angulação do símbolo. Rotacione e vire horizontalmente conforme o diagrama ao lado. Arredonde o canto.

Os textos internos podem variar de tamanho respeitando o distanciamento interno mínimo de $1/7$ da altura do grafismo.

TAG



DIVISOR



Grafismo

Exemplos de uso: Horizontal

Ao lado, seguem exemplos de aplicação de nossos grafismos no **formato horizontal**, interagindo entre fotografia, textos, logotipo e gradientes.

Utilize as peças como referências visuais para expansão do sistema de comunicação Amicci em novas peças da marca.

Lembre-se:

As referências ao lado podem ser adaptadas em todo formato (ex. vertical, quadrado, stories...)



EXEMPLOS DE USO:

- Aplicação de uma ou duas imagens.
- Quotes com palavras em destaque
- Intercalar intensidade de gradientes



Grafismo

Exemplos de uso: Vertical

Ao lado, seguem exemplos de aplicação de nossos grafismos no **formato vertical**, interagindo entre fotografia, textos, logotipo e gradientes.

Utilize as peças como referências visuais para expansão do sistema de comunicação Amicci em novas peças da marca.

Lembre-se:

As referências ao lado podem ser adaptadas em todo formato (ex. horizontal, quadrado, stories...)



EXEMPLOS DE USO:

- Elementos de apoio textuais
- Uso da box sobre imagem
- Máscara fotográfica entre epicentros.

Grafismo

IDENTIDADE VISUAL

Exemplos de uso: Vertical - Stories

Ao lado, seguem exemplos de aplicação de nossos grafismos no **formato vertical stories**, interagindo entre fotografia, textos, logotipo e gradientes.

Utilize as peças como referências visuais para expansão do sistema de comunicação Amicci em novas peças da marca.

Lembre-se:

As referências ao lado podem ser adaptadas em todo formato (ex. vertical, horizontal, quadrado, stories...)



EXEMPLOS DE USO:

- Máscara fotográfica + gradiente
- Espaço fotográfico central
- Gradientes como fundo

Grafismo

Exemplos de uso: Quadrangular

Ao lado, seguem exemplos de aplicação de nossos grafismos no **formato quadrado posts** interagindo entre fotografia, textos, logotipo e gradientes.

Utilize as peças como referências visuais para expansão do sistema de comunicação Amicci em novas peças da marca.

Lembre-se:

As referências ao lado podem ser adaptadas em todo formato (ex. vertical, horizontal, stories...)

IDENTIDADE VISUAL



EXEMPLOS DE USO:

- Máscara, Gradiente, Quote & textos
- Box como fundo de máscara fotográfica
- Uso de elementos de apoio textuais

Grafismo

IDENTIDADE VISUAL

Diretrizes

Digital UX/UI

No contexto digital para construção de marca, sempre devemos seguir as diretrizes abaixo, como também lembrar que elementos da comunicação podem não se encaixar neste contexto por limitações das plataformas.

- 1. Uso da Cor-Marca sempre que possível & suas variações de tom, para construir a presença e reforçar a marca.
- 2. Uso dos grafismos quando possível, como fundo ou junto a imagens proprietárias que trazem a narrativa da marca.
- 3. Para trazer dinamismo a mensagens descritivas, utilizar os elementos de apoio.

1. Cor - Marca + Variações



2. Grafismos & Imagens



3. Elementos de Apoio

01. TAG (ícone + descritivo)



02. GRADIENTE + palavra-chave

próprias



03. DIVISORES

faturados pelos
clientes em 2023



Fotografia

Diretriz Conceitual

SOMOS IMPULSIONADORES.

A fotografia é fundamental para expressar nossos valores da forma mais autêntica.

Ela combina todo nosso potencial para o crescimento de marcas próprias, de uma forma amigável e próxima, expressando nossa inquietude em meio a todo ciclo de vida do produto & co-criação.

Por isso, expressamos imagens que variam entre quatros temas fotográficos a seguir:

1. Impulso em Movimento
2. Produtos Marca-Própria
3. Relação de co-criação
3. Diversidade de portfólio
4. Ciclo de Vida



Fotografia

IDENTIDADE VISUAL

Temas Fotográfico:

É sobre impulsionar,
crescer & manter
em movimento.

Traduzir a energia do impulso
em movimento, em imagens com leve
"motion blur" e/ou com perspectivas
que se expandam em espaços nos
quais Amicci atua como, varejos,
indústrias e até onde os produtos
de marca própria chegam como
mercados.

DIRETRIZES

1. Motion Blur suave na imagem o movimento e/ou perspectivas expandidas, vistas de cima que passem uma sensação de amplitude máxima.
2. Enquadramento:
Foco no momento nas pessoas + cenário
3. Diferentes ambientes:
Varejo, Indústria, Fornecedores, Mercados

IMPULSO AO MÁXIMO POTENCIAL



Fotografia

IDENTIDADE VISUAL

Temas Fotográficos

Expressar a relação
marcas-própria no
cotidiano dos
consumidores.

Marca próprias no dia-a-dia,
como se relacionam com o
consuidor, demonstrando
ações, como também na
gôndola, focando no espaço.

DIRETRIZES

- 1. Enquadramento dos produtos nas prateleiras, em perspectivas ou forma frontal.
- 2. Humanização da relação produto & consumidor, focando em ações
- 3. Diferentes ambientes de venda do produto, atacado, mercados.

PRODUTOS MARCA-PRÓPRIA



Fotografia

IDENTIDADE VISUAL

Temas Fotográficos

Expressar a relação
B2B, o momento de
orientar e co-criar.

Construí marcas próprias vem da
relação e interação com cliente
varejo e indústria. Trazemos na
nossa narrativa os momentos
dessa concepção de produtos.

DIRETRIZES

- 1. Enquadramento focado nas ações e ambiente/momento.
- 2. Humanização da relação mas sem focar em expressões ou protagonismo de um personagem.
- 3. Ambientes mais corporativos.

PARCERIA E CO-CRIAÇÃO



Fotografia

Temas Fotográfico:

Expressa a diversidade de nosso portfólio.

Traduzir os diferentes produtos que co-criamos de forma elegante com suavidade & destaca a diversidade se seus formatos, estilos e tamanhos.

DIRETRIZES

- 1. Trazer diferentes tipos de embalagem (sem rótulos, dando destaque a forma)
- 2. Enquadramento em vista superior, perspectiva ou frontal.
- 3. Em ambientes com fundos de uma cor, minimalistas & que expresse suavidade.

DIVERSIDADE DE PORTFÓLIO



Fotografia

IDENTIDADE VISUAL

Temas Fotográficos

A gestão do ciclo de vida dos produtos desde sua produção.

Expressar de onde começamos, nosso centro técnico, e por onde passamos desde a indústria e fornecedores. Focamos em imagens de testes de produtos & qualidade, produção de embalagens - todo o contexto que destaca o produtos em produção, preferencialmente de forma humanizada produção de forma humanizada.

DIRETRIZES:

- 1. Enquadramento de ações da produção, tanto de forma humanizada, quando somente dos produtos no espaço do centro técnico.
- 2. Focos em ações, ex. segurando tablet, prancheta
- 3. Sempre contextualizar o cenário do produto de forma clara (ex. estar nítido que se trata do centro técnico/ uma indústria/fornecedor...)

CICLO DE VIDA: Centro Técnico, Indústria, Fornecedores



Ícones

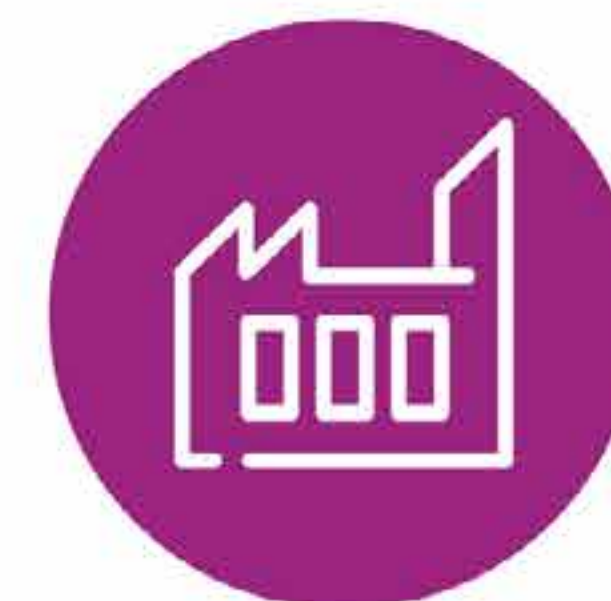
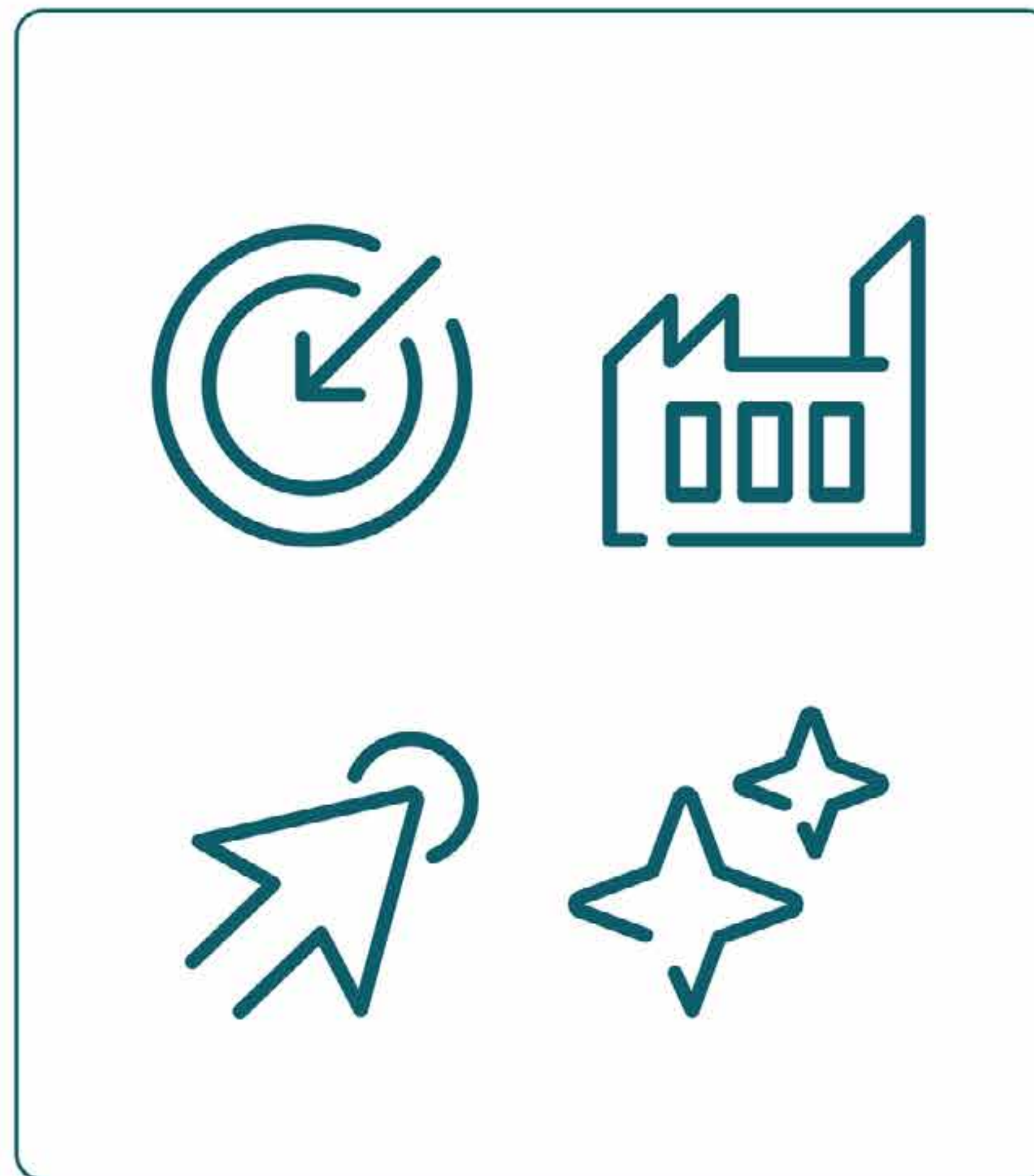
Estilo

A iconografia é um recurso visual que ajuda a tangibilizar informações de jeito simples e direto.

Para criar um estilo próprio de Amicci, exploramos um recurso de percepção óptica de crescimento, explorando detalhes em diagonais com a ideia de transmitir o dinamismo e o impulso da marca.

Contorno

Nossos ícones são sempre em linhas, sem preenchimentos e desenhos abertos. Trazendo flexibilidade de uso no contexto digital, com leitura em reduções.



Ícones

Construção

Para construir os ícones de Amicci de forma consistente, siga os passos a seguir:

1. Estabeleça um grid 24 x 24px, utilizando o fio com a espessura de 1 px.
2. Estabeleça uma linha diagonal do "crescimento" referência do ícone. (exemplo A). O ângulo é variável, desde que seja sempre no sentido crescente à direita.
3. A partir dessa base (grid, linha do crescimento), trace o desenho do ícone a ser desenvolvido, mantendo sempre o sentido ascendente da diagonal. (exemplo B)
4. Aplique sempre aberturas nos desenhos (mínimo 2 cortes). Isso ajuda a trazer percepção de leveza e movimento.

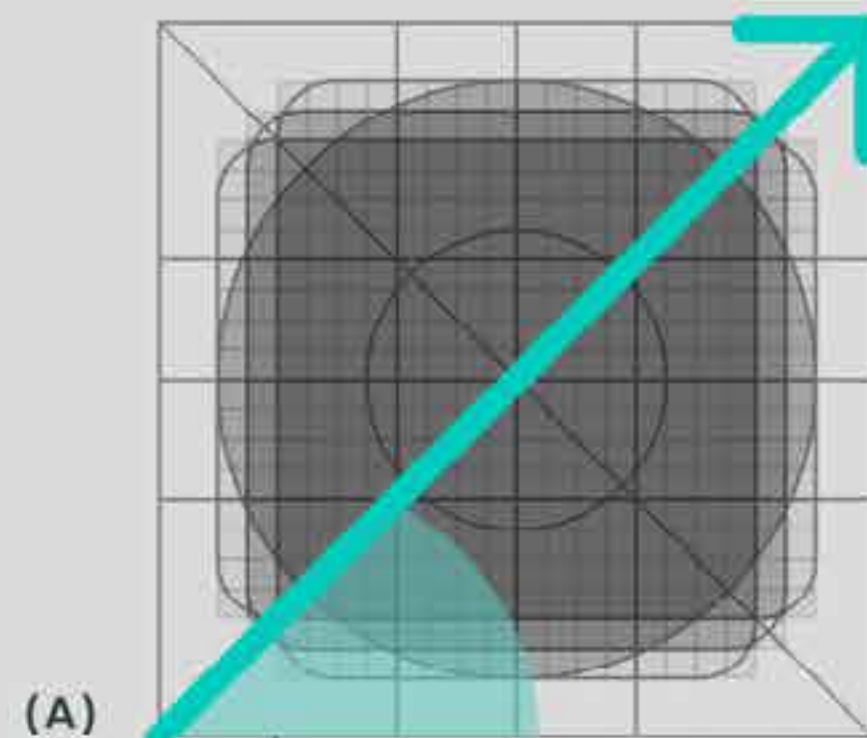


IMPULSO AO MÁXIMO POTENCIAL

A PARTIR DO CONCEITO DO EPICENTRO

O crescimento do epicentro é base de criação dos ícones, no qual cada ícone deva trazer a percepção dessa expressão na forma.

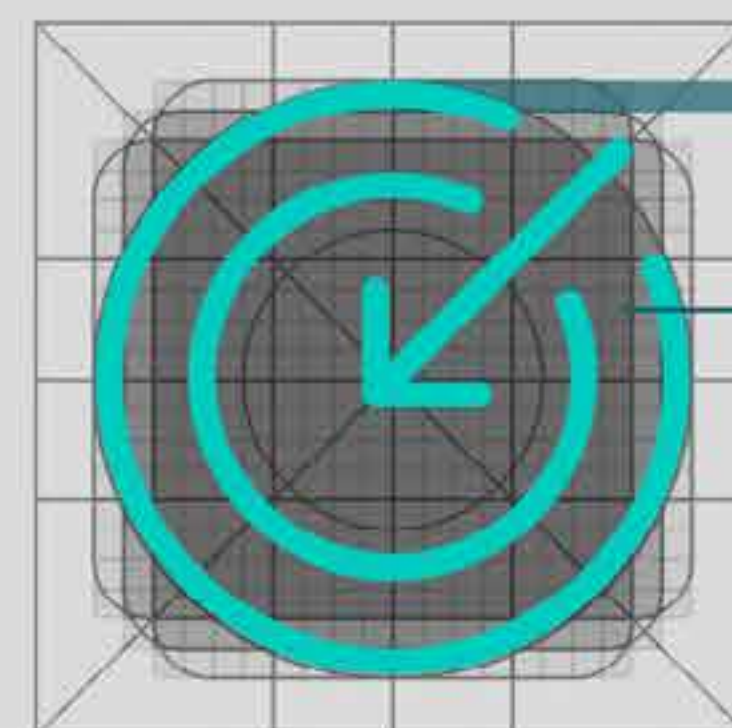
GRID: 24x24 px



Angulação

pode ser variável, desde que apontando para direita e em crescimento.

(B)



Traco:
1 px do Grid

Aberturas
para gerar
ideia de
movimento

IDENTIDADE VISUAL

Exemplos de relação CRESCIMENTO X FORMA



Ícones

IDENTIDADE VISUAL

WIP

Uso especiais Estilo ilustrativos e 3D

Ícones com estilo Ilustrativo, como 3Ds, são bem-vindos para enriquecer a comunicação de Amicci.

A sua utilização deve limitar **SOMENTE** para apoio em comunicação publicitária ou informes internos.

Para asset de linguagem digital, infografia de apoio à explanação de características ou features da plataforma utilize sempre e somente o estilo de ícone Amicci, em contorno.

Queremos o seu talento na **Amicci!**

São Paulo • SP

Nome da Vaga

Marcas próprias **fortes** com Amicci
amicci.com.br

amicci

BOAS PRÁTICAS

Copas **organizadas** com Amicci

- ✓ Após o uso da copa, recolha os utensílios e descarte resíduos nos recipientes apropriados.
- ✓ Se houver derramamento ou sujeira, limpe de imediato.
- ✓ Evite desperdício de água.
- ✓ Evite ocupar excessivamente as mesas ou prolongar sua permanência quando outros precisarem utilizá-la.
- ✓ Lave as mãos antes de manusear os utensílios e os alimentos.

Contamos com você,
para fazer da nossa
empresa, um **lugar**
crível para todos.



Para itens em falta ou ajuda, procure nossa recepção ou
serviços auxiliares de limpeza disponíveis no escritório.

Marcas próprias fortes com Amicci

www.amicci.com.br



Lista de projetos

Busque seu projeto

ID	Projeto
25345	Cerveja Preta
25345	Café torrado em grãos
25345	Suco de uva
25345	Espumante
25345	Refrigerante
25345	Cerveja Preta
25345	Café torrado em grãos

Manifestações da marca

Cartão de Visita

IDENTIDADE VISUAL



Crachá

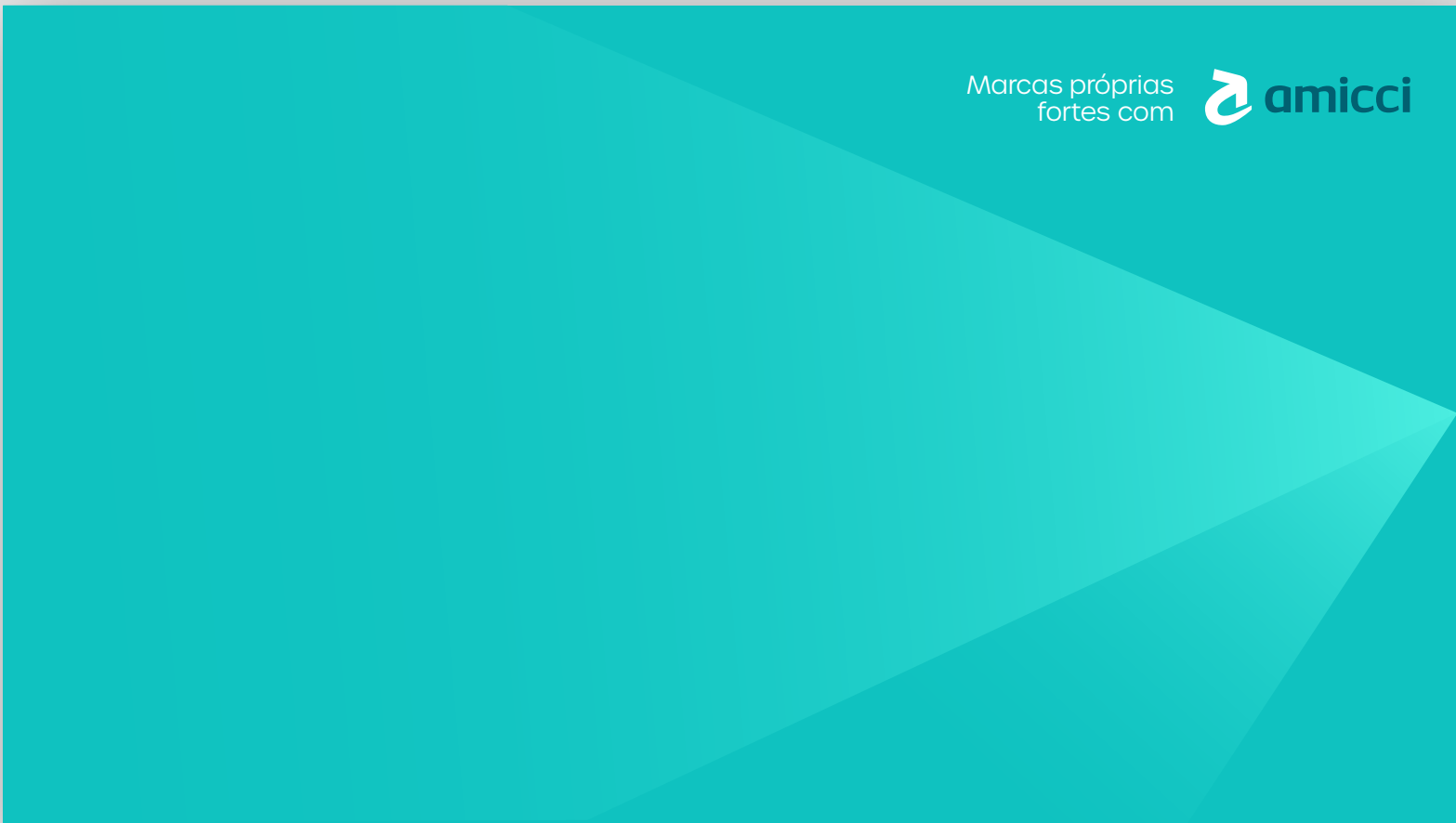
IDENTIDADE VISUAL





Fundo de Tela

IDENTIDADE VISUAL





Cubos

IDENTIDADE VISUAL



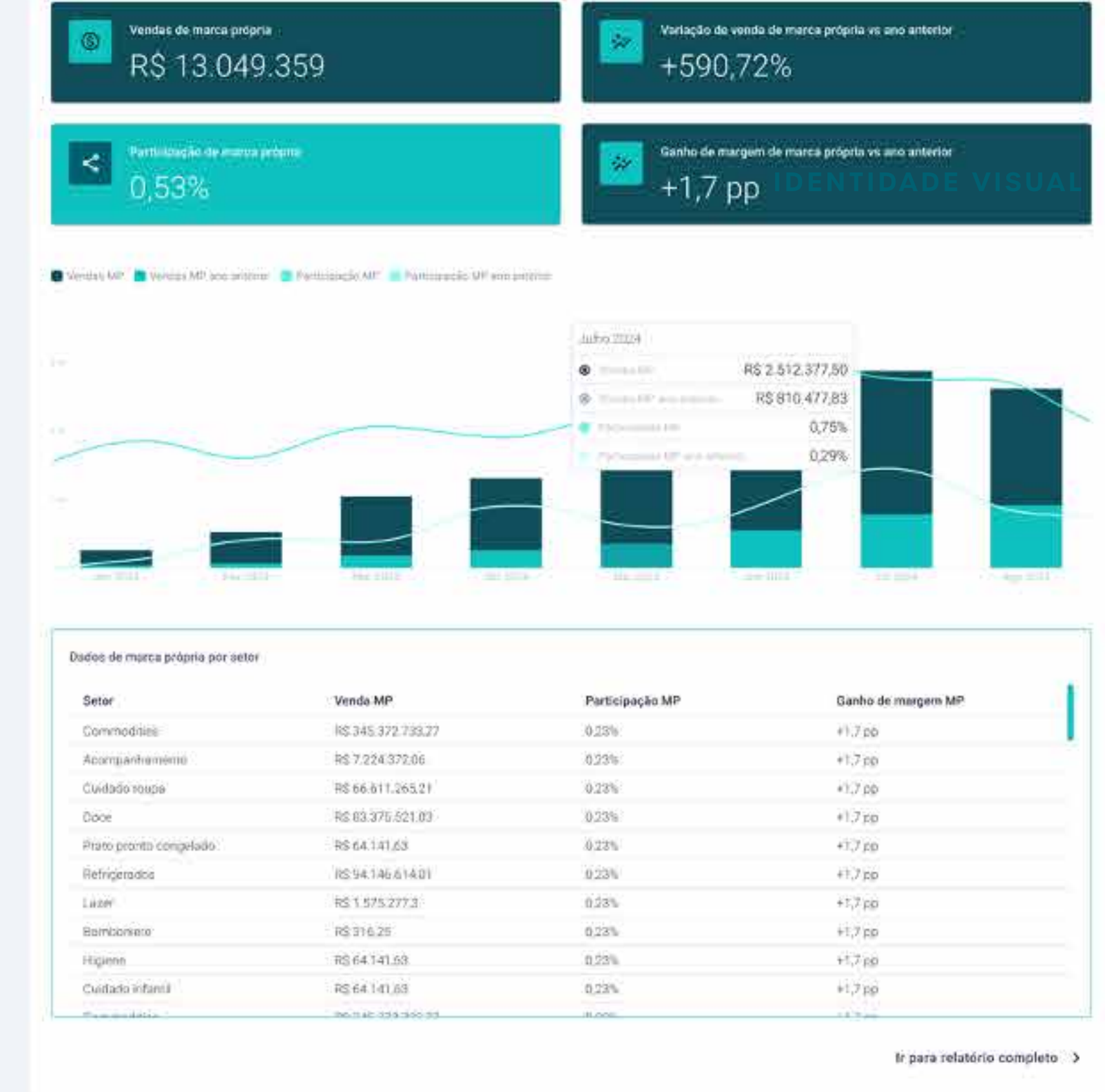
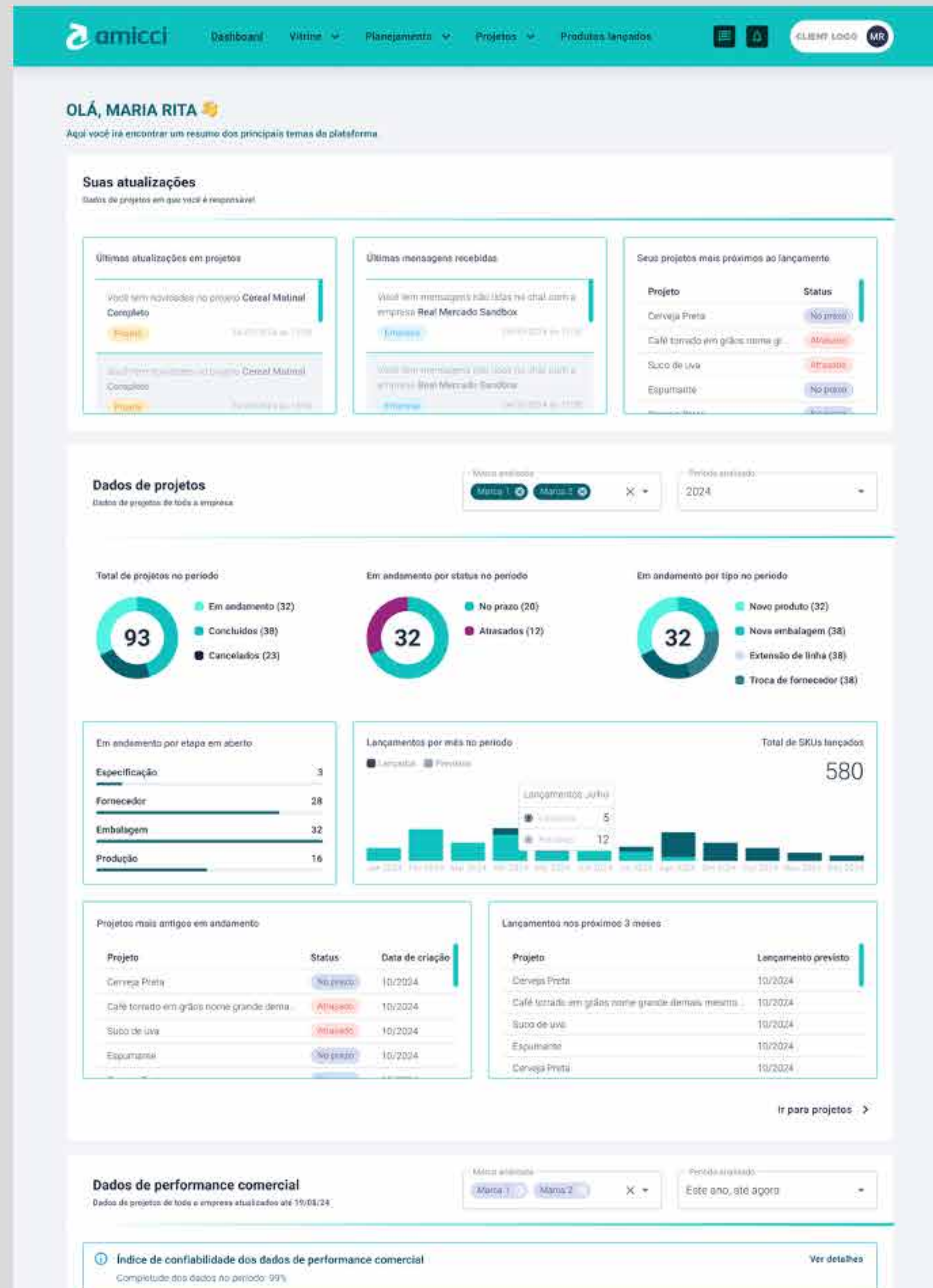
**ACELERAMOS &
IMPULSIONAMOS
SUAS MARCAS
PRÓPRIAS**

SOMOS A AMICCI

**MARCAS
PRÓPRIAS
FORTES**

 **amicci**

Plataforma



One Page

HomePlataformaSobreConteúdosIdadeFALAR COM ESPECIALISTA

Marcas próprias fortes

Toda marca nasce para ser forte. E tornar isso real é um processo contínuo, evolutivo e desafiador.

COMECE AQUI



PRODUTOS

SOMOS O ALIADO QUE TRABALHA LADO A LADO

Como o maior ecossistema de private label da América Latina, acreditamos nesse futuro. E mais do que acreditar, combinamos conhecimento e tecnologia para criar um legado de inovação todos os dias.

SAIBA MAIS

PLATAFORMA

VAREJO

INDÚSTRIA

Oportunidades transformadoras para a vida das pessoas, através dos seguintes benefícios:



Donas de Marcas

Empresas que querem desenvolver produtos de marca própria como uma estratégia de negócio.



Capacidade de fábricas

Indústrias que querem ocupar sua capacidade produtiva, oferecendo a fabricação de projetos de marcas próprias.



Customer Success Amicci

Time de especialistas pronto para fornecer insights valiosos para o sucesso da sua marca própria.



Parceiros

Agências de design de embalagem, regulatórias, registro de marca, agentes logísticos entre outros.

Aproximamos varejo & indústria por meio de soluções que impulsionam mudanças e grandes resultados

+235

Marcas Próprias

+4000

Indústrias Cadastradas

+5000

Lançamentos Realizados

+1.6bi

Faturado pelos clientes

ACOMPANHE NOSSOS MATERIAIS & CONTEÚDOS



TECNOLOGIA POR TRÁS DE AMICCI



10 DESAFIOS DO VAREJO NO BRASIL



NOSSO PORTFÓLIO DE PRODUTOS

ASSINE NOSSA NEWSLETTER

Receba o conteúdo de universo de marcas próprias

ENVIAR

Sobre a Amicci

A Amicci é uma plataforma digital que conecta donos de marcas e fabricantes, oferecendo soluções tecnológicas para desenvolvimento de produtos de marca própria exclusiva e customizados.

Sobre Nós

A Amicci

Projetos Sociais

Contato

Eventos

Parceiros

Plataforma

Para marcas

Para indústrias

Suporte

Atualizações

Conteúdos

Blog

Cases

E-Books





IDENTIDADE VISUAL

77







Para informações adicionais,
entre em contato com o Marketing.

marketing@amicci.com.br

Utilize sempre os arquivos originais
da marca. Conteúdo e imagens: todo
o conteúdo deste brandbook é de uso
exclusivo da Amicci

As fotografias utilizadas são meramente
ilustrativas e de propriedade de terceiros,
titulares dos direitos autorais sobre as
respectivas obras.

Fica vetado, portanto, qualquer tipo de
reprodução parcial ou total das referidas
imagens sem prévia autorização do
Marketing.

amicci.com.br