
CARUDIUM

Índice

Apresentação da marca	3
Produto	3
Sobre a marca	4
Logótipo	5
Anatomia da marca	5
Assinaturas	6
Margens de segurança	7
Redução máxima	8
Diretrizes de aplicação	9
Paleta de cores	10
Tipografia	11
Referências de aplicação	12

Apresentação da marca

Carudium é uma marca conceptual de azeite, criada no âmbito da unidade curricular de Design Gráfico II.

A marca Corudium inspira-se no termo latino associado a “caroço”, símbolo de núcleo, origem e essência.
Este conceito é reforçado pela ligação geográfica a Albernoa, pois esta palavra provém da palavra “barrelnaua” que significa “campo do caroço”.

Produto

O Carudium é uma marca de azeite premium produzida em Albernoa, no coração do Alentejo. O nome da marca deriva do latim e remete para o conceito de caroço, símbolo de núcleo, origem e essência, reforçando a ligação do produto à terra e à autenticidade da tradição olivícola da região.
O Carudium é um azeite virgem extra de categoria superior, obtido diretamente de azeitonas e exclusivamente através de processos mecânicos. Distingue-se pela sua qualidade superior, perfil sensorial equilibrado e caráter sofisticado, posicionando-se no segmento premium do mercado.
Graças ao seu perfil equilibrado e refinado, é ideal para temperar saladas, açordas, sobremesas e outras iguarias, valorizando os sabores e elevando a experiência gastronómica.

Sobre a Marca

Missão

Produzir azeite virgem extra de elevada qualidade, que valorize a sua origem em Albernoa e respeite os processos naturais, de forma a preservar a essência da azeitona e oferecer um produto de caráter distinto e premium.

Visão

Afirmar a marca Corudium como uma marca de referência no ramo de comércio do azeite premium, reconhecida pela sua autenticidade, sofisticação e ligação à tradição olivícola portuguesa.

Valores

A identidade da marca assenta em valores fundamentais como, excelência, compromisso com a qualidade superior, autenticidade, tradição e essência, com foco no caroço.

Tom de voz

O tom de voz da marca é sofisticado, minimalista, confiante, discreto, elegante e cuidado.

Logótipo

A palavra CARUDIUM é composta pela tipografia TAN Twinkle, uma fonte serifada de caráter elegante. As suas formas delicadas e alongadas conferem ao logótipo uma aparência distinta e refinada, adequada ao posicionamento premium da marca.
O desenho das letras apresenta um equilíbrio entre tradição e contemporaneidade e transmite autenticidade, exclusividade e naturalidade.
A cor verde-azeitona escuro reforça a ligação à oliveira e à paisagem do Alentejo. Esta tonalidade transmite natureza, qualidade e tradição, o que contribui para uma identidade visual elegante e adequada ao posicionamento premium da marca.
Os ajustes de rotação, espaçamento entre letras e proporção permitem que o logótipo acompanhe a curvatura da garrafa e garanta equilíbrio visual e uma boa integração com a embalagem.

Anatomia da marca

A marca CARUDIUM é composta pelo logótipo, que constitui a assinatura visual da identidade.
Esta assinatura representa a essência da marca e resulta da combinação entre a tipografia e a sua aplicação sobre a embalagem.
A composição foi desenvolvida de forma a garantir equilíbrio, legibilidade e coerência visual, refletindo os valores de origem, autenticidade e sofisticação associados ao azeite virgem extra premium.

Logótipo →

Verde-azeitona escuro: RGB (81, 78, 17)
HEX: #514E11



Assinaturas

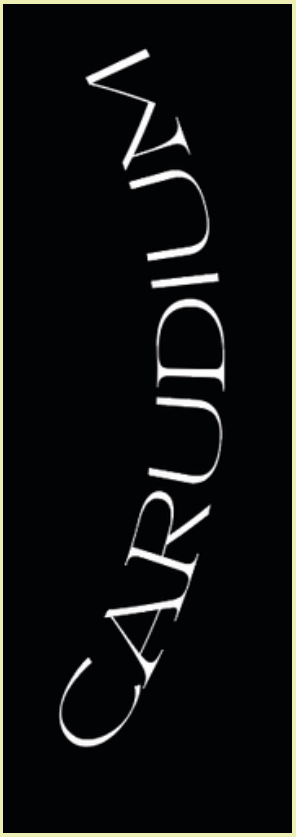
As configurações formais específicas do logótipo, também conhecidas como assinaturas, podem ser verticais ou horizontais.
No caso da marca Carudium, esta apresenta uma assinatura principal vertical, pois esta configuração assegura uma integração harmoniosa com os diferentes elementos da identidade da marca.
Para além da assinatura principal, podemos aplicar este logótipo nas variantes monocromático, negativo e positivo, pois mantém a legibilidade e a coerência visual.



Versão Principal



Monocromática



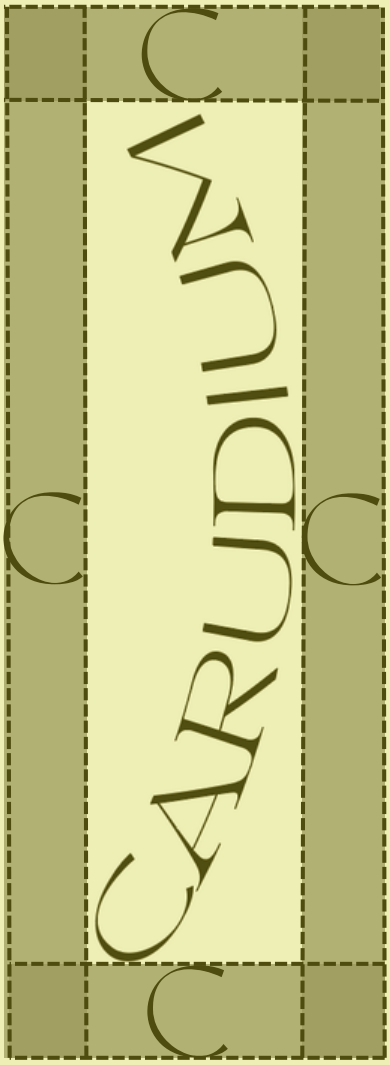
Negativa



Positiva

Margens de segurança

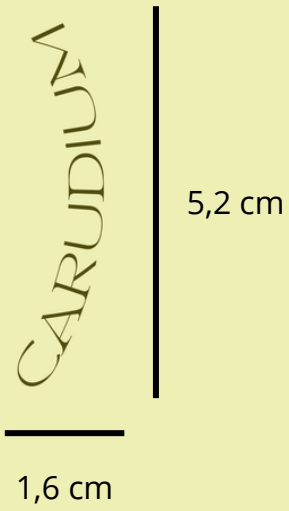
Para que a marca mantenha uma leitura eficaz, deve ser criada uma área de defesa à sua volta, que a proteja de qualquer outro elemento.
As margens de segurança delimitam a área que nunca deverá ser transposta por nenhum elemento gráfico, quer seja imagem ou texto.
Neste esquema, demonstro os limites dessa margem.
No caso da imagem se aproximar dos limites do papel (num objeto impresso) ou do ecrã (multimédia, web) devem ser sempre respeitadas estas margens de segurança.
A marca deve estar rodeada, em todos os seus lados, por um espaço livre adequado, cuja dimensão mínima não deverá ser inferior à letra C, da palavra “CARUDIUM”.



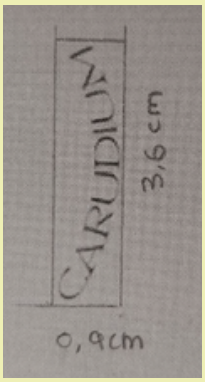
Redução Máxima

Para manter a legibilidade do logótipo, esta deverá ter uma dimensão mínima de referência.
Para garantir a leitura, tanto em formato digital como impresso, devem ser respeitadas as dimensões mínimas para as duas disposições que asseguram a qualidade visual do logótipo, de forma a garantir a sua legibilidade em diferentes suportes.
Abaixo dos valores indicados, o logótipo perde clareza, o que compromete a leitura e a identificação da marca.

Digital



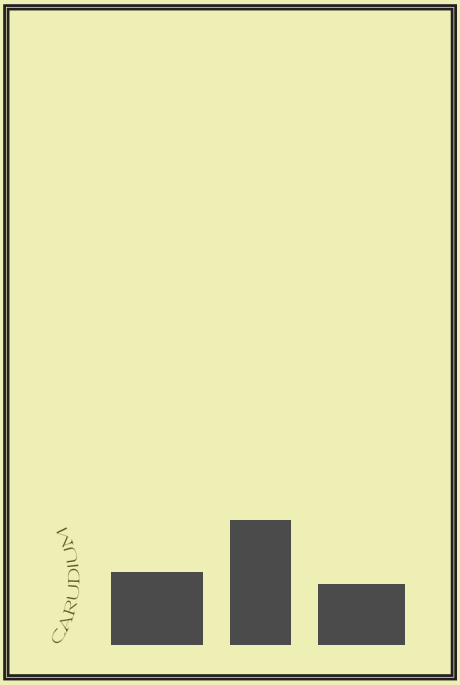
Impressão



Diretrizes de Aplicação

COMPORTAMENTO COM OUTRAS MARCAS

De forma geral, deve-se procurar manter o mesmo peso visual em relação às outras entidades. Neste caso, a aplicação da assinatura vertical deve estar aplicada de acordo com o espaço disponível e as margens de proteção.



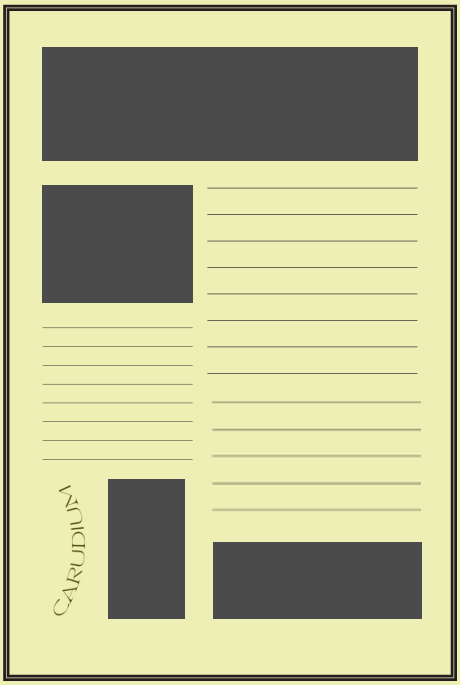
APLICAÇÃO SOBRE FOTOGRAFIAS

A marca pode ser aplicada sobre fotos, desde que a área de aplicação não possua texturas muito pronunciadas nem variações significativas das cores.



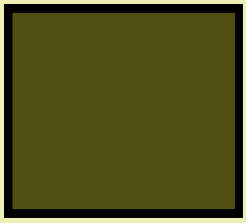
POSICIONAMENTO DA MARCA EM APLICAÇÕES

Em materiais institucionais ou nos demais casos em que não houver indicação contrária, a marca deve ser aplicada preferencialmente na parte inferior, conforme ilustrado no infográfico.

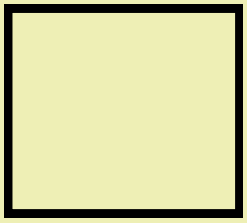


Paleta de cores

A marca CARUDIUM adota uma tonalidade de verde-azeitona escuro como cor principal, inspirado na tonalidade natural da oliveira e da paisagem alentejana. Esta cor simboliza natureza, autenticidade, qualidade e tradição, reforçando a ligação da marca à origem do produto e ao universo do azeite virgem extra premium.
O bege complementa a paleta cromática e transmite suavidade, equilíbrio e sofisticação.
Em conjunto, o verde-azeitona escuro e o bege constroem uma identidade visual sóbria e harmoniosa, que reflete os valores de origem, excelência e autenticidade. Esta combinação reforça o posicionamento premium da marca e assegura uma comunicação consistente e distintiva.



Nome: Verde-azeitona escuro
Hex: #514E11
RGB: (81, 78, 17)
CMYK: (49, 38, 100, 60)



Nome: Amarelo esverdeado
Hex: #EFEFB5
RGB: (239, 239, 181)
CMYK: (9,8, 0, 38,43, 0)

Tipografia

Tipografia principal

A TAN Twinkle é uma tipografia serifada de carácter elegante e expressivo, utilizada na designação principal da marca.
As suas formas delicadas e orgânicas conferem sofisticação, personalidade e distinção ao logótipo, reforçando o posicionamento premium e a identidade visual da marca.
Esta tipografia encontra-se disponível apenas na variação regular, o que contribui para uma linguagem visual coerente e consistente.

TAN Twinkle

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(!".$%&/=^*¨Ç;.-::_)

Tipografia secundária

A fonte Arial foi escolhida como fonte secundária, utilizada como complemento à tipografia principal da marca.
Apresenta uma estrutura clara e funcional, estabelecendo um contraste equilibrado com o carácter expressivo da fonte TAN Twinkle.
Está disponível nos pesos Bold, Regular e Italic.

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(!”·$%&/=^*¨Ç,.-;:_)

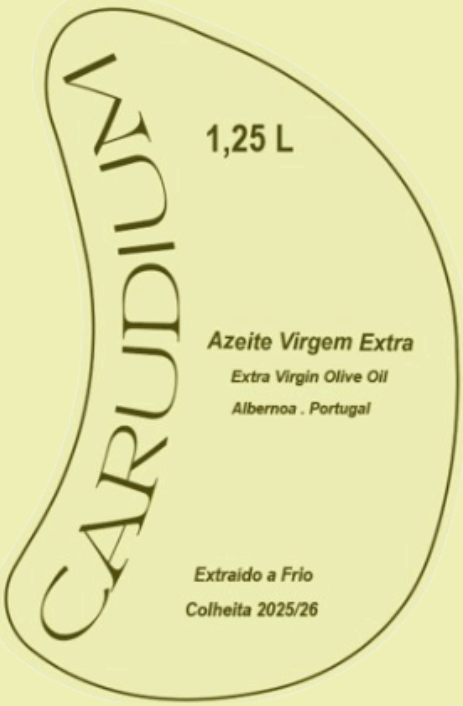
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(!”·$%&/=^*¨Ç,.-;:_)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(!”·$%&/=^*¨Ç,.-;:_)

Referências de Aplicação

Rótulos

A identidade visual da marca CARUDIUM aplica-se aos rótulos frontal e traseiro, desenvolvidos de forma a acompanhar as curvas orgânicas da garrafa e a reforçar a coerência visual da embalagem.
O rótulo frontal apresenta o logótipo, a designação “Azeite Virgem Extra”, a origem do produto, o método de produção, a colheita e a quantidade líquida.
A sua composição simples e equilibrada valoriza o caráter premium da marca e destaca os elementos essenciais da comunicação.
O contra-rótulo reúne as informações técnicas e legais do produto, incluindo a descrição do azeite, a tabela nutricional, a identificação do produtor, o lote, a data de validade, as condições de conservação e o código de barras. Esta organização garante clareza e legibilidade, sem comprometer a estética da embalagem.
A forma orgânica dos rótulos adapta-se à silhueta da garrafa, de forma a criar uma integração harmoniosa entre a identidade gráfica e o design do produto.





Garrafa

A garrafa da CARUDIUM constitui um dos principais elementos distintivos da marca e traduz visualmente o conceito que orienta todo o projeto.

A sua forma baseia-se numa gota de azeite, que simboliza o momento em que o produto escorre a partir do caroço e dá origem à forma da garrafa. Esta solução estabelece uma relação direta entre o conteúdo e o conceito da marca e reforça a ideia de essência e origem.

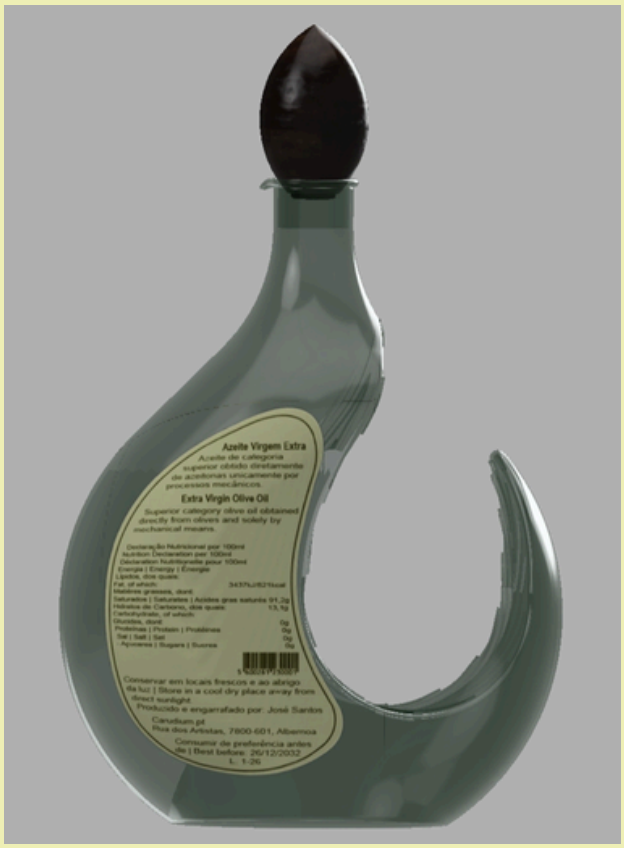
A rolha integra um sistema de pipeta, que permite uma dosagem precisa e controlada do azeite. A parte superior, em forma de caroço, funciona como elemento de pressão da pipeta e materializa o conceito central da marca. No gargalo, um bico vertedor facilita a utilização do produto e evita desperdícios.

Na área recortada da garrafa, encontra-se em relevo uma folha de oliveira, elemento que reforça a ligação à natureza e à matéria-prima.

O vidro em tonalidade verde escuro protege o azeite da luz e contribui para a preservação das suas características.

Em conjunto, estes elementos resultam numa embalagem sofisticada, funcional e diferenciadora, coerente com o posicionamento premium da marca.





TRABALHO REALIZADO POR:

Joana Francisca Santos | 1710934

Comunicação Multimédia

2º Ano, Turma 2