



Marca e identidade visual Matinha (apresentação)

Conceito

Comunidade Matinha é composta por 55 famílias e destas, umas 05 estão produzindo sem veneno ou seja estão na fase de transição agroecológica. E os produtos comercializados são: Hortaliça em geral, mandioca, doces, bolos e etc.

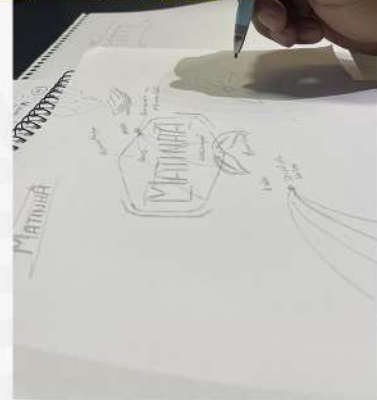
Atualmente a comunidade recebe muitas visitas de intercâmbio, e a preocupação em deixar claro que o fundamental é a vida em comunidade os princípios religiosos independente de denominações religiosas ou seja no (sagrado), através da fé, do amor, respeito entre outros.

Os desafios da comunidade são grandes, como a falta de terras para trabalhar, assessoria que não responde as demandas. Mas as conquistas são grandes e fortalece a comunidade, o grau de escolaridade melhorou bastante e continua melhorando. As famílias estão conseguindo formar os filhos e acompanhar a evolução das coisas

Conceito Técnicos e Análises

Sendo assim, além dos relatos da comunidade, da pesquisa mercadológica em Guaraí-TO, foi necessário e exclusivamente manter o nome e dá mais ênfases no mesmo sem precisar de ícones, detalhes de alimentos e etc.

Desenvolvimento



Plantio, agro, arado



+ Brotar, folha, início ou surgimento



+ Caixaote usado na lavoura, mesa usada para definir, alinhar e reuniões entre comunidades.



+ Telhado, casa, lar de moradores e comunidade

1. Representar história +de 30 anos (1992)
2. Linhas do Campo, do arado, partem de um único ponto, uma comunicade.
3. Valores: Transparência, liberdade e garantia de seus produtos.
4. Cores: Cores mais ativas e quentes escolhidas para vendas, sem perder a identidade do campo, onde são produzidas e desenvolvidos os produtos

Marca



Marca geral



Marca geral
(pimenta e Hortifrute)



Para massas (mandioca)



Para Doces
(Bolos e sucos)



Aplicação



Marca geral
(pimenta e Hortifrute)

Submarcas
(Bolos assados)

Aplicação

**AQUI
TEM PRODUTO**



100%
PRODUTOS NATURAIS



Aplicação



Aplicação



Aplicação



Aplicação

