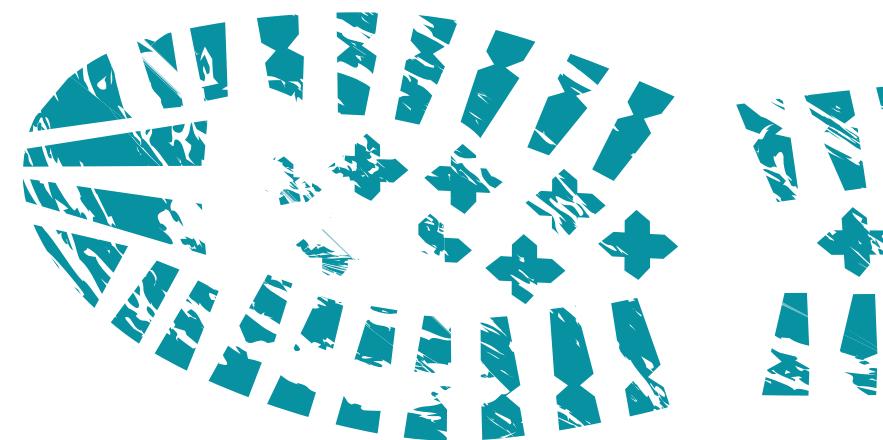


Aloft

# DIRETRIZES DA MARCA

O NOSSO LEMA  
**GREEN IS THE NEW GOOD.**





# IDENTIDADE VISUAL.

Estas diretrizes descrevem os elementos visuais que representam a identidade corporativa da Aloft.

Isso inclui o nosso nome, logotipo e outros elementos, como paleta cromática, tipo de letra e outras boas práticas.

Transmitir uma imagem consistente e controlada sobre quem somos é essencial para apresentar uma imagem forte e unificada da nossa empresa.



# IDENTIDADE VISUAL

## LOGOTIPO

O logotipo da Aloft traduz leveza, movimento e tecnologia - elementos centrais na identidade da marca. Deve ser utilizado com espaço livre adequado e nunca alterado nas suas proporções, cores ou composição.

VERSÃO PRINCIPAL



## PALETE CROMÁTICA

 **RGB:** 7 / 145 / 161   **HEX:** #0791A1   **CMYK:** 96 / 10 / 0 / 37   **PANTONE 7710C**

O azul Aloft representa confiança, precisão e estabilidade.

 **RGB:** 255 / 255 / 255   **HEX:** #FFFFFF   **CMYK:** 0 / 0 / 0 / 0

O branco simboliza a clareza, leveza e simplicidade.



TIPOGRAFIA

# OPEN SANS

REGULAR | SEMIBOLD | **BOLD** | **EXTRABOLD**

---

ESTILO GRÁFICO

**CLEAN, MODERNO, COM ELEMENTOS ECO**

## REGRAS DE USO DE LOGOTIPO

---



1



2

- 1 O logotipo azul deve ser usado sobre fundos claros e neutros, garantindo a legibilidade. É a versão principal da marca e a que melhor representa a sua identidade institucional.
- 2 O logotipo branco deve ser aplicado sobre fundos escuros, fotográficos ou coloridos, quando o logotipo azul não oferece contraste suficiente. Esta versão assegura a visibilidade e consistência visual em contextos de maior densidade cromática.



# OUTRAS VERSÕES CORRETAS DO LOGOTIPO

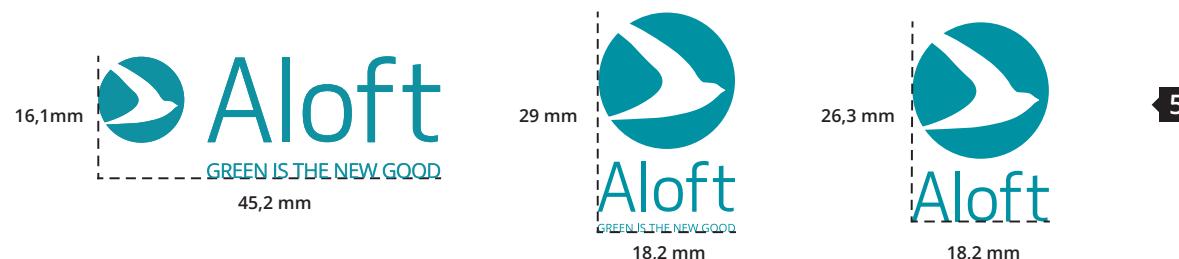


3 VERTICAL  
COM SLOGAN



4 VERTICAL  
SEM SLOGAN

## DIMENSÕES E ESCALABILIDADE DO LOGOTIPO



- 5 Para garantir a correta aplicação do logotipo em todos os suportes, é essencial respeitar as suas proporções originais. O símbolo e a assinatura não devem ser alterados, distorcidos ou ajustados de forma a comprometer o equilíbrio visual do conjunto.

A escalabilidade do logotipo deve sempre ser feito de forma proporcional, mantendo a relação entre a altura e largura. Recomenda-se que a ampliação ou redução seja realizada a partir do ficheiro vetorial, assegurando a máxima qualidade e legibilidade em qualquer formato.

As medidas apresentadas neste esquema servem como referência para a construção e reprodução do logotipo, permitindo compreender a sua estrutura e garantir consistência em todas as aplicações.



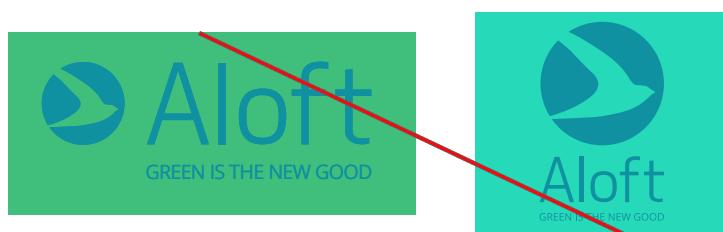
# VERSÕES INCORRETAS DO USO DO LOGOTIPO



1 Distorção de proporções, seja na horizontal ou vertical.



2 Alteração de cores, sendo apenas permitidas as mencionadas anteriormente.



3 Aplicação sobre fundos inadequados, reduzindo o contraste ou prejudicando a leitura.



4 Alteração de elementos gráficos, seja posição, tamanho, espessura, tamanho ou tipo de letra, adição de efeitos, brilhos, redimensionamento desproporcional, rotação.



5 Inserção do logotipo em caixas, círculos ou molduras que não fazem parte da identidade.





# SLOGAN.

O slogan traduz a essência e o propósito da marca em poucas palavras.

**GREEN IS THE NEW GOOD** é mais do que uma mensagem, é uma declaração de princípios.

Um compromisso com práticas sustentáveis, desenvolvimento responsável e criação de valor duradouro.

Estas diretrizes explicam o que o slogan comunica e em que contextos deve ser utilizado, garantindo uma aplicação coerente com a identidade da marca.



# SLOGAN

## GREEN IS THE NEW GOOD

Este slogan traduz de forma simples e poderosa a missão e o posicionamento da Aloft:  
**colocar a sustentabilidade no centro daquilo que é considerado "bom" no desenvolvimento de produto e inovação industrial.**

## O QUE COMUNICA

- "GREEN" representa mais do que ser ecológico - é uma forma de pensar, criar, produzir e consumir.
- "GOOD" não é apenas qualidade ou performance. Hoje, "bom" implica também ser responsável, transparente e regenerativo.
- Ao dizer que o "GREEN" é o novo "GOOD", a Aloft afirma que a inovação com impacto positivo é o novo padrão de excelência.

## COMO DEVE SER USADO

O slogan deve ser usado em campanhas, eventos, e conteúdos institucionais da Aloft.

Como assinatura em materiais da marca.

Como inspiração para o tom de voz da comunicação: **assertivo, informado, transformador.**





# INSTITUCIONAL.

A identidade institucional da Aloft reflete quem somos, o que fazemos e o que nos move.

Mais do que uma empresa de calçado, somos um centro de engenharia e desenvolvimento, onde tecnologia, conhecimento e paixão se unem para criar soluções que fazem a diferença.

Estas diretrizes apresentam a essência, propósito e valores da marca, garantindo uma comunicação sólida e coerente em todos os contextos.



# INSTITUCIONAL

## ENQUADRAMENTO

Na Aloft, inspiramo-nos em princípios de humanização nas relações económicas e sociais. Colocamos as pessoas no centro de tudo o que fazemos. Acreditamos que o crescimento e a rentabilidade devem andar de mãos dadas com responsabilidade, bem-estar coletivo e respeito pelo planeta.

### DESCRIÇÃO

Somos mais do que calçado técnico. Somos engenharia em movimento. Criamos soluções para quem desafia os limites - no trabalho, no desporto, na vida.

### HISTÓRIA

Nascemos da vontade de fazer diferente. De reinventar a forma como o calçado técnico é pensado, produzido e vivido. Crescemos com os pés na terra e a cabeça nas nuvens.

### QUEM SOMOS

Somos uma equipa de criadores, engenheiros e visionários. Produzimos para os que lideram e transformam o seu meio.

### EQUIPA

Estamos unidos por uma ideia simples: fazer melhor todos os dias. Técnicos no que fazemos, humanos na forma como nos tratamos.



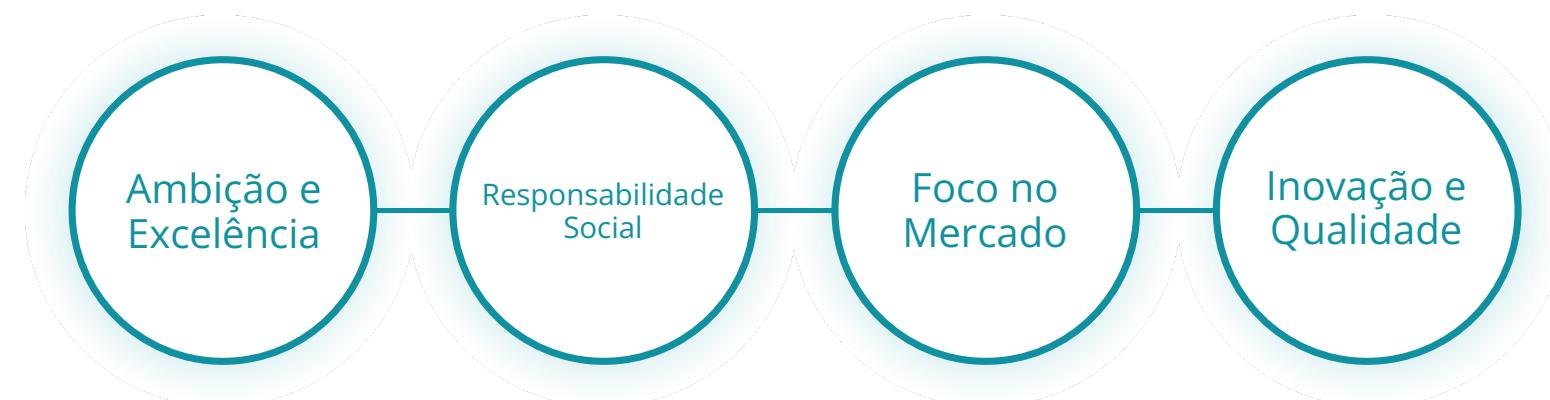
## MISSÃO

Ser o parceiro preferido das principais marcas de calçado profissional, desportivo e outdoor. Concretizamos essa missão através de criatividade, inovação, preços justos, trabalho em equipa, credibilidade e estabilidade, enquanto promovemos a sustentabilidade económica, social e ambiental.

## VISÃO

Ser uma referência mundial no setor do calçado técnico liderando pela criação de valor, inovação e sustentabilidade. Diferenciamo-nos através de produtos e serviços de excelência, impulsionados por uma equipa com espírito vencedor.

## VALORES



## PROpósito

Criamos impacto positivo através de calçado técnico de excelência. Sustentável, eficaz e feito à medida dos desafios do mundo real.

## FILOSOFIA E CULTURA

Trabalhamos com paixão, aprendemos com os erros, celebramos vitórias. Valorizamos a pessoa antes do processo. Colocamos o ser humano no centro de cada decisão.

## RECONHECIMENTO

Somos parceiros de marcas globais. Somos referência em inovação técnica. Temos orgulho em calçar profissionais por toda a Europa.

## PREMISSAS

Tudo começa com escuta

Criatividade com método

Confiança só se ganha com consistência





# DIFERENCIAL.

O diferencial da Aloft está na forma como integra conhecimento técnico, inovação e proximidade em cada projeto.

Mais do que fabricar calçado, criamos soluções completas que combinam engenharia, design e sustentabilidade - com a agilidade e o rigor que o mercado exige.

Nesta secção apresentamos a nota de valor de marca, o posicionamento e os diferenciais competitivos que definem a Aloft como parceira de referência no setor do calçado técnico.



# DIFERENCIAL

---

## NOTA DE VALOR

---

A nossa diferenciação não é apenas técnica. É também ética. Aplicamos uma lógica de negócio que valoriza o ser humano e o impacto positivo das nossas decisões. Isto traduz-se em relações mais equilibradas, produtos com propósito e um compromisso claro com a sustentabilidade - tudo com base em princípios de humanização e respeito pelas pessoas.

---

## POSICIONAMENTO

---

Somos o parceiro criativo para marcas que não se contentam com o "bom o suficiente". Inovamos sem desculpas.

---

## DIFERENCIAIS COMPETITIVOS

---

- Inovação com impacto
- Estratégia orientada a resultados
- Determinação e foco nos resultados
- Sustentabilidade



ESTE É O NOSSO ESPÍRITO.

TÉCNICA, CORAGEM E HUMANIDADE,  
EM CADA PASSO.

