



NESCAFÉ
Brandbook 00H

Novembro 2025

NESCAFÉ

1. A Marca

- 04 A Nossa História
- 05 Visão e Valores
- 06 Sustentabilidade

2. Identidade Visual

- 10 Logótipo Principal
- 11 Área de Proteção do Logótipo
- 12 Cores do Logótipo
- 13 Versões do Logótipo
- 14 Alinhamento
- 15 Usos Incorretos do Logótipo
- 16 *Accent*
- 18 Proporção do Logótipo
- 19 Aplicação do Logótipo sobre Imagens
- 21 Aplicação no Digital

3. Sistema cromático

- 23 Paleta de Cores da Marca - Logótipo
- 24 Paleta de Cores para Ponto de Venda
- 25 Paleta de Cores para Comunicação

4. Universo Visual

- 27 Moodboard da Marca
- 28 Património Fotográfico

5. Aplicações em Ponto de Venda e Materiais

- 30 Toldos
 - a. Aplicação da marca
 - b. Regras de escala
- 33 Cafés e Quiosques

6. Materiais de Exterior

- 43 Diretrizes Gerais
 - a. Autocolantes de vidro
 - b. Bandeirolas com luz
 - c. Esplanadas em ferro
 - d. Chapéus de sol

7. Materiais de Interior

- a. Placa de madeira (zona traseira da máquina)
- b. Logótipo luminoso (preto)
- c. Espelho com logótipo

8. Produtos Complementares

1. A Marca



A nossa história começa **em 1929**, quando a **Nestlé recebeu um desafio do Brasil**: encontrar uma **solução para o excedente de café no país**. O objetivo era criar uma forma prática de preparar café, que fosse rápida, sem desperdícios, mas que mantivesse o sabor original e inconfundível. Após várias tentativas, o nosso químico Max Morgenthaler teve a ideia de **criar um café solúvel em pó**. Em 1938, depois de sete anos de desenvolvimento, lançámos o NESCAFÉ® na Suíça, e foi um sucesso imediato.

Quando a **Segunda Guerra Mundial** começou, **incluímos o NESCAFÉ® nas rações dos soldados americanos**, ganhando assim uma presença global. Com o fim da guerra, em 1945, fomos levados para o Japão e para a Europa através da **ajuda humanitária**, numa iniciativa que ficou conhecida como “pacotes CARE”.

Nos anos 50, percebemos que podíamos melhorar ainda mais o nosso produto. Foi então que descobrimos que os carboidratos protetores do sabor podiam ser extraídos diretamente do grão de café, o que fez o nosso produto ficar mais encorpado e com um sabor ainda mais intenso. No início da década seguinte, passámos a ser reconhecidos pelo icónico frasco de vidro e, **em 1967**, a nossa **famosa caneca vermelha** foi lançada, tornando-se um **símbolo da marca**.

À medida que o mundo evoluía, também nós evoluímos. Com a crescente **importância da sustentabilidade**, fizemos do compromisso com a **responsabilidade ambiental** uma das nossas maiores prioridades. **Até 2030**, vamos garantir que **100% do nosso café seja proveniente de fontes responsáveis** e que **50%** do nosso café seja cultivado através de **métodos agrícolas regenerativos**.

A nossa jornada de inovação e qualidade continua, e estamos aqui para garantir que, em qualquer parte do mundo, o NESCAFÉ® seja sinónimo de sabor autêntico, confiança e compromisso com um futuro mais sustentável.

A Marca Visão

Na NESCAFÉ®, acreditamos no poder do café para criar impacto positivo.

A nossa visão é clara: melhorar a qualidade de vida das pessoas, hoje e no futuro, através de um café com propósito - mais sustentável, mais próximo e mais consciente.

Queremos continuar a liderar o caminho, promovendo ligações humanas, apoiando comunidades cafeeiras e cuidando do planeta, uma chávena de cada vez.



A Marca Valores

Na essência da NESCAFÉ® estão presentes quatro valores fundamentais:
Respeito, Inovação, Responsabilidade Social e Sustentabilidade Ambiental.

São estes valores que guiam a marca na sua relação com os consumidores e parceiros, mantendo a sua relevância e consistência ao longo do tempo. Independentemente da evolução dos produtos ou das novas tendências de consumo, estes pilares continuam a definir o propósito da NESCAFÉ®.

De seguida, apresentamos os valores e o que representam para a marca.

Respeito

Está na base de todas as relações da NESCAFÉ® - com os consumidores, produtores, colaboradores e o planeta. A marca acredita num crescimento responsável, com empatia e integridade.

Responsabilidade Social - Compromisso com as Comunidades

A NESCAFÉ® apoia milhares de cafeicultores e respetivas famílias, promovendo melhores condições de vida, acesso à educação e formação contínua, contribuindo para comunidades mais resilientes.

Inovação

Desde a sua origem, NESCAFÉ® tem sido sinónimo de soluções pioneiras e práticas. Inovar é criar novas formas de viver o café, sempre com qualidade, conveniência e propósito.

Sustentabilidade Ambiental

A marca trabalha ativamente para proteger os recursos naturais e promover práticas agrícolas regenerativas, garantindo que o futuro do café seja sustentável - para as pessoas e para o planeta.

A Marca Sustentabilidade

Com NESCAFÉ®, reconhecemos que o futuro do café depende das decisões que tomamos hoje. Sendo a maior marca de café do mundo, assumimos a responsabilidade de liderar práticas responsáveis ao longo de toda a cadeia de valor - desde a origem até à chávina.

NESCAFÉ® Plan 2030

Em 2010, lançámos o NESCAFÉ® Plan, uma iniciativa global com o objectivo de promover a sustentabilidade na produção de café. Em 2022, reforçámos este compromisso com o NESCAFÉ® Plan 2030, investindo mais de mil milhões de francos suíços até ao final da década para acelerar a transição para uma agricultura regenerativa, reduzir as emissões de gases com efeito de estufa e melhorar os meios de subsistência dos cafeicultores.

Rumo a um futuro responsável

O nosso objectivo é que o nosso café seja de origem responsável e, até 2030, que 50% seja proveniente de métodos agrícolas regenerativos.

Economia circular

Estamos empenhados em adoptar um modelo de economia circular. Reutilizamos as borras de café como biocombustível nas nossas fábricas, o que evitou a emissão de cerca de 245.000 toneladas de CO₂ equivalente em 2021.



Agricultura regenerativa

Apoiamos os agricultores na adoção de práticas agrícolas regenerativas que melhoram a saúde dos solos, aumentam a biodiversidade e tornam as plantações mais resilientes face às alterações climáticas. Entre estas práticas estão a plantação de culturas de cobertura, a utilização de fertilizantes orgânicos, a implementação de sistemas agroflorestais e o rejuvenescimento das plantações com variedades de cafeeiro mais resistentes.

Compromissos e resultados

Formámos mais de 100.000 agricultores em 14 países, promovendo métodos de cultivo mais sustentáveis.

Distribuámos mais de 290 milhões de plântulas de café desde 2010, contribuindo para a renovação das plantações e o aumento da produtividade.

Reduzimos em 46% as emissões de gases com efeito de estufa nas nossas fábricas de café solúvel entre 2010 e 2020.

Implementámos programas-piloto de apoio financeiro no México, Costa do Marfim e Indonésia para facilitar a transição dos agricultores para práticas regenerativas.





2.

Identidade Visual

Identidade Visual

Resumo

Os elementos icônicos e distintivos da NESCAFÉ® fazem parte de um sistema visual e verbal que oferece possibilidades e liberdade criativa. Quando bem aplicados, contribuem para uma presença forte da marca NESCAFÉ® nos materiais de comunicação OOH.

Logotipo



NESCAFÉ

Tipo de Letra

NESCAFÉ Sans Aa

Better Times
Regular

Bb

Accent



Direção de Arte



Cores e texturas



Identidade Visual

Logótipo Principal

O logótipo foi ligeiramente refinado - o acento foi ajustado para poder ser usado de forma mais eficaz como elemento isolado, e o próprio logótipo ganhou maior presença em relação à versão anterior.

The image shows the Nescafé logo in white on a dark background. The word "NESCAFÉ" is written in a bold, sans-serif font. A red leaf-like shape is positioned above the letter "E". A registered trademark symbol (®) is located at the end of the word.

NESCAFÉ®

Identidade Visual

Área de Proteção do Logótipo

Espaço Livre

Para maximizar a presença e proteger o logótipo, há uma zona mínima de espaço livre em torno da marca. Esta zona estabelece uma área onde não podem ser colocados outros elementos gráficos, como texto, imagens ou outros logótipos.

A zona de espaço livre é determinada pela altura da letra "E" a 50% da sua escala.

Tamanho Mínimo

O tamanho mínimo do logótipo da NESCAFÉ® é de 10 mm em impressão e 20 pixels em ecrã.



Identidade Visual

Cores do Logótipo

O logótipo de NESCAFÉ® é composto por dois elementos icónicos da marca:

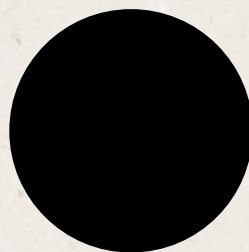
- O nome da marca NESCAFÉ®
- O *Accent* NESCAFÉ®

Esta é a marca original.

Não redesenhar ou modificar.



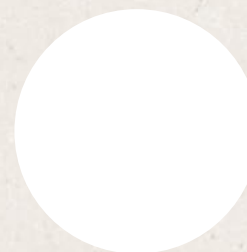
Referências de Cor



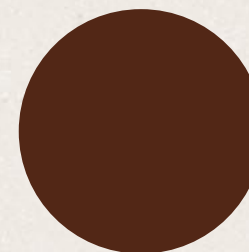
PANTONE Process Black
C 0 | M 0 | Y 0 | K 100
R 0 | G 0 | B 0



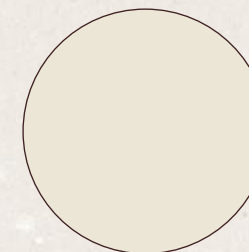
PANTONE 485 C
C 0 | M 100 | Y 100 | K 0
R 225 | G 38 | B 28



Branco
C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
R 255 | G 255 | B 255



PANTONE 4625 C
C 41 | M 79 | Y 84 | K 64
R 83 | G 39 | B 22



PANTONE 7527 C
C 3 | M 4 | Y 14 | K 8
R 214 | G 210 | B 196



Principal

O logótipo de NESCAFÉ® é composto por dois elementos icónicos da marca: O nome da marca NESCAFÉ® e o accent NESCAFÉ®. Esta é a marca original. Não redesenhar ou modificar.



Invertido

Recomenda-se usar a versão invertida da marca em fundo preto. Esta também pode ser usada em fundos coloridos e fotográficos escuros.



Monocromático

Foi desenvolvida uma versão monocromática do logótipo em branco ou preto para usar em caso de restrições técnicas específicas.

Identidade Visual

Alinhamento

Quando a palavra-chave (wordmark) é aplicada de limite a limite de página, o "N" fica contra um dos limites, e o "Accent" e o "E" ficam contra o outro.

A linha de base do logótipo deve ser posicionada contra a base da página ou formato, de modo que o resultado seja o leve *overshoot* das letras "E", "S", "C" e "F".

Este ajuste garante uma aparência mais equilibrada e visualmente coesa quando o logótipo é aplicado em formatos com limites de página extremos.



Identidade Visual

Usos Incorretos do Logótipo



~~NESCAFÉ®~~

Não altere as cores



~~NESCAFÉ®~~

Não adicione elementos



~~NESCAFÉ®~~

Não altere o tamanho do Accent

~~NESCAFÉ®~~

Não altere o tipo de letra

~~NESCAFÉ®~~

Não use em fundo colorido sem contraste suficiente

~~NESCAFÉ®~~

Não use textura ou padrão

~~NESCAFÉ®~~

Não distorça os elementos

~~NESCAFÉ®~~

Não use em fundo fotográfico sem contraste suficiente

~~NESCAFÉ®~~

Não ignore a área de proteção

Identidade Visual

Accent

O *accent* no logótipo da marca-mãe NESCAFÉ® foi ligeiramente ajustado. A sua forma está agora mais alta, com uma curva mais refinada, e deixou de se estender além da palavra.

A sua largura corresponde agora à do "E".



Identidade Visual

Accent

.....

Usado em OOH, a versão com o accent em pincel é o destaque nas execuções criativas.

Abraçamos o acento e a oportunidade que ele nos oferece, utilizando-o para trazer foco e atenção ao que mais importa. Para as imagens OOH, o acento em pincel deve ser sempre utilizado.



Para meios OOH (Out-of-Home), o acento sólido é por vezes utilizado como um elemento gráfico subtil, sobreposto a um fundo com textura. O acento sólido também é usado no logótipo, na assinatura e nas máquinas de café.



Identidade Visual

Proporção do Logótipo

Na aplicação da palavra-chave NESCAFÉ® no estilo grande e ousado, há alguns aspetos a ter em conta para garantir consistência, legibilidade e reconhecimento da marca.

Regras

Quando utilizar a aplicação de um lado ao outro do visual, o nome da marca não deve ocupar mais de 20% da página ou formato.

Nunca deve ser utilizada na diagonal.

O nome da marca é preto ou branco.

O *accent* no logótipo é sempre vermelho sempre que possível, ou preto e branco quando a cor não for uma opção.

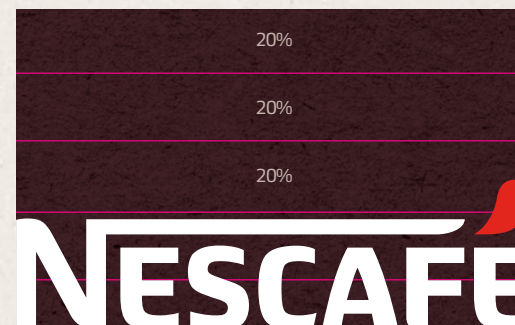
Quando utilizado desta forma ampliada, o logótipo deve sempre ser de borda a borda, ocupando toda a largura ou altura.



5 colunas



5 linhas



Identidade Visual

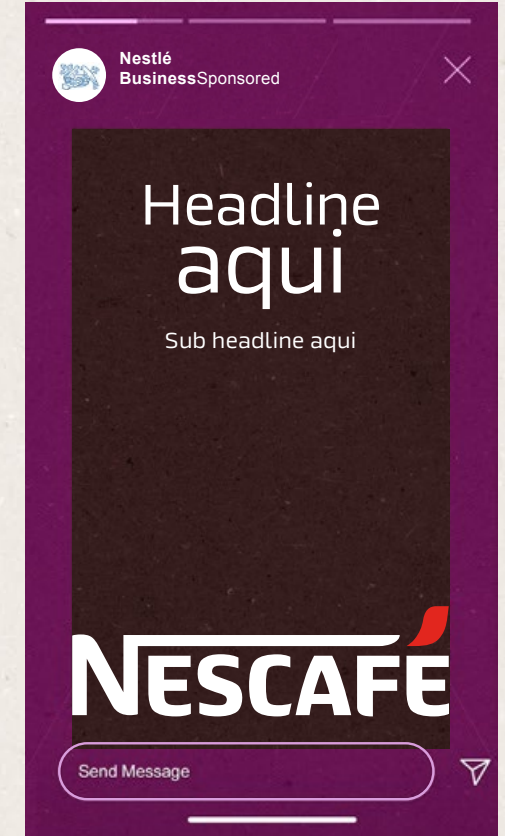
Aplicação do Logótipo sobre Imagens

Estes exemplos de layouts servem como base para uma abordagem padronizada de formatos de media, para fácil adaptação.

O subheadline deve ser usado para destacar informações importantes.



O símbolo de marca registrada (R) não é utilizado quando a marca é usada de um lado ao outro do visual.



Identidade Visual

Aplicação do Logótipo sobre Imagens

Exemplos



As equipas da NESCAFÉ® podem fornecer aos clientes ativos predefinidos para uso nas redes sociais.

Estes ativos podem ser co-branded ou exclusivos da NESCAFÉ®.

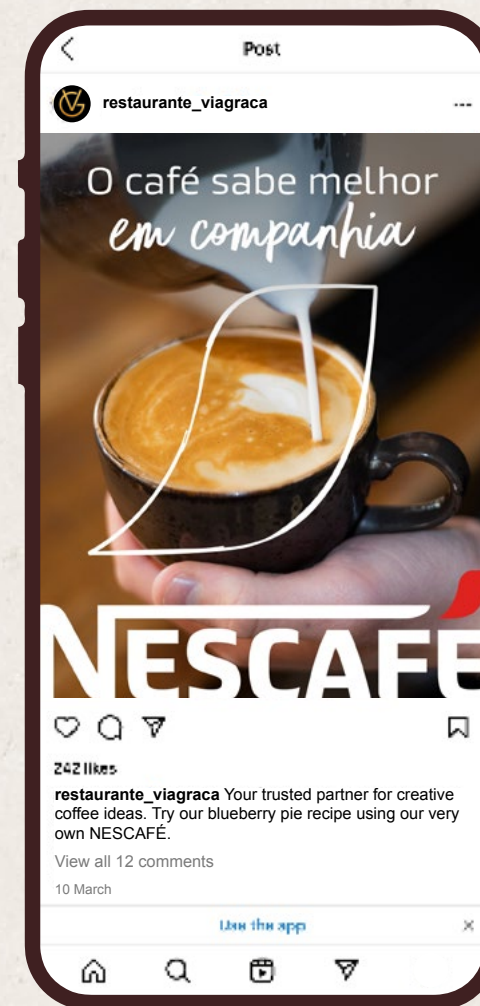
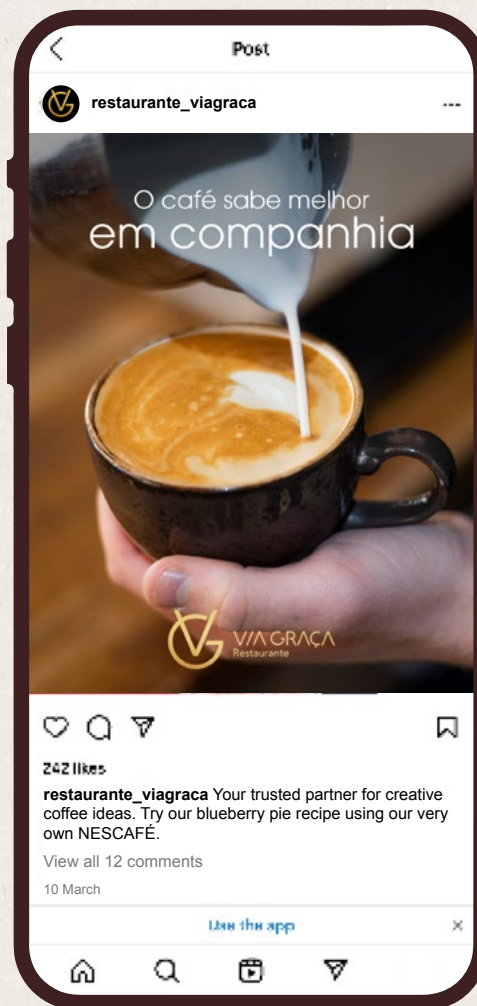
Nota: NP deve garantir que o cliente tenha os direitos de uso para publicar o conteúdo fornecido. O conteúdo precisa de aprovação do mercado local (Marketing/RSA/Jurídico). O cliente deve publicar os ativos OOH fornecidos pela NESCAFÉ®, não sendo permitidas interpretações. A marca NESCAFÉ® deve ser aplicada apenas no conteúdo da NESCAFÉ® (não no conteúdo do cliente). Isso aplica-se a todos os canais de redes sociais.



Deve

Use os ativos de imagem fornecidos pela NESCAFÉ®

Siga as diretrizes de co-branding do logotipo



3.

Sistema cromático

Sistema crômatico

Paleta de Cores da Marca - Logótipo

As cores da marca NESCAFÉ® são as três cores presentes no logótipo: preto, vermelho e branco.

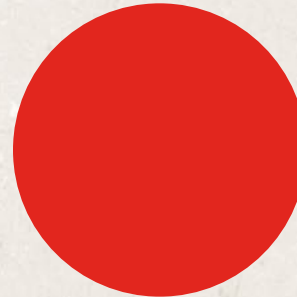
O vermelho é a cor principal para os ícones da marca NESCAFÉ®.

Para garantir contraste e impacto suficientes dos ícones da marca, o vermelho deve ser usado com cuidado quando utilizado em comunicação.

Cores principais



PANTONE Process Black
C 0 | M 0 | Y 0 | K 100
R 0 | G 0 | B 0



PANTONE 485 C
C 0 | M 100 | Y 100 | K 0
R 225 | G 38 | B 28



Branco
C 0 | M 0 | Y 0 | K 0
R 255 | G 255 | B 255

Sistema crômático

Paleta de Cores para Ponto de Venda

Paleta secundária

São utilizadas duas cores secundárias: Castanho (PANTONE 4625 C) e Bege (PANTONE 7527 C)

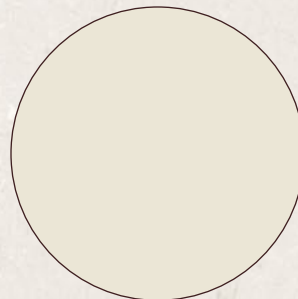
Estas cores podem ser aplicadas em materiais de ponto de venda, sendo particularmente eficazes em comunicações que reforcem a expertise em café e relações de confiança com parceiros.

Nota: A paleta de cor aplica-se exclusivamente a suportes impressos e digitais.

Cores secundárias



PANTONE 4625 C
C 41 | M 79 | Y 84 | K 64
R 83 | G 39 | B 22



PANTONE 7527 C
C 3 | M 4 | Y 14 | K 8
R 214 | G 210 | B 196

4. Tipografia



Tipografia

Tipos de Letra

Para NESCAFÉ OOH é usado uma combinação de NESCAFÉ Sans e Better Times.

NESCAFÉ Sans é um tipo de letra proprietário criado através das letras do logo de NESCAFÉ, enquanto que a Better Times é um tipo de letra script baseado pela escrita à mão.

O Better Times é usado para destacar uma palavra chave quando dois tipos de letra são usados em simultâneo.

Substituição de fontes

Sempre que possível, deve ser utilizada a NESCAFÉ Sans e a Better Times, tanto em suportes impressos como digitais.

Idiomas

O NESCAFÉ Sans pode ser usado em línguas que utilizam o alfabeto latino, incluindo o inglês, francês, alemão, checo, romeno, vietnamita, polaco, húngaro e outras.

O Better Times também pode ser utilizado em muitas das línguas que utilizam o alfabeto latino.

Caso seja necessário utilizar texto numa família linguística diferente, a situação deve ser analisada caso a caso, apresentando uma proposta à equipa de marca ou a um representante da CBA Design.

NESCAFÉ Sans Regular
Bold Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Regular Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Light Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Headlines, key messages, body copy

Better Times Regular
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Key emotional expression

Up side of
SUCCESS



Live
better

Tipografia

Aplicação

Trabalhar corretamente e de forma consistente com os dois tipos de letra combinados é essencial para o sucesso da nossa comunicação.

O NESCAFÉ Sans Regular é utilizado como tipo de letra principal em todas as aplicações, enquanto o Better Times confere um toque expressivo às partes mais relevantes da mensagem principal.

Princípios

Os títulos e respetivos textos devem estar sempre centrados.

Uma palavra relevante do título deve ser definida em Better Times.

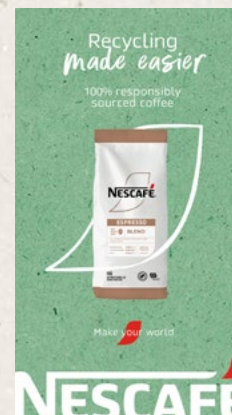
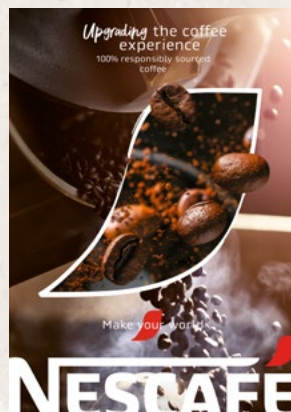
O tamanho dos dois tipos de letra, quando usados em conjunto (NESCAFÉ Sans e Better Times), deve ser ajustado de modo a aproximar-se visualmente.

Não devem existir mais de três tamanhos de tipo de letra numa mesma aplicação, excluindo o logótipo ou assinatura de marca.

O texto deve ser sempre em branco.

Kerning

No Adobe InDesign, o espaçamento da NESCAFÉ Sans deve ser definido como Optical e o da Better Times como Metrics.





5.
Universo Visual

Os elementos icônicos e distintivos da NESCAFÉ fazem parte de um sistema visual e verbal que oferece possibilidades criativas e versatilidade. Quando aplicados de forma consistente e estratégica, contribuem para uma presença forte e memorável da marca em ambientes OOH (Out-of-Home).



Todo o conteúdo é destinado apenas para demonstração e análise.

As imagens incluídas neste brandbook estão disponíveis para utilização em todos os materiais de comunicação da Nescafé. Cada fotografia, ilustração ou elemento visual foi selecionado para refletir a identidade da marca e deve ser usado conforme as diretrizes de estilo, cores e contexto aqui apresentados.

É fundamental garantir que as imagens sejam aplicadas de forma consistente e coerente com a nossa identidade visual, mantendo sempre a integridade e o reconhecimento da marca.





6.
**Aplicações em Ponto
de Venda e Materiais**

6.1 Toldos



Aplicações em Ponto de Venda e Materiais

Património Fotográfico

O ponto de venda é o principal local de identificação da marca junto dos consumidores e como tal deve cumprir e respeitar com rigor as normas estabelecidas de forma a garantir a melhor perceção da identidade da marca NESCAFÉ.

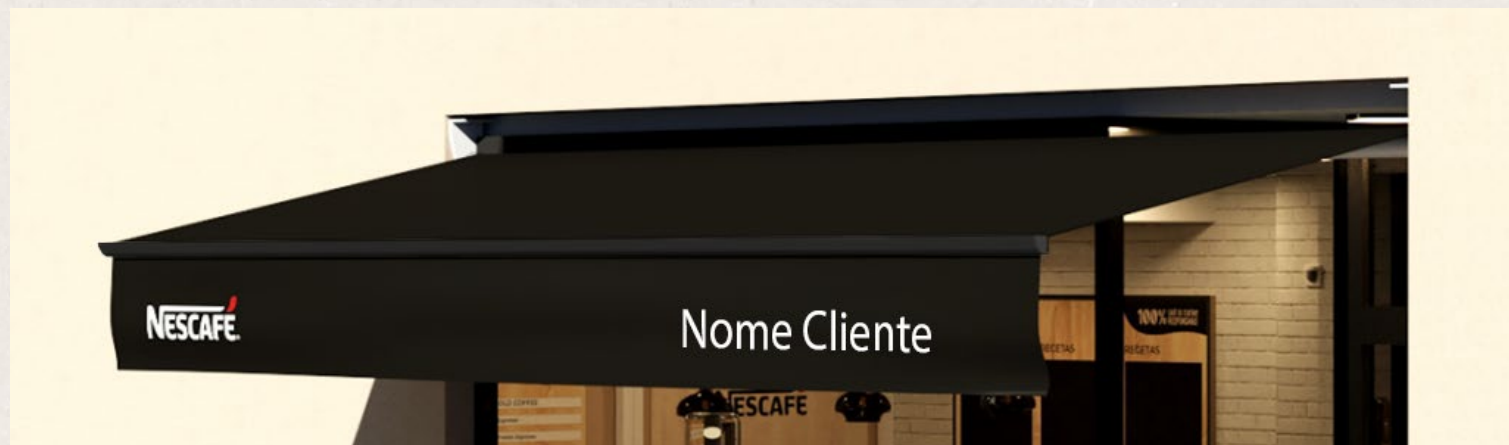
O nome do restaurante será aplicado de acordo com o esquema indicado e com a fonte **Nescafe Sans Regular**.

Toldo preto: Dralon – Noir ORC 6028 120 - RAL 9011

Toldo Castanho: Dralon - Pantone 476C
CMYK 54 | 76 72 | 83 ; RAL 8017

Toldo Beje: PVC Mate - Pantone 7527 C
CMYK 3 | 4 | 14 | 8 - RGB 214 | 210 | 196 - Ral 1013

O toldo principal tem de ser sempre de cor preta com o logo de NESCAFÉ alinhado à esquerda e o nome do restaurante alinhado à direita a branco. O material deverá ser exclusivamente Dralon. O toldo branco e o toldo castanho apenas podem ser utilizados em lojas e quiosques.



NESCAFÉ

NESCAFÉ

NESCAFÉ

Aplicações em Ponto de Venda e Materiais

Regras de Construção do Toldo Principal

O ponto de venda é o principal local de identificação da marca junto dos consumidores e como tal deve cumprir e respeitar com rigor as normas estabelecidas de forma a garantir a melhor perceção da identidade da marca NESCAFÉ.

Este esquema de layout de toldo é o mesmo para as diferentes cores disponíveis apresentadas anteriormente.

Todas as versões apresentadas seguem o mesmo critério de cor.



Aplicações em Ponto de Venda e Materiais

Comportamento das Sanefas

Para toldos individuais existem duas possibilidades de colocar as sanefas: combinar o logo NESCAFÉ® com o nome do cliente ou colocar apenas o logo NESCAFÉ®.

No caso da existência de um toldo pequeno o nome do cliente é suprimido pelo logo NESCAFÉ®.

Se o nome do cliente for demasiado extenso, este pode reduzi-lo, no entanto não poderá passar metade de Y.

Para toldos em sequência a marca Nescafé® não deve estar presente em ambos os toldos simultaneamente.

Sempre que existirem dois toldos, a aplicação da marca deve respeitar uma lógica de alternância:

Opção A: um toldo com o nome do cliente e o outro com o logótipo Nescafé.

Opção B: um toldo com o logótipo Nescafé e o outro com o nome do cliente.

Toldos Individuais



Toldos em Sequência



Aplicações em Ponto de Venda e Materiais

Toldos em Caixa - Comportamento das laterais

Os toldos em caixa seguem as mesmas instruções que os toldos em concha, mantendo as configurações da frente.

Os exemplos apresentados nesta página são de toldos individuais e não de sequências.

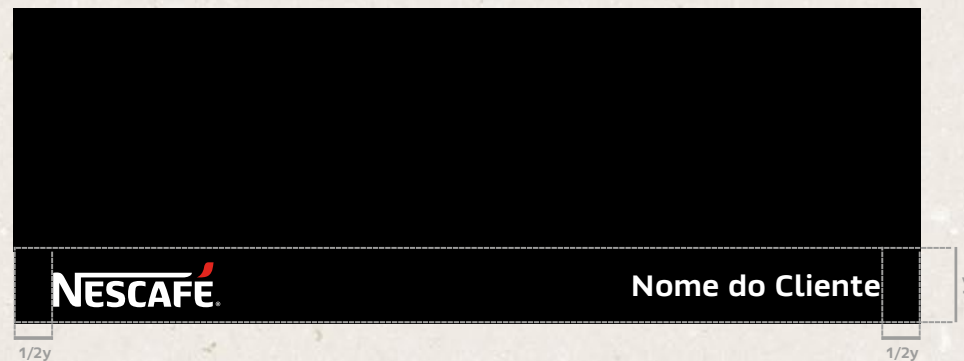
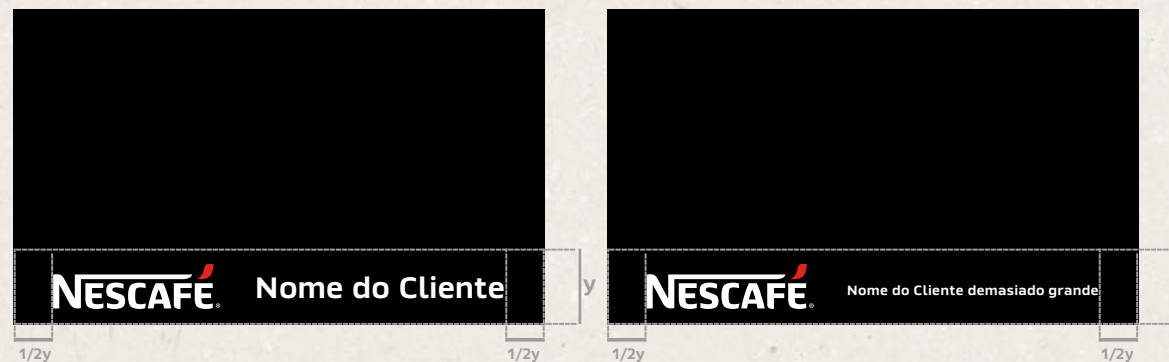


Aplicações em Ponto de Venda e Materiais

Toldos Extensíveis - Comportamento das laterais

Apesar dos toldos de braço extensível não possuírem lateral, devem manter-se as configurações da frente.

Os exemplos apresentados nesta página são de toldos individuais e não de sequências.



Aplicações em Ponto de Venda e Materiais

Toldos - Sequência de toldos com a mesma altura

A entrada do estabelecimento deve apresentar o logo NESCAFÉ® e o nome do cliente no toldo. Os restantes apenas necessitam do logo NESCAFÉ® entrecalado com toldos lisos. Na aplicação em sequências, é aberta uma exceção, quando o estabelecimento possui apenas três toldos e o do meio é a entrada do mesmo, este pode ter o nome do cliente sozinho na sanefas.



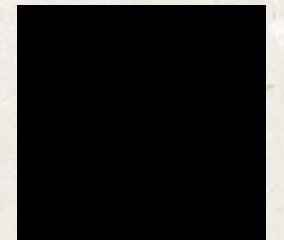
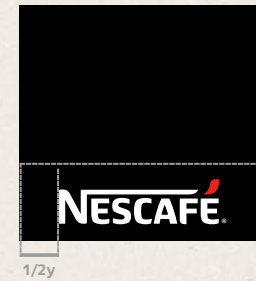
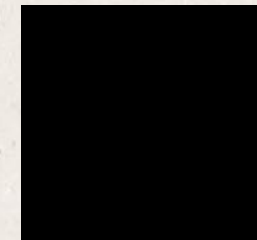
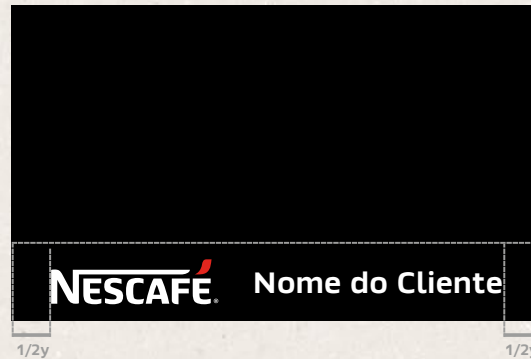
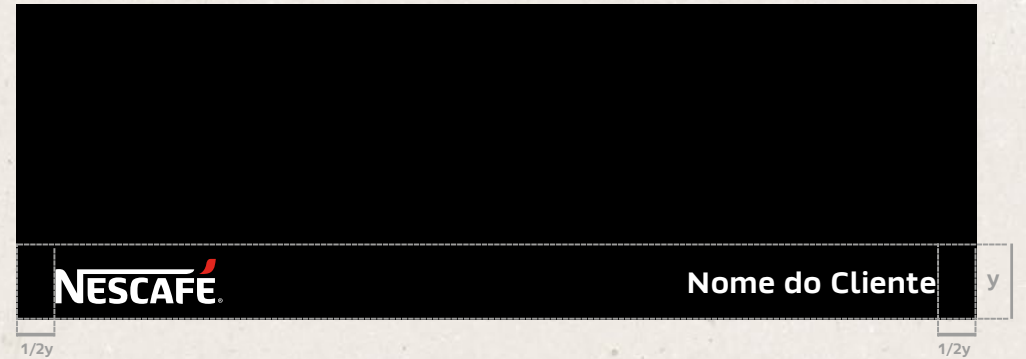
Aplicações em Ponto de Venda e Materiais

Toldos - Sequência de toldos com diferentes alturas

O toldo e todas as sanefas devem seguir a mesma construção apresentada anteriormente, no entanto, o toldo maior deve corresponder à entrada do estabelecimento. No caso do toldo ter a largura inferior a dois logos NESCAFÉ, este deve ficar centrado.

No toldo deverá apenas constar o nome do estabelecimento/cliente. Quaisquer outras informações estão excluídas deste suporte.

Num toldo sem sanefa o logo deve aparecer à esquerda.



Toldo sem Sanefa



6.2

Cafés e Quiosques

Cafés e Quiosques

Ambientação

Os cafés são um destino habitual para uma pausa, atraindo todo o tipo de pessoas. Para quem tem pressa, muitos oferecem a opção de takeaway. Mas para os clientes que optam por ficar e saborear o café no local, existe uma oportunidade de reforçar a escolha e fomentar a fidelização durante o tempo que permanecem no espaço.





7. **Materiais de Exterior**

Nesta secção, exploraremos as diversas opções de rotulagem exterior desenvolvidas para reforçar a identidade de marca da NESCAFÉ nos seus estabelecimentos.

Descrição

A rotulagem de vidros é feita com vinis decorativos e funcionais, sendo possível aplicar um fundo para gerar privacidade no interior.

Informação do Produto

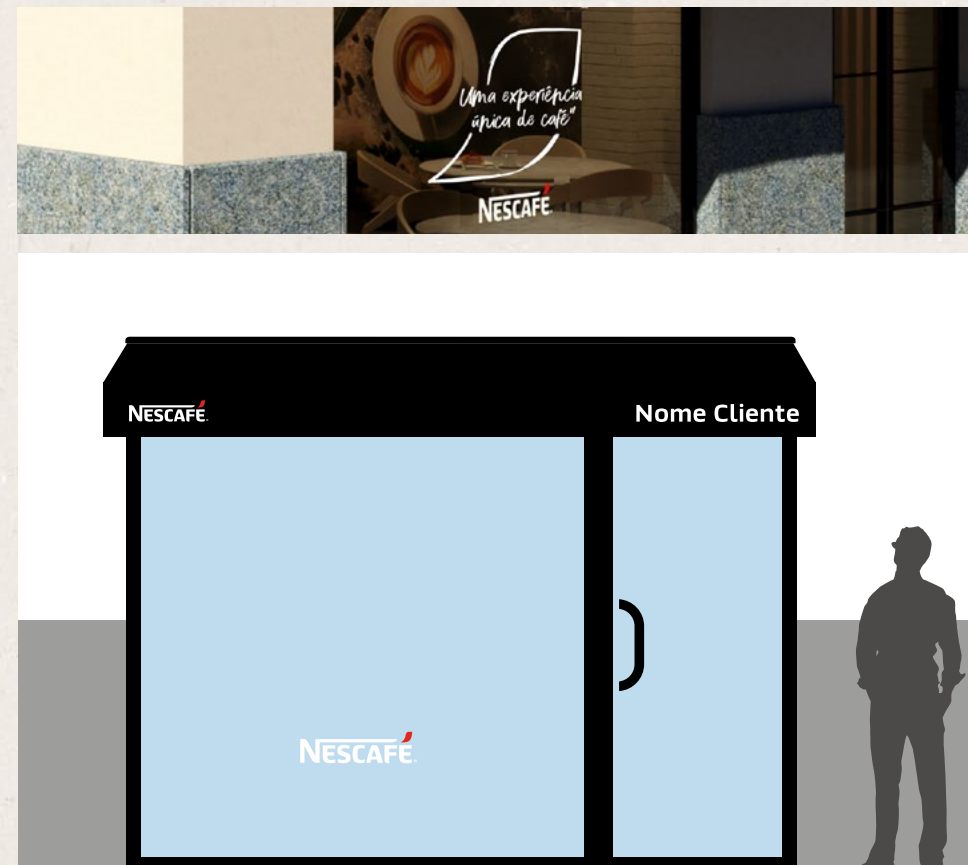
Aplicação de vinil de recorte branco com o logótipo sobre vidro. Dimensões ajustadas conforme os vidros existentes.

O vinil no vidro constitui uma solução para as cortinas e para proporcionar visibilidade para o interior. Não é uma solução para substituir o logo noutras situações.

Opção 1



Opção 2



Materiais de Exterior

Bandeirola com Luz e Luminoso de Parede

A bandeirola é um elemento distintivo criado para maximizar a visibilidade dos estabelecimentos a partir de diferentes ângulos de acesso.

Informação da Bandeirola

Bandeirola de dupla face, com frente em dibond impresso, recortado. As letras são embutidas em metacrilato com 1 cm de espessura.

As laterais são brancas e as frentes aplicadas com vinil de recorte.

Iluminação interior em LED.

Dimensões: 40 x 40 cm.

Suporte : 140 mm. Estrutura lacada na cor corporativa RAL.



Descrição

Cadeira NESCAFÉ:

Cor: Antracita ou Castanho.
Material: Ferro.

Mesa NESCAFÉ:

Cor: Antracita ou Castanho 70x70 cm
e pernas de cor antracita.
Material: Ferro

Nota: A esplanada castanha deverá ser aplicada apenas em Lojas e Quiosques e situações tailor made a avaliar. Todas as restantes situações exigem aprovação de Marketing Operacional.



Materiais de Exterior

Chapéus de Sol

Descrição

Parasol NESCAFÉ:

Dimensões: 2,5 x 2,5 m.

Cores: Preto e Bege.

Nota: O guarda-sol bege deverá ser aplicado apenas em Lojas e Quiosques e situações tailor made a avaliar. Todas as restantes situações exigem aprovação de Marketing Operacional.



8.

Materiais de Interior

**Esta secção foca-se na rotulagem interior.
Um aspecto crucial para criar uma atmosfera que reflita
a qualidade e o estilo de NESCAFÉ.**

Aqui, detalhamos as soluções de design interior que contribuem para uma experiência de marca coesa e envolvente dentro dos estabelecimentos.

Materiais de Interior

Placa de Madeira

Descrição

Parte traseira para cafeteira, desenhada para servir como ponto focal visual que reforça a presença da marca.

INFO DO PRODUTO

Cor: Tampo de madeira 70x70 cm e pernas de cor antracita.

Material: Polipropileno com acabamento em madeira. 100% reciclável e 100% reciclado.

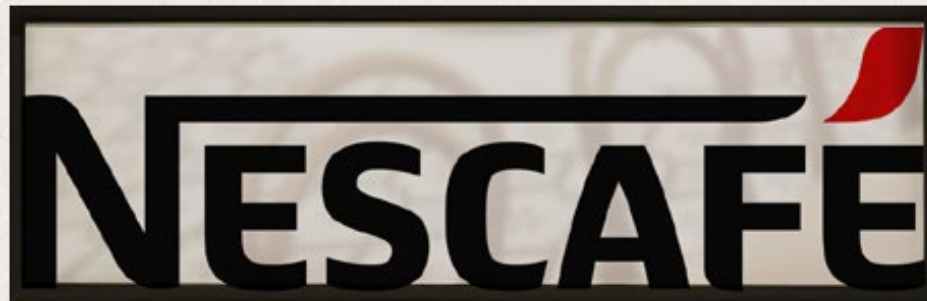
Nota: Imagem meramente ilustrativa.



Espelho decorativo concebido para complementar o espaço e reforçar a identidade da marca de forma subtil e elegante

INFO DO PRODUTO

Espelho de parede com aplicação da palavra NESCAFÉ a preto na parte inferior, garantindo visibilidade discreta da marca. Fabricado com materiais de alta qualidade e acabamentos cuidados, ideal para ambientes de consumo ou activações de marca.





9. Produtos Complementares

Produtos Complementares

Experiência e Visibilidade

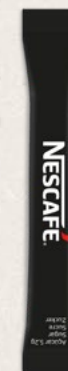
Os produtos complementares devem ser constituídos por: chávenas, porta-guardanapos, bandejas e porta-açúcar personalizados com o logótipo da NESCAFÉ.



Porta Açúcar



Porta Guardanapos



Stick de açúcar



Adoçante



Paletina



Bandeja



Chávenas



Copo papel pequeno



Copo papel grande



NESCAFÉ