MANUAL DE

# NORMAS GRÁFICAS

2026

EST. 2006

# I N T R O D U Ç Ã O

Uma comunicação gráfica coerente garante uma mensagem mais coesa, permitindo à marca ser mais facilmente identificada, seja qual for o formato em que se apresenta.
A identidade TH CLOTHES tem regras e aplicações que devem ser seguidas para uma comunicação rigorosa e global, seja em Print ou Online.
Seguir este Manual de Normas é fundamental para defender o posicionamento e a coerência de comunicação da Marca.

# I N D Í C E

## MARCA


1. A MARCA
2. DESIGNAÇÃO DA MARCA EM TEXTO
3. NOSSOS VALORES


## LOGÓTIPO


4. COM DESCRITIVO
5. SEM DESCRITIVO


## CORES INSTITUCIONAIS


6. CORES INSTITUCIONAIS
7. COR DO LOGÓTIPO


## DIMENSÕES


8. CORES INSTITUCIONAIS
9. MARGENS DE SEGURANÇA
10. DIMENSÕES MÍNIMAS


## APLICAÇÃO DO LOGÓTIPO


10. APLICAÇÕES INDEVIDAS
12. USO DO LOGÓTIPO EM MATERIAIS


## WEBSITE


13. WEBSITE

# A MARCA

Tal como as pessoas, também as marcas têm uma personalidade. Esta revela-se naquilo em que acreditam, na forma como se apresentam e falam, nos locais ou eventos que frequentam, no modo como trabalham e desempenham as suas atividades e nos resultados que obtêm.
A TH Clothes é uma marca Portuguesa de textil promocional criada em 2006, com o objetivo de oferecer produtos de qualidade certificada a um preço justo.

# DESIGNAÇÃO DA MARCA EM TEXTO

Apesar da sigla TH CLOTHES na identidade ser representada em caixa baixa (minúsculas), por uma razão de equilibrio dos elementos, quando escrito este deve ter o comportamento oposto, ou seja, ser sempre representada em caixa alta (maiúscula), porque se trata do nome da Marca.

**TH CLOTHES**

sigla

# NOSSOS VALORES

Estes são os nossos valores, pelo que é por eles que nos regemos diariamente, bem como na tomada de decisões.
Os valores éticos da TH CLOTHES priorizam a proteção dos seus clientes. Portanto, não personaliza, nem vende os artigos ao cliente final. Desta forma, salvaguarda os negócios (personalização e/ou revenda) dos seus clientes.
O tom da marca e comunicação passa pelo enaltecer dos valores em que acredita, sempre dentro de um espirito jovem e positivo.

**HONESTIDADE**

**HUMILDADE**

**SINCERIDADE**

**RESPONSABILIDADE**

# COM DESCRITIVO

Utilização nestes meios quando o logótipo é exposto sem contextualização e apenas em escalas que permitam uma correta leitura de toda a informação nela contida. É recomendada a utilização as versões policromáticas, tendo as versões monocromáticas como alternativa, quando assim não é possível.

logo

# SEM DESCRITIVO

Utilização nestes meios quando o logótipo é exposto com contextualização e/ou em escalas reduzidas que não permitam uma correta leitura de toda a informação nela contida.
É recomendada a utilização as versões policromáticas, tendo as versões monocromáticas como alternativa, quando assim não é possível.

logo

R: 231 49 B: 55
C: 0 M: Y:76 K: 0

th clothes
BRAND WEAR

th clothes
BRAND WEAR

1h
clothes
BRAND WEAR

61.24 mm

22.47 mm

# IMPRESSÃO

50 mm

20 mm

15 mm

10 mm

# SUPORTE DIGITAL

40 px

60 px

80 px

Fundos não institucionais

Alterar formato

Alterar assinatura

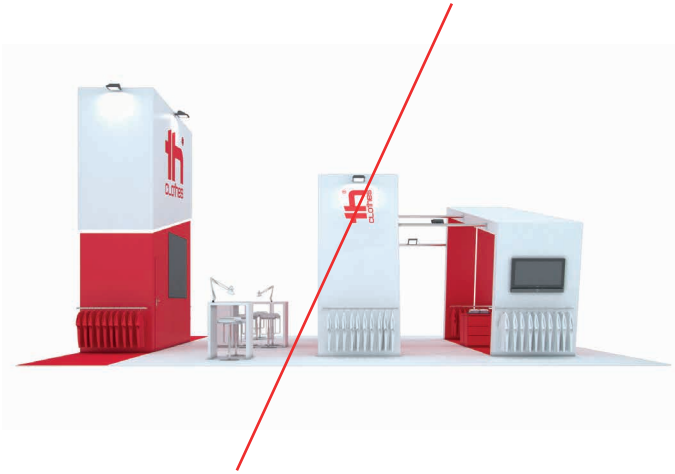
Alterar cores

Deformar o logótipo

Alterar tipografia

Alterar disposição

Alterar espaçamento



Deformar o logótipo

Alterar cores de logótipo

Alterar disposição

# USO DO LOGÓTIPO TH CLOTHES EM TODOS OS MATERIAIS

Na utilização de fotografias, assim como os packshots, é obrigatório o uso do logótipo TH CLOTHES no canto superior direito.

www.thclothes.com

thclothes.com

CENTRO 2030
Os Fundos Europeus mais próximos de si.
PORTUGAL 2030
Cofinanciado pela União Europeia