



A PLACE TO TALK

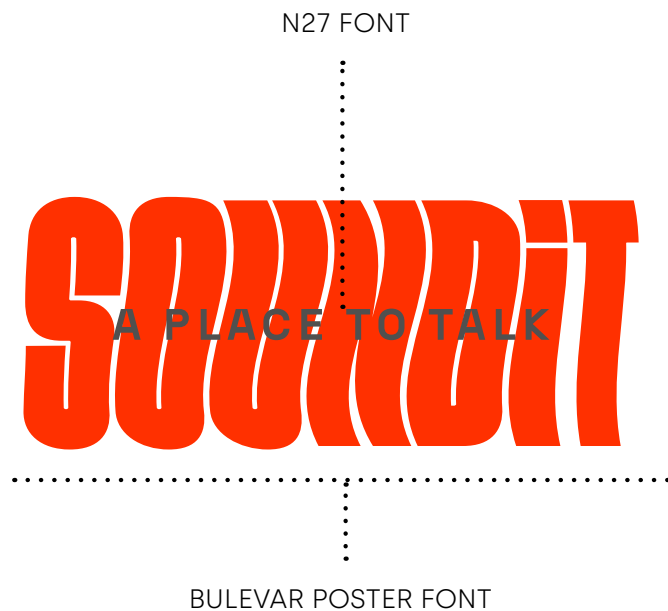
Identidad corporativa para la marca SOUNDIT la nueva red social, a nivel internacional, centrada en el público Generación Z.

El propósito de SOUNDIT es ocupar un espacio en el universo de las redes sociales teniendo en cuenta activa a las personas usuarias, sus necesidades de comunicación y sus necesidades vitales, a través del audio.

El reto era crear una marca universal con personalidad que huyera de los elementos típicos relacionados con el audio: micrófono, cascos, etc... y se diferenciara de la competencia: Instagram y TikTok

La identidad se creó a partir del concepto de las vibraciones producidas por el sonido y en base a una onda.

El logotipo de SOUNDIT se transforma en un logotipo en movimiento, cuando la onda de audio pasa sobre él. Lo mismo ocurre con las imágenes donde se aplica el mismo efecto, creando así un universo propio.



Tipografía

La tipografía **Bulevar** es la elegida para **SOUNDIT** por su poder, energía y seducción. Tiene mucho carácter y enlaza muy bien con la cultura del audio.

La tipografía **N27** en el claim "**A PLACE TO TALK**" equilibra perfectamente con la tipografía Bulevar aportando un toque de legibilidad y equilibrio tecnológico.

Color

El **pantone WarmRed C** es el color preferente para la marca. Transmite calidez (factor humano) y energía. Es llamativo, positivo y evoca triunfo. Tiene mucha personalidad, es reconocible, diferenciador respecto a la competencia y está asociado al audio (similitud con el color rojo de grabar).

El resultado es una marca con personalidad y marcado carácter creada para la red social de referencia para los creadores del futuro.

Pantone: WarmRed C
CMYK: 0/79/94/0
RGB: 255/48/0
Web: #ff3000