



SARON

INVESTMENTS

MANUAL DE MARCA
BÁSICO DE APLICAÇÃO

MANUAL DE MARCA BÁSICO DE APLICAÇÃO

Este manual tem como objetivo apresentar a marca SARON e seus elementos de apoio.

A marca é composta por 4 diretrizes: nosso logo, regras de aplicação, tipografia e paleta de cores. O uso padronizado da marca reforça a postura da empresa diante de clientes e parceiros, a fim de transformar a comunicação visual em algo ímpar, notável e memorável.

O conteúdo a seguir contém as informações necessárias para a aplicação correta da marca em peças de divulgação e materiais de comunicação.

1. Nosso logo	3
2. Regras de aplicação	4
3. Tipografia	9
4. Paletas de cores	9

1.0 NOSSO LOGO



1.1 FAMÍLIA DE LOGOS



2.0 REGRAS DE APLICAÇÃO

01. Área de Respiro do logo

Para evitar interferências e garantir a legibilidade, é necessário manter uma distância mínima (x) entre a marca e qualquer elemento gráfico, corte ou limitação física presente no campo visual de suas laterais, onde (x) é igual ao tamanho da metade da letra O do nome SARON conforme demonstrado na figura ao lado.

02. Redução Máxima do logo

Redução máxima é a menor medida permitida para uso da marca em qualquer impresso. Neste caso, utiliza-se a versão reduzida com o tamanho mínimo de largura de 3,0 cm.



2.1 REGRAS DE APLICAÇÃO

Aplicações Preferenciais

A aplicação da marca em suas cores originais devem ser aplicadas, preferencialmente com o logo em verde e bege, ou usa-se a versão cromática negativa com o fundo verde.



Versão positiva



Versão negativa

2.2 REGRAS DE APLICAÇÃO

Aplicação Monocromática

Em casos particulares, onde não é possível a reprodução da marca em suas cores originais, permite-se a aplicação em suas versões monocromáticas positivas ou negativas.



Versão monocromática positiva



Versão monocromática negativa

2.3 REGRAS DE APLICAÇÃO

Aplicação em foto

É necessário manter um grande contraste entre o fundo e a aplicação da marca de forma que se consiga fazer sempre uma boa leitura.



2.4 REGRAS DE APLICAÇÃO

O que não pode?

1. Distorcer a marca desproporcionalmente.
2. Alterar a cor da marca.
3. Rotacionar a marca.
4. Dimensionar os elementos da marca separadamente.
5. Aplicar a marca em fundo colorido que não esteja dentro da nossa paleta de cor.
6. Aplicar a marca em fotos com fundo não linear, com cores muito discrepantes da paleta



3.0 TIPOGRAFIA

Fonte para materiais corporativos, impressos e digitais.

Gotham Regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(--!@#\$%^&*) 0123456789.

Gotham Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
(--!@#\$%^&*) 0123456789.

4.0 PALETA DE CORES

C 79% M 48% Y 72% K 57%
R 42 G 66 B 50
HEX #2A4232

C 15% M 13% Y 24% K 1%
R 224 G 217 B 199
HEX #E0D9C7

C 47% M 38% Y 61% K:26%
R 127 G 122 B 93
HEX #7F7A5D

REALIZAÇÃO

