

7.1

Marca







Versão principal

Sua aplicação é preferencial, ou seja, deve ser usada sempre que possível.



TODA A ATENÇÃO:
não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados neste livro.



Versão principal

[ACOMPANHADA DA TAGLINE]

Sua aplicação é preferencial, ou seja, deve ser usada sempre que possível.



TODA A ATENÇÃO:

não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados neste livro.



Versão principal tons de cinza

Nos casos em que não for possível o uso da versão preferencial, por limitações técnicas, por exemplo, utiliza-se a versão monocromática em tons de cinza em negativo ou positivo.



TODA A ATENÇÃO:
não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados neste livro.



Versão principal tons de cinza

[ACOMPANHADA DA TAGLINE]

Nos casos em que não for possível o uso da versão preferencial, por limitações técnicas, por exemplo, utiliza-se a versão monocromática em tons de cinza em negativo ou positivo.



TODA A ATENÇÃO:

não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados neste livro.



Versão principal traço

As versões traço são utilizadas quando, por razões técnicas, não é possível fazer uso das versões preferenciais, podendo ser aplicadas em branco, preto ou em 1 cor (verde ou laranja)



TODA A ATENÇÃO:

não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados neste livro.



Versão principal traço

[ACOMPANHADA DA TAGLINE]

As versões traço são utilizadas quando, por razões técnicas, não é possível fazer uso das versões preferenciais, podendo ser aplicadas em branco, preto ou em 1 cor.

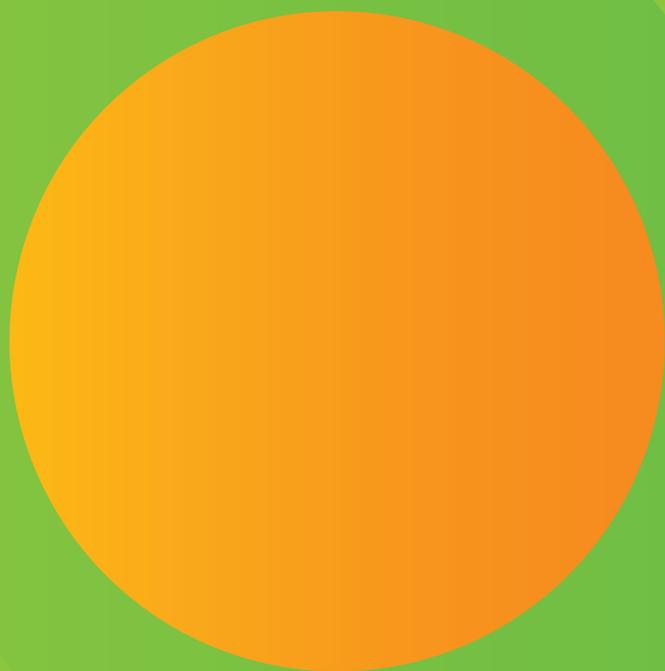


TODA A ATENÇÃO:

não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados neste livro.

7.2

Elementos da identidade



“SEJA A MUDANÇA
QUE VOCÊ QUER
VER NO MUNDO.”

Mais do que oferecer assistência, é preciso agir, ampliando oportunidades de desenvolvimento e influenciando o mundo a nossa volta.

Omnes Thin
abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Omnes Light
abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Omnes Regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Omnes Medium
abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Omnes Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Omnes Black
abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Família tipográfica

[PARA TÍTULOS E
TEXTOS CORRIDOS]

Omnes

Para manter a coerência e a estrutura gráfica da identidade, utilize nos títulos e textos corridos a OMNES em qualquer uma das versões de sua família tipográfica: Thin, Light, Regular, Medium, Bold e Black.

C 70	C 50	C 0	C 0	C 30	C 20
M 0	M 0	M 55	M 30	M 30	M 30
Y 100	Y 100	Y 100	Y 100	Y 50	Y 50
K 0	K 75				
R 80	R 141	R 246	R 253	R 184	R 79
G 184	G 198	G 139	G 185	G 169	G 66
B 72	B 63	B 31	B 19	B 136	B 48
HEX	HEX	HEX	HEX	HEX	HEX
#50b848	#8dc63f	#f68b1f	#fdb913	#b8a988	#4f4230
PANTONE	PANTONE	PANTONE	PANTONE	PANTONE	PANTONE
361 C	368 C	715 C	1235 C	453 C	7554 C

Paleta de cores

CALOR, CARINHO E SERENIDADE.

As porcentagens indicadas em CMYK são válidas para impressão offset quadricrômica em escala Europa.

Em mídias eletrônicas, são utilizadas as referências RGB e Hexadecimal.

Para todas as outras formas de veiculação, deve-se utilizar a escala Pantone® na referência Coated (C) para obter as cores por aproximação visual.

Grafismo

O ETERNO ABRAÇO (..)

A 'base' do elemento gráfico é o nosso símbolo estourado que irá transmitir os conceitos de CUIDADO e PROTEÇÃO, assim como gerar coerência e força visual ao sistema.



Estilo fotográfico

A ESSÊNCIA ESTÁ NO CUIDADO.

Nossa fotografia deve sempre buscar transmitir o nossa diversidade, mas principalmente nosso compromisso com o cuidado.

Atributos/elementos:

- multiplicidade
- olho no olho
- qualidade
- cuidado

[EQUALIZAÇÃO]

PARA TODAS AS DIVERSAS FORMAS DE APLICAÇÃO

- colorida





Linguagem iconográfica

SIMPLICIDADE PARA PRESERVAR A FORÇA DOS ELEMENTOS.

Nosso estilo de íconografia é sempre em outline e 1 cor (preto, branco ou qualquer cor da nossa paleta).

7.3

Normas de uso da marca

- » Área de proteção
- » Redução máxima
- » Aplicações sobre fundo
- » Usos indevidos



Área de proteção

As medidas da área de proteção correspondem à área mínima que a marca necessita para não ser confundida com os elementos gráficos à sua volta, mantendo a sua legibilidade.

A altura total do símbolo foi usado como módulo para a definição dessa área.



TODA A ATENÇÃO:

não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados neste livro.



15mm



55mm

Redução máxima

A marca **Instituto Profarma** não deve ser reproduzida em tamanho menor do que os indicados ao lado. Dessa forma, são garantidas a qualidade gráfica e a legibilidade da marca.



TODA A ATENÇÃO: não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados neste livro.



Aplicações sobre fundos

É importante garantir que a relação entre a marca e o fundo tenha contraste suficiente, para não prejudicar a sua legibilidade.

Siga a tabela ao lado para orientação da aplicação da marca nas versões colorida, tons de cinza e traço sobre fundos escuros e claros.



TODA A ATENÇÃO:

não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados neste livro.

Aplicações sobre fundos

É importante garantir que a relação entre a marca e o fundo tenha contraste suficiente, para não prejudicar a sua legibilidade.

Siga a tabela ao lado para orientação da aplicação da marca nas versões colorida, tons de cinza e traço sobre fundos escuros e claros.



TODA A ATENÇÃO:

não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados neste livro.



Aplicações sobre fundos

E a tabela ao lado para orientação da aplicação da marca sobre os fundos com imagens (escuras e claras) e cores da paleta (escuras e claras).



TODA A ATENÇÃO:

não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados neste livro.



⊘ Não distorça a marca.



⊘ Não altere a tipografia do logotipo.



⊘ Não incline a marca.



⊘ Não altere as proporções entre os elementos da marca.



⊘ Não altere o alinhamento dos elementos da marca.



⊘ Não invada a área de proteção da marca.



⊘ Não incorpore elementos à marca.



⊘ Não reproduza a marca fora das cores especificadas.



⊘ Não use efeitos sob a marca.

Usos indevidos

É importante seguir as orientações deste livro, para evitar usos que distorçam a identidade visual da marca.

Ao lado, estão alguns exemplos de aplicações indevidas.



TODA A ATENÇÃO:

não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados neste livro.

TODOS OS CONTEÚDOS E IMAGENS DESTE LIVRO SÃO DE PROPRIEDADE DO **GRUPO PROFARMA**. FICA VEDADA, PORTANTO, QUALQUER TIPO DE REPRODUÇÃO PARCIAL OU TOTAL DAS REFERIDAS IMAGENS, SEM PRÉVIA E EXPRESSA AUTORIZAÇÃO DA NOSSA ÁREA DE COMUNICAÇÃO.

fevereiro 2022 | v.02

GRUPO
PROFARMA


PROFARMA
DISTRIBUIÇÃO

REDE


Instituto
PROFARMA