

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.

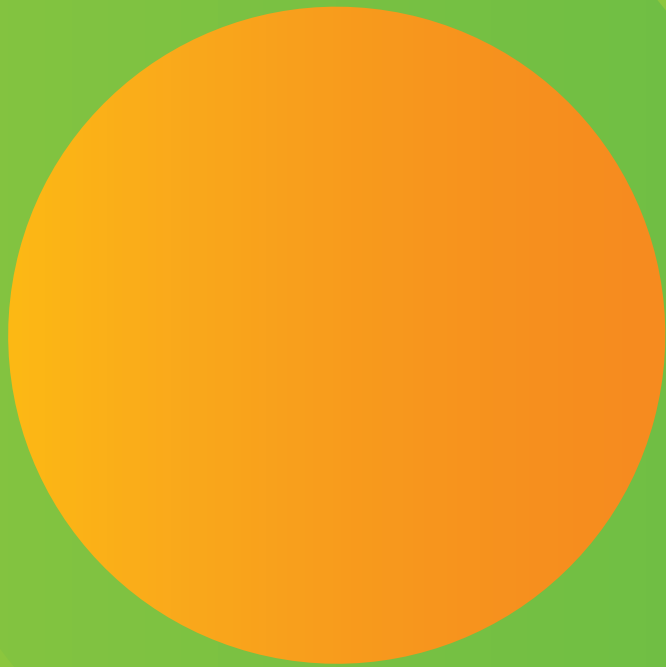


TODA A ATENÇÃO:

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.

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.

Omnes Thin

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Omnes Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Omnes Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Omnes Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Omnes Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Omnes Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

C70 M0 Y100 K0	C50 M0 Y100 K0	C0 M55 Y100 K0	C0 M30 Y100 K0	C30 M30 Y50 K0	C20 M30 Y50 K75
R80 G184 B72	R141 G198 B63	R246 G139 B31	R253 G185 B19	R184 G169 B136	R79 G66 B48
HEX #50b848	HEX #8dc63f	HEX #f68b1f	HEX #fdb913	HEX #b8a988	HEX #4f4230
PANTONE 361 C	PANTONE 368 C	PANTONE 715 C	PANTONE 1235 C	PANTONE 453 C	PANTONE 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 a 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