

## 6.1 | 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.



**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:**

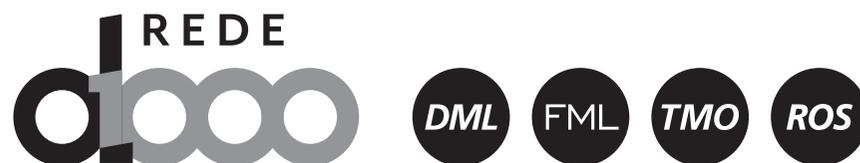
não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados neste livro.

## Versão secundária

[ACOMPANHADA DOS  
SÍMBOLOS DAS BANDEIRAS]



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



## Versão secundária tons de cinza

[ACOMPANHADA DOS  
SÍMBOLOS DAS BANDEIRAS]



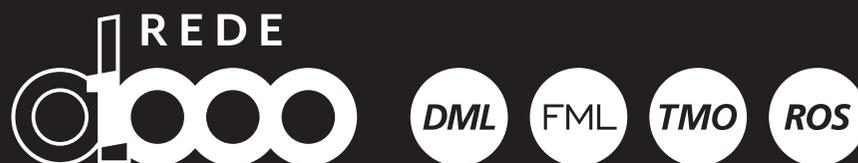
### **TODA A ATENÇÃO:**

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



## Versão secundária traço

[ACOMPANHADA DOS SÍMBOLOS DAS BANDEIRAS]



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

## 6.2

## Elementos da identidade



# Somos uma rede de C-U-I-D-A-D-O.

Oferecemos produtos diferentes para pessoas diferentes: a diversidade está presente em cada uma de nossas marcas.

Azo Sans Thin

abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Azo Sans Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Sari Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Azo Sans Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Azo Sans Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Azo Sans Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxy1234  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

## Família tipográfica

[PARA TÍTULOS E  
TEXTOS CORRIDOS]

## Azo Sans

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

<b>C100</b> <b>M55</b> <b>Y0</b> <b>K0</b>	<b>C60</b> <b>M0</b> <b>Y95</b> <b>K0</b>	<b>C0</b> <b>M30</b> <b>Y100</b> <b>K0</b>	<b>C0</b> <b>M55</b> <b>Y100</b> <b>K0</b>
<b>R0</b> <b>G110</b> <b>B180</b>	<b>R115</b> <b>G190</b> <b>B75</b>	<b>R255</b> <b>G185</b> <b>B20</b>	<b>R245</b> <b>G140</b> <b>B30</b>
<b>HEX</b> #006eb4	<b>HEX</b> #73be4b	<b>HEX</b> #ffb914	<b>HEX</b> #f58c1e
<b>PANTONE</b> 285 C	<b>PANTONE</b> 360 C	<b>PANTONE</b> 1235 C	<b>PANTONE</b> 715 C

## Paleta de cores

### A NOSSA REDE. UMA COR PARA CADA BANDEIRA.

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

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

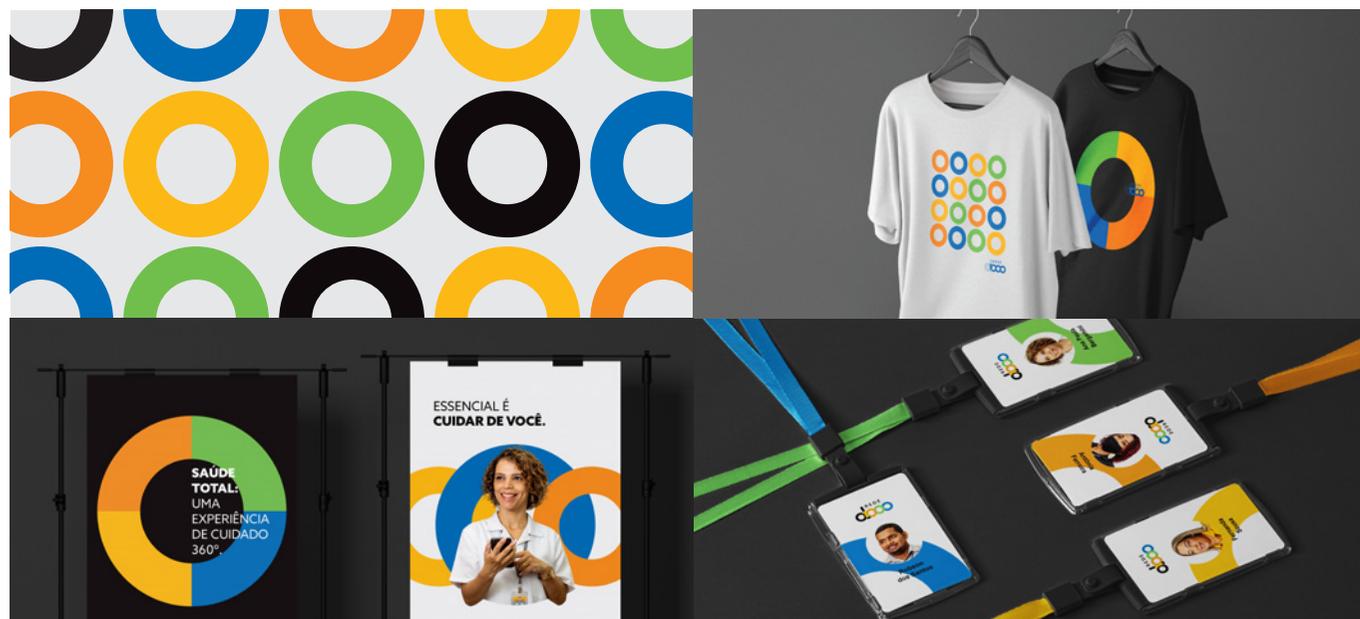
Para todas as outras formas de veiculação, deve-se utilizar a escala Pantone® na referência Coated (C) para obter as cores por aproximação visual.



## Grafismos

**MULTIPLICIDADE.  
MUITO PRODUTO, MUITA  
GENTE, MUITA LOJA, MUITA  
PRAÇA, MUITA SAÚDE (...)**

A 'base' dos elementos gráficos da nossa identidade irá transmitir o conceito da MULTIPLICIDADE (como na marca), 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

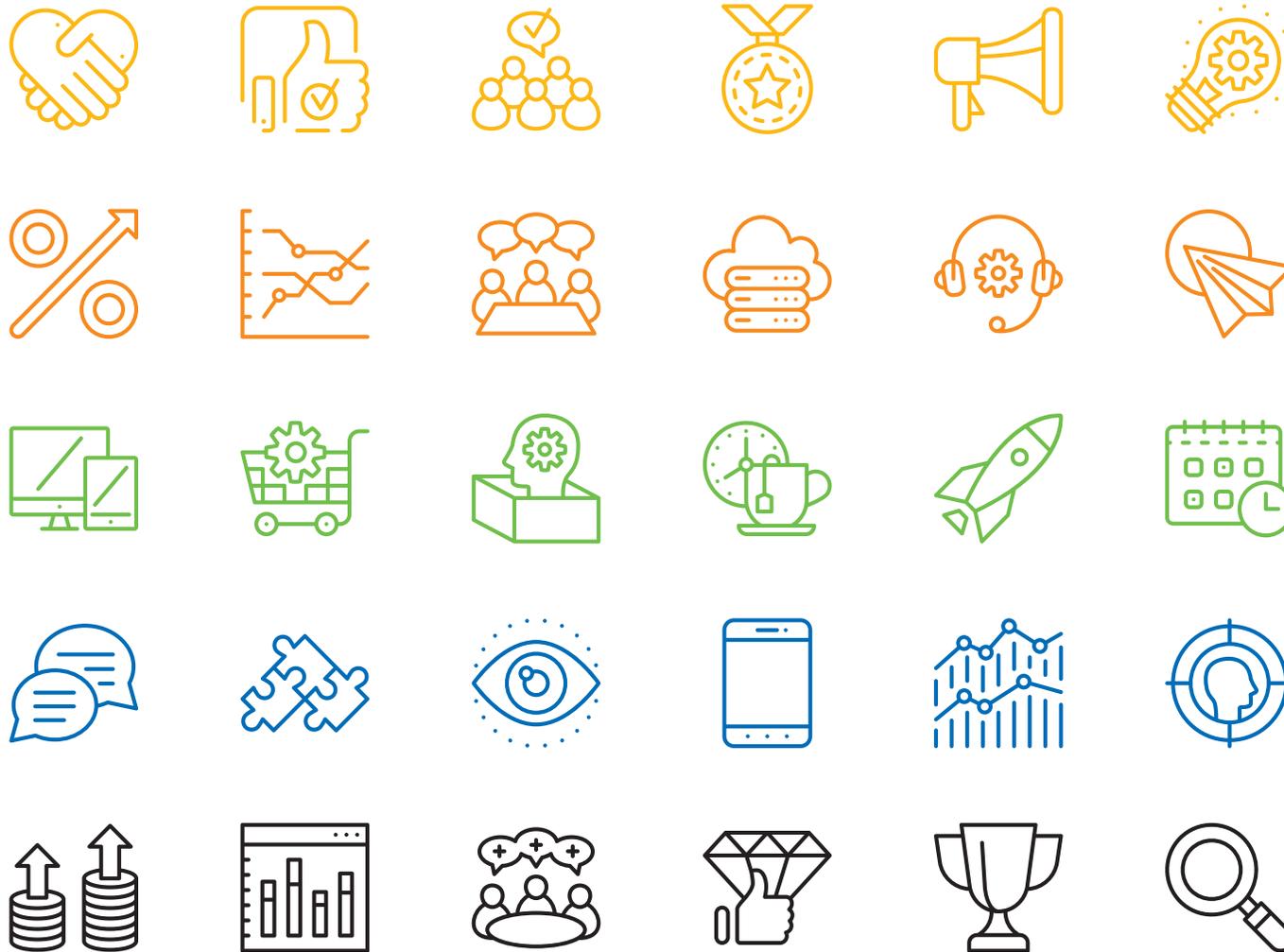
- colorida

### [COMPOSIÇÃO]

AMBIENTES DAS FARMÁCIAS

- COM OU SEM PESSOAS

- sob máscara circular e sobreposta entre os elementos gráficos



## 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).

## 6.3

# 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



30mm



40mm

## Redução máxima

A marca **Rede d1000** 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.



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.

## 6.4

## Modelos e inspirações



