

FARMALIFE

BRANDBOOK

MAIO 2024

ÍNDICE

1. MARCA	3
2. ELEMENTOS DA IDENTIDADE	8
FAMÍLIAS TIPOGRÁFICAS	9
PALETA DE CORES	10
PATTERN	11
LINGUAGEM ICONOGRÁFICA	12
TARJA	13
3. NORMAS DE USO DA MARCA	14
ÁREA DE PROTEÇÃO E	15
REDUÇÃO MÁXIMA	
USOS INDEVIDOS	16

I MARCA

FARMALIFE

VERSÃO PRINCIPAL

Sua aplicação é preferencial, 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

VERSÃO SECUNDÁRIA

Use apenas quando não for possível a utilização do box. Aplicação necessita de aprovação.

FARMALIFE

TODA A ATENÇÃO:

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



FARMALIFE

FARMALIFE

VERSÃO NEGATIVA

Nos casos em que não for possível o uso da versão com 3 cores, por limitações técnicas, por exemplo, utiliza-se a versão monocromática em negativo ou positivo

TODA A ATENÇÃO:

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

2 ELEMENTOS DA IDENTIDADE

FAMÍLIA TIPOGRÁFICA

PARA TÍTULOS E TEXTOS CORRIDOS

ENGRAVERS GOTHIC BT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ I 234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ I 234

Gilroy Thin

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Ultra Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Medium

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Semi Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Extra Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Black

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

Gilroy Heavy

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234

ENGRAVERS GOTHIC BT

Fonte utilizada no desenvolvimento da marca. Pode ser utilizada em títulos e frases curtas.

GILROY

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

TODA A ATENÇÃO:

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

100%	C0 M55 Y100 K0 R240 G100 B35 HEX #F06423	C20 M100 Y0 K20 R150 G0 B90 HEX #96005A	C0 M65 Y65 K0 R235 G80 B55 HEX #EB5037	C45 M80 Y0 K0 R170 G80 B155 HEX #AA509B	C55 M100 Y35 K0 R120 G0 B55 HEX #780037	C0 M0 Y0 K100 R29 G29 B27 HEX #1D1D1B
60%						
30%						
15%						

PALETA DE CORES

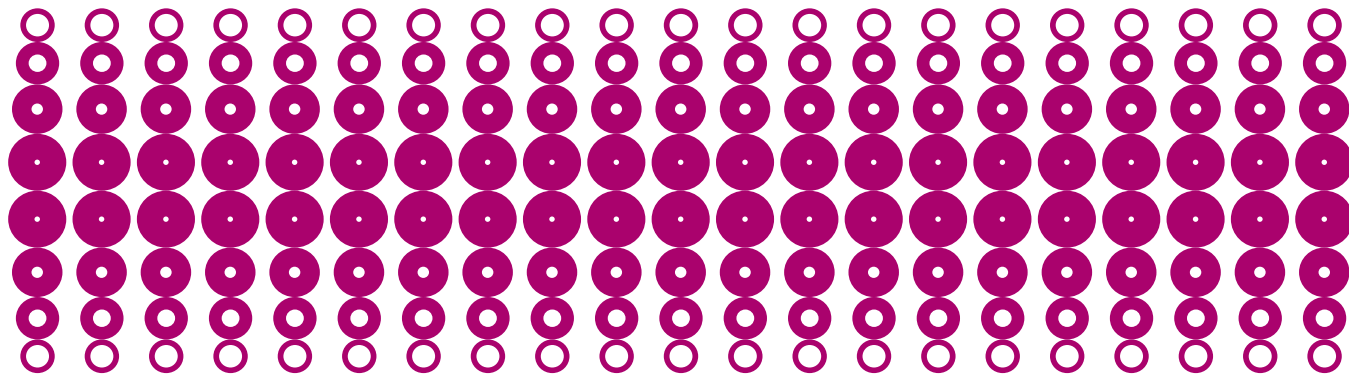
INSTITUCIONAL E DE APOIO

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

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

TODA A ATENÇÃO:

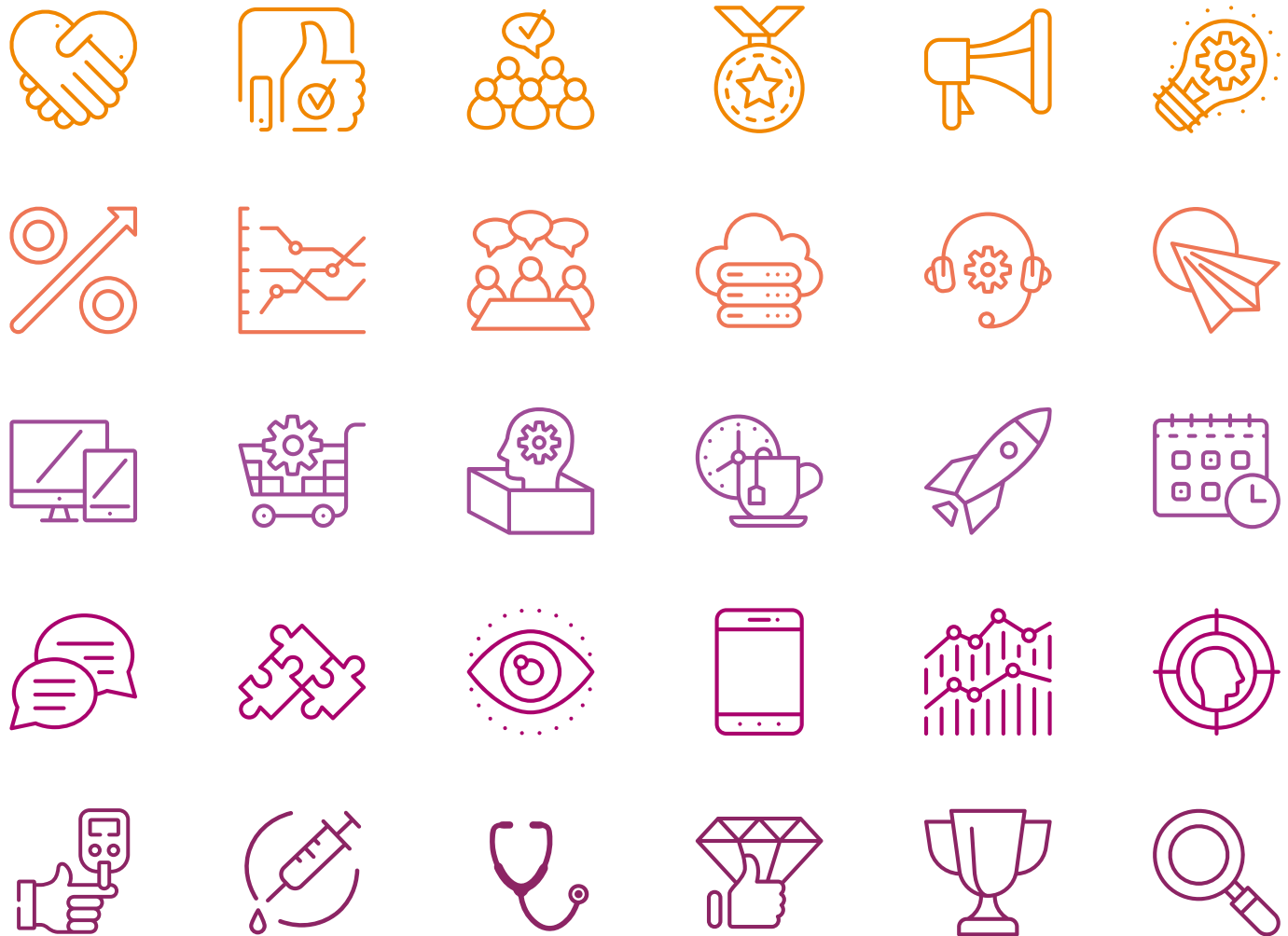
não tente recriar a marca com base em impressos. Use sempre um dos arquivos originais apresentados



PATTERN



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



LINGUAGEM ICONOGRÁFICA

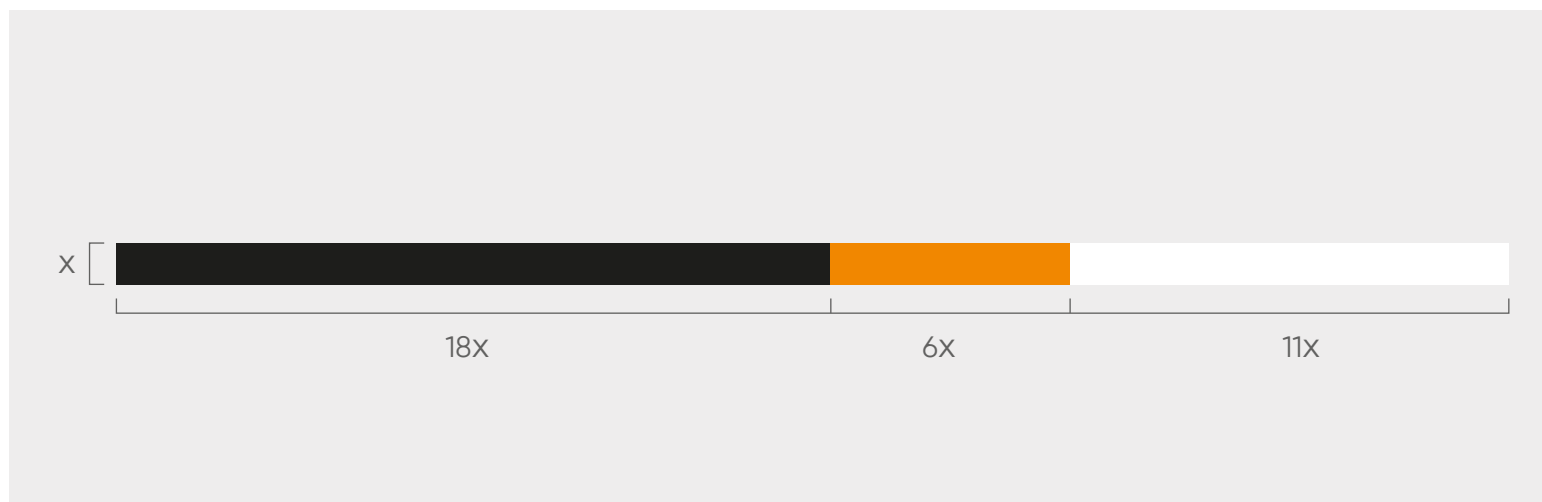
Nosso estilo de iconografia é sempre em outline e 1 cor (preto, branco ou qualquer cor da nossa paleta).

TODA A ATENÇÃO:

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

TARJA

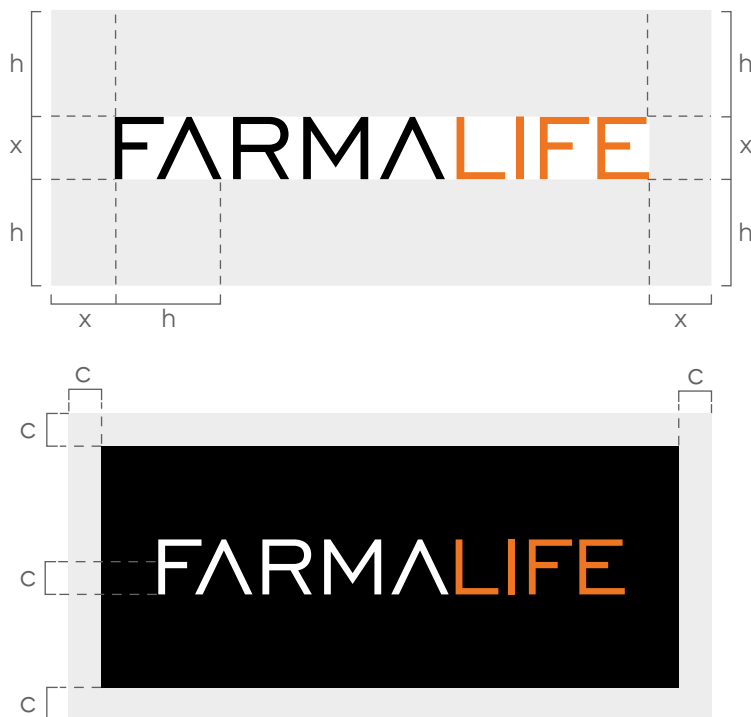
O elemento sempre deve ser aplicado na horizontal, sempre seguindo a ordem de cores: preto, laranja e branco.



TODA A ATENÇÃO:

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

3 | NORMAS DE USO DA MARCA



Abaixo encontram-se as medidas mínimas para mídias impressas e digitais.



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.

TODA A ATENÇÃO:

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



⊘ Não distorça a marca.



⊘ Não altere a tipografia.



⊘ Não incline a marca.



⊘ Não altere as proporções entre os elementos.



⊘ Não altere o alinhamento dos elementos da marca.



⊘ Não invada a área de proteção da marca.



⊘ Não altere a opacidade da 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

FARMALIFE

