

seuConsumo
Controle Inteligente de Água e Energia



MANUAL DE MARCA

INTRODUÇÃO

Este manual tem como objetivo definir regras e instruções de uso da marca SeuConsumo e seus elementos gráficos.

O uso correto das diretrizes propostas no manual garantem a consistência da comunicação em todos os pontos de contato com a marca.

Ao apresentar o mundo da marca de um jeito simples e claro, ele também é um guia útil para todos os setores da empresa, bem como para parceiros e fornecedores, contribuindo para que nossa cultura seja compreendida e praticada com coerência e adequação.

ÍNDICE

01. Marca	05
02. Elementos da Marca	07
03. Versões da Marca	08
04. Versões da Marca - Monocromáticas	09
05. Área de Proteção	10
06. Limites de Redução	11
07. Grid de Construção	12
08. Paleta Cromática	13
09. Tipografia Institucional	14
10. Aplicação sobre Fundos	15
11. Usos Incorretos	16
12. Uso do Símbolo	18/19
13. Fotografia	20
14. Iconografia	21

MARCA

01. A MARCA

A marca traduz os principais valores e promessas da empresa, como PRECISÃO E CONTROLE. TECNOECOLOGIA e INOVAÇÃO também fazem parte do seu universo, assim como CONFIANÇA e JUSTIÇA.

seuConsumo

Controle Inteligente de Água e Energia

02. ELEMENTOS DA MARCA



03. VERSÕES DA MARCA



seuConsumo
Controle Inteligente de Água e Energia



seuConsumo
Controle Inteligente de Água e Energia

04. VERSÕES DA MARCA - MONOCROMÁTICAS

seuConsumo
Controle Inteligente de Água e Energia

seuConsumo
Controle Inteligente de Água e Energia

05. ÁREA DE PROTEÇÃO

A área de proteção é estabelecida para facilitar ainda mais a compreensão da marca, respeitando sua legibilidade e integridade. Uma vez definida, essa proteção evita a interferência de elementos como títulos, textos, imagens e margens dos materiais impressos.

A área mínima de proteção corresponde a 1 vez a altura da letra "O" da marca em todas as direções, conforme indicado abaixo.



06. LIMITES DE REDUÇÃO

Marcas reduzidas demasiadamente podem perder sua legibilidade e reconhecimento. Os limites de redução propõem tamanhos mínimos de aplicação para materiais impressos e digitais que permitem a leitura do subtítulo.

Deve ser respeitado o limite de 3,0 cm de largura para marca com posicionamento. E o limite de 2,0 cm para a marca sem o tagline.



07. GRID DE CONSTRUÇÃO

O grid de construção deve ser utilizado para aplicações onde não seja possível aplicar a marca a partir do arquivo digital.

Ele é construído a partir de módulos, que devem ser utilizados como referência para a construção da marca.

A medida "X" de cada módulo é a altura da letra "O" do símbolo.

Esse tipo de aplicação deve ser evitado ao máximo.



X

08. PALETA CROMÁTICA

Para as cores, elemento da identidade visual, o azul como cor primária traz solidez, tranquilidade e confiança.

O laranja e o verde também fazem parte da paleta cromática da empresa, porém de forma secundária. Elas agregam energia, contraste e modernidade para a identidade.

AZUL ESCURO

Pantone: 534 C

CMYK: C 100 M 90 Y 35 K 30

RGB: R 28 G 45 B 90

HEX: #1C2D5A

LARANJA

Pantone: 158 C

CMYK: C 0 M 67 Y 100 K 0

RGB: R 244 G 117 B 33

HEX: #F47521

AZUL CLARO

Pantone: 290 C

CMYK: C 25 M 4 Y 2 K 0

RGB: R 187 G 220 B 238

HEX: #BBDCEE

VERDE

Pantone: 3272 C

CMYK: C 80 M 100 Y 45 K 0

RGB: R 0 G 167 B 157

HEX: #00A79D

09. TIPOGRAFIA INSTITUCIONAL

A tipografia, outro elemento essencial para a identidade, tem o objetivo de dar consistência à comunicação. Simples e sem serifa, as fontes da família ROBOTO é a escolhida de acordo com a personalidade da marca.

Aa ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Roboto Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!@#\$%^&*()?

Roboto Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!@#\$%^&*()?

Roboto Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!@#\$%^&*()?

Roboto Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
!@#\$%^&*()?

10. APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS

Quando aplicada em fundos coloridos, as cores da marca deverão ser ajustadas para que sua legibilidade e integridade sejam respeitadas.

Sobre fundos que prejudicam o contraste e a legibilidade da marca, sua versão monocromática deve ser utilizada.



11. USOS INCORRETOS

A aplicação correta da marca SeuConsumo garante sua integridade e legibilidade. Por isso, é fundamental que nenhum elemento seja alterado.

Distorção da marca



Alteração de cores não previstas



Alteração da tipografia



Remoção de elementos



Alteração da proporção dos elementos



Aplicação de contorno



Aplicação de sombra



Alteração do texto



ELEMENTOS DE APOIO

12. USO DO SÍMBOLO

O símbolo pode ser utilizado isolado dos outros elementos da marca com função ilustrativa, de forma a fortalecer a identidade visual da marca.



12. USO DO SÍMBOLO

Exemplos:



13. FOTOGRAFIA

Fotografia alegre representando o dia a dia de síndicos e moradores. Leve filtro azul traz segurança e modernidade para a identidade.



14. ICONOGRAFIA

Além de fortalecerem a identidade visual, os ícones transmitem a mensagem de um jeito simples e inteligente.

O ícone deve:

- Possuir poucos detalhes visuais (ser de fácil assimilação e reconhecimento)
- Ser aplicado em contorno (lembrando que os ícones utilizados devem ter a mesma espessura de contorno)



seuConsumo

Controle Inteligente de Água e Energia