



Manual de marca.



A marca **Farma Amboni**, é derivada do setor de atuação do negócio e do sobrenome da proprietária.

Sobrenome já tradicional em São Miguel do Iguaçu, reforça a credibilidade e a tradição, unido aos elementos do logotipo transmitindo **confiança, segurança e atendimento humanizado**.

Conteúdo

SOBRE A EMPRESA 4

O LOGO

O logo e seu uso 6

Escalas de cinza

Respiro (espaço livre) 8

Usos inadequados da marca 9

PALETA DE COR

Paleta de cores do logo 10

Cores secundárias 11

TIPOGRAFIA

A tipografia 12

Fonte secundária 13

Cabeçalhos e cores 14

Caracteres e estilos de parágrafo 15

NOSSA MARCA

Cartão de visitas 16

Papel timbrado 17

ADICIONAIS

Peças adicionais 18

Imagens 19

POR QUE ESTE MANUAL É TÃO IMPORTANTE?

Este manual de marca é uma ferramenta desenvolvida para projetar a imagem, os valores e as aspirações por trás da marca. É a pedra fundamental de todos os esforços de comunicação e deve ser seguido com cuidado para garantir um estilo consistente e qualidade de apresentação. Qualquer pessoa ou empresa que interagir com a marca é responsável por representar ou coordenar o uso dela, garantindo assim a unidade visual. Sua identidade.



Branding é mais que
somente ver.
É sentir.

Sobre a empresa

O que você espera quando vai até uma farmácia?

Na Farma Amboni você não precisa esperar.
Você é acolhido.

Fazer com que os clientes se sintam em casa,
seguros e bem orientados é o que permeia a cultura
da empresa. É o bem receber que cada cliente deve
sentir quando procura algum medicamento. É o
entender da dor e compartilhar das alegrias.

É oferecer produtos de procedência, trabalhando
com ética e responsabilidade.

É ser mais que uma marca forte, é ser parte de um
propósito.



1.1 O logo e seu uso



O logotipo da Farma Amboni combina dois elementos: o ícone da frequência cardíaca e coração sobre um semiretângulo com cantos arredondados e a tipologia. Esses elementos nunca devem ser alterados. A posição, o tamanho e a cor, juntamente com as relações espaciais e proporcionais dos elementos do logotipo da Farma Amboni, são predeterminados e não devem ser alterados. Usados consistentemente, eles reforçarão a consciência pública da empresa.

EXISTEM 2 APLICAÇÕES POSSÍVEIS PARA ESTE LOGO



LOGO PADRÃO

Esta escolha deverá ser utilizada em fundos claros, que permitam o contraste com o vermelho.



SEGUNDA OPÇÃO

Caso o fundo não seja uniforme, utilizar o fundo branco abaixo do logo para permitir a leitura do mesmo.

1.2 Preto e escala de cinza



Logo padrão - positivo.



Logo padrão - 80% preto.



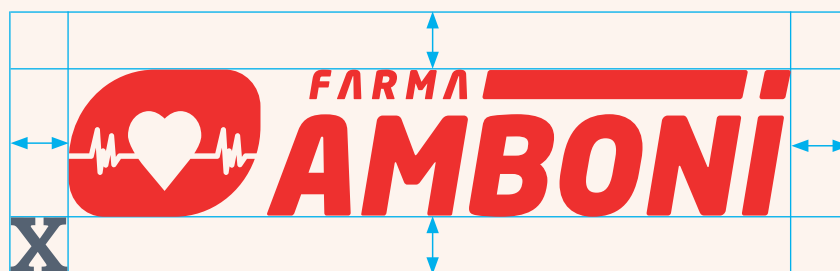
Logo secundário - fundo preto, logo branco. Negativo.



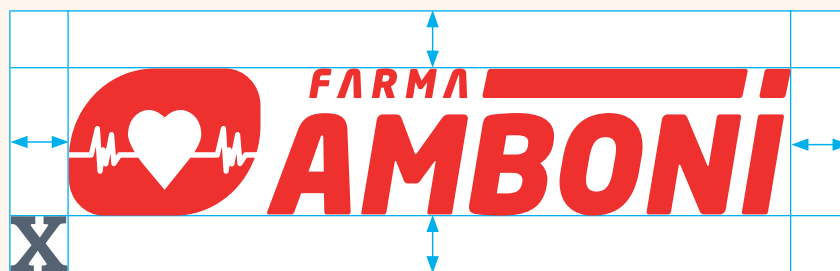
Logo secundário - fundo 80% preto, logo branco. Negativo.



1.3 Respiro (espaço livre)



O logotipo exige separação dos outros elementos ao seu redor. O espaço necessário em todos os lados deve ser mantida a medida aproximadamente a altura do F da palavra “Farma”. Nunca deve ser menor do que isso. O logotipo deve sempre encaixar na área de clareamento e não pode ser interposto por outros elementos gráficos que possam dificultar a legibilidade da marca.



Por favor, note que texto ou figuras que tenham forte impacto ou impressão não devem ser colocadas perto do logotipo, mesmo que você mantenha a área de isolamento vazia. Inserir a versão com fundo branco sobre imagens/fotografias para evitar comprometer a leitura da marca.

1.4 Usos inadequados da marca

POR FAVOR, NOTE: O LOGOTIPO NÃO PODE SER ALTERADO!

Embora a criatividade seja apreciada, não altere o logotipo de qualquer maneira!



Não rotacione/incline o logo.



Não use sombras.



Não altere a proporção.



Não use diferentes.



Não mude a posição dos elementos.



Não remova o símbolo.



Não use molduras.



Não utilize degradês no fundo.



2.1 Paleta de cores



A paleta de cores foi desenvolvida para oferecer flexibilidade ao criar uma aparência reconhecida e unificada em todas as comunicações.

Uso de cor para o logotipo impresso e digital

A paleta seguinte foi selecionada para uso em comunicações da Farma Amboni. Também são permitidos tons mais claros dessas cores, mas o fundo e logotipo, só pode ser usado com uma tonalidade de 100%.

As cores primárias incluem um vermelho intenso, que incorpora a tradição e a dinâmica da sua empresa. As cores adicionais são cinza, preto e branco para resaltar a tradição e seriedade da marca.

COR 1	COR 2	COR 3	COR 4
CMYK 0 / 100 / 100 / 0	CMYK 63 / 62 / 59 / 38	CMYK 70 / 55 / 41 / 18	CMYK 0 / 0 / 0 / 0
RGB 226 / 0 / 26	RGB 45 / 41 / 38	RGB 85 / 97 / 100	RGB 255 / 255 / 255
HEX #e20019	HEX #000000	HEX #55616e	HEX #ffffff
Pantone 485 C	Pantone BLACK C		



3.1 Tipografia

Fonte Neo Sans

A tipografia da **Farma Amboni** é a **NEO SANS** criada pelo designer Sebastian Lester.

O designer Sebastian Lester descreve sua coleção de tipos Neo Sans como “legível sem ser neutro, matizado sem ser exigente e expressivo sem distrair”.

Com formas arredondadas, quadradas sem serifa, tem a sua personalidade voltada para o futuro torna uma excelente escolha para projetos de branding, bem como para o design editorial ou de publicação, dotada de um contraste tipográfico interessante.

regular

Neo Sans regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz01234567890

negrito

Neo Sans bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz01234567890



3.2 Tipografia secundária

regular

Font
Open sans

A fonte secundária da **Farma Amboni** é a **Open sans** criada pela Ascender Fonts.

Open Sans é uma fonte humanizada sem serifa, desenhado por Steve Matteson. Foi projetado com um estresse vertical, formas abertas e uma aparência neutra, mas amigável. Foi otimizado para interfaces impressas, web e móveis, e possui excelentes características de legibilidade em suas formas de letras.

Esta fonte deve ser usada em todas as comunicações da Farma Amboni para projetar uma identidade visual consistente. Isso inclui materiais promocionais, publicidade, recursos digitais e materiais impressos.

Open sans regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz01234567890

italico

Open sans italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz01234567890

negrito

Open sans bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz01234567890

3.3 Cabeçalho e cores

Título 1

Neo Sans bold - 48pt

ESTA É A SUA MARCA

Citações

Neo Sans bold - 38pt

ESTA É A SUA MARCA

Título 2

Neo Sans bold - 28pt

Esta é a sua marca

Título 3

Open sans 14 PT caixa alta

ESTA É A SUA MARCA.

VARIAÇÕES DE CORES PARA TÍTULO 1 E CITAÇÕES

Cor 1 Cor 2

Cor 1 Cor 2



3.4 Caracteres e estilos de parágrafo.

TEXTO DE INTRODUÇÃO

Fererata quo tet, inihili ciisci istotam quia ducia ventiureped et aliquere ssuam quam quiate qui acea dent expelecea vollabor sim reperi liquas audiae int, num faccus reperch icipientiasi occaerum voles maximi, comnimaxim exeratquo et de nos rese- qui ut lab il molorem oluptae veruptatatem quis inullant harum conse rem simaxim quamet et quiasperum doloratiis.

TEXTO - REGULAR

Is ea sunt facesequia si sitia sim-
inti nusdaepellam solut debit eic
test utature riorro bea voluptate
pelest la sundese nus cuptatem
quo que nist fugia anihit minullent
quas pro mil mo con consequi aut
evelique audae es etum dolut es
que quae lantus.

TEXTO NEGRITO

**Is ea sunt facesequia si sitia
siminti nusdaepellam solut
debit eic test utature riorro bea
voluptate pelest la sundese nus
cuptatem quo que nist fugia
anihit minullent quas pro mil
mo con consequi aut evelique
audae es etum dolut es que
quae lantus.**

TEXTO ITÁLICO

*Is ea sunt facesequia si sitia siminti
nusdaepellam solut debit eic test
utature riorro bea voluptate pelest
la sundese nus cuptatem quo que
nist fugia anihit minullent quas pro
mil mo con consequi aut evelique
audae es etum dolut es que quae
lantus.*

LISTA COM NÚMEROS

1. Igendam, sus aspelen danditam hiliquia que pera
sund colore
2. Nempor arum ne aut as culparchit ad eati audae
etiam filii cum laude
3. Et et pos prest hiliberias eossi odia aligent, officab
4. Ipsum venisincia cum rehenis endae et, tet est,
quia doluptatur moluptature

LISTA COM BULLETS

- Igendam, sus aspelen danditam hiliquia que pera
sund colore
- Nempor arum ne aut as culparchit ad eati audae
etiam filii cum laude
- Et et pos prest hiliberias eossi odia aligent, officab
- Ipsum venisincia cum rehenis endae et, tet est,
quia doluptatur moluptature

4.1 Cartão de visitas



Formato:

Largura 85mm x Altura 55mm

4x4 cores / Couchê 300g laminação fosca frente e verso / verniz local (brilho) no logo em branco.



4.2 Timbrado



5.1 Peças Adicionais

ÍMÃ DE GELADEIRA

Formato:

Largura 85mm x Altura 55mm

Lâmina imantada de 3mm



SACOLA DE PRODUTOS

Formato:

Largura 200mm x Altura 250mm

Sacola plástica vermelha.



6.1 Imagens

Seguir estas referências fotográficas para representar a **Farma Amboni**.

1. Use fotografias que remetam a uma vida saudável. Mulheres, homens, evite utilizar crianças.
2. Devem mostrar espontaneidade, confiança ou organização. Itens que remetam ao conceito da **Farma Amboni**.
3. Imagens de pratos e soluções saudáveis ao dia a dia também podem fazer parte do rol de imagens.
4. Evite fotos de grupos, as fotos devem conter detalhes contextuais e não necessariamente o produto explícito.
5. Imagens limpas, nítidas e organizadas.

