



Manual de identidade visual da marca

Cervejaria Berggren Fevereiro 2019

SUMÁRIO

1. Desenho da marca	5
Elementos	6
Espaços	8
Aplicações	10
2. Sistema de identidade visual	16
Cores	18
Tipografia	19

Desenho da marca

Elementos

A marca da Cervejaria Berggren traz em sua composição Arquivos da marca: duas partes distintas: ícone e tipografia.

Combinadas, essas seções trazem todas as formas possíveis .ZIP que acompanha este manual. de construção do logo, formando 5 famílias da marca.

As combinações permitidas são apresentadas na página ao marcas são fornecidas numa varielado, em ordem de preferência para utilização. A escolha da dade de formatos, adequados para versão utilizada deve levar em conta, legibilidade da marca em vários tipos de utilização. relação aos outros elementos da peça em que a mesma é aplicada e método de impressão utilizado.

A matriz de cada família da marca pode ser encontrada em um arquivo De forma alguma tente redesenhar a marca. Sempre use a matriz. As



Ícone

Tipografia

1º nível de preferência

Ícone centralizado ao topo



2º nível de preferência

Ícone alinhado à esquerda



3º nível de preferência

Ícone centralizado ao topo, blocado

4º nível de preferência

Ícone blocado, brasão

5° nível de preferência

Ícone centralizado ao topo, tipografia vertical







Obs.:

As aplicações do 4° e 5° nível de preferência devem ser usadas apenas em circustâncias especiais.



Espaços

Espaçamentos para posicionamendo-se para tanto a largura do ícone gura para arquivos web. do logo (leão)". Os limites desse ícone também são tomados como Área de respiro:

Redução máxima

tos e dimensões dos elementos da A marca deve ser sempre legível, nunca menor que 11,5 mm marca, utiliza-se variável X, toman- de largura para arquivos impressos, e menor que 66px de lar-

referência para traçar uma linha de Uma área livre de 1/2X a 1X, deve ser mantida em volta da marca, para garantir visibilidade e impacto. Mas esta área não é necessária em todas as situações. Usamos o espaço vazio como uma guia para que o logo não fique muito perto das bordas do leiaute, ou para algumas situações em que muitas logotipos assinam uma mesma peça. Entretanto, o logo pode estar aplicado sobre uma fotografia.



Redução máxima:

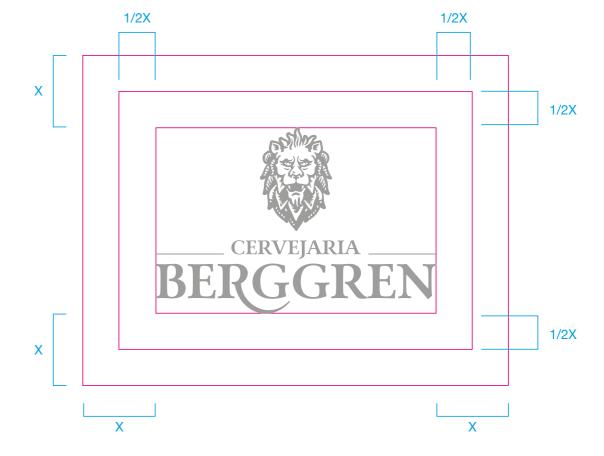








Área de respiro:



Aplicações

Aplicação sobre fundo chapado ou com imagem:

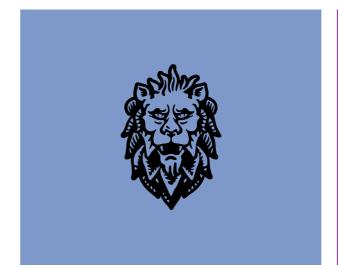
A. Marca com ícone, pode ser com fundo branco ou vazado, o que melhor privilegiar a leitura da marca e adequação estética à peça; não se deve utilizar o fundo vazado, caso algum elemento do fundo interaja com o logo, atrapalhando a leitura.

B. Aplicações do ícone: quando aplicado sozinho, sem a tipografia; Preferencialmente vazado, ou fundo branco, porém, o que melhor privilegiar a leitura da marca e adequação estética à peça.





















Aplicações com o sinal X mostram exemplos de má utilização da marca.

mrk

Aplicações

Aplicação sobre fundo chapado ou com imagem:

- C. Logo negativado: pode ser aplicado sobre fundo chapado, preto ou imagem. Porém, todas as aplicações negativadas devem ter fundo branco no ícone.
- D. Aplicação sobre fundo branco: logo em 1 (uma) cor. Logo pode ser aplicado preferencialmente na cor preta; as cores douradas, laranja e verde (seguindo a porcentagem estabelicida) são subsequêntes, desde que respeitando contraste de legibilidade e garantindo-se a mesma porcentagem da cor para todos os elementos.

Arquivos da marca:

A matriz de cada família da marca pode ser encontrada em um arquivo .ZIP que acompanha este manual. De forma alguma tente redesenhar a marca. Sempre use a matriz. As marcas são fornecidas numa variedade de formatos, adequados para vários tipos de utilização.





















Aplicações com o sinal X mostram exemplos de má utilização da marca.

Aplicações

Aplicações incorretas do logotipo:



















(x)



Aplicações com o sinal X mostram exemplos de má

Sistema de identidade visual



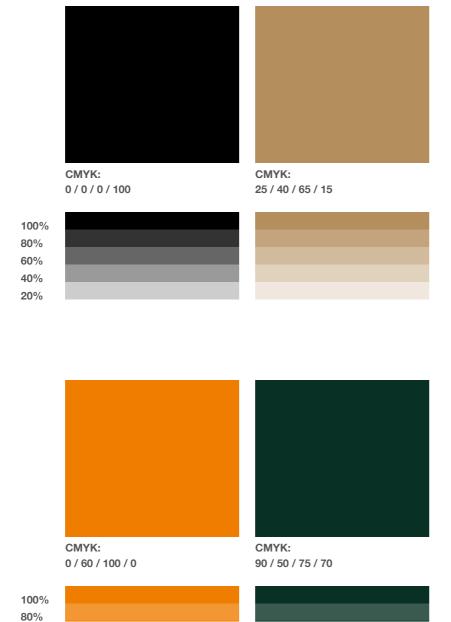
Cores

Um sistema de identidade visual traz elementos gráficos combinados e ordenados em determinada coerência, com o objetivo de criarem um ambiente gráfico original e de personalidade para a aplicação da marca.

Cores:

O diagrama de cores mostra a composição para sistema de impressão escala (CMYK).

Obs.: A reprodução de cores impressas nesse manual não é fiel, por se tratar de impressão digital. Portanto, não devem ser tomadas como referências visuais absolutas. Para correta utilização, siga a composição de porcentagem CMYK sugerida no diagrama ao lado.



Tipografia

Helvetica Neue Bold italic 16 pt /18 pt	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXWYZ 1234567890 abcd
Helvetica Neue Bold 16 pt /18 pt	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXWYZ 1234567890 abcd
Helvetica Neue Medium italic 16 pt /18 pt	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXWYZ 1234567890 abcd
Helvetica Neue Medium 16 pt /18 pt	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXWYZ 1234567890 abcd
Helvetica Neue Regular italic 16 pt /18 pt	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXWYZ 1234567890 abcd
Helvetica Neue Regular 16 pt /18 pt	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXWYZ 1234567890 abcd
Helvetica Neue Light italic 16 pt /18 pt	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXWYZ 1234567890 abcd
Helvetica Neue Light 16 pt /18 pt	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXWYZ 1234567890 abcd
Helvetica Neue Thin italic 16 pt /18 pt	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXWYZ 1234567890 abcd
Helvetica Neue Thin 16 pt /18 pt	ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXWYZ 1234567890 abcd

60% 40% 20%



