





ÍNDICE

Apresentação	02
Cores Institucionais	03
Família Tipográfica	04
Outline	05
Usos Incorretos	06
Redução mínima	07
Arejamento da Marca	08
Retícula de Preto	09
Negativo e Positivo	10
Aplicação em Fundo Colorido	11
Papel Timbrado	12
Cartão de Visitas	13
Envelope	14
Frota	15
Uniforme	16



APRESENTAÇÃO

A criação da marca se deu por conta do “jargão” usado no ano de 2012 para o setor de promotores e reposição, onde as lojas deveriam ser “ouro”.




Essa é uma referência a serem iguais ao mais puro e valioso dos metais, ser uma empresa preciosa como ouro.

A parte figurativa inspirou a estilização de um carrinho de compras transportando quatro barras de ouro, que no entendimento do cliente desse setor seriam os seus produtos.

A LOJA OURO é um elo importante para o sucesso de qualquer integrante da cadeia do varejo, sendo uma solução em merchandising, reposição, promoção, eventos, degustações e abordagens.








	R	G	B
	245	134	52
	255	204	41
	32	30	30

	C	M	Y	K
	0%	60%	100%	0%
	0%	20%	100%	0%
	73%	68%	66%	90%

PANTONE

	16 - 1257 TPX
	P 7 - 8 C
	Process Black C

CORES INSTITUCIONAIS

A marca é utilizada em diversos materiais gráficos, com diferentes processos de impressão e em várias mídias, como por exemplo internet.

O cuidado com o uso das cores determina a manutenção da identidade visual da marca. A utilização padrão de tons cromáticos, da forma apresentada ao lado é a que deve ser seguida



VERDANA NEGRITO :

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
WXYZ
0123456789**

VERDANA NEGRITO ITÁLICO

***abcdefghijklmnopqrstuvwxy
z
ABCDEFGHIJKLMN
OPQRSTUVWXYZ
WXYZ
0123456789***

FAMÍLIA TIPOGRÁFICA

Ao lado sugestões de tipos de fontes básicas que podem ser utilizadas em materiais onde há aplicação da marca:





OUTLINE

A versão em outline, também conhecida como linhas ou contorno, é recomendada para aplicações de bordado, conforme o modelo a seguir:

- As linhas podem ser aplicadas nas cores preta e branca — a serem escolhidas de acordo com os critérios de contraste e legibilidade em cada situação.
- A espessura da linha pode variar dependendo dos materiais, da superfície e da escala de aplicação. Portanto, para se obter uma reprodução fiel da marca, é aconselhado adquirir os arquivos digitais desenvolvidos especialmente para essa aplicação.
- Para garantir a legibilidade da marca em outline, deve-se obedecer aos dimensionamentos para a redução máxima. sobre fundo branco com a configuração ao lado:





Marca achatada ou esticada



Marca inclinada



Deslocamento



Inversão ou troca de cores



Elemento fora de proporção



Marca incompleta



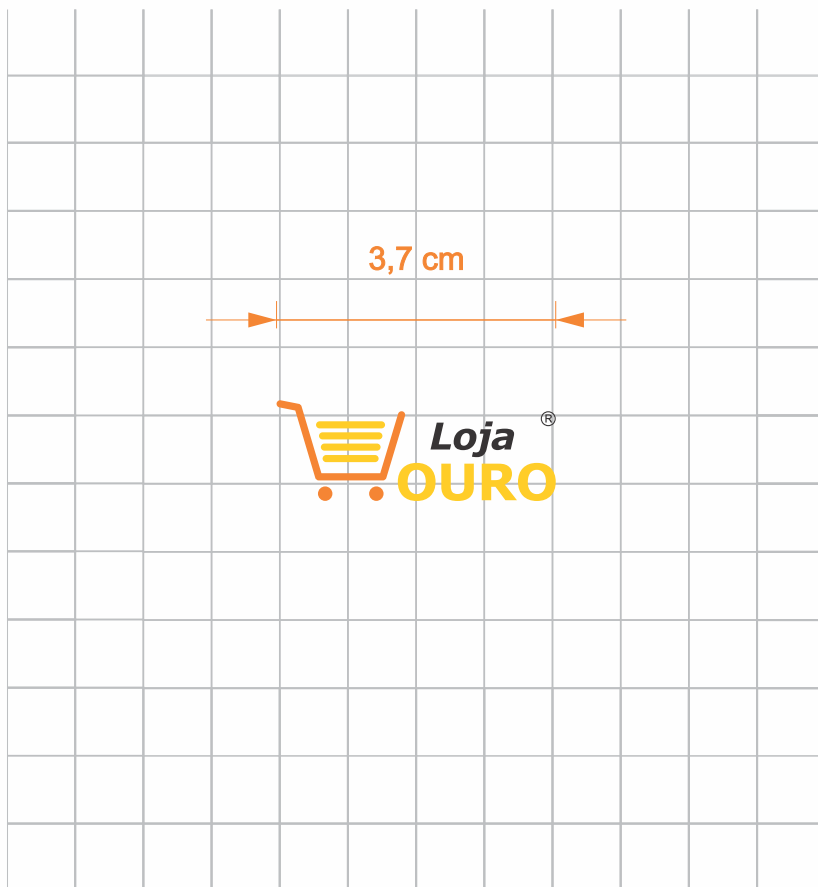
Marca sem contraste visual



Invasão à área de proteção da marca

USOS INCORRETOS

Quando não são seguidas as orientações do Manual de Identidade Visual ocorrem distorções da marca. Veja alguns exemplos de usos incorretos da marca:



REDUÇÃO MÍNIMA

A marca possui um tamanho mínimo para aplicação, visando assegurar uma perfeita visualização de todos os elementos da marca. Um aspecto importante para manter o padrão da marca é o limite de redução.

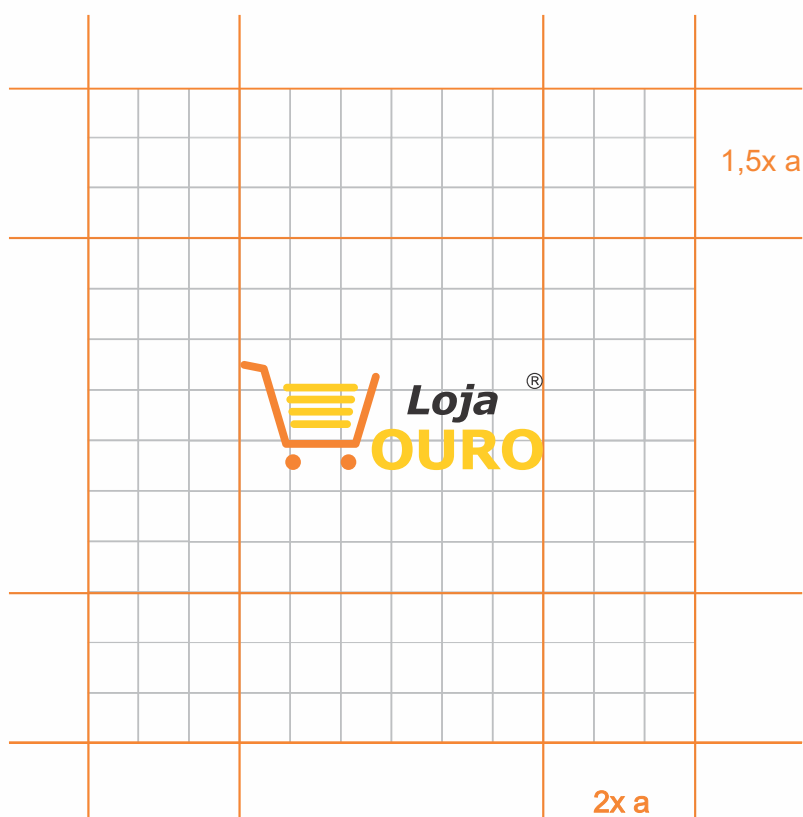
A dimensão mínima permitida é correspondente aos exemplos apresentados ao lado:



AREJAMENTO DA MARCA

Quando a marca é aplicada com área de proteção em cores puras, deve-se seguir a distância e proporção apresentada no diagrama ao lado:

O espaço mínimo nas laterais, acima e abaixo da marca, são chamadas de área de respiro. Deve-se respeitar o respiro, de modo que nenhum elemento gráfico invada a área delimitada, evitando a distorção da marca e garantindo sua legibilidade.





RETÍCULA DE PRETO

Quando houverem restrições de uso para impressão em retícula de preto, a marca deve ser aplicada sobre fundo branco com a configuração ao lado:

Para fundos em tonalidades de cinza, deve-se optar por uma versão monocromática, de ac.



Aplicação da marca positiva

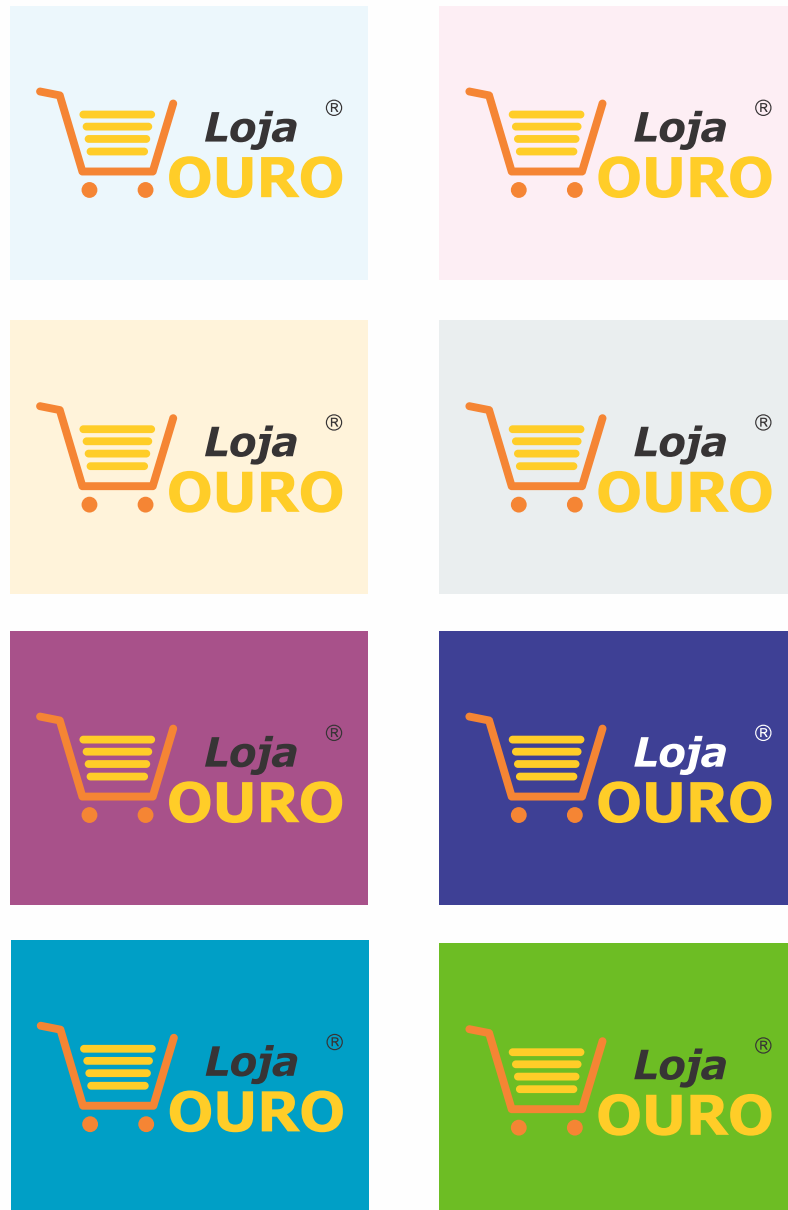


Aplicação da marca negativa

NEGATIVO E POSITIVO

Há duas regras para a versão monocromática:

- a) Aplicação em materiais com limitação de cor: a marca é aplicada em cores puras
- b) Aplicação em materiais de comunicação: na relação de marca e fundo deve haver contraste visual suficiente para a leitura da marca, dispensando o uso da área de proteção.



APLICAÇÃO EM FUNDO COLORIDO

Para permitir uma maior flexibilidade na aplicação da marca, é possível aplicá-la com as cores originais sobre fundos homogêneos e claros até uma porcentagem equivalente a 10% da saturação total da cor ou que tenha um contraste razoável.

Para aplicações em fundo escuro, deve-se optar por uma versão monocromática da área sem contraste, respeitando critérios de legibilidade.



Tel. 61 3039 - 9900
DF-290, 3615 - Santa Maria
CEP 72578-000 . Brasilia - DF
contato@lojaouro.com.br
lojaouro.com.br

PAPEL TIMBRADO

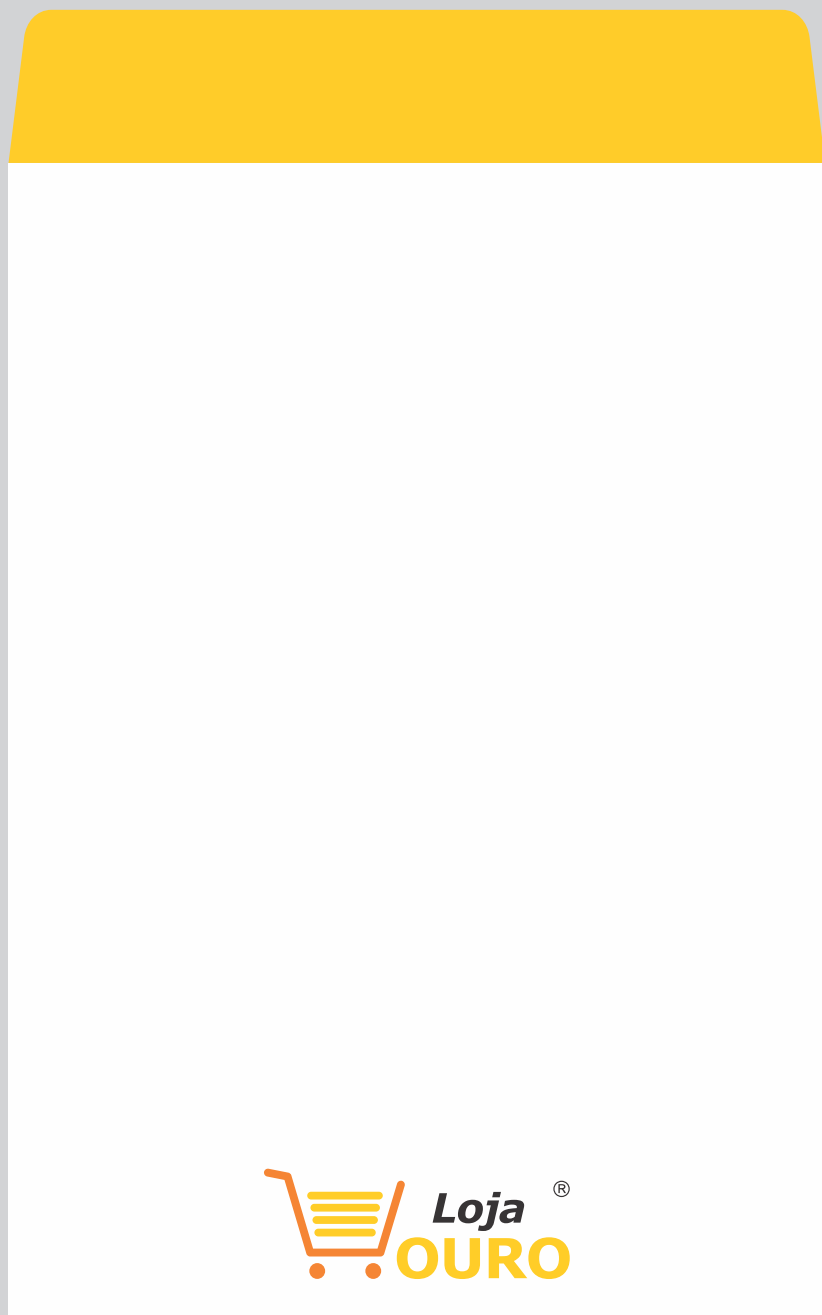


CARTÃO DE VISITAS





ENVELOPE





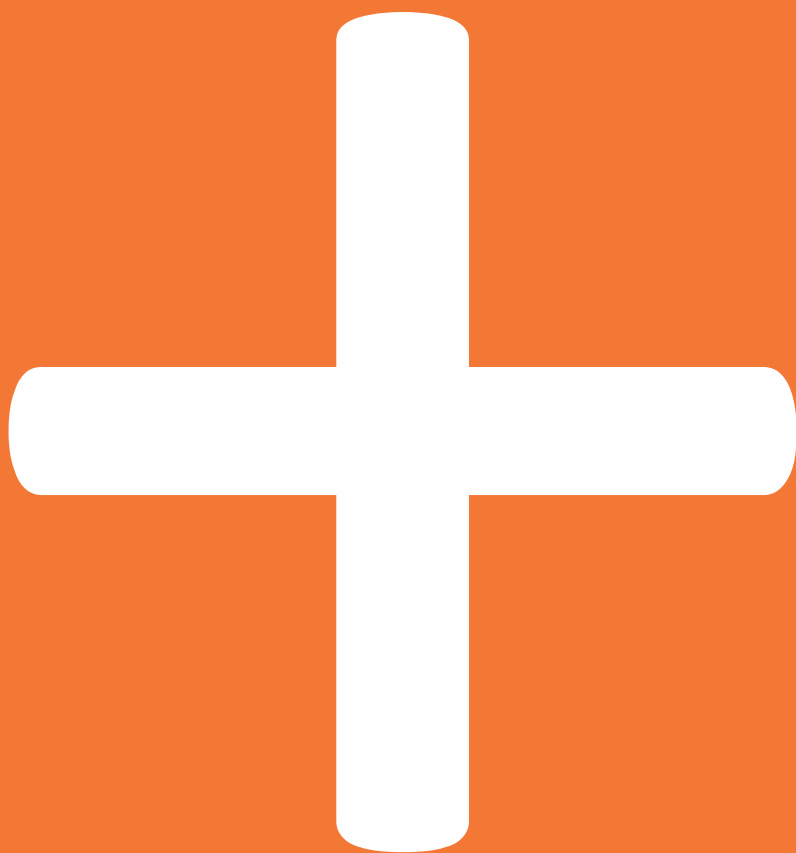
FROTA





UNIFORME





OPPMAIS
propaganda

www.oppmais.com.br
Curitiba: 41 3563-1573 • São Paulo: 11 4063-0705