

Manual de Identidade Visual



“Se existe um futuro para a humanidade, nele tem que haver floresta.”

Fernando Rebello (biólogo do ICMBio e pesquisador no CEPEAS)

No Manual de Identidade visual da Verdrini você vai conhecer os elementos básicos de nossa identidade e aprender como usá-los para construir a nossa marca. Entender e aderir a esses padrões é essencial para manter uma experiência consistente, inesquecível e significativa para nossos clientes.

Sumário

01

Introdução

O que é a Verdrini?	5
Missão	6
Visão	7
Posicionamento	8

02

Símbolo e Logotipo

O Símbolo	10
O Logotipo	13
A Marca	14
Assinaturas	15
Área de Proteção	16
Limite de Redução	17
Como não Usar	18

03

Cores

Paleta de cores	20
Como usar	21

04

Tipografia

Paleta Tipográfica	23
Como usar	24

05

Aplicações

Sacolas	26
Banners	28
Mídias Online	30
Cartão de Visita	32
Revista	33
Uniformes	34

01

Introdução

O que é a Verdrini?

Consultoria Agroflorestal & Produtos Orgânicos

Queremos garantir a segurança alimentar do ser humano como sociedade e, principalmente, dos clientes; e disseminar os conhecimentos do ramo da agroecologia, através de cursos, cartilhas, vídeos, posts, oficinas e outros materiais educacionais. Por fim, sonhamos com uma vida conectada e respeitosa com a natureza e queremos construir um modelo verdadeiramente agroecológico, sustentável e moderno.

Garantir a segurança alimentar dos consumidores, a partir de um modelo agrícola sustentável que **regenera o meio ambiente e promove a biodiversidade.**



Construir um presente
melhor para todos os seres
e **cultivar a esperança** para
as futuras gerações
através da agroecologia.





**No futuro tem
que ter floresta!**

02

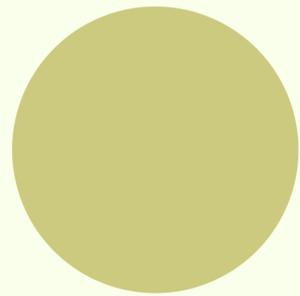
Símbolo e
Logótipo

O símbolo

Com traços futuristas, o símbolo da Verdrini representa seu lado técnico, profissional e acadêmico. O uso e expansão dos conhecimentos da agroecologia para construirmos o futuro. O ciclo da vida.

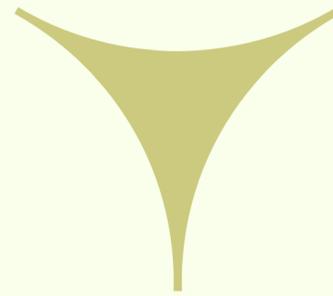


A Construção



Círculo

Ciclo
Expansão
Terra



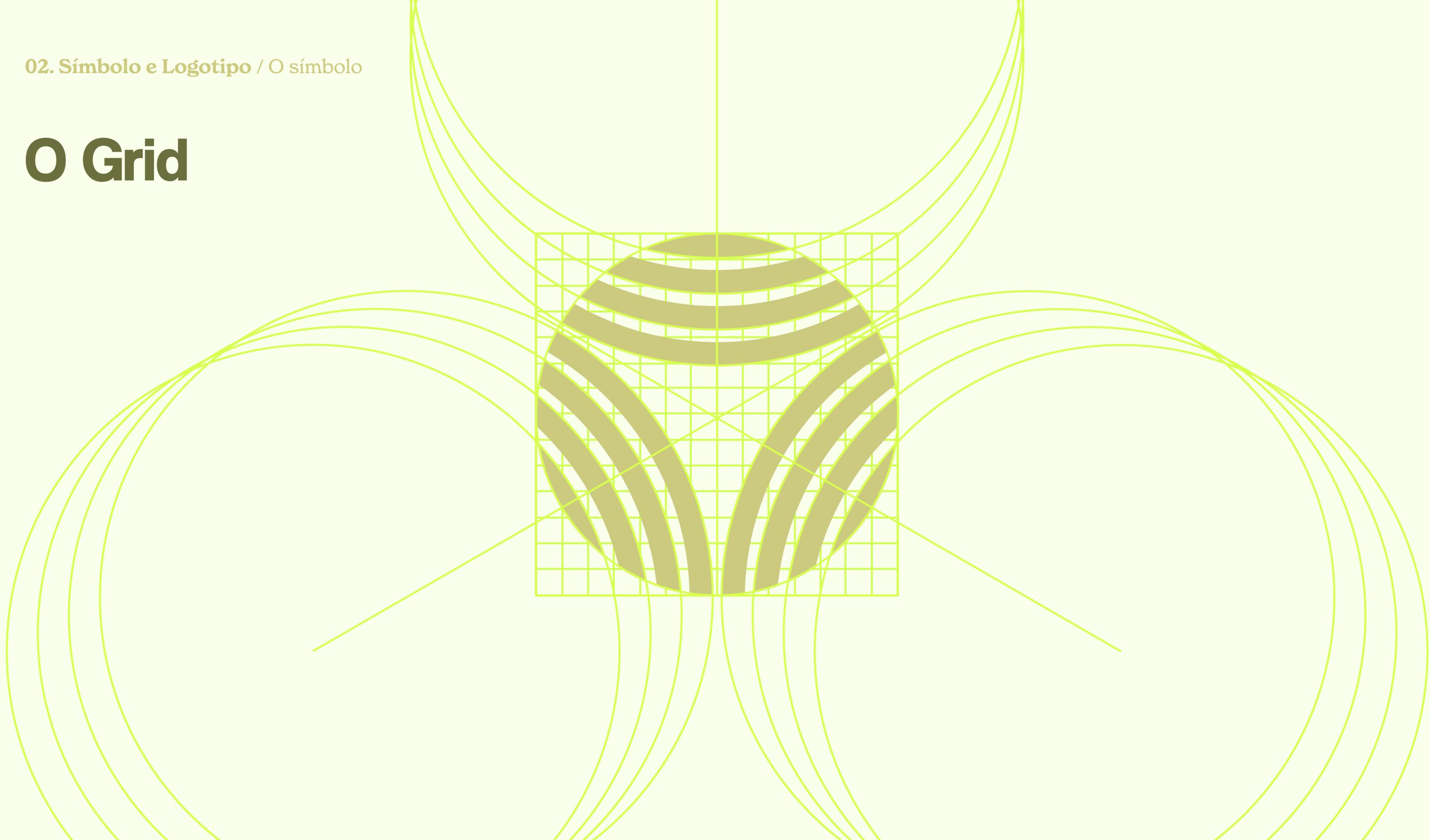
Letra "v"



Campo/Lavoura

Processo
Cultivo
Sintropia

O Grid



02. Símbolo e Logotipo

O Logotipo

O logotipo da Verdrini representa seu lado agregador, vanguardista e familiar. A tipografia que representa o nome da marca tem suas origens inspiradas nas inscrições encontradas em ruínas romanas, porém com um toque de modernidade e inspiração de uma das mais icônicas fontes do Séc XX: Windsor, criada por Eleisha Pechey (1831-1902) e lançada pela Stephenson Blake type foundry.

verdrini

02. Símbolo e Logotipo

A marca

A assinatura principal da marca consiste em uma composição entre símbolo e tipografia e apresenta dois elementos essenciais: o símbolo e o logotipo.

Este é um elemento de marca instantaneamente reconhecível e deve ser representado de forma consistente em todas as mídias da Verdrini.

Assinatura da marca



Símbolo

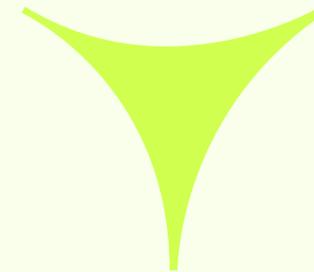
verdrini

Logotipo

Assinaturas Alternativas

Como segunda opção de assinatura as Assinaturas Alternativas ampliam as possibilidades de aplicação da marca. Elas evitam o uso maçante da Assinatura Principal em aplicações com repetição de assinaturas. Por possuir menos elementos, são recomendadas para aplicações em áreas menores, sem prejuízos de legibilidade e ou resolução.

1.



2.



3.

verdrini

02. Símbolo e Logotipo

Área de Proteção

. A área de proteção é uma medida definida em torno do perímetro de cada uma das assinaturas que preserva sua legibilidade. Essa margem busca preservar as representações da marca e evitar interferências de elementos que estão em suas proximidades.

A área de proteção do símbolo equivale à distância de seu raio.

Via de regra, a área de proteção do símbolo e das assinaturas deve ser respeitada e **é válida para todas as aplicações.**



R ———

02. Símbolo e Logotipo

Limite de Redução

Para preservar a resolução e a legibilidade do símbolo e das assinaturas da marca nos diferentes meios de comunicação onde será exibida, é necessário estabelecer dimensões mínimas. O limite de redução é a medida mínima estabelecida para as aplicações, seja em meios impressos ou vídeos e plataformas digitais.

As menores dimensões permitidas para a assinatura e o símbolo da Verdrini são:

Impressão



Digital



02. Símbolo e Tipografia

Como **não** usar

Procure não realizar nenhum dos exemplos indicados. Assim mantemos a coerência e consistência da marca.

1. Vá com calma na combinação de cores.

Para mais exemplos de como combinar cores, vá para a seção paleta de cores.

2. Não aplique efeitos.

Sombras, brilhos e gradientes são proibidos.

3. Não distorça ou altere as relações de tamanho

Use-a nas proporções indicadas neste manual.



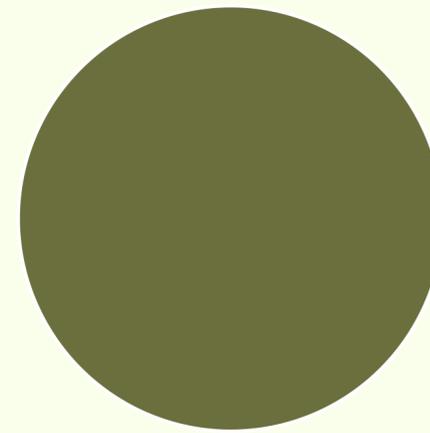
03

Cores

03. Cores

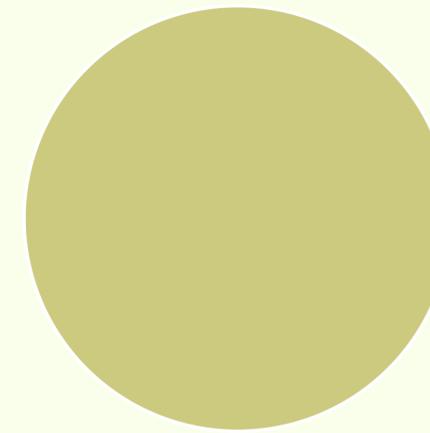
Paleta de Cores

As cores têm o objetivo de conectar os canais de comunicação e os produtos para facilitar o reconhecimento da marca.



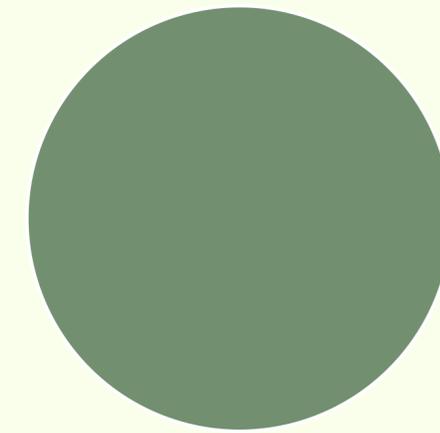
Marrom

HEX #6B6F3D
RGB 107 / 111 / 61
CMYK 65 / 40 / 80 / 20



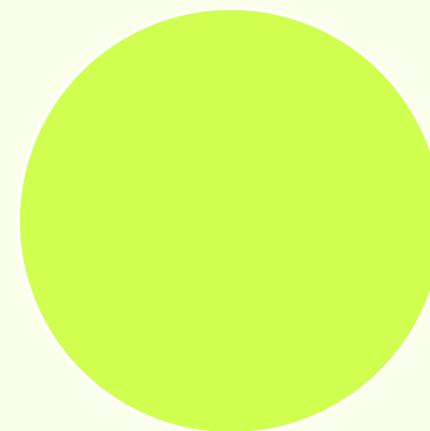
Bege

HEX #CCCA7F
RGB 204 / 202 / 127
CMYK 20 / 10 / 60 / 0



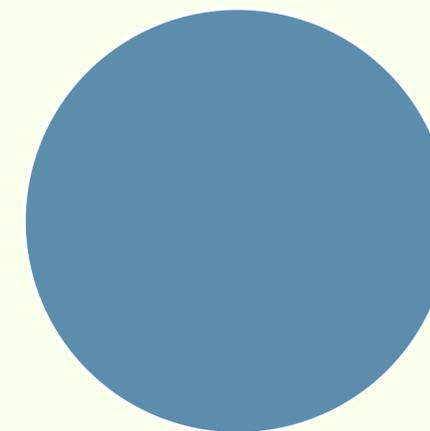
Verde

HEX #728F70
RGB 114 / 143 / 112
CMYK 60 / 30 / 60 / 00



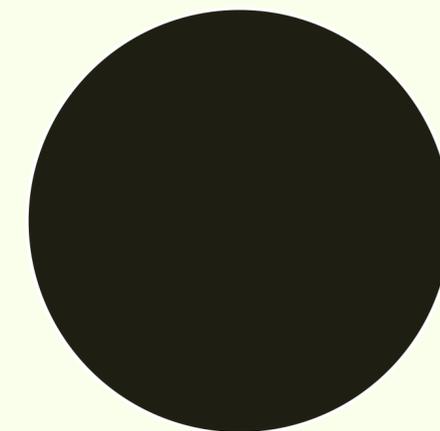
Amarelo

HEX #D0FF4F
RGB 208 / 255 / 79
CMYK 30 / 0 / 100 / 0



Azul

HEX #5C8DAD
RGB 92 / 141 / 173
CMYK 70 / 35 / 20 / 0



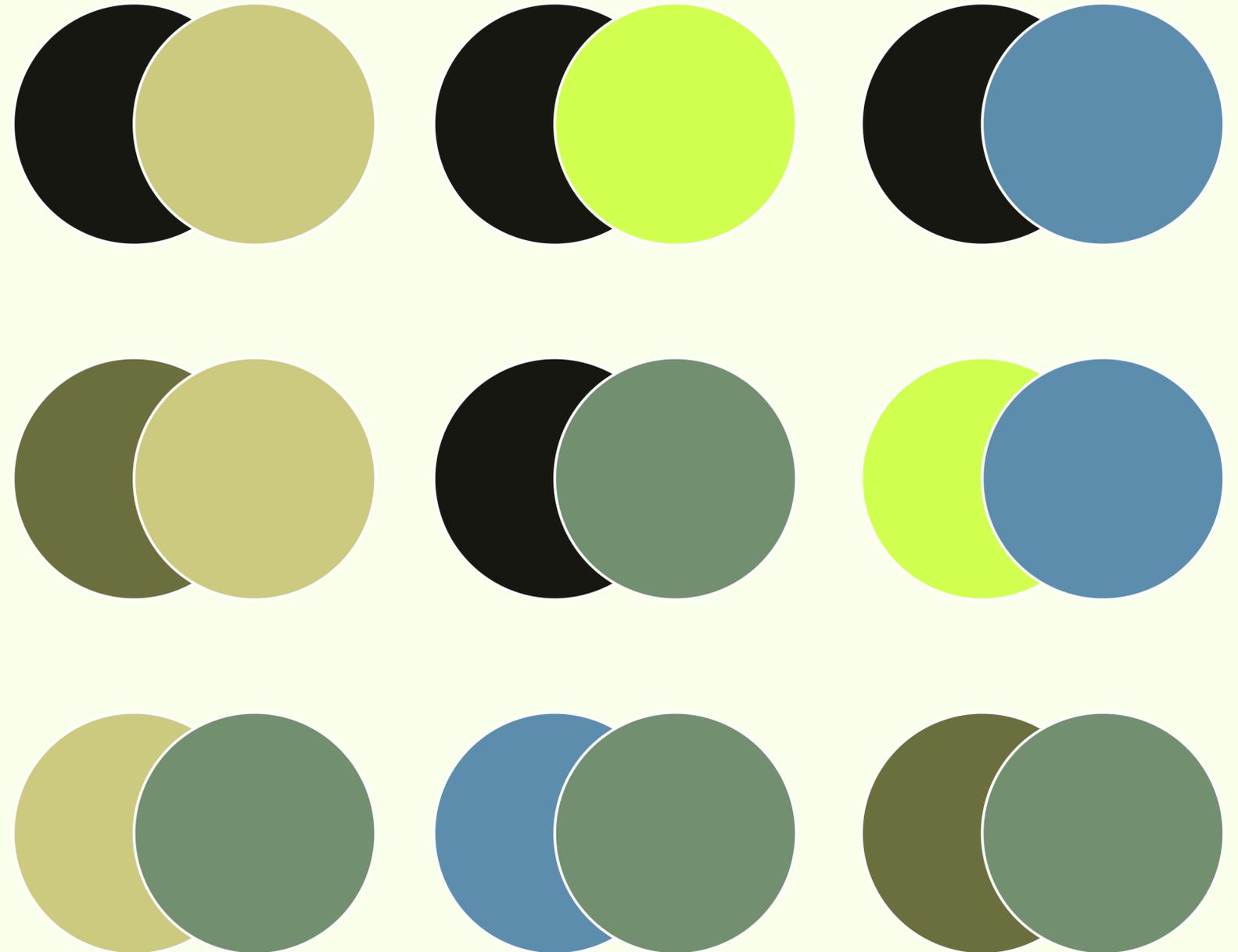
Preto

HEX #1E1E13
RGB 30 / 30 / 19
CMYK 0 / 0 / 90 / 95

03. Cores

Como usar

Combinar cores pode ser uma tarefa difícil. Por isso, aqui vão algumas sugestões de cores que funcionam bem juntas e permitem o contraste necessário para a legibilidade do conteúdo.



04

Tipografía

04. Tipografia

Paleta Tipográfica

New Spirit - Títulos e subtítulos

Ela foi desenvolvida para demonstrar uma visão artística de estabilidade, abundância e harmonia com a natureza. Sua organicidade se mistura com seus aspectos mais tradicionais e conservadores de fontes icônicas do século XX.

Coolvetica - Títulos e Subtítulos

Inspirada em uma rede de lojas dos EUA da década de 70, busca recriar o visual de fontes que eram personalizadas na época. Com kerning apertado e curvas descoladas, Coolvetica é uma fonte de exibição destinada a títulos grandes e divertidos.

Neue Haas Grotesk - Parágrafos

Derivada da família de fontes que um dia se tornaria a Helvetica, essa fonte busca trazer as características modernas e maleáveis da helvética em uma família feita especificamente para textos.

Isso é um título

Subtítulo

Isso é um parágrafo. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim verdrini, quis nostrud exercitation consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in verdrini esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit verdrini accusantium

04. Tipografia

Como usar

Aqui vão algumas sugestões de como aplicar as fontes para garantir a melhor legibilidade.

1. Altura da linha para títulos: entre 80% e 110%
2. Altura da linha para textos: entre 135% e 150%
3. Tamanho do parágrafo: em torno de 7 a 11 palavras por linha



05

Aplicações



verdriini

João Carlos

Consultor Agroflorestal

+55 61 99999 9999

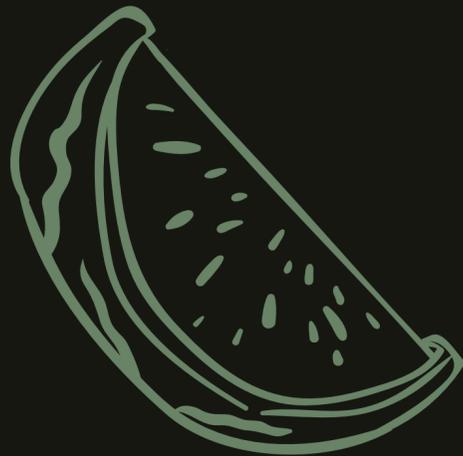
joão@verdrini.com



verdrini

Consultoria Agroflorestal e Orgânicos

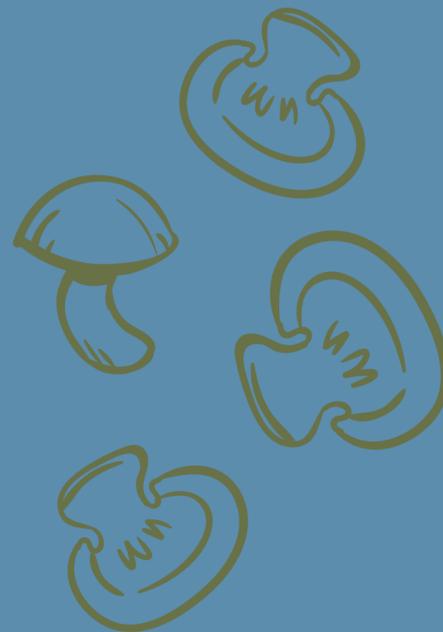
No futuro tem
que ter floresta



No futuro tem
que ter floresta

verdrini

No futuro tem
que ter floresta



No futuro tem
que ter floresta

verdrini

Segurança
Alimentar



No futuro tem
que ter floresta

verdrini

Inovação e Sustentabilidade



No futuro tem
que ter floresta

verdrini

Produtos Orgânicos



No futuro tem
que ter floresta

verdrini

Sabor e Nutrição



No futuro tem
que ter floresta

verdrini

1:12



← verdrini



280 posts

2,440 followers

820 following

Message



Verdrini | Consultoria Agroflorestal & Orgânicos
Se existe um futuro para a humani...

Followed by [clean_pearl](#), [jax888](#), [brigitte_8](#) + 25 more





[Quem somos](#) [Produtos](#) [Serviços](#) [Contato](#)

Orgânicos e Consultoria Agroflorestal

Cuidamos da sua segurança alimentar e do nosso planeta!

MacBook Pro



**No futuro
tem que
ter floresta**



Nosso Método

Check out our selection of events for this weekend.



No one rejects, dislikes or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know



But I must explain

No one rejects, dislikes or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those who do not know pleasure rationally estimate consequences that are not

Nor again is there anyone who pursues or desires to obtain pleasure of himself because it is pain.

To take a trivial example, which of us ever undertakes laborious physical exercise, except to obtain some advantage from it? But who has any right to find fault with a man who chooses to enjoy pleasure.







2022

verdrini