

Esta página também está disponível nos seguintes idiomas:

[Català](#) [Dansk](#) [Deutsch](#) [English](#) [English \(CA\)](#) [English \(GB\)](#) [Castellano](#) [Castellano \(AR\)](#) [Español \(CL\)](#) [Castellano \(MX\)](#) [Euskara](#) [Suomeksi](#) [français](#) [français \(CA\)](#) [Galego](#) [•••••](#) [hrvatski](#) [Magyar](#) [Italiano](#) [日本語](#) [Melayu](#) [Nederlands](#) [polski](#) [Português](#) [svenska](#) [slovenski jezik](#) [简体中文](#) [華語 \(台灣\)](#)



Atribuição-Usu Não-Comercial-Não a obras derivadas 2.5 Brasil

Você pode:

- copiar, distribuir, exibir e executar a obra

Sob as seguintes condições:



Atribuição. Você deve dar crédito ao autor original, da forma especificada pelo autor ou licenciante.



Usu Não-Comercial. Você não pode utilizar esta obra com finalidades comerciais.




Vedada a Criação de Obras Derivadas. Você não pode alterar, transformar ou criar outra obra com base nesta.

- Para cada novo uso ou distribuição, você deve deixar claro para outros os termos da licença desta obra.
- Qualquer uma destas condições podem ser renunciadas, desde que Você obtenha permissão do autor.

Qualquer direito de uso legítimo (ou "fair use") concedido por lei, ou qualquer outro direito protegido pela legislação local, não são em hipótese alguma afetados pelo disposto acima.

Este é um sumário para leigos da [Licença Jurídica \(na íntegra\)](#).

[Termo de exoneração de responsabilidade](#) 

Manual de identidade visual



akropolis

A padronização das manifestações visuais da Akrópolis Incorporações Imobiliárias Ltda é fundamental para a consolidação da imagem da empresa, interna e externamente. Este manual estabelece normas e orienta sobre a utilização dos elementos que compõem a marca Akrópolis.

Para que a implementação e manutenção da nova identidade visual da Akrópolis tenha sucesso é fundamental que estas regras sejam respeitadas e seguidas.

Assim garantiremos uma imagem forte e reconhecida, aumentando e melhorando os resultados futuros.

Índice

Memorial	1.1
Marca: símbolo e logotipo	2.1
Assinaturas visuais e limites de redução	2.2
Cores corporativas	2.3
Alfabeto corporativo	2.4
Área de proteção	2.5
Usos Incorretos	2.6

Baseado no nome Akrópolis, procedemos com extensa pesquisa que nos mostrou mais a direção a ser evitada, fugindo de lugares comuns como frontões, colunas gregas e representações estilizadas de um templo, do que a ser seguida. Finalmente, optamos pela representação de um guerreiro grego em posição de combate, já que a imagem, além de original, tinha um forte apelo simbólico agregando significados como arrojo, agressividade, honra, coragem e solidez, adjetivos positivos a atividade de uma incorporadora imobiliária.

Determinou-se a utilização de uma fonte que mantinha um parentesco com a tradicional Romana: a Aero. Esta fonte de desenho clássico alia a tradição à modernidade, dada a sua releitura de um modelo consagrado. Teve-se o cuidado na escolha de uma letra sem serifa, devido sua inquestionável e superior legibilidade em mídias eletrônicas, como TV e monitores de computador.

Quanto a cor, a tonalidade laranja-avermelhado é frequentemente encontrada nas cerâmicas gregas. A escolha pareceu óbvia, tendo em vista ainda o modelo clássico escolhido desde o princípio do projeto.

Finalmente, foram previstas duas assinaturas diferenciadas, com duas variações cada. Isto permite a aplicação da marca em praticamente qualquer suporte.

Além destes aspectos técnicos que visam a manutenção de uma identidade corporativa forte, a inovação do design se deve a sua adequação ao objeto da empresa. Esta busca por uma representação gráfica inusitada e original contribuirá para a diferenciação da Akrópolis junto ao seu público alvo.



A identidade visual de uma empresa é o conjunto de elementos gráficos que irão representá-la visualmente. Uma identidade visual é composta basicamente por quatro elementos: logotipo e símbolo (elementos gráficos principais), cores e alfabeto (elementos gráficos secundários).

Esses elementos são chamados de corporativos, e sua correta utilização irá constituir uma identidade visual forte.

Denominamos marca o elemento identificador e representativo de uma empresa, de uma instituição, de um produto, etc. A marca **Akrópolis** é formada pelo símbolo de um guerreiro grego e pelo logotipo **Akrópolis**.

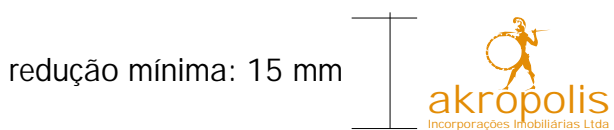
O símbolo **Akrópolis** é o sinal gráfico definido para identificar a marca. É formado por 1 ilustração a traço representando um guerreiro grego em posição de ataque com sua lança e carregando um escudo. Como regra geral, o símbolo deverá ser veiculado em conjunto com o logotipo, compondo a marca **Akrópolis**. O símbolo não deve ser utilizado isoladamente.

O logotipo **Akrópolis** é a maneira estabelecida para grafar o nome " **Akrópolis**". É composto em letras da família tipográfica Aero. O logotipo não deve ser utilizado isoladamente.

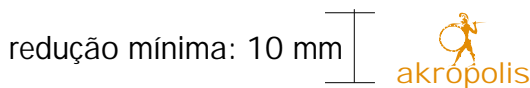


A marca Akrópolis tem 2 assinaturas diferentes em função do espaço disponível para sua aplicação. Há ainda duas variações para cada assinatura, prevendo a eliminação da frase "Incorporações Imobiliárias Ltda", o que se dará conforme a consolidação da marca no mercado.

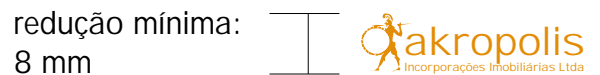
Assinatura 1.1: mais compacta, para uso nas diagramações verticalizadas.



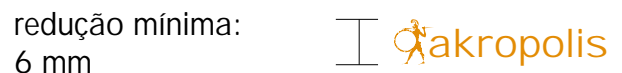
Assinatura 1.2: mais compacta, sem a frase "Incorporações Imobiliárias Ltda", para uso nas diagramações verticalizadas. Utilizar essa em caso de reduções extremas



Assinatura 2.1: mais extensa, para uso nas diagramações horizontalizadas.



Assinatura 2.2: mais extensa, sem a frase "Incorporações Imobiliárias Ltda", para uso nas diagramações horizontalizadas. Utilizar essa em caso de reduções extremas



As assinaturas da marca não devem ser utilizadas em tamanhos menores que os indicados na redução mínima.

As cores corporativas da Akrópolis são laranja e preto. Sempre que possível, o preto deve ser usado como cor de fundo para realçar a origem grega do nome, forçando o parentesco cromático com a cerâmica grega. O logotipo sempre deverá ser impresso em laranja ou em preto. As cores são forte identificador da marca, portanto devem ser reproduzidas com fidelidade.

Fundo branco

Quando não for possível a impressão da marca em sua cor original, ela poderá ser aplicada na sua versão em preto, dependendo do tipo de impressão e cor de fundo, na ordem de preferência ao lado.

Fundo não-branco

O contraste deve ser sempre favorecido. Caso a cor de fundo tenha tonalidade quente que prejudique o contraste, opte pela versão em preto ou negatizada, em branco.

As tintas podem produzir diferentes resultados, dependendo do método de impressão e do papel utilizado. Procure sempre controlar a qualidade de impressão das cores, fazendo os ajustes necessários para torná-las fiéis as cores originais.

Laranja



Escala Pantone: Pantone 144 C
Escala Europa: C0 M47 Y100 B0
Monitor de computador e TV: R255 G153 B51
Internet: #FF9933

Preto



Escala Pantone: Pantone Black C
Escala Europa: C50 M0 Y0 B100
Monitor de computador e TV: R0 G0 B0
Internet: #000000

1. Marca na sua cor padrão



2. Marca impressa na cor preta



Fundo sem contraste



Embora o fundo seja relativamente claro, não há contraste algum. Neste caso, opte pela versão em preto ou em branco da marca..

Fundo com contraste



Neste caso, ainda que o fundo seja de tonalidade quente, há contraste suficiente para manutenção da cor original.

O alfabeto corporativo é aquele utilizado para escrever informações complementares a uma identidade visual, como textos nos impressos administrativos, folhetos, catálogos, etc.

O alfabeto corporativo da Akropolis é composto pela fonte Gatineu e Humanst521 (nas versões BT e Xbd BT) e deve sempre ser utilizado em caixa alta e baixa.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;.?!

Gatineu

Utilizada para endereços e textos corridos em geral.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;.?!

Humanst521 BT

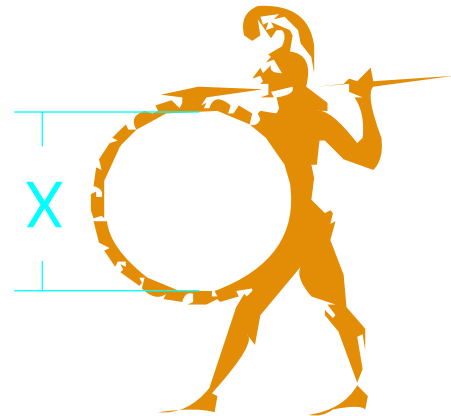
Utilizada para compor o sub títulos de cartazes, folders, etc.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789,;.?!

Humanst521 Xbd BT

Utilizada para compor títulos de cartazes, folders, etc.

A área de proteção da marca é a área estabelecida ao seu redor que impede a aproximação de outro elemento gráfico (canto de páginas, textos, fotos, desenhos, etc.). Essa medida foi estabelecida a partir do modelo ao lado.



Para que a imagem de uma empresa seja forte interna e externamente, é necessário mais do que elementos corporativos fortes. É preciso respeitar o conjunto de relações para aplicação desses elementos. Apresentamos aqui alguns exemplos de uso incorreto dos elementos corporativos e que nunca deverão ocorrer.



X O alinhamento do símbolo e do logotipo devem permanecer fiéis as assinaturas previstas.



X A marca não deve ser rotacionada



X A marca não deve ser condensada ou expandida



X A marca não deve ter proporções diferentes



X A marca não deve ser aplicada com cores diferentes



X A área de proteção deve ser sempre respeitada, sem interferência de textos ou imagens



X A marca não deve ser aplicada sobre fundos que não de contraste suficiente para propiciar legibilidade.



SOLUÇÃO GRÁFICA

Rua Barão de Atibaia, 661 - Vila Itapura - Campinas, SP
Fone: (019) 3231-5490 - E-mail: info@sgd.com.br - Web Site: www.sgd.com.br