



Brand Book

O brandbook do SiDi é um material de uso interno que tem como finalidade dar suporte ao gerenciamento da marca SiDi.

Este material deve ser utilizado como referência para profissionais de marketing, comunicação e vendas, na administração da marca. É uma ferramenta de apoio no desenvolvimento de estratégias para vender a marca, seus produtos e subprodutos mantendo sua coerência visual e prestígio.

Aqui você vai encontrar informações que ajudarão na compreensão de seus pilares, posicionamento e essência da marca. Informações que ajudarão manter a consistência visual e discurso da marca.

Índice

01. A marca	04	10. Usos incorretos	21
02. DNA da marca	06	11. Elementos	22
03. Versões	08	12. Comunicação	26
04. Evolução	09	13. Digital	30
05. Área de segurança	10	14. Papelaria	32
06. Reduções	11	15. Brindes	34
07. Cores	12	16. Sinalização	36
08. Tipografia	18		
09. Composições	19		

01

a marca

Essa é a marca SiDi. Um logotipo criado a partir de 3 pilares: tecnologia, evolução e pessoas. Em sua forma, ele traduz toda a essência da empresa e seus colaboradores.



SiDi[®]

02

DNA da marca

A tecnologia transformou tudo ao nosso redor. Mas, o que realmente move o mundo, são as pessoas. Isso nunca vai mudar.

Por isso, o nosso propósito será sempre o mesmo: pensar no futuro da tecnologia, mas sempre focada no futuro das pessoas.



tecnologia



evolução



pessoas

03

versões

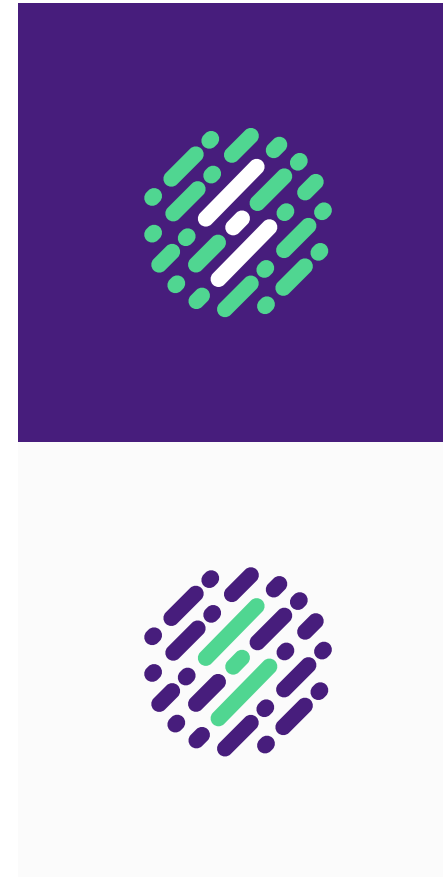
Essa é a versão principal da marca. Ela deve ser aplicada, sempre que possível, nessas tonalidades, respeitando o background e suas aplicações.



04

evolução

A evolução da marca tem como objetivo manter apenas o ícone que compõe atualmente a marca isolada. Assim que a nova marca for identificada e consolidada pelo público, deverá seguir essa evolução a apresentar a marca apenas com ícone. Nessa aplicação, as cores devem ser invertidas, tendo maior presença do roxo.



05

área de segurança

A área de segurança deve ser respeitada e não deve ser invadida em nenhuma hipótese, o pingo da letra “i” que compõe a parte escrita da marca deve ser duplicado e aplicado nas áreas verticais e horizontais, (superior, inferior, lateral esquerda e direita) para ter a referência exata da área de segurança do logo.

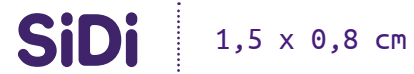


06

reduções

A redução máxima da marca deve ser respeitada e mantida conforme as medidas em cm e px apresentada ao lado, as medidas estão de acordo com a legibilidade de leitura da marca perante as aplicações com redução máxima.

Centímetros



Pixel



07

cores

A cor primária e secundária da marca deve permanecer como padrão de aplicação principal.



07.₂

monocromática, tons de cinza e negativa

As versões monocromática, tons de cinza e negativada deve ser respeitada e aplicada caso a versão principal não se enquadre no tipo de impressão que a marca será aplicada.



A. monocromática 1



A. monocromática 2



B. tons de cinza



C. negativado



07.3

cores rgb

As cores em rgb devem ser aplicadas em todo o material da marca que vier a ser utilizado em meios digitais.

Cor primária e secundária



rgb | 71 29 124



rgb | 80 214 145

Cores terciárias



rgb
214
43
245



rgb
224
120
125



rgb
140
97
247



rgb
105
176
237



rgb
150
245
150



rgb
240
199
74

07.4

cores cmyk

As cores em cmyk devem ser aplicadas em todo o material da marca que vier a ser utilizado em meios impressos.

Cor primária e secundária



cmyk | 80 100 0 3



cmyk | 48 0 46 0

Cores terciárias



cmyk

53

78

0

0



cmyk

8

65

40

1



cmyk

68

66

0

0



cmyk

59

20

0

0



cmyk

43

0

57

0



cmyk

7

21

79

0

07.5

cores pantone

O Sistema Pantone é hoje o padrão na indústria gráfica, para especificação e controle da cor. Utilizar quando for necessário e solicitado a cor em Pantone.

Cor primária
e secundária



Pantone | 3583 Cc



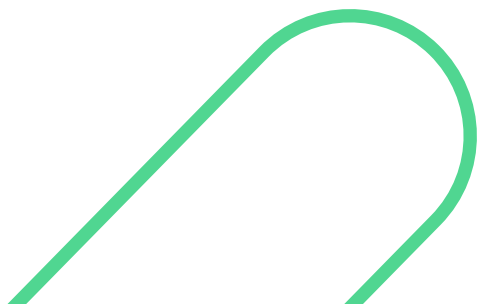
Pantone | 353 C



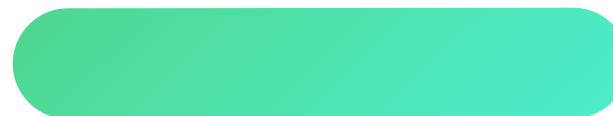
07. .6

cores gradientes

Os gradientes são uma alternativa gráfica ao fundo de cores sólidas. Quando aplicados sobre imagens, devem ter um efeito de transparência.



rgb roxo • 71 29 124 | 144 57 255



rgb verde • 80 214 145 | 77 237 200



rgb azul • 96 247 237 | 104 175 214



rgb vermelho • 224 119 124 | 247 119 189



rgb magenta • 214 43 244 | 221 28 177



rgb amarelo • 239 198 73 | 248 240 63

08

tipografia

A tipografia mono espaçada representa o universo dos colaboradores do Sidi, dando um padrão e personalidade ideal que a empresa remete. Essa fonte deve conter em todos os materiais da empresa, sendo a única fonte presente para comunicação.

ubuntu mono • regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
?!:;`'~^”@#%&*(){}/><-+

ubuntu mono • italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
?!:;`'~^”@#%&*(){}/><-+

ubuntu mono • bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
?!:;`'~^”@#%&*(){}/><-+

ubuntu mono • bold italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789
?!:;`'~^”@#%&*(){}/><-+



09

composições

O logotipo em composição com outros elementos deve adotar alguns cuidados. A assinatura preferencial consiste em uma das partes do símbolo da marca aplicado em 45° e fundo roxo (a). Outras opções também podem ser utilizadas, como (b) e (c).



09

composições

Outras opções também podem ser utilizadas. Nos exemplos ao lado, vemos assinaturas utilizadas em fundos de foto+filtro, degradê e preto.



10

USOS incorretos

O marca não deve serem aplicadas como os exemplos ao lado. Não deve ser esticada desconfigurando o padrão real (horizontalmente e verticalmente). A marca não possui uma versão vertical e deve ser aplicada na versão horizontal.



A. marca esticada verticalmente



B. marca esticada horizontalmente

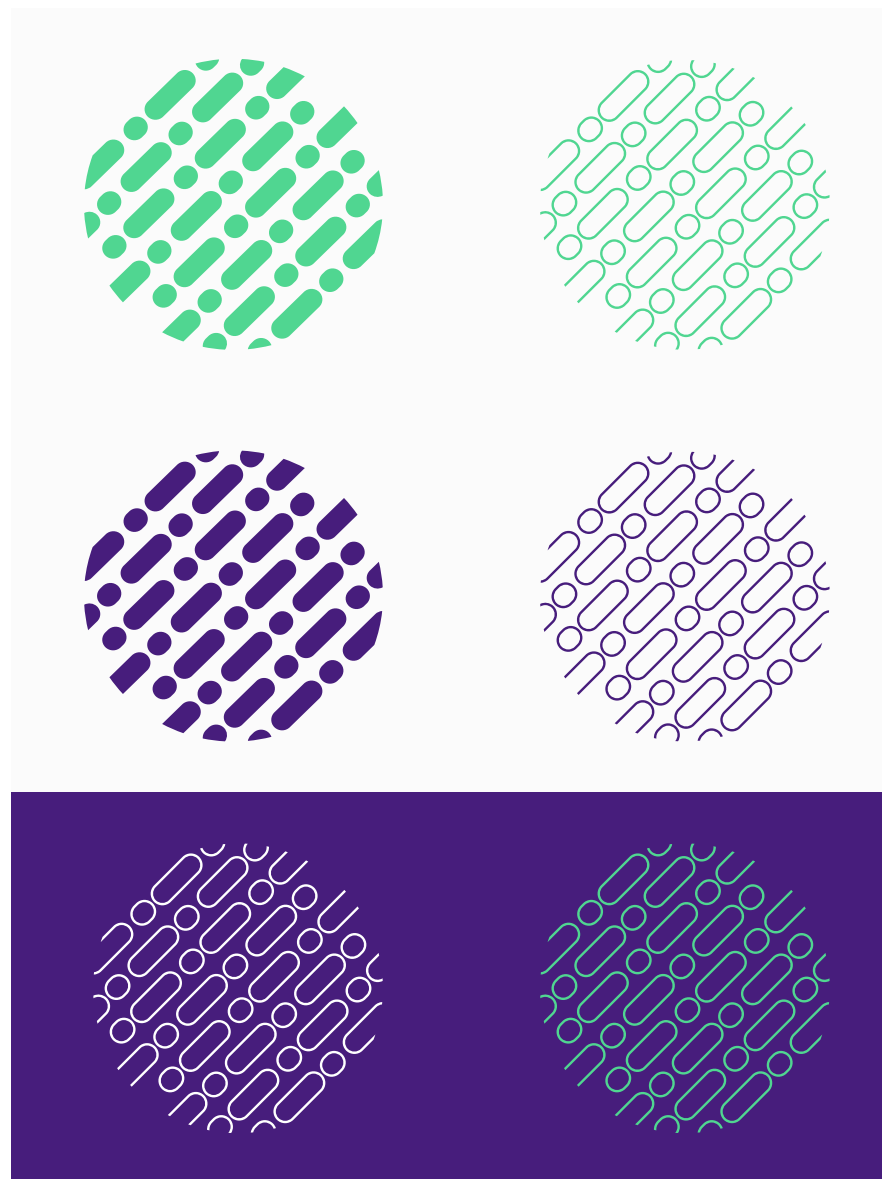


C. versão vertical da marca

11

elementos

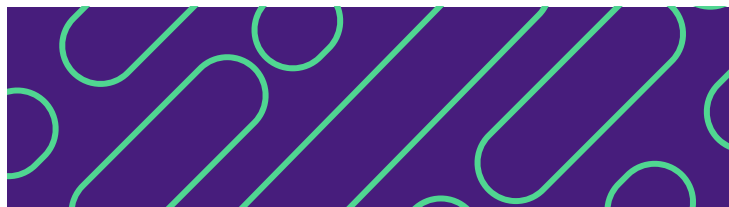
A identidade da marca SiDi possui elementos que complementam e traduzem seu conceito. Eles podem ser escalados e utilizados em todos os materiais. Ele possui duas aplicações: cheio e vazado. Para o uso vazado, deve-se adotar a mesma espessura de contorno em sua aplicação.



No exemplo abaixo vemos duas aplicações do elemento e como não se deve ser aplicado, em uma mesma peça não podemos aplicar o elemento em tamanhos e espessuras diferentes, isso causa um ruído visual que tira todo o padrão do design.



No exemplo abaixo vemos duas aplicações do elemento e como deve ser aplicado, no caso, a espessura e tamanhos foram utilizados igualmente sem nenhuma diferença e ruídos entre eles, mantendo o padrão que deve ser utilizado.





**Conectamos
pessoas.
Evoluímos
o mundo.**



A tecnologia transformará tudo
do nosso modo de nos, e que
realmente move o mundo, são
pessoas. Isso nunca vai mudar.
Por isso, o nosso propósito
será sempre o mesmo: pensar
o futuro da tecnologia.

Conectando ao futuro

Aplicações

As aplicações fazem parte de um contexto visual que foi desenvolvido para manter visualmente a identidade proposta pelo rebranding da marca. As cores, fonte, elementos e aplicações do logos seguem os padrões estabelecidos pelas informações presentes nesse brandbook.



SiDi

12

comunicação

As peças de comunicação da marca devem adotar todas as instruções apresentadas anteriormente neste manual.

**Conectamos
pessoas.
Evoluímos
o mundo.**

A tecnologia transformou tudo ao nosso redor. Mas, o que realmente move o mundo, são as pessoas. Isso nunca vai mudar. Por isso, o nosso propósito será sempre o mesmo: pensar no futuro da tecnologia, mas sempre focada no futuro das pessoas.

#siders



SiDi®



**Ligamos
pessoas,
conectamos
o mundo.**

Lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur
adipiscing elit,
sed do eiusmod tempor
incididunt ut labore
et dolore.

#SIDIER



SiDi.



**Ligamos
pessoas,
conectamos
o mundo.**

Lorem ipsum dolor
sit amet, consectetur
adipiscing elit,
sed do eiusmod tempor
incididunt ut labore
et dolore.

#SIDIER



SiDi.



13

digital





14

papelaria

Nesse manual temos algumas peças de papelaria e assinaturas de e-mail da marca. Elas podem ser alteradas desde que se mantenha as instruções e guias propostas anteriormente.



assinatura de e-mail



timbrado e cartão de visita

15 brindes

Os brindes são elementos importantes na construção de uma identidade. As propostas aqui mostram como a marca possui um desdobramento sólido, preservando a identidade SiDi.



stickers



pendrive



caneca

16

sinalização

As peças de sinalização na empresa também devem seguir as instruções do brandbook. A iconografia proposta segue a proposta de linhas mais cursivas e com cantos arredondados, assim como a identidade da marca.









SiDi[®]

#SiDier



SiDi[®]