



Manual de Identidade da Marca

Brait[®]
sempre *tem*.
alimentos diferenciados

Índice

Consulte aqui,
os tópicos que este
manual aborda.

Este índice facilitará
a localização das
informações mais
pertinentes para tirar
as suas dúvidas com
relação à marca
Brait Sempretem.

Introdução.....	03
Filosofia da marca	04
Elementos da marca	05
Tipologia da marca	06
Grid de construção da marca integral	07
Identidade cromática	08
Aplicações da marca	09
Arquivos para download	10

Nosso manual de identidade de marca fornece diretrizes para o uso da marca das lojas Brait Sempretem nas situações previstas.



Grandes empresas são construídas sobre fortes marcas que influenciam a escolha do cliente e constroem lealdade.

Uma marca é **uma constelação de experiências percebida no coração e na mente do público.**

Cada vez que um cliente se envolve com a empresa, estas experiências crescem.

Quando a essência da marca é compreendida dentro de uma empresa, **pode servir como fonte de inspiração, emoção, e satisfação dos seus funcionários.**

Nossa marca é, portanto, **uma promessa que fazemos e que nos esforçamos para cumprir.**

Este manual irá ajudá-lo a visualizar como a marca **Brait Sempretem** evolui e servirá de guia para implementar o Sistema de Identidade da Marca **Brait Sempretem**, tanto internamente como externamente à empresa.

Brait[®]
sempretem.

Filosofia da marca



Queremos garantir então, que a marca **Brait Sempretem** possa conquistar **novos públicos**, ao mesmo tempo em que mantém seus **clientes atuais leais e satisfeitos**.

A marca **Brait Sempretem** busca transmitir um posicionamento **positivo e otimista**, focado na **qualidade dos produtos** comercializados e na **praticidade dos serviços** prestados.

As sensações que a marca devem transmitir são: **frescor, leveza, limpeza, saúde, alegria, elegância, modernidade, praticidade e bom gosto**.

Nosso tom de fala deve sempre comunicar com clareza e honestidade, **evitando a todo custo criar sentimentos de medo, incerteza ou dúvida**.

Estes são os pontos fundamentais da nossa comunicação.

Brait[®]
sempre**tem**

Elementos da marca

NOME PRINCIPAL

BRAIT

NOME DE APOIO

SEMPRETEM

ÍCONE GRÁFICO

CÍRCULO COM A FOLHA

TAG LINE

ALIMENTOS DIFERENCIADOS

NOME PRINCIPAL

O nome sob o qual a marca é popularmente conhecida. Este é o nome que deve veicular, invariavelmente em todas as assinaturas da comunicação da empresa.

ÍCONE GRÁFICO

Detalhe utilizado para uso no conjunto ou de forma pontual e complementar.



INDICADOR DE MARCA REGISTRADA

Proc. INPI
Nº 822710501

NOME DE APOIO

Expressão pela qual se reconhece a virtude da empresa, que é a de sempre oferecer os produtos que o consumidor deseja comprar.

TAG LINE

A classe de artigos comercializados que define o ramo de atividade da empresa.

Tipologia da marca

Estas são as fontes tipográficas da marca, selecionadas para fazer uma composição visual entre os seus diferentes elementos a depender dos meios aplicáveis conforme as regras de aplicação da marca, descritas na página 09 deste manual.

Brait[®]
sempre**tem**

NOME PRINCIPAL (BRAIT)

Utiliza a fonte **Myriad Pro (Bold Italic)** com ajustes de kern e recorte na letra “I” com a substituição do “pingo” por uma folha estilizada que representa o frescor e os produtos naturais oferecidos pelas lojas.

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
0123456789 ,./;’[]<>?:”{}!@#\$\$%^&()-=_+*

NOME DE APOIO (SEMPRE)

Utiliza a fonte **Trebuchet MS (Bold)** com ajustes de kern para se ajustar ao espaço disponível e à proporção com o nome principal.

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
0123456789 ,./;’[]<>?:”{}!@#\$\$%^&()-=_+*

NOME DE APOIO (TEM)

Utiliza a fonte própria **Sempretem Script** que foi desenvolvida exclusivamente para complementar o nome de apoio com uma fonte manuscrita.

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789 ,./;’[]<>?:”{}!@#\$\$%^&()-=_+*

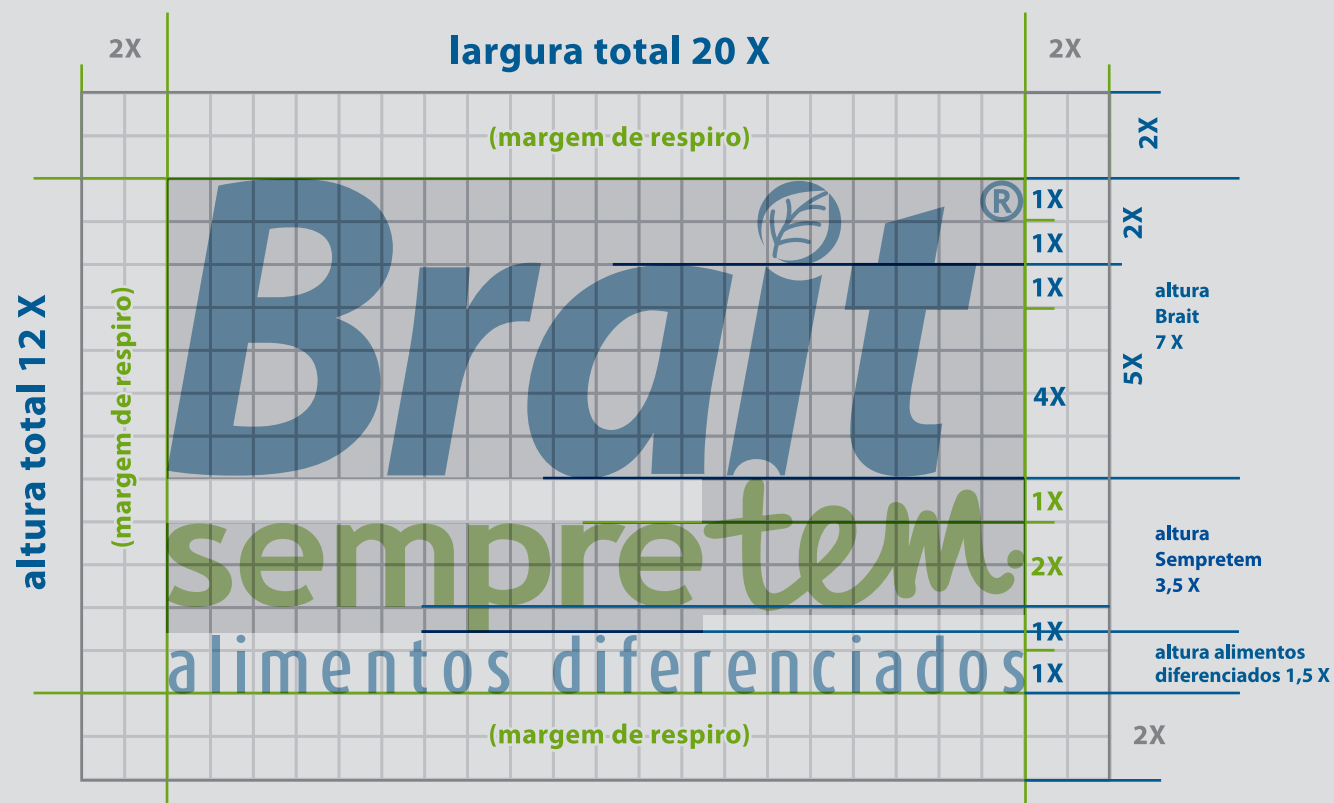
TAGLINE (ALIMENTOS DIFERENCIADOS)

Utiliza a fonte **Dax Compact Medium** com o ajustes de kern para dar mais leveza ao texto e facilitar a leitura.

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNnOoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZz
0123456789 ,./;’[]<>?:”{}!@#\$\$%^&()-=_+*

Grid de construção da marca integral

Esta é a base de referência de construção integral da marca através da relação proporcional entre os seus elementos e as variações admissíveis. As regras para utilização de cada uma encontram-se na página 09 deste manual.



marca integral



marca resumida



marca simplificada



Identidade cromática

Estas são as cores que compõem a identidade visual da marca, que estão relacionadas aos valores que a empresa busca transmitir.

A combinação de duas cores amplamente recorrentes na natureza, busca relacionar a marca a um estilo de vida mais saudável, natural e ambientalmente consciente.

Brait[®]
sempre^{tem}

Azul

CMYK: 100 • 70 • 20 • 0

RGB: 0 • 80 • 140

Hexa: #00508c

Pantone: 2945C

Coral: Pingo de Azul

O azul é uma cor conhecida por transmitir calma e serenidade, sentimentos desejáveis para gerar um ambiente relacionado a alimentos, pois ajuda a criar uma atmosfera tranquila e agradável aos clientes, sugerindo uma experiência de compra relaxante e livre de estresse.

O Azul Profundo transmite a ideia de qualidade, seriedade e profissionalismo, sugerindo que os alimentos oferecidos pela empresa são de alto padrão, únicos e superiores aos concorrentes, por isso, este tom foi escolhido como a cor principal da marca com a intenção de despertar as sensações de confiança, profissionalismo, higiene e qualidade.

Verde

CMYK: 70 • 10 • 100 • 0

RGB: 88 • 163 • 51

Hexa: #58a333

Pantone: 369C

Coral: Campos Irlandeses

O verde é frequentemente associado à natureza e ao frescor dos alimentos, remetendo à ideia de alimentos naturais, orgânicos e saudáveis. Transmite uma sensação de que os produtos oferecidos estão em sintonia com a natureza e são uma escolha benéfica para a saúde.

O verde intenso pode transmitir a sensação de vitalidade e energia. No contexto do comércio de alimentos, essa cor sugere produtos energizantes e revigorantes, capazes de fornecer nutrição e vitalidade.

Frequentemente associado à sustentabilidade e à consciência ambiental, essa cor pode transmitir a mensagem de compromisso com o meio ambiente, práticas sustentáveis e consumo consciente de alimentos.

Aplicações da marca

Estes são os modelos admissíveis para aplicação da marca conforme as situações descritas para cada modelo.

marca integral oficial para uso em papelaria e automóveis

Brait[®]
sempre*tem.*
alimentos diferenciados

marca integral monocromática para uso em fachadas

Brait[®]
sempre*tem.*

marca resumida para uso em comunicação interna, impressos, uniformes e embalagens.

Brait[®]
sempre*tem.*

Brait[®]
sempre*tem.*

Brait[®]
sempre*tem.*

Brait[®]
sempre*tem.*

Brait[®]
sempre*tem.*

Brait[®]
sempre*tem.*

Brait[®]
sempre*tem.*

Brait[®]
sempre*tem.*

marca simplificada para uso nos perfis de redes sociais da empresa.

Brait[®]

Brait[®]

Brait[®]

Brait[®]

Arquivos para download

Objetivando facilitar o seu acesso aos arquivos da marca para uso nas situações descritas neste manual, preparamos um arquivo para download que você pode baixar em: www.brait.com.br/marca.zip acesse o endereço ou leia o QR Code abaixo:



Este download contém os seguintes arquivos:

- *Logo Original nas versões AI, PSD, PDF, EPS, PNG e JPG;*
- *Variações do logo para uso em impressos e redes sociais;*
- *Fontes utilizadas na construção da marca;*
- *Uma cópia deste manual de identidade da marca.*



Vigla Comunicação & Design
R. Romeu Benotto, 274 • Jd. Bela Vista • Americana • SP
☎ (19) 3405-7406 • www.vigla.com.br

