



# MANUAL DE IDENTIDADE



# SUMÁRIO

## **LOGOTIPO**

- Lettering
- Ícone
- Cores Institucionais

## **VERSÕES DO LOGOTIPO**

- VERSÃO PRINCIPAL - 4 Cores
- VERSÃO 2 - Slogan Assinatura
- VERSÃO 3 - Vertical
- VERSÃO 4 - Horizontal
- Escala de Cinza / Positivo / Negativo

## **NORMAS**

- Grid de Construção
- Margem de Segurança
- Redução e Forma Responsiva
- Fundos Variados
- Uso Indevido do Logotipo

## **IDENTIDADE GRÁFICA**

- Cores complementares
- Família Tipográfica
- Elementos Gráficos
- Malha

## **EXEMPLO DE APLICAÇÕES**

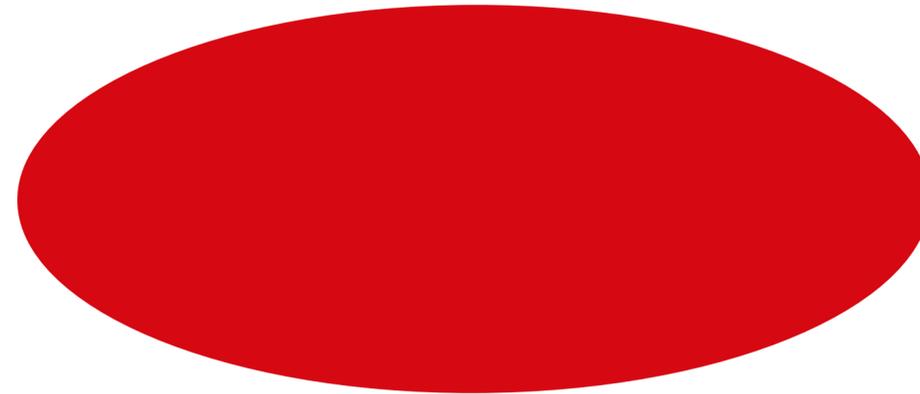


Forma principal para aplicação em materiais impressos e web.

**Zinho**

Elemento tipográfico que compõe a marca e que não deve ser utilizado isoladamente em substituição ao logotipo.

No entanto, pode ser utilizado como elemento gráfico em peças de visuais,  
desde que não descaracterize a comunicação da marca.



Elemento, símbolo que compõe a proteção do elemento tipográfico e que pode ser utilizado como base para criação de elemento gráfico de peças de comunicação e identidade da marca.

# LOGOTIPO / Cores Institucionais

CO M10 Y100 K0  
R225 G221 B0  
PANTONE YELLOW C  
PANTONE YELLOW U

CO M100 Y100 K5  
R219 G8 B18  
PANTONE 186 C  
PANTONE 186 U

Essas são as duas cores que compõem o logotipo principal e que devem ser utilizadas como base para criação de materiais de comunicação.

Obs.: Deve-se explorar predominantemente o amarelo.

# VERSÕES DO LOGOTIPO / VERSÃO PRINCIPAL - 4 Cores



Forma principal para aplicação em materiais impressos e web.

## CMYK

C0 M10 Y100 K0

C0 M100 Y100 K5

## RGB

R225 G221 B0

R219 G8 B18

## PANTONE

PANTONE YELLOW C  
PANTONE YELLOW U

PANTONE 186 C  
PANTONE 186 U

# VERSÕES DO LOGOTIPO / VERSÃO 2 - Slogan Assinatura



**A MELHOR COMPANHIA**

Forma secundária da marca e deve ser aplicada em materiais institucionais, como assinatura e outros materiais com espaço reduzido, a não ser que exista alguma impossibilidade técnica ou estratégica que impossibilite.

## CMYK

C0 M10 Y100 K0

C0 M100 Y100 K5

C42 M78 Y52 K62

## RGB

R225 G221 B0

R219 G8 B18

R87 G42 B49

## PANTONE

PANTONE YELLOW C  
PANTONE YELLOW U

PANTONE 186 C  
PANTONE 186 U

PANTONE 504 C  
PANTONE 504 U

# VERSÕES DO LOGOTIPO / VERSÃO 3 - Vertical



**A MELHOR  
COMPANHIA**

Forma terciária da marca e deve ser aplicada em materiais institucionais, como peças de comunicação e informes, a menos que exista alguma impossibilidade técnica ou estratégica que impossibilite.

## CMYK

C0 M10 Y100 K0

C0 M100 Y100 K5

C42 M78 Y52 K62

## RGB

R225 G221 B0

R219 G8 B18

R87 G42 B49

## PANTONE

PANTONE YELLOW C  
PANTONE YELLOW U

PANTONE 186 C  
PANTONE 186 U

PANTONE 504 C  
PANTONE 504 U

# VERSÕES DO LOGOTIPO / VERSÃO 4 - Horizontal



Forma quaternária da marca e deve ser aplicada em materiais em que a terceira forma tenha sua leitura prejudicada pelo espaço, a não ser que exista alguma impossibilidade técnica ou estratégica que impossibilite.

## CMYK

C0 M10 Y100 K0

C0 M100 Y100 K5

C42 M78 Y52 K62

## RGB

R225 G221 B0

R219 G8 B18

R87 G42 B49

## PANTONE

PANTONE YELLOW C  
PANTONE YELLOW U

PANTONE 186 C  
PANTONE 186 U

PANTONE 504 C  
PANTONE 504 U

# VERSÕES DO LOGOTIPO / Escala de Cinza / Positivo / Negativo - VERSÃO PRINCIPAL

Positivo



Negativo



Estas versões devem ser utilizadas quando não houver possibilidade técnica.

# VERSÕES DO LOGOTIPO / Escala de Cinza / Positivo / Negativo - VERSÃO 2

## Positivo



## Negativo



Estas versões devem ser utilizadas quando não houver possibilidade técnica.

# VERSÕES DO LOGOTIPO / Escala de Cinza / Positivo / Negativo - VERSÃO 3



Positivo



Negativo



Estas versões devem ser utilizadas quando não houver possibilidade técnica.

# VERSÕES DO LOGOTIPO / Escala de Cinza / Positivo / Negativo - VERSÃO 4

## Positivo



## Negativo



Estas versões devem ser utilizadas quando não houver possibilidade técnica.

# VERSÕES DO LOGOTIPO / 1 Cor Principal



## CMYK

C0 M10 Y100 K0W U

## RGB

R225 G221 B0

## PANTONE

PANTONE YELLOW C  
PANTONE YELLOW U

Esta versão deve ser utilizada quando não houver possibilidade técnica.



**A MELHOR COMPANHIA**



**A MELHOR COMPANHIA**

CMYK

C0 M10 Y100 K0W U

RGB

R225 G221 B0

PANTONE

PANTONE YELLOW C  
PANTONE YELLOW U

Esta versão deve ser utilizada quando não houver possibilidade técnica.



**A MELHOR  
COMPANHIA**



**A MELHOR  
COMPANHIA**

**CMYK**

C0 M10 Y100 K0W U

**RGB**

R225 G221 B0

**PANTONE**

PANTONE YELLOW C  
PANTONE YELLOW U

Esta versão deve ser utilizada quando não houver possibilidade técnica.



**A MELHOR  
COMPANHIA**



**A MELHOR  
COMPANHIA**

CMYK

C0 M10 Y100 K0W U

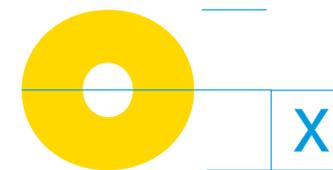
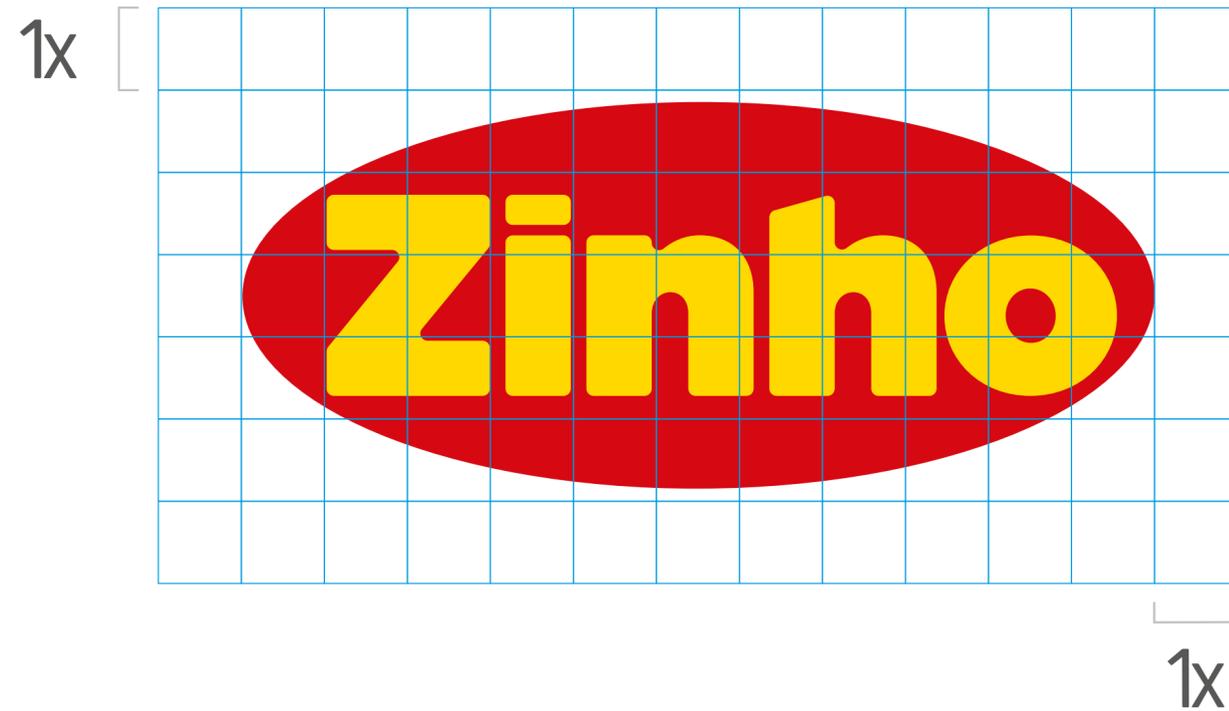
RGB

R225 G221 B0

PANTONE

PANTONE YELLOW C  
PANTONE YELLOW U

Esta versão deve ser utilizada quando não houver possibilidade técnica.

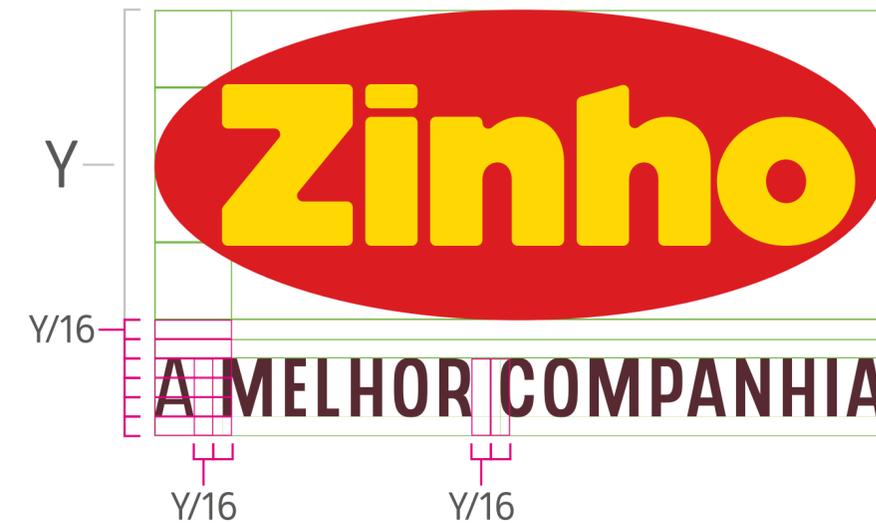


O módulo X se constrói a partir da metade da altura da tipografia "O".

As proporções do logo servem para demonstrar a construção correta do logotipo e evitar distorções no processo de aplicação do logotipo.

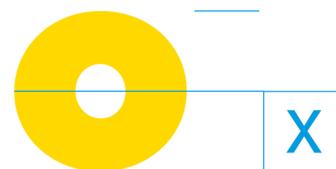


O módulo X se constrói a partir da metade da altura da tipografia "O".



O módulo Y se constrói a partir da altura do LOGOTIPO.

As proporções do logo servem para demonstrar a construção correta do logotipo e evitar distorções no processo de aplicação do logotipo.

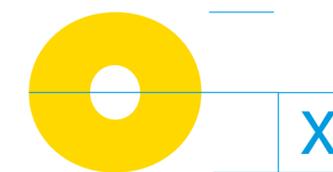
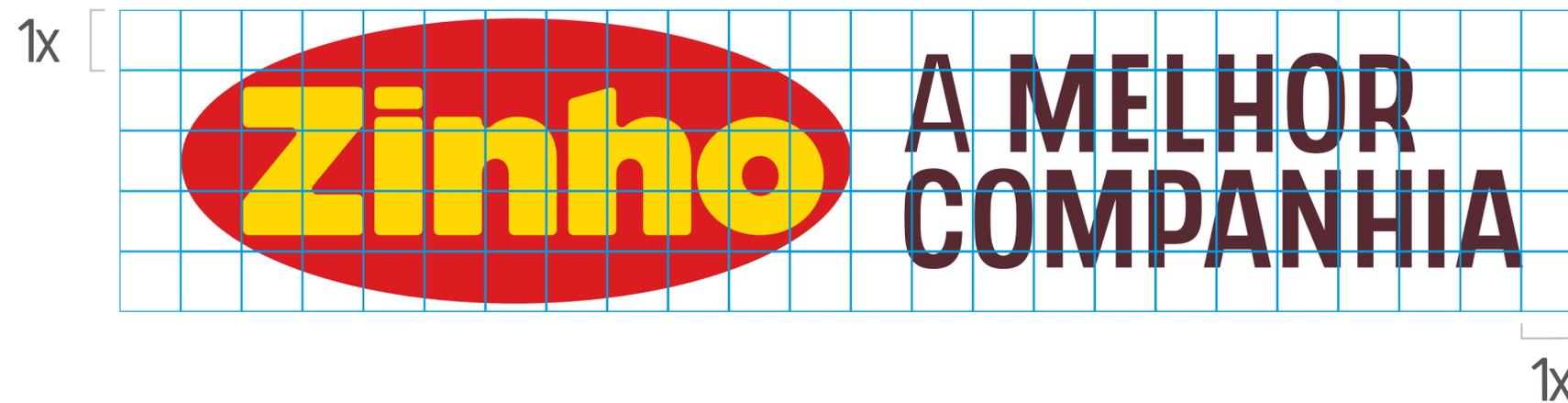


O módulo X se constrói a partir da metade da altura da tipografia "O".



O módulo Y se constrói a partir da altura do LOGOTIPO.

As proporções do logo servem para demonstrar a construção correta do logotipo e evitar distorções no processo de aplicação do logotipo.

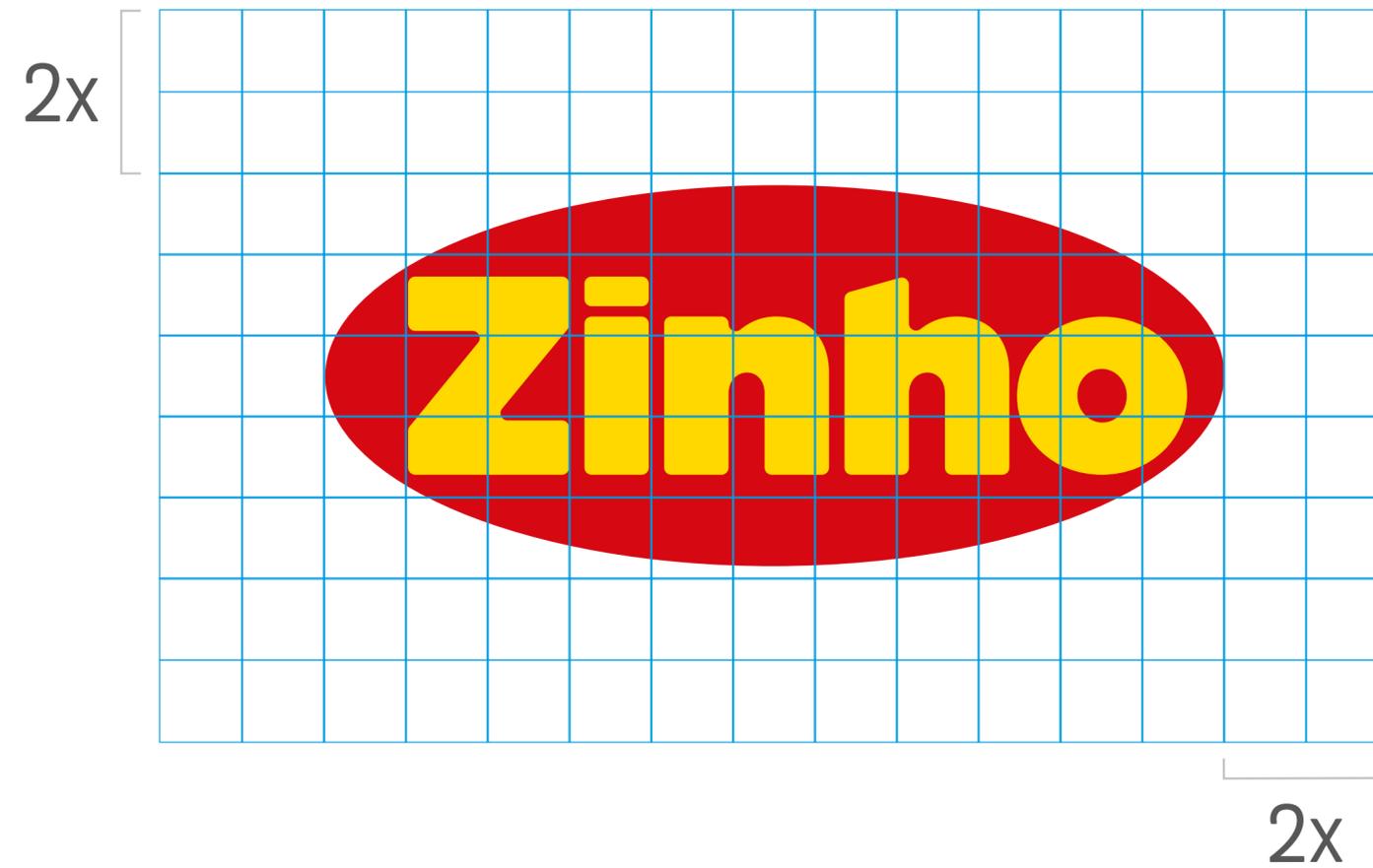


O módulo X se constrói a partir da metade da altura da tipografia "O".



O módulo Y se constrói a partir da altura do LOGOTIPO.

As proporções do logo servem para demonstrar a construção correta do logotipo e evitar distorções no processo de aplicação do logotipo.



A área de segurança busca preservar a integridade do logotipo, visando evitar a confusão visual ao redor do mesmo.



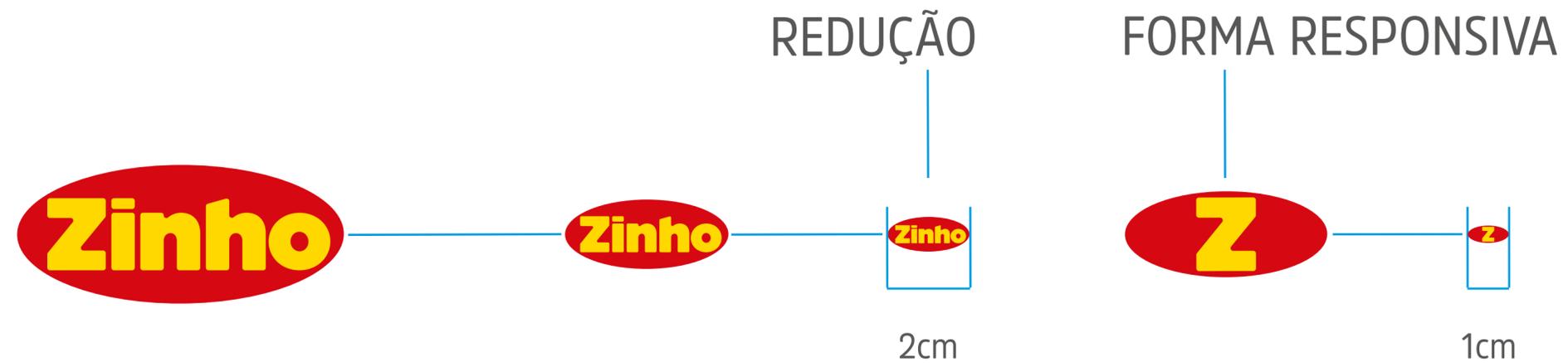
A área de segurança busca preservar a integridade do logotipo, visando evitar a confusão visual ao redor do mesmo.



A área de segurança busca preservar a integridade do logotipo, visando evitar a confusão visual ao redor do mesmo.



A área de segurança busca preservar a integridade do logotipo, visando evitar a confusão visual ao redor do mesmo.



Para preservar a legibilidade, a redução mínima recomendada é de 2cm de largura para materiais impressos e a forma responsiva para materiais web de visualização reduzida (Ex.: favicon).



Para preservar a legibilidade, a redução mínima recomendada é de 2cm de largura para materiais impressos e a forma responsiva para materiais web de visualização reduzida (Ex.: favicon).



Para preservar a legibilidade, a redução mínima recomendada é de 3cm de largura para materiais impressos e a forma responsiva para materiais web de visualização reduzida (Ex.: favicon).



Para preservar a legibilidade, a redução mínima recomendada é de 6cm de largura para materiais impressos e a forma responsiva para materiais web de visualização reduzida (Ex.: favicon).



O uso das alternativas do logotipo deve ocorrer quando existirem limitações técnicas para a aplicação na versão policromática.



O uso das alternativas do logotipo deve ocorrer quando existirem limitações técnicas para a aplicação na versão policromática.



O uso das alternativas do logotipo deve ocorrer quando existirem limitações técnicas para a aplicação na versão policromática.

# NORMAS / Uso Indevido do Logotipo



Não aplicar a marca em fundos não contrastante com o logotipo



Não trocar a tipografia



Não comprimir, esticar, ou alterar características do logotipo



Não alterar as cores do logotipo por cores não listadas no manual



Não inclinar a marca a não ser em casos excepcionais



Não aplicar o logotipo sem a devida proteção em fundos sem contraste ou com muitos elementos

# NORMAS / Uso Indevido do Logotipo



Não aplicar a marca em fundos não contrastante com o logotipo



Não trocar a tipografia



Não comprimir, esticar, ou alterar características do logotipo



Não alterar as cores do logotipo por cores não listadas no manual



Não inclinar a marca a não ser em casos excepcionais



Não aplicar o logotipo sem a devida proteção em fundos sem contraste ou com muitos elementos

# NORMAS / Uso Indevido do Logotipo



Não aplicar a marca em fundos não contrastante com o logotipo



Não trocar a tipografia



Não comprimir, esticar, ou alterar características do logotipo



Não alterar as cores do logotipo por cores não listadas no manual



Não inclinar a marca a não ser em casos excepcionais



Não aplicar o logotipo sem a devida proteção em fundos sem contraste ou com muitos elementos

# NORMAS / Uso Indevido do Logotipo



Não aplicar a marca em fundos não contrastante com o logotipo



Não trocar a tipografia



Não comprimir, esticar, ou alterar características do logotipo



Não alterar as cores do logotipo por cores não listadas no manual



Não inclinar a marca a não ser em casos excepcionais



Não aplicar o logotipo sem a devida proteção em fundos sem contraste ou com muitos elementos

# IDENTIDADE GRÁFICA / Cores complementares

C29 M100 Y100 K36 R134 G23 B8 PANTONE 7624 C PANTONE 7624 U	C4 M28 Y79 K0 R243 G189 B72 PANTONE 142 C PANTONE 142 U	C6 M15 Y35 K0 R242 G218 B178 PANTONE 7506 C PANTONE 7506 U	C78 M35 Y0 K0 R39 G138 B202 PANTONE 7689 C PANTONE 7689 U	C14 M85 Y27 K4 R204 G51 B98 PANTONE 7635 C PANTONE 7635 U
--	--	---	--	--

Essas complementares que compõem a paleta podem ser utilizadas como base para criação de materiais de comunicação.

Obs.: Deve-se explorar predominantemente o amarelo.

## **GOTHAM ULTRA**

**abcdefghijklmnopqrstuvxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

Fonte base do logotipo, com personalizações para se adequar o conceito da marca.

---

## **CHEDROS FAMILY**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

Fonte Complementar para títulos e subtítulos

---

## **AmsiPRO FAMILY**

**abcdefghijklmnopqrstuvxyz**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

Fonte Complementar para títulos e subtítulos e demais textos institucionais.



## CORAÇÃO

Simboliza a conexão emocional que temos com nossos clientes. Um coração pode ser utilizado para transmitir sentimentos de cuidado, confiança e pertencimento.



## SORRISO

Forma quaternária da marca e deve ser aplicação em materiais em : É o reflexo da satisfação e alegria que nossos produtos trazem aos clientes. Um sorriso pode ser incorporado em nosso branding para transmitir calor, hospitalidade e felicidade.



## PÃO:

É mais do que apenas um alimento; é um símbolo de nutrição, conforto e comunidade. Evoca o cuidado artesanal que dedicamos a cada produto que oferecemos.



## FOGO

O calor intenso envolvido no processo de produção, mas também a energia e a inovação que impulsionam nosso trabalho.



## TRIGO

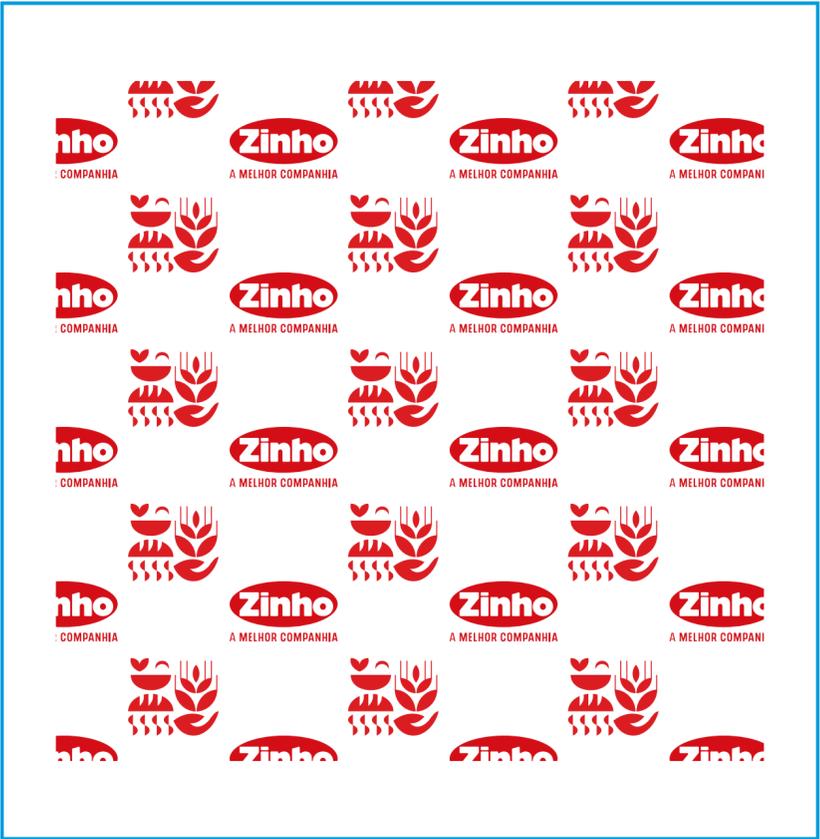
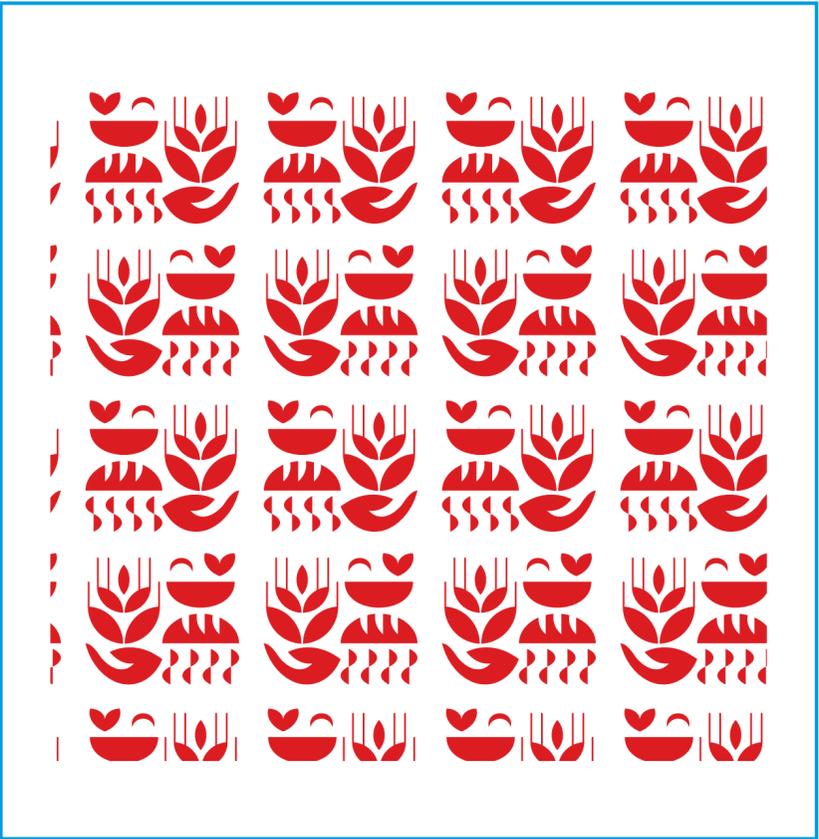
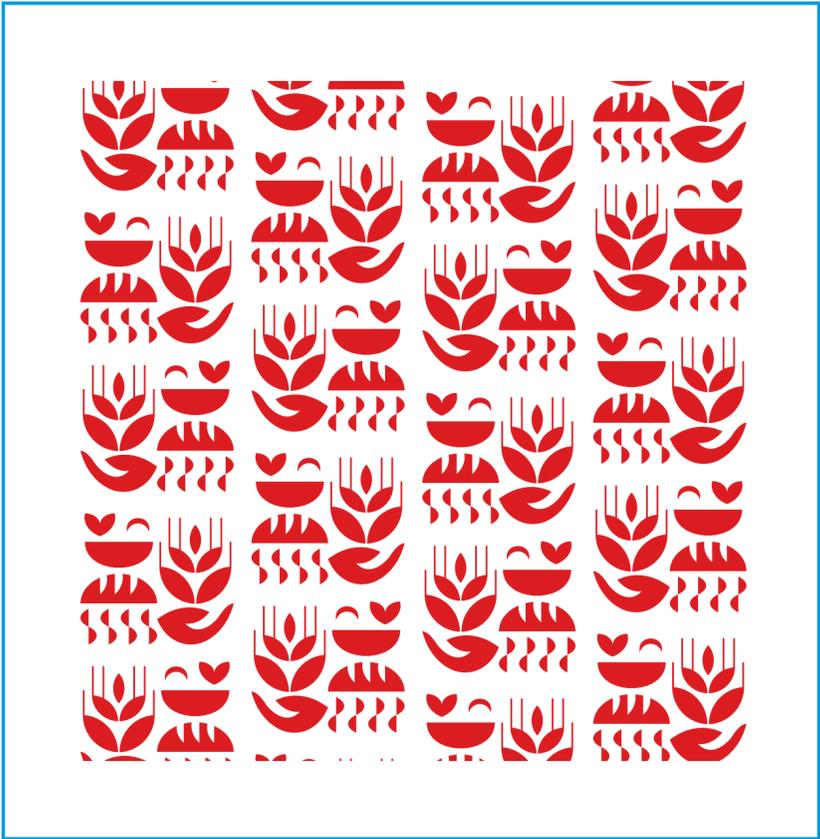
O trigo é o ponto de partida, a raiz da nossa indústria. Sua representação visual transmite autenticidade, origem e qualidade.



## MÃOS

Símbolo da habilidade artesanal que dedicamos à produção dos pães. O toque humano em cada etapa do processo, desde a seleção dos ingredientes até a entrega final.

# IDENTIDADE GRÁFICA / Malha



# APLICAÇÕES



# APLICAÇÕES

Ex.: CAPA DE MANUAL INTERNO



# APLICAÇÕES

Ex.: IMPRESSO LINHA DE PRODUTOS



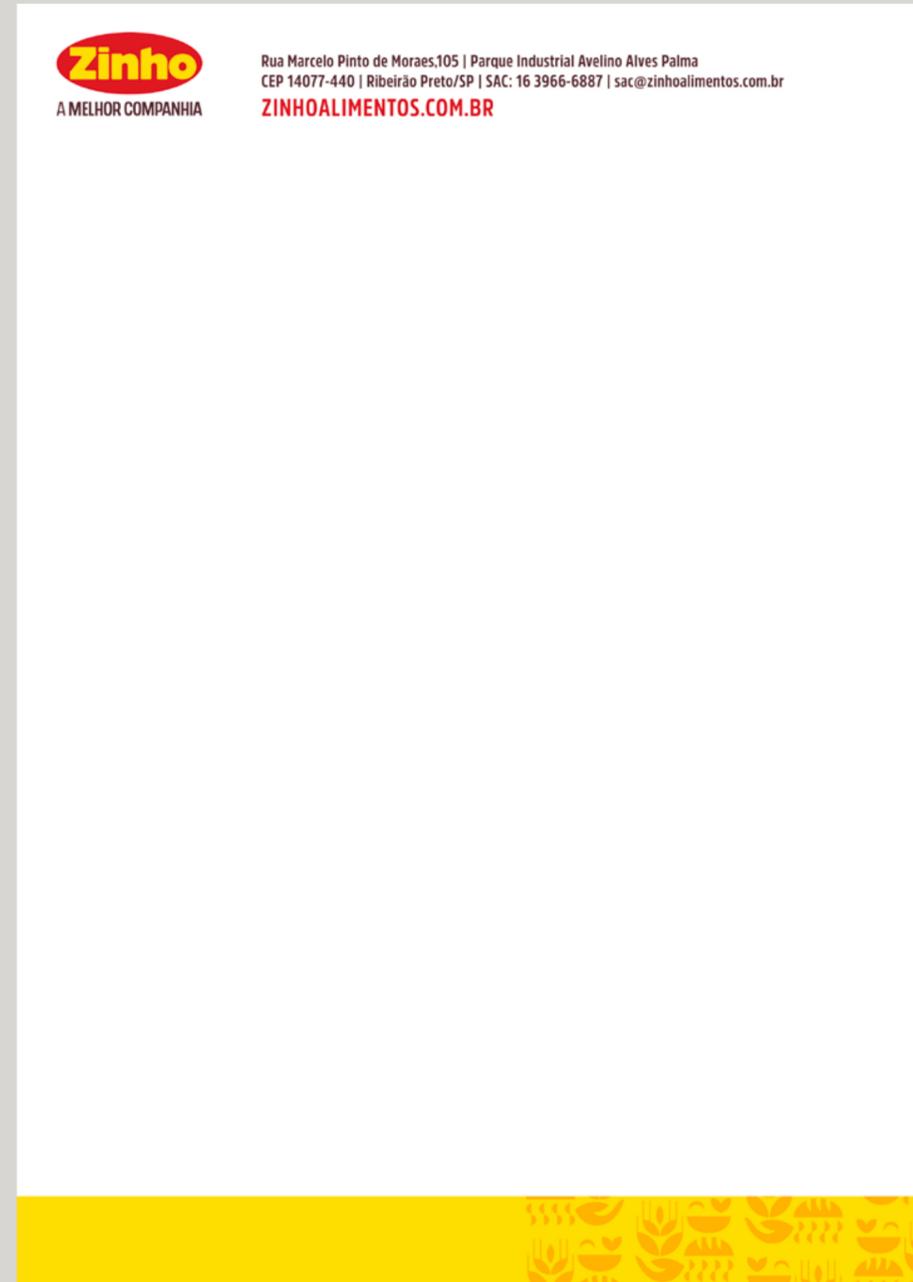
# APLICAÇÕES

Ex.: IMPRESSO LINHA DE PRODUTOS



# APLICAÇÕES

Ex.: PAPEL TIMBRADO



Ex.: MALHA



# APLICAÇÕES

Ex.: BARRA DE ASSINATURA



# APLICAÇÕES

Ex.: PÁGINA DE SLIDE



# APLICAÇÕES

Ex.: ASSINATURA EM IMAGEM





**Zinho**