



LIFE
natura
@night

Kit de normas

JUNHO 2022

Identidade gráfica

A identidade, composta por símbolo e lettering, com representação em duas versões: principal e secundária.

A versão secundária deverá ser utilizada em situações em que não é possível usar a versão principal.



Margens de segurança

Para preservar sempre uma leitura correcta do logótipo, foi desenvolvida uma margem de proteção de modo a garantir a visibilidade, o equilíbrio e a integridade da marca, mantendo-a isolada dos elementos circundantes.

A área mínima de segurança deverá ser sempre respeitada em qualquer aplicação e aumentada sempre que possível.

Catet ium quam, oditia di officim et repro mo moditatibus am culparum explaci magnis dollanis cuptatur, saniam volut quam aut alibuscient. Sedia con nonecto il excerna tibusam raeria simus et vel ipsae nectiorum aspiderfere eum niscipsus sinciderit, sin con cusam quibus, iliqui doluptiunt eveliqui blabore volorep ereptamus enti od qui ati venuta ad maximai osaut magnien dentotasit que sitatum nimillabo. Nemposerum re voluptaccaborro dipid ut corerit quo deniet quis equis mincivoluta si ut poriat bis dolorunti odit qui deneste veror- soluptaque sincien issitaquate enetum verro delliatur re, undit, ius es et officid eictotaeped quisci commod ex estio et evendel ent fugiae preiust ulluptat aut acessen dipictur repudisquo voluptatibus dolore consent harume natatet autemporum quos aut et, sed que eum renatibus doluptiis



Quando conjugado com outros logótipos, devem ser respeitadas as margens e proporções exemplificadas.



Reduções máximas do logótipo

É permitida a utilização da marca em diferentes tamanhos. No entanto, devem ser respeitadas dimensões mínimas, garantindo a legibilidade da marca em qualquer aplicação.

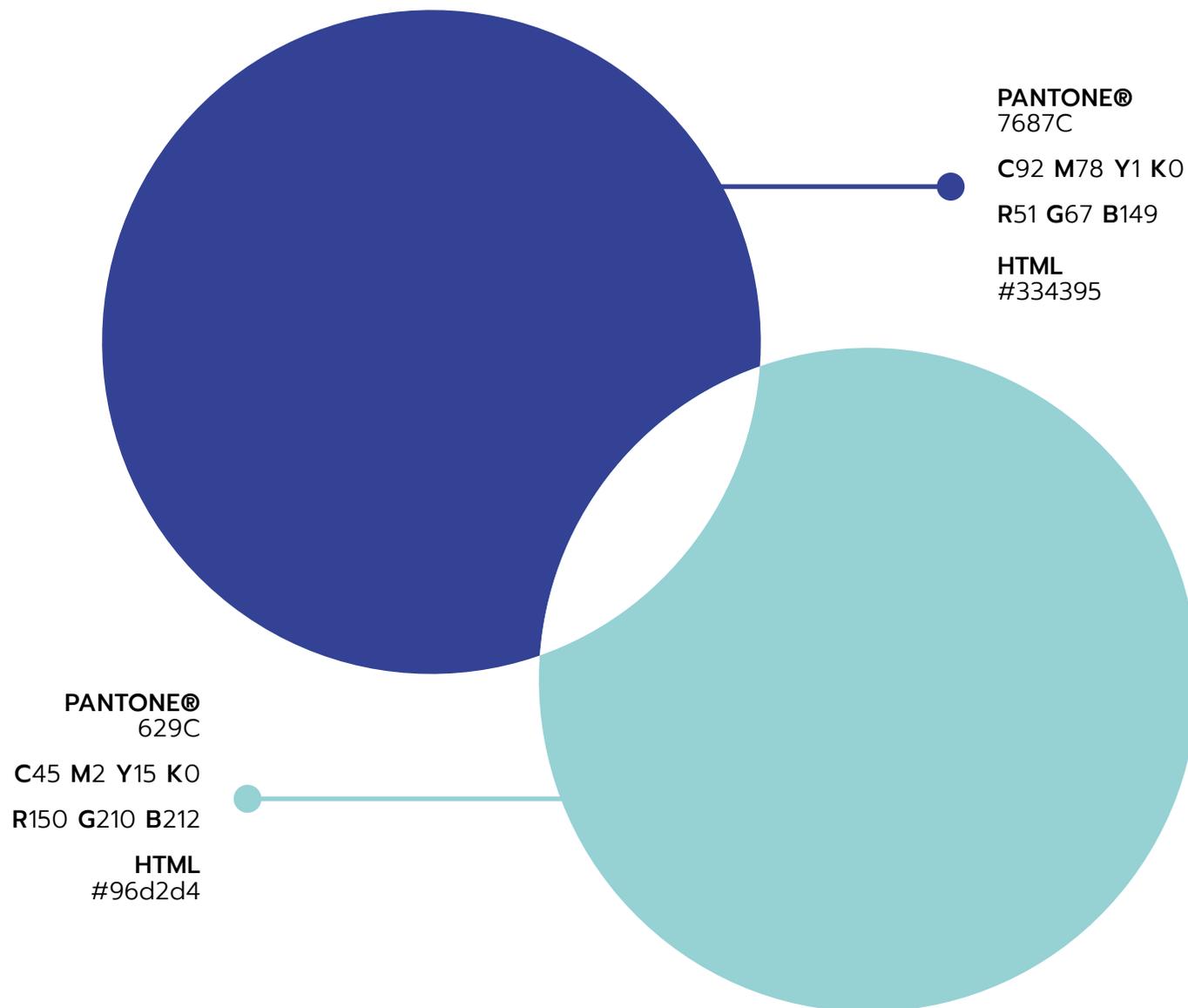
Em caso de redução extrema, é sempre aconselhável usar a versão a 1 cor.



Cores Institucionais

A matriz cromática é tão importante como os restantes elementos da marca. Por isso, de forma a manter a integridade da mesma, estas devem ser representadas o mais fielmente possível, respeitando as referências abaixo para reprodução nos variados sistemas de cor.

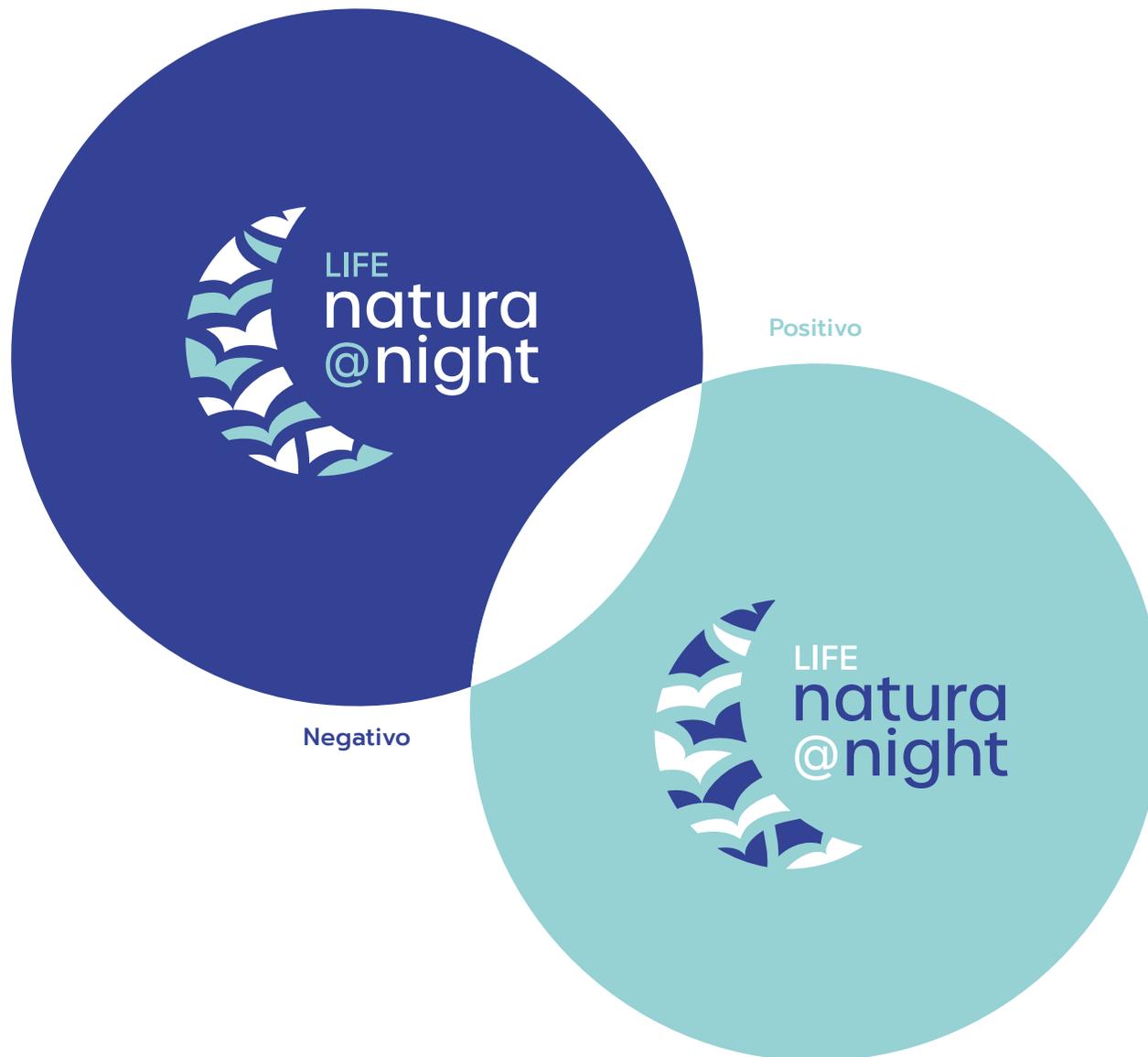
É fundamental manter a integridade das mesmas, respeitando inequivocamente as referências abaixo para reprodução nos diversos sistemas de cor.



Comportamentos cromáticos

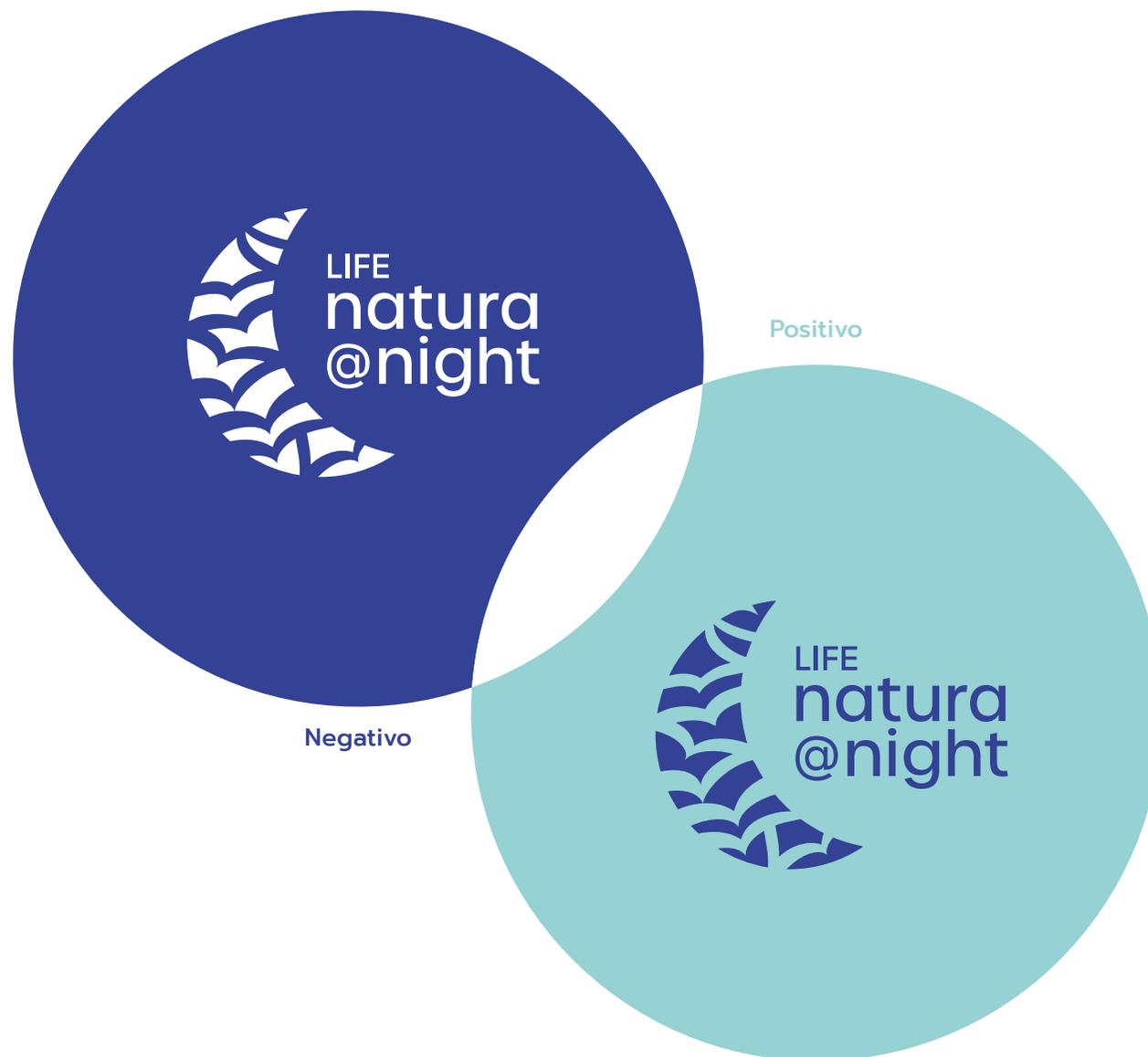
Para que a marca mantenha sempre elevada legibilidade, foram criados comportamentos possíveis da identidade sobre os fundos das cores institucionais, a positivo e a negativo.

Estas aplicações deverão ser reproduzidas exclusivamente conforme indicado na comunicação institucional da marca.



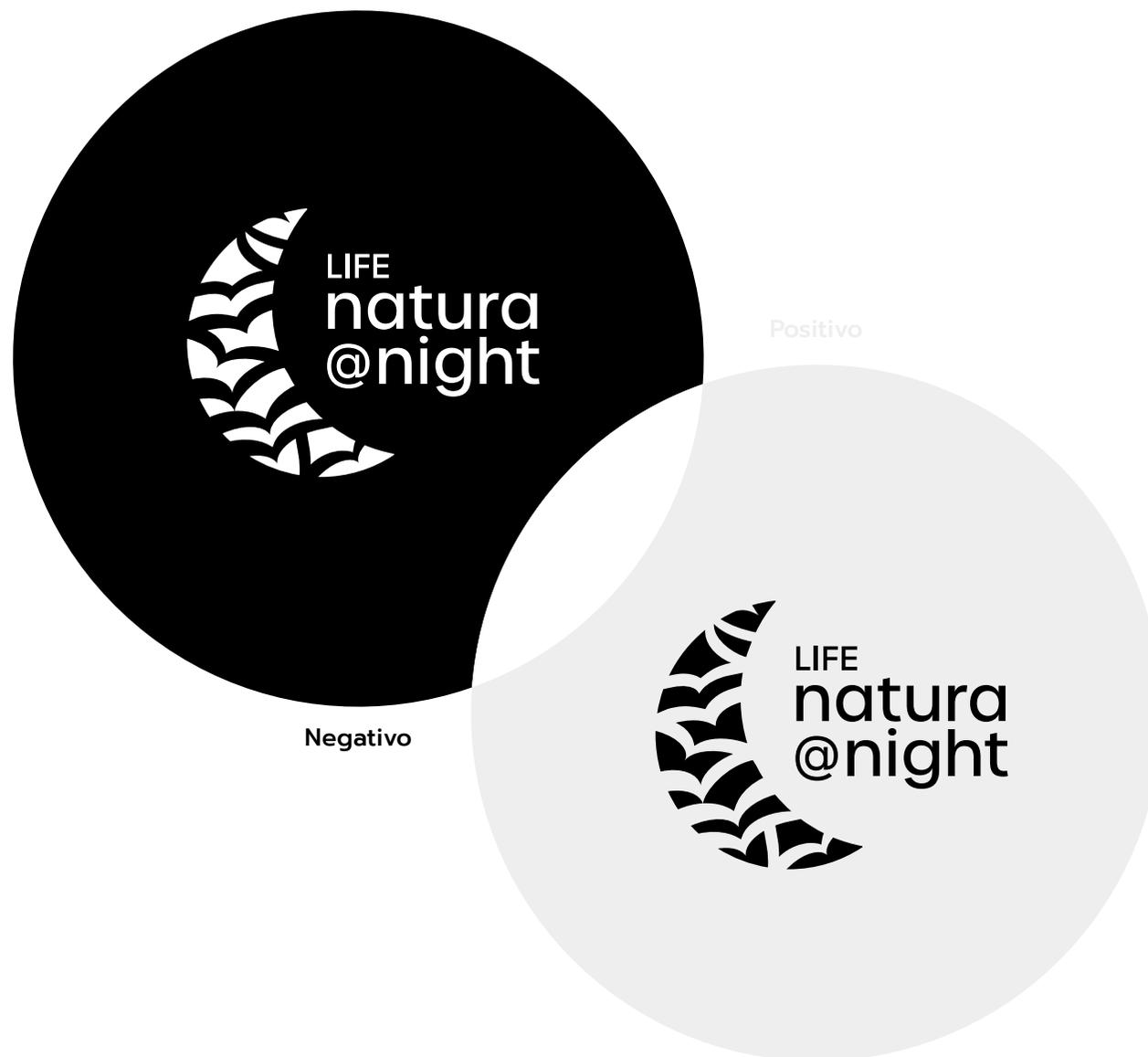
Versão a 1 cor

O logótipo deverá ser apresentado na sua versão a uma cor sempre que não seja possível reproduzi-lo nas cores originais.



Versão alto-contraste

Quando não for possível aplicar o logótipo a cores, deverá ser aplicada a versão alto-contraste.



Comportamento sobre fundos fotográficos

Em fundos fotográficos o logótipo deve apresentar-se na sua cor oficial ou nas versões de alto-contraste.

Em ambas as abordagens, a leitura da Identidade visual e do símbolo deverá ser assegurada.



Tipografia principal

A tipografia é um elemento importante da identidade, contribuindo para o reconhecimento imediato da marca.

A fonte **Prompt** é a fonte principal e quando utilizada nos seus diversos pesos, confere um visual coerente a todas as peças de comunicação da marca.

Esta fonte deve ser usada em todos os suportes de comunicação (impresso ou digital) em *headlines*, *subheadlines* e *bodycopies*.

Aa

Prompt Black

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#\$%&/'()*=?***

Aa **Prompt Bold**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#\$%&/'()*=?*

Aa Prompt Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#\$%&/'()*=?*

Aa **Prompt Semibold**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#\$%&/'()*=?*

Aa Prompt Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#\$%&/'()*=?*

Aa **Prompt Medium**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#\$%&/'()*=?*

Aa Prompt Extra Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#\$%&/'()*=?*

Universo gráfico da marca

O logótipo é enquadrado num universo visualmente rico que permite uma enorme diversidade aplicações, utilizando secções do símbolo em diferentes escalas.

Este universo serve como contexto unificador de todas as peças e meios de comunicação da marca, desde a menor à maior escala, em suporte impresso, digital ou audiovisual.



Exemplo de comunicação

A linha gráfica expressa o carácter e a personalidade da marca.

À direita está um exemplo de como poderiam ser aplicados os elementos gráficos. Pretende-se um layout clean, simples e objetivo, com headlines e bodycopies curtos e a aplicação de elementos estritamente necessários.





COFINANCIAMENTO



COORDENAÇÃO



PARCEIROS



GOVERNO
DOS AÇORES



www.naturaatnight.spea.pt