



melnick

**Guia de Marca
2022**

Bem-vindo

Este guia apresenta os elementos da identidade visual da Melnick, levando em consideração a construção da marca e suas aplicações em diferentes formatos.

As regras contidas nesse documento devem ser seguidas conforme mostrado nos exemplos. Em caso de dúvidas, entrar em contato com o departamento de marketing.

Manual interino

80%

Evolução da Marca

Vivemos em um mundo em constante transformação e as empresas acompanham essas mudanças ao longo dos anos. A evolução da marca Melnick obedece a esta tendência de se reposicionar visualmente, de estar à frente do seu tempo em busca de novos desafios.

A empresa manteve uma uniformidade na sequência das cores, alterando com mais ênfase as formas e a tipografia.



1970



1991



2008



2013



2018



2020

Marca

A nova marca da Melnick reflete a energia da empresa. O Sol remete às origens da marca, e a tipologia, com cantos arredondados, dá um tom atual e acolhedor.

The logo for Melnick features a stylized orange sun icon above the letter 'm', followed by the word 'melnick' in a dark blue, rounded, lowercase sans-serif typeface.

melnick

Área de arejamento

A área de arejamento é o espaço mínimo entre a marca e outras informações presentes na comunicação. Ela serve para garantir a integridade e legibilidade da marca.

Altura de X



Redução mínima

melnick
15 mm
impresso

melnick
60 px
digital

Observar documento com 100% de zoom (digital) e impresso.

Marca monocromática

Versões positivas:

Principal: 100% Black

Cmyk: 100 72 30 63 | Pantone: 7463C



melnick



melnick



melnick

Secundária: 65% Black
[Produtos de alto padrão]



melnick

Versão negativa:

Marca

Fundo colorido

Cores primárias



melnick



melnick

Marca

Fundo colorido

Sol amarelo - Cores primárias

Fundo colorido

Sol amarelo - Cores secundárias



melnick



melnick



melnick

Não aplicar

É fundamental que a marca seja aplicada de forma consistente para assegurar sua visibilidade na comunicação, garantindo sua personalidade e força.

Ao lado, alguns exemplos de usos incorretos da marca.



⊗ Não alterar os elementos da marca.



⊗ Não alterar as cores da marca.



⊗ Não alterar a tipografia da marca.



⊗ Não rotacionar a marca.



⊗ Não alterar a posição dos elementos da marca.



⊗ Não alterar os respiros da marca.



⊗ Não distorcer a marca.



⊗ Não aplicar efeitos na marca.



⊗ Não remover elementos da marca.

Marca

Com tagline



Área de arejamento

A área de arejamento é o espaço mínimo entre a marca e outras informações presentes na comunicação. Ela serve para garantir a integridade e legibilidade da marca.

Altura de X



Redução mínima



20 mm
impresso



100 px
digital

Observar documento com 100% de zoom (digital) e impresso.

Marca monocromática

Versões positivas:

Principal: 100% Black

Cmyk: 100 72 30 63 | Pantone: 7463C

melnick
Muito mais que morar

melnick
Muito mais que morar

Secundária: 65% Black
[Produtos de alto padrão]

melnick
Muito mais que morar

Versão negativa:

melnick
Muito mais que morar

Marca

Fundo colorido

Cores primárias



melnick
Muito mais que morar



melnick
Muito mais que morar

Marca

Fundo colorido

Sol amarelo - Cores primárias

Fundo colorido

Sol amarelo - Cores secundárias



melnick
Muito mais que morar



melnick
Muito mais que morar



melnick
Muito mais que morar

Grafismo

O elemento **m** pode ser utilizado de maneira isolada para compor peças gráficas dentro do universo visual da Melnick. Deve ser aplicado preenchido ou apenas com as linhas do contorno.

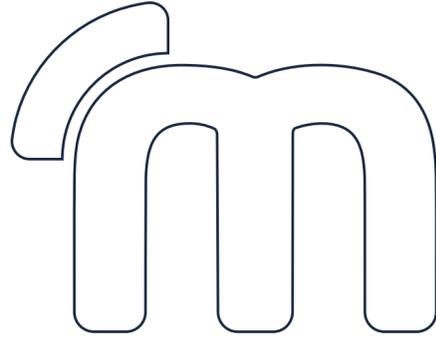
Tem um papel importante, ajudando a consolidar formas e cores da identidade da Melnick.

Ao lado, exemplos de usos dos elementos gráficos.

Versão principal:



Versão outline:



Versão positiva:



Versão negativa:



Não aplicar

É fundamental que a marca seja aplicada de forma consistente para assegurar sua visibilidade na comunicação, garantindo sua personalidade e força.

Ao lado, alguns exemplos de usos incorretos da marca.



⊗ Não alterar os elementos da marca.



⊗ Não alterar as cores da marca.



⊗ Não alterar a tipografia da marca.



⊗ Não rotacionar a marca.



⊗ Não alterar a posição dos elementos da marca.



⊗ Não altear os respiros da marca bem como o tamanho da frase.



⊗ Não distorcer a marca.



⊗ Não aplicar efeitos na marca.



⊗ Nunca remover elementos da marca.

Submarca

Urbanizadora
Opção 1



melnick
Urbanizadora



(APROVAR A PARTIR DO ARQUIVO DE APRESENTAÇÃO COM AS DEFESAS)

Marca

+ Arcadia Urbanismo

Ambas informações principais dos logos (Even e Arcadia) devem estar na mesma proporção, respeitando o espaçamento indicado entre eles e alinhando pela base.



(APROVAR A PARTIR DO ARQUIVO DE APRESENTAÇÃO COM AS DEFESAS)

Submarca

Urbanizadora
Opção 2



melnick
Urbanizadora



(APROVAR A PARTIR DO ARQUIVO DE APRESENTAÇÃO COM AS DEFESAS)

Marca

+ Arcadia Urbanismo

Ambas informações principais dos logos (Even e Arcadia) devem estar na mesma proporção, respeitando o espaçamento indicado entre eles e alinhando pela base.



(APROVAR A PARTIR DO ARQUIVO DE APRESENTAÇÃO COM AS DEFESAS)

Primárias

Cores

**AZUL
MELNICK**

RGB 0 37 65
DIGITAL #002541

CMYK 100 72 30 63
PANTONE 7463C

**AMARELO
MELNICK**

RGB 248 166 62
DIGITAL #F8A63E

CMYK 0 40 86 0
PANTONE 137C

80%

20%

Secundárias

**CINZA
CLARO**

RGB 124 124 124
DIGITAL #7C7C7C

CMYK 0 0 0 65
PANTONE Cool Gray 7C

**CINZA
ESCURO**

RGB 74 74 74
DIGITAL #4A4A4A

CMYK 0 0 0 85
PANTONE Cool Gray 11C

**VERDE
EVEN**

RGB 0 101 107
DIGITAL #00656B

CMYK 85 0 30 55
PANTONE 323C

AZUL

RGB 83 183 232
DIGITAL #53B7E8

CMYK 60 10 0 0
PANTONE 305C

AMARELO

RGB 253 186 99
DIGITAL #FDBA63

CMYK 0 30 70 0
PANTONE 1355C

Tipografia

Para as comunicações externas e peças gráficas, recomenda-se o uso da fonte TT Norms Pro nos pesos Regular e Bold. Dê preferência para o uso em Bold para títulos de peças e o Regular para textos corridos.

Institucional TT Norms Pro

TT Norms Pro Bold

AaBbCc

TT Norms Pro Regular

AaBbCc

TT Norms Pro Light

AaBbCc

TT Norms Pro Bold

123

TT Norms Pro Regular

123

TT Norms Pro Light

123

Texto legal DIN Condensed Regular

Tamanho mínimo: 5,5 pt

AaBbCc123

Sistema Arial

Arial Bold

AaBbCc123

Arial Bold Italic

AaBbCc123

Arial Regular

AaBbCc123

Arial Italic

AaBbCc123

Background

Na identidade, pode-se usar texturas, sempre remetendo a temas relacionados à marca.



melnick
Muito mais que morar

Texturas

Ao lado, podemos encontrar exemplos de texturas utilizadas relacionadas à marca.



Não aplicar

Ao lado, alguns exemplos de usos incorretos de texturas.



❌ Evitar texturas com detalhes em branco ou muito pequenos.



❌ Não aplicar em texturas com muitas cores.



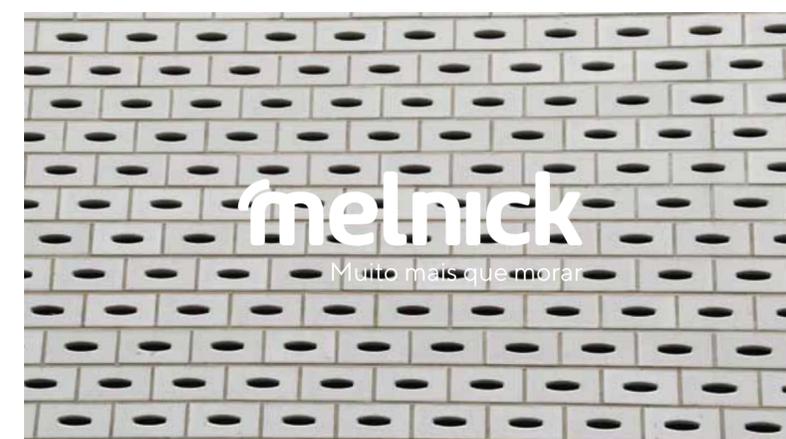
❌ Não fugir dos temas das texturas do universo da marca.



❌ Não utilizar imagens de construção sem acabamento.



❌ Não utilizar texturas brancas.



❌ Não utilizar texturas que não permitam contraste com a marca.

Pasta



PASTA PARA CLIENTE - 01 BOLSAS

Aberto: 47,7 x 41,5 cm | Fechado: 22,5 x 31,5 cm

4 x 4 | Faca especial | Dobras e cola | Papel Supremo Alta Alvura 300 g

Laminação fosca frente e verso



PASTA PARA CLIENTE - 02 BOLSAS

Aberto: 50,4 x 41,5 cm | Fechado: 22,5 x 31,5 cm

4 x 4 | Faca especial | Dobras e cola | Papel Supremo Alta Alvura 300 g

Laminação fosca frente e verso

Envelope A4



ENVELOPE A4 CLIENTES

Aberto: 53,5 x 42,5 cm | Fechado: 26 x 36 cm
4 x 0 | Faca especial | Dobras e cola | Papel Offset 180 g

ENVELOPE A4 INSTITUCIONAL

Aberto: 53,5 x 42,5 cm | Fechado: 26 x 36 cm
4 x 0 | Faca especial | Dobras e cola | Papel Offset 180 g

Envelope carta



ENVELOPE CARTA CLIENTES

Aberto: 26,11 x 25,9 cm | Fechado: 23 x 10,8 cm

4 x 0 | Faca especial | Dobras e cola | Papel Offset 180 g



ENVELOPE CARTA INSTITUCIONAL

Aberto: 26 x 26 cm | Fechado: 23 x 10,8 cm

4 x 0 | Faca especial | Dobras e cola | Papel Offset 180 g

Papel timbrado



PAPEL TIMBRADO | CLIENTE | A4
4 x 0 | Papel Sulfito 75 g/m²



PAPEL TIMBRADO | INTERNO | A4
4 x 0 | Papel Sulfito 75 g/m²

Cartão de visita



CARTÃO DE VISITA IMPRESSO | 9 x 5 cm
2 x 2 | Papel Duo Design (FSC) 300 g | Laminação fosca Soft Touch
Verniz relevo localizado - assinatura (Muito mais que morar) | Refile simples



CARTÃO DE VISITA VIRTUAL
390 x 750 px

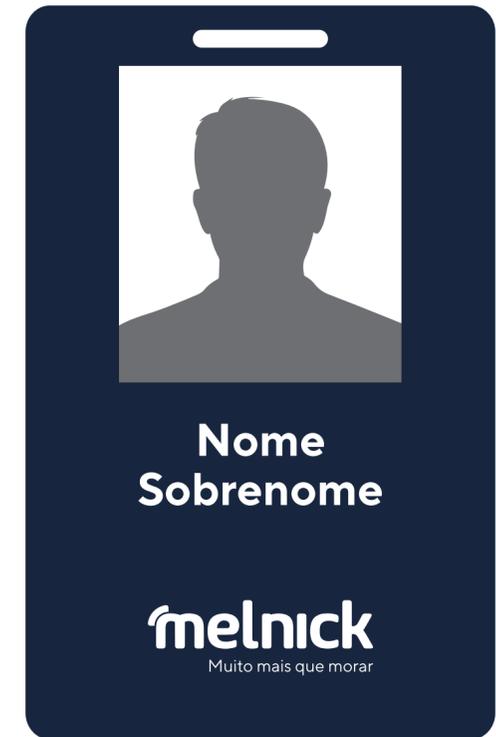
Crachá



CORDÃO ACETINADO | 1,5 cm



ROLLER CLIP | 3,1x4,3 cm
Medidas de gravação (Cx D): 2 x 2 cm



CRACHÁ | 5,45x8,6 cm

Assinatura de e-mail

As assinaturas de e-mail foram padronizadas e devem ser seguidas conforme apresentado. Será informada a área do colaborador e não cargo, ficando o colaborador autorizado a alterar nome e números de telefone, conforme necessidade.

Nome Sobrenome

T. 55 11 0000 0000
C. 55 11 0 0000 0000



CARGO

R. Carlos Trein Filho, 551, Auxiliadora
Porto Alegre | Brasil | CEP 90450 120



Escritório



PLACA SALA DE REUNIÃO | 17x7 cm
ADESIVO RAMAIS | 7x2 cm



CANETA | LÁPIS

Garrafa e copo



GARRAFA D'AGUA



COPO DE CAFÉ

Digital



TEMPLATES PARA APRESENTAÇÃO

FORMATO: 1920 x 1080 px

Arquivo completo disponibilizado via AutoDoc e intranet aos colaboradores.



FUNDO DE TELA

FORMATO 1: 1920 x 1080 px | FORMATO 2: 5334 x 4267 px

Tagline

O uso em destaque da tagline pode ser aplicado em peças em que a marca esteja presente. Sua utilização reforça o ideal da Melnick em sua atuação.

Muito
mais que
morar.

**Muito
mais que
morar.**

Muito
mais que
morar.

Muito
mais
que
morar.

**Muito
mais
que
morar.**

Muito
mais
que
morar.

Marca

+ Selo padrão de qualidade

‘melnick
Muito mais que morar



Marca

+ I love POA



Este Guia de Marca apresenta os diversos aspectos da personalidade da Melnick. O Guia de Marca foi desenvolvido para visualização na tela do computador, podendo apresentar variações de cores e formatos quando impresso.

Outubro, 2020

melnick

melnick

melnick

melnick

RGB
0 37 65
DIGITAL
*002541
CMYK
100 72 30 63
PANTONE
7463C

RGB
0 101 107
DIGITAL
*00656B
CMYK
85 0 30 55
PANTONE
323C

RGB
248 166 62
DIGITAL
*F8A63E
CMYK
0 40 86 0
PANTONE
137C

RGB
83 183 232
DIGITAL
*53B7E8
CMYK
60 10 0 0
PANTONE
305C

RGB
124 124 124
DIGITAL
*7C7C7C
CMYK
0 0 0 65
PANTONE
Cool Gray 7C

RGB
74 74 74
DIGITAL
*4A4A4A
CMYK
0 0 0 85
PANTONE
Cool Gray 11C

RGB
50 188 173
DIGITAL
*32BCAD
CMYK
70 0 40 0
PANTONE
3258C

RGB
240 129 85
DIGITAL
*F08155
CMYK
0 60 65 0
PANTONE
7578C

RGB
109 104 175
DIGITAL
*6D68AF
CMYK
65 65 0 0
PANTONE
7676C

RGB
253 186 99
DIGITAL
*FDBA63
CMYK
0 30 70 0
PANTONE
1355C

Variações da marca

Cores institucionais

Cores secundárias

Área de arejamento

Altura de X



Redução mínima

melnick

melnick

15 mm
impresso

60 px
digital

Observar documento com 100%
de zoom (digital) e impresso.

Tipografia

TT Norms Pro

TT Norms Pro Bold

Aa

TT Norms Pro Regular

Aa

TT Norms Pro Light

Aa

Sistema Arial

Arial Bold

Aa

Arial Bold Italic

Aa

Arial Regular

Aa

Arial Italic

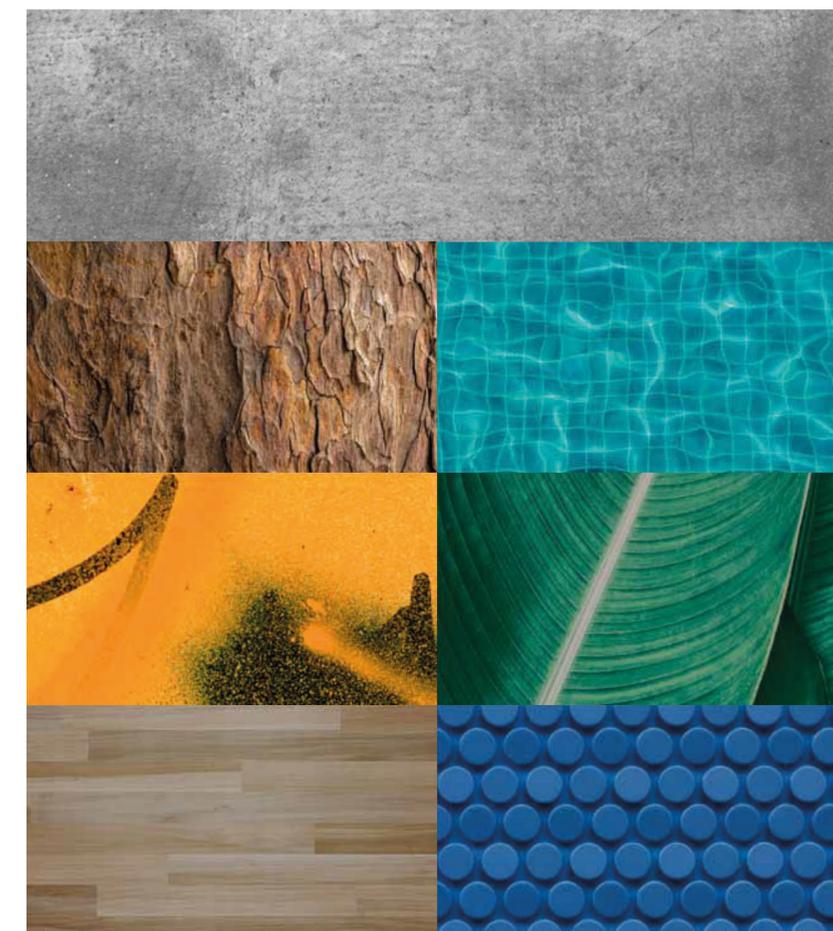
Aa

Texto legal

DIN Condensed Light
Tamanho mínimo: 5,5 pt

Aa

Texturas





RGB
0 37 65

DIGITAL
*002541

CMYK
100 72 30 63

PANTONE
7463C

RGB
0 101 107

DIGITAL
*00656B

CMYK
85 0 30 55

PANTONE
323C

RGB
248 166 62

DIGITAL
*F8A63E

CMYK
0 40 86 0

PANTONE
137C

RGB
83 183 232

DIGITAL
*53B7E8

CMYK
60 10 0 0

PANTONE
305C

RGB
124 124 124

DIGITAL
*7C7C7C

CMYK
0 0 0 65

PANTONE
Cool Gray 7C

RGB
74 74 74

DIGITAL
*4A4A4A

CMYK
0 0 0 85

PANTONE
Cool Gray 11C

RGB
50 188 173

DIGITAL
*32BCAD

CMYK
70 0 40 0

PANTONE
3258C

RGB
240 129 85

DIGITAL
*F08155

CMYK
0 60 65 0

PANTONE
7578C

RGB
109 104 175

DIGITAL
*6D68AF

CMYK
65 65 0 0

PANTONE
7676C

RGB
253 186 99

DIGITAL
*FDBA63

CMYK
0 30 70 0

PANTONE
1355C

Variações da marca

Cores institucionais

Cores secundárias

Área de arejamento

Altura de X



Redução mínima



20 mm
impresso



100 px
digital

Observar documento com 100%
de zoom (digital) e impresso.

Tipografia

TT Norms Pro

TT Norms Pro Bold

Aa

TT Norms Pro Regular

Aa

TT Norms Pro Light

Aa

Sistema Arial

Arial Bold

Aa

Arial Bold Italic

Aa

Arial Regular

Aa

Arial Italic

Aa

Texto legal

DIN Condensed Light
Tamanho mínimo: 5,5 pt

Aa

Texturas

