



06

MENSAGEM

10

MARCA

28

TIPO DE LETRA

32

UTILIZAÇÃO DA MARCA

38

MARCA EM OBRA

MENSAGEM

Mensagem

Este livro é, acima de tudo, uma ferramenta de trabalho imprescindível a todos os que trabalham com a Marca S+A. Ao longo dos vários capítulos, ficará a conhecer o que representa a Marca S+A, como esta se apresenta aos públicos com que se relaciona e qual a sua identidade.

Conhecer o universo do Grupo e utilizar todos os elementos corretamente, garantirá uma comunicação mais coesa e uma imagem de marca mais forte que, não obstante a sua diversidade e dimensão, fala a uma só voz, seja qual for a empresa, serviço ou país. Obrigado por consultar este manual e por fazer parte desta grande rede.



A MARCA

A Marca

A Marca não é apenas um conjunto de cores, grafismos e tipografias. É um elemento estrutural da personalidade da Saraiva + Associados, uma peça chave da sua comunicação e um importante instrumento da sua estratégia de negócio.

O logótipo é a primeira expressão visual da nossa Marca, a sua assinatura distintiva. As manifestações da imagem da Marca são pertinentes uma vez que determinam quem somos enquanto Grupo. Uma consistente e correta utilização do logótipo, e dos restantes elementos da identidade corporativa, é crucial para o sucesso da Marca.



Marca Institucional

O logótipo pode ser representado na versão vertical e horizontal, de acordo com a melhor adequação visual. A versão horizontal deve ser sempre privilegiada em detrimento da outra. Se a versão horizontal não for adequada ou se a composição gráfica não favorecer essa representação, deve optar-se pela outra versão. O logótipo deverá ser sempre reproduzido a partir dos ficheiros originais.

saraiva+associados
ARCHITECTURE + URBAN PLANNING

VERSÃO PRINCIPAL (HORIZONTAL)

saraiva
+associados
ARCHITECTURE + URBAN PLANNING

VERSÃO SECUNDÁRIA (VERTICAL)



Símbolo

Tal como as pessoas, também as marcas têm uma personalidade que se revela naquilo em que acreditam, na forma como se apresentam e como falam, nos locais ou eventos que frequentam, no modo como trabalham e desempenham as suas atividades e nos resultados que obtêm. No caso da Saraiva + Associados, o símbolo da Marca reflete o seu posicionamento. Apesar de ser uma referência direta à Marca Institucional, o símbolo não revela caras nem nomes, pois um dos pilares principais da empresa é a união, e o resultado dessa união é a sua identidade.

S+a



Submarcas

Pensar o modelo de negócio integrado, onde a sustentabilidade e o design estão incluídos na comunicação do Grupo é a melhor forma de garantir a coesão da imagem global. Deverá ser consensual que tudo faz parte do negócio e a mais-valia de sermos um grupo empresarial está precisamente em reforçar esse posicionamento, tanto interna como externamente. Cada Empresa, Serviço e Projeto pode, ou não, ter a sua própria subimagem. No entanto, é importante que todas elas sigam os princípios do Grupo, sujeitando-se às mesmas normas de aplicação, sem se distanciarem da empresa mãe.

Cada Submarca utiliza a mesma construção da versão simplificada em conjunto com a designação da empresa/serviço prestado.

s+a interior design

s+a concept design

s+a green lab
think .act



Tamanhos Padrão

ESCALA E LEGIBILIDADE

A Marca e Submarcas são fornecidas em formato vetorial e imagem em tamanho ideal (100%). As seguintes diretrizes têm como referência peças com tamanhos até A3. Para artes finais de formato superior, a escala aumenta de forma proporcional. As orientações gráficas expostas neste capítulo aplicam-se de igual forma ao Símbolo, Submarcas e versão secundária da Marca Institucional. Em alguns casos específicos, desde que se garanta contraste na sua apresentação e que não se coloque em causa a sua legibilidade, o tamanho e a posição da Marca podem sofrer alterações (por exemplo painéis de obra). Consultar p.19.

saraiva+associados
ARCHITECTURE + URBAN PLANNING

IDEAL
(100% - tamanho fornecido)
Larg. 68,5 mm

saraiva+associados
ARCHITECTURE + URBAN PLANNING

PEQUENO (TAMANHO MÍNIMO COM ASSINATURA)
(70% do tamanho fornecido)
Larg. 53 mm

saraiva+associados
PEQUENO (SEM ASSINATURA)
(50% do tamanho fornecido)
Larg. 34,25 mm

Grelha de Construção

ÁREAS DE PROTEÇÃO

Esta relação representa a base do sistema de identidade da Marca e a sua proporção nunca deve ser alterada. Para preservar a boa leitura da Marca devem ser respeitadas margens mínimas entre esta e outros elementos gráficos. Esta área é definida por um “s” minúsculo no mesmo tipo e tamanho de letra que o logótipo principal. Para informações sobre como redimensionar corretamente o logótipo consultar a página seguinte.



Cores

O logótipo existe em duas versões a cores que devem ser utilizadas tendo em conta o fundo em que são aplicadas: a versão positiva deve ser aplicada sobre fundos claros e a versão negativa sobre fundos escuros. Tanto na versão positiva como negativa deve ser privilegiado o uso do símbolo + na cor laranja. O símbolo pode também assumir a cor preta ou branca, desde que se garanta contraste na sua apresentação e que não se coloque em causa a sua legibilidade. Não foram, portanto, definidas cores oficiais para a identidade. A única cor que se mantém é a cor institucional do Grupo, que será apenas utilizada em situações pontuais.

A Marca principal e as Submarcas devem ser sempre reproduzidas a preto ou a branco. Onde adequado, podem ser abertas sobre fundos de cor ou imagens. Consultar pp. 16-17.

CORES		PANTONE BLACK		PANTONE 158 C
		C 0 M 0 Y 0 K 100		C 0 M 61 Y 97 K 0

saraiva+associados
ARCHITECTURE + URBAN PLANNING

VERSÃO POSITIVA

saraiva+associados
ARCHITECTURE + URBAN PLANNING

VERSÃO MONOCROMÁTICA POSITIVA

saraiva+associados
ARCHITECTURE + URBAN PLANNING

VERSÃO NEGATIVA MONOCROMÁTICA NEGATIVA

saraiva+associados
ARCHITECTURE + URBAN PLANNING

VERSÃO NEGATIVA

Aplicação

Em texto corrido ou em legendas, a designação S+A deve sempre ser escrita em maiúsculas; Quando optar por usar as siglas, não deverá usar espaçamento entre os três elementos: S+A; O nome por extenso deve ter as letras iniciais em maiúscula sendo também possível a aplicação de todas as letras em caixa alta; Quando optar por usar o nome extenso, os três elementos deverão estar afastados; Fazendo a extensão do grafismo simples do logótipo, sempre que a marca for escrita deverá usar o símbolo + em detrimento de “e” ou “&;

Este símbolo, independentemente da forma escolhida para suporte, mantém-se sempre presente e é o denominador comum em todas as versões da marca.

APLICAÇÃO CORRETA Saraiva + Associados
S+A

APLICAÇÃO INCORRETA Saraiva & Associados
Saraiva+Associados
Saraiva e Associados
saraiva + associados
saraiva+associados
saraiva e associados
S&A
S + A
s+a



TIPO DE LETRA

Tipo de Letra

A Saraiva + Associados utiliza na comunicação institucional apenas um tipo de letra: Open Sans, tipo de letra escolhido para títulos, cabeçalhos e corpo do texto. Em circunstâncias especiais é possível utilizar outros tipos de letra, desde que sejam compatíveis com a Marca Institucional.

A utilização coerente da tipografia contribui para um maior reconhecimento da identidade gráfica do Grupo nos suportes impressos e comunicação digital.

Open Sans

Desenhada por: Steve Matteson
Classificação: Sans Serif

OPEN SANS LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 \$%& (.,:;!?)

OPEN SANS LIGHT ITALIC

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 \$%& (.,:;!?)*

OPEN SANS REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 \$%& (.,:;!?)

OPEN SANS ITALIC

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 \$%& (.,:;!?)*

OPEN SANS SEMIBOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 \$%& (.,:;!?)

OPEN SANS SEMIBOLD ITALIC

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 \$%& (.,:;!?)*

OPEN SANS BOLD

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 \$%& (.,:;!?)**

OPEN SANS BOLD ITALIC

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 \$%& (.,:;!?)***

OPEN SANS EXTRABOLD

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 \$%& (.,:;!?)**

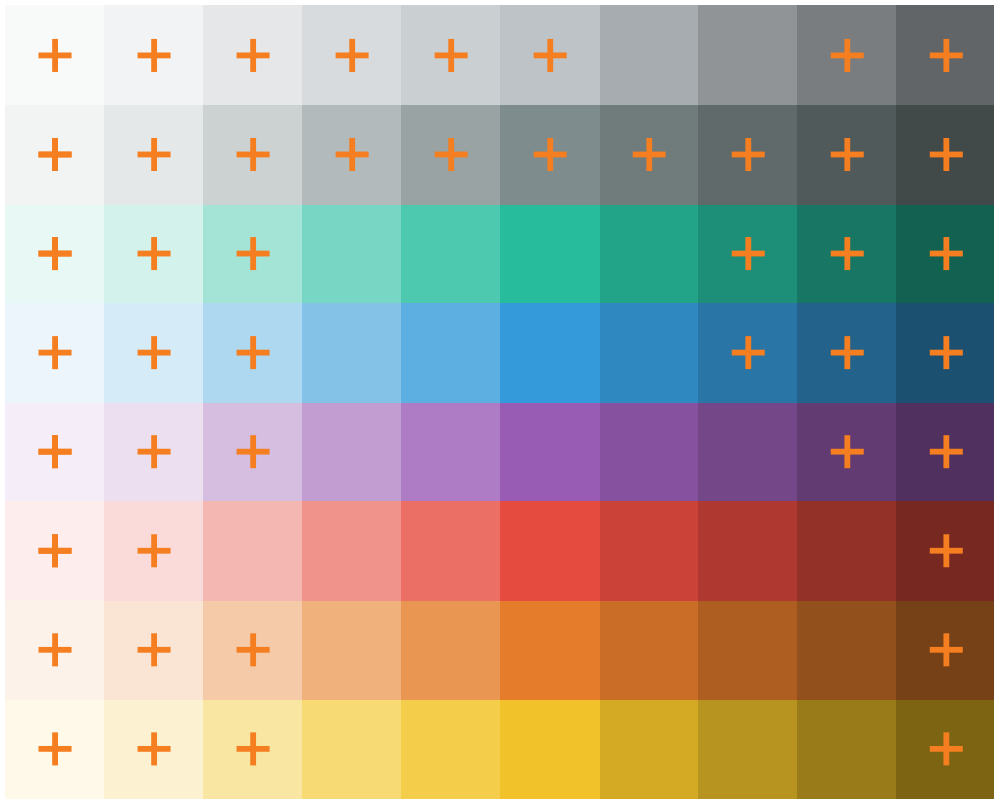
OPEN SANS EXTRABOLD ITALIC

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 \$%& (.,:;!?)***

UTILIZAÇÃO DA MARCA

Utilização da Marca sobre Fundos de Cor

A aplicação da Marca em fundos de cor tem um princípio básico definido que é o de manter a integridade cromática da Marca, garantindo o máximo contraste possível. A atenção deve ser redobrada para garantir que os tons e intensidades das cores não prejudicam a leitura ou colidem com as cores da Marca.



Utilização da Marca sobre Imagens

Quando a Marca for utilizada sobre imagens, tem de ser garantida a sua correta leitura e reconhecimento. Deve procurar manter-se um bom contraste entre o fundo e a Marca. Seguindo a mesma lógica do comportamento sobre cores, utilizar as versões positiva e/ou preta em imagens claras e as versões negativa e/ou branca em imagens escuras.

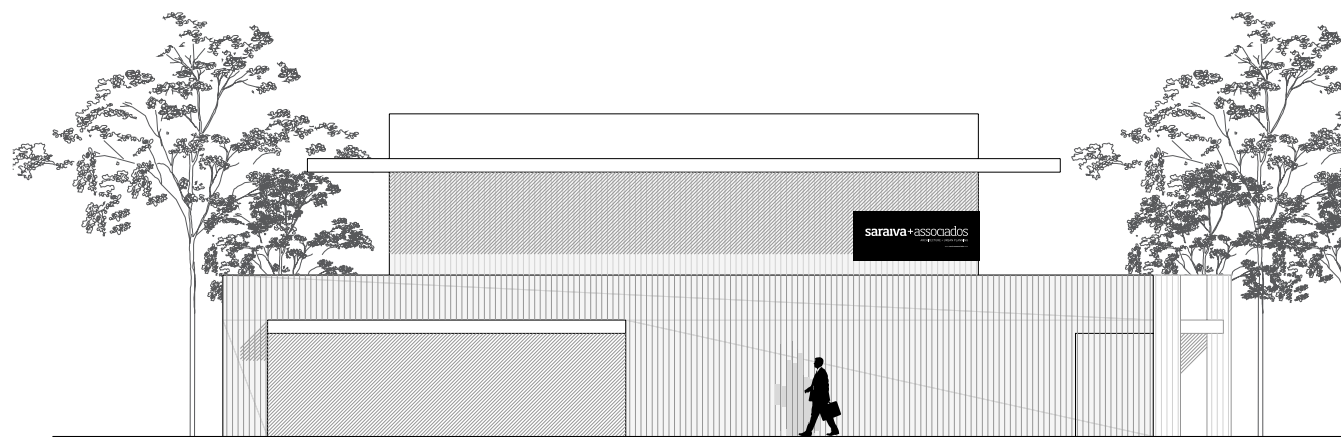


MARCA EM OBRA

Procedimentos da Marca em Obra

Sempre que um projeto avançar para a fase de obra, é responsabilidade do Project Leader designado verificar com a Administração a necessidade de colocação de um **Painel Corporativo**. Caso se verifique essa necessidade, deve o mesmo selecionar a versão mais adequada (Consultar p.19) e transmitir todas as especificidades ao Responsável de Comunicação.

É da responsabilidade do departamento de Comunicação e Design gerir o processo com a gráfica, assegurar a entrega no local e notificar o Project Leader assim que o processo esteja concluído. Findo o trabalho, o Arquiteto deve certificar-se que o painel corporativo se encontra devidamente afixado e, se necessário, deve retificar a situação junto do Encarregado de Obra.



Existe também a possibilidade de se desenvolver um **Painel Específico ou Tapume**, com uma imagem do projeto e com a inclusão dos logotipos do cliente e especialidades. Por norma, os custos e a produção são responsabilidade do cliente, sendo a S+A apenas responsável pelo desenvolvimento da peça gráfica. Mesmo nessas situações, é da responsabilidade do Project Leader designado verificar com a Administração a possibilidade de realização do trabalho. O desenvolvimento deste objeto não invalida a criação de um Painel Corporativo.



Painel Identificativo

No caso específico dos painéis de obra, devido à diferença que existe nas dimensões de cada edifício, o tamanho e a posição da Marca podem sofrer alterações desde que não se coloque em causa a sua legibilidade.

APLICAÇÃO CORRETA



APLICAÇÃO INCORRETA



VERSÃO 1

Painel tipo Moradias
Material: PPA (Polipropileno Alveolar) 8mm
Tamanho: 205x80cm



VERSÃO 2

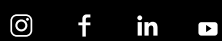
Painel tipo Edifícios/Empreendimentos de 2 a 10 pisos
Material: Em lona com ilhóses de 25 em 25 cm.
Tamanho: 6x1,6m



VERSÃO 3

Painel tipo Edifícios/Empreendimentos de grande escala ou importância
Opção horizontal e vertical
Material: Em lona com ilhóses de 25 em 25 cm
Tamanho: 9x2m

Para questões adicionais
referentes à marca e
sua identidade, contacte
o responsável de
Comunicação



saraivaeassociados.com

saraiva+associados
ARCHITECTURE + URBAN PLANNING