



## **MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL**

*Normas padrão para reprodução da marca.*

## VERSÕES DA MARCA

A preferência é pelo uso da marca com o slogan, podendo ser usado na versão **branca** ou **cinza**.

Caso seja aplicado em pequena escala ou em suporte que dificulte sua legibilidade, é aconselhável a utilização da versão principal.

VERSÃO HORIZONTAL

SILVERCAP

VERSÃO SECUNDÁRIA

SILVERCAP

VERSÃO PRINCIPAL

SILVERCAP



SILVERCAP SILVERCAP SILVERCAP





SILVERCAP SILVERCAP SILVERCAP

# CORES INSTITUCIONAIS

A fidelidade na reprodução das cores é um item fundamental para garantir a consistência da Imagem Corporativa. Verifique a fidelidade das tonalidades comparando-as sempre com a escala Pantone Formula Guide.

Dependendo da peça a ser confeccionada e da sua natureza (papel, cartão, película adesiva, metal, etc.), outras referências de cores serão necessárias.

Caso não exista uma especificação estabelecida, a conversão deve ser feita por aproximação, tomando-se a escala Pantone como base para comparação. Na tabela abaixo estão as referências dos materiais usados com maior frequência.

			APLICAÇÕES
ESCALA PANTONE	PANTONE 186C	PANTONE 179-9 C	Impressões Gráficas
CMYK	C: 12 M: 100 Y: 100 K: 4	C: 49 M: 37 Y: 42 K: 3	Impressões Gráficas (policromia)
RGB	R:206 G:52 B:56	R: 128 G: 128 B: 129	TV/ vídeo / Multimídias

# FAMÍLIA TIPOGRÁFICA

A família tipográfica **Gotham** deve ser utilizada em textos, aplicações em anúncios publicitários, cartas, endereços de papelaria institucional, títulos e textos de formulários, etc.

## GOTHAM BOOK

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.,;?/!@#%

## GOTHAM MEDIUM

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.,;?/!@#%

## GOTHAM BOLD

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.,;?/!@#%

## GOTHAM BLACK

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.,;?/!@#%

## GOTHAM ULTRA

1234567890

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ.,;?/!@#%

# USOS INCORRETOS

A marca não deve ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Abaixo figuram alguns erros que podem ocorrer.

Comparando com a marca original, verifique os usos incorretos e se **assegure de que a marca SILVERCAP nunca seja alterada.**

## VERSÃO PRINCIPAL



**USO INCORRETO**  
A marca foi deformada



**USO INCORRETO**  
A marca foi esticada



**USO INCORRETO**  
Alterada a ordem dos elementos



**USO INCORRETO**  
A marca foi inclinada



**USO INCORRETO**  
A cor foi invertida



**USO INCORRETO**  
A marca foi rotacionada



**USO INCORRETO**  
Alterado o espaçamento entre os elementos



## REDUÇÃO DA MARCA

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução obtida.

Recomendamos como limite de redução da marca para impressões em off-set, as medidas especificadas ao lado. A sua redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

VERSÃO PRINCIPAL



REDUÇÃO MÁXIMA



## REDUÇÃO DA MARCA

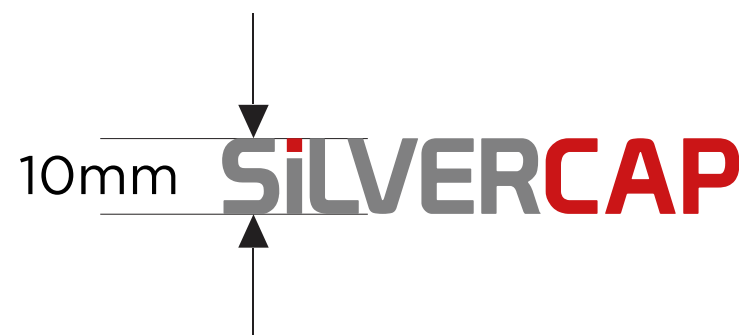
A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução obtida.

Recomendamos como limite de redução da marca para impressões em off-set, as medidas especificadas ao lado. A sua redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

VERSÃO HORIZONTAL

SILVERCAP

REDUÇÃO MÁXIMA



## REDUÇÃO DA MARCA

A redução demasiada de qualquer marca dificulta a sua leitura e o seu reconhecimento. No entanto, a determinação de limites de redução estará sujeita ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade de reprodução obtida.

Recomendamos como limite de redução da marca para impressões em off-set, as medidas especificadas ao lado. A sua redução além desse limite comprometerá a leitura da marca.

## VERSÃO SECUNDÁRIA



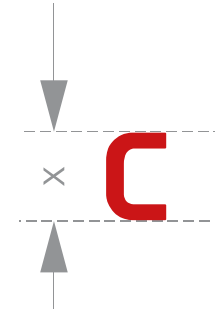
## REDUÇÃO MÁXIMA



## AREJAMENTO DA MARCA

Deve ser resguardado um espaço ao redor da marca, livre de interferência de outros elementos gráficos para preservar sua integridade e legibilidade. A este espaço atribuímos o nome de “arejamento”.

O espaço mínimo recomendado de arejamento da marca é igual à altura de uma das letras do logotipo, ou seja, nesse caso, utilizou-se a letra “C” presente no desenho do logotipo. Esse valor é igual a “X”, distância que determina o arejamento da marca.



## VERSÕES MONOCROMÁTICAS

As versões monocromáticas devem ser usadas em meios onde houver limitações técnicas e/ou de visibilidade.

## VERSÃO PRINCIPAL



# APLICAÇÃO DE PINTURA NAS PAREDES (FACHADAS)

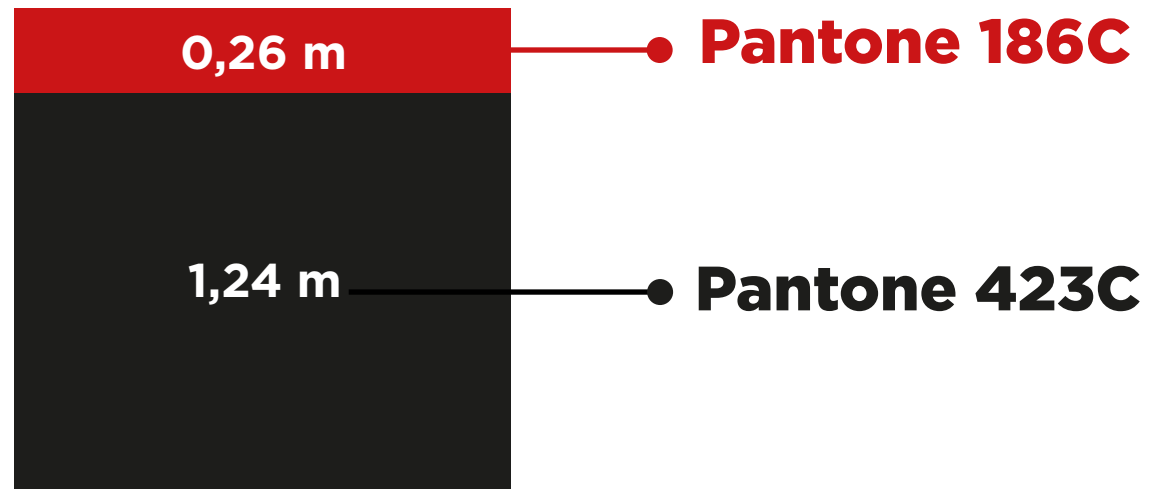
## FACHA PARTE EXTERNA:

A pintura total da fachada na parte externa deve ser totalmente branca.

## PINTURA DAS PAREDES:

Deve seguir fielmente a ordem de baixo para cima nas cores: preto, e vermelho.

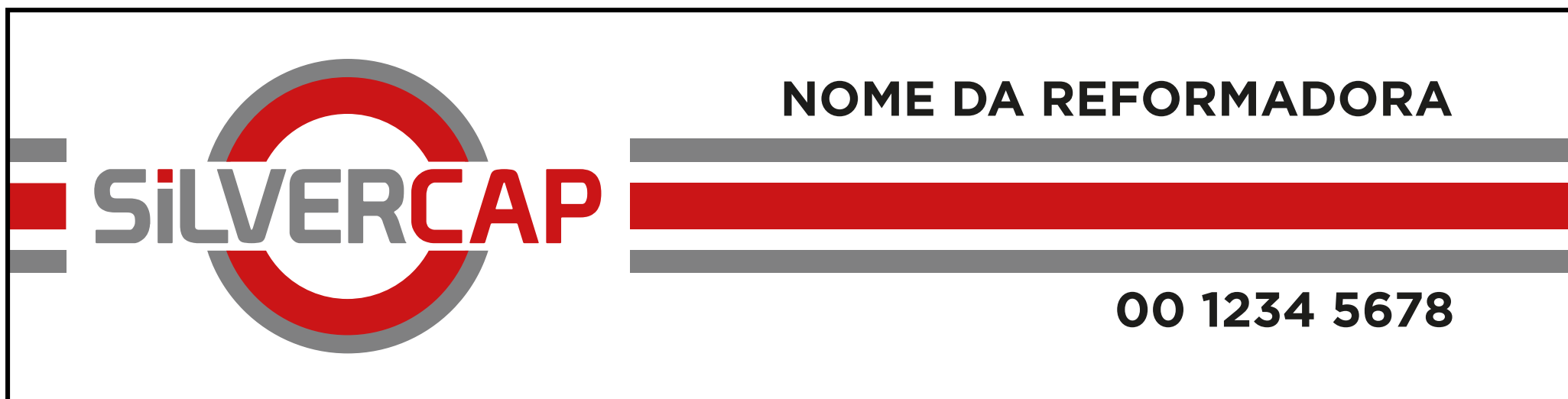
O espaço tingido em preto deve medir 1,24 m de altura, e a faixa vermelha 0,26 m. O restante superior da parede deve ser preenchida com cobertura branca. Esta última pode ter sua medida variável, já que nem todas as paredes possuirão a mesma altura total.



## APLICAÇÃO SELO REDE CREDENCIADA

O selo da REDE CREDENCIADA será aplicado no lugar de melhor visibilidade de acordo com cada tipo de fachada. Abaixo dele e percorrendo toda a fachada será aplicada as listras no padrão de cores da SILVERCAP. A altura das faixas e do Selo REDE CREDENCIADA será proporcional ao tamanho da testeira. Demonstração logo abaixo.

A identificação da rede também será aplicada em preto e no padrão da família tipográfica como mostrado anteriormente. Podendo conter também informações adicionais como telefone, serviços etc.



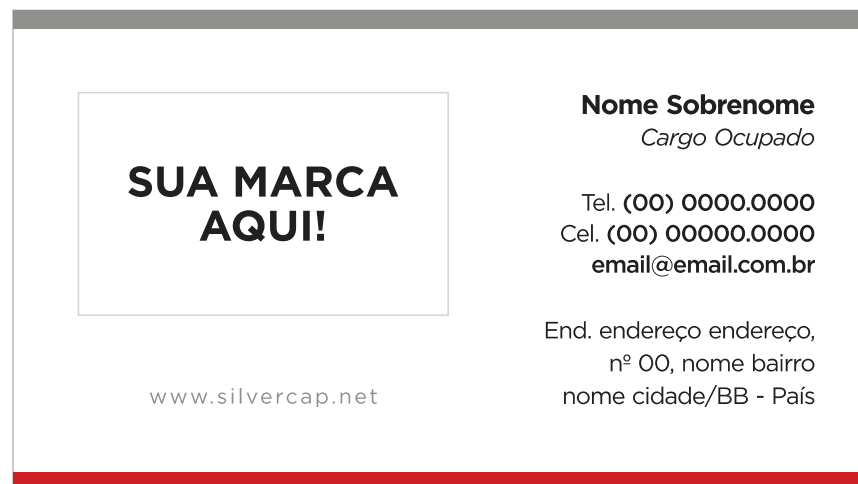
# CARTÃO DE VISITAS

Os cartões de visitas devem ser reproduzidos conforme apresentado a seguir.

Na frente é permitido aplicar a marca da empresa em suas cores institucionais, bem como alterar os dados conforme sua necessidade. Porém, deve-se manter o padrão de tipografia e disposição de elementos: logotipo corporativo no lado esquerdo e demais informações alinhadas à direita.

Detalhe: para melhor reprodução da sua marca, no verso é recomendado que a aplicação do logotipo seja em negativo.

frente.



verso.



## PLACA INMETRO

O tamanho de reprodução pode ser variável de acordo com o local a ser fixada.

Sugestão: 60x45cm.

Unidade reformadora de pneus com serviço de reforma registrado no INMETRO sob número:



# VEÍCULOS

Seguindo o layout da fachada, a frota deve ter os mesmos elementos e cores já apresentados. Se os modelos forem diferentes dos apresentados, deve-se fazer o mais próximo possível, a fim de manter a unicidade.



# VEÍCULOS

Opção de baú padrão fundo escuro.



# VEÍCULOS



# VEÍCULOS



# VEÍCULOS



# UNIFORMES

Os uniformes deverão ser na cor cinza chumbo/escuro, com o logotipo da SilverCap na lateral direita e o logotipo da empresa correspondente na lateral esquerda.





**[www.silvercap.net](http://www.silvercap.net)**

*Desenvolvido por:*  
*[www.rtisolucoes.com.br](http://www.rtisolucoes.com.br)*

*Janeiro 2024*