

Pocket
Guide

americanas

Este é o Pocket Guide de Americanas.
Aqui você encontra as regras básicas de aplicação da marca.

- 03 Plataforma de Marca
- 04 Marca
- 05 Marca e Versão Reduzida
- 06 Marca e Versões
- 07 Arejamento e Tamanhos Mínimos
- 08 Usos Proibidos
- 09 Paleta Cromática
- 10 Tipografia
- 12 Fotografia
- 13 Aplicação em Fundos e Contrastos
- 14 Iconografia
- 16 Patterns
- 17 Elementos de Apoios

Propósito

Estar presente na vida de cada brasileiro e entregar os sorrisos de cada um!

Marca

Personalidade

Nossa personalidade reflete o arquétipo do cara comum. Para nós, todas as pessoas são importantes, portanto, queremos falar e nos conectar com todas, sem limitações, fazer parte e estar presente, ajudando sempre.

Temos tudo pra todo mundo e variedade é nossa palavra chave! Somos inclusivos e plurais, não excluímos ninguém nem somos superficiais. Somos a porta de entrada para muitos.

Não somos grudentos ou invasivos. Somos próximos, acessíveis e queremos estar presente na vida das pessoas, no dia a dia de cada uma delas, independente do lugar, poder aquisitivo, idade, gostos ou qualquer outro tipo de diferenciação.

Somos simples, falamos com todo mundo e todo mundo precisa nos entender claramente. Não somos simplistas ou rasos, somos claros e diretos para criarmos proximidade e construirmos a relação de confiança.

Inspiramos confiança pois a Americanas está na vida dos brasileiros desde a infância. Valorizamos a experiência do nosso cliente pra ele confiar e estar sempre por perto. Não somos carentes e acreditamos que a confiança é uma relação de proximidade que estreita o relacionamento. Quanto mais perto, mais nos conhecemos e mais motivos temos para dividir nossas histórias.

Negócio

Experiência

Nascida a partir da Lojas americanas para se tornar a versão online do varejo físico, a americanas se consagrou como um e-commerce de varejo que possui amplo sortimento de produtos.

Sua palavra-chave é **variedade**, pois tem como intuito estar presente em todos as necessidades e desejos de todas as pessoas. E mais: além dos produtos vendidos e entregues pela marca, a americanas também conta com **marketplace**, serviços adicionais (seguros relacionados a produtos, garantia estendida e afins), e diversos segmentos, como americanas empresas, por exemplo.

Comunicação

Posicionamento

Somos uma marca simples, direta, acessível e, ao mesmo tempo, acolhedora, positiva e descontraída.

Gente como a gente: O nome continental é pra caber todo tipo de brasileiro. E nossa linguagem é próxima e amigável para que todos se sintam acolhidos. Falamos de forma acessível e familiar porque aqui é onde todo mundo se encontra e encontra o que quiser. Somos tão plurais quanto nosso sortimento e não dispensamos uma boa conversa com quem quer seja.

Varejoy: Abrimos sorrisos ;) Para nós, produtos são oportunidades: cada oferta é um verdadeiro achado. É assim que fazemos parte da memória afetiva e do dia a dia das pessoas. Por isso, falamos com alegria, de um jeito leve e descontraído, criando uma atmosfera alto-astral no varejo.

Direto ao ponto: A gente indica, direciona e prioriza o que é melhor pra cada um. De um jeito simples, valorizamos sua atenção. Hierarquizamos informações de acordo com nossa estratégia, trazemos o contexto certo para as nossas ofertas e prezamos sempre pela clareza e eficiência em todos os pontos de contato.

americanas. tudo, a toda hora, em qualquer lugar.

A marca Americanas foi construída para refletir os principais atributos do negócio e deve ser representada pelo seu vermelho proprietário, sendo priorizada em toda a comunicação.

Ela é composta pela tipografia institucional de americanas, a Helvetica Neue, em sua versão Negrito/Bold.

Ao lado, encontram-se a versão positiva (que deve ser priorizada nas aplicações) e negativa da marca.

VERSÃO MARCA POSITIVA PREFERENCIAL

The logo consists of the word "americanas" in a bold, black, sans-serif font. The letters are evenly spaced and have a slightly rounded appearance. The logo is centered within a white rectangular frame.

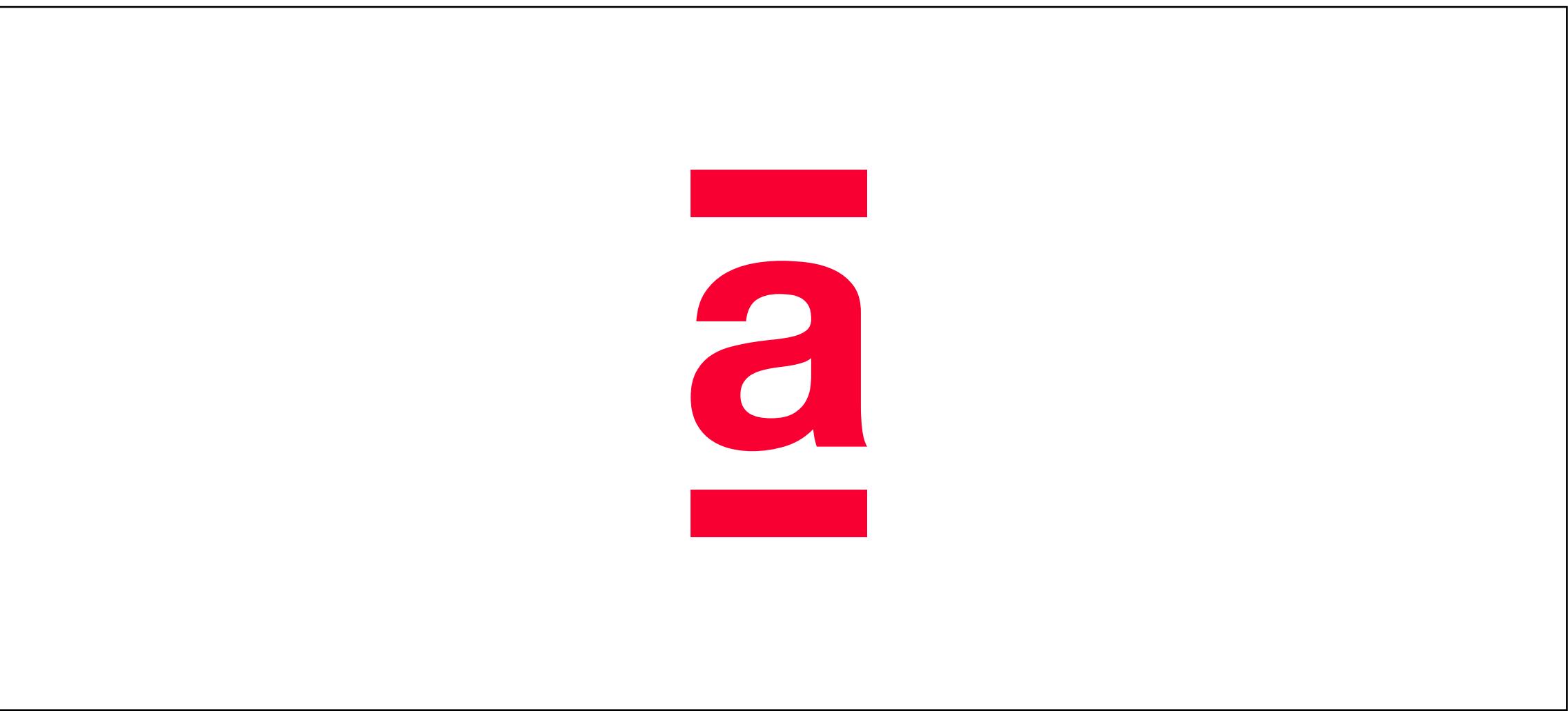
VERSÃO MARCA NEGATIVA

The logo consists of the word "americanas" in a bold, black, sans-serif font. The letters are evenly spaced and have a slightly rounded appearance. The logo is centered within a white rectangular frame.

A Americanas conta com uma versão de redução, para uso em espaços reduzidos, ou comunicações onde existe predominância dos elementos e contexto da marca.

A marca deve ter sua legibilidade integral preservada, por isso o uso sobre fundos deve sempre ser observado com muita atenção. As regras valem igualmente para as versões reduzidas.

VERSÃO REDUZIDA POSITIVA



VERSÃO REDUZIDA NEGATIVA



Nos casos de limitações técnicas, a cor vermelha prioritária pode ser substituída por preto ou branco.

Exemplo: uma impressão em preto e branco.

VERSÃO POSITIVA PRETO E BRANCA

americanas

VERSÃO NEGATIVA PRETO E BRANCA

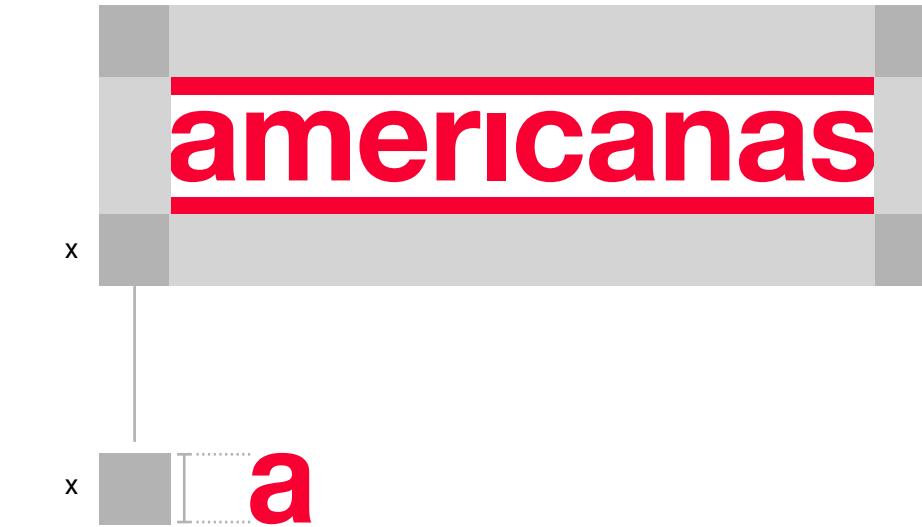
americanas

Para garantir a legibilidade e integridade da marca americanas, deve sempre haver um espaçamento mínimo ao seu redor, chamado de área de arejamento. Nenhum elemento gráfico deve invadir esse espaço, medido em função de X.

O X é o valor da altura da letra "a", que está presente em todas as versões da marca.

Além da área de arejamento, a definição de um tamanho mínimo da marca tem o objetivo de manter a sua legibilidade na comunicação.

AREJAMENTO



TAMANHOS MÍNIMOS

Atenção: as imagens ao lado não correspondem ao tamanho real, pois podem variar de acordo com a visualização deste arquivo no computador.
Para visualizá-las em tamanho real, é necessário seguir os tamanhos mínimos indicados.

AMBIENTE DIGITAL



50 PX

AMBIENTE IMPRESSO



2,2 CM

É fundamental que a marca seja aplicada de forma consistente para garantir sua personalidade e força e para assegurar sua visibilidade na comunicação. Ao lado, alguns exemplos de usos incorretos da marca.



Não aplicar outra cor na marca que não seja o vermelho proprietário, o branco ou o preto como especificado neste guia.



Não usar versões disponíveis em plataformas de busca (podem estar desatualizadas).



Não distorcer ou manipular a marca.



Não usar efeitos ou elementos de destaque na marca como sombras, 3D, degradê e texturas.

A paleta cromática de americanas tem cores que complementam e impulsionam a cor da marca mãe.

O vermelho principal deve ser sempre priorizado nas aplicações e comunicações. A paleta auxiliar existe para reforçar a personalidade da marca e garantir contraste e performance em diferentes aplicações. O branco também faz parte das cores institucionais da marca.

Atenção: as cores da marca foram pensadas para oferecer contraste e dinamismo na identidade. Preserve a paleta cromática. Siga sempre os códigos de cores previstos neste guia.

CORES INSTITUCIONAIS

Pantone Red 185 C

#F80032
R 248 G 00 B 50
C 00 M 100 Y 89 K 00

#FFFFFF
R 255 G 255 B 255

PALETA AUXILIAR

Pantone 7621 C

#AF191F
R 175 G 25 B 31
C 21 M 100 Y 91 K 14

Pantone 4057 C

#ED6262
R 237 G 98 B 98
C 4 M 72 Y 60 K 0

Pantone 2041 C

#A11448
R 161 G 20 B 72
C 25 M 95 Y 47 K 20

Pantone 211 C

#FF83BA
R 255 G 131 B 186
C 0 M 64 Y 0 K 0

Pantone 137 C

#FFA100
R 255 G 161 B 0
C 0 M 44 Y 93 K 0

Pantone 115 C

#FAD70A
R 250 G 215 B 10
C 0 M 10 Y 100 K 0

Pantone 7472 C

#3FB5B5
R 63 G 181 B 181
C 65 M 5 Y 35 K 0

Pantone 2985 C

#50C0EE
R 180 G 127 B 237
C 62 M 2 Y 5 K 0

A marca Americanas utiliza a mesma família tipográfica em todas as suas comunicações.

A Helvetica Neue tem ótima legibilidade e uma família extensa, o que garante versatilidade e funcionalidade para títulos, textos corridos ou outros, como subtítulos, legendas, retrancas etc.

A fonte pode e deve ser usada em materiais impressos físicos e digitais: embalagens, letreiros, publicidade física e digital, imagens. Nunca como texto corrido. Sempre que o texto estiver contido dentro de uma imagem ou fisicamente impressa, a Helvetica Neue é a fonte.

Helvetica Neue

**Helvetica Neue
Bold**

**Títulos em
Bold.**

**Helvetica Neue
Regular**

**Títulos em
Regular.**

**Helvetica Neue
Regular**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

A marca Americanas utiliza a família tipográfica Roboto como fonte de apoio em suas comunicações.

A Roboto é uma fonte muito conhecida e de uso comum. Tem ótima legibilidade e uma família extensa, o que garante versatilidade e funcionalidade para títulos, textos corridos ou outros, como subtítulos, legendas, retrancas etc.

A Roboto deve ser utilizada como fonte de sistema para sites, hotsites, email, app e demais aplicações eletrônicas comerciais.

Roboto

Roboto
Bold

**Títulos em
Bold.**

Roboto
Regular

**Títulos em
Regular.**

Roboto
Regular

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Produtos

Na fotografia dos produtos, usamos fundos limpos e cores sólidas, colocando-os em primeiro plano e criando composições divertidas.

Acting e casting

O acting deve ser natural e positivo, com escolha de casting diverso que represente a população brasileira.

Direção de arte

As listras e os pontos de acento em vermelho ajudam a criar composições fotográficas proprietárias da marca americanas.

Atenção: Não podemos utilizar um casting muito jovem e “moderno” (deslocando da realidade brasileira), colocar produtos em cenários complexos e com muita informação e usar listras diagonais.

PRODUTOS**ACTING E CASTING****DIREÇÃO DE ARTE**

A marca americanas deve ter sua legibilidade integral preservada, por isso o uso sobre fundos deve sempre ser observado com muita atenção. As regras ao lado valem igualmente para as versões reduzidas.

Médio Contraste

Devem ser utilizadas quando o produto for claro e não perca seu destaque. Harmonizam com eventos e situações que a marca deseja transmitir mais energia.

Baixo Contraste

Utilizado em casos em que os produtos tenham mais detalhes e deve ter muito destaque.

Fotografias

Para uso sobre fotografias, aplique sempre sobre espaços arejados e que possam garantir sempre o bom contraste da marca e sua leitura integral.

Atenção: utilizar tons sobre tons para uma composição harmônica. Não utilizar excesso de cores e combinações em que o contraste cause desconforto visual.

CORES INSTITUCIONAIS

americanas



MÉDIO CONTRASTE

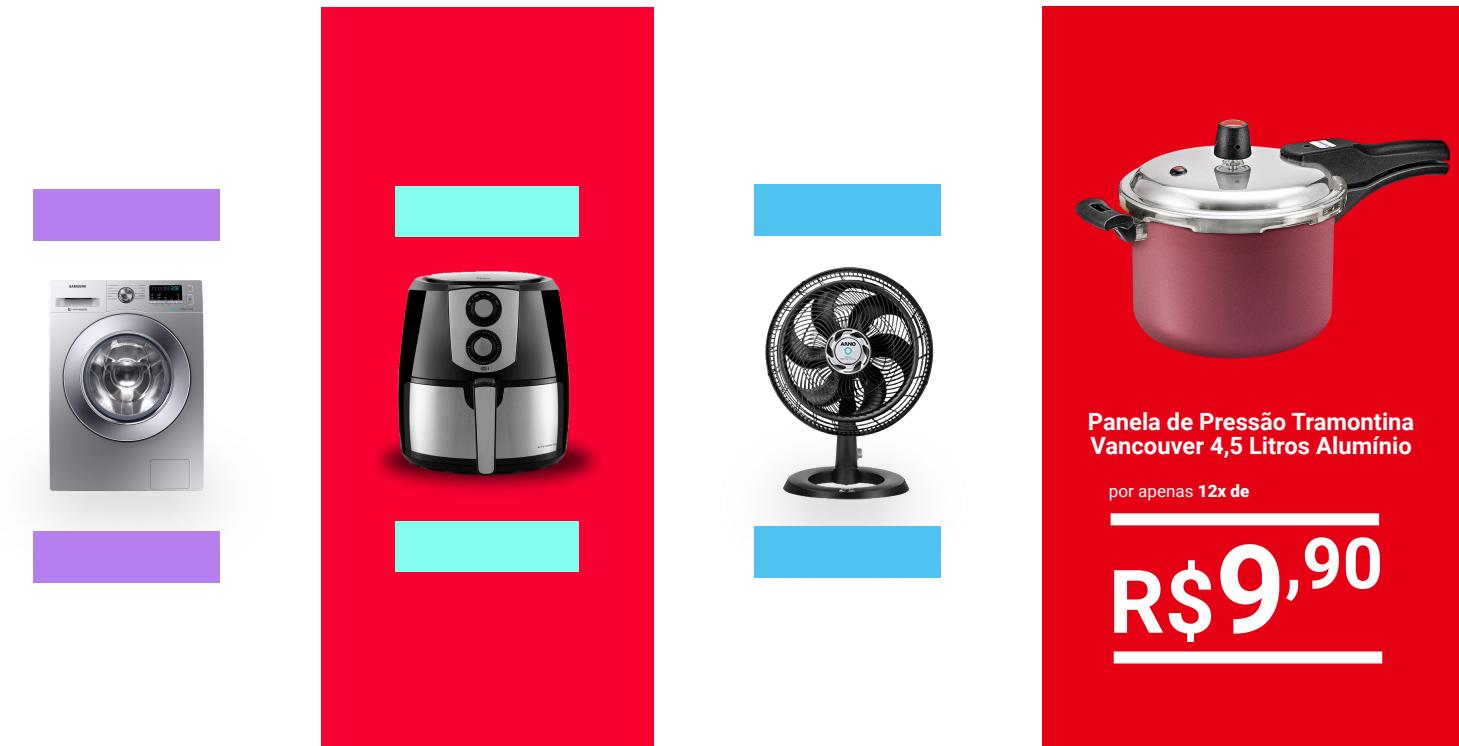
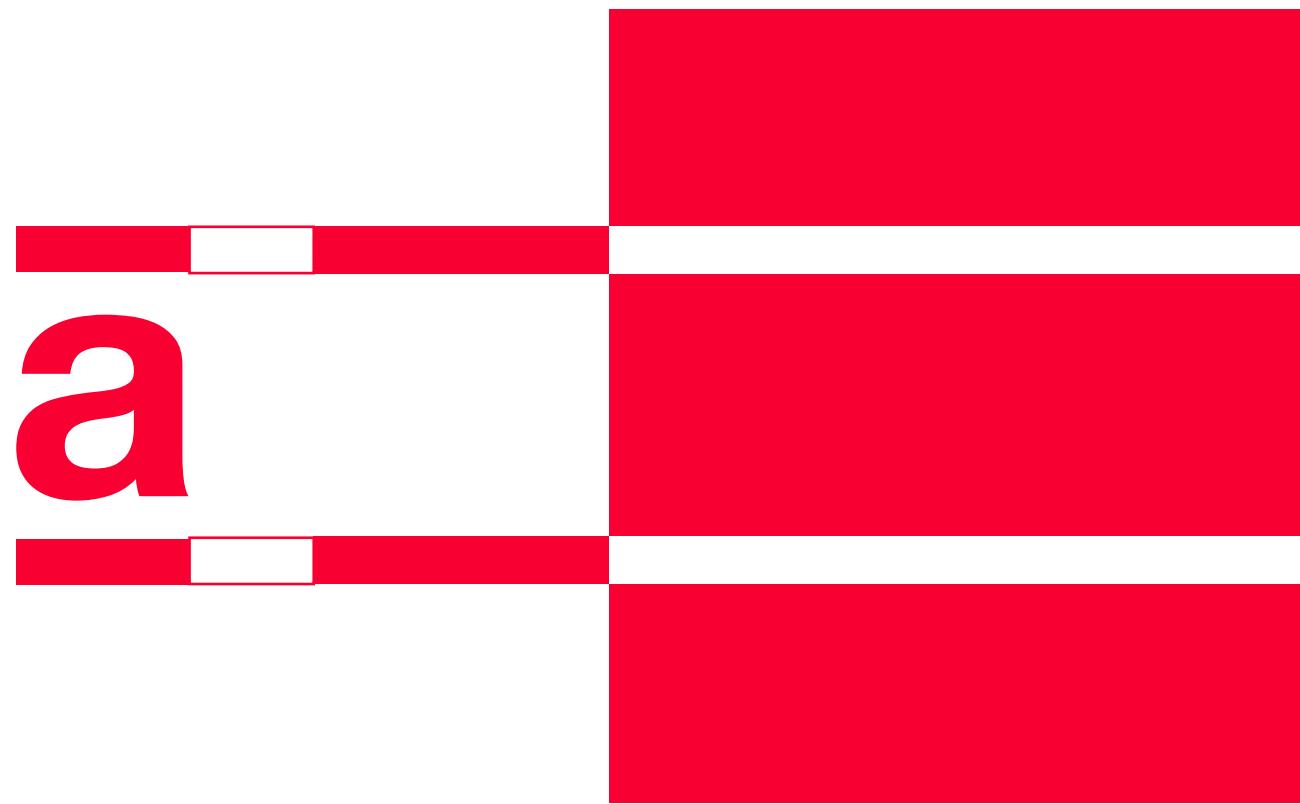


BAIXO CONTRASTE



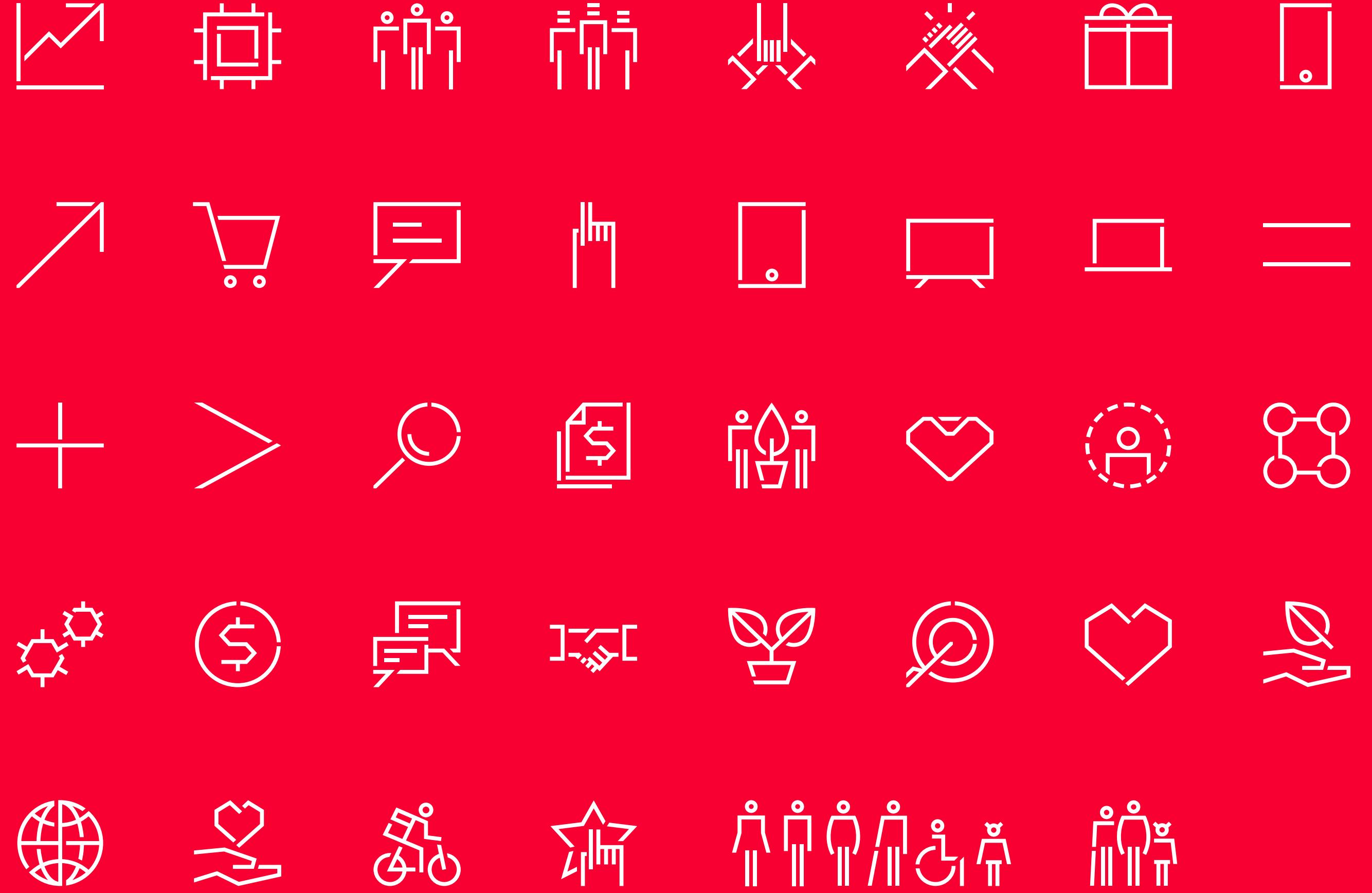
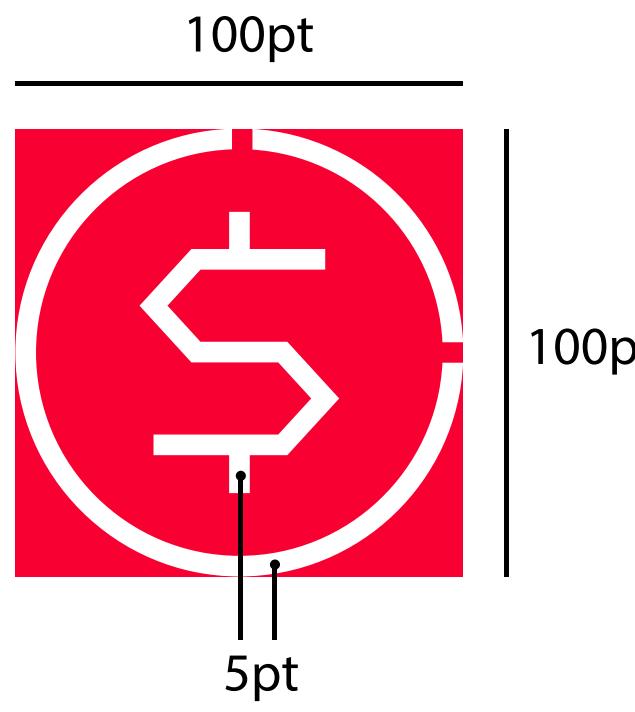
Barra

Além de estruturar nossos layouts, podemos usar as barras paralelas para criar uma série de elementos com usos variados, como apoio de sortimento, dar destaque em produtos, apoio na construção de kv, transições de vídeo e na contrução de logotipos.



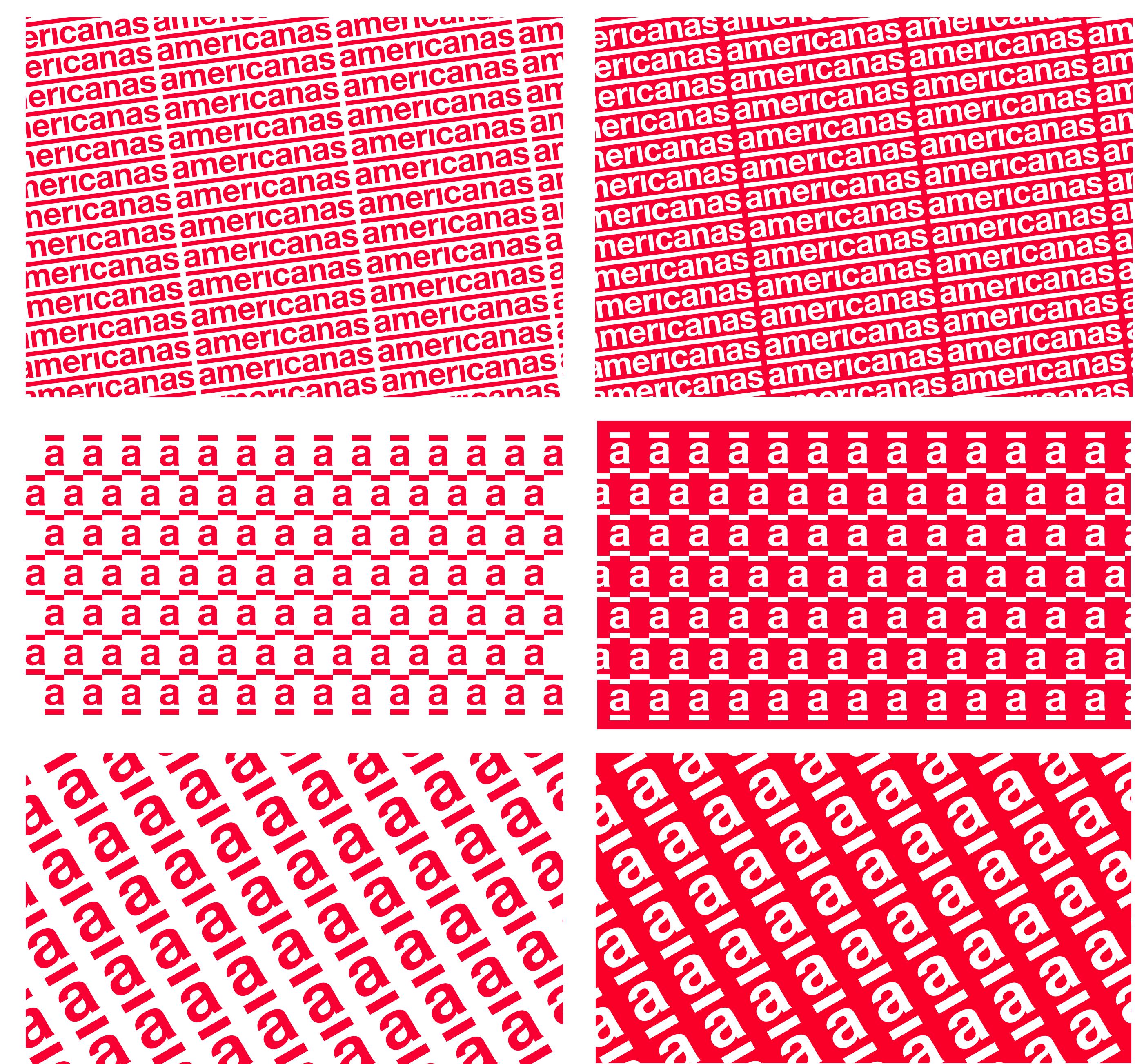
Os ícones da Americanassão desenhados priorizando linhas retas e ângulos. Curvas e círculos são usados quando o objeto a ser desenhado não se resolva visualmente bem em linhas retas.
Ex. Planeta, moeda, lupa.

Para a escala de ilustração, os ícones devem ser desenhados em medida 100x100pt ou proporcional, quando a largura for diferente da altura. As linhas devem ter 5pt de espessura e devem ser convertidas em curvas quando o desenho for finalizado, a fim de manter as proporções da forma quando redimensionada.



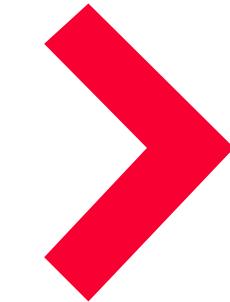
Além dos ícones e das barras como elementos gráficos na comunicação visual da marca, também foram criados patterns, que são padrões gráficos desenvolvidos a partir do logotipo da americanas, tanto a versão principal quanto a versão reduzida da marca.

Os patterns devem ser utilizados como apoio de layout e em aplicações de peças institucionais gráficas.



Também são usados elementos de apoio, representados por emoticons, que devem ser aplicados ao final do texto, sempre alinhados ao tamanho da fonte e com espaçamento de uma letra. Eles também podem ser aplicados para reforçar a comunicação visual.

ELEMENTOS DE APOIO



tem tuuudo
pra você aproveitar 

milhares de ofertas 

vem aproveitar 

As imagens, ilustrações, vídeos e qualquer obra passível de proteção autoral, ou ativos de propriedade intelectual, que contenham direitos de terceiros são usados em caráter meramente ilustrativo, para demonstrações, não sendo, portanto, concedido nenhum direito, autorização, cessão, licença ou outorga de direitos ao destinatário.

Desta forma, os materiais contidos neste Guia não poderão ser enviados, divulgados, ou de qualquer forma utilizados, sendo expressamente vedado o uso comercial e por terceiros não autorizados. Caso tenham interesse em quaisquer usos dos materiais ilustrativos, as licenças, cessões e autorizações competentes deverão ser obtidas diretamente com o detentor dos direitos.

Este Pocket Guide foi desenvolvido para visualização na tela do computador, podendo apresentar variações de cores e formato caso impresso.

Março de 2022

americanas