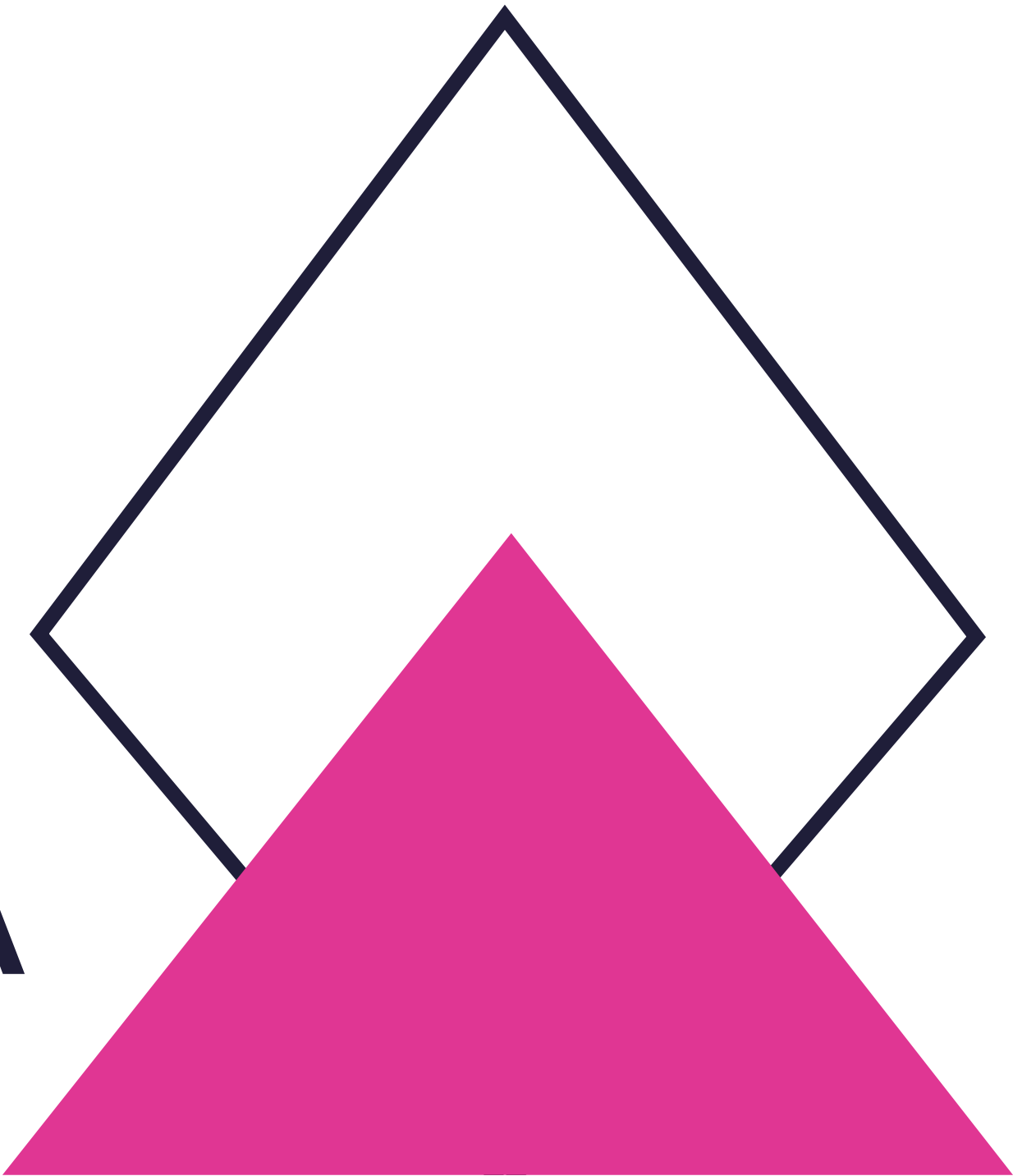
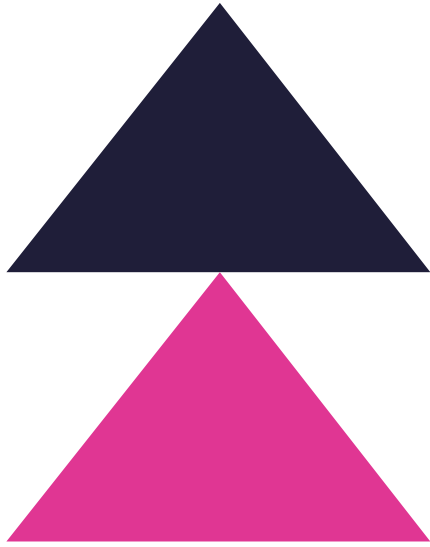




**RENOVATIO**

**A AGÊNCIA**





A Renovatio é uma agência de comunicação que surgiu em 2022, a partir da união de 5 colegas universitários.

Temos como foco ajudar marcas a atingirem o seu público de uma forma assertiva e inteligente, entregando soluções criativas que valorizem a essência do negócio.

## **NOSSOS SERVIÇOS**

- Prevenção e Gerenciamento de Crise | Reputação;
- Comunicação interna e endomarketing;
- Relacionamento com imprensa, formadores de opinião e públicos estratégicos;
- Posicionamento de marca;
- Eventos.

## **MISSÃO**

Prestar serviços de relações públicas e planos de comunicação/comportamento aos nossos clientes, inspirados em sua essência e cultura, entregando resultados de forma criativa e assertiva; tendo o foco em atingir os objetivos apresentados por eles.

## **VISÃO**

Ser referência como agência de Relações Públicas, desenvolvendo planos assertivos, aproximando o cliente dos seus públicos e facilitando o dia a dia dos clientes com os serviços prestados.

## NOSSOS VALORES



**CRIATIVIDADE**



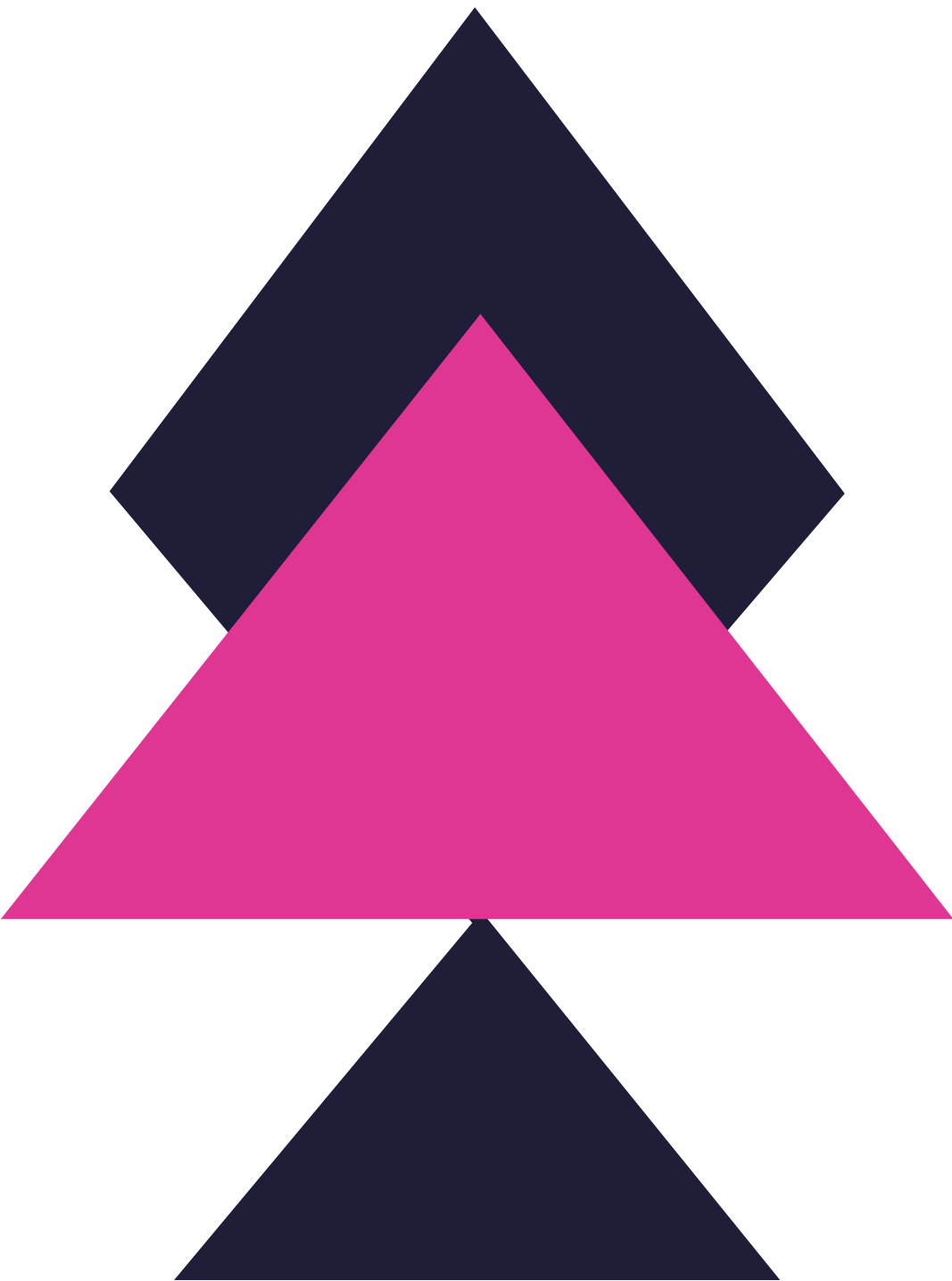
**HUMANISMO**



**ÉTICA**



**PAIXÃO**



**QUEM FAZ  
ACONTECER**

◆ **ANA BEATRIZ**  
HEAD DE  
COM. INTERNA E  
ENDOMARKETING

◆ **GABI MARON**  
HEAD DE  
RELACIONAMENTO

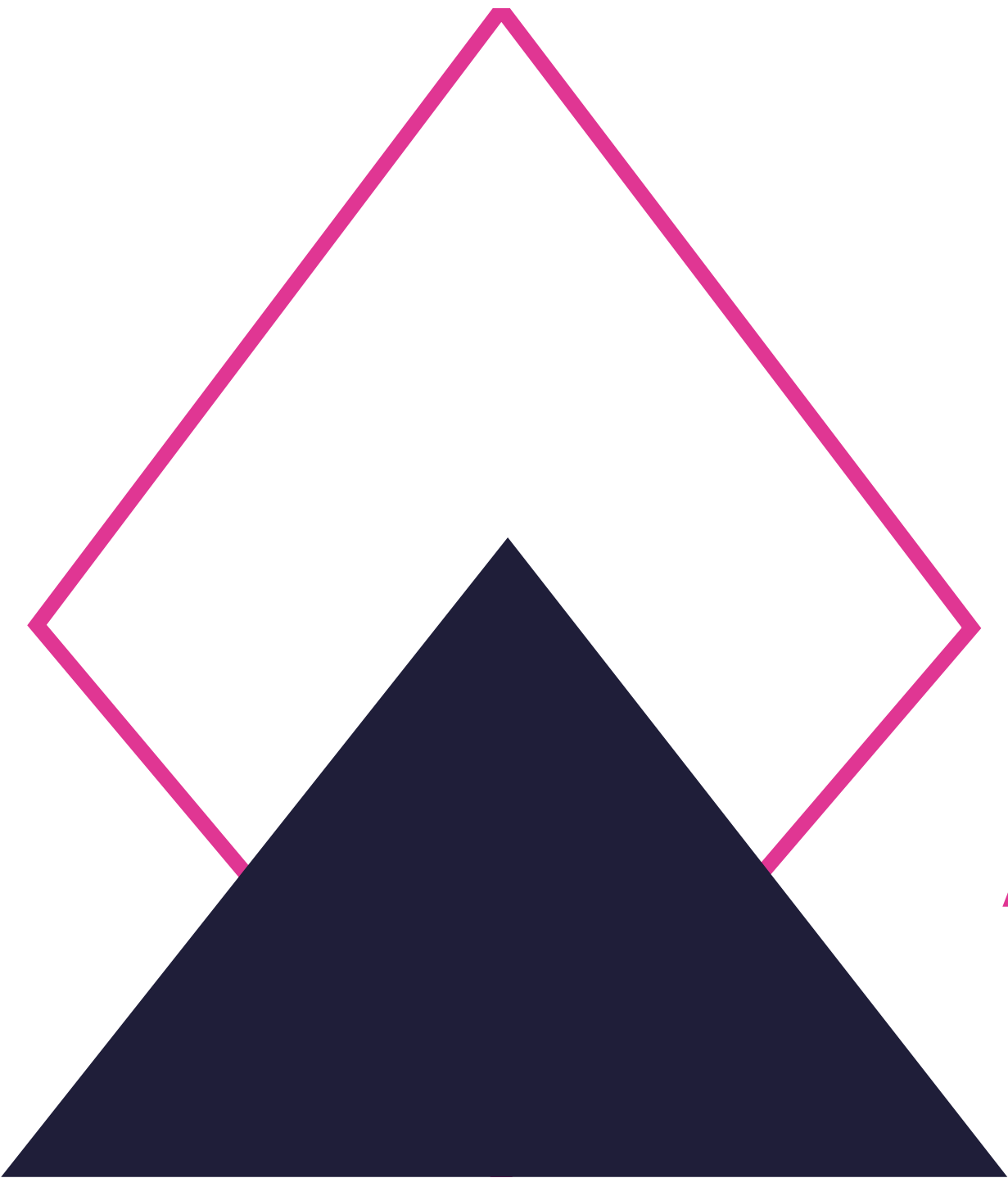
◆ **RAFAEL LUCIO**  
HEAD DE CRISE E  
REPUTAÇÃO

◆ **GABI SORTES**  
HEAD DE BRANDING E  
POSICIONAMENTO

◆ **GABRIEL SATIRO**  
HEAD DE EVENTOS







**A MARCA**

***RENOVATIO***

DO LATIM; **RENOVAÇÃO**

## ▲ NAMING



Acreditamos que o mundo está em constante movimento, e, por isso, escolhemos a palavra ***Renovatio*** para carregar nosso nome. Esse termo vem do *latim* e significa ***renovação***.

Tem muito a ver com nossa forma de trabalhar, nosso foco é fazer uma renovação no jeito em que nossos clientes trabalham a comunicação, sem deixar de lado as benfeitorias já existentes e, o mais importante, a essência da organização.

# IDENTIDADE VISUAL

SÍMBOLO



RENOVATIO

ASSINATURA



## ▲ MARCA PRIORITÁRIA

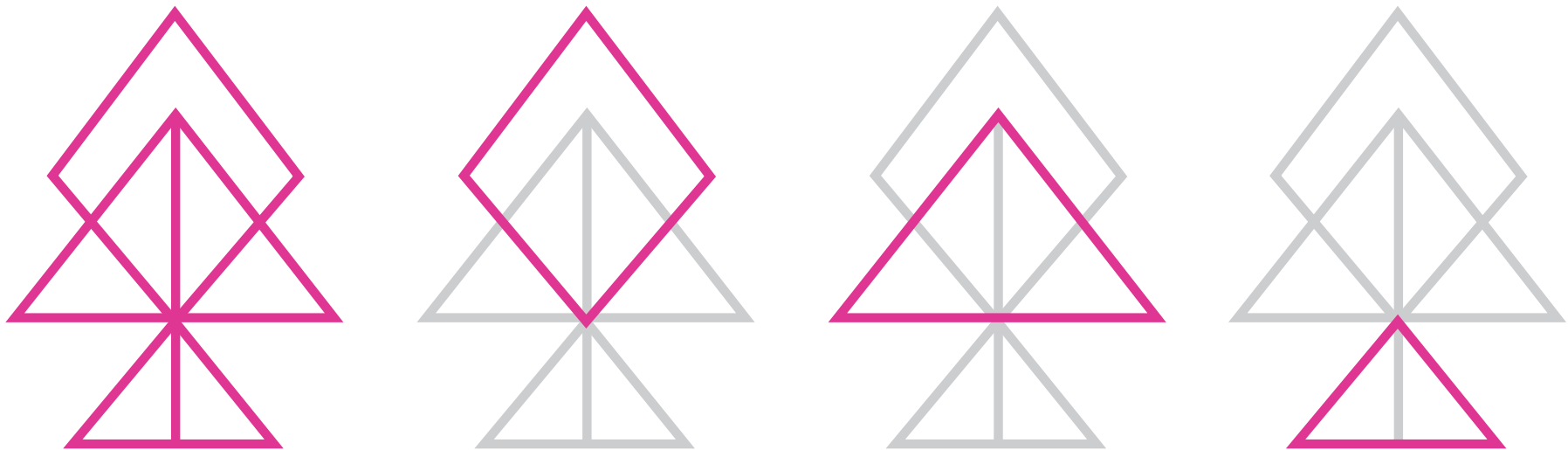
Esta é a marca que deve ser utilizada como versão preferencial.



A marca prioritária deve sempre ser aplicada com a borda, respeitando a medida do campo de proteção e o tom estabelecido.

## ▲ O SÍMBOLO

Representa uma seta apontada para cima, formada por um losango e triângulos, indicando a **ascensão**, a busca por *renovação*.



# ▲ PADRÃO TIPOGRÁFICO

É utilizado a família Proxima Nova, no logotipo e como fonte de apoio. Para títulos, deverá ser utilizada a Proxima Nova Bold e para textos de apoio, a Proxima Nova Regular.

## ▲ LOGOTIPO

**PROXIMA SEMI BOLD**  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
0123456789

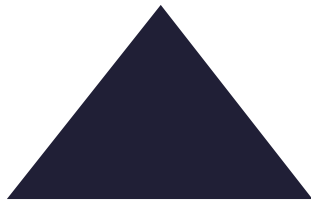
## ▲ APOIO

**PROXIMA NOVA BOLD**  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
0123456789

PROXIMA NOVA REGULAR  
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ  
0123456789

## **CORES**

Quando for aplicada a cor sobre a marca, é de extrema importância que se aplique corretamente seu padrão cromático, para que se tenha a visibilidade correta da mesma, seguindo seus conceitos.

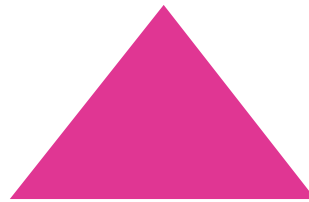


**HEX:** #1D0054

**RGB:** 29 | 0 | 84

**CMYK:** 100 | 100 | 33 | 37

**PANTONE:** 273 C

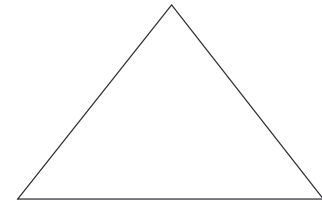


**HEX:** #E9329F

**RGB:** 233 | 50 | 159

**CMYK:** 12 | 85 | 0 | 0

**PANTONE:** 225 C



**HEX:** #FFFFFF

**RGB:** 255 | 255 | 255

**CMYK:** 0 | 0 | 0 | 0

**PANTONE:** 000 C



# ▲ VERSÕES MONOCROMÁTICAS

Versões monocromáticas são representações da marca quando esta não pode ser aplicada em suas cores prioritárias.

Para fundos claros deverá ser usada a versão positiva, para fundos escuros, a negativa.



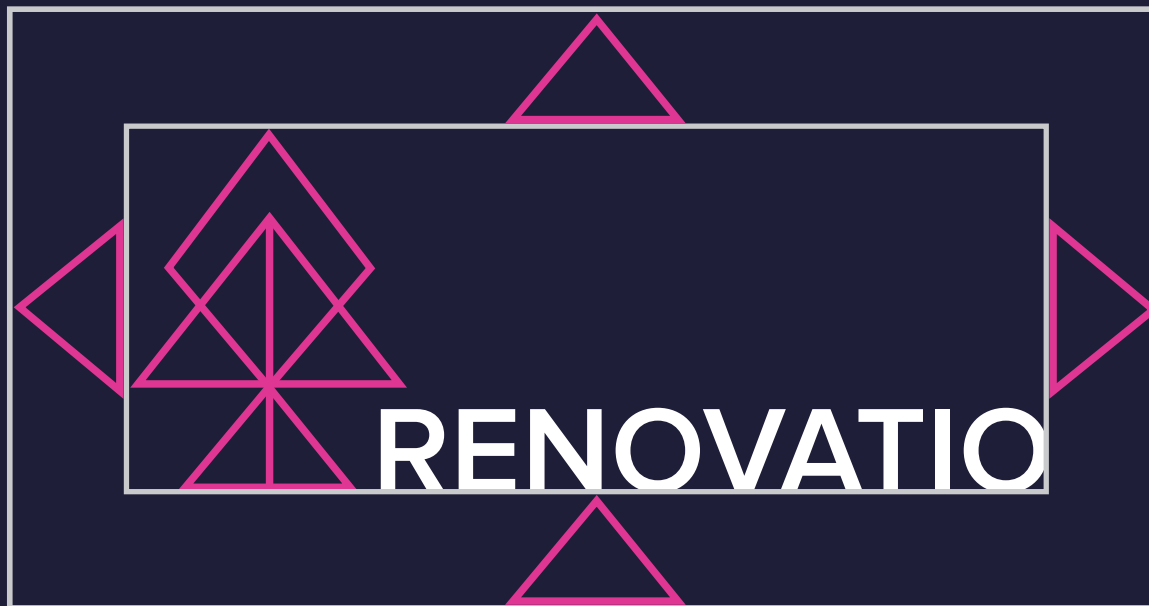
VERSÃO POSITIVA



VERSÃO NEGATIVA

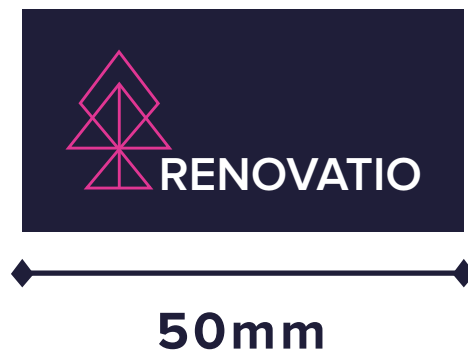
## ▲ CAMPO DE PROTEÇÃO

Ao redor da marca deve-se ter uma área de proteção para que outros elementos não atrapalhem na visualização da identidade. A unidade escolhida para a área de proteção da marca foi a altura do menor triângulo, presente no símbolo.



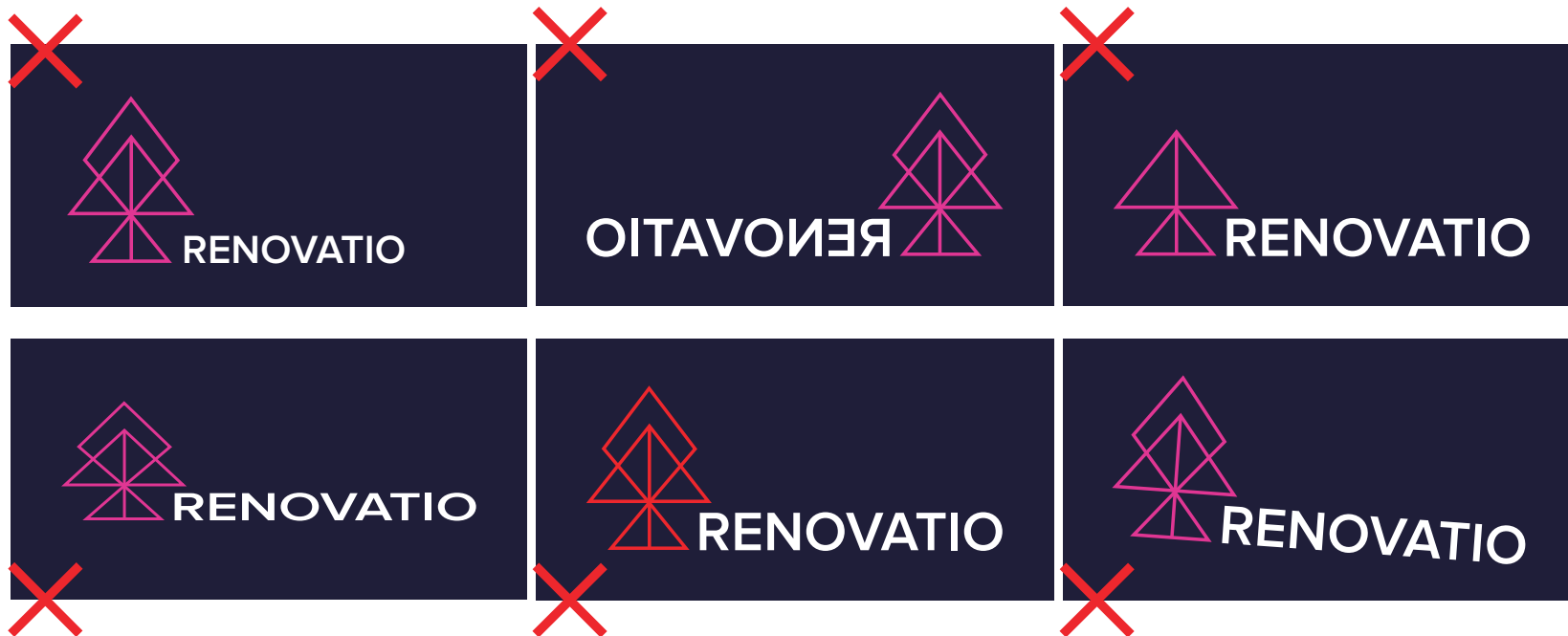
## ▲ REDUÇÃO MÁXIMA

Para que a redução não comprometa a legibilidade da marca, deve-se seguir os limites estabelecidos para sua redução máxima. Neste caso, foi estabelecida a redução máxima de 50 milímetros de largura, com altura seguindo proporcionalmente.



## ▲ USOS VETADOS

Foram vetados os usos da marca de forma a: distorcer; rotacionar; alterar cores; inserir, tirar, ou sobrepor elementos; inverter; alterar o traçado; alterar proporção entre tipografia e símbolo da marca.



## ▲ **FUNDOS COLORIDOS**

A versão prioritária (com fundo), sempre que possível, deve ser utilizada. Caso o fundo da versão principal não possa ser aplicado, deverão ser utilizadas as versões monocromáticas.



Em fundos claros, deve-se usar a versão positiva.



Em fundos escuros, deve-se usar a versão negativa.

# ▲ FUNDOS FOTOGRÁFICOS

A versão prioritária (com fundo), sempre que possível, deve ser utilizada. Caso o fundo da versão principal não possa ser aplicado, deverão ser utilizadas as versões monocromáticas.



