

PVRA®



PVRA®

Água
futura.



PREMIUM. **ECO.** ÁGUA.

350ML

ÍNDICE

3 Introdução

- 4 Boas-Vindas
- 5 Sobre

9 Marca

11 Logotipo

- 12 Introdução
- 13 Construção
- 14 Combinações de Cor
- 15 Positivo e Negativo
- 16 Proteção
- 17 Redução
- 18 Usos Incorretos

20 Cores

- 22 Proporções
- 23 Especificações Técnicas
- 24 Gradientes
- 25 Sobreposições Permitidas
- 26 Usos Incorretos

27 Tipografia

- 29 Famílias
- 33 Hierarquia
- 35 Ênfase
- 36 Espaçamentos
- 37 Alinhamentos
- 39 Usos Incorretos

41 Elementos Gráficos

42 Selos

- 43 Introdução
- 44 Exemplos

46 Inspirações

- 47 Introdução
- 48 Aplicações

54 Downloads

Introdução

Bem-vindo às instruções de Identidade da PVRA.

Este manual serve como um recurso prático destinado a familiarizá-lo com os elementos fundamentais da nossa identidade.

Neste espaço, delinearemos os recursos associados à nossa marca e como aplicá-los para criar materiais coesos e consistentes. Em última análise, estas instruções funcionam como um auxílio - um direcionamento. Utilize seu discernimento e recorra a este guia com regularidade.

Sobre



PVRA

Água ultrapura
pH 9 · 100× purified

Itália
BluPura

Essência leve
Luxo consciente

Ciclo puro
Sustentável

PVRA

Água futura.

Poucas coisas são tão essenciais quanto a água que tomamos e os hábitos que questionamos.

Como foi que passamos tanto tempo achando natural servir água em plástico?
A PVRA chegou pra mudar isso.

Com um sistema italiano de ultrapurificação, transformamos restaurantes, cafés e hotéis em produtores da própria água premium, servida em garrafas retornáveis e bonitas.

De um lado, o mínimo de custos, excessos e desperdícios. Do outro, o máximo de pureza, inteligência e design.

Assim, mesa a mesa, cuidamos de pessoas, negócios e natureza, com mudanças compactas e de alto impacto.

Revolucionar ideias pode ser leve. Com ou sem gás.



Eco é cool



PVRA[®]
Água
futura.

Marca

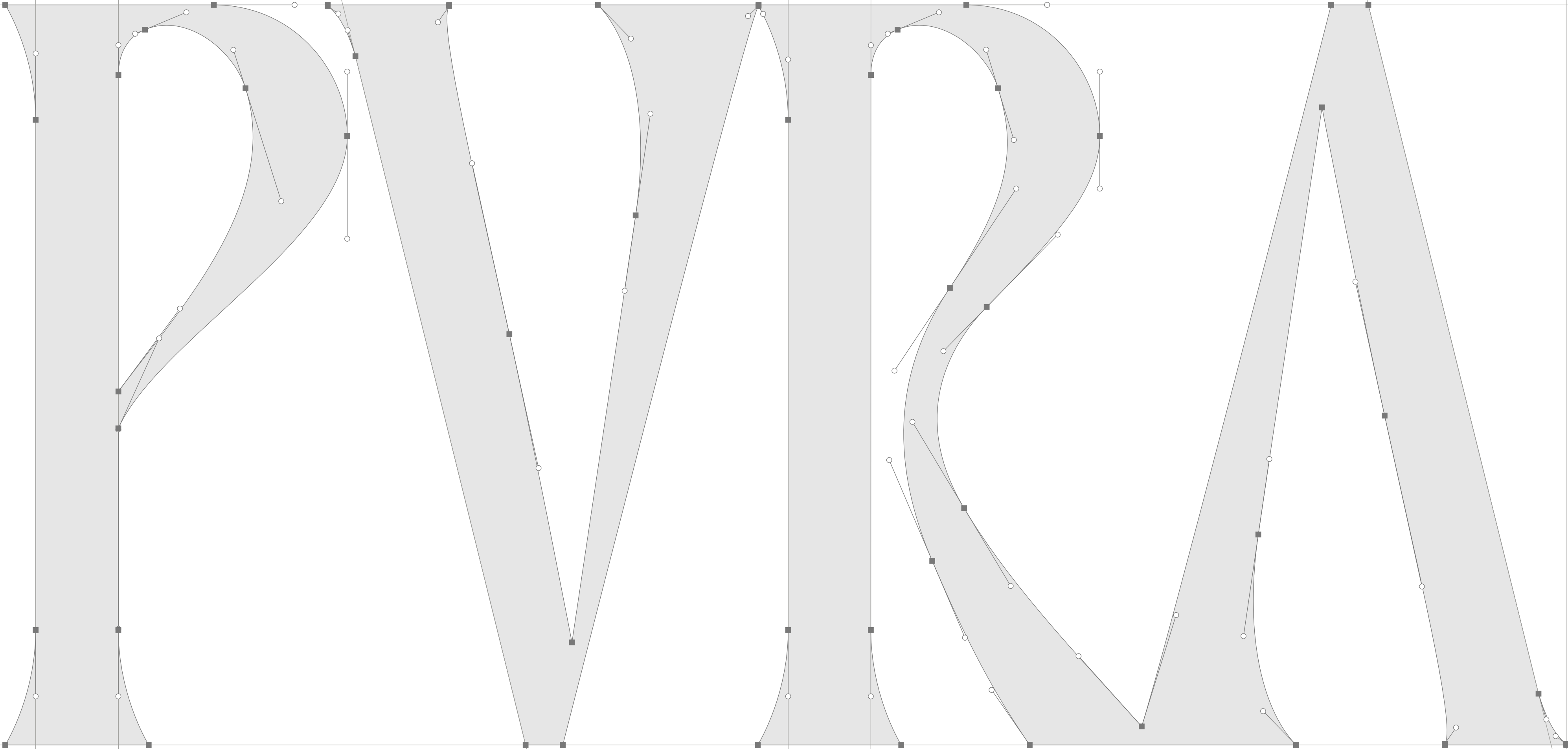
ATIVOS DE MARCA

As seções a seguir descrevem detalhadamente os ativos da nossa identidade, fornecendo melhores práticas, especificações de produção e aplicações. Esses elementos gráficos são os alicerces de nossa marca. São os ativos que ajudam a nos distinguir e são utilizados para dar vida à nossa identidade visual.

Logotipo

Para dar vida aos nossos princípios de design, consolidamos o que há de mais único na marca.

Existem regras e hierarquias específicas para o uso nosso logotipo, que abordaremos com mais detalhes a seguir.



COMBINAÇÕES DE COR

Apresentamos combinações de cor permitidas.

No exemplo ao lado, utilizamos uma das variações como exemplo, embora as combinações de cor possam ser utilizadas para quaisquer variações do logo.

As combinações de cor devem sempre seguir o critério de legibilidade e contraste, ou seja, além de ser necessário respeitar as cores institucionais, é preciso aplicá-las com cautela.

Combinação de cores 1



Combinação de cores 2



Combinação de cores 3



Combinação de cores 4



Combinação de cores 5



Combinação de cores 6



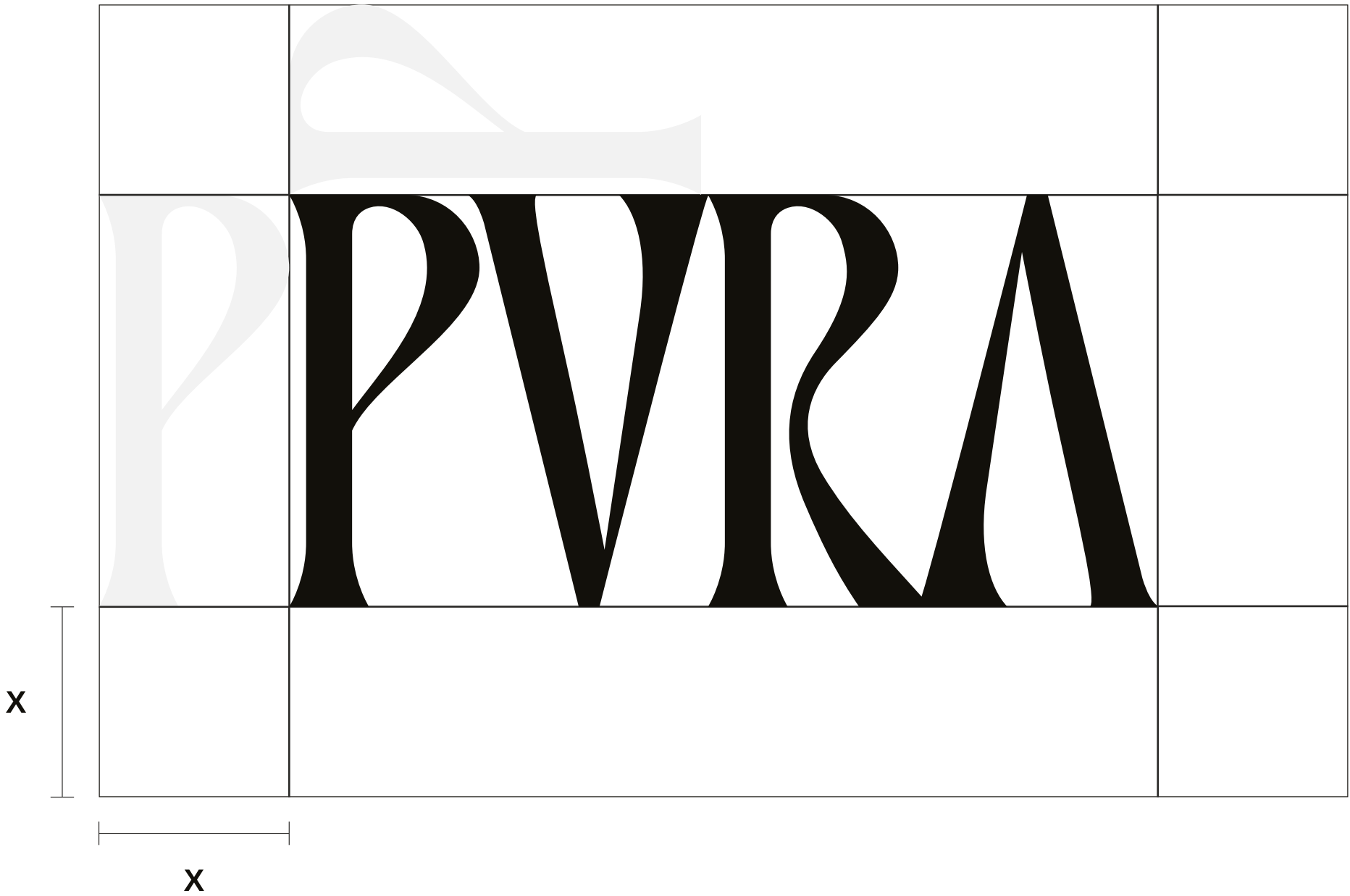
POSITIVO E NEGATIVO

Quando não for possível utilizar as versões coloridas principais, é permitido o uso das versões positivas e negativas para aplicações em preto ou branco.



ÁREA DE PROTEÇÃO

Para que não haja interferência em sua leitura e para garantir que ele será apresentado com a máxima clareza e impacto visual, utilizar o elemento em destaque como medida de espaçamento mínimo.



REDUÇÃO

Para que a marca seja sempre percebida com a melhor legibilidade possível, ficam estabelecidos os limites de redução no sistema métrico, para impressão, e em pixels para telas.

Os limites para ambas finalidades são definidos tendo a altura da marca (eixo y) como referência.

Não reduzir para alturas menores do que 0,8cm ou 40px.

Impressão

y: 0,8cm



Digital

y: 40px

USOS INCORRETOS

A fim de manter a identidade da marca, a assinatura visual nunca deverá ser alterada, seja nas suas cores, diagramação ou proporções.

Verifique os usos incorretos da marca e compare com a versão correta.



✓ Uso correto



✗ Não utilizar outras cores



✗ Não alterar as formas



✗ Não deformar



✗ Não alterar a tipografia



✗ Não alterar o espaçamento



✗ Não rotacionar



✗ Não utilizar outline



✗ Não alterar a construção



✗ Não adicionar novas informações



✗ Não modificar proporções



✗ Não aplicar gradientes ou efeitos

PVRA.
Água Futura

PVRA



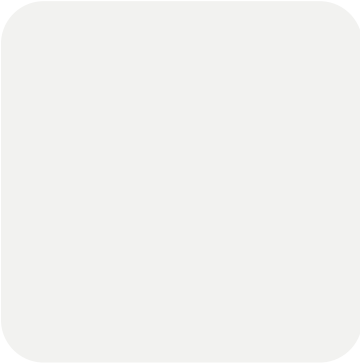
Cores

As cores institucionais refletem nossa visão e nossos valores.

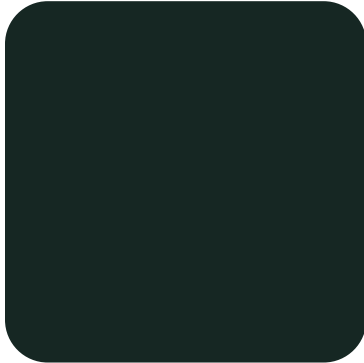
Equilibrar essas cores corretamente é essencial para maior reconhecimento de marca.

ESPECIFICAÇÕES TÉCNICAS

Utilize a descrição ao lado para que a correspondência exata das cores institucionais seja mantida em qualquer espaço de cores.



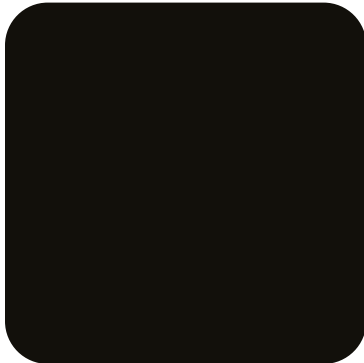
HEX: #f2f2f0
RGB: 242, 242, 240
CMYK: 5, 5, 5, 0
PANTONE: Cool Gray 1 C



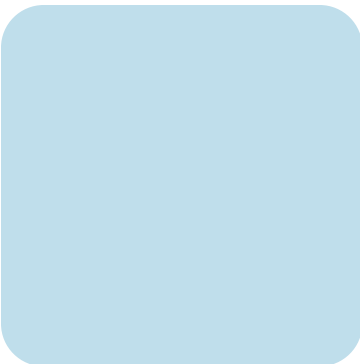
HEX: #162723
RGB: 22, 39, 35
CMYK: 85, 60, 65, 75
PANTONE: 5535 C



HEX: #dbdcda
RGB: 219, 220, 218
CMYK: 15, 10, 15, 0
PANTONE: Cool Gray 2 C



HEX: #12100b
RGB: 18, 16, 11
CMYK: 80, 70, 65, 90
PANTONE: Black 6 C



HEX: #bfdeeb
RGB: 191, 222, 235
CMYK: 30, 5, 5, 0
PANTONE: 2707 C



HEX: #2a2927
RGB: 42, 41, 39
CMYK: 70, 60, 60, 70
PANTONE: 447 C

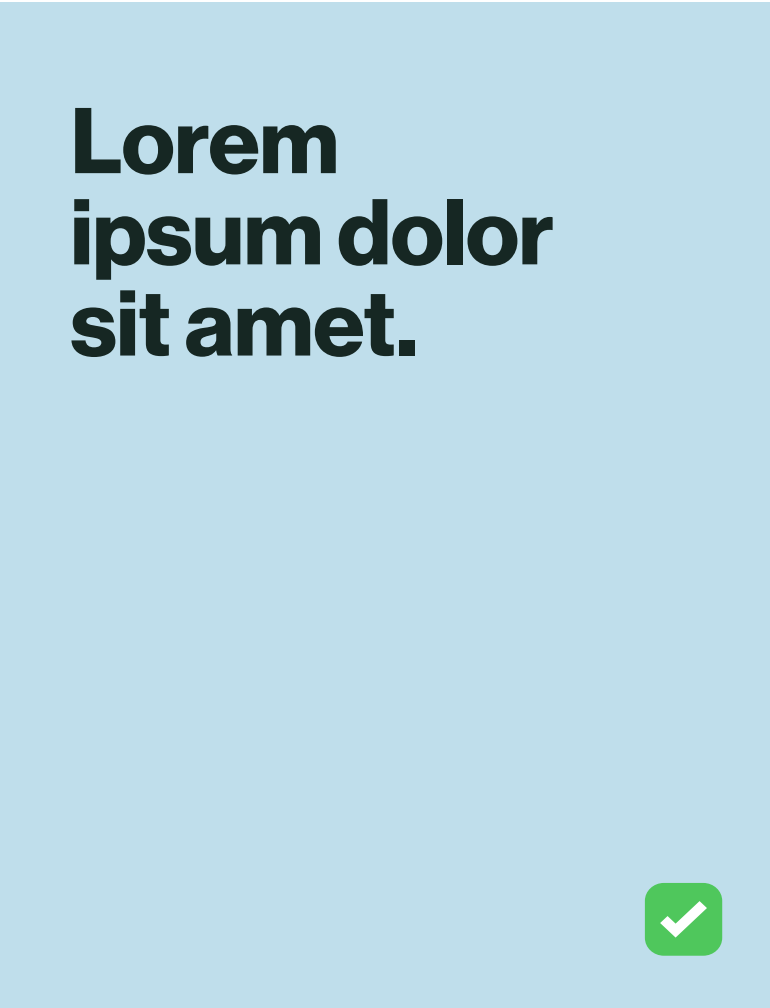
GRADIENTES

Os gradientes são elementos visuais que reforçam a profundidade e dinamismo da identidade da marca. Devem ser utilizados com moderação e sempre respeitando as cores institucionais, para manter a harmonia e consistência visual.



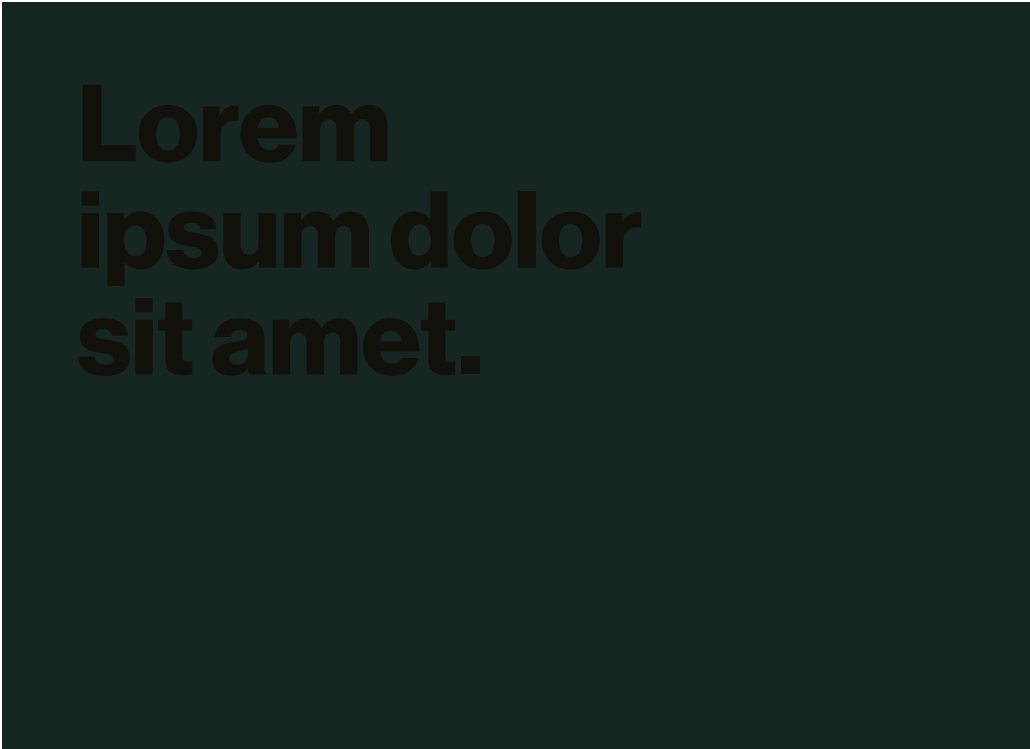
SOBREPOSIÇÕES PERMITIDAS

Utilize as cores sempre visando o melhor contraste e legibilidade.



USOS INCORRETOS

Use as cores de forma consistente. Evite as aplicações:



✘ Priorize mais contraste para leitura.



✘ Não use outras cores.



✘ Não use gradientes.



✘ Não use efeitos.



✘ Não mude o brilho e a saturação das cores.



✘ Não use texturas sobre as cores.

Tipografia

Nossas famílias tipográficas impulsionam o valor da marca em toda a comunicação.

Priorizamos o uso das famílias a seguir, com diversos pesos, para versatilidade de aplicação e maior reconhecimento de marca.

PP Fragment Glare

Font Name	PP Fragment
Designer	Francesca B.
Foundry	LOCOMOTIVE
Category	Serif

Olá! Meu nome é PP Fragment Glare.
Serei a fonte para títulos da sua marca.

Light
Regular

AaBb

Neue Haas Grotesk

Font Name	Neue Haas Grotesk
Designer	Max Miedinger
Foundry	Comercial Type
Category	Sans Serif

Já eu sou Neue Haas Grotesk. Serei a fonte para textos menores e corridos da sua marca.

Book
Bold

AaBb

Aa

Glare
Light Aa

Glare
Regular Aa

Font Name	PP Fragment
Designer	Francesca B.
Foundy	LOCOMOTIVE
Category	Serif
Classification	Grotesk
Released	2022
Weights	2
Styles	1
Format	Open Type
Source	LOCOMOTIVE

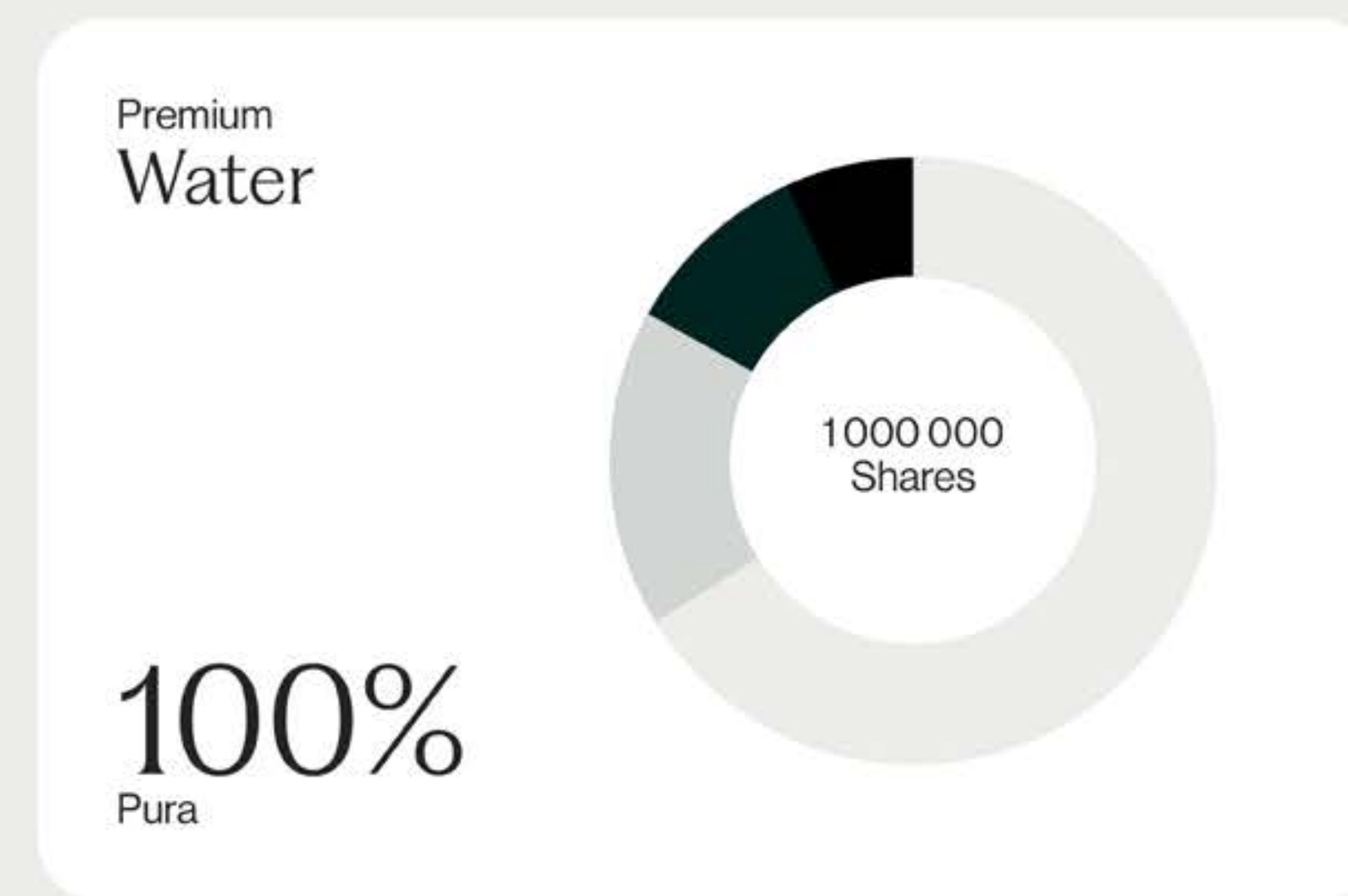
Aa

Book Aa

Bold Aa

Black Aa

Font Name	Neue Haas Grotesk
Designer	Max Miedinger
Foundy	Comercial Type
Category	Sans Serif
Classification	Grotesk
Released	2011
Weights	3
Styles	1
Format	Open Type
Source	Comercial Type



HIERARQUIA

Tamanho, escala e posicionamento desempenham um fator importante na forma como a tipografia é lida. Não existe uma regra exata, mas sempre certifique-se que há uma diferença notável entre os tamanhos dos tipos.

Por exemplo, não defina o corpo do texto em 18 pontos e o título em 20 pontos.

Estabeleça uma relação hierárquica entre títulos, subtítulos e texto corrido.

Lorem ipsum dolor sit amet
consectetuer. 5x

Sempre certifique-se que há
uma diferença notável entre os
tamanhos dos tipos. 2x

Tenha em mente a ordem em que as informações
serão lidas pelo público. As informações importan-
tes devem ser maiores e mais claras enquanto o
corpo do texto deve ser menor. x

ÊNFASE

Para amplificar as mensagens de marca, negrite palavras selecionadas em um título.

Não use o negrito em parágrafos grandes de texto e não destaque várias palavras em uma frase.

Esse recurso deve ser usado com moderação e não é obrigatório para todos os títulos.

A regra de uso é pular pelo menos um peso da família tipográfica para criar contraste.

Lorem ipsum
 dolor sit amet
 consectetur.
 Book
 Medium
 Bold

Exemplo:

Regular -> **Medium** -> **Bold**

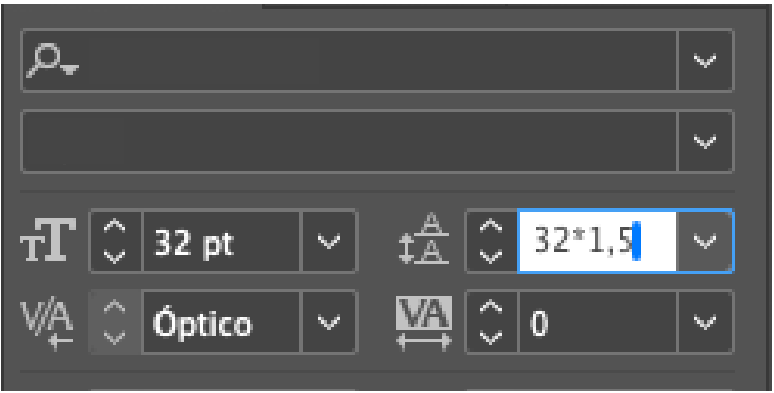
ESPAÇAMENTO DE
TÍTULOS

Para títulos utilizamos entrelinha
com o **mesmo** tamanho da fonte.

104pt	x
104pt	x
Lorem ipsum dolor sit amet consectetuer.	

ESPAÇAMENTO DE TEXTO CORRIDO

Em texto corrido, multiplicamos o tamanho da fonte por **1,5x** para obter o espaçamento vertical, também chamado de entrelinha.



Exemplo em 32pt

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Vestibulum eu ex sed orci euismod faucibus. Donec velit ligula, pellentesque vitae tellus non, faucibus suscipit ante. Aenean sit amet dolor tempor, malesuada ipsum scelerisque, ultricies dolor. Proin lobortis, dolor sit amet semper suscipit, tellus ligula hendrerit ex, non porttitor massa diam at nibh. Sed pharetra ultrices ultrices. Vivamus commodo efficitur lectus a lacinia. Suspendisse sit amet felis lectus. Sed ut nulla vitae ligula tincidunt consectetur. Praesent ultricies venenatis sagittis.

ALINHAMENTO DE TÍTULOS

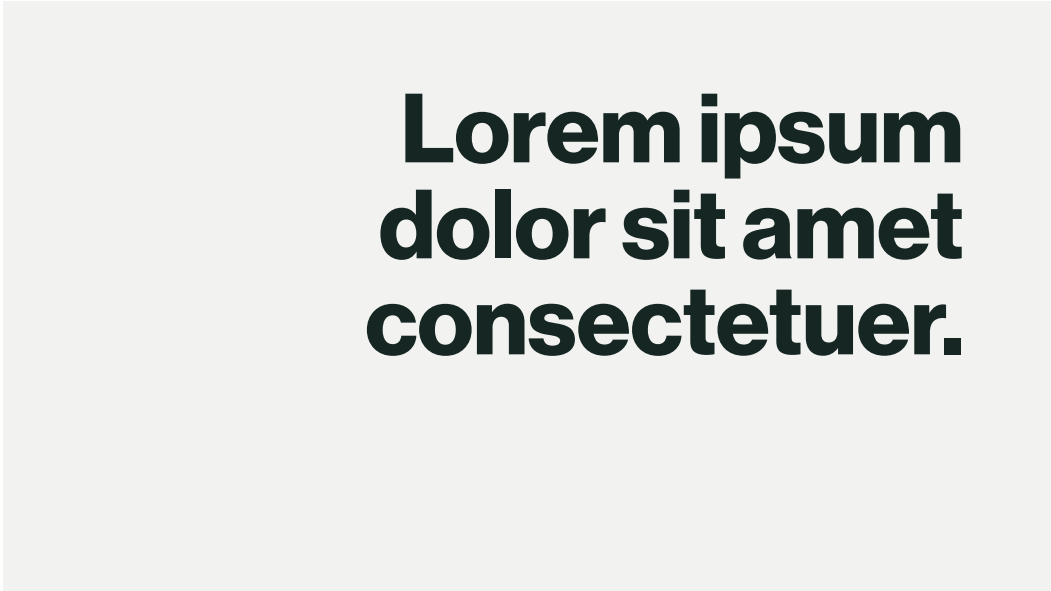
Utilize as diretrizes a seguir para aplicar as melhores práticas de alinhamento de títulos.



 Alinhamento preferencialmente à esquerda.



 É permitido alinhar títulos ao centro.



 Alinhamento à direita não é recomendado.



 Não hifenizar o texto em títulos.



 Não justificar o texto em títulos.

ALINHAMENTO DE TEXTO CORRIDO

Utilize as diretrizes a seguir para aplicar as melhores práticas de alinhamento de texto corrido.

Lorem ipsum dolor sit amet, elit. Vestibulum aliquam eros nec dolor dapibus luctus. Nullam scelerisque ex ut dui pulvinar, sed venenatis lacus eleifend.

✓ Alinhamento preferencialmente à esquerda.

Lorem ipsum dolor sit amet, elit. Vestibulum aliquam eros nec dolor dapibus luctus. Nullam scelerisque ex ut dui pulvinar, sed venenatis lacus eleifend.

! Evite centralizar texto corrido.

Lorem ipsum dolor sit amet, elit. Vestibulum aliquam eros nec dolor dapibus luctus. Nullam scelerisque ex ut dui pulvinar, sed venenatis lacus eleifend.

✗ Alinhamento à direita é proibido.

Lorem ipsum dolor sit amet, elit. Vestibulum aliquam eros nec dolor dapibus luctus. Nullam scelerisque ex ut dui pulvinar, sed venenatis lacus eleifend.

✗ Hifenizar o texto somente se for absolutamente necessário.

Lorem ipsum dolor sit amet, elit. Vestibulum aliquam eros nec dolor dapibus luctus. Nullam scelerisque ex ut dui pulvinar, sed venenatis lacus eleifend.

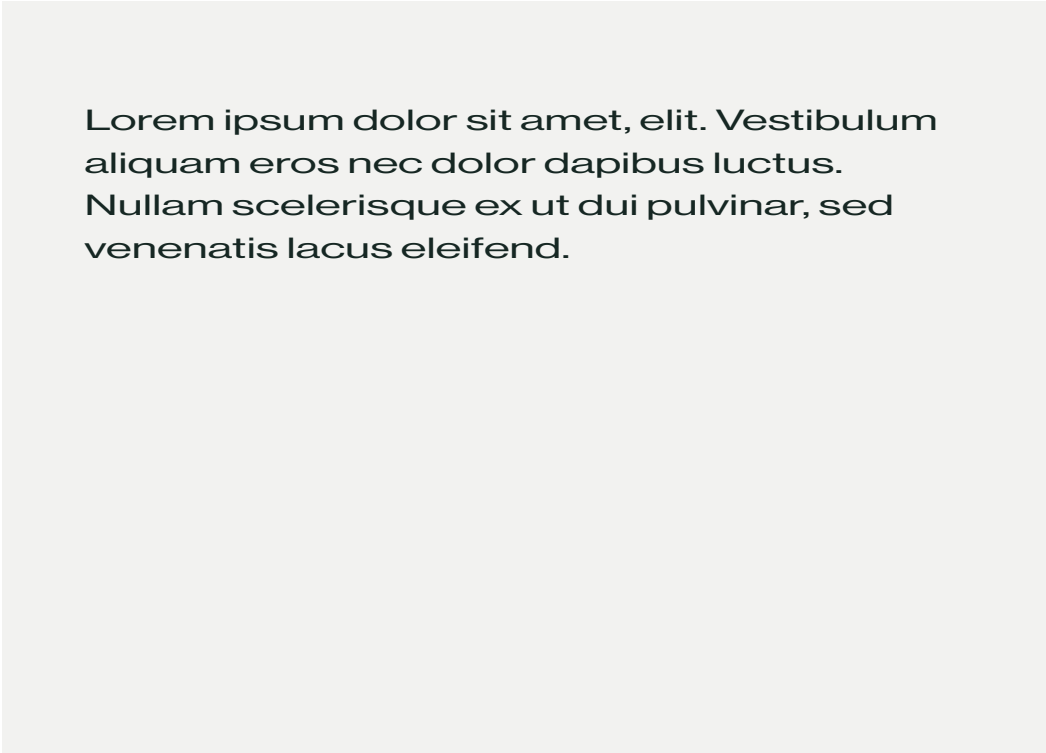
✗ Nunca justificar texto corrido.

Lorem ipsum dolor sit amet, et elit. Vestibulum aliquam eros nec dolor dapibus luctus. Nullam scelerisque ex ut dui pulvinar, sed venenatis lacus.

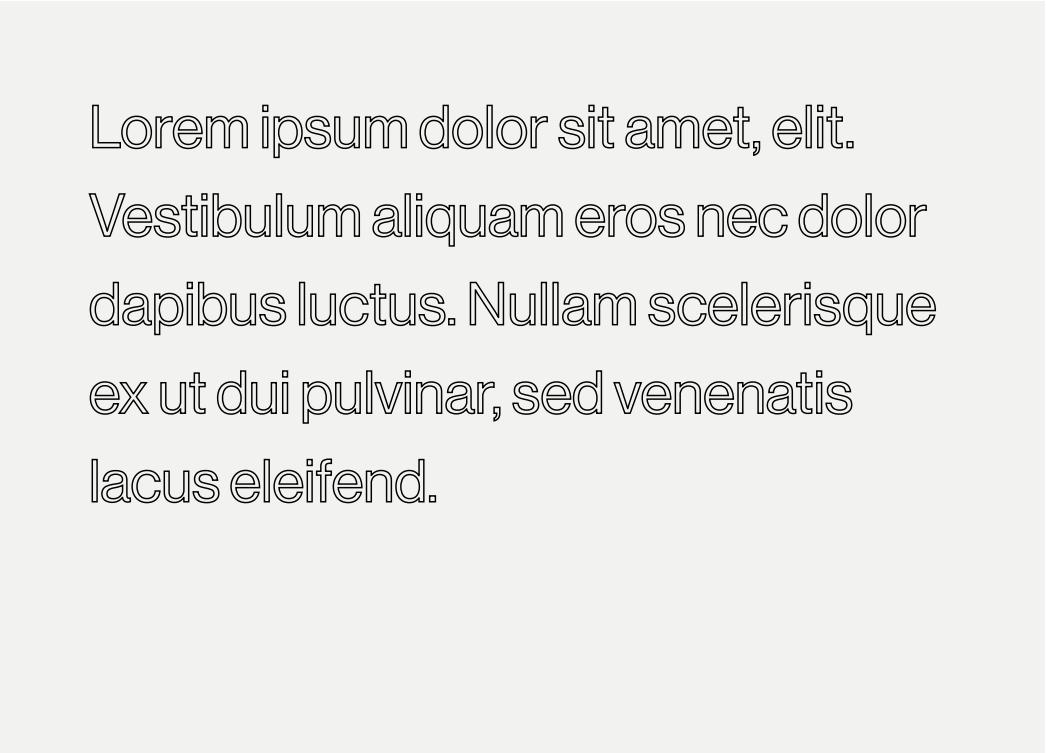
✗ Evitar que as linhas do texto formem um efeito cascata, em que a linha seguinte é mais curta que a anterior.

USOS INCORRETOS DE ESTILIZAÇÃO DE TEXTO

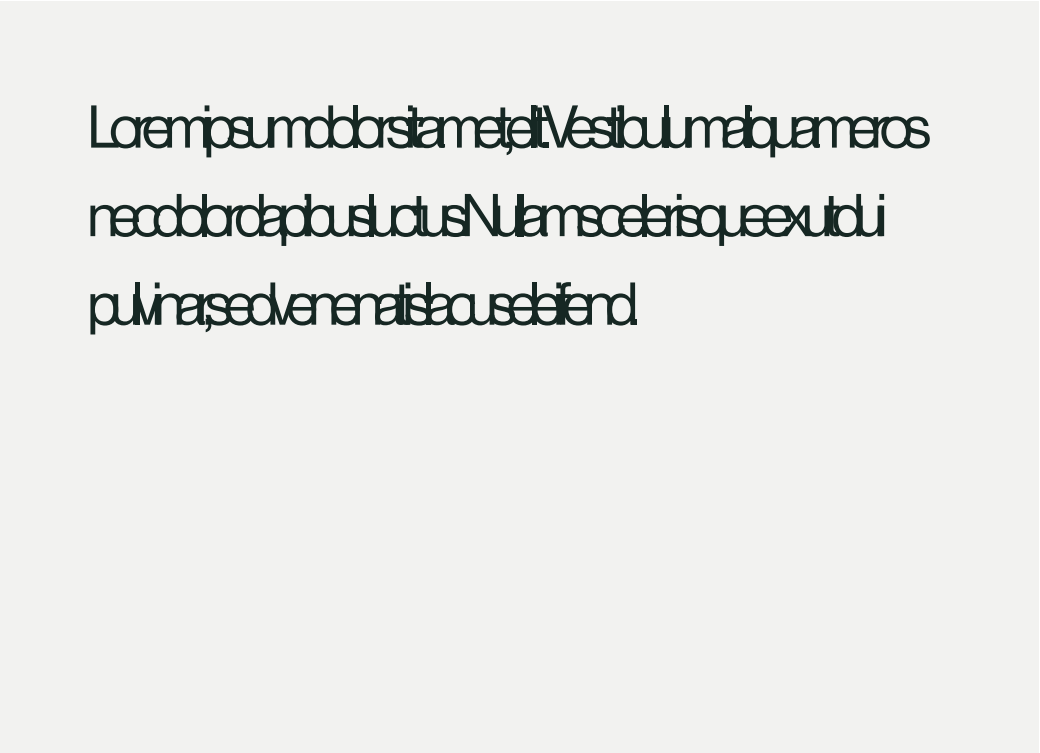
A fim de manter a identidade da marca, a tipografia deve ser aplicada da maneira correta. Use este guia para verificar os usos incorretos da tipografia e priorizar as aplicações corretas.



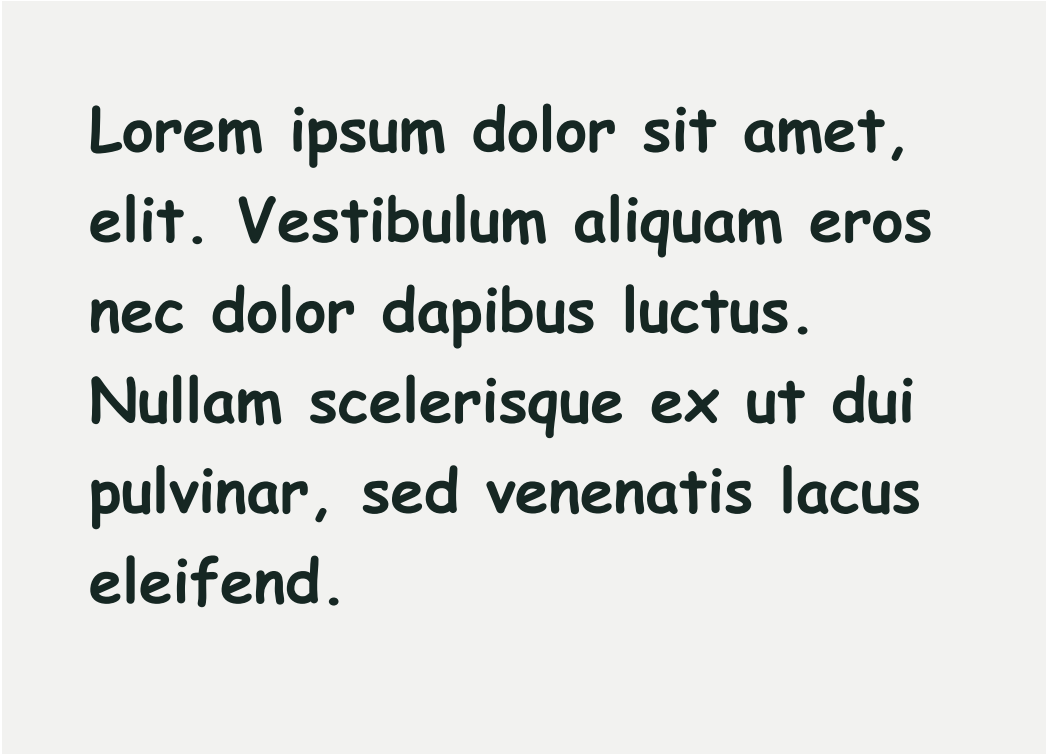
✗ Não estique ou distorça o texto.



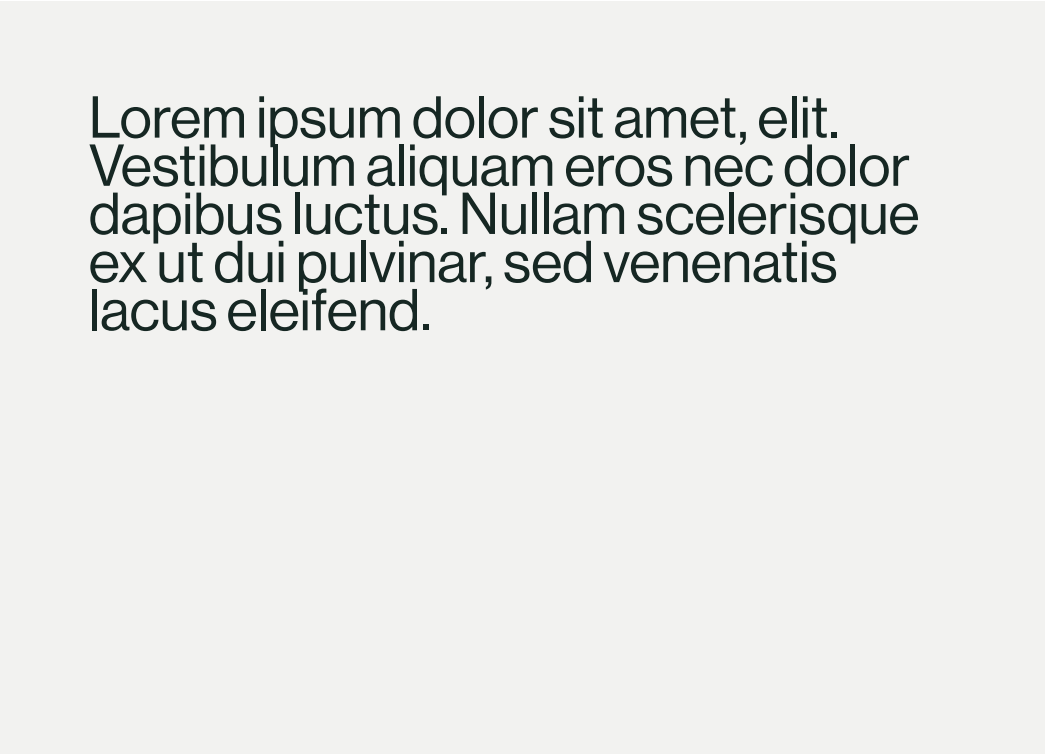
✗ Não use outline.



✗ Não use tracking muito apertado.



✗ Não use fontes que não as da marca.



✗ Respeite o espaçamento entrelinha.

Exterior



PVRA

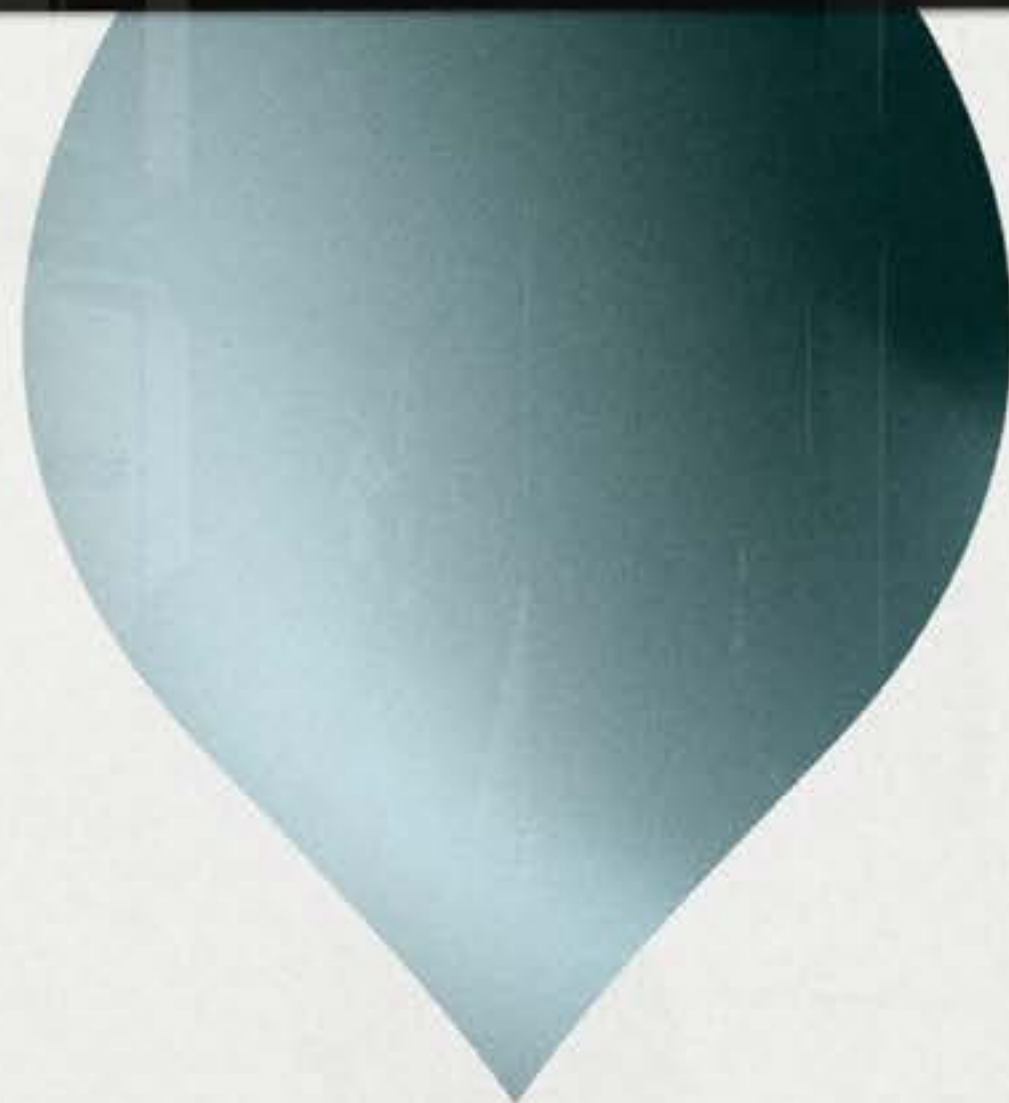
Ultra-filtered water

pH 9 · 100× purified

SOURCE

Drawn locally, purified 100x
beyond standard systems.

Exterior



PVRA

Ultra-filtered water

pH 9 · 100× purified

BALANCE

Ionized to pH 9, maintaining
essential minerals for a naturally
smooth taste.

Exterior



PVRA

Ultra-filtered water

pH 9 · 100× purified

SERVE

Chill and pour slowly. A silent
ritual of clarity and calm.

Elementos Gráficos

Selos

O selo é um elemento gráfico complementar da identidade visual, utilizado para reforçar autenticidade, certificações ou mensagens específicas da marca.

Deve ser aplicado de forma consistente, respeitando as proporções, cores e tipografia institucionais.



MADE IN
ITALY
BOTTLED
LOCALLY





Inspirações

Todo o trabalho nesta seção é uma prova de conceito e deve ser usado apenas como inspiração.

**Nesta seção damos vida à marca.
Consulte para inspiração ao criar novas
comunicações e execuções.**

**Todos os exemplos apresentam
combinações da identidade visual e
exemplificam os princípios da nossa
marca.**



Before our water reaches your table it is filtered, balanced, ionized, cooled, and refined through Italian precision. Here's what happens next.

SOURCE Drawn locally, purified 100x beyond standard systems.

BALANCE Ionized to pH 9, maintaining essential minerals for a naturally smooth taste.

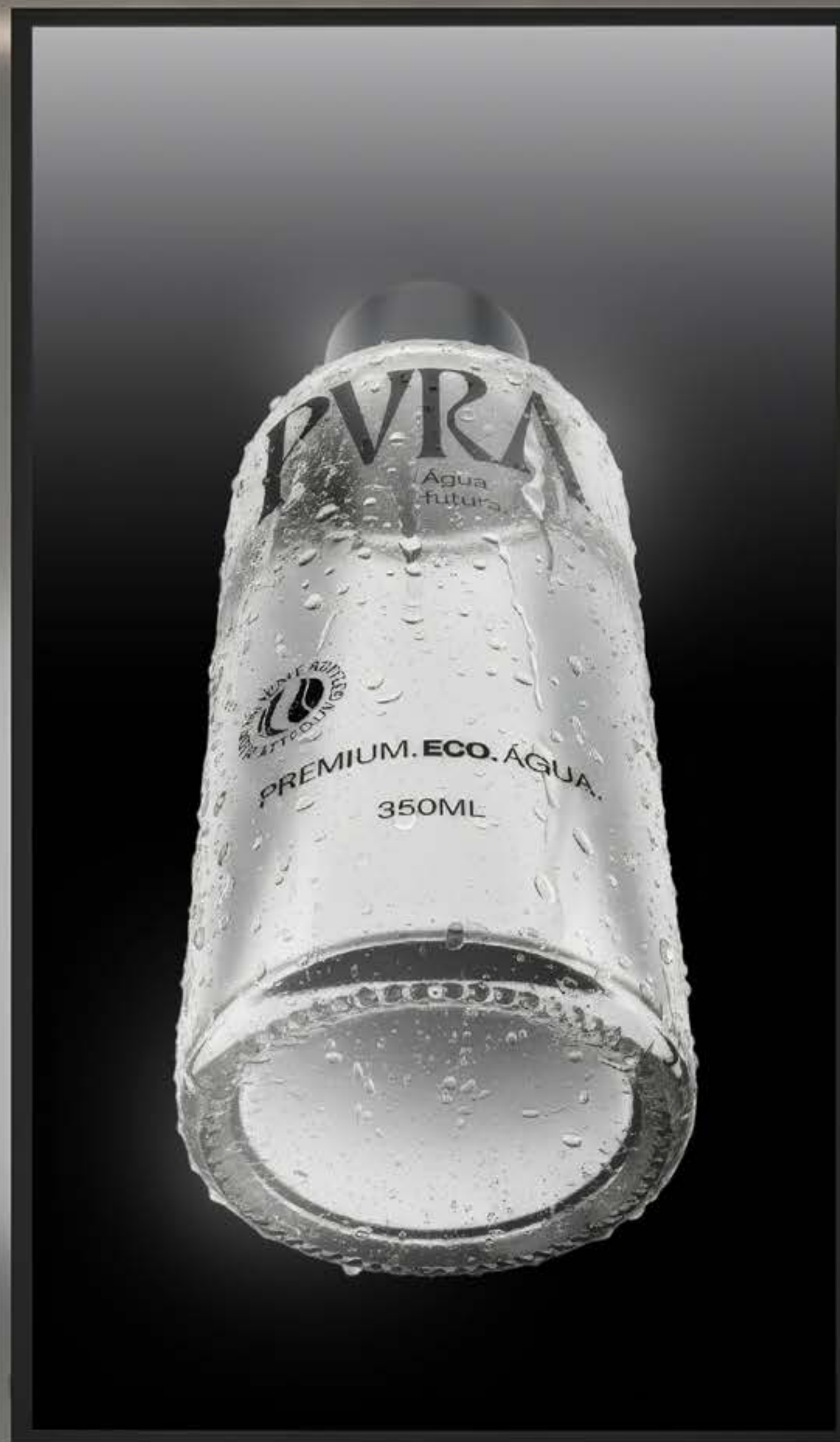
SERVE Chill and pour slowly. A silent ritual of clarity and calm.

PVRA









PVRA O luxo nunca foi tão transparente.

Água ultrafiltrada

pH9 · 100× purificada



ORIGEM

Produzida localmente, purificada 100× além dos sistemas convencionais.

EQUILÍBRIO

Ionizada em pH9, preservando minerais essenciais para um sabor naturalmente suave.

PUREZA

Conscientize-se. Liberte-se. Hidrate-se.

tra-filtered water

pH 9 - 100x purified

Fina, elegante
e purificada.

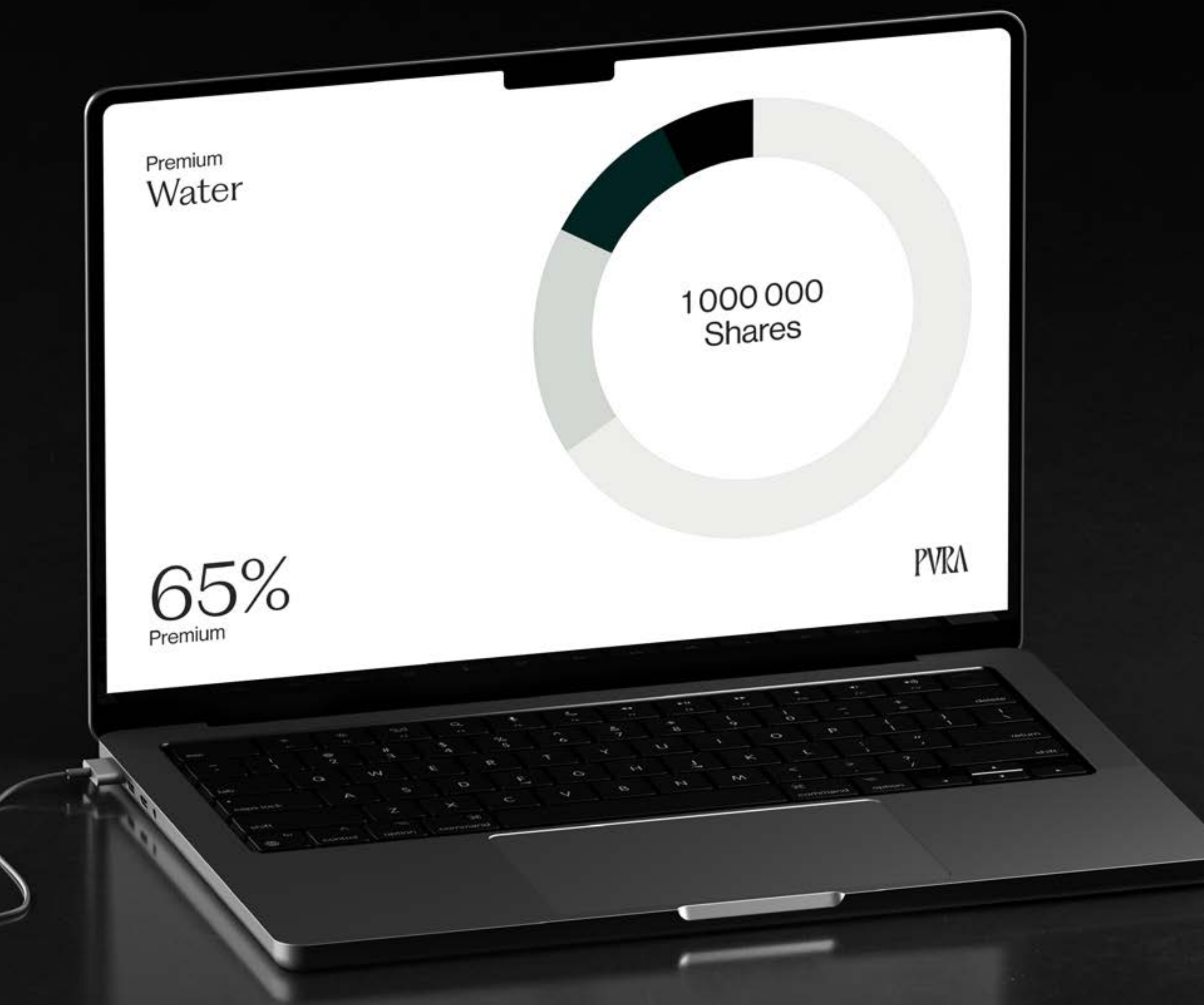


a, elegante
purificada.



Ultra-filtered water

pH9・100×purified



REVOLUCIONAR A
HOSPITALIDADE
NA BASE DA
PUREZA.

Ultra-filtered water

pH 9 · 100× purified

PVRA



Mais pureza à mesa.

O LUXO NUNCA
FOI TÃO
TRANSPARENTE.

Ultra-filtered water

pH 9 · 100× purified

PVRA





PVRA



VR

Água





PURA

Água
futura.



PREMIUM.ECO.ÁGUA.

350ML



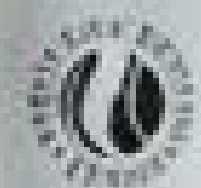
PVRA

Deixa o
futuro fluir.



PVRA

Água
Filada



PREMIUM ECO-ÁGUA

350ML

350ML

PVRA

Ultra-filtered water
pH 9 · 100× purified

Ultra-filtered water
pH 9 · 100× purified

Store cool
(Serve chilled)

Italy
BluPura tech

Size
750 ml

PVRA

A VIBRANT SPACE
WHERE ENERGY
FLOWS AND YOU
THRIVE.

Ultra-filtered water
pH 9 · 100× purified

Store cool
(Serve chilled)

Italy
BluPura tech

Size
750 ml



PVRA

Ultra-filtered water
pH 9 · 100× purified

Store cool
(Serve chilled)

Italy
BluPura tech

Size
750 ml



Pure Water
Moment

100× filtered and perfectly balanced.
Crafted in Italy for the finest tables.
A silent revolution in every pour.





PVRA

Agua
futura.



PREMIUM ECO.AGUA.

350ML



PVRA



Ultra-filtered water
pH 9 · 100× purified

Store cool
(Serve chilled)

Italy
BluPura tech

Size
750 ml

PURA

Água futura.

A vida mais pura.

FONTE

ESSENCIAIS

Água 50 vezes mais pura.

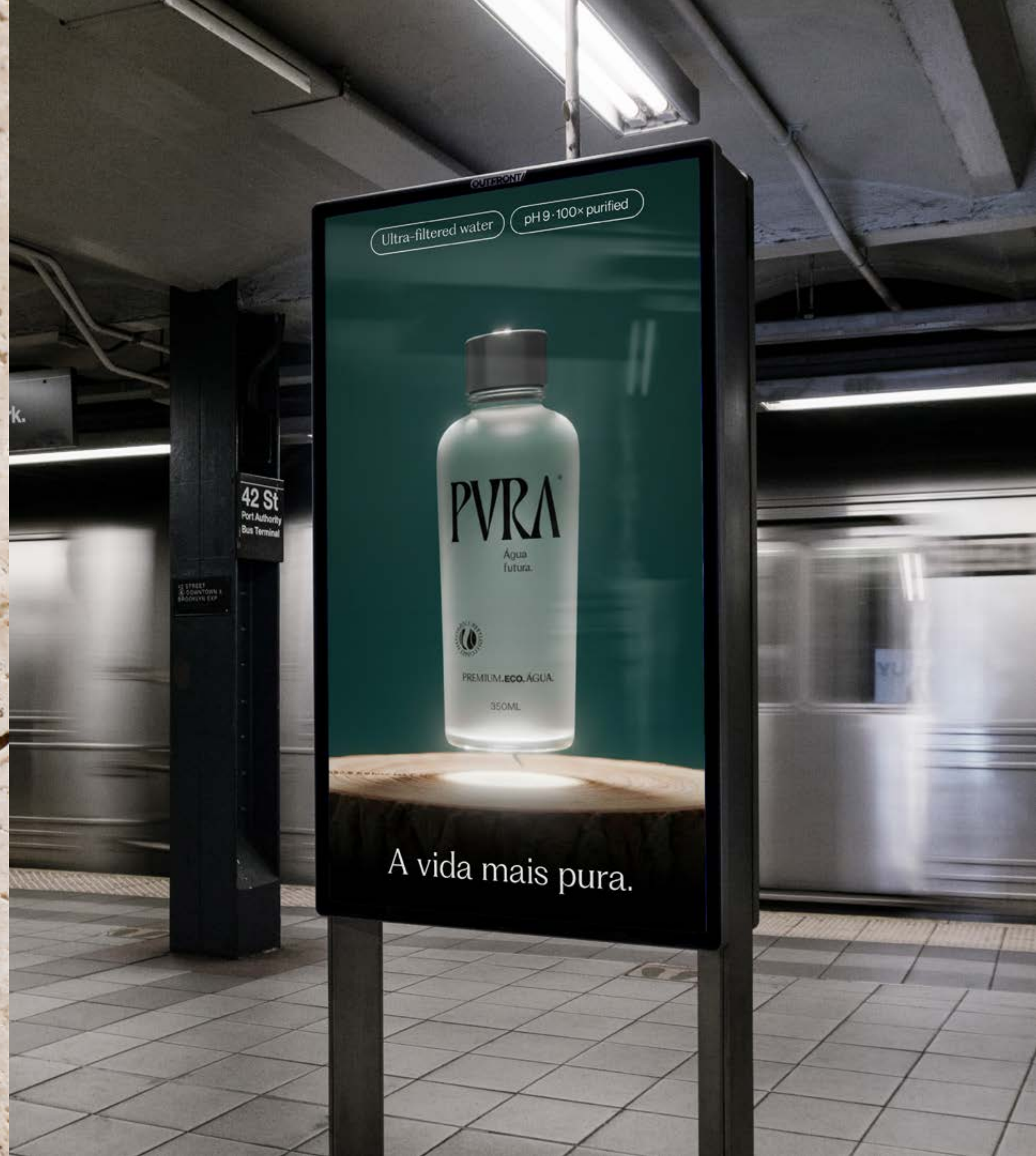
Água e questionar o que

FONTE

ÁTICOS

FILTRO

ÁGUA





Use os links ao lado para acessar rapidamente os arquivos dos ativos de marca.

↓ Logotipo

↓ Fontes

↓ Selos

Acesse nossos arquivos

PVRA®



PVRA®

Água
futura.



PREMIUM. **ECO.** ÁGUA.

350ML