

GRANDE RESERVA MATA ATLÂNTICA

Manual de identidade de marca



SUMÁRIO

INTRODUÇÃO.....	3	UTILIZAÇÃO DA MARCA GRANDE RESERVA MATA ATLÂNTICA.....	25
O QUE É A GRANDE RESERVA MATA ATLÂNTICA?.....	4	Jornada do uso da marca.....	27
CONTEXTO DA GRANDE RESERVA MATA ATLÂNTICA.....	5	Jornada do interessado em utilizar a marca.....	28
CÍRCULO DOURADO.....	6	APLICAÇÃO DA MARCA.....	29
COMO NOS VEMOS?.....	7	Marca principal.....	30
MANIFESTO.....	8	Variante de marca.....	31
MISSÃO, VISÃO E VALORES.....	10	Zona de proteção.....	32
POSICIONAMENTO INSTITUCIONAL.....	13	Reduções mínimas.....	34
O nome.....	14	Tipografia de marca.....	35
História da marca.....	15	Tipografia de comunicação.....	36
Resumo da marca.....	16	Paleta de cores.....	37
IDENTIDADE DA MARCA E LINGUAGEM.....	17	Uso com outros elementos.....	42
Voz da marca e princípios de identidade.....	17	Exemplos de uso.....	44
O que a Grande Reserva Mata Atlântica não é.....	19	Link para download.....	47
Pilares de marca.....	20	CONTATO.....	48
Palavras-chave.....	21		
Mensagens-chave.....	22		
Fortalecimento da marca nas redes sociais.....	23		
Posicionamento simplificado.....	24		

INTRODUÇÃO

A nossa marca é também
o nosso patrimônio.

Foto: Zig Koch

Entender a essência é fundamental para alinhar toda a comunicação realizada pela Grande Reserva Mata Atlântica e seus membros e para conseguir transmitir a imagem que irá gerar valor em todas as iniciativas.

A marca se manifesta de várias formas e para públicos diversos, e suas estratégias de branding visam potencializar a experiência de cada contato para que seja reconhecida e se torne única. Nosso desafio é manter a comunicação

alinhada e consistente com o posicionamento, orquestrando todas as ferramentas de marca para construir uma associação clara na mente do consumidor.

Este documento visa estabelecer diretrizes e criar bases que reforcem a identidade da marca "Grande Reserva Mata Atlântica", trazendo de forma clara e objetiva o que ela representa e como se posiciona.

O QUE É A GRANDE RESERVA MATA ATLÂNTICA?

A Grande Reserva Mata Atlântica é uma iniciativa voluntária que reúne diversos atores – públicos, privados, não governamentais e da academia – que, juntos, promovem ações de desenvolvimento regional com foco no turismo de natureza dentro do maior remanescente de Mata Atlântica do mundo, com cerca de 3 milhões de hectares de ambientes naturais conservados, localizado entre os estados de São Paulo, Paraná e Santa Catarina. Esta área é considerada um importante patrimônio natural, cultural e histórico, e a iniciativa visa promover este rico território como um destino de turismo de natureza, reconhecido nacional e internacionalmente.



Foto: Christopher Wisniewski

CONTEXTO DA GRANDE RESERVA MATA ATLÂNTICA

A Grande Reserva Mata Atlântica nasceu da convicção de que a preservação e conservação da natureza são fundamentais para o equilíbrio do planeta e para as gerações futuras. Defende que o turismo pode ser uma atividade econômica positiva quando realizado de forma responsável e sustentável, com potencial de promover uma economia restaurativa e melhorar a qualidade de vida de dezenas de comunidades tradicionais e históricas. Este trabalho oferece uma oportunidade única para a conservação de uma das áreas mais importantes em biodiversidade do mundo. A Mata Atlântica é um patrimônio do Brasil e precisa ser valorizada, reconhecida e preservada por todas as pessoas.

A iniciativa teve início em 2018 e busca o desenvolvimento de uma região com quase 3 milhões de hectares de áreas naturais não fragmentadas, abrangendo parte dos estados de Santa Catarina, Paraná e São Paulo. A Grande Reserva conecta Unidades de Conservação já existentes e auxilia na promoção de iniciativas voltadas à valorização do patrimônio natural, histórico e cultural.

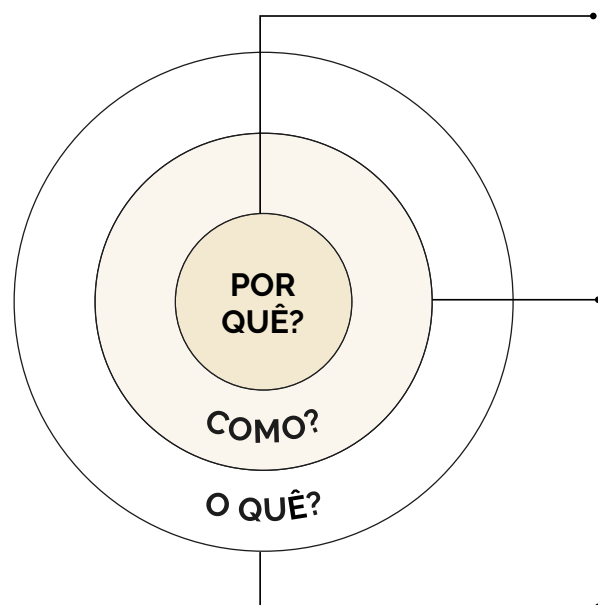
É uma região de rara beleza que abriga o maior trecho contínuo remanescente deste bioma no mundo. Ainda mantém quase toda sua diversidade de ambientes e espécies da fauna e da flora, além de vasta riqueza cultural e histórica.

Neste grande destino de turismo de natureza, prevalecem histórias inspiradoras de pessoas que dedicam a vida a proteger e valorizar a natureza e a cultura. São diversas as comunidades presentes no território, em especial indígenas, caiçaras e quilombolas.

Além disso, empresários, educadores, funcionários públicos, pesquisadores, conservacionistas e outras muitas pessoas fortalecem a Grande Reserva a cada dia, principalmente a partir do trabalho em conjunto e dos objetivos compartilhados para o futuro da região.

CÍRCULO DOURADO

De maneira simples, a modelagem do Círculo Dourado visa encontrar o propósito das empresas. Geralmente, as que possuem propósito de marca bem definido são as mais inovadoras, mais influentes e até mesmo as mais rentáveis. Conseguem fidelizar mais clientes, seus stakeholders e, claro, seus colaboradores. A metodologia visa uma reflexão de dentro para fora, permitindo que o gestor encontre seu objetivo como marca antes de olhar para o mercado. No caso da Grande Reserva Mata Atlântica, definimos o Círculo Dourado assim:



POR QUÊ?

Acreditamos que a conservação da Mata Atlântica é fundamental para o meio ambiente equilibrado, para o clima estável e para o futuro desta e das próximas gerações, com potencial para gerar negócios de impacto positivo para toda a sociedade, principalmente para as comunidades locais. A Grande Reserva Mata Atlântica é um importante destino turístico de natureza, que gera emprego e renda com base na conservação da natureza e valorização cultural e histórica.

COMO?

Promovemos experiências turísticas conectadas com a natureza e a cultura local, por meio de uma rede de gestão horizontal, sem níveis hierárquicos e de participação voluntária, que engloba organizações, governos e comunidades locais. Articulamos, desenvolvemos e fortalecemos ações que visam a conservação e a valorização dos patrimônios natural, cultural e histórico do território.

O QUÊ?

Somos a Grande Reserva Mata Atlântica, iniciativa voluntária que reúne diversos atores – públicos, privados, não governamentais e da academia – para promover, juntos, ações de desenvolvimento regional com foco no turismo de natureza dentro do maior remanescente de Mata Atlântica do mundo, com 3 milhões de hectares de ambientes naturais conservados, localizado entre os estados de São Paulo, Paraná e Santa Catarina. Esta área é considerada um importante patrimônio natural, cultural e histórico, e a iniciativa visa promover este rico território como um destino de turismo de natureza, reconhecido nacional e internacionalmente.

COMO NOS VEMOS?

Foto: Zig Koch



Acreditamos que a conservação da Mata Atlântica é fundamental para o futuro desta e das próximas gerações.

A floresta em pé tem potencial para gerar negócios de impacto positivo para toda sociedade, principalmente para as comunidades locais. Por meio de uma rede de gestão horizontal, sem níveis hierárquicos e de participação voluntária, articulamos, desenvolvemos e fortalecemos ações que visam a conservação e a valorização dos patrimônios natural, cultural e histórico do território.

MANIFESTO

Foto: Zig Koch

A photograph of a group of birds in a mangrove wetland. Several scarlet ibis are visible, along with a few blue herons. The birds are standing in shallow water, and their reflections are visible on the surface. The background consists of dense mangrove vegetation with green leaves and dark roots.

O manifesto da marca é uma declaração pública de intenções, motivações e visões.

Nele, são anunciadas as crenças da marca, suas causas e pontos de vista. Nada mais é que uma declaração da essência de uma organização para atrair mais pessoas para seu universo. A linguagem que forma o manifesto ajuda a orientar, engajar e animar os envolvidos à medida que compartilham a marca com o mundo, além de inspirar e conectar os consumidores que interagem com ela. Algumas palavras se repetem intencionalmente para reforçar o eco que se deseja criar. Desse modo, o manifesto da Grande Reserva Mata Atlântica é o seguinte:

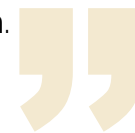
“ Nós acreditamos na força da natureza para transformar vidas e na importância da preservação e conservação do meio ambiente para garantir um futuro sustentável para todos.

Acreditamos que o turismo é uma atividade econômica positiva quando realizado de forma responsável e consciente, valorizando a biodiversidade, a cultura local e o desenvolvimento sustentável dos destinos. Nós acreditamos que a relação do ser humano com a natureza é fundamental para a nossa existência e que a educação ambiental é a chave para a preservação e conservação da natureza.

Por isso, nosso objetivo é educar e inspirar os turistas a se tornarem defensores da natureza, valorizando a biodiversidade e promovendo uma cultura de preservação. Acreditamos que os destinos têm a responsabilidade de garantir a preservação e conservação do meio ambiente, além de educar os turistas sobre a importância da natureza, da cultura e da história.

Nós queremos ser exemplo e referência nesse compromisso, promovendo o turismo responsável e sustentável na Grande Reserva Mata Atlântica. Nós acreditamos na força da união para alcançar nossos objetivos e, juntos, trabalhar para garantir a preservação e conservação da Mata Atlântica, promovendo o turismo responsável e sustentável na região. Juntos, vamos construir um futuro melhor, valorizando a natureza e promovendo o desenvolvimento responsável dos destinos.

Nós acreditamos nisso e esperamos inspirar outros a acreditarem também.



MISSÃO, VISÃO E VALORES



MISSÃO

Ecosistemas naturais conservados e valorização da cultura e da história, alavancando o desenvolvimento socioeconômico desta região da Mata Atlântica, tendo como principal vetor o ecoturismo.



VISÃO

Reconhecida nacional e internacionalmente como destino turístico pautado na conservação da natureza e valorização cultural e histórica, um destino turístico tão importante quanto o Pantanal e a Amazônia.

Fotos: Dani Person/ Zig Koch

Foto: Reginaldo Ferreira



VALORES

1. RESPEITO E RESPONSABILIDADE COM A NATUREZA

Acreditamos que um meio ambiente bem conservado é a chave para um modelo de desenvolvimento que seja sustentável e democrático, focado em garantir a qualidade de vida das pessoas.

2. EDUCAÇÃO E CONSCIENTIZAÇÃO AMBIENTAL

Priorizamos a educação ambiental e a conscientização dos turistas e da sociedade em geral sobre a importância da preservação e conservação da natureza a partir de informações acessíveis e de alta qualidade.

3. SUSTENTABILIDADE E CONSERVAÇÃO

Nos apoiamos no conceito de Produção de Natureza, em que áreas naturais protegidas garantem espetáculos naturais e culturais que são a base para uma economia restaurativa, democrática e sustentável que beneficia toda a sociedade, especialmente as comunidades locais.

4. COLABORAÇÃO E PARCERIA NAS AÇÕES COLETIVAS

Estabelecemos parcerias e colaborações com organizações, governos e comunidades locais para alcançar seus objetivos, sempre buscando o Impacto Coletivo.

5. QUALIDADE E EXCELÊNCIA NAS EXPERIÊNCIAS

Buscamos sempre a melhoria contínua, visando a excelência e qualidade em todas as atividades desenvolvidas por parceiros no território.

6. EMPATIA E RESPEITO AO PRÓXIMO

Promovemos a empatia e o respeito ao próximo em todas as nossas ações, garantindo um ambiente acolhedor e respeitoso.

7. VALORIZAÇÃO DA CULTURA, INOVAÇÃO E CRIATIVIDADE LOCAL

Valorizamos e promovemos a cultura local, incluindo suas tradições, gastronomia e arte, além de incentivar a inovação e a criatividade.

8. PRIORIZAÇÃO DA VISÃO E O IMPACTO DE LONGO PRAZO

Acreditamos que a única forma de realmente promover mudanças profundas na nossa sociedade é a partir de uma jornada consistente e cadenciada, que respeita o tempo de cada um dos envolvidos e avança de forma orgânica rumo a um futuro melhor.

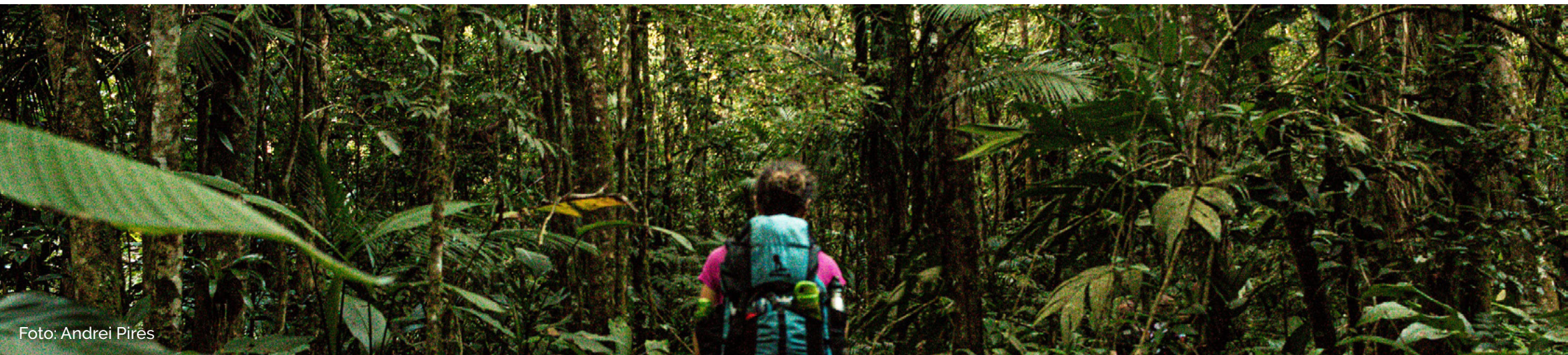


Foto: Andrei Pires

POSICIONAMENTO INSTITUCIONAL

Foto: Zig Koch



GRANDE RESERVA MATA ATLÂNTICA

VIAJAR. DESCOBRIR. CONSERVAR.

A Grande Reserva Mata Atlântica é o maior contínuo preservado de uma das mais biodiversas florestas tropicais do mundo e fica localizada a poucas horas de alguns dos principais centros urbanos do país. Além de oferecer acesso facilitado aos visitantes, também apresenta um conjunto infindável de atrativos turísticos e atividades por todo o território. A Grande Reserva Mata Atlântica é um destino surpreendente para visitantes do Brasil e do mundo, a melhor oportunidade para estar em contato com a essência da Mata Atlântica e dos brasileiros.

O nome

GRANDE

Refere-se ao maior contínuo de Mata Atlântica bem preservado do mundo, com quase 3 milhões de hectares.

RESERVA

Tem sentido duplo, referindo-se às mais de 110 Unidades de Conservação existentes no território, mas também evocando o sentido de qualidade e exclusividade (tal qual um vinho "reserva").

MATA ATLÂNTICA

Bioma que corresponde à floresta tropical mais biodiversa do mundo, casa de mais de 70% do povo brasileiro.

História da marca

QUEM SOMOS?

O maior remanescente bem conservado de Mata Atlântica do mundo, onde a proteção da natureza e a valorização cultural e histórica são os pilares de um desenvolvimento verdadeiramente sustentável e cujos principais beneficiários são os moradores locais.

O QUE FAZEMOS?

Divulgamos e fortalecemos bons exemplos a partir de uma comunicação positiva e inspiradora. Trabalhamos em conjunto por meio de uma rede local formada por atores públicos, privados, não governamentais e da academia.

COM QUEM FALAMOS?

Instituições públicas, empresas privadas, organizações da sociedade civil, indivíduos que compartilhem dos mesmos princípios da Grande Reserva Mata Atlântica, além de turistas que visitam a região.

COM QUEM QUEREMOS FALAR?

Visitantes nacionais e estrangeiros e parceiros de negócios com interesse em conhecer novas culturas, apreciar a história local e se encantar com as paisagens e biodiversidade da Mata Atlântica.

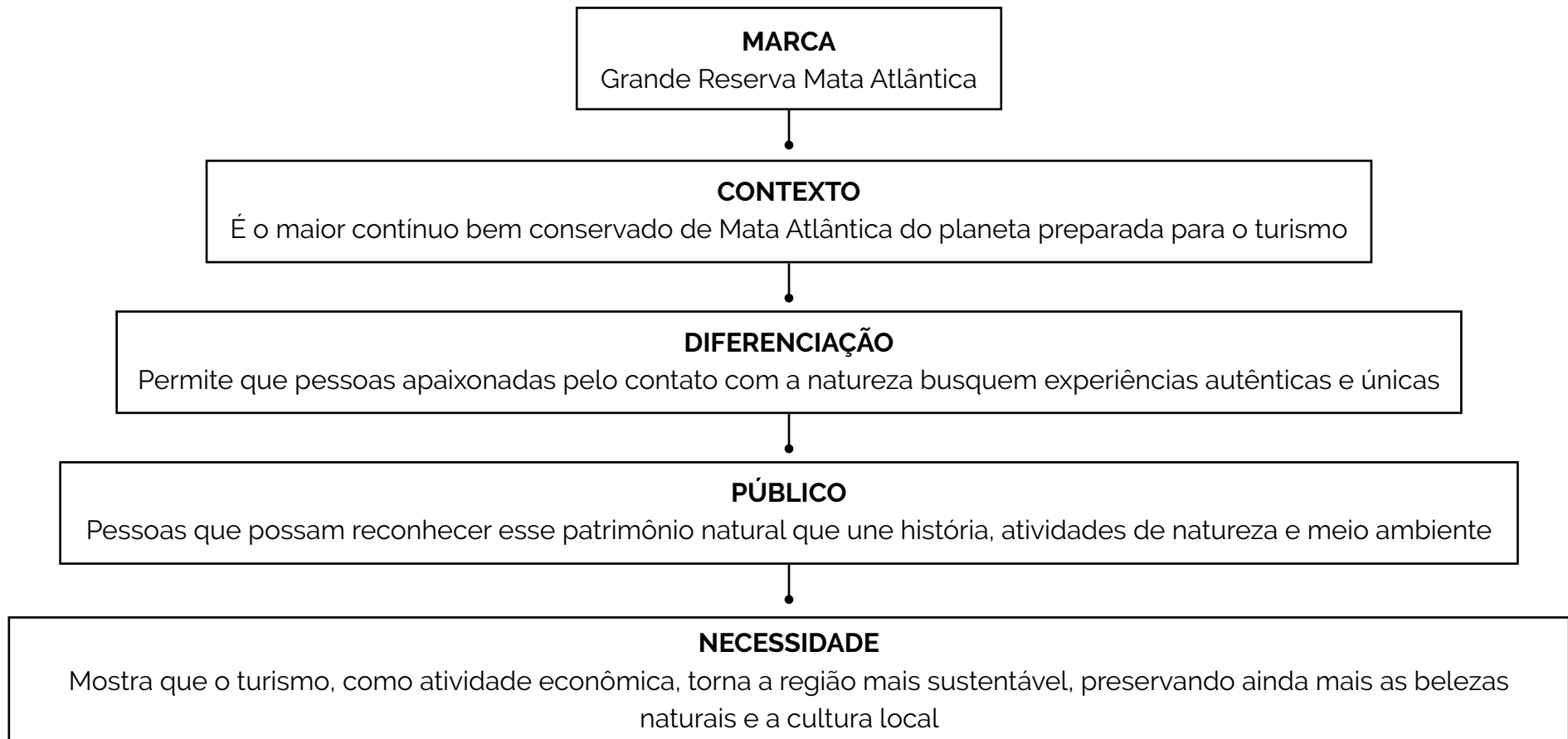
O QUE TEMOS A DIZER?

Áreas naturais protegidas são a base para uma economia restaurativa, verdadeiramente sustentável e rentável. O patrimônio deste território deve ser admirado e valorizado por todas as pessoas, além de ser um exemplo para outras regiões similares no Brasil.

COMO FALAMOS SOBRE ESTES TEMAS?

De forma positiva, agregadora e conciliadora, compreendendo os interesses de diferentes setores e focando em temas convergentes e benefícios coletivos.

Resumo da marca



IDENTIDADE DE MARCA E LINGUAGEM

Voz da marca e princípios de identidade

Não é um conjunto de regras, mas a expressão verbal de uma personalidade. Em todos os momentos em que a Grande Reserva Mata Atlântica se comunica com seus públicos, constrói uma imagem, cria empatia, fortalece o relacionamento e estabelece uma comunicação direta, promovendo o reconhecimento. Portanto, traduzimos nossa voz desta forma:

- **Positiva**

Busca sempre o “lado cheio do copo”. Os tons “apocalípticos” e de “escassez” repelem o público, que as associa com algo ruim. Afinal, ninguém quer “consumir” algo ruim.

- **Agregadora**

Conversa com todos os setores da sociedade. Do ponto de vista da promoção do turismo, o tom agregador é uma importante estratégia para ampliar o público potencial. Do ponto de vista da promoção da conservação da Mata Atlântica, amplia as possibilidades de disseminar o conhecimento sobre a conservação e valorização dos patrimônios natural, cultural e histórico com pessoas “de fora” desse universo.

- **Respeitosa**

Compreende todas as possíveis visões de mundo. Entendemos que todos têm algo a acrescentar e todas as visões, desde que respeitem a missão, a visão e os valores da Grande Reserva, são bem-vindas.

• Neutra

Não se subordina a partidos políticos, indivíduos ou empresas. Entendemos que interesses e conflitos que não sejam de interesse coletivo da Grande Reserva, devem ser tratados entre as partes envolvidas. Respeitamos as diferentes posições políticas e ideológicas. O posicionamento neutro respeita e cumpre com o compromisso da Grande Reserva em ter espaço para toda e qualquer pessoa, de maneira horizontal, sem hierarquia ou favoritismo.

• Leve

Um sopro de esperança em um mundo caótico. É extremamente estratégico utilizar um discurso que se conecte às boas sensações geradas pelo contato da natureza, como a leveza e o bem-estar.

• Curiosa

Busca sempre conhecer e divulgar o novo. O fator da curiosidade é um ímã de novos públicos. Além disso, a curiosidade, muitas vezes, funciona como um “serviço”, ou seja, que ensina sobre algo de uma forma leve e didática.

• Transparente

Rigor no compartilhamento de informações, objetivos e resultados. A transparência é essencial para a confiabilidade e reputação da marca.

• Inclusiva

Aberta para quem quiser participar. Defendemos que a Grande Reserva é aberta para todas as pessoas, sem distinção alguma.

• Inspiradora

Foca sempre nos bons exemplos. A Grande Reserva procura sempre inspirar com bons exemplos e boas histórias.

• Inovadora

Traz uma nova forma de ver o mundo, a partir da Produção de Natureza, na qual a conservação e o desenvolvimento são complementares.

• Quais temas falamos?

Tudo o que é ligado à Mata Atlântica no que se refere ao turismo, sustentabilidade, economia restaurativa, produção e conservação da natureza, empreendedorismo de impacto socioambiental positivo, geração de emprego e renda, ciência, educação ambiental, pesquisa, comunidades tradicionais, cultura, história, biodiversidade, territórios, desenvolvimento regional sustentável, cidades resilientes, combate e adaptação às mudanças climáticas, impacto coletivo, saúde única, bem-estar e conexão com a natureza.

• Quais temas não falamos?

Política partidária, religião ou outros assuntos de cunho pessoal.

O que a Grande Reserva Mata Atlântica não é:

- A Grande Reserva Mata Atlântica não é uma nova Unidade de Conservação;
- A Grande Reserva Mata Atlântica não é uma empresa privada;
- A Grande Reserva Mata Atlântica não é um programa ou projeto governamental ou privado;
- A Grande Reserva Mata Atlântica não é uma agência de turismo;
- A Grande Reserva Mata Atlântica não é uma instituição não governamental (ONG);
- A Grande Reserva Mata Atlântica não engloba todo o território do bioma Mata Atlântica, apenas uma porção dele;
- A Grande Reserva Mata Atlântica não é a mesma coisa que a Reserva da Biosfera da Mata Atlântica, são iniciativas complementares.

Pilares da marca

TRANSFORMAÇÃO DO TERRITÓRIO EM UM DESTINO DE NATUREZA, RECONHECIDO NACIONAL E INTERNACIONALMENTE

Por meio do trabalho coletivo e participativo, investimos na divulgação do potencial do território como um destino de natureza, reconhecido em todo mundo. Paralelamente, buscamos o fortalecimento dos negócios locais, de forma que possam gerar experiências incríveis antes, durante e depois da viagem.

CONSTRUÍMOS CONSCIÊNCIA AMBIENTAL

Como destino de natureza responsável e sustentável, buscamos incentivar que todo o território una a experiência única com a consciência ambiental. Em nossas estratégias de comunicação, engajamento e relacionamento com stakeholders, prezamos por uma linguagem e posicionamento que promovam a valorização dos patrimônios natural, cultural e histórico do território.

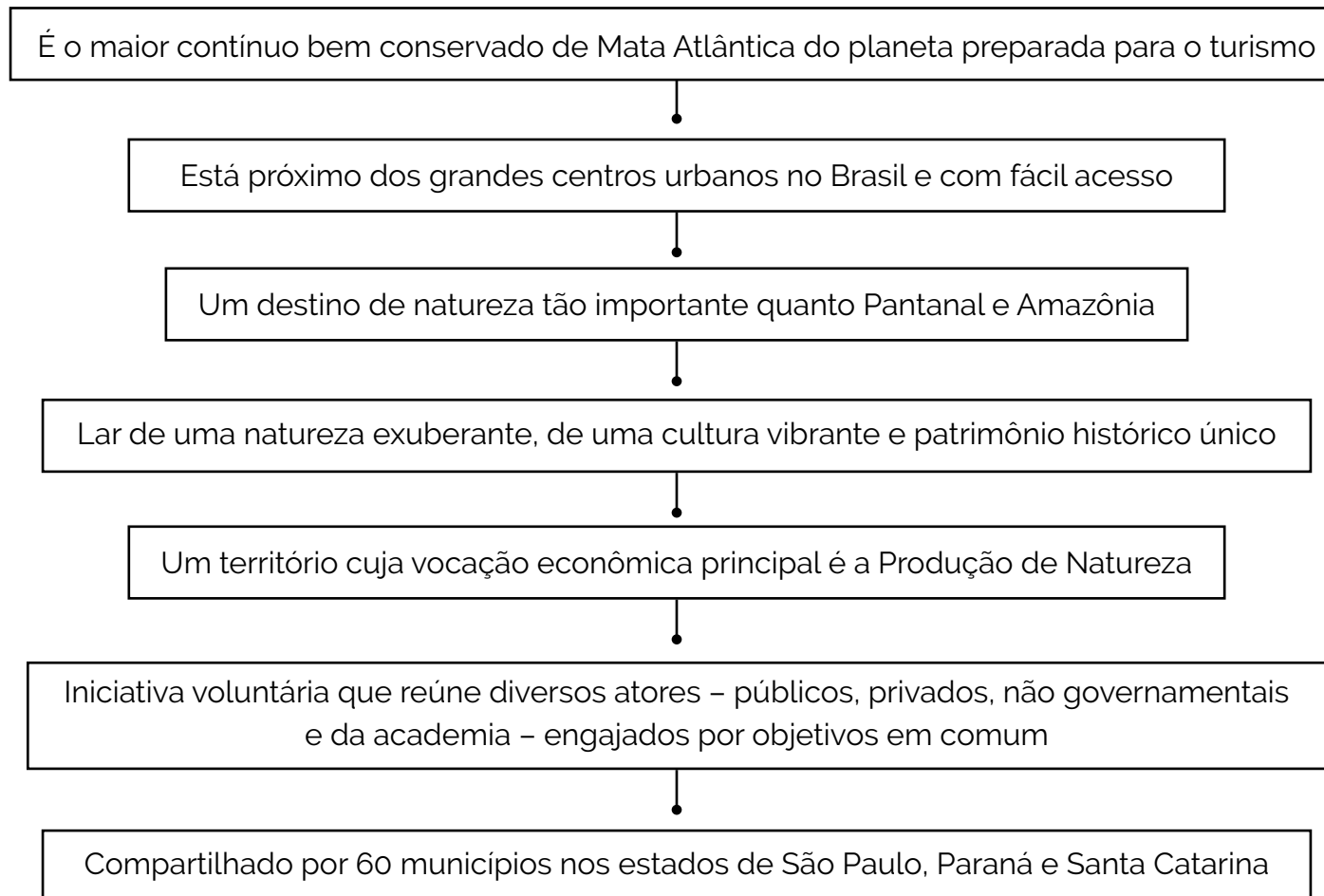
SOMOS RESPONSÁVEIS COM O NOSSO DESTINO

Estimulamos a economia local por meio do turismo e atividades associadas, incentivando os pequenos negócios a investirem cada vez mais nas suas experiências, reduzindo impacto, potencializando o turismo no território e nos adaptando às mudanças do mercado, entregando sempre a melhor experiência para nossos visitantes e a população.

Palavras-chave

BIODIVERSIDADE CONSERVAÇÃO
DESENVOLVIMENTO CULTURA LOCAL
EXPERIÊNCIA EDUCAÇÃO AMBIENTAL
NATUREZA PRESERVAÇÃO
SEGURANÇA SUSTENTABILIDADE
TURISMO RESPONSÁVEL

Mensagens-chave



Fortalecimento da marca nas redes sociais

Considerando o custo-benefício dos canais digitais para ampliar a visibilidade da marca, bem como o potencial alcance e engajamento com a Grande Reserva Mata Atlântica nestes meios, é fundamental entender a importância do fortalecimento e da identidade da marca em questão.

HASHTAGS

Padronizar o uso de #grandereservamataatlantica em todas as publicações de terceiros, como um filtro para estas publicações. Quando houver campanhas específicas, como por exemplo #expedicaograndereserva, #emocoesoanointeiro, utilizar estas também conforme orientação, atentando ainda para o uso ou não de acentuação, que causa divergências nessa filtragem.

IMAGENS

Priorizar imagens do banco de imagens da Grande Reserva ou materiais de fotógrafos parceiros, enfatizando a área verde e o meio ambiente como um todo. É ideal que as imagens passem pela aprovação de um responsável para manter a identidade visual, bem como não publicar conteúdos que possam ser divergentes em valores fundamentais com relação à essência da Grande Reserva Mata Atlântica.

NOMENCLATURA

Sempre utilizar a nomenclatura completa para fazer menção à região (Grande Reserva Mata Atlântica), ou quando julgar necessário a variação simplificada (Grande Reserva) acompanhadas do @ oficial da marca para facilitar o direcionamento (@grandereservamataatlantica).

Posicionamento simplificado

O QUE A MARCA REFLETE

Neutralidade

Educação ambiental

Experiência e turismo

Transparência

Positividade (foco na solução)

Informação e reflexão

É para todos (acessível e colaborativa)

O QUE ELA NÃO É

Vazia e indiferente

“Ecochata” – informação ou tom de cobrança na linguagem

Comunicação massiva simplesmente para atrair o público

Unilateral e inacessível

Alienada ou alheia à problemática

Técnica e exclusiva

Mas não é para “qualquer um” (é necessário cumprir a lei e estar alinhado aos valores da instituição, respeitando a natureza e o turismo ecológico)

UTILIZAÇÃO DA MARCA GRANDE RESERVA MATA ATLÂNTICA

Foto: Zig Koch



EMPREENDEDORES E ATORES LOCAIS DE TODOS OS SEGMENTOS

A logomarca da Grande Reserva Mata Atlântica está disponível para uso de todos os atores participantes da iniciativa, que adquirem esse direito ao assinar a Carta de Princípios.

A utilização em produtos fortalece a identidade e marca da Grande Reserva ao mesmo tempo que valoriza os produtos e as iniciativas que fazem a sua aplicação. A seguir, conheça os critérios, como solicitar e como utilizar a marca em produtos.

OBJETIVOS:

1. Incentivar as produções que valorizem e destaquem a identidade da Grande Reserva Mata Atlântica;
2. Dar destaque e valorizar empreendedores e atores que priorizam a conservação da Mata Atlântica em seus negócios, produtos e iniciativas;
3. Incentivar a qualificação e profissionalização dos envolvidos.

É IMPORTANTE QUE OS PRODUTOS:

- Priorizem a conservação da Mata Atlântica e o manejo sustentável dos seus recursos naturais;
- Apresentem em suas peças e produtos a sua visão da cultura, do patrimônio ou cotidiano local;
- Representem a flora e a fauna local;
- Usem matérias primas locais de forma sustentável;
- Usem técnicas tradicionais, saberes e fazeres que estejam alinhados com o desenvolvimento territorial sustentável da região da GRMA.

É DESEJÁVEL:**Artesanatos, souvenirs, obras artísticas, utilitários**

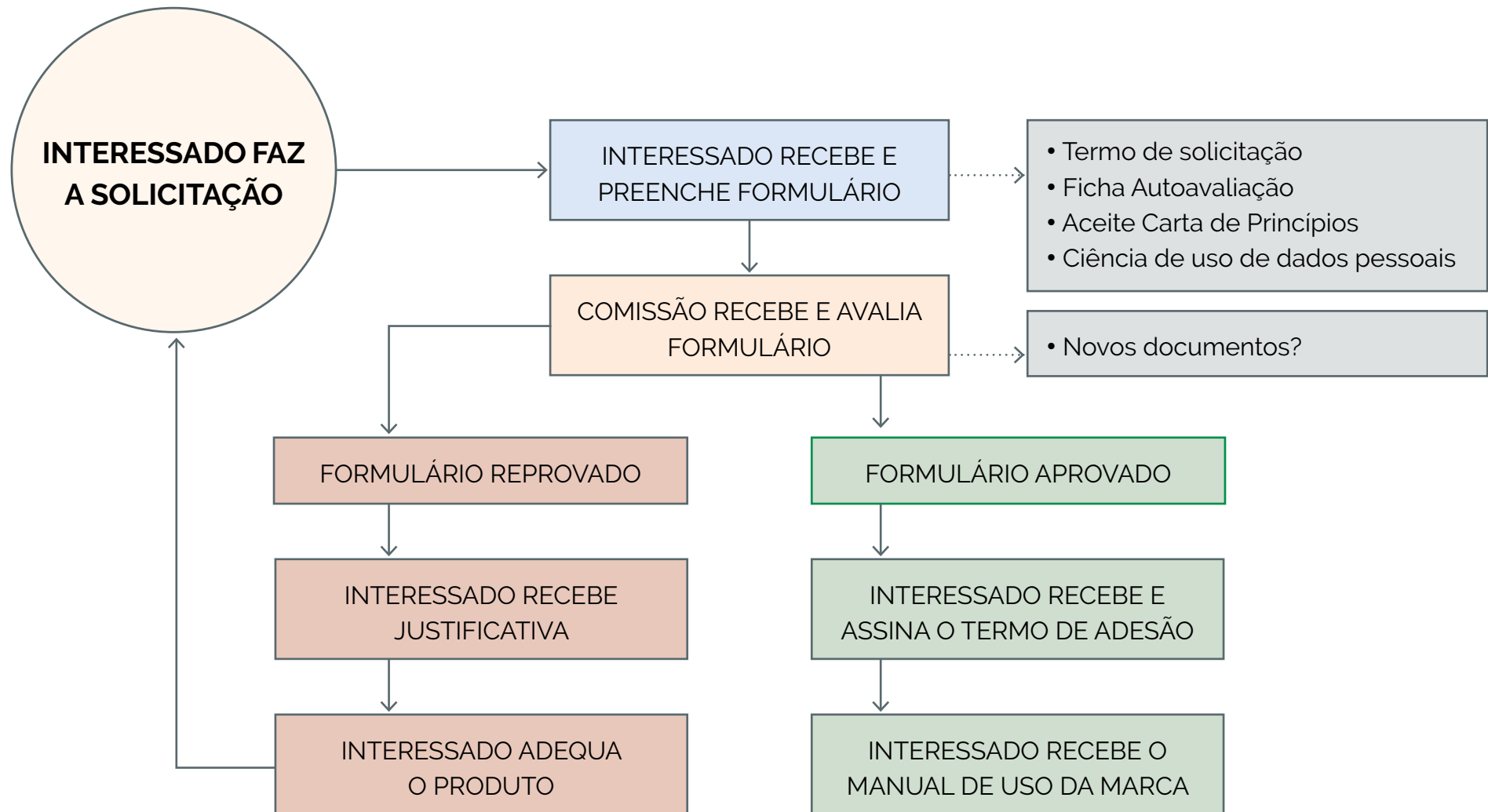
- Contemplem peças que sejam passíveis de formar coleções ou famílias;

- Que o local de trabalho seja passível de visitação, ou adaptável para esse fim;
- Usem embalagens inteligentes e sustentáveis, ou haja disposição para substituir ou adequar embalagens atuais, a fim de torná-las reutilizáveis e mais sustentáveis;
- Disponibilidade para participar de cursos e formações oferecidos pela Grande Reserva e seus parceiros;
- Residência ou utilização de mão de obra da região da Grande Reserva.

Produtos alimentícios

- Tenham ingredientes nativos da Mata Atlântica;
- Contem com processo de rastreabilidade;
- Sejam de produção orgânica;
- Possuam plano de manejo sustentável dos recursos naturais;
- Que o local de trabalho seja passível de visitação, ou adaptável para esse fim;
- Disponibilidade para participar de cursos e formações oferecidos pela Grande Reserva e seus parceiros;
- Usem embalagens inteligentes e sustentáveis, ou haja disposição para substituir ou adequar embalagens atuais, a fim de torná-las reutilizáveis e mais sustentáveis;
- Residência ou utilização de mão de obra da região da Grande Reserva;
- Possuir o selo Alimentos do Paraná - SEBRAE/PR;
- Possuir ISO 9000 ou 14000;
- Possuir Indicação Geográfica.

Jornada do uso da marca em produtos



Jornada do interessado em utilizar a marca

1. SOLICITAÇÃO DE VÍNCULO À MARCA

O INTERESSADO fará a SOLICITAÇÃO por meio de formulário eletrônico (**acesse aqui**), com as seguintes informações:

- Termo de Solicitação;
- Ficha de Autoavaliação de Produto;
- Aceite da Carta de Princípios da Grande Reserva;
- Ciência do uso dos dados pessoais conforme a Lei Geral de Proteção de Dados - LGPD.

2. AVALIAÇÃO

Uma COMISSÃO avaliadora validará a autoavaliação e demais informações fornecidas pelo INTERESSADO.

Caso necessário, a COMISSÃO buscará informações (internet, consumidores do produto ou comércio) sobre o produto no que diz respeito aos requisitos mínimos para utilização da marca.

3. RESULTADO

O resultado da avaliação será enviado ao INTERESSADO por e-mail no prazo de 30 dias úteis. Havendo alteração na data de resposta, o INTERESSADO será informado. Se a SOLICITAÇÃO

for aceita, no e-mail constará o link do formulário do TERMO DE ADESÃO DO USO DA MARCA DA GRMA. Se a SOLICITAÇÃO for recusada, no e-mail constará a JUSTIFICATIVA DA NEGATIVA e o INTERESSADO poderá se adequar e submeter novamente a solicitação.

4. ASSINATURA DO TERMO DE ADESÃO

O INTERESSADO que tiver sua SOLICITAÇÃO aceita deverá acessar o formulário do TERMO DE ADESÃO DO USO DA MARCA da Grande Reserva Mata Atlântica e assiná-lo.

5. USO DA MARCA DA GRMA

O INTERESSADO deverá utilizar a marca da GRMA conforme determinado no MANUAL DE IDENTIDADE DE MARCA GRANDE RESERVA MATA ATLÂNTICA.

O uso da marca da Grande Reserva, uma vez autorizado, é por tempo indeterminado, salvo disposição em contrário.

DÚVIDAS?

Entre em contato pelo e-mail grmalogomarca@gmail.com

APLICAÇÃO DA MARCA

A seguir, conheça as formas adequadas de aplicação da logomarca da Grande Reserva Mata Atlântica em diferentes materiais, de impressos a digitais.

1 IMAGEM

MARCA PRINCIPAL

GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA

LOGOTIPO

1 IMAGEM

VARIANTE DE MARCA

GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA

São Paulo - Paraná - Santa Catarina

LOGOTIPO + TAGLINE

1 IMAGEM

ZONA DE PROTEÇÃO

GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA



X = UNIDADE BASE DE GRADE



GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA

1 IMAGEM

ZONA DE PROTEÇÃO



1 IMAGEM

REDUÇÕES MÍNIMAS

GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA

GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA

REDUÇÃO MÍNIMA IMPRESSÃO = 35 mm
REDUÇÃO MÍNIMA DIGITAL = 150 px

GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA

São Paulo - Paraná - Santa Catarina

GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA

São Paulo - Paraná - Santa Catarina

REDUÇÃO MÍNIMA IMPRESSÃO = 45 mm
REDUÇÃO MÍNIMA DIGITAL = 220 px

2 TIPOGRAFIA

TIPOGRAFIA DE MARCA

DIN PRO

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

A família tipográfica utilizada na marca Grande Reserva Mata Atlântica é a DIN PRO. Se utiliza unicamente no logotipo, tagline e nomes de submarcas e produtos que compõem o logotipo.

Variantes admitidas

Din Pro Regular | **Medium** | **Bold**

Sempre estilizada em ALL CAPS.

EXEMPLOS DE USO

GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA

PORTAL VALE DO GIGANTE

GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA

SERRA DO MAR LAGAMAR

2 TIPOGRAFIA

TIPOGRAFIA DE COMUNICAÇÃO

OPEN SANS

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Usar principalmente em materiais de comunicação impressos, títulos, subtítulos, destaques, epígrafes, mapas e outros elementos gráficos e peças de comunicação digital.

Variantes admitidas

Open Sans Regular | **Semibold** | **Bold**

Adobe Garamond Pro

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Usada em materiais de comunicação impressos, no corpo do texto.

Variantes admitidas

Adobe Garamond Pro Regular | **Semibold** | **Bold**

Adobe Garamond Pro Regular italic | *Semibold italic* | *Bold italic*

RALEWAY

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Utilizar principalmente em materiais de comunicação digital (website, redes sociais, apresentações, etc.)

Variantes admitidas

Raleway Regular | **Semibold** | **Bold** | **Extra bold**

Raleway Regular italic | *Semibold italic* | *Bold italic* | *Extra bold italic*

3 PALETA DE CORES

CORES DA MARCA

CMYK

C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 100

RGB

R: 0 / G: 0 / B: 0

WEB

#000000

CMYK

C: 4 / M: 6 / Y: 19 / K: 0

RGB

R: 244 / G: 233 / B: 208

WEB

#F4E9D0

CMYK

C: 67 / M: 49 / Y: 47 / K: 18

RGB

R: 90 / G: 105 / B: 110

WEB

#5A696E

3 PALETA DE CORES

APLICAÇÃO DA MARCA SOBRE FUNDOS (USO PRINCIPAL)

GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA

São Paulo - Paraná - Santa Catarina

Marca: C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 100
Fundo: C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 0

GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA

São Paulo - Paraná - Santa Catarina

Marca: C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 0
Fundo: C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 100

3 PALETA DE CORES

APLICAÇÃO DA MARCA SOBRE FUNDOS (USOS ACEITOS)



Marca: C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 100
Fundo: C: 4 / M: 6 / Y: 19 / K: 0



Marca: C: 0 / M: 0 / Y: 0 / K: 0
Fundo: C: 67 / M: 49 / Y: 47 / K: 18



Uso em interface web: Marca: #FFFFFF | Fundo: #53834

3 PALETA DE CORES

APLICAÇÃO DA MARCA SOBRE FUNDOS (USOS NÃO ACEITOS)



Combinação de cores incorretas



Uso de cores que não correspondem à marca

3 PALETA DE CORES

APLICAÇÃO DA MARCA SOBRE IMAGEM

É permitido o uso da marca sobre imagens de fundo, sempre que esteja claramente legível.

Sempre usar a marca em branco ou preto, podendo usar um leve sombreado (branco ou preto) para destacar do fundo.



Fotos: Zig Koch




Fotos: Gabriel Marchi

4 USO COM OUTROS ELEMENTOS

PONTO DE ALINHAMENTO

A marca pode ser usada com alinhamento central tanto vertical quanto horizontalmente.



GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA

The diagram shows the brand name centered vertically and horizontally. A vertical dashed line passes through the center of the text, with a red dot at the top of the 'L' in 'MATA ATLÂNTICA'. A horizontal dashed line passes through the top of the 'A' in 'MATA ATLÂNTICA'.



GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA

The diagram shows the brand name centered vertically and horizontally. A vertical dashed line passes through the center of the text, with a red dot at the bottom of the 'L' in 'MATA ATLÂNTICA'. A horizontal dashed line passes through the bottom of the 'A' in 'MATA ATLÂNTICA'.

São Paulo - Paraná - Santa Catarina

4 USO COM OUTROS ELEMENTOS

EXEMPLO DE USO COM OUTROS LOGOTIPOS



GRANDE RESERVA
MATA ATLÂNTICA

São Paulo - Paraná - Santa Catarina



5 EXEMPLOS DE USO FOLDERS



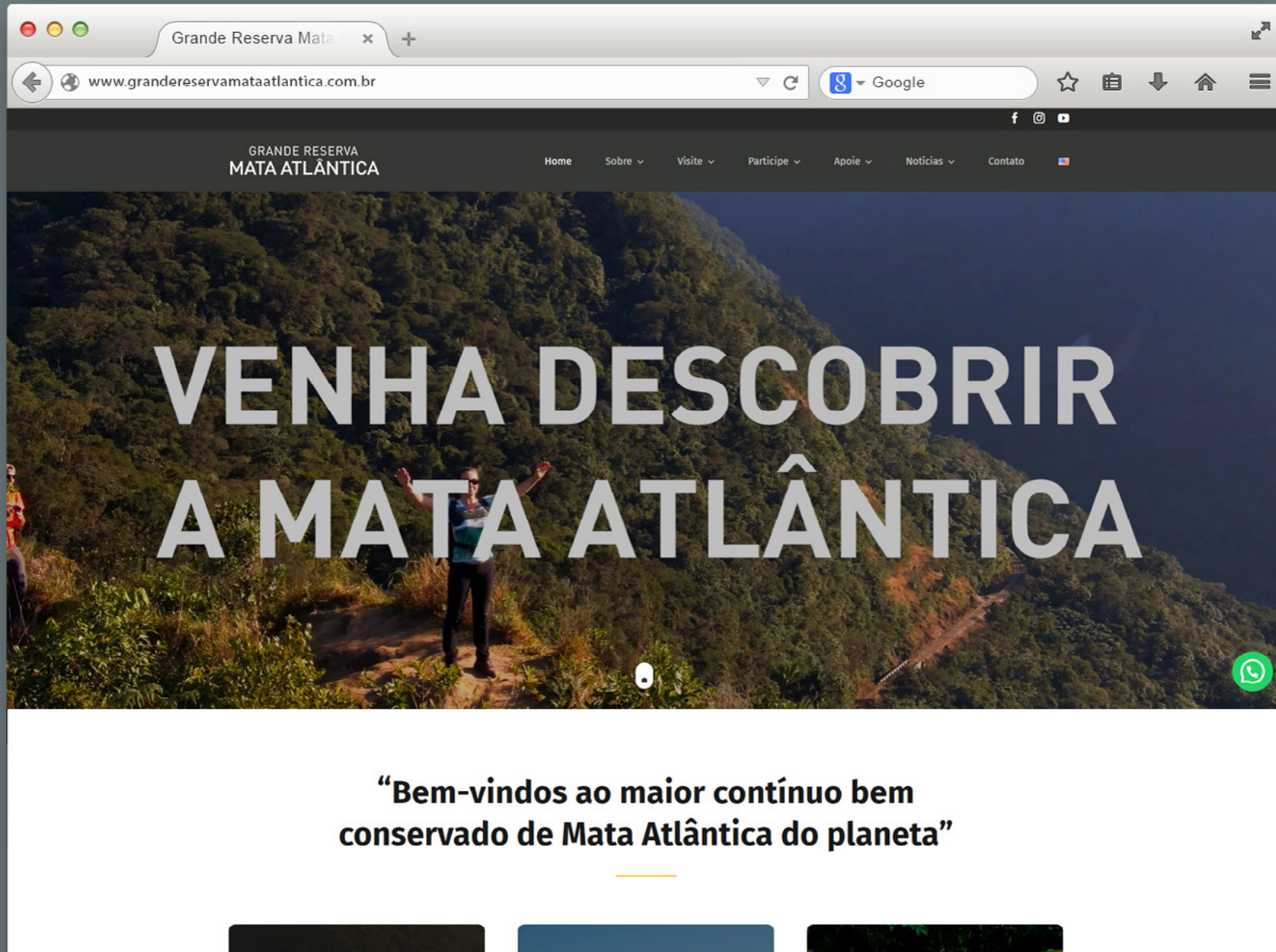
5 EXEMPLOS DE USO

CARTÃO DE VISITAS



5 EXEMPLOS DE USO

WEBSITE



6 LINK PARA DOWNLOAD

Acesse aqui a logomarca
em .jpg em .png

Para qualquer dúvida ou consulta, entre em contato conosco:



grandemataatlantica@gmail.com

+55 41 99796.3768

@GrandeReservaMataAtlantica
www.grandereservamataatlantica.com.br

GRANDE RESERVA MATA ATLÂNTICA

