



BRAND GUIDELINES →

JAN | 2025

CONFIÁVEL & PROFISSIONAL

Reconfortante, confiante e centrado na experiência. Contribui para posicionar a marca como credível num sector onde a confiança é fundamental.

ACOLHEDOR & INCLUSIVO

Acessível, focado na comunidade e com uma abordagem humana. O tom destaca a ligação, o sentimento de pertença e a proximidade.

MODERNO & INSPIRADOR

Sofisticado, elegante e orientado para o futuro, com uma estética apelativa para líderes de tendência e mercados de alto valor.

TOM DE VOZ

// COMUNICAÇÃO VISUAL

LOGO

// VISUAL DA MARCA

O nosso Logo

O nosso logótipo é o elemento mais importante da nossa marca.

É um símbolo único e marcante que representa a identidade da eXp.

A letra "X", com o seu traço distintivo e forte impacto visual, simboliza determinação e força.



Cor do Logo

O nosso logótipo pode ser utilizado em

Preto ou Branco.

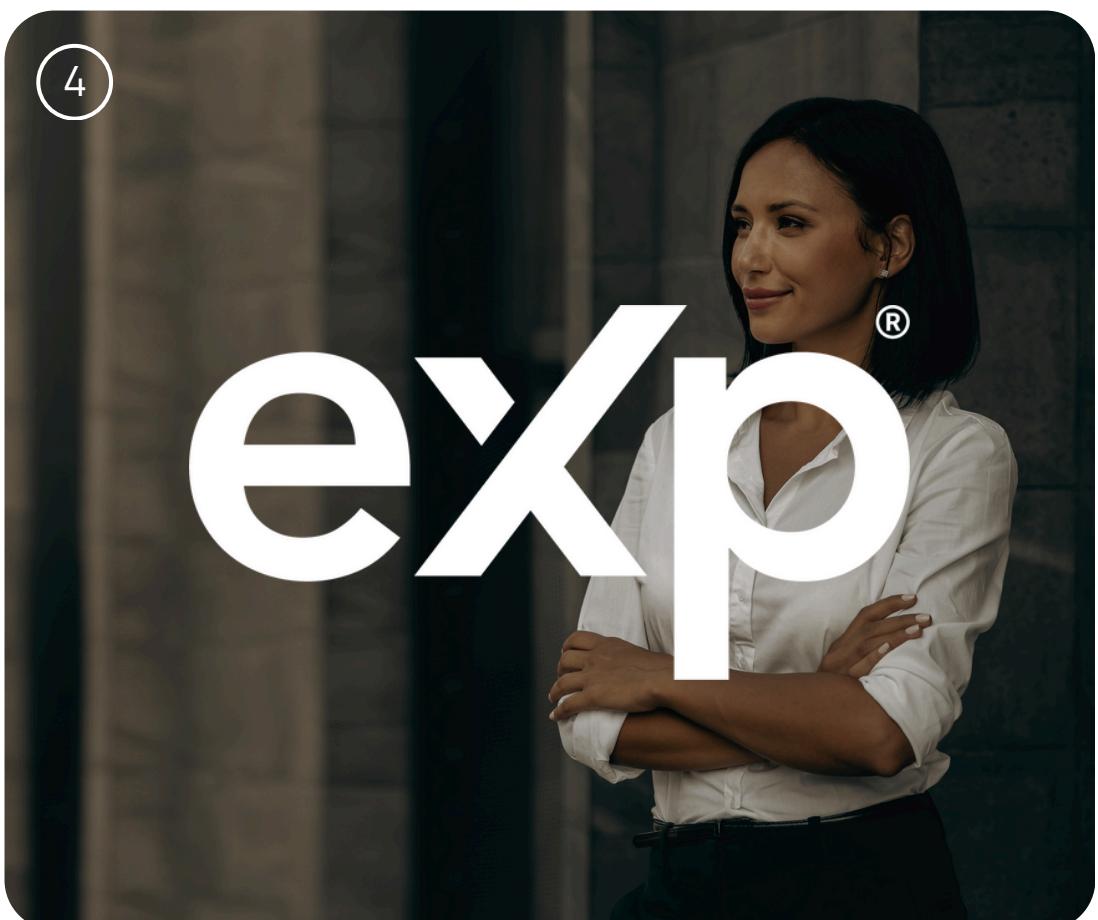
Deve escolher-se a cor do logótipo com base nos elementos visuais da peça de comunicação, de forma a garantir o máximo contraste e legibilidade.

Se o fundo for claro, deve utilizar-se o logótipo em preto.

Se o fundo for escuro, deve utilizar-se o logótipo em branco.

Quando aplicado sobre uma fotografia, o logótipo pode ser preto ou branco – desde que esteja sempre bem visível e legível.

Nunca se deve utilizar o logótipo em nenhuma das cores secundárias da marca.



1 Logótipo branco para fundos de cor escura.

2 Logótipo branco para fundos pretos.

3 Logótipo preto para fundos de cor clara.

4 Logótipo branco para utilização sobre fotografias.

Espaço para “Respirar”

Para que o nosso logótipo tenha o melhor impacto visual, é fundamental que tenha espaço para se destacar. Definimos parâmetros específicos para garantir que nenhum outro elemento invada esta zona de proteção.

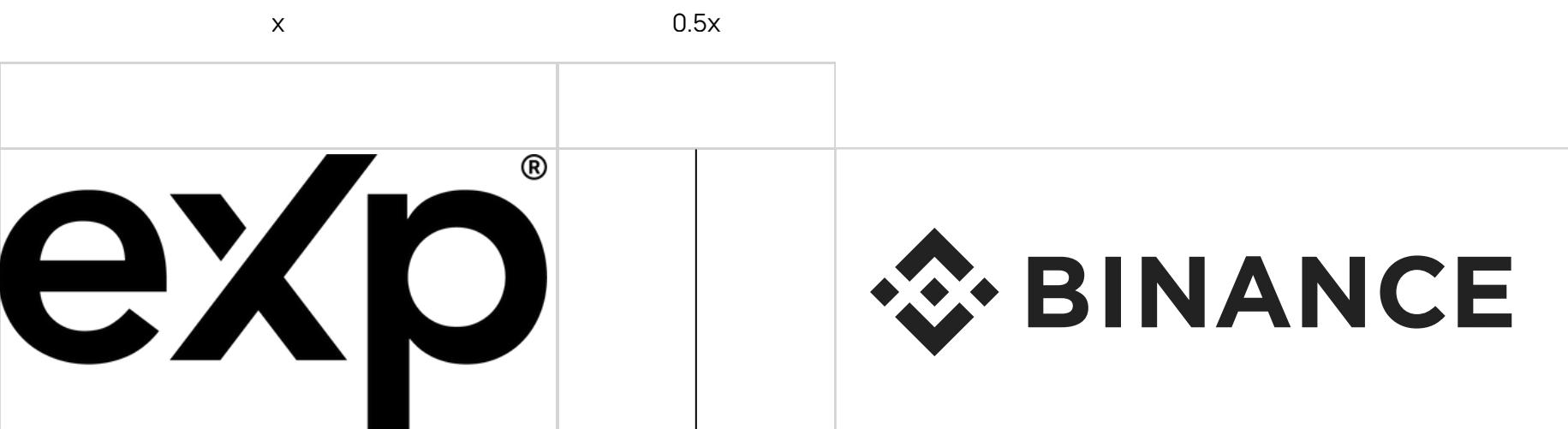


Co-branding

Por vezes, pode ser necessário apresentar o nosso logótipo juntamente com o de um parceiro ou outra empresa.

Nesse caso, os logótipos devem ser separados por uma distância mínima de 0,5x, sendo 'x' a largura do logótipo da eXp. O logótipo do parceiro nunca deve ultrapassar a altura do símbolo da nossa marca, com exceção de pequenos elementos que possam sobressair ligeiramente.

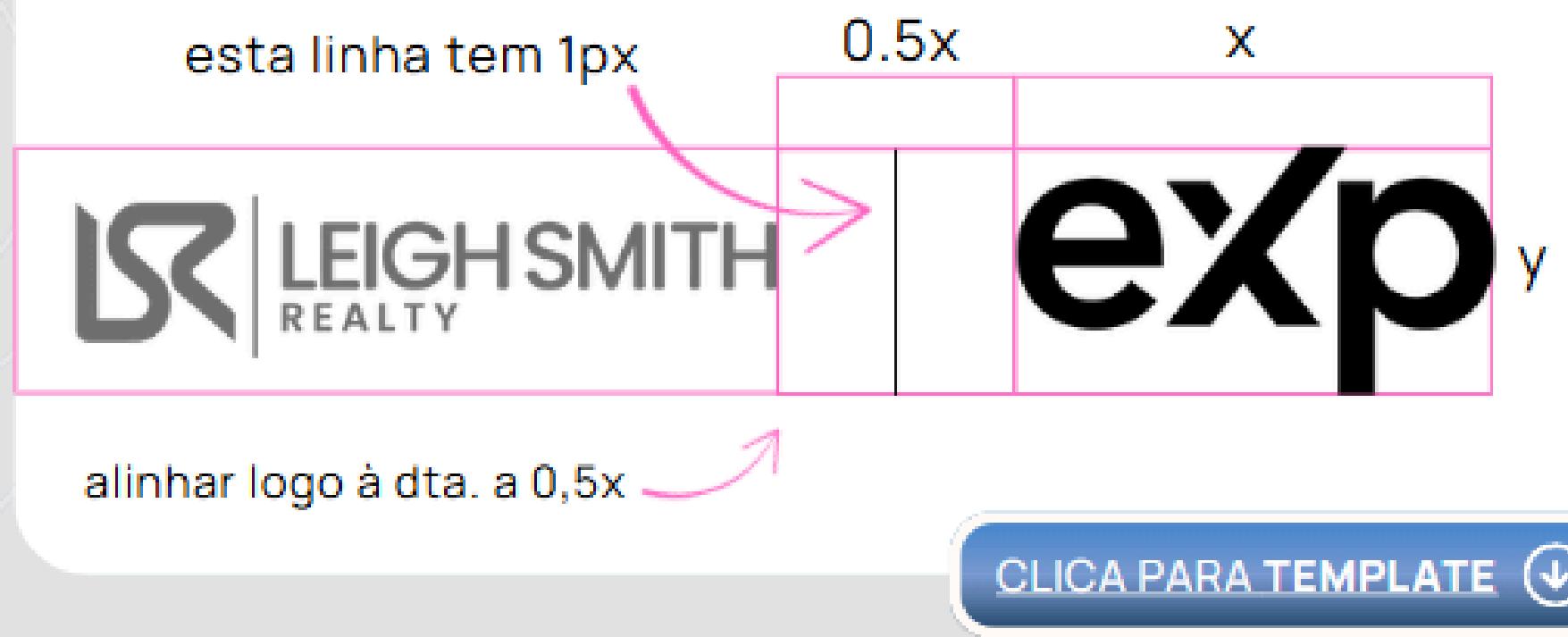
Adicionalmente, deve ser inserida uma linha vertical com 1px de espessura, na altura total dos logótipos, para reforçar a separação visual entre as duas marcas.



Cobranding com um LOGO DE AGENTE - formato horizontal:

- Não deves ajustar o logo da eXp de forma alguma
- O logo do agente não deve ser mais alto do que o logo da eXp
- O logo da eXp deve aparecer depois do logo do agente
- O espaço entre o logo da eXp e o logo do agente deve ser igual a metade da largura ($0,5x$) do logótipo da eXp (x) quando for usada uma linha divisória, e um quarto da largura ($0,25x$) do logo da eXp (x) quando não for usada linha
- A linha entre os logos deve estar centrada verticalmente no espaço de $0,5x$ de largura
- A linha entre os logos deve ter 1 pixel de espessura e deve ter a mesma altura que o logo da eXp, medida do fundo da letra "p" ao topo da letra "x" (y)
- O logo do agente deve estar alinhado à direita, no lado esquerdo do espaço de $0,5x$ ou $0,25x$ (dependendo de haver ou não linha)

horizontal - com linha



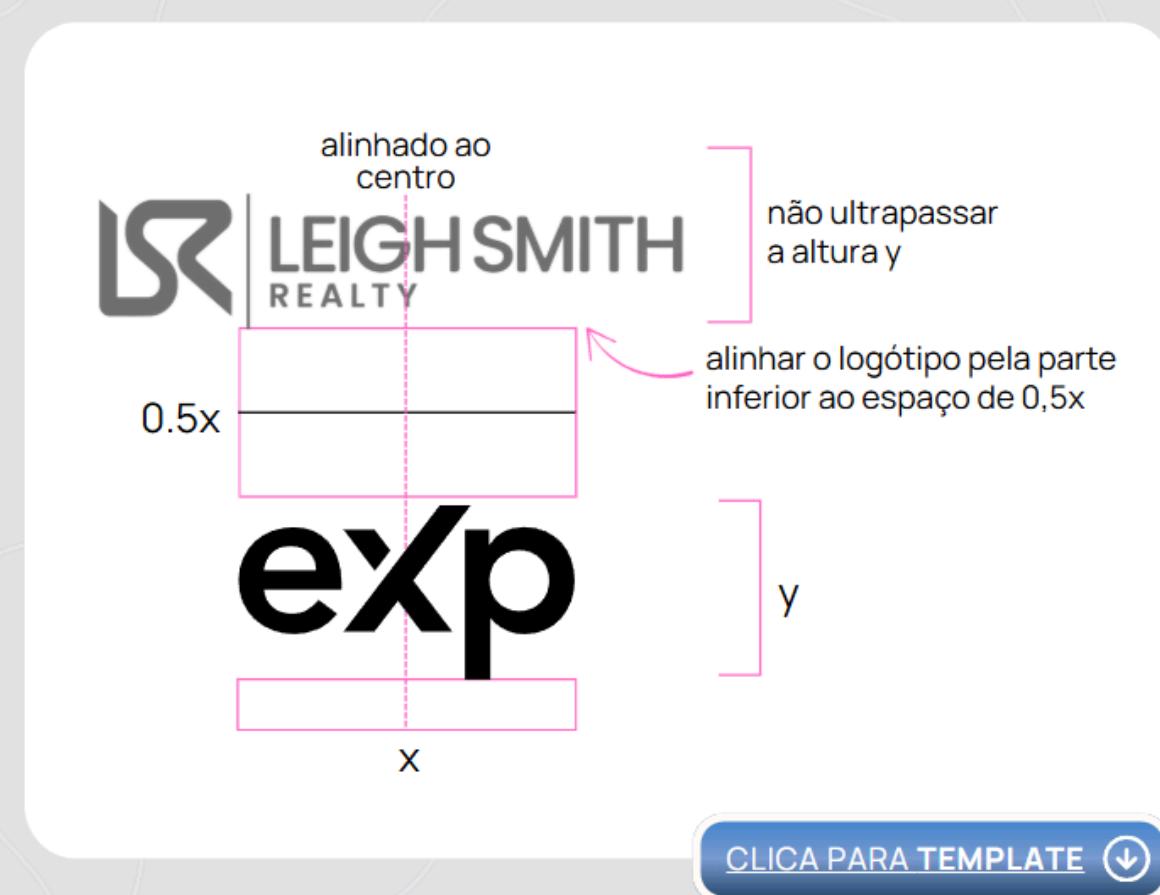
horizontal - sem linha



Cobranding com um LOGO DE AGENTE – formato empilhado:

- Não deves ajustar o logo da eXp de forma alguma
- O logo do agente não deve ser mais alto do que o logo da eXp – pode ser mais largo
- Centralizar o logo do agente com o logo da eXp e com a linha divisória
- O logo da eXp deve aparecer depois do logo do agente
- O espaço entre o logo da eXp e o logo do agente deve ser igual a metade da largura ($0,5x$) do logo da eXp (x) quando for usada uma linha divisória, e um quarto da largura ($0,25x$) quando não for usada linha
- A linha entre os logos deve estar centrada horizontalmente no espaço de $0,5x$ de largura
- A linha entre os logos deve ter 1 pixel de espessura
- A linha deve ter o mesmo comprimento que a largura do logo da eXp (x), medida de lado a lado
- O logo do agente deve estar alinhado pela parte inferior ao topo do espaço de $0,5x$ ou $0,25x$, conforme haja ou não linha divisória

empilhado - com linha



empilhado - sem linha



A FORMA ERRADA

Valorizamos a criatividade –
mas não na utilização do
logótipo.



Não uses gradientes



Não uses contornos



Não distorças



Não uses sombras
projetadas



Não inclines ou rodes



NÃO uses o logo eXp
para criar outro logo

COR

// #000000

Cores Primárias

Esta paleta a preto e branco, combinada com um azul navy profundo, oferece flexibilidade e sofisticação intemporal.

O preto e o azul-marinho podem ser utilizados individualmente como cores primárias, criando bases sólidas e confiantes para qualquer design.

Os elementos a preto e branco garantem clareza e simplicidade, enquanto o azul-marinho acrescenta profundidade e elegância, reforçando a sensação de profissionalismo e distinção.

PRETO

#000000

RGB: 0, 0, 0

CMYK: 0, 0, 0, 100

AZUL NAVY

#0c0f24

RGB: 12, 15, 36

CMYK: 67, 58, 0, 86

CINZA CLARO

#EEEEEE

RGB: 93, 93, 93

CMYK: 0, 0, 0, 7

BRANCO

#FFFFFF

RGB: 100, 100, 100

CMYK: 0, 0, 0, 0

Cores Secundárias

Esta paleta representa a marca ao transmitir confiança, profissionalismo e proximidade.

A combinação de tons mais escuros transmite estabilidade e fiabilidade, enquanto os tons mais claros criam uma sensação de calma e acolhimento.

Em conjunto, estas cores conferem à marca uma imagem cuidada e coerente, que gera empatia junto dos utilizadores, assegura clareza e reforça a sua mensagem.

AZUL CHARCOAL

#31303F

RGB: 49, 48, 63

CMYK: 22, 24, 0, 75

CINZA MOSS

#686672

RGB: 104, 102, 114

CMYK: 9, 11, 0, 55

AZUL SLATE

#506CAA

RGB: 80, 108, 170

CMYK: 53, 37, 0, 33

AZUL FROSTED

#91A3C9

RGB: 145, 163, 201

CMYK: 28, 19, 0, 21

TIPOGRAFIA

// THE QUICK BROWN FOX

Manrope Ultra Bold & Light

Os pesos Ultra Bold e Light são os principais a utilizar em **títulos**.

A Manrope apresenta um design limpo e geométrico, com toques subtils de inspiração humanista, conferindo-lhe um aspeto contemporâneo e profissional. Esta modernidade torna-a ideal para títulos que procuram transmitir sofisticação ou inovação.

A Manrope é uma fonte sans-serif versátil, capaz de se adaptar a diferentes estilos de comunicação – desde os mais formais aos mais criativos – consoante o contexto e o design.

NÃO UTILIZAR EM BLOCOS DE TEXTO.

// MANROPE ULTRA BOLD

ABCDEFGHIJK
LMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
yz

0123456789

// MANROPE LIGHT

ABCDEFGHIKL
MNOPQRSTUV
WXYZ

abcdefghijklmn
opqrstuvwxyz

0123456789

Roboto Regular & Thin

Os pesos Regular e Light são os principais a utilizar em **blocos de texto corridos**.

A Roboto é uma fonte muito utilizada e eficaz para texto, graças às suas características de design que equilibram legibilidade, versatilidade e estética.

As formas das letras da Roboto foram desenhadas com curvas abertas e espaçamento generoso, o que facilita a leitura, mesmo em blocos de texto densos ou de tamanho reduzido.

NÃO UTILIZAR EM TÍTULOS.

// ROBOTO REGULAR

A B C D E F G H I J K
L M N O P Q R S T U
V W Z Y Z

a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

// ROBOTO THIN

A B C D E F G H I J K L
M N O P Q R S T U V
W Z Y Z

a b c d e f g h i j k l m n
o p q r s t u v w x y z

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

RECURSOS



Logos



Entre em Contacto

Para mais recursos ou caso tenha alguma dúvida, não hesite em contactar a equipa de marketing local.

iris.alvesvicente@exprealty.net