



BRAND

—  
JAN 1 2025

GUIDELINES →

+++  
PRINCÍPIOS

**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.



eXp®

## 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.

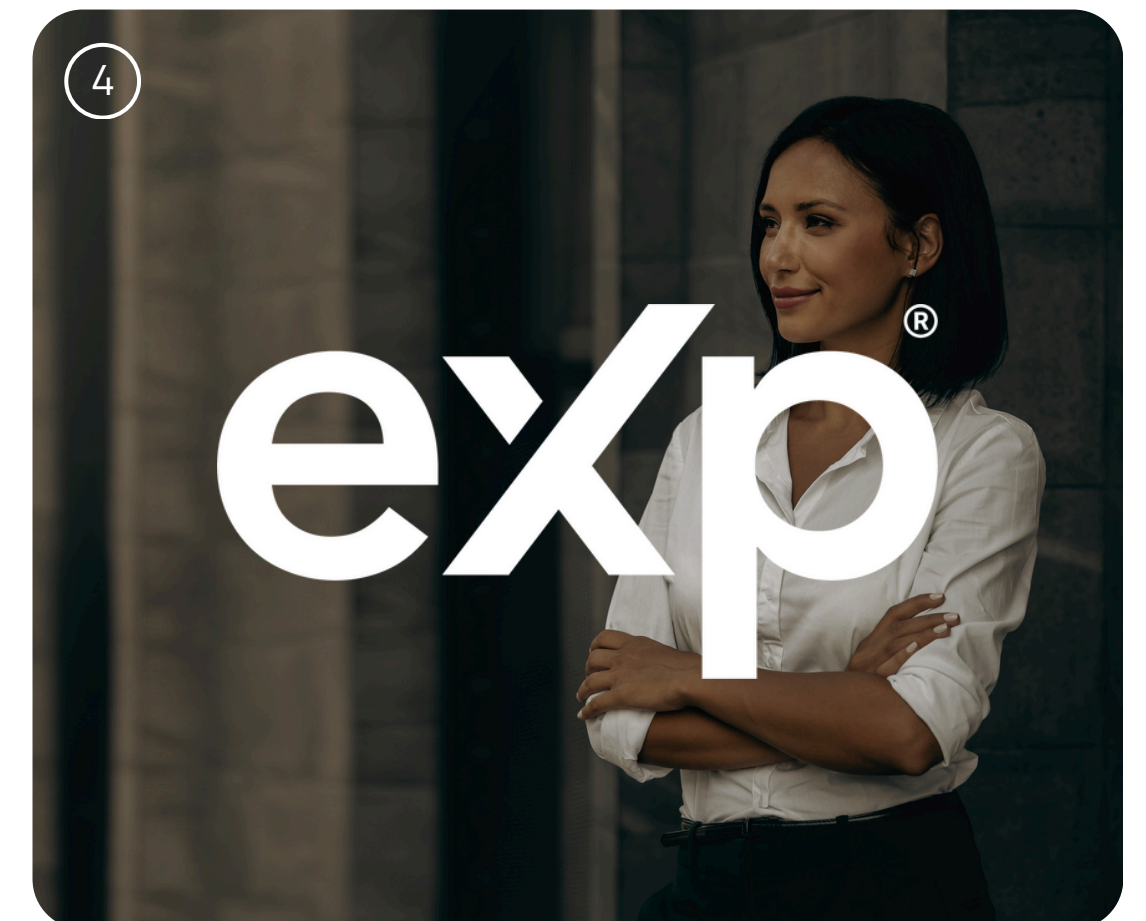
Nunca se deve utilizar o logótipo em nenhuma das cores secundárias da marca.

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.

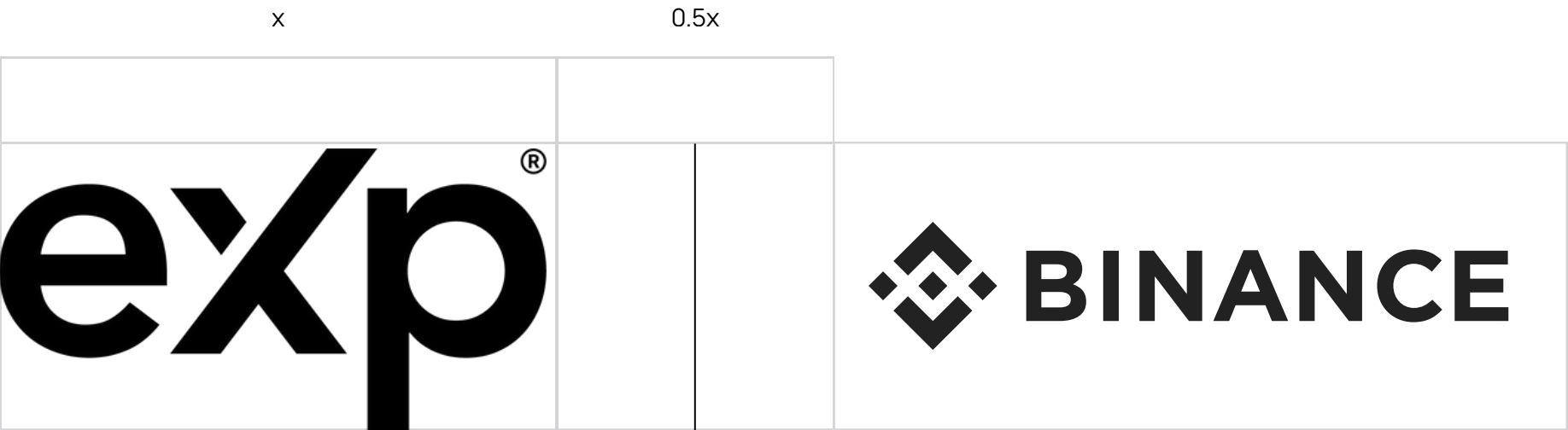


## Co-branding

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.

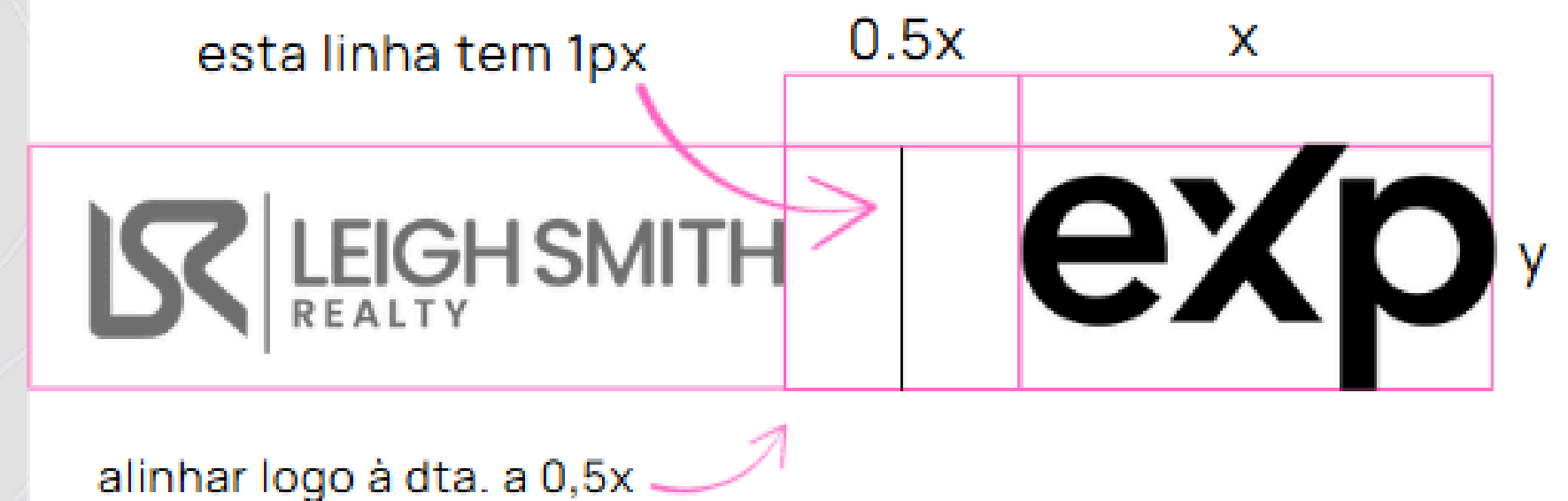
Adicionalmente, deve ser inserida uma linha vertical com 1px de espessura, na altura total dos logótipos, para reforçar a separação visual entre as duas marcas.



## Cobranding com um LOGO DE AGENTE – formato horizontal:

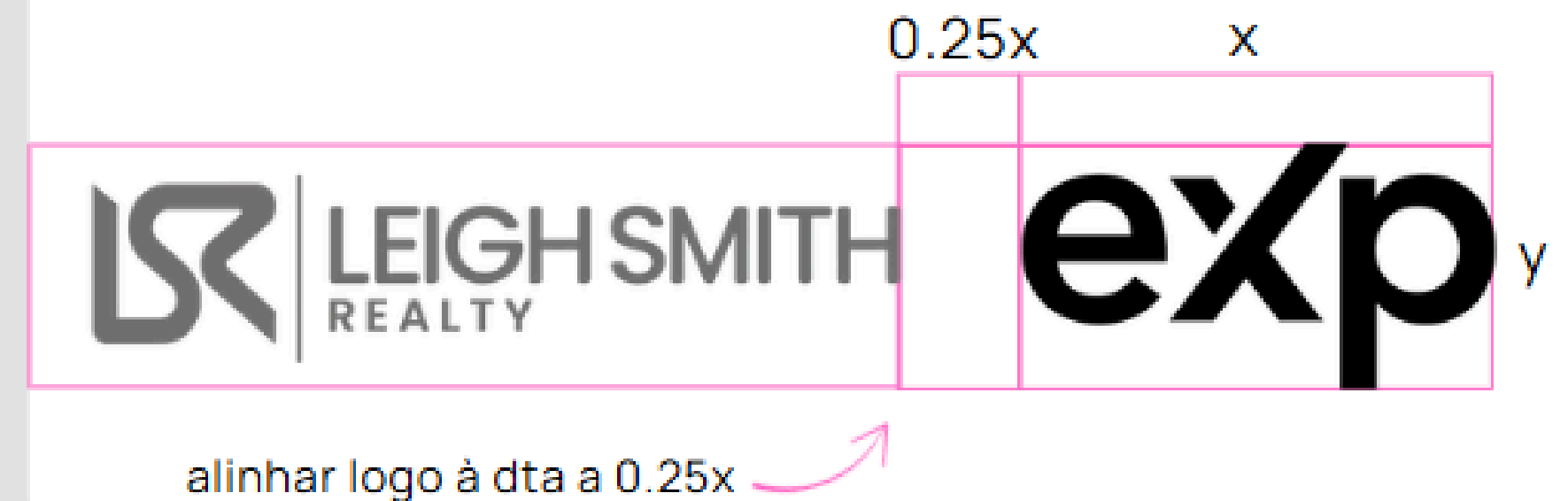
- Não debes ajustar o logo da eXp de forma alguma
- O logo do agente não deve ser mais alto do que o logo da eXp
- O logo da eXp deve aparecer depois do logo do agente
- O espaço entre o logo da eXp e o logo do agente deve ser igual a metade da largura (0,5x) do logótipo da eXp (x) quando for usada uma 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



[CLICA PARA TEMPLATE](#)

### horizontal - sem linha



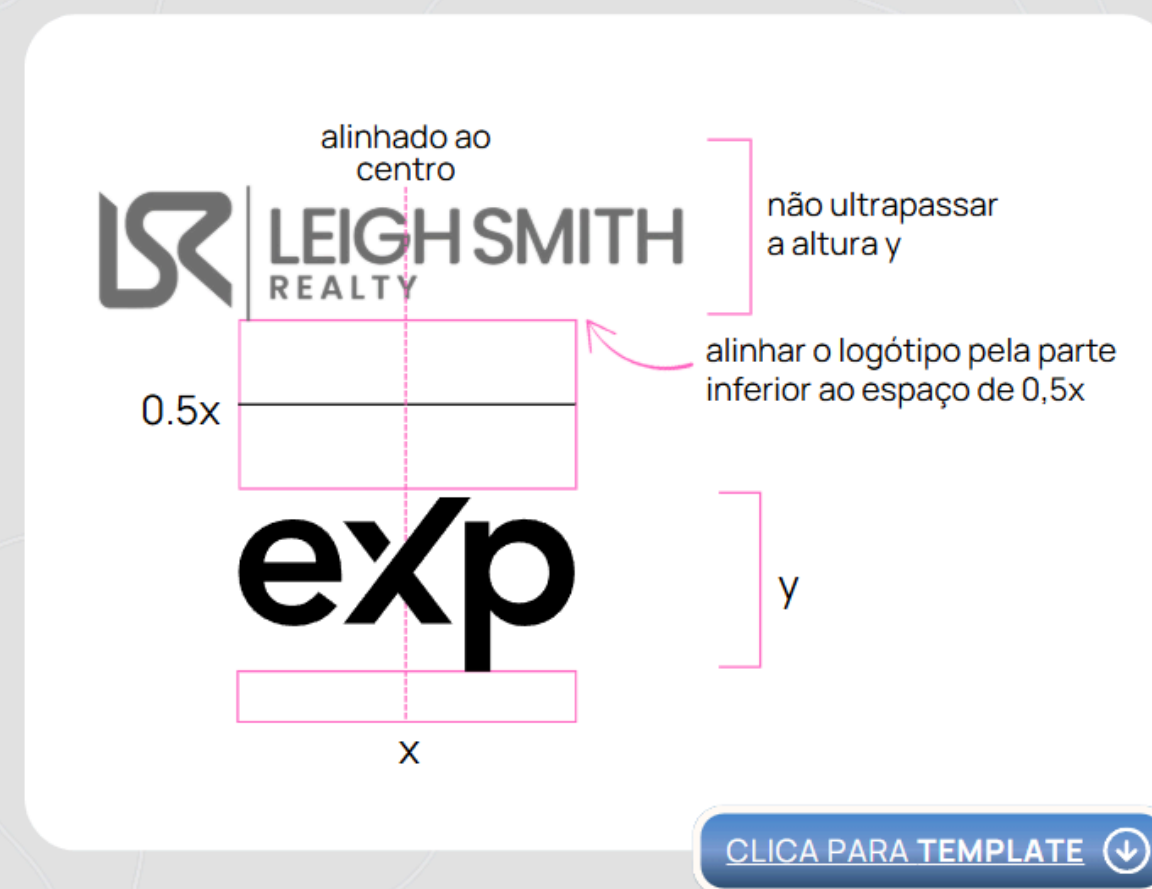
[CLICA PARA TEMPLATE](#)



**Cobranding com um LOGO DE AGENTE –  
formato empilhado:**

- Não debes 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 confiáveis 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 subtis 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  
LMNOPQRSTU  
VWXYZ

abcdefghijklm  
nopqrstuvwx  
yz

0123456789

// MANROPE LIGHT

ABCDEFGHIJKL  
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

ABCDEFGHIJK  
LMNOPQRSTU  
VWXYZ

abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz

0123456789

// ROBOTO THIN

ABCDEFGHIJKL  
MNOPQRSTUV  
WXYZ

abcdefghijklmn  
opqrstuvwxyz

0123456789



# 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](mailto:iris.alvesvicente@exprealty.net)**