



**AS TUAS  
ASAS  
COMEÇAM  
AQUI**

# GET READY **FOR TAKE OFF**

---

## **1. ESTRATÉGIA CRIATIVA**

Conceito  
Objetivos  
*Insight*

## **2. LOGOTIPO**

Materializações  
Dimensões & Margens  
Regras de Estilos

## **3. PALETE DE CORES**

Cores Principais  
Cores Secundárias

## **4. TIPOGRAFIA**

Fonte Principal  
Fonte Secundária

## **5. IMAGINÁRIO**

# CONCEITO

"As Tuas Asas começam aqui" é uma campanha criada pela ANAC e com a participação e envolvimento dos parceiros aderentes. O conceito central desta campanha, "O Sonho começa aqui. Ganha Asas. Voa.", pretende apresentar a aviação como um setor a considerar para desempenhar uma profissão, mas também como um universo de possibilidades; visa inspirar e motivar as novas gerações a explorar as oportunidades para todos no setor da aviação através de uma abordagem inclusiva e inovadora que procura envolver a comunidade educativa e o público em geral e despertar o interesse por um setor vital para a sociedade, sempre em transformação.

# QUAIS SÃO OS OBJETIVOS

---

## **ATRAIR, CAPACITAR E RETER NOVOS TALENTOS:**

Divulgar e sensibilizar para as várias profissões na aviação e incentivar a formação e o desenvolvimento de competências específicas. Atrair e reter talentos qualificados para o sector, desenvolver competências para a formação de uma nova geração de profissionais altamente qualificados e comprometidos com o futuro da aviação;

## **PROMOVER A SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL, ECONÓMICA E SOCIAL**

Criar condições para uma aviação ambientalmente, económica e socialmente mais responsável e sensibilizar para práticas sustentáveis, criando um ambiente de respeito e diversidade no setor;

## **REFORÇAR A REPRESENTATIVIDADE E A IGUALDADE DE OPORTUNIDADES:**

Destacar o papel das mulheres, promovendo uma aviação mais igualitária e acessível a todos; promover a igualdade de género dando ênfase à participação feminina; promover a inclusão de pessoas com deficiência;

## **FORTALECER A IMAGEM DO SECTOR JUNTO DAS NOVAS GERAÇÕES:**

Mostrar às camadas mais jovens as oportunidades que a aviação poderá trazer, as medidas e boas práticas estão a ser introduzidas em termos de sustentabilidade ambiental; ao revelar exemplos muito concretos e testemunhos de pessoas que hoje estão ligadas à aviação, podemos contribuir para a melhoria geral da imagem do setor;

## **MELHORAR O CONHECIMENTO SOBRE A AVIAÇÃO:**

Produzir uma série estudos, de conteúdos e de eventos que mostrem “como funciona” o mundo da aviação; criar uma Bolsa para um(a) profissional da Aviação e um Prémio que revele boas práticas tem como intuito criar ainda mais conhecimento; enriquecer o stock de know how do setor;

## **INSIGHT**

O mote "*O Sonho começa aqui. Ganha Asas. Voa.*" reflete a essência da campanha, apresentando a aviação como um setor profissional, mas também como um universo repleto de possibilidades, onde a paixão pelo voo e a dedicação ao trabalho são fundamentais para alcançar o sucesso.

Afinal de contas...

# **TODOS PODEMOS SERTUDO**



# LOGOTIPO

Um logotipo que ilustra visualmente uma campanha voltada para a promoção de uma aviação mais sustentável, inclusiva e acessível. Uma imagem que combina formas e cores que sugerem o movimento e a liberdade associada ao voo; que representa o potencial de crescimento e a jornada de cada pessoa no setor da aviação.

Para cada ideia, uma cor que compõe o nosso logo. Lá está, só com todas as peças se faz o conjunto. E há um bocadinho de tudo neste meio círculo que aponta para o futuro. Há sobretudo uma vontade imensa de mostrar um caminho, uma, ou antes, várias pistas de lançamento para a vida.

Através da sua forma fluida e curva conseguimos remeter o seu significado para uma asa ou para o movimento de um voo, simbolizando assim crescimento, esperança e liberdade. Um formato dinâmico que remete também para um início, o ato de “ganhar asas e voar”. Uma forma que também pode ser uma mão que agarra o futuro.



LOGOTIPO

# MATERIALIZAÇÕES

---

Logotipo



Assinatura



Negativo



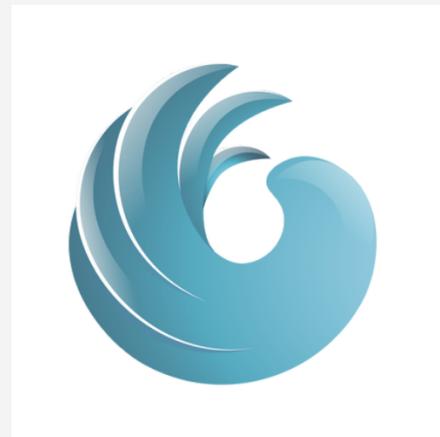
Marca de Água



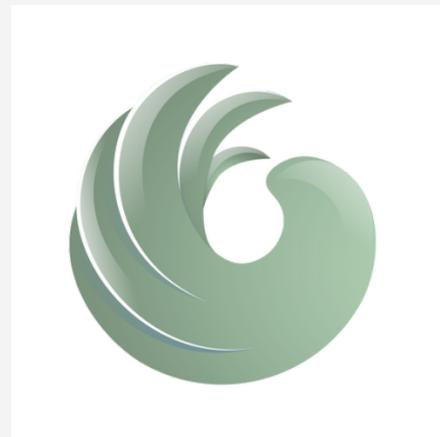
LOGOTIPO

# MATERIALIZAÇÕES

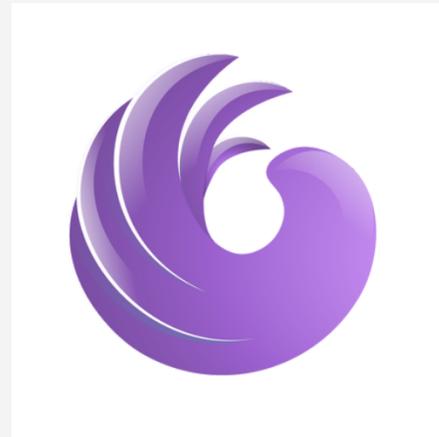
Logotipo



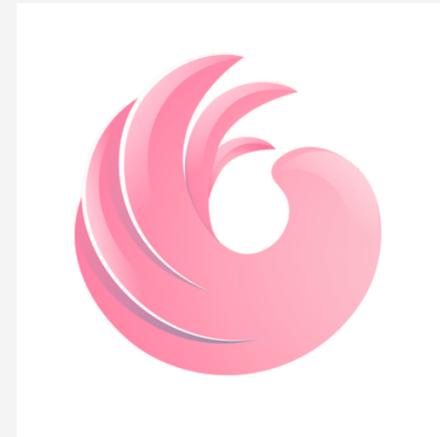
Logotipo



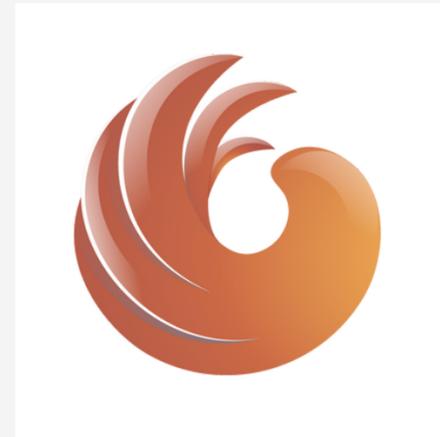
Logotipo



Logotipo



Logotipo



Assinatura



Assinatura



Assinatura



Assinatura

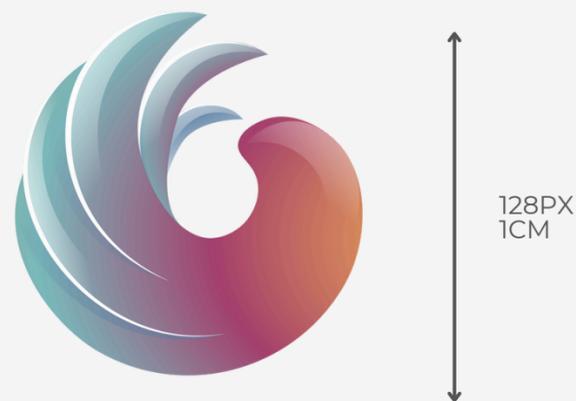


Assinatura



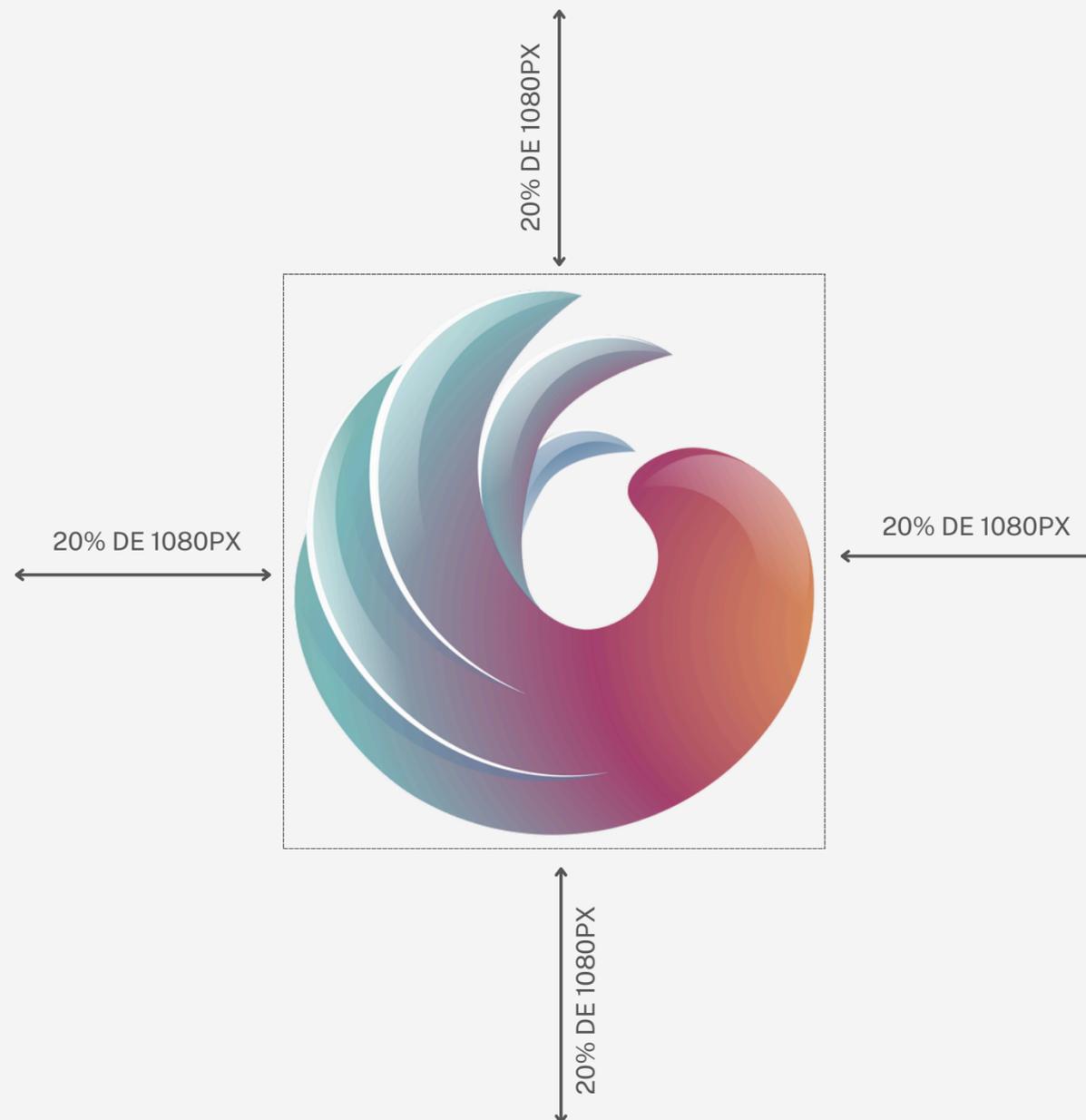
# REGRAS

## DE TAMANHO E ESPAÇO



### TAMANHOS MÍNIMOS

Tamanho mínimo digital: 128 x 128 px para boa visibilidade geral.  
Tamanho mínimo para impressão: 10 mm x 10 mm (ou 1 cm x 1 cm) com 300 dpi.  
Testar sempre para garantir que os detalhes e a legibilidade se mantêm.

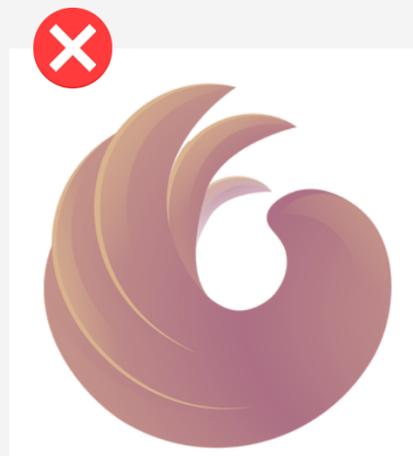


### MARGENS DE SEGURANÇA

O espaço de segurança deve ser equivalente a 20% da dimensão total do logotipo (216 px para um logotipo de 1080 px). Nenhum elemento deve invadir essa área.

# REGRAS DE ESTILO

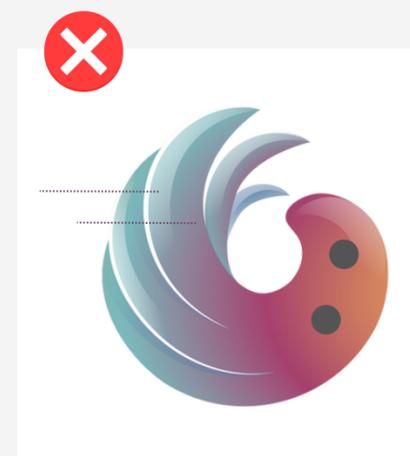
Regras necessárias para manter a integridade da campanha. Qualquer alteração no logotipo pode comprometer os valores da campanha. Os exemplos abaixo são algumas ações específicas do que "não fazer". Por favor, não comprometa o logotipo rodando, distorcendo ou alterando de alguma forma - o que inclui adicionar textos desnecessários ou pouco atrativos, elementos decorativos, sombras e contornos



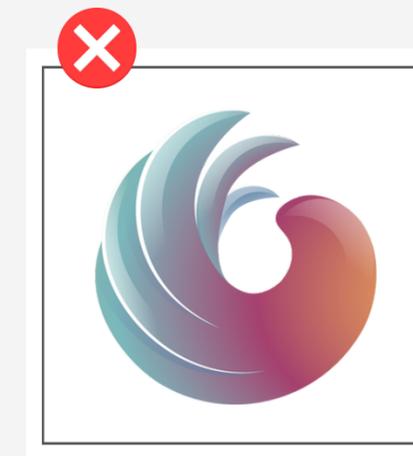
**Não se pode** alterar as cores do logotipo



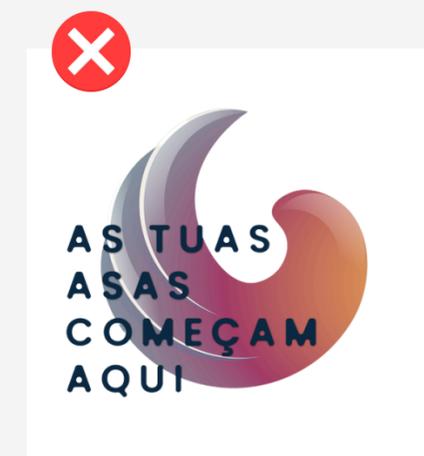
**Não se pode** acrescentar ao logotipo mais nenhuma frase para além das autorizadas



**Não se pode** editar o logotipo e incluir novos elementos gráficos ou sombreados



**Não se pode** emoldorar o logotipo



**Não se pode** nem desconstruir o logotipo nem alterar o posicionamento do *claim*

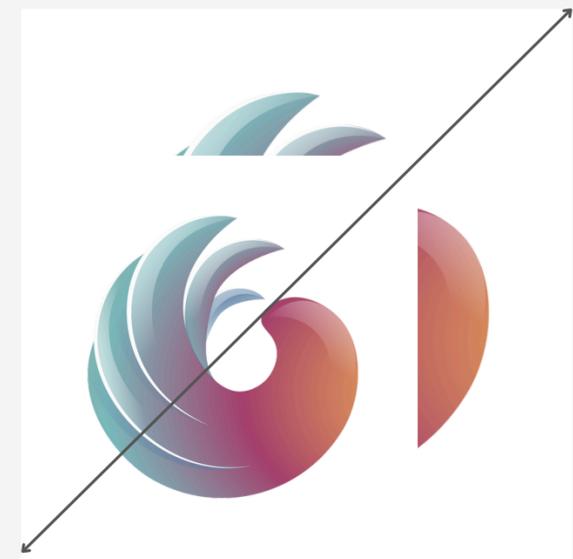
# RELACIONAMENTO **COM OS PARCEIROS**

De uma forma geral, deve manter-se o mesmo peso visual e adotar a assinatura completa sempre que possível (vertical ou horizontal) de acordo com o espaço disponível e as características do parceiro, tendo sempre em conta as margens de segurança associadas ao logotipo.

Nos casos em que é necessário destacar-se o logotipo da campanha, este poderá ser feito através do aumento da sua proporção.



o logotipo da campanha deve ser colocado sempre à esquerda face aos restantes



# CORES

A identidade visual da campanha irá recorrer a uma paleta de cores quentes e gradient, paleta esta que simboliza a diversidade de oportunidades e o ambiente acolhedor e inclusivo que se procura construir.

A escolha das cores quentes e suaves transmite energia, acolhimento e inovação, reforçando assim o compromisso com uma aviação acessível, inclusiva e sustentável. Desta forma comunica-se o voo literal, mas também o voo metafórico dos futuros e futuras profissionais, incentivados a crescer e a desenvolverem-se no setor.



# PALETE

---

## DE CORES



DARK MODERATE  
CYAN

**PANTONE**

7709 C

**CMYK**

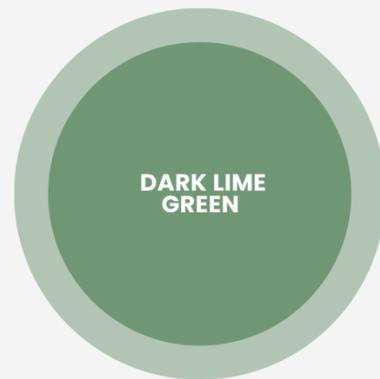
52%, 3%, 0%, 35%

**RGB**

80, 162, 167

**HEX**

#50A2A7



DARK LIME  
GREEN

**PANTONE**

556 C

**CMYK**

26%, 0%, 23%, 41%

**RGB**

112, 151, 117

**HEX:**

#709775



VERY DARK GRAYISH  
MAGENTA

**PANTONE**

5135 C

**CMYK**

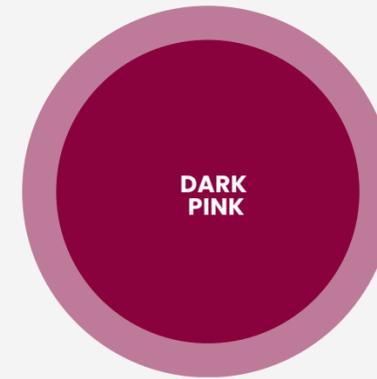
0%, 31%, 0%, 57%

**RGB**

110, 76, 110

**HEX**

#6E4C6E



DARK  
PINK

**PANTONE**

194 C

**CMYK**

0%, 98.5%, 54.7%, 46.3%

**RGB**

137, 2, 62

**HEX**

#89023E



VIVID  
ORANGE

**PANTONE**

7413 C

**CMKY**

0%, 40%, 87%, 11%

**RGB**

226, 135, 30

**HEX**

#E2871E

Associado à inspiração, sonho e liberdade, refletindo o céu e o horizonte. Transmite a ideia de possibilidades amplas e um setor em crescimento. O azul será predominante nos fundos, banners e comunicações que remetam para as palavras-chave “sonho” e “inspiração”.

#### CORES SECUNDÁRIAS

- #023047
- #219ebc
- #8ecae6

10%

20%

30%

40%

50%

60%

70%

80%

90%

Simbolizando diversidade e sustentabilidade, o verde sugere evolução, renovação e ligação com um futuro consciente. Perfeito também para simbolizar abertura à inclusão de todos e todas. O verde será predominante em comunicações relativas às palavras-chave diversidade e inclusão, assim como em textos, ícones e detalhes.

#### CORES SECUNDÁRIAS

- #415d43
- #709775
- #a1cca5

**10%**

**20%**

**30%**

**40%**

**50%**

**60%**

**70%**

**80%**

**90%**

O roxo adiciona dignidade e profundidade. Será usado em fundos secundários, como bordas ou detalhes, em materiais que reforcem a importância de uma aviação que acolhe e respeita, em conteúdos que remetam para as palavras-chave participação e envolvimento.

**CORES  
SECUNDÁRIAS**

● #3b2666

● #644192

● #9f81b8

**10%**

**20%**

**30%**

**40%**

**50%**

**60%**

**70%**

**80%**

**90%**

Representando a liderança, também feminina, o rosa oferece um tom acolhedor e inspirador para novos voos, subvertendo o papel tradicional das cores e promovendo a equidade e igualdade de género. Este tom pode ser usado em slogans, headings ou em destaques de perfis de líderes e em todos os textos e detalhes que remetam para as palavras-chave liderança e futuro.

**CORES  
SECUNDÁRIAS**

- #c24a7f
- #ef82a1
- #f7bec7

**10%**

**20%**

**30%**

**40%**

**50%**

**60%**

**70%**

**80%**

**90%**

Para igualdade, o laranja traz dinamismo e acessibilidade, conectando-se com a ideia de oportunidades para todos e todas. É uma cor que chama a atenção e será usada em botões, chamadas de ação e gráficos relativos às palavras-chave igualdade e oportunidade.

#### **CORES SECUNDÁRIAS**

- #941d14
- #bd3c19
- #f7ab20

**10%**

**20%**

**30%**

**40%**

**50%**

**60%**

**70%**

**80%**

**90%**

# TIPOGRAFIA

Ambas as fontes são sans-serif e possuem um estilo geométrico, o que cria uma identidade visual coesa e um estilo moderno, acessível e amigável.

Esta escolha reflete a abertura do setor da aviação às novas gerações e novos talentos, criando uma identidade jovem e aspiracional. A Montserrat complementa a presença jovem e amigável de Poppins com um tom ligeiramente mais estruturado, refletindo o profissionalismo e a seriedade.

São ambas google fonts, disponibilizadas pelas ferramentas de edição de texto e imagem.



FONTE \_\_\_\_\_

# PRINCIPAL

POPPINS - [GOOGLE FONTS](#)

ABCDEFGHIJKL  
MNOPRSTUVWXYZ

abcdefghijkl  
mnoprstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

A a

Poppins  
**ESTILOS**

**BLACK**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!@#%&()+**

---

**BOLD**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!@#%&()+**

---

**SEMIBOLD**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#%&()+

---

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#%&()+

---

FONTE

---

# SECUNDÁRIA

MONTERRAT - GOOGLE FONT

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ

abcdefghijkl  
mnopqrstuvwxyz

1234567890!@#%&()+

Aa

Montserrat  
**ESTILOS**

EXTRA LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#%&()+

---

LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!@#%&()+

---

REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!@#%&()+

---

MEDIUM

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!@#%&()+

---

# IMAGINÁRIO

O imaginário da campanha “As Tuas Asas começam aqui” aponta para a ideia de sonho, alicerçada em imagens fortes. Queremos motivar crianças e jovens para a aviação. Assim, as fotografias utilizadas deverão ter crianças em idade escolar, bem como faixas etárias mais velhas, adolescentes e jovens adultos.

É de extrema importância que as imagens tenham uma perspectiva igualitária, ou seja, se é colocado um rapaz, deverá também haver uma rapariga; se é colocado uma adolescente, deverá também haver um adolescente. O mesmo para os e as jovens adultos/as.

# MOODBOARD

---

## RACIONAL CRIATIVO





## // MORADA

Rua B, Edifício 4 - Aeroporto  
Humberto Delgado  
1749-034 Lisboa  
Portugal

## // CONTACTO | SITE | EMAIL

+351 21 284 22 26

[www.astuasasascomecamaqui.com](http://www.astuasasascomecamaqui.com)

[gci@anac.pt](mailto:gci@anac.pt)