

RENT A CAR / SÃO TOMÉ

O caminho também é *a viagem.*

Um carro para partir.
Gente com quem contar.
E espaço para o teu ritmo.

bon voyage



SÃO TOMÉ / O NOSSO PONTO DE PARTIDA

A ilha chama. *Nós temos o carro.*

Somos a RÔDA.
Uma rent a car em São Tomé.
Uma equipa daqui, para a tua viagem.

Há quem chegue com tudo planeado. Há quem prefira descobrir pelo caminho. A RÔDA existe para dar movimento a essa vontade: um carro, informação clara e uma relação próxima com quem te recebe.

Porque sentir liberdade também é saber com quem falar.

Proximidade.

Clareza.

Liberdade.



02 / AO TEU RITMO

Vai. Para. *Repara.*

O carro faz parte da experiência.
O resto é o que decides viver com ele.

O verde à volta. Uma conversa pelo caminho. A vontade de
ficar mais um pouco. Há espaço para um plano — e para o
mudares.

bon voyage

rôda

Um rosto próximo.
Um espírito livre.

Letras que se aproximam. Curvas que recebem.
Um acento que fica na memória. A nossa
identidade junta a maneira de acolher à vontade
de descobrir.

bon voyage

Verde para ficar. *Lima para partir.*

O verde dá presença. O creme abre espaço. O lima convida à ação. O azul entra como um pequeno sinal pelo caminho.

rôda

Verde / #153D27

01



Verde

#153D27

02

Creme

#F7F5EC

03

Lima

#D4F45B

04

Azul

#2467E8

O que vai *contigo.*



Materiais de viagem / aplicação conceptual

Aplicações conceptuais da marca. Não representam necessariamente produtos ou instalações existentes.

Uma identidade vive nos pequenos contactos. No primeiro olá. Na chave que levas. Na mensagem que fica depois da viagem.



Espaço e sinalética / aplicação conceptual

rôda

A tua viagem.
O teu ritmo.

Rent a car em São Tomé.
Gente com quem contar.

bon voyage

Uma marca. Um ritmo próprio.

A RÔDA junta proximidade e liberdade: um carro para descobrir São Tomé e gente com quem contar.

O desenho

Letras próximas, curvas suaves e um circunflexo separado. Uma presença simples e reconhecível.

O universo

Verde e creme como base. Lima para convidar à ação. Azul em pequenos apontamentos. Fotografia com lugar para o carro e para a ilha.

Ao teu ritmo.

O que é a RÔDA.

A RÔDA é uma rent a car com operação local em São Tomé, no arquipélago de São Tomé e Príncipe. Aluga carros a quem quer descobrir a ilha com autonomia e conta com uma equipa local para acompanhar a experiência. O carro é o ponto de partida; a forma de receber, explicar e ajudar é o que dá personalidade à marca.

O serviço

Aluguer de carros, reserva online e apoio local. O website apresenta recolha no aeroporto, hotéis parceiros e pontos locais, bem como contacto por WhatsApp.

rodastp.com

O que a distingue

A proximidade da equipa. O acolhimento, a atenção e a clareza dão personalidade à experiência. A marca deve tornar essa atenção reconhecível em cada contacto.

Sobre nós. Pronto a usar.

Português

Somos a RÔDA, uma rent a car em São Tomé. Ajudamos-te a descobrir a ilha ao teu ritmo, com um carro para a tua viagem e uma equipa local com quem podes falar.

Acreditamos que uma boa experiência começa na forma como te recebemos: com clareza, atenção e espaço para as tuas perguntas. Queremos que te sintas à vontade para partir, parar e aproveitar o caminho.

Tu trazes os planos. Nós ajudamos-te a pô-los em movimento.

English

We're RÔDA, a local car rental company in São Tomé. We help you explore the island at your own pace, with a car for your trip and a local team you can talk to.

We believe a good experience starts with how you're welcomed: clear information, thoughtful attention and time for your questions. We want you to feel comfortable setting off, stopping along the way and enjoying the journey.

You bring the plans. We help you get moving.

Descrição curta: RÔDA — rent a car em São Tomé. A tua viagem, ao teu ritmo, com gente com quem contar.

Liberdade com gente por perto.

Para quem

Viajantes que querem explorar São Tomé com autonomia e valorizam informação clara, um carro adequado e alguém com quem falar.

O que prometemos

A tua viagem. Gente com quem contar. Uma expressão de proximidade e atenção; nunca uma promessa implícita de assistência imediata ou cobertura ilimitada.

Liberdade para descobrir São Tomé ao teu ritmo, com gente com quem contar.

O que tem de se sentir.

Proximidade

Responder de forma humana.
Escutar as perguntas. Explicar o próximo passo e dar um ponto de contacto claro.

Liberdade

Dar opções e contexto. Permitir que cada pessoa organize a viagem à sua maneira, respeitando condições e limites de utilização.

Clareza

Tornar simples perceber o carro, as datas, as condições e os custos. O design deve ajudar a decidir.

Respeito pelo lugar: mostrar São Tomé com curiosidade e contexto. Evitar exotismo, locais inventados e imagens de condução irresponsável.

As pessoas são parte da viagem.

Sentir liberdade também é saber com quem falar.

Antes de partir

Informação clara, atenção às perguntas e um próximo passo compreensível. A relação começa antes de entrar no carro.

Pelo caminho

Uma voz próxima, capaz de ouvir e orientar. A confiança ganha forma na maneira de responder e acompanhar.

A tua viagem.
Gente com quem contar.

Próxima. Segura. Com vontade de ir.

Como uma pessoa

Uma anfitriã atenta que conhece o lugar, explica com calma e deixa espaço para escolher. Confiante sem ser distante; descontraída sem desvalorizar o serviço.

Como uma marca

Uma marca de lifestyle com uma função concreta: alugar carros. O destino cria desejo; o veículo, as condições e a reserva tornam a proposta compreensível.

O carro abre o caminho.
Tu decides o ritmo.

Dizer melhor. Dizer menos.

PRINCÍPIO	APLICAÇÃO
Português de Portugal	Usar “tu” de forma consistente em comunicação editorial. Inglês natural para viajantes internacionais.
Concreto	“Escolhe as datas. Encontra o teu carro.” Evitar jargão e frases vagas.
Humano	“Diz-nos o que precisas para a viagem.” Evitar respostas impessoais e promessas absolutas.
Comercial com calma	Uma ação principal por peça: ver carros, consultar datas, reservar ou falar connosco.
Nome e assinatura	RÔDA no texto; usar sempre o ficheiro oficial no logótipo. “bon voyage” em minúsculas.

Evitar: “a melhor experiência de sempre”, “sem limites”, “paraíso intocado”, “aventura garantida”, falsa urgência e preços não confirmados.

Uma hierarquia clara.

DESCRIPTOR	Rent a car em São Tomé.	Diz o que fazemos.
POSICIONAMENTO	Ao teu ritmo.	Dá direção à experiência.
PROMESSA	A tua viagem. Gente com quem contar.	Torna a relação humana.
ASSINATURA	bon voyage	Fecha com personalidade.
CAMPANHA / EXEMPLO	A ilha chama. Nós temos o carro.	Liga lugar e serviço.
AÇÃO	Ver carros e reservar	Diz o próximo passo.

Não colocar todas as frases na mesma peça. Escolher um título, um contexto e uma ação. As mensagens de campanha são exemplos de trabalho, não novas assinaturas obrigatórias.

O nosso desenho.

RÔDA

Geometria própria. Letras próximas, curvas suaves e circunflexo separado. Não redesenhar o r nem integrar o acento no o.

Ao teu ritmo

É o universo da identidade, não uma alteração ao desenho. A personalidade surge da cor, escala, fotografia e linguagem que acompanham a marca.

Todas as versões.

rôda

green · SVG / PNG / PDF

rôda

cream · SVG / PNG / PDF

rôda

lime · SVG / PNG / PDF

rôda

blue · SVG / PNG / PDF

rôda

black · SVG / PNG / PDF

rôda

white · SVG / PNG / PDF

Verde e creme são as versões principais. Lima para momentos de energia. Azul em utilizações pontuais. Preto e branco para reprodução monocromática. A versão currentColor é um recurso técnico para interfaces.

bon voyage

rôda
bon voyage

green

rôda
bon voyage

blue

rôda
bon voyage

cream

rôda
bon voyage

lime

rôda
bon voyage

black

rôda
bon voyage

white

Lockups completos em seis cores. Preferir a marca simples em tamanhos pequenos. Usar a assinatura em contextos de boas-vindas, despedida, materiais e aplicações editoriais.

Espaço para respirar.



rôda

Área de proteção

Manter pelo menos x em todos os lados, sendo x a largura da haste do r. O espaço faz parte da legibilidade.

Tamanho

Referência existente: marca simples com 120 px de largura no digital ou 28 mm em impressão. Com assinatura, aumentar até bon voyage ser legível.

Integridade

Sem sombras, contornos, rotações ou deformações. Em fotografia, escolher uma área estável com contraste suficiente.

Reconhecível em pequeno.



Símbolo

O o e o circunflexo derivados do logótipo. Usar para favicon, avatar e espaços compactos. Não substitui sempre a marca completa ou o descritor de serviço.

Ficheiros incluídos

SVG em creme, verde, lima e azul. Favicon ICO com 16, 32, 48 e 256 px; PNG 16, 32 e 48 px; Apple 180 px; app 192 e 512 px; manifest e instruções HTML.

Todos os fundos de símbolos e favicons são quadrados, com cantos retos. O desenho circular da letra o mantém-se; a placa de fundo não é circular. A interface de um sistema pode aplicar a sua própria máscara.

Cor com função.

Verde

#153D27

Base, identidade e texto

Creme

#F7F5EC

Leitura, espaço e contraste

Lima

#D4F45B

CTAs e energia

Azul

#2467E8

Pequenos apontamentos

Mais verde. Creme para respirar.
Lima para agir. Azul em pequenas doses.

Usar os valores cromáticos indicados de forma consistente em todas as aplicações digitais.

A cor também orienta.

Combinações principais

Verde sobre creme. Creme sobre verde. Verde sobre lima. Para os botões principais, manter o lima com texto verde.

Azul com critério

Funciona em ícones, pequenos sinais e detalhes. Não usar texto azul pequeno sobre verde. Verificar contraste quando entrar em texto ou controlo.

Uso real

Evitar texto diretamente em zonas fotográficas irregulares. Testar no telemóvel. A informação importante nunca depende apenas da cor.

Ver carros e reservar



Aplicação: reservar áreas de cor ampla ao verde e ao creme. O azul é uma cor de acento.

Space Grotesk.

O dia é teu.

ABC abc 0123456789

400 / Conversa

Corpo de texto, legendas e informação detalhada. Frases curtas e entrelinha confortável.

500 / Orientação

Subtítulos, navegação e botões. Clareza e ritmo sem excesso de peso.

700 / Expressão

Títulos curtos, palavras com escala e momentos de campanha. Evitar blocos longos em maiúsculas.

Newsreader Italic 400 dá expressão à assinatura editorial “bon voyage”. Os lockups fixos usam Space Grotesk Regular 400 com tracking próprio. Newsreader regular mantém-se como recurso editorial opcional. Fontes e licenças OFL incluídas.

Uma assinatura. Duas expressões.

bon voyage

Newsreader Italic / 400

Assinatura editorial no master brand, títulos e momentos de despedida. Itálico verdadeiro, em minúsculas, com espaçamento natural.

bon voyage

Space Grotesk Regular / 400

Assinatura nos lockups fixos do logótipo. Tracking de origem: +2 unidades a 21 unidades de corpo (aprox. 0,095 em).

No lockup, usar o ficheiro vetorial oficial: não substituir a fonte nem recompor o espaçamento. A versão editorial vive de forma independente do logótipo.

O carro no lugar certo.



O produto existe

Usar os carros reais da frota. Mostrar exteriores, interiores e detalhes úteis. Confirmar disponibilidade e especificações antes de anunciar.



O lugar tem contexto

São Tomé com luz, textura e vida real. Identificar os locais corretamente. Príncipe e o Ilhéu das Rolas não são extensões de um percurso de carro em São Tomé.

Lifestyle, com o serviço à vista.

Composição

Um foco visual por peça. Escala tipográfica com intenção, margens consistentes e contraste. Alternar imagem ampla, catálogo e mensagem de reserva.

Reconhecimento

O logótipo, as cores e a voz unem as peças. Variar a composição sem perder a identidade. Não repetir o mesmo template com uma palavra diferente.

Clareza comercial

O conjunto do feed deve dizer rent a car rapidamente. Veículos, informação prática e convites à reserva fazem parte da estética.

Conteúdo que dá vontade e confiança.

PERFIL	Nome visível: RÔDA Rent a car São Tomé. Avatar com símbolo. Link para reserva.
BIO	Rent a car em São Tomé. Ao teu ritmo, com gente com quem contar. Carros e reservas ↓
DESTAQUES	Carros · Reservar · Dúvidas · São Tomé · Avaliações verificadas.
PUBLICAÇÕES FIXADAS	Quem somos · Conhece os carros · Como reservar.
CONTEÚDO	Carros + destino contextualizado + informação útil + reserva. Pessoas e avaliações apenas com material real.
FACEBOOK	Adaptar a legenda e incluir link direto. Não depender do “link na bio” copiado do Instagram.

Consistência antes de volume.

Ponto de partida

Cadência de referência: três publicações por semana. Uma sobre carros ou serviço, uma sobre São Tomé com contexto de viagem e uma útil ou orientada à reserva. Adaptar à capacidade real.

Formatos disponíveis

Começar por posts estáticos e carrosséis. Stories reutilizam perguntas, detalhes e conteúdos publicados. Reels quando existirem imagens ou clips que os justifiquem.

O que medir

Cliques para reserva, contactos qualificados, reservas atribuíveis, guardados e partilhas. Seguidores e gostos são contexto, não a única medida.

Três mensagens. Uma identidade.

rôda

RENT A CAR
SÃO TOMÉ

AO TEU RITMO.



A ilha chama.
Nós temos o carro.



OS CARROS DA RÔDA

SUZUKI / 01

JIMNY



OLÁ, JIMNY.

O teu lugar
na viagem.



RENT A CAR / SÃO TOMÉ

rôda

RENT A CAR / SÃO TOMÉ

Já tens as datas?



Encontra o teu carro.

Ver carros e reservar

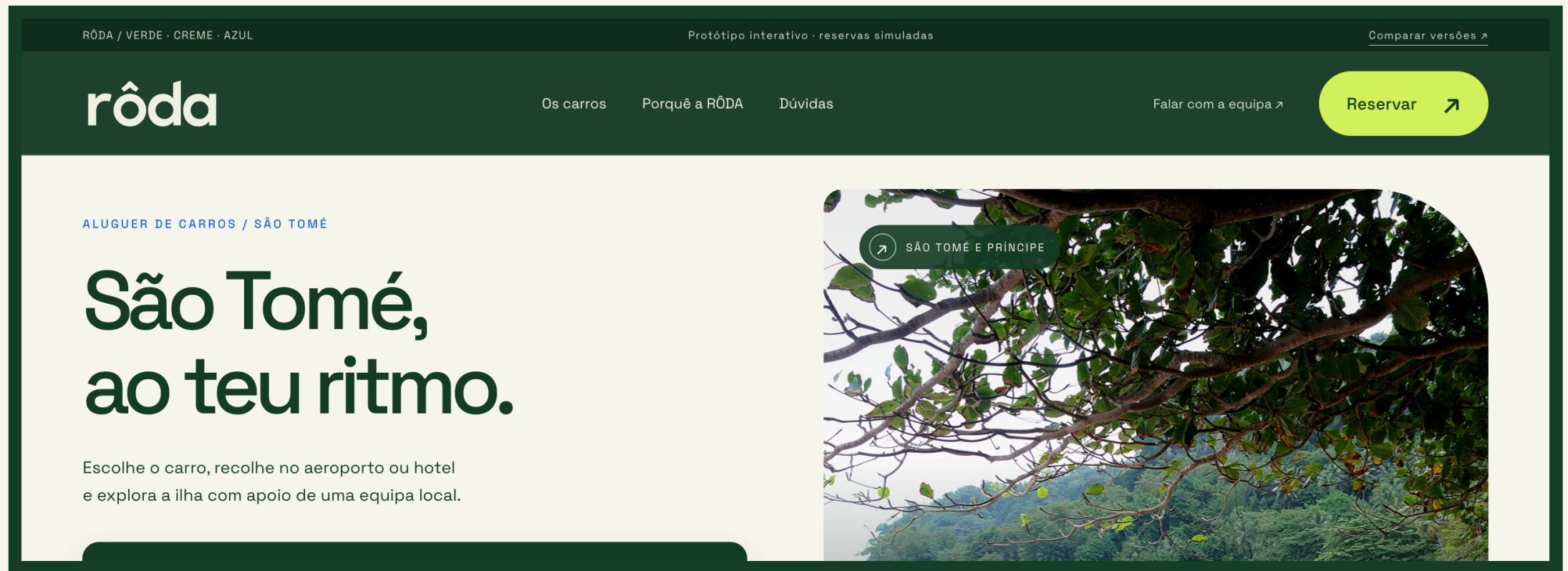


rodastp.com

bon voyage

Apresentação, produto e reserva. PNGs 1080 × 1350, SVGs, PDF e legendas PT/EN incluídos. Confirmar informação e adequação antes de publicar.

Uma loja de viagens. Com reserva clara.



Direção premium de lifestyle, com verde e creme, CTAs lima e pequenos apontamentos azuis. Hero, confiança, frota, prova, FAQ e footer. A reserva online continua a ser central.

A experiência também é conseguir reservar.

O que preservar

Datas visíveis, escolha de carro compreensível, condições claras, contacto humano e próxima ação evidente. O layout deve funcionar no telemóvel.

O que integrar

O protótipo não implementa disponibilidade, pagamentos e confirmação reais. Ao aplicar ao site existente, preservar as rotas e ligar a interface ao motor de reservas.

Confiança no footer

Métodos de pagamento integrados visualmente no verde, com marcas discretas. Exibir apenas os métodos realmente aceites no checkout.

A marca acompanha a viagem.



Aplicações conceptuais da identidade. Não representam instalações ou produtos existentes. Os masters transparentes em logos/transparent/ são a referência para composição; os exports apresentados têm fundos quadrados.

Cartões de contacto e boas-vindas também estão anexados. Confirmar contactos, texto, medidas e prova de cor antes de imprimir.

Tudo para dar vida à RÔDA.

Identidade

Logótipos e assinaturas em SVG, PNG e PDF. Símbolos, favicons e masters transparentes. Fontes e licenças de utilização.

Conteúdo

Fotografia, publicações sociais, capas de destaques e materiais gráficos.

Documentação

Guia visual, regras de utilização e definições de marca. A biblioteca permite ver cada asset e descarregá-lo no formato necessário.

Produção

Usar os ficheiros vetoriais para composição e impressão. Validar legibilidade, dados operacionais e prova de cor no suporte final.

Cuidar da marca em cada detalhe.

Informação

Preços, disponibilidade e condições devem corresponder ao serviço no momento de publicação.
Informações e reservas em rodastp.com.

Imagem

As aplicações conceptuais ilustram utilizações possíveis da identidade. Não representam necessariamente produtos ou instalações existentes.

Direitos

Respeitar os créditos de fotografia e as licenças das fontes. Os assets destinam-se à comunicação da RÔDA; a titularidade da marca mantém-se.

rodastp.com · [Créditos e licenças](#)