



novaterragrup.com

2025

Kurumsal Kimlik Kılavuzu

Corporate Identity
Guide



G2BRAND®
TO BE A BRAND

Dünyaya Yeniden *Dünya'ya* Yeniden Bakın!



Introduction / Giriş

Novaterra Group,

novaterragrup.com

2025 yılında Mert Urut'un liderliğinde, geçmişin birikimi ve tecrübesinin tek bir çatı altında toplanmasıyla kurulmuştur. Gıda, tarım, enerji ve teknoloji sektörlerinde faaliyet gösteren grubumuz; her sektöre tutkuyla yaklaşarak, yenilikçi çözümler üretmeyi ve değer yaratmayı kendine ilke edinmiştir.

Bu kılavuz, **Novaterra Group** markasının kimliğini oluşturan temel yapı taşlarını tanımlar.

Amacımız; sahip olduğumuz değerleri, görsel dilimizi, iletişim tarzımızı ve marka bütünlüğümüzü her temas noktasında aynı netlikte ve tutarlılıkla yansıtabilmektir.

Gıda sektöründe sağlıklı ve kaliteli ürün anlayışımız, tarımda çevreci ve yenilikçi bakış açımız, enerjide insan odaklı ve sürdürülebilir çözümlerimiz, teknolojiye ise genç nesillerle birlikte büyüyen vizyonumuz; Novaterra'nın çok yönlü ama bütüncül yapısını tanımlar.

Bu kılavuz; ekiplerimizin, iş ortaklarımızın ve tasarım süreçlerinde yer alan tüm paydaşların, markamıza ortak bir ses ve görünüm kazandırmasını sağlar.

Novaterra, sadece bir grup şirketi değil; aynı zamanda geleceğe değer katan bütünsel bir yaşam vizyonudur.



- LOGO
- ORANLAR
- GÜVENLİK ALANI
- MİNİMUM BOYUT
- RENK - COLOR
- KURUMSAL YAZI KARAKTERİ

Bölüm 1 / Section 1

sec



cttion



01.NOVATERRA GROUP LOGOSU

Logo, marka duruşunu görsel ve anlamsal olarak ifade eden en önemli unsurdur Logo, markanın kurumsal kimliğinin önemli bir parçasıdır ve değiştirilemez bir öğedir. Kurumsal kimlikle ilgili tüm bilgilere NOVATERRA GROUP Kurumsal İletişim biriminden ulaşabilirsiniz.



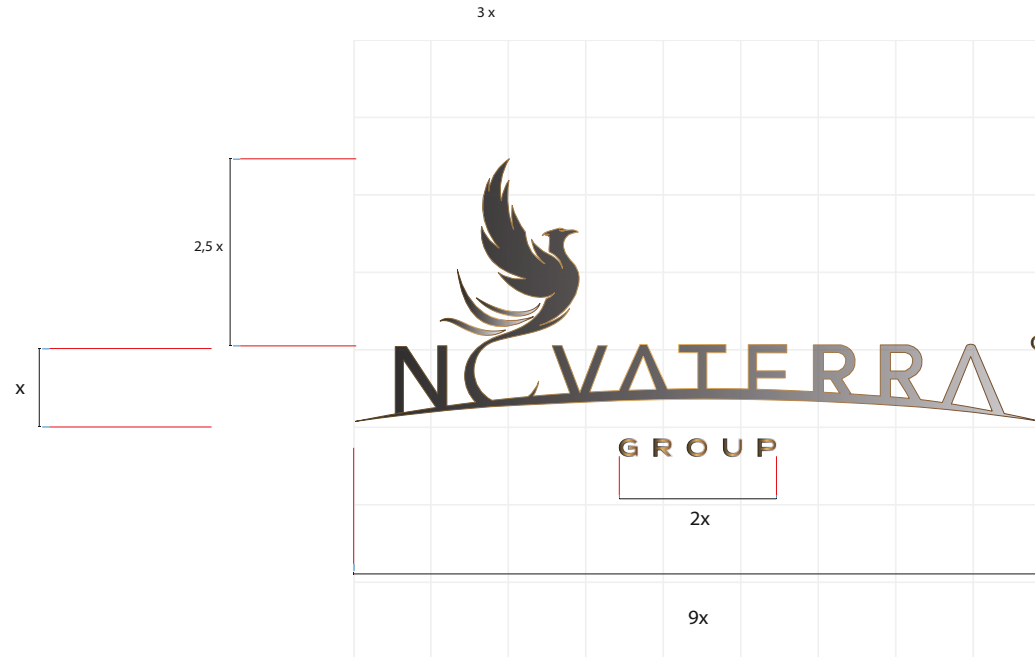
Dünya'ya **Yeniden** Bakın!

02.ORANLAR

Logo ve tipografi unsurları birbirleriyle oranları ve uzaklıkları ölçülere dayanarak belirlenmiştir ve bu ölçümlerde herhangi bir değişiklik yapılmamalıdır.

02.PROPORTIONS

The proportions and distances between the logo and typography elements have been determined based on specific measurements, and no changes should be made to these measurements.



03. GÜVENLİK ALANI

Logo'yu çevreleyen açık alan, logo ile diğer herhangi bir logo, desen, işaret veya görselin kenarı arasındaki minimum mesafeyi tanımlar. Bu alan minimum gereksinimdir ve mümkün olduğunca maksimuma çıkarılmalıdır.

Marka bütünlüğünü korumak için bu güvenlik alanına hiçbir grafik öğe, fotoğraf veya metin yerleştirilmemelidir.

03.SAFETY AREA

The clear space surrounding the logo defines the minimum distance between the logo and any other logo, pattern, symbol, or visual element. This is the minimum requirement and should be maximized whenever possible.

To maintain brand integrity, no graphic elements, photos, or text should be placed within this safety area.



04. MİNİMUM BOYUT

Logo'nun minimum boyutu hiçbir zaman 15 mm'den küçük olmamalıdır. Okunabilirliği sağlamak için logo mümkün olduğu kadar büyük olmalıdır; maksimum boyut sınırı yoktur.

04.MINIMUM SIZE

The minimum size of the logo should never be smaller than 15 mm. To ensure readability, the logo should be as large as possible; there is no maximum size limit.



Minimum Size

15 mm



Minimum Size

42px

05. RENK

Logo ve kurumsal kimliğin temel kullanımında, belirli RGB ve CMYK renk kodlarıyla ifade edilen kurumsal renklere yer verilmiştir. Logonun kullanımında, siyah, gri, metalik gri (Gümüş Yıldız) ve metalik sarı (altın yıldız) dışında hiçbir renk kullanılmamalıdır.

05.COLOR

In the primary use of the logo and corporate identity, the corporate colors are represented by specific RGB and CMYK color codes. For the logo, no colors other than black, gray, metallic gray (silver foil), and metallic yellow (gold foil) should be used.

	Pantone COATED	CMYK	RGB	WEB
	804 C	0, 22.13, 56.6, 7.84	235.183.152	ebb766
	7553 C	0, 25, 61.25, 68.63	80.60.31	503c1f
	BLACK	0, 0, 0, 100	0.0.0.	1d1d1b
	WHITE	0,0,0,0	255.255.255	ffffff

07.KURUMSAL YAZI KARAKTERİ

NOVATERRA GROUP kurumsal yazı karakteri Helvetica Neue Font Ailesi'dir. Varsayılan olarak belirtilmedikçe, başka bir font tercih edilmemelidir.

07.CORPORATE TYPE

The corporate typeface for NOVATERRA GROUP is the Helvetica Neue Font Family. Unless otherwise specified, no other font should be used.

Helvetica Neue Font Family

abcdefghijklmno
prstuvwyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PRSTUVWYZ
123456789

Helvetica Neue Font Family

**abcdefghijklmno
prstuvwyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PRSTUVWYZ
123456789**

Helvetica Neue Font Family

**abcdefghijklmno
prstuvwyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PRSTUVWYZ
123456789**

Helvetica Neue Font Family

abcdefghijklmno
prstuvwyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PRSTUVWYZ
123456789

Helvetica Neue Font Family

**abcdefghijklmno
prstuvwyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PRSTUVWYZ
123456789**

Helvetica Neue Font Family

abcdefghijklmno
prstuvwyz
ABCDEFGHIJKLMNO
PRSTUVWYZ
123456789



- MARKANIN AMACI
- MARKANIN VİZYONU
- MARKANIN DEĞERLERİ
- HEDEF KİTLE
- MARKA KONUMLANDIRMASI
- MARKA KİŞİLİĞİ
- MARKA ARKETİPLERİ

Bölüm 2 / Section 2

sec



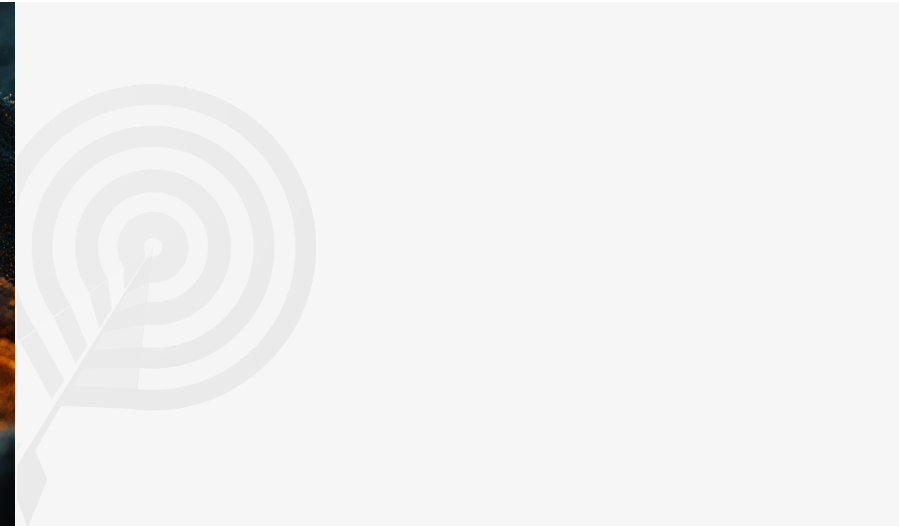
ction

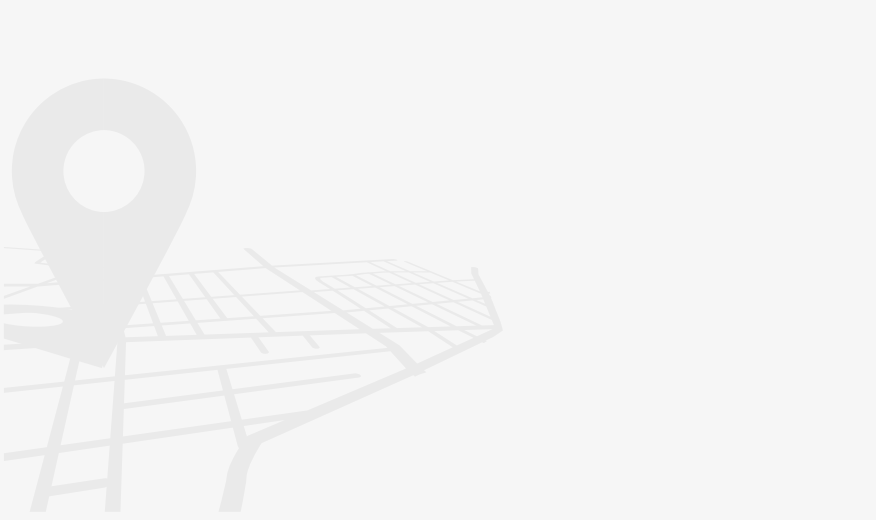
08. MARKANIN AMACI

Markanın amacı; gıda, tarım, enerji ve teknoloji sektörlerinde yenilikçi, çevreci ve insan odaklı hizmetler sunarak topluma değer katmak ve sürdürülebilir bir gelecek inşa etmektir.

08.BRAND PURPOSE

The brand's purpose is to add value to society and build a sustainable future by providing innovative, eco-friendly, and people-centered services in the food, agriculture, energy, and technology sectors.





09. MARKANIN VİZYONU

Markanın vizyonu; faaliyet gösterdiği her sektörde öncü ve ilham veren bir marka olarak, sürdürülebilirlik ve yenilikçilik anlayışıyla global ölçekte tanınan bir yapı oluşturmaktır.

09.BRAND VISION

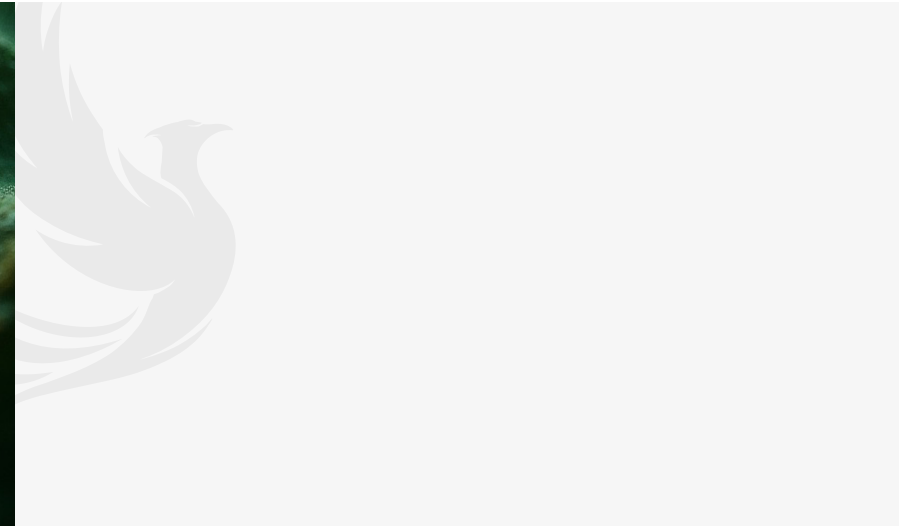
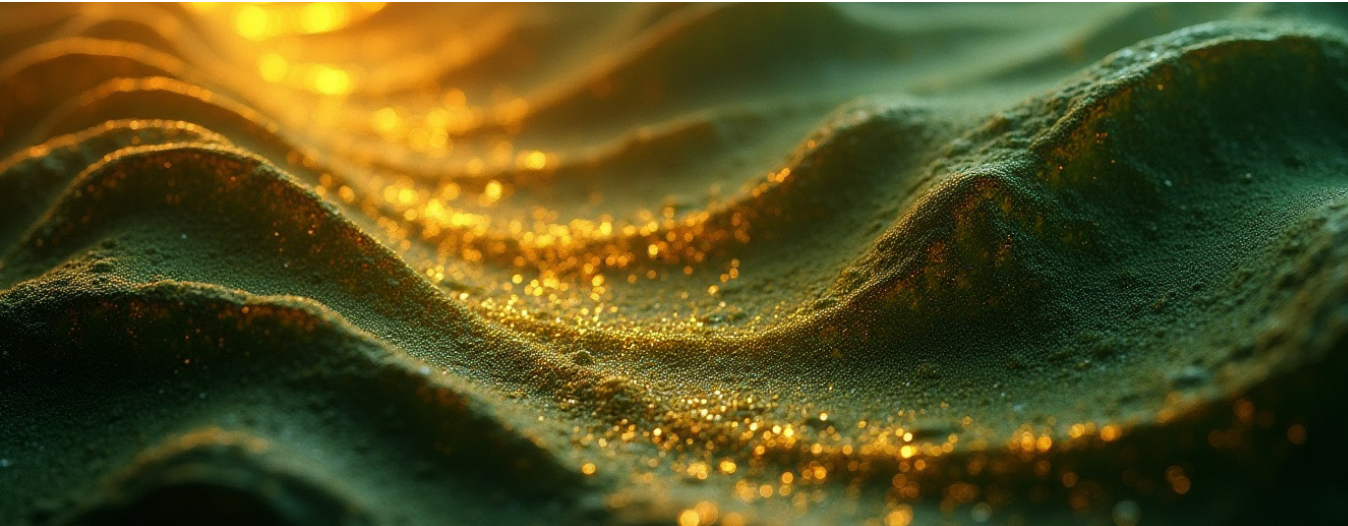
The brand's vision is to become a leading and inspiring organization in every sector it operates, recognized globally for its commitment to sustainability and innovation.

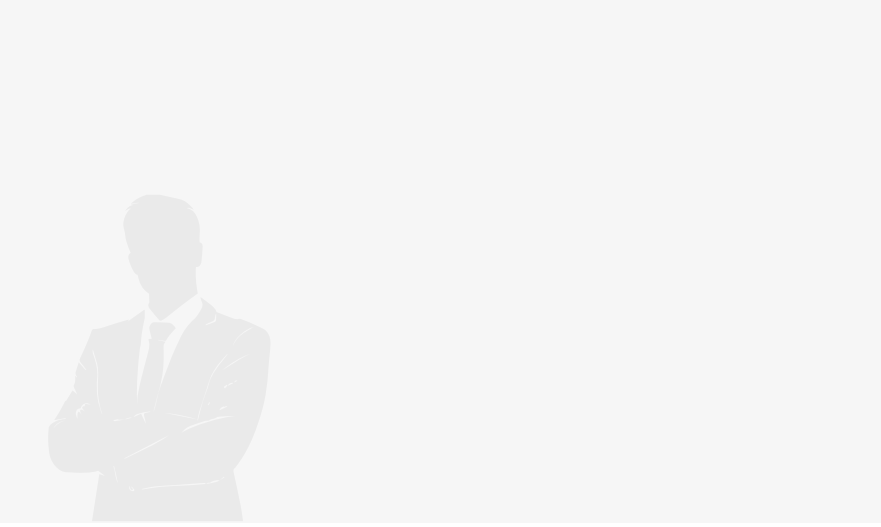
10. MARKA DEĞERLERİ

Marka değerlerimiz; yenilikçilik, sürdürülebilirlik, güvenilirlik, çevreye saygı, insan odaklılık, kalite ve sosyal sorumluluktur.

10. BRAND VALUES

Our brand values are innovation, sustainability, reliability, respect for the environment, people-centeredness, quality, and social responsibility.





11. HEDEF KİTLE

Markanın hedef kitlesi; sürdürülebilirlik ve kaliteye önem veren bireyler, kurumlar ve yenilikçi çözümler arayan yatırımcı ve iş ortaklarıdır.

11.TARGET AUDIENCE

The brand's target audience includes individuals and organizations that value sustainability and quality, as well as investors and business partners seeking innovative solutions.

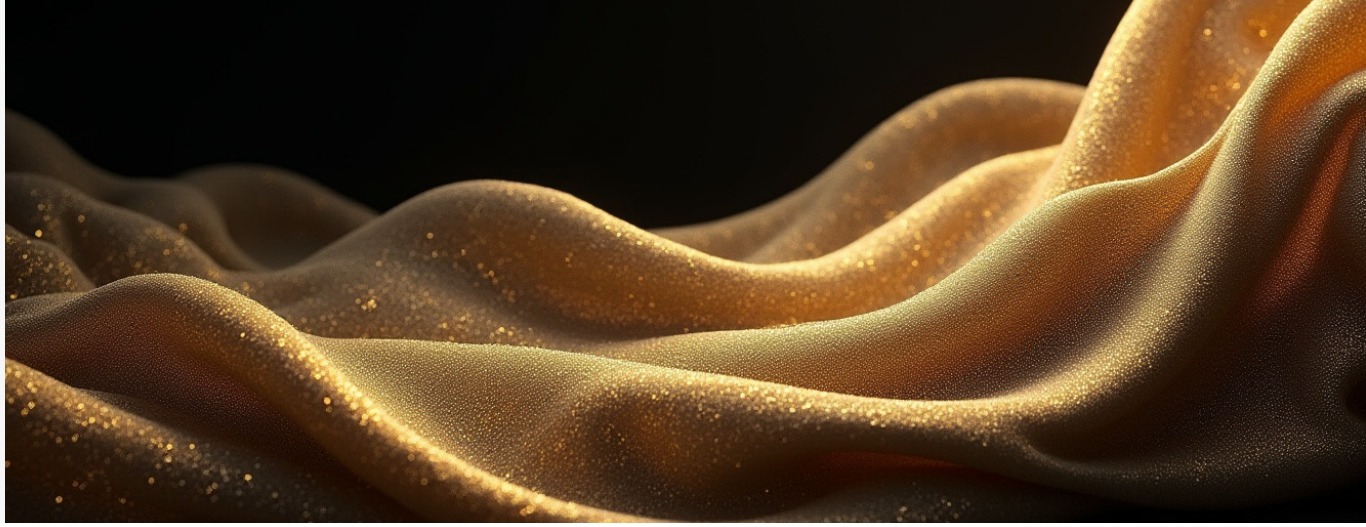
12. MARKA KONUMLANDIRMA

Novaterra Group, gıda, tarım, enerji ve teknoloji alanlarında sürdürülebilir ve yenilikçi çözümler sunan, güvenilir ve öncü bir marka olarak konumlanmaktadır.

12.BRAND POSITIONING

Novaterra Group is positioned as a reliable and pioneering brand offering sustainable and innovative solutions in the fields of food, agriculture, energy, and technology.





13. MARKA ARKETİPLERİ

Birincil Arketip: Bakıcı (Caregiver) – Topluma fayda sağlamak, insan ve çevre odaklı hareket etmek markanın temel motivasyonudur.

İkincil Arketip: Kaşif (Explorer) – Sürekli yenilik arayışı ve gelişim odaklı yaklaşımıyla farklı alanlarda öncü olmayı hedefler.

13. BRAND ARCHETYPES

Primary Archetype: Caregiver – The brand's core motivation is to serve society with a people- and environment-centered approach.

Secondary Archetype: Explorer – With a constant pursuit of innovation, the brand aims to lead in diverse fields through continuous growth.

- LOGONUN FARKLI ZEMİNLERDE KULLANIMI
- LOGONUN FOTOĞRAF ÜZERİNDE KULLANIMI
- LOGO YANLIŞ KULLANIMLAR
- LOGO'NUN GÖRÜNTÜ VE ZEMİN ÜZERİNDE YANLIŞ KULLANIMLAR

Bölüm 3 / Section 3

sec



ction

15. LOGO'NUN FARKLI ZEMİNLERDE KULLANIMI

Logo, kurumsal kimlikte yer alan renklerin kullanıldığı beyaz, açık tonlu ve pastel zeminler üzerinde kullanımı aşağıda ki gibidir. Tek renk baskılı işlerde veya zeminin beyaz veya siyah olduğu durumlar haricinde, bu kurala mutlaka uyulmalıdır.

15. THE USE OF THE LOGOTYPE ON VARIUS BACKGROUNDS

The logo , in which the colors of the corporate identity are used. Its use on white, light-toned and pastel floors is as follows. Except for single color printed works or where the background is white or black, this rule must be followed.



16. LOGO'NUN FOTOĞRAF ÜZERİNDE KULLANIMI

Logo, fotoğraflı bir zemin üzerinde kullanıldığında, zeminle en yüksek kontrastı oluşturacak versiyonu tercih edilmelidir. Logo, zemin üzerinde okunaklı olmadığı durumlarda siyah veya beyaz kullanılabilir.

16. USE OF THE LOGO ON THE PHOTO

When the logo is used on a photographic background, The version that will create the highest contrast with the ground should be preferred. Where the logo is not legible on the floor Available in black or white



17. LOGO YANLIŞ KULLANIMLARI

Logo, herhangi bir sebeple kesinlikle değiştirilmemeli ve bozulmamalıdır.

17. MISUE OF THE LOGO

The logo should never be changed or deteriorated for any reason..



— Farklı bir renk kullanılmamalıdır.



— Logonun içi doldurulmamalıdır.



— Renklerin yerleri değiştirilmemelidir.



— Logo deforme edilmemelidir.



— Farklı Degrade verilmemelidir.



— Bulanıklaştırılmamalıdır.

18. LOGO'NUN GÖRÜNTÜ VE ZEMİN ÜZERİNDE YANLIŞ KULLANIMLARI

Aşağıda ki örnekler, fotoğraflar üzerinde logonun kontrastının yetersiz kaldığı ve okunaklılığını yitirdiği durumları göstermektedir. Benzeri uygulamalardan kaçınılmalıdır.

18. MISUSE OF THE LOGO ON THE IMAGE AND THE FLOOR

The examples below show insufficient contrast of the logo on the photos. It shows the cases where it stays and loses its legibility. Like applications should be avoided.



- KARTVİZİT / BUSINESS CARD
- ANTETLİ KAĞIT / LETTERHEAD
- DİPLOMAT ZARF / DL ENVELOPE
- CEPLİ DOSYA / POCKET FOLDER
- MASA BAYRAĞI / DESK FLAG
- BARDAK / CUP
- KALEM / PENCIL
- E-POSTA İMZASI / E-MAIL SIGNATURE
- KİMLİK KARTI VE ZİYARETÇİ KARTI / VISITOR CARD
- BAYRAK / FLAG
- BLOKNOT / NOTEPAD
- KARTON ÇANTA / CARDBOARD BAG
- TORBA ZARF / A4 ENVELOPE
- PLASTİK KLASÖR / PLASTIC FOLDER
- AJANDA / NOTEBOOK
- DİKEY BANNER / VERTICAL BANNER
- ARAÇ GİYDİRME
- PERSONEL MONTU / STAFF COAT
- POLO YAKA TSHIRT / POLO TSHIRT

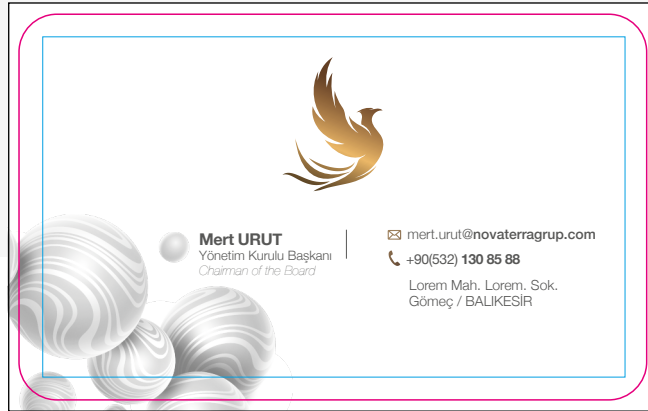
Bölüm 4 / Section 4

sec



ctition





Boyut: 84 mm x 52 mm
Kağıt: 800 gr Çift Taraflı Kabartma Laklı
Font: Helvetica Neue

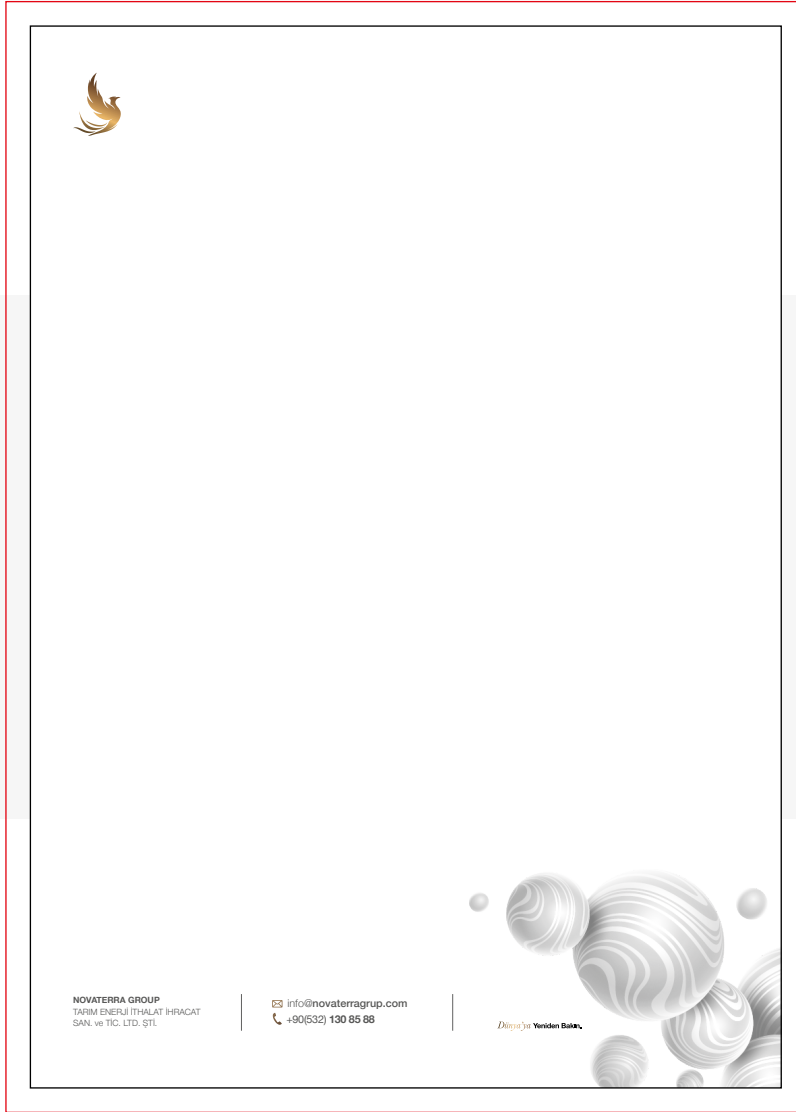


NOVATERRA GROUP
TARIM ENERJİ İTHALAT İHRACAT
SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ.

✉ info@novaterragrup.com
☎ +90(532) 130 85 88

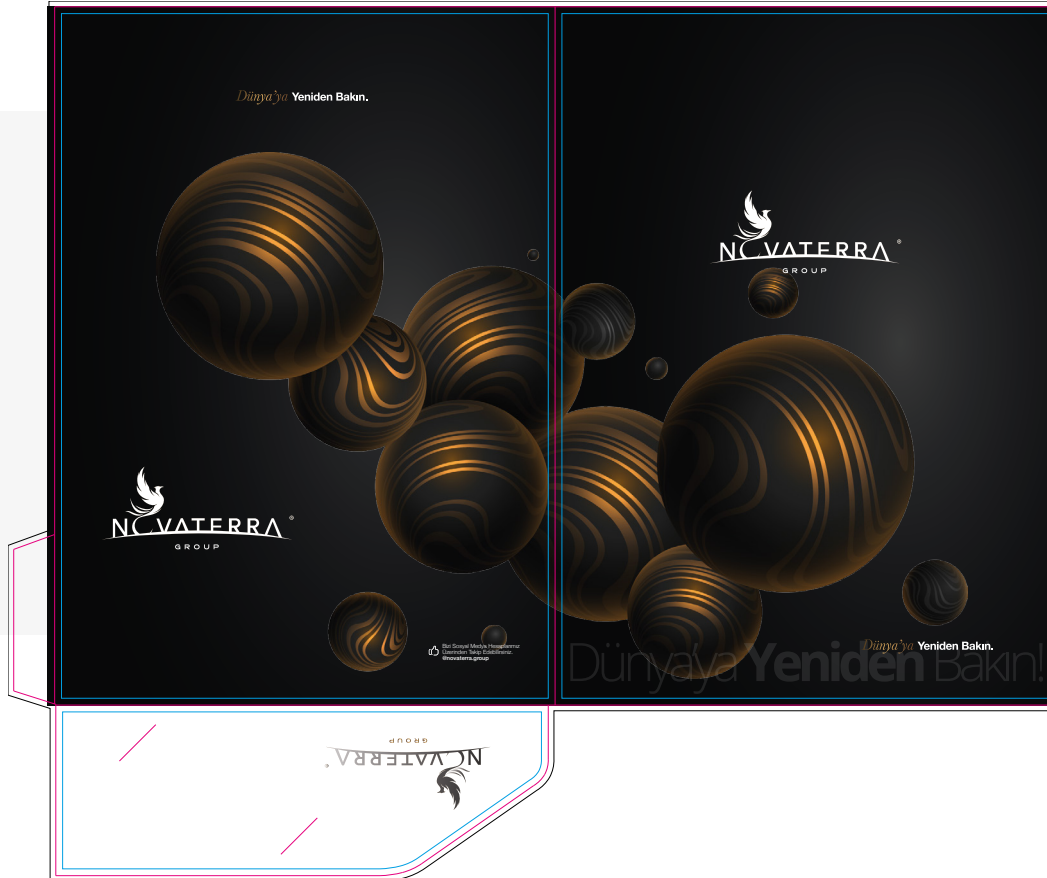
Dünya'ya Yeniden Bakın.





Boyut: 210 mm x 297 mm
Baskı Detay: 80 gr. 1.Hamur -
Ön 4 Renk Arka Yok
Font: Helvetica Neue





Boyut: 220 mm x 310 mm
Baskı Detay: 80 gr 1. Hamur
Font: Helvetica Neue



NOVATERRA GROUP
TARIM ENERJİ İTHALAT İHRACAT
SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ.

✉ info@novaterragrups.com
☎ +90(532) 130 85 88

Dünya'ya Yeniden Bakın.



Boyut: 105 mm x 240 mm
Baskı Detay: 80 gr 1. Hamur
Font: Helvetica Neue





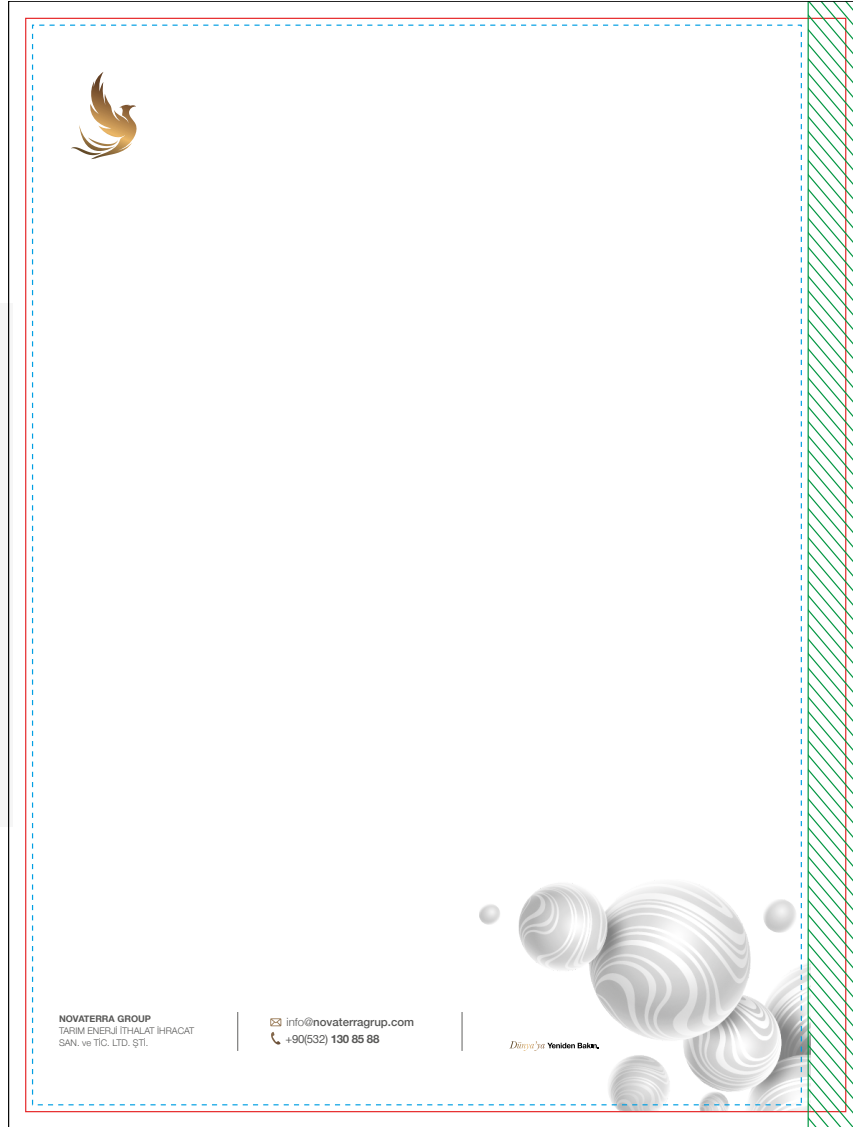
Boyut: 659 mm x 405 mm
Baskı Detay: Kalın Gramaj
Font: Helvetica Neue





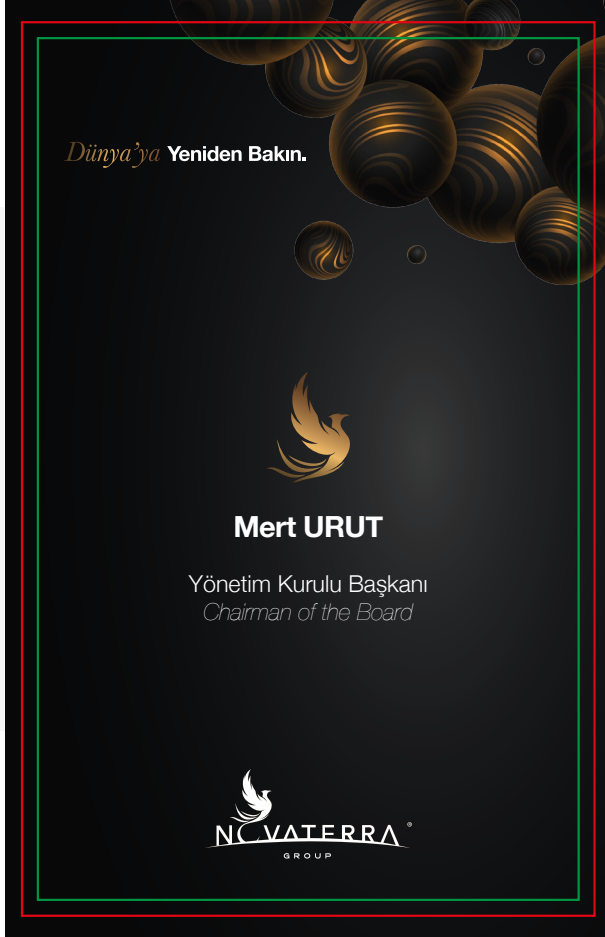
Boyut: 84 mm x 52 mm
Baskı Detay: 800 gr Çift Taraflı
Kabartma Laklı
Font: Helvetica Neue





Boyut: 240 mm x 320 mm
Baskı Detay: :110 Gr. 1. Hamur
Font: Helvetica Neue





Boyut: 86 mm x 54 mm
Baskı Detay: 760 Mikron Plastik
Font: Helvetica Neue





Önerilen Bayrak Standardı yanda
gösterilmektedir





Boyut: 350 ml
Baskı Detay: 4+0 Seramik Baskı
Font: Helvetica Neue

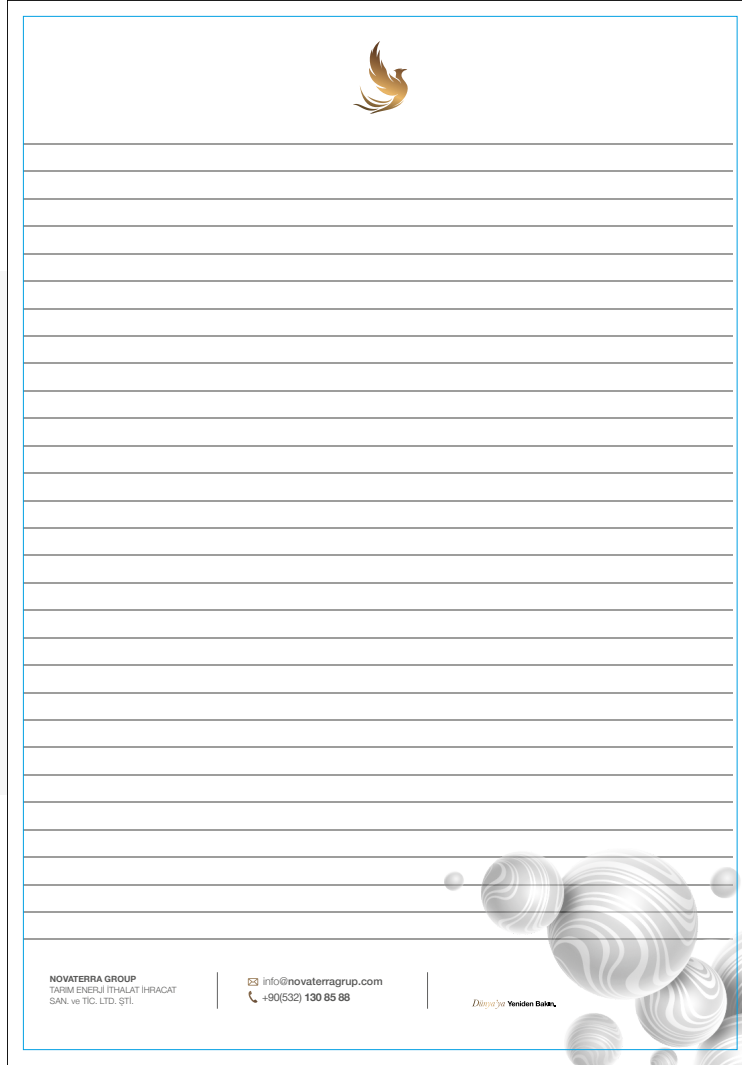


NOVATERRA GROUP
TARIM ENERJİ İTHALAT İHRACAT
SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ.

NOVATERRA GROUP
TARIM ENERJİ İTHALAT İHRACAT
SAN. ve TİC. LTD. ŞTİ.

info@novaterragrup.com
+90(532) 130 85 88

Dişine Ye Yeniden Bakın.



Boyut: 240 mm x 320 mm
Baskı Detay: 110 Gr. 1. Hamur
Font: Helvetica Neue

NOVATERRA GROUP
TARIM ENERJİ İTHALAT İHRACAT
SAN. VE TİC. LTD. ŞTİ.

info@novaterragrup.com
+90(532) 130 85 88

Değer ve Yeniden Düşün.





Boyut: 159 mm x 225 mm
Baskı Detay: 160 Gr. Saten Kumas
Font: Helvetica Neue



Dünyaya **Yeniden Bakın.**

Dünyaya **Yeniden** Bakın!

Mert URUT
Yönetim Kurulu Başkanı
Chairman of the Board

✉ mert.urut@novaterragrup.com
☎ +90(532) 130 85 88
Lorem Mah. Lorem. Sok.
Gömeç / BALIKESİR







novaterragrup.com

Soru ve Görüşleriniz için;

Bu kurumsal kimlik kılavuzu, NovaTerra markasının iletişimde tutarlılık sağlaması amacıyla hazırlanmıştır. Kimlik uygulamalarıyla ilgili her türlü soru, öneri ya da destek talepleriniz için lütfen G2BRAND ile iletişime geçiniz.

 E-posta: info@g2brand.com
 Web: www.g2brand.com





novaterragrup.com

2025

Kurumsal Kimlik Kılavuzu

Corporate Identity
Guide



G2BRAND®
TO BE A BRAND

Dünyaya Yeniden *Dünya'ya* Yeniden Bakın!

Brand Guidelines © NOVATERRA GROUP - 2025