

MANUAL DA IDENTIDADE VISUAL
GUIA DE ESTILO E APLICAÇÃO

MAIO 2007



Sumário

Sumário	01
Introdução	02
1. A marca	03
2. O logotipo	04
3. A marca	05
3.1. A marca - Aplicações não permitidas	06
3.2. A marca - Área de não interferência	07
3.3. A marca - Redução mínima	08
3.4. A marca - Unidades digitais	09
3.5. A marca - Variações cromáticas	10
3.6. A marca - Contrastes	11
3.7. A marca - Sobre fundos coloridos	12
4. Cores	13

Introdução

Marca

A marca é, com certeza, o maior patrimônio de uma empresa, porque lhe confere singularidade no mercado e contribui para diferenciá-la, competitivamente, de outras empresas. Ela está relacionada com produtos, mas com eles não se confunde e tem a ver com os valores que o consumidor a ela agrega, por várias razões. Para Mauro Calixta Tavares, administrador e sociólogo, doutor em Administração pela USP, que tem um bom trabalho sobre o tema (A força da marca. Como construir e manter marcas fortes, São Paulo, Editora Habra, 1.998), "marca é um nome, termo, signo, símbolo ou design, distinto ou combinado com a função de identificar a promessa de benefícios, associada a bens ou serviços, que aumenta o valor de um produto além de seu propósito funcional, tendo uma vantagem diferencial sustentável".

A consciência de que as marcas têm um valor inestimável e que, em muitos e muitos casos, elas valem mais do que tudo aquilo de tangível que a empresa possui (a marca Coca-Cola e a marca Microsoft, por exemplo, valem muitas vezes o montante que poderia ser arrecadado com a venda de todas as fábricas e equipamentos destas empresas) , tem dado novo impulso ao processo de avaliação e gerenciamento de marcas.

1 | A marca

A marca Fortec Identidade visual é o conjunto de elementos gráficos, como cores e símbolos, por meio do qual a imagem de uma empresa é reconhecida por todos.

A marca é o elemento mais forte da identidade visual. Uma marca forte tem valor incalculável, por isso significa um verdadeiro patrimônio.



Simbolo

Logotipo

Marca

2 | O Logotipo

O logotipo da marca Fortec não deve, nesse momento, ser utilizado separadamente do ícone, pois isso poderá enfraquecer a marca, que ainda encontra-se em consolidação na mente de seu público-alvo.

fortec

3 | A Marca



3.1 | A Marca | Aplicações não permitidas



3.2 | A Marca | Área de não interferência



3.3 | A Marca | Redução Mínima



38 mm



10 mm

3.4 | A Marca | Unidades Digitais



3.5 | A Marca | Configurações Cromáticas



Aplicação padrão



Aplicação monocromática



Aplicação monocromática negativa



Aplicação negativa



Aplicação P&B negativa



Aplicação P&B

3.6 | A Marca | Contraste



Contraste em Cores



Contraste em versão monocromatica

3.7 | A Marca | Sobre fundos coloridos

Cores Escuras



Cores Claras



Nas aplicações em cores diversas aplicar somente nas cores preto ou branco. Em cores escuras: branco, em cores claras: preto.

4 | Cores



CMYK

C60
M8
Y100
K13

RGB

R 80
G 128
B 37
#507F25



C16
M29
Y100
K 0

R209
G 147
B 12
##D1930B