



Manual de Identidade Corporativa

Índice:

I.	Introdução	3
II.	O Logótipo	4
III.	Tamanhos Máximos e Mínimos	5
IV.	Cores	6
V.	Tipos de Letra	7
VI.	Como utilizar o logótipo	8
VII.	Utilizar o logótipo em tons monocromáticos e a preto e branco	9
	a. Utilização do logótipo sobre imagen	9
VIII.	Protecção do logótipo	10
	a. Nome da Instituição	10
IX.	Relação do logótipo	11
X.	Relação entre o logótipo e o nome da Instituição em espaços reduzidos	12
XI.	Conclusão	13

Introdução

Sempre que alguém contacta a CerciEspinho, tem desde muito cedo um contacto com a sua imagem e com os serviços que são prestados por esta Instituição.

Todas as pessoas, entendem e reagem a uma imagem, podendo até criar várias associações acerca da mesma, para que isto não aconteça, deve existir uma maior uniformidade e coerência na utilização das cores e símbolos.

Ao longo deste documento, vamos enumerar algumas das regras básicas para a utilização do nosso logótipo. Começando por fazer uma breve descrição do logótipo, descrever as cores e o seu significado, o tipo de letra. Este manual, está a ser criado, de forma a contribuir para uma maior projecção da imagem da Instituição, de forma a uniformizá-la á vista de todos.

O Logótipo

O logótipo, é um elemento fundamental que contribui para melhorar a identidade de uma Instituição.

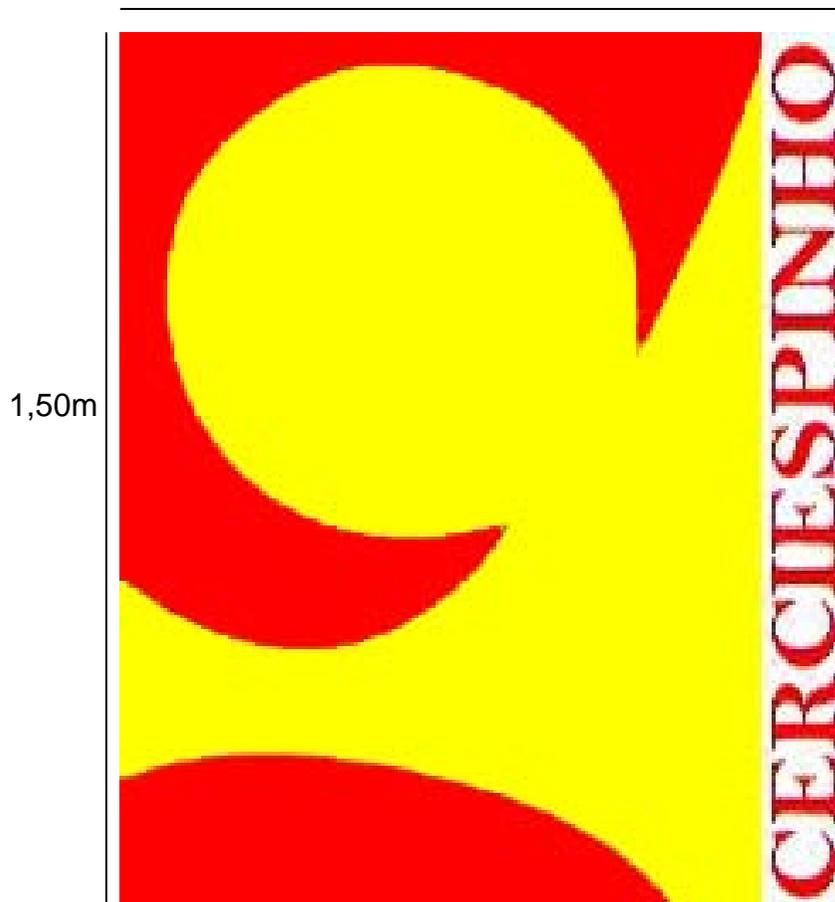


O logótipo, deve ser utilizado em formato quadrado.

Porém poderá ser alterado colocando a imagem num formato rectangular, sempre que seja necessário aplicá-la em brindes (por exemplo), nestes casos, devemos utilizá-la na vertical, sem evidenciar o nome da Instituição pois este pode ser colocado logo em seguida ao logótipo.

Tamanhos Máximos e Mínimos

1,20m



2,58CM

36%

0,27CM

35%

CERCIESPINHO

Tamanho Mínimo

Quando for utilizada a dimensão mínima, deve tomar-se todas as precauções no sentido de garantir uma reprodução precisa do logótipo.

1,18cm

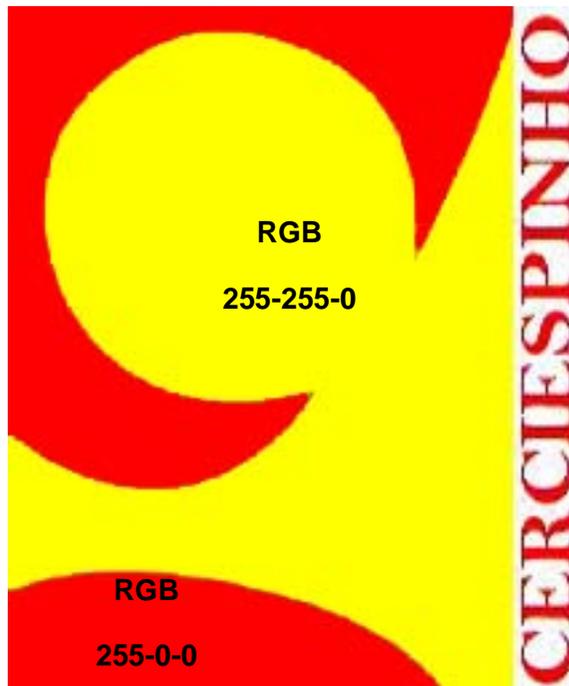
16%

1,78cm

20%



Cores



As cores corporativas da CerciEspinho, são o vermelho e o amarelo. Estes são os principais elementos que asseguram uma boa memorização da imagem da Instituição.

Deverão ser sempre utilizadas tintas que assegurem a máxima qualidade e fiabilidade na reprodução da marca.

Psicologia das Cores

Vermelho – Esta cor, representa a força, a coragem, a glória, a emoção e a alegria.

Amarelo – Esta cor, representa a alegria, a esperança, a espontaneidade e a originalidade.

Amarelo (RGB // 255-255-0)

Vermelho (RGB// 255-0-0)

Tipo de Letra

Bell MT

a b c d e f g h

A B C D E F G H

Times New Roman

a b c d e f g h

A B C D E F G H

Os tipos de letra corporativos são o Times New Roman e o Bell MT, isto porque permite uma apresentação coerente e consistente. Só devem ser utilizados os tipos de letra especificados.

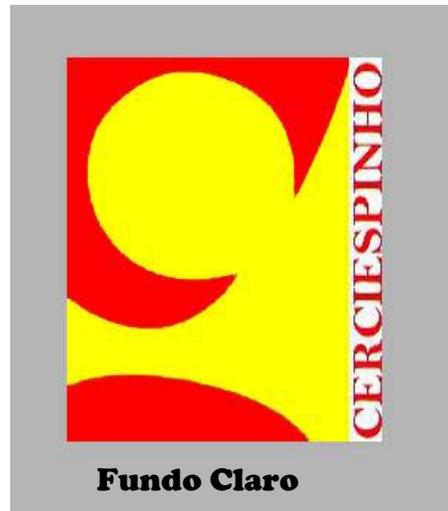
A escolha de um leque reduzido de tipos de letra deve-se á necessidade de criar uma forte identificação da Instituição.

O tipo de letra, Times New Roman, deve ser utilizado em longos textos como em relatórios, cartas, etc.

O Bell MT, deve ser utilizado em títulos e subtítulos.

Como Utilizar o Logótipo

Positivo e Negativo



O logótipo, deve ser sempre que possível, reproduzida nas suas cores originais, sendo o vermelho e o amarelo.

As versões a cores, devem aparecer sobre uma fundo branco de acordo com os suportes gráficos e a preto, com os suportes audiovisuais.

Utilizar o Logótipo em Tons Monocromáticos e a Preto e Branco

Utilizações do Logótipo sobre Imagens

A marca a preto e branco, num fundo branco, poderá ser utilizada apenas quando não for necessário utilizar as cores corporativas, como por exemplo, em impressos de fax, fotocópias e memorandos.



A marca, poderá ser utilizada sobre fundos coloridos e/ou de fotografia – em áreas de cor neutra ou cor clara - se pretendermos utilizar a imagem em fundos com cores fortes, devemos aplicar ao logótipo, uma moldura branca de forma a realçar o mesmo.



Protecção do Logótipo

Nome da Instituição

O logótipo é um elemento fundamental no contacto com o público.

A forma não coerente de utilizar a marca, prejudica e distorce a Comunicação, pois confunde o público, para evitar este facto, a marca deve ser utilizada de uma forma constante obedecendo a algumas regras.



O nome da Instituição, deve ser escrito no tipo de letra Bell MT, a vermelho tal como no logótipo e deve ser escrito em caixa alta.

Não devemos alterar as cores do logótipo



Não podemos encolher, nem esticar demasiado a imagem.

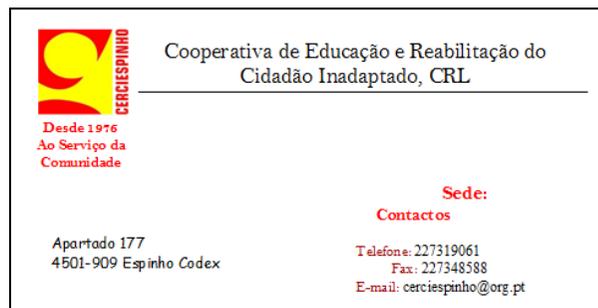
CERCIESPINHO

Relação do Logótipo

O logótipo, deve ser aplicado, de forma a tornar-se mais visível, de forma a evidenciar quais os serviços que são prestados pela Instituição.

- I. O posicionamento do logótipo, é livre e flexível devendo apenas obedecer a alguns parâmetros.
- II. Quando o logótipo, é colocado em frente á Instituição, este deve também, obedecer às regras impostas anteriormente, para que o logótipo fique alinhado com a nossa assinatura.

I.



II.

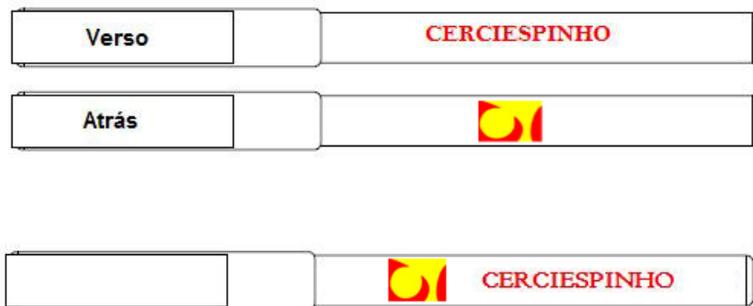


Relação entre o logótipo e o nome da instituição em espaços reduzidos

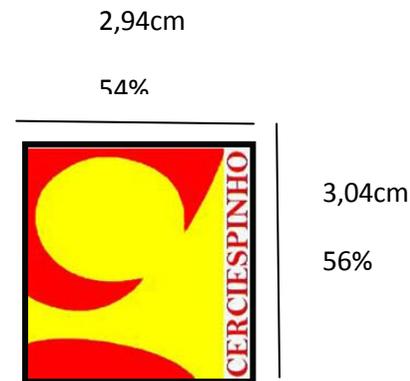
Sempre que existam restrições de espaço, deve-se utilizar o logótipo de acordo com os tamanhos mínimos estabelecidos, bem como o tamanho mínimo para o nome da instituição.

Caso não exista um espaço para colocar o logótipo e o nome da Instituição, aplicamos apenas o logótipo da mesma. O nome da Instituição deve ser apenas colocado na horizontal e nunca na vertical de forma a não alterar a composição das letras.

O logótipo pode ser utilizado em brindes, sob seguinte forma;



Logótipo aplicado a canetas e/ou brindes



Logótipo aplicado a autocolantes



Logótipo aplicado a canetas e/ou brindes.

Conclusão

Após dar por terminada a elaboração deste Manual de Identidade Corporativa, podemos afirmar que é gratificante ter um logótipo estabelecido e uniforme para todos os pólos da Instituição e até mesmo para a Instituição. Pois é através da uniformização do logótipo que vamos conseguir transmitir uma boa imagem, juntamente com os nossos serviços.

Assim, terminamos dizendo que é muito importante ter apenas um logótipo que seja uniforme e coerente, pois este é uma das ferramentas essenciais para transmitir uma imagem positiva da CERCIESPINHO, bem como uma boa imagem relativamente aos serviços e ao nível de satisfação dos nossos clientes.