



Manual de Identidade Visual



GLOSSÁRIO

Lettering

Letra do alfabeto, algarismo, sinal de pontuação ou símbolo de qualquer natureza que pode ser introduzido, na forma de palavras ou texto, em uma peça publicitária.

Background

Peça que constitui o plano de fundo de uma cena, quadro, fotografia etc.

Layout

Esboço ou espelho especificando fonte e corpo dos caracteres utilizados, diagramação, cores e formato de qualquer obra a ser produzida.



APRESENTAÇÃO

A Identidade Visual de uma empresa é um de seus principais patrimônios. É por meio dela que uma instituição transmite visualmente seus valores e sua filosofia, tornando-se visível e reconhecida pelo público.

Este manual pretende estabelecer um conjunto de normas para que a aplicação e uso dos elementos de Identidade Visual da Agrale sejam estabelecidos de maneira uniforme e coerente.

Resultado de um intenso trabalho de pesquisa e desenvolvimento, o presente documento tem como finalidade informar e servir de base para a constituição e consolidação da marca da Agrale.

O uso coerente e sistemático das normas contidas neste manual ajudará a reforçar a imagem da instituição. Lembre-se de que a primeira impressão dos clientes será fixada na aparência de suas instalações e na cordialidade com que serão atendidos ao procurá-lo. Esses itens são parte integrante da satisfação do cliente Agrale e contribuem para que nossa marca continue se destacando no mercado.

De modo geral, a assinatura visual preferencial é a versão ao lado, representada com volume. Esta versão deverá ser reproduzida, sempre, através do download dos arquivos que estão nos links disponíveis no site www.agrale.com.br no menu imprensa/logotipia. Onde não for possível utilizar esta versão, é importante seguir as normas e instruções deste manual.

Agrale S.A.
Departamento de Vendas e Marketing

**Sempre verifique a última versão do
Manual de Identidade Visual Agrale disponível na extranet.**

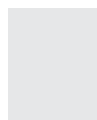
1

CONSTRUÇÃO DA MARCA

A marca é uma representação simbólica de uma série de informações sobre um produto, um serviço, um grupo de produtos/serviços, ou uma instituição. A representação simbólica de uma marca é constituída tipicamente por um nome (marca nominativa) e por imagens ou conceitos que distinguem o produto, serviço ou a própria empresa (marca figurativa).

A seguir, você poderá conhecer todos os estudos de construção e aplicações da marca. O objetivo é fornecer recursos para que os elementos estruturais da mesma sejam aplicados corretamente em todos os níveis de informação nos quais a instituição, ou outros interessados, forem utilizá-la.

É importante que todas as normas estabelecidas a seguir sejam seguidas corretamente para que os elementos visuais da identidade sejam aplicados de maneira consistente.



1.1 Versões Preferencial e Horizontal

Essa é a assinatura na versão preferencial (com o símbolo “A” acima do lettering).

Também é permitida a utilização da assinatura na versão horizontal, ou seja, com o símbolo ao lado do lettering “Agrale”.



Versão Preferencial.



Versão Horizontal.

Reduções Máximas:



15mm largura



23mm largura

1.2 Uso Restrito - Versão Chapada

O manual estabelece também tratamentos cromáticos secundários para quando não for possível utilizar a assinatura digital com volume. As assinaturas preferencial e horizontal podem ser aplicadas em cores puras (versão chapada). Pode-se observar que nessas situações o vermelho com volume está sendo substituído pelo vermelho puro. Essa versão pode ser aplicada, por exemplo, em serigrafia, pantone, adesivos, entre outros.



Aplicações Monocromáticas:

A aplicação monocromática deverá ser utilizada única e exclusivamente em casos onde não tenhamos ingerência sobre o padrão cromático do background. O uso dessas versões deve ser feito mediante aprovação do Departamento de Marketing Agrale.



1.2.1 Uso Restrito - Aplicação do Símbolo

O símbolo pode eventualmente ser utilizado separadamente do logotipo em aplicações institucionais onde o objetivo é ser sintético e econômico no design da peça a ser aplicada. Pode ser utilizado como complemento visual em locais onde já haja sinalização completa da marca Agrale. Ex.: estandes, uso interno em revendas, camisa de atendimento etc. É necessária a aprovação prévia do Departamento de Marketing Agrale.



1.2.2 Uso Restrito - Versões Horizontais

As versões horizontais de uso restrito só deverão ser aplicadas nos casos em que as versões oficiais não forem bem visualizadas. O uso dessas versões deve ser feito mediante aprovação do Departamento de Marketing Agrale.



Reduções Máximas:



1.3 Áreas de Integridade

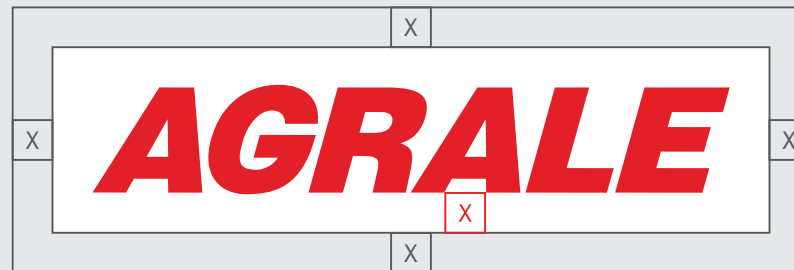
Deve ser resguardado um espaço ao redor da marca, livre da interferência de outros elementos gráficos para preservar sua integridade e legibilidade. A este espaço atribuímos o nome de “área de integridade”. O espaço mínimo recomendado para a área de integridade da marca Agrale equivale a “X”, distância interna da letra “A”, conforme demonstrado abaixo em vermelho.



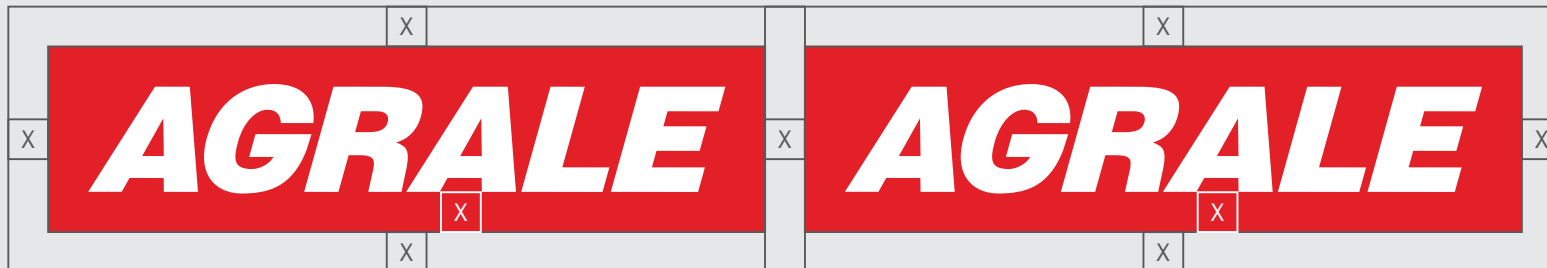
A unidade “X”
corresponde à
distância interna
da letra “A”.

1.4 Áreas de Integridade

A área de integridade do lettering “Agrale” equivale a “X”, conforme item 1.4. Quando aplicado sobre um box, essa medida determina ainda a área de integridade do lettering em relação ao box e também do box em relação aos elementos externos.

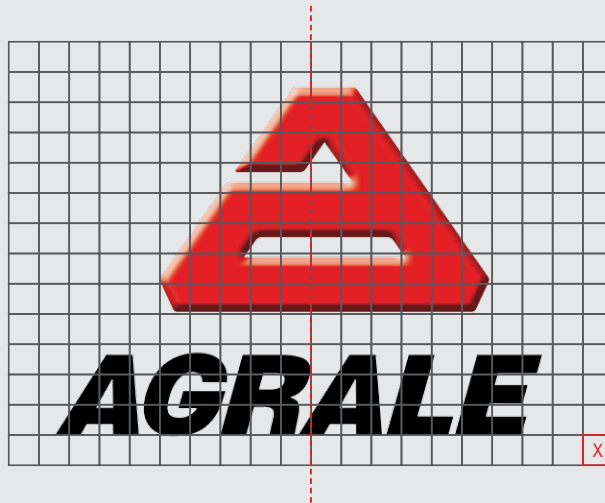


A unidade "X" corresponde à distância interna da letra "A".

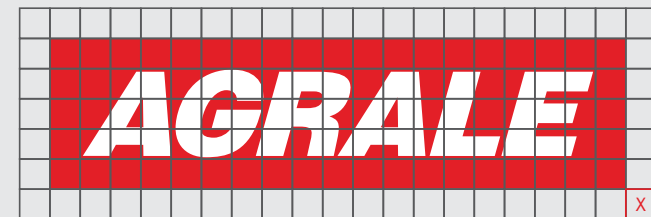
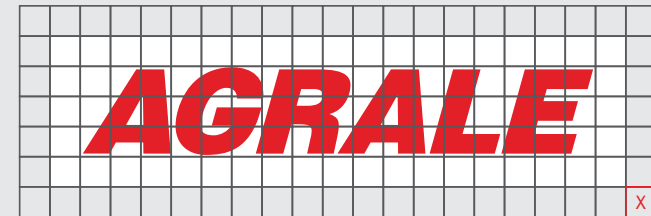


1.5 Malha Construtiva

A consolidação de uma marca requer sempre o uso correto de todos os seus elementos. Para aplicar a marca Agrale em qualquer meio, solicite sempre um arquivo eletrônico. Não tente redesenhá-la, pois você estará arriscando a qualidade da imagem do serviço. Somente no caso de total impossibilidade de uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama abaixo, no qual a retícula de módulos quadrados orienta na construção do símbolo e espaçamento do logotipo. O uso desta versão precisa de aprovação prévia do Departamento de Marketing Agrale.



A unidade "X"
corresponde à
distância interna
da letra "A".



1.6 Padrões Cromáticos

Seguem abaixo padrões cromáticos para as diversas aplicações e correta reprodução da marca.



Cinza padrão Agrale, utilizado em adesivos, folhetos, anúncios, paredes etc.

Em textos sobre fundo claro.

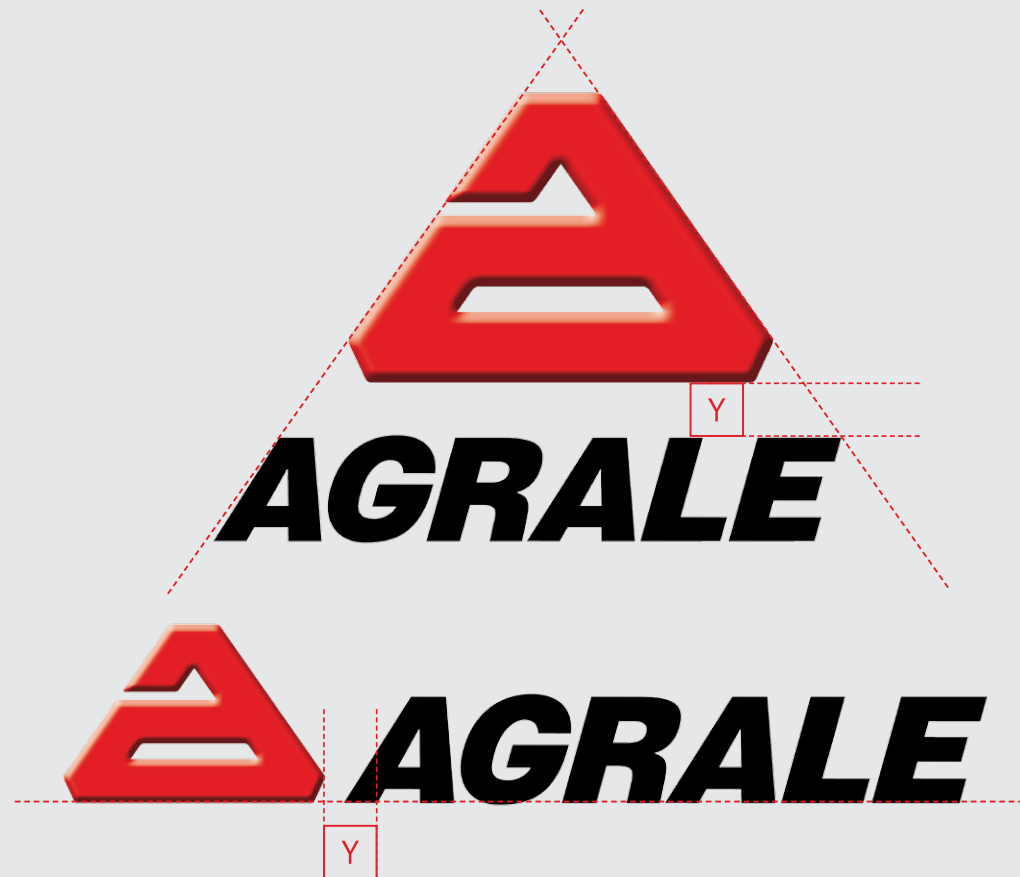
Em fundos claros.

	CMYK	RGB	Pantone C	Predial	Automotiva
	5% Cyan 100% Magenta 100% Yellow	R205 G32 B44	1795 C	Coral Dulux 16YR 16/594 Toureiro --- Sherwin Willians SW 6869 Stop	PPG RAL 3020 Verkehrsrot --- Sherwin Willians Vermelho MB 3325 Lazzuril 5021
	100% Black	R30 G30 B30	Process Black C	Coral Dulux Segredo Negro 00NN 05/000 --- Sherwin Willians SW 6258 Tricorn Black	PPG RAL 9005 Tiefschwarz --- Sherwin Willians Preto Ninja 95 VW Lazzuril 1576
	40% Black	R154 G155 B156	Cool Gray 7 C	Coral Dulux Cinza Arame 30BG 31/022 --- Sherwin Willians SW 7067 Cityscape	PPG RAL 7045 Telegrau 1 --- Sherwin Willians Cinza Lobo 69 VW Lazzuril 1009
	CMYK	RGB	Pantone C	Predial	Automotiva
	80% Black	R97 G99 B101	Cool Gray 10 C	-	-
	10% Black	R209 G212 B211	427 C	-	-

1.7 Construção da Assinatura Visual

Abaixo está a visualização de como a assinatura visual é construída juntamente com a proporção que deve ser respeitada entre o símbolo e o lettering.

Na assinatura preferencial, o alinhamento dos dois objetos deverá ser respeitado de acordo com o diagrama ao lado. Alinhar o símbolo ao lettering por uma linha diagonal à esquerda.



E Y

A unidade "Y" correspondente à distância entre o símbolo e o lettering, que é igual à altura da primeira até a última "perna" da letra "E".

Na assinatura horizontal, o alinhamento dos dois objetos deverá ser respeitado de acordo com o diagrama ao lado. Alinhar o símbolo ao lettering por uma linha horizontal na base da assinatura visual.

1.8 Alinhamento em Box

Deve-se ter o cuidado ao aplicar a marca Agrale em fundos que não prejudiquem sua leitura. Deve ser dada preferência à aplicação da marca em cor sobre fundo branco. A marca pode ser aplicada diretamente sobre imagens, desde que sua legibilidade seja preservada. Quando o background não permitir boa leitura, utilize uma área ou um box branco seguindo as orientações abaixo.



A unidade "Y" corresponde à distância entre o símbolo e o lettering, que é igual à altura da primeira até a última "perna" da letra "E".

O alinhamento da assinatura preferencial dentro do box deverá ser feito pelo centro do lettering, e não pelo meio do símbolo.



A unidade "X" corresponde à distância interna da letra "A".



1.9 Exemplos de Aplicação

A utilização da assinatura visual Agrale deverá ser feita preferencialmente sobre fundos claros, limitando esta aplicação até o cinza com 40% de retícula preta. Sempre que for necessário aplicar a marca sobre fundo vermelho, escuro ou que prejudique de alguma forma a sua leitura, utilizar um box ou tarja branca de forma a preservar a sua leitura.



Fundo 10% Black



Fundo 40% Black



Fundo 80% Black



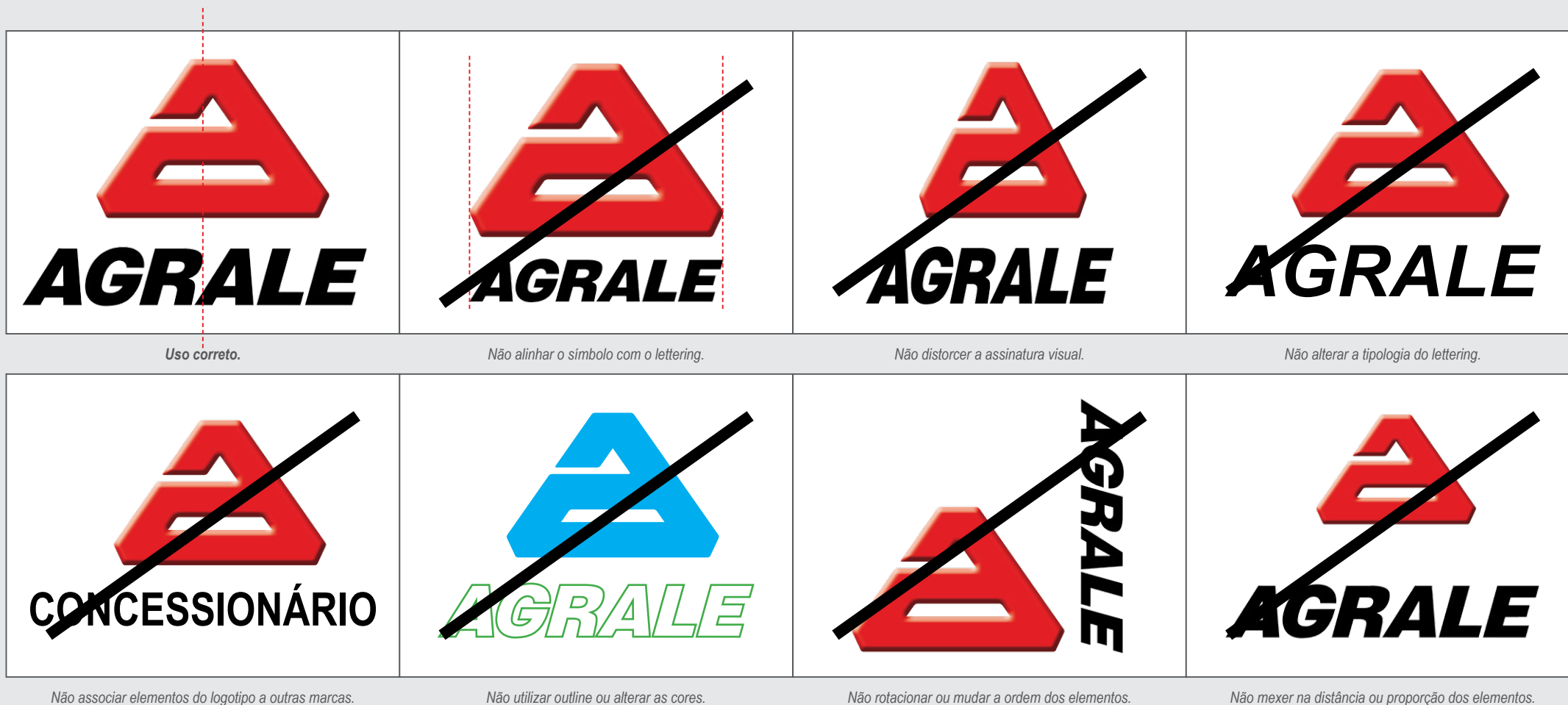
Fundo Vermelho Agrale



Fundo 100% Black

1.10 Usos Indevidos

O logotipo Agrale é uma marca registrada, por isso não pode sofrer modificações ou associação dos seus elementos a outras marcas. Jamais deve ser alterado, seja nas suas cores, diagramação ou proporções. Abaixo figuram alguns erros que podem ocorrer. Comparando com a marca original, verifique os usos incorretos e se assegure de que a marca Agrale nunca seja alterada.



1.11 Aplicação com Outras Marcas

Quando for aplicado com outras marcas, o logotipo Agrale deve ser posicionado sempre à direita, respeitando sua área de integridade e alinhando o mesmo pelo centro dos demais. Logotipos horizontais devem ser 20% menores na largura em relação ao logotipo Agrale, conforme exemplo 1, enquanto que os logotipos verticais devem ser 20% menores na altura em relação ao logotipo Agrale. Letterings devem ser 20% menores do que a letra “A” do logotipo Agrale, conforme exemplo 2.

Exemplo 1



Exemplo 2



