

Manual de Aplicação da Marca IDEBRASIL

Normas e padrões de utilização

Versão 1.4

Alterada em Fevereiro de 2015

Alteração: padrão de design, tipografia, cores e utilização.

Sumário

1. Apresentação	03
1.1 As Novidades	04
1.2 Introdução	05
2. A instituição	06
1.1 Nossa definição	07
1.2 Missão, visão e meios de alcance	08
1.4 Arquitetura de marca	09
3. A Identidade	10
3.1 A Marca	11
3.2 Versões da marca	12
3.3 Paleta de Cores	13
3.4 Tipografia Institucional	14
3.5 Aplicação sobre fundos	15
3.6 Aplicação sobre imagens	16
3.7 Arejamento e tamanho mínimo	17
3.5 Marca - usos incorretos	18
4. Orientações finais	19
4.1 Orientações finais	20

Apresentação

O IDEBRASIL - Instituto de Desenvolvimento Empresarial - por meio deste documento, vem consolidar o ativo mais valioso que uma instituição: a sua MARCA.

Utilizando-se do presente documento, o processo de comunicação da marca será normatizado e terá definições claras em relação ao uso da Identidade Visual, o que é de suma importância na consolidação da imagem institucional.

Desta forma, o IDEBRASIL é valorizado como Instituição, além de transmitir aos públicos com os quais se relaciona uma imagem coerente com seu histórico de seriedade, de organização e de competência.

Desde sua fundação, as ações do IDEBRASIL disseminam o conhecimento, e alavancam posturas profissionais e eficazes. Neste sentido, a Instituição é tomada como referência, e isto a atribui uma reputação pela qual zelar. Isto por si só já justificaria a observação do presente Manual.

Todavia, esse guia visa extrapolar esse cuidado (como a empresa é percebida pelos públicos externos) contemplando todos os aspectos relacionados à aplicação da sua marca, inclusive na comunicação interna (intra-setorial e interpessoal).

É de vital importância que sejam seguidos os procedimentos descritos, a fim de alcançarmos os objetivos propostos.

Por conseguinte, fazer a marca IDEBRASIL uma ferramenta de sucesso, decorrente de uma padronização visual consistente, e que agregue valores de modernidade, confiança e principalmente de qualidade.

As novidades

Em Fevereiro de 2015 lançamos a nova identidade visual do IDEBRASIL. Nesses mais de 15 anos de muito trabalho, vitórias e aprendizado, novas situações surgiram. Fazendo com que o instituto refletisse e repensasse sua forma de trabalho e atuação. Essa reflexão, e por conseguinte a conclusão da mesma, é o principal conteúdo desse manual.

Nele você encontra alguns ajustes necessários e que pretendem referenciar à melhor maneira de representar o IDEBRASIL em seus materiais e perante seus clientes, parceiros e amigos.

Desejamos que esse material seja uma ferramenta fundamental para unificar e fortalecer um dos principais pilares de nossa empresa: nossa essência.

Essência essa que está contida desde nossos uniformes até nossos pensamentos diários de trabalho com a finalidade de crescer e tornar nossa empresa em um ambiente melhor. As principais novidades:

Marca e Forma

As formas constituintes adquiriram contornos arredondados, proporcionais e possibilitadores de mais leveza, jovialidade e personalidade. Além de características únicas e especialmente desenvolvidas para a empresa.

Paleta de Cores

Mais flexibilidade em sua utilização.

Tipografia

Novas orientações de formas e familiar tipográficas.

Casos especiais e outras observações

Introdução

Diariamente trabalhamos para alcançar melhores resultados de nossos serviços, aperfeiçoamento dos processos e principalmente cuidar das pessoas. Sim, cuidar. Nossa empresa é formada por pessoas, detentoras de anseios, personalidade, princípios e valores. São ativos importantes e que refletem nesse cuidado, proporcionando uma relação de pessoa para pessoa.

São essas pessoas que buscam conhecimento, evolução e perspectivas melhores para vida que nos inspiram a ser melhor em tudo que fazemos. Crer na capacidade das pessoas e perceber que elas tornam o mundo melhor.

Para garantir que nossa imagem perante a essas pessoas se conolide, devemos nos orientar por tudo e por todas as diretrizes que essa representa, sempre.

As regras contidas nesse manual são a base para nossa comunicação. Elas explicam e definem os elementos básicos do nosso sistema visual - e sua correta utilização - a fim de nos representar em qualquer meio ou lugar.

A instituição

Nossa definição

Somos uma organização privada fundada em 1999. Nossa ação, impulsionada pelo ideal do seu Fundador, Dr. Elton Lívio Petterle, visa disseminar o conhecimento simples e prático de gestão para o alcance do crescimento com harmonia e liberdade, baseado na premissa de que "o simples é o correto". Dentro da concepção de nossa atuação consideramos 4 pilares essenciais. São eles:

- **Simplicidade**
- **Desenvolvimento harmônico**
- **Praticidade**
- **Liberdade**

Missão, visão e meios de alcance

Onde desejamos chegar? A visão é responsável por projetar nossos anseios e busca nos situar no futuro próximo.

É a nossa razão de ser e existir. Através dessa, conseguimos definir os objetivos de que necessitamos, de forma clara, sucinta e simples.

São os caminhos e as qualidades que necessitamos para alcançar e consolidar nossa missão.

Nossa Visão

Desenvolvimento com Harmonia e Liberdade.

Nossa Missão

Compartilhar conhecimentos de gestão com os empreendedores nas Micros e Pequenas empresas, de forma prática, objetiva, simplificada, na linguagem deles, possibilitando condições de sustentabilidade, atuando junto às instituições (Estado, Escolas, Grandes Empresas e Associações) na conscientização e apoio às MPEs.

Meios de alcance

- Ser instrumento
- Praticar ações responsáveis
- Conscientização e Mobilização
- Capacitação
- Uso racional de recursos
- Harmonia
- Credibilidade
- Estímulo para mudança de comportamento
- Justiça
- Ética
- Simplificação
- Praticidade
- Desafio
- Respeito
- Foco na solução

Arquitetura de Marca

A arquitetura de marca contempla a estrutura das diversas formas que o IDEBRASIL utiliza para comunicar-se com o mercado.

O diagrama ao lado mostra de que maneira o nome legal, a marca, os nomes institucionais e os projetos estão organizados; e como devem ser apresentados ao mercado.

A utilização de uma única identidade contribui para construir uma imagem mais consistente e confiável para nossa empresa em todas as linhas de atuação.

Nome legal

Instituto de Desenvolvimento Empresarial Brasil

Marca

IDEBRASIL[®]
INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL

Existe apelido ou outro nome referente à empresa?
Se sim, expor aqui.

Unidades operacionais e nomes de projetos

Projeto IDEBRASIL Essência

IDEBRASIL Sustentabilidade

A identidade

A marca

A marca IDEBRASIL representa uma empresa única e de origem brasileira. O símbolo da marca é composto pela reunião de letras únicas, especialmente desenvolvidas para compor a representação gráfica da empresa.

Os componentes possuem posição fixa, proporção e relações que não podem ser alteradas em hipótese alguma.



Versões da marca

O principal objetivo em delimitar as formas ou variações de uso da marca IDEBRASIL é o de preservar sua forma, conteúdo e integridade.

Qualquer modificação torna o significado da marca inapropriado, confuso e irregular ao padrão estabelecido nesse manual.

Marca em cores

É a versão preferencial da Marca IDEBRASIL. Deve ser utilizada sempre que possível.

Marca em preto com retícula

Deve ser usada, preferencialmente, em materiais impressos a uma cor (preto) como jornais, por exemplo.

Marca monocromática

Deve ser utilizada quando houver a necessidade de uma cor sólida (marca traço), para atender as necessidades de produção. A exemplos como fax, alto relevo, etc.

Marca em cores



Marca em preto com retícula



Marca monocromática em positivo (em preto)



Marca monocromática em negativo (em branco)

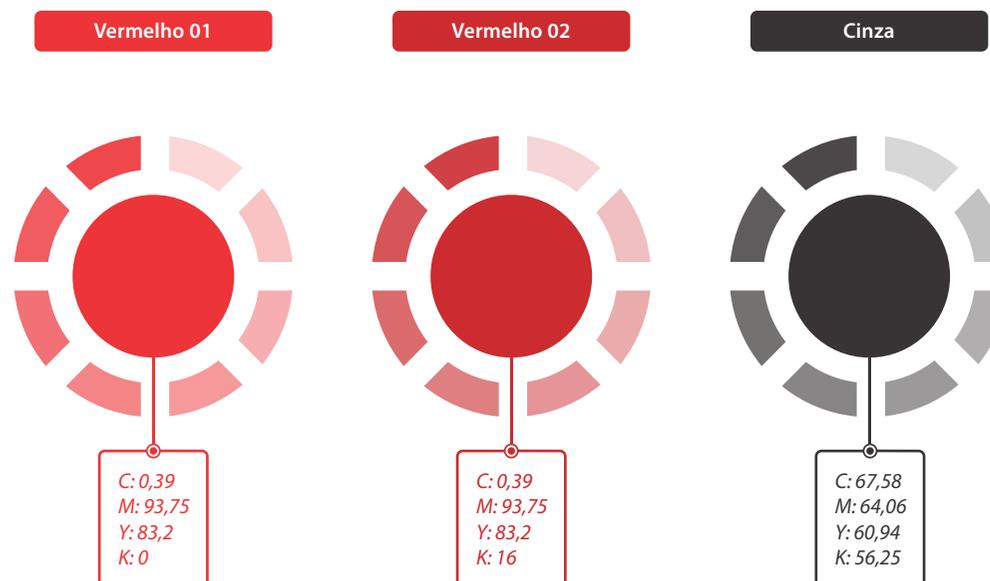


Paleta de Cores

As cores do logotipo do IDEBRASIL seguem as seguintes especificações:

Sistemas de composição de cor:

- Pantone: impressão em cor especial
- CMYK: impressão em policromia (cyan, magenta, yellow e black)
- RGB: reprodução em vídeo (red, green e blue)
- Hexadecimal - Reprodução bitmap e vetorial para a web.



IMPRESSOS	PANTONE P 179-15 C	PANTONE P 49-7 C	PANTONE P 45-8 C
VÍDEO	R:56 G:52 B:53 #383435	R:192 G:39 B:45 #C0272D	R:235 G:32 B:38 #EB2026

Tipografia Institucional

A fim de uniformizar as informações, formatos e complementar a identidade visual da empresa tem-se a escolha de famílias tipográficas.

Tipografia Principal

A família tipográfica principal adotada é uma fonte desenvolvida exclusivamente para o instituto pela célula de comunicação, denominada de "IDEBRASIL".

Tipografia Secundária

A família tipográfica principal adotada é uma fonte desenvolvida exclusivamente para o instituto pela célula de comunicação, denominada de "IDEBRASIL".

Tipografia Auxiliar

A família tipográfica auxiliar é a Myriad Pro. Responsável por conteúdos de texto dos materiais e projetos em geral.

Tipografia IDEBRASIL

**A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V X Y W Z**

Tipografia Secundária - família ASAP

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y W Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Tipografia Auxiliar - família Myriad Pro

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X Y W Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Aplicação sobre fundos

Deve-se ter o cuidado de aplicar o logotipo IDEBRASIL em fundos que não prejudiquem sua leitura.

A aplicação correta do logotipo sobre fundos de coloração variada deve ser preferencialmente a versão negativa (em branco).

Marca em cores sobre fundo branco



Marca em preto com retícula



Aplicação sobre imagens

O logotipo IDEBRASIL pode ser aplicado diretamente em imagens, desde que sua legibilidade seja preservada.

Sobre fotografia que não permita boa leitura

Utilize um box no entorno do logotipo para o equivalente à largura da letra “D” da logotipia.

Sobre fotografia com tons escuros

Utilize a versão negativa (em branco) do logotipo. Observar o contraste entre a imagem e o logotipo aplicado pode auxiliar nesse caso.



Arejamento e tamanho mínimo

Área de proteção/reserva

Para manter a legibilidade e uma boa leitura, deve-se respeitar uma área livre entre o logotipo e qualquer outro elemento do layout (texto ou imagem).

Denominada também como área de reserva, essa área mínima para o entorno do logotipo equivale à largura da letra "D" da logotipia. Assim, a marca em sua representação tende a manter-se verossímil as suas diretrizes.



Tamanho mínimo

Para aplicação em peças menores, pode-se reduzir o logotipo, sem ultrapassar o limite máximo de 70% do seu tamanho atual.



Marca - usos incorretos

Abaixo você encontra alguns casos de usos incorretos da marca IDEBRASIL, dos quais não devem ser executados.

1. **Não** deforme a diagramação.
2. **Não** mude a paleta de cores.
3. **Não** aplique o logotipo sobre fundos que não permitam sua leitura perfeita.
4. **Não** troque a família tipográfica.
5. **Não** use a marca no meio de um texto.
6. **Não** adicione contornos e bordas a marca.



Observações finais

Orientações Finais

É importante perceber que a percepção clara de identidade visual pelo receptor é imprescindível.

Tenha as regras básicas de aplicação em mente ao criar uma peça que contenha o logotipo IDEBRASIL.

Alta fidelidade é indispensável na reprodução do logotipo e na preservação de sua identidade. Para tanto, é necessário reproduzi-lo a partir dos arquivos digitais fornecidos.

Qualquer interpretação ou interferência sobre o logotipo - independentemente da excelência do nível criativo - incidirá na sua leitura, causando ocorrências que podem perturbar e confundir a percepção da identidade visual.

Para consultas sobre o uso não contemplados neste manual, entre em contato com o setor de comunicação do IDEBRASIL.

Celula de Comunicação IDEBRASIL

Marcelo Bozi

bozi@idebrasil.com.br
(27) 3062-5979 / 99955-9079

Alex Sander Gomes

alex@idebrasil.com.br
(27) 3062-5979

Ramon Marques

ramon@idebrasil.com.br
(27) 3062-5979

IDEBRASIL[®]
INSTITUTO DE DESENVOLVIMENTO EMPRESARIAL