



MANUAL DE USO DA MARCA

OBJETIVOS DESTE MANUAL

Tão importante quanto a criação da marca é sua exposição. A marca é a assinatura visual de uma empresa, representa sua personalidade e personalidade é única. Por isso, a marca também deve ser única para que seja facilmente identificada e memorizada.

Este Manual traz, portanto, orientações para a aplicação da marca **VMI** pois quando aplicadas de maneira correta, contribui para o seu fortalecimento.

Versões da marca **VMI** foram cuidadosamente desenvolvidas para manter o mesmo sentido e significado original.

Este manual deve ser utilizado como fonte de consulta, sempre que profissionais forem realizar trabalhos onde a marca **VMI** seja exposta. Assim, sua padronização é garantida e seu valor preservado.



ÍNDICE

06. ELEMENTOS DA MARCA

APLICAÇÃO DA MARCA

08. DIMENSIONAMENTO

09. PALETA DE CORES

10. ALFABETO INSTITUCIONAL

11. ÁREA DE PROTEÇÃO

12. APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS VARIADOS

14. ERROS COMUNS

MOCKUPS



ELEMENTOS DA MARCA

DO QUE A MARCA É FORMADA



LOGOTIPO

APLICAÇÃO DA MARCA

DIMENSIONAMENTO



EXEMPLO: 10 X 0,50CM;
20 X 1,0CM;
50 X 25CM;

PALETA DE CORES

As cores possuem grande importância na identificação visual de uma marca e sua utilização de forma estratégica otimiza o reconhecimento por parte do público.

No caso da marca **VMI**, ela possui duas cores principais.

RGB: R175 G164 B206
CMYK: C31 M34 Y1 K0
Web Safe: #afa4ce

RGB: R12 G33 B64
CMYK: C98 M85 Y45 K51
Web Safe: #0c2140

ALFABETO INSTITUCIONAL

O valor de uma marca depende do conjunto de percepções criadas em relação a ela. As comunicações por escrito têm um papel determinante na sustentação dos significados da mesma. Por este motivo as fontes devem ir ao encontro do que elas devem representar e devem respeitar as seguintes especificações:

LATO BOLD

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

LATO REGULAR

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

ÁREA DE PROTEÇÃO

Quando reproduzida, a marca deve respeitar a distância mínima de outros elementos.

Define-se o acento da letra “l” da marca como parâmetro para afastamento.



REDUÇÃO

A redução máxima que a marca pode ter é de 3cm de comprimento.



APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS VARIADOS



PREFERENCIAL

Versão preferencial usada
em fundo azul.



FUNDO BRANCO

Versão usada
em fundo branco.



FUNDO ROXO

Versão usada
em fundo roxo.

PLANO DE FUNDO

Para aplicação em fundos contrastantes pode ser utilizado a marca na cor branca.



FOTOGRAFIA

A marca deve ser aplicada sempre nas áreas limpas da imagem, garantindo sua legibilidade.



FUNDOS CONTRASTANTES

Sobre as cores institucionais ou contrastantes, a marca deve ser aplicada em uma cor.



ERROS COMUNS

Não faça isso com sua marca!

DIMENSÃO

Nunca amplie ou reduza apenas a largura ou a altura da marca, respeite sempre as proporções.



CORES

Nunca troque as cores institucionais.



APLICAÇÕES

Não utilizar cores de fundo que não contrastam com a marca.



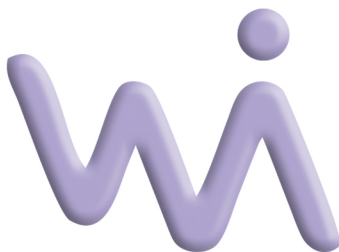
VARIAÇÕES

Não insira contornos.



EFEITOS

Não aplique efeitos sobre a marca.



MOCKUPS

















