

MANUAL DE USO DA MARCA



**AGROFIX**

# SUMÁRIO

<i>Apresentação</i>	2
<i>Composição do logotipo</i>	3
<i>Opções de aplicação</i>	4
<i>Tipografia da marca</i>	5
<i>Tipografia institucional</i>	6
<i>Paleta cromática</i>	7
<i>Aplicação monocromática e tons de cinza</i>	8
<i>Área de não interferência</i>	9
<i>Tamanho mínimo</i>	10
<i>Fundos coloridos</i>	11
<i>Aplicações incorretas</i>	13

## O que é um Manual de Identidade Visual?

A aplicação e padronização de uma identidade visual são feitas mediante o uso de um Manual, que estrutura a apresentação visual da empresa ou serviço, especificando conceitos, parâmetros, amostras de cores, modelos, layouts e arquivos digitais.

Ele é uma fonte de referência imediata, cuja utilização rigorosa garante que se atinjam os objetivos desejados de padronização e fortalecimento da marca.

## Como utilizar este Manual?

Uma aplicação de identidade visual homogênea e inequívoca gera segurança e confiança de que determinado serviço está sendo prestado pela AGROFIX. Por isso, todo projeto de identidade visual, desde a conceituação e criação da marca até sua aplicação nos mais variados meios, deve traduzir os principais valores e diferenciais do serviço prestado, além de ser facilmente identificada e fixada pelo seu público-alvo.

## Qual a importância da Identidade Visual para a AGROFIX?

Ao se criar qualquer material que leve consigo a identificação AGROFIX, este deve estar de acordo com as regras estabelecidas neste manual. Eventualmente, algumas aplicações não estarão previstas, já que não é possível prever de antemão todos os materiais nos quais a marca será aplicada. Nesses casos, a aproximação dos parâmetros aqui estabelecidos garantirá a integridade da identidade visual da marca.

## Composição do Logotipo

Esta é a principal aplicação da marca e deverá ser utilizada preferencialmente em todas as suas manifestações visuais.

Ex: uniformes, sinalizações, placas, web, impressos, publicidade. A marca deve ser preservada e apresentada sempre em conformidade com o padrão e as normas deste manual.

O conceito da marca é transmitir velocidade, através do itálico, da sobreposição das letras e do acréscimo de um detalhe acima da letra "A". Agrofix é a junção das palavras "agro" e "fix" (consertar/arrumar em inglês). Transmitindo perfeitamente o conceito da marca: produtos para o ramo do agro.



## O que é um Manual de Identidade Visual?

A marca pode ser aplicada de duas formas:

- A marca horizontal: aplicação principal, deve ser aplicada sempre que possível
- A marca vertical: possui duas versões que podem ser aplicadas de acordo com projeto gráfico, sendo utilizadas somente se a marca horizontal não for viável.

**Marca Horizontal:**



**Marca Vertical:**



## Tipografia da Marca

A marca é exclusivamente um lettering, isto é, possui um desenho exclusivo desenvolvido especialmente para a marca.

**AGROFIX**

# Tipografia Institucional

É importante seguir a definição tipográfica dos textos que acompanharão a marca.  
A tipografia institucional deve ser usada em qualquer mídia, impressa ou digital.

A tipografia adotada é:  
Josefin Sans Family

## Josefin Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$\$%^&\*()

## Josefin Sans Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**1234567890!@#\$\$%^&\*()**

[Clique aqui para baixar Josefin Sans Family](#)

# Paleta Cromática

Abaixo estão relacionadas as especificações das cores institucionais da marca para os mais variados tipos de aplicações. Estas especificações devem sempre ser seguidas para que a identidade visual não seja prejudicada.

PRETO



C 81

R 0

**Pantone:** Pantone 146-7 C

M 0

G 146

Y 92

B 71

K 22

**Hexadecimal:** #009247

VERMELHO



C 13

R 206

**Pantone:** Pantone P 52-16 C

M 97

G 42

Y 85

B 55

K 3

**Hexadecimal:** #CE2A37

BRANCO



C 0

R 255

**Pantone:** Pantone WHITE

M 0

G 255

**Vinil:** 3M™ Scotchcal™ 100-10 White

Y 0

B 255

K 0

**Hexadecimal:** #ffffff



## Aplicação Monocromática e Tons de Cinza

A versão monocromática da marca será usada em impressos ou em outros suportes que, necessariamente, serão executados com o uso de apenas uma cor, dando prioridade para o preto, ou o branco (caso o fundo seja escuro).

Para a aplicação em preto e branco, no qual é usada uma cor na impressão - preto -, porém com gradações intermediárias entre 0 a 100% da cor, a marca deverá ser aplicada como está exemplificado abaixo:



**C 0 M 0 Y 0 K 100 PRETO**



**C 0 M 0 Y 0 K 0 BRANCO**



**C 0 M 0 Y 0 K 100 PRETO**

**C 0 M 0 Y 0 K 80 CINZA**

## Área de Não Interferência

Para manter sempre uma boa visualidade da marca é necessária uma área de não interferência entre ela e os demais elementos e informações. Caso esta área não seja respeitada a legibilidade e pregnância projetadas podem ser comprometidas.

Tomando a altura da tipografia como X, as medidas de recuo são feitas nesta escala.



## Tamanho Mínimo

O limite de redução deve ser observado para que a visibilidade e a legibilidade não sejam comprometidas.

Neste caso, o máximo de redução é de 1 cm de altura por 1,49 cm de largura.



## Fundos Coloridos

Para a disposição da marca em fundos coloridos, deve-se observar certos cuidados para sua melhor legibilidade.



### 1. Fundos que se aproximam da cor da marca:

Em fundos com cores próximas às da marca deve-se observar se há contraste suficiente, caso uma das tonalidades do fundo seja muito semelhante a alguma cor presente na marca, deve-se aplicá-la com borda branca.



### 2. Fundo Claros (cores diferentes das da marca):

A marca deve ser aplicada nas suas cores institucionais ou com borda branca. Sempre prezando e optando pela opção de maior contraste.

## Fundos Coloridos



### 3. Fundos Escuros (cores diferentes das da marca):

Nestes casos a marca deve ser aplicada com borda branca, sempre dependendo do contraste.



### 4. Aplicação em Fundos Variados:

Em todos os casos deve-se observar o contraste entre o fundo e a marca. Se o contraste for alto e o fundo não apresentar elementos que prejudiquem o desenho da marca, ela poderá ser utilizada em suas cores originais. Caso contrário deve-se aplicá-la com um box branco com 80% de transparência (respeitando a margem de segurança da marca) para fundos que apresentem elementos que interferem em seu desenho.

# Aplicações Incorretas

Para a correta aplicação da marca, seguem alguns exemplos de como ela NÃO deve ser aplicada.

Não modificar a marca



Não distorcer a marca



Não alterar as cores institucionais



Não aplicar gradientes



Não aplicar contornos coloridos



Não rotacionar





