



## MANUAL DA MARCA



# SUMÁRIO

A Marca - Conceito e importância.....	03
A Marca - Estrutura .....	04
Hierarquia de Aplicação - Preferência de uso .....	05
Uso do símbolo - Como elemento gráfico .....	06
Uso do símbolo - Como elemento gráfico simplificado .....	07
Arejamento - Área de proteção .....	08
Redução mínima - Materiais impressos .....	09
Redução mínima - Digital .....	10
Cores Institucionais .....	11
Cores Institucionais - Escala de cinza .....	12
Cores Institucionais - Tabelas de cor .....	13
Aplicação sobre fundos - Monocromáticos .....	14
Aplicação sobre fundos - Cores .....	15
Aplicação sobre fundos - Imagens .....	16
Usos Incorretos - Restrições .....	17

# A MARCA

## Conceito e importância

Este manual tem o objetivo de padronizar e estabelecer as regras de uso da marca da Agepar (Agência Regularizadora do Paraná). Desse modo, busca consolidar a identidade visual da agência em seus materiais de comunicação.

O elemento de maior destaque na marca é o seu símbolo. Composto pelo monograma “AG”, o símbolo remete ao equilíbrio e à organização. São estruturas que compõem um órgão sólido e comprometido.

### Importante:

Nunca redesenhe a marca. Sempre utilize os arquivos fornecidos pelo departamento de marketing da Agepar.



# A MARCA

## Estrutura

A marca da Agepar é composta por três elementos: símbolo, logotipo e assinatura institucional.

O símbolo pode ser utilizado individualmente, como um elemento gráfico. Já o logotipo e a assinatura não devem ser usados sozinhos, ou seja, sempre devem ser acompanhados pelo símbolo.



# HIERARQUIA DE APLICAÇÃO

## Preferência de uso

Sempre dê a preferência para a aplicação da marca em sua versão original, em quatro cores com gradiente.

Apenas em último caso utilize a marca em uma cor. Essa aplicação só deve ser usada quando houver restrições de cores no material.



4 cores com gradiente



1 cor com gradiente



4 cores sólidas



1 cor

# USO DO SÍMBOLO

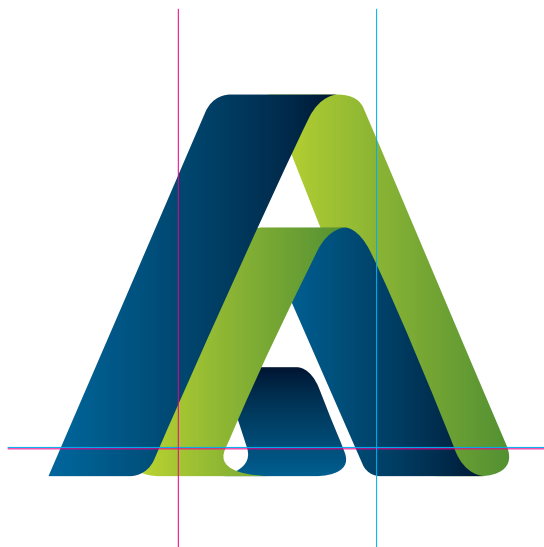
## Como elemento gráfico

O símbolo da Agepar pode ser usado sozinho nas peças de comunicação da agência.

Entretanto, o símbolo deve ser cortado conforme a indicação abaixo, para conferir uma melhor harmonia nos layouts.



símbolo original



Guia para corte do símbolo



exemplo do corte em aplicação



exemplo do corte em aplicação

# USO DO SÍMBOLO

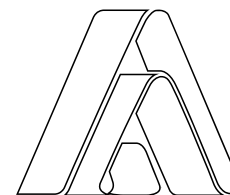
## Como elemento gráfico simplificado

A versão simplificada do símbolo pode ser utilizada, porém, respeitando a mesma regra de corte do símbolo em sua versão original.

O símbolo simplificado deve ser aplicado com outline de 1 ponto e com 15% de preto.



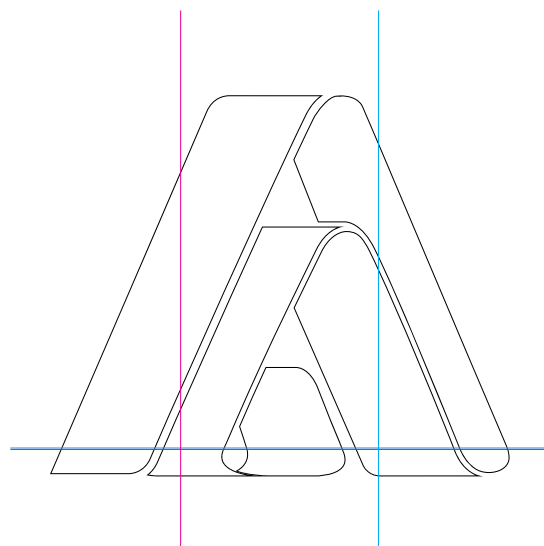
símbolo original



símbolo em outline



símbolo em outline  
15% de preto e linha de 1pt



Guia para corte do símbolo



exemplo do corte em aplicação



exemplo do corte em aplicação

# AREJAMENTO

## Área de proteção

Para proporcionar uma melhor leitura e evitar que outros elementos interfiram na legibilidade da marca, é necessário haver uma área de proteção ao redor dela.

A medida de referência é a altura da assinatura, nomeada como “x”. A área de proteção corresponde a duas vezes a medida “x”. Assim, todos os elementos e margens dos materiais devem respeitar esse espaçamento mínimo.



tamanho da assinatura igual a “x”



Arejamento igual a duas vezes o tamanho de “x”



# REDUÇÃO MÍNIMA

## Materiais impressos

Nos materiais impressos, a redução mínima da marca Agepar é de 50 mm para as versões com gradiente e de 30 mm para as versões com cores sólidas. Abaixo desse formato, a assinatura da marca não é legível, o que compromete o entendimento da mesma.

80mm



60mm



50mm



Redução mínima para marca com gradiente

40mm



30mm



Redução mínima para marca com cores sólidas

# REDUÇÃO MÍNIMA

## Digital

Em peças digitais, como sites e e-mails, a redução mínima permitida da marca é de 200 pixels de largura. Isso garante a boa legibilidade da assinatura da marca.

300px



250px



200px



Redução mínima para marca com gradiente

# CORES INSTITUCIONAIS

As cores escolhidas para compor o símbolo da Agepar foram inspiradas na bandeira do Paraná. É importante sempre utilizar o azul e/ou o verde nos materiais de comunicação da marca, para reforçar sua identidade visual.



PANTONE® 381  
C30 M0 Y100 K0



PANTONE® 370  
C60 M0 Y100 K30



PANTONE® 301  
C100 M30 Y0 K30

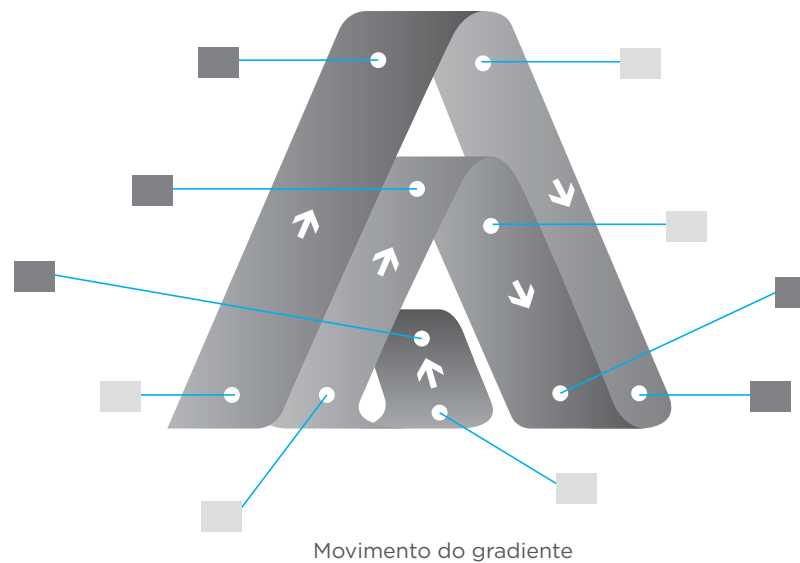


PANTONE® 546  
C100 M30 Y0 K9



# CORES INSTITUCIONAIS

Escala de cinza



PANTONE® 420  
CO MO YO K15



PANTONE® 424  
CO MO YO K60







# CORES INSTITUCIONAIS

## Tabelas de cor

As seis cores apresentadas abaixo podem ser utilizadas nos materiais da Agepar.

Nos materiais gráficos deve-se dar preferência à impressão em Pantone.

### PANTONE

	PANTONE® 381
	PANTONE® 370
	PANTONE® 301
	PANTONE® 546
	PANTONE® 424
	PANTONE® 420


### CMYK

	C30 M0 Y100 K0
	C60 M0 Y100 K30
	C100 M30 Y0 K30
	C100 M30 Y0 K90
	C0 M0 Y0 K60
	C0 M0 Y0 K15

### RGB

	R191 G215 B48
	R81 G144 B50
	R0 G104 B158
	R0 G24 B54
	R128 G130 B133
	R220 G221 B222

### WEBSAFE

	#BFD730
	#519032
	#00689E
	#001836
	#58595B
	#DCDDDE

# APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS

## Monocromáticos

Ao aplicar a marca sobre fundos monocromáticos, deve-se respeitar a seguinte regra:

Fundos com até 20% de preto: utilizar a versão positiva da marca.

Fundos com 60 a 100% de preto: utilizar a versão negativa da marca.

OBS.: nunca deve-se aplicar a marca em fundo com 30 a 50% de preto, pois esses tons não possuem um bom contraste com a tipografia e a assinatura, o que compromete a leitura da marca.



# APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS

## Cores

Ao aplicar a marca sobre um fundo com cor é preciso atentar para o contraste entre a marca e o fundo. Analise cada situação com cuidado, verificando qual versão da marca possui maior contraste: a negativa ou a positiva.

OBS.: nunca aplique a marca sobre as suas cores institucionais, pois isso compromete a sua leitura.

aplicações corretas



aplicações incorretas



# APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS

## Imagens

A marca Agepar pode ser aplicada sobre imagens, desde que estas permitam um contraste adequado de todos os elementos da marca.

Para escolher entre a versão positiva ou negativa, observe atentamente qual delas permite um melhor contraste.



Nos casos em que a imagem comprometa a leitura da marca na versão positiva, esta pode ser aplicada na versão negativa, pois possui uma área de proteção (outline) que mantém a integridade do símbolo.



aplicação em negativo



aplicação em negativo



aplicação em positivo



aplicação em positivo



# USOS INCORRETOS

## Restrições

Para preservar a integridade e a legibilidade da marca, jamais realize mudanças em sua estrutura. Confira ao lado alguns exemplos de alterações que nunca devem ser realizadas.



**Não** Distorcer



**Não** alterar a cor dos elementos



**Não** alterar proporção entre os elementos



**Não** alterar a tipografia da marca



**Não** aplicar efeitos

