

Qualyvinil®

MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

---

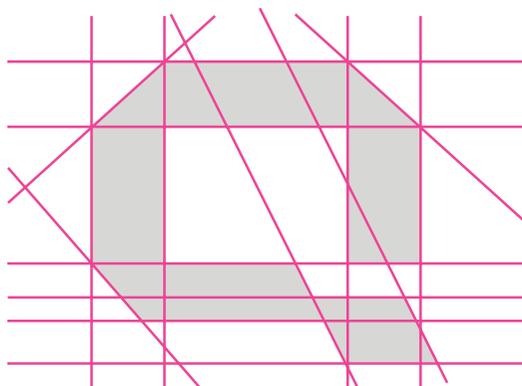
## APRESENTAÇÃO

A marca é o bem mais valioso que uma empresa ou uma pessoa pode ter, e sua identidade visual **é responsável por traduzir graficamente toda a essência que ela representa.**

Uma marca forte necessita de uniformidade e coerência, por isso foram criados padrões que garantam que todos os elementos estejam integrados em todas as manifestações gráficas - *que incluem logotipo, tipografia e cores* - **garantindo uniformidade e harmonia.**

O objetivo deste manual é **orientar e facilitar a utilização correta dos elementos que identificam a marca**, facilitando a aplicação e, conseqüentemente, a assimilação por parte do público alvo.

## SÍMBOLO



Grid de construção



Símbolo

## LOGOTIPO

O logotipo da Qualyvinil possui duas versões: vertical (*de uso preferencial*) e horizontal.

O uso da versão horizontal será indicado **somente em situações em que a versão vertical apresentar dificuldades.**



Versão vertical (*principal*)



Versão horizontal

## CORES

**Garantir a fidelidade das cores ajuda a manter a consistência da marca.** O padrão CMYK e Pantone deve ser usado em materiais impressos.

Já o padrão RGB e Hexadecimal deve ser aplicado em peças com propósito de serem exibidas em algum tipo de tela eletrônica, como websites e vídeos.

### Paleta de cores

<p>Pantone 2119 C #2C2E65 RGB 44, 46, 101 CMYK 100, 85, 0, 37</p>	<p>Pantone 2433 C #DB7B51 RGB 219, 123, 81 CMYK 1, 58, 67, 3</p>	<p>Pantone 123 C #FFC72C RGB 255, 199, 44 CMYK 0, 16, 89, 0</p>
<p>Pantone 6143 C #27B093 RGB 39, 176, 147 CMYK 73, 0, 52, 0</p>	<p>Pantone 2925 C #009CDE RGB 0, 156, 222 CMYK 75, 18, 0, 0</p>	<p>Pantone 6091 C #54609A RGB 84, 96, 154 CMYK 73, 61, 2, 7</p>
<p>Pantone 2080 C #9873AC RGB 152, 115, 172 CMYK 42, 63, 0, 0</p>	<p>Pantone 204 C #E782A9 RGB 231, 130, 169 CMYK 0, 58, 1, 0</p>	

## POSITIVO E NEGATIVO

É importante manter as cores institucionais da marca, mas **caso ocorram limitações que impeçam as cores de serem reproduzidas**, o logotipo pode ser aplicado em positivo ou negativo.



Negativo



Positivo

## MONOCROMIA

O logotipo também pode ser utilizado em tons de cinza. Nesse caso, **utilize o cinza mais claro para o logo e o cinza mais escuro para o fundo.**



C: 17  
M: 12  
Y: 12  
K: 0

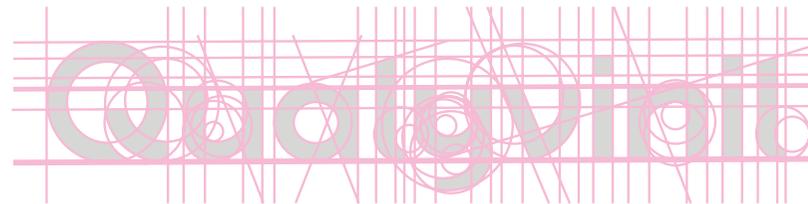
C: 63  
M: 55  
Y: 56  
K: 30

## TIPOGRAFIA

A tipografia utilizada para a criação do logotipo **foi construída totalmente à mão** para que carregasse mais personalidade e exclusividade, e tem o intuito de promover uma proximidade maior com o público, de acordo com os principais atributos da marca.

As famílias tipográficas escolhidas para comunicação institucional da marca Qualyvinil foram a **Ashmore (bold e light)** para títulos e a **Chivo (18 estilos)** para textos em geral.

São duas famílias tipográficas sem serifa, de fácil leitura e que carregam muita personalidade para a marca. **É muito importante que elas sejam utilizadas em todos os materiais, sejam digitais ou impressos.**



### Ashmore Bold (Títulos)

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

### Ashmore Light (Títulos)

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

### Chivo (Textos)

Chivo Thin	<i>Chivo Thin Italic</i>
Chivo ExtraLight	<i>Chivo ExtraLight Italic</i>
Chivo Light	<i>Chivo Light Italic</i>
Chivo Regular	<i>Chivo Italic</i>
<b>Chivo Medium</b>	<b><i>Chivo Medium Italic</i></b>
<b>Chivo SemiBold</b>	<b><i>Chivo Semibold Italic</i></b>
<b>Chivo Bold</b>	<b><i>Chivo Bold Italic</i></b>
<b>Chivo ExtraBold</b>	<b><i>Chivo Extrabold Italic</i></b>
<b>Chivo Black</b>	<b><i>Chivo Black Italic</i></b>

Compre a fonte  
**Ashmore >>>**



Baixe a fonte  
**Chivo >>>**



## USOS INCORRETOS

A fim de manter a identidade da marca, o **logotipo nunca deverá ser alterado**, seja nas suas cores, diagramação ou proporções.

Verifique os usos incorretos da marca e compare com a versão correta.



Correto



Foi alterada a proporção entre os elementos



Foram alteradas as cores da marca



A marca foi deformada



Foi alterada a tipografia



Foi alterado o espaço entre os elementos

## REDUÇÃO MÁXIMA DO LOGOTIPO

Reduzir demasiadamente a marca **pode dificultar sua leitura e seu reconhecimento**. Além disso, os limites de redução estão sujeitos ao processo empregado, à qualidade do original utilizado e à qualidade da reprodução obtida.

A recomendação como limite de redução para impressões off-set são as medidas especificadas ao lado. **A sua redução além desse limite poderá comprometer a leitura da marca.**



## ÁREA DE PROTEÇÃO

Para evitar interferência de outros elementos gráficos e preservar a integridade e legibilidade da marca, **deve ser resguardado um espaço ao seu redor**. A esse espaço atribuímos o nome de “área de proteção”.

Para determinar a área de proteção da marca, usaremos como medida a letra “Q” presente na tipografia. Esse valor é igual a “X”, e determina o tamanho do espaço que deve ser reservado à marca. **Independente da aplicação, é importante que nada interfira nesse espaço.**



## APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS

A marca pode ser colocada sobre fundo branco ou sobre as cores institucionais, representadas na página de “Cores”.

**É importante nunca aplicar a marca sobre fundos com contraste insuficiente para a legibilidade.**



## UTILIZAÇÃO DOS ARQUIVOS

### LOGOTIPO

#### RGB

Devem ser usados quando o objetivo é a leitura em telas de dispositivos eletrônicos, como sites, redes sociais, vídeos etc.

#### CMYK

Devem ser usados quando o objetivo final é impressão.

#### NEGATIVO/POSITIVO

Para usos específicos. Utilize apenas quando seu fornecedor pedir.

