



MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO

1.1 Por que devo utilizar este manual?04

2. A MARCA

2.1 Logotipo oficial06

2.2 Redução06

2.3 Padrão tipográfico07

2.4 Padrão cromático08

2.5 Tons de cinza09

2.6 Positivo e negativo09

3. CONSTRUÇÃO

3.1 Grid estrutural11

3.2 Área de proteção11

3.3 Fundos coloridos12

3.4 Uso incorreto13

4. APLICAÇÕES

4.1 Embalagem - blister15

4.2 Embalagem - caixa18



INTRODUÇÃO

INTRODUÇÃO



1.1 POR QUE DEVO UTILIZAR ESTE MANUAL?

O manual de identidade visual visa estabelecer um padrão na comunicação da NewLink, de forma que a marca seja facilmente reconhecida e mantenha uniformidade e consistência nos diversos materiais de comunicação, tornando a comunicação eficiente.

Neste manual você encontrará as especificações técnicas e recomendações para a utilização da marca. É muito importante que as diretrizes estabelecidas aqui sejam obedecidas.

Em caso de dúvidas, estamos à disposição.



A MARCA

A MARCA



2.1 LOGOTIPO OFICIAL

O logotipo oficial representa a NewLink e deve ser usado em todo tipo de comunicação, sendo referência para identificação da marca. Sua aplicação prioritária baseia-se no logotipo mostrado ao lado, mantendo as cores originais (vermelho e cinza escuro).

2.2 REDUÇÃO

Para manter a legibilidade da marca nas aplicações, foi definido um tamanho mínimo que deve ser respeitado. A marca pode ser reduzida até um tamanho de 1,5cm.



2.3 PADRÃO TIPOGRÁFICO

A fonte tipográfica utilizada no logotipo da NewLink é a Howie's Funhouse, caracterizada por suas formas arredondadas, leveza e inovação. A fonte foi levemente modificada, sofrendo uma inclinação para a direita.

Howie's Funhouse
1234567890(),.?!"'\|/{}[];:<>
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Já a fonte institucional adotada, para utilização em textos de uma forma geral, é a Calibri.

Calibri
1234567890(),.?!"'\|/{}[];:<>
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ



2.4 PADRÃO CROMÁTICO

As cores são de extrema importância para que seja mantida uma única identidade visual e sua correta utilização é fundamental.

CMYK



C:0 M:100 Y:100 K:20



C:0 M:0 Y:0 K:90

RGB



R:170 G:14 B:0



R:45 G:40 B:28

PANTONE



1795C



Cool Gray 11C

WEB COLOR



#AF251C



#383431

A MARCA



2.5 TONS DE CINZA

A versão do logotipo em tons de cinza deve ser usada quando houver limitações no uso do logotipo oficial, seguindo a referência abaixo:

CMYK



C:0 M:0 Y:0 K:50



C:0 M:0 Y:0 K:90

2.6 POSITIVO E NEGATIVO

Em aplicações P&B o logotipo deve ser aplicado conforme o modelo ao lado, seguindo a referência abaixo:

CMYK



C:0 M:0 Y:0 K:0



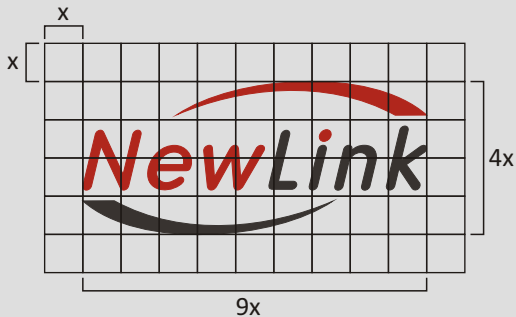
C:100 M:100 Y:100 K:100





CONSTRUÇÃO

CONSTRUÇÃO



3.1 GRID ESTRUTURAL

O grid estrutural tem a função de representar a proporcionalidade da marca, e orientar a construção manual da marca (caso seja necessário). O valor de cada módulo equivale a "x".

3.2 ÁREA DE PROTEÇÃO

A marca não deve sofrer interferência de outros objetos ou margens, devendo ser respeitada uma área mínima de 1x de distância. Nenhum outro objeto ou margem poderá ultrapassar essa área de proteção, tanto na vertical como na horizontal, para que não haja dificuldade na leitura/ associação da marca.

CONSTRUÇÃO



3.3 FUNDOS COLORIDOS

A aplicação da marca em fundos coloridos requer atenção especial, para que a identificação e destaque da marca sejam mantidos. Em fundos claros, o logotipo oficial poderá ser usado. Em fundos com a mesma cor do logotipo, tons próximos, ou muito escuros e que prejudiquem a leitura, o logotipo deverá ser aplicado na cor branca.

CONSTRUÇÃO



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. In
mauris tellus, consequat  vel convallis sed,
semper a odio.

3.4 USO INCORRETO

Algumas formas de aplicações da marca não são permitidas, pois descaracterizam a identidade visual mantida pela marca. A marca não pode ser aplicada em cores diferentes das que foram especificadas nos itens “Padrão Cromático”, “Positivo & Negativo” e “Tons de Cinza”; não pode sofrer alterações em sua proporção; não pode sofrer maior inclinação; não pode ser usado na forma vertical; não pode ser inserida no corpo de um texto.

Esses são somente alguns exemplos do uso incorreto da marca. Em caso de dúvida entre em contato com a NewLink.



APLICAÇÕES

APLICAÇÕES



4.1 EMBALAGENS - BLISTER

No desenvolvimento de embalagens para “mouse”, por exemplo, as instruções são:

FRENTE DA EMBALAGEM

Logotipo: 4cm de largura, no canto superior direito (o tamanho do logotipo varia de acordo com a embalagem, de forma que fique em destaque)

Nome do produto: fonte Calibri, 30pt, bold, cor branca

Ícones: 1,3cm de diâmetro (o tamanho dos ícones pode variar de acordo com a embalagem, desde que fique legível e não tenha mais destaque que o logotipo)

Aplicação do produto: a foto ou o produto físico não devem cobrir nenhum texto ou o logotipo da embalagem

APLICAÇÕES



VERSO DA EMBALAGEM

Logotipo: 4cm de largura, no canto superior esquerdo (o tamanho do logotipo varia de acordo com a embalagem, de forma que fique em destaque)

Nome do produto: fonte Calibri, 20pt, bold, cor branca

Texto descritivo: fonte Calibri, 10pt ou 9pt, cor branca

Textos obrigatórios: validade, origem, distribuidor, produto atóxico, garantia, especificações, conteúdo da embalagem, site, código de barras (quando o produto for sem fio, acrescentar código Anatel)

***ATENÇÃO:** o código de barras não pode ficar numa área irregular do blister (a superfície deve ser plana), pois isso impede sua leitura.

APLICAÇÕES



Modelo da embalagem montada, inclusive com o blister, para visualização e compreensão da arte aplicada.

APLICAÇÕES



4.2 EMBALAGENS - CAIXA

No desenvolvimento de embalagens para “teclado”, por exemplo, as instruções são:

FRENTE DA EMBALAGEM

Logotipo: 10cm de largura, no canto superior direito (o tamanho do logotipo varia de acordo com a embalagem, de forma que fique em destaque)

Nome do produto: fonte Calibri, bold, cor branca, 57pt (palavra “Teclado”), 68pt (palavra “Multimídia”)

Ícones: 2cm de diâmetro (o tamanho dos ícones pode variar de acordo com a embalagem, desde que fique legível e não tenha mais destaque que o logotipo)

Aplicação do produto: a foto ou o produto físico não devem cobrir nenhum texto ou o logotipo da embalagem

APLICAÇÕES



Modelo da embalagem montada, para visualização e compreensão da arte aplicada.



55 11 3661.3202

www.newlinkgroup.com.br