



SERGIPE GÁS S/A

Manual de Identidade Visual

**Normas padrão para construção e uso correto da marca
Papeleria institucional, sinalização, uniformes e frota.**

SERGIPE GÁS S/A

Manual de Identidade Visual

**Normas padrão para construção e uso correto da marca
Papeleria institucional, sinalização, uniformes e frota.**

Este manual e seu conteúdo foi desenvolvido em 2010 pela

UPSIDE COMUNICAÇÃO & GRÁFICA LTDA

Todos os direitos reservados. Caso dúvida e/ou sugestão favor entrar em contato
pelo telefone **79 3044-9302** ou através do e-mail **contato@upsidebrasil.com**

www.upsidebrasil.com

Apresentação

Um projeto de identidade visual tem o propósito de desenvolver a marca e os elementos gráficos que a constituem, para uma instituição ou produto. E, desenvolve-se em dois momentos: O primeiro, com a criação da marca e o desenvolvimento dos elementos gráficos que a constituem. O segundo, com a implementação, por meio do planejamento e produção das peças de comunicação.

O manual de identidade visual objetiva apresentar informações referentes à instituição; apresentar a marca; registrar os princípios e normatizar o uso dos elementos gráficos; apresentar as aplicações de identidade visual nas peças desenvolvidas e orientar o processo de produção das peças de comunicação visando a difusão da marca.

Este manual apresenta a identidade visual da marca SERGAS - SERGIPE GÁS S/A. Contendo referências do projeto, apresentando características técnicas da marca visando a implementação e a manutenção da identidade visual da instituição. Este manual documenta os elementos visuais que contribuem para a construção da imagem da SERGAS. A negligência para com a marca acarreta na deterioração da identidade visual. Ao passo que, o bom uso da identidade visual contribui para a fixação da imagem da SERGAS junto à sociedade.



Sumário

Orientações e garantias para bons resultados	6
Instituição	7
A Marca / Identidade Visual	8
Histórico	8
Princípios	9
Versões da Marca	9
Grade de Construção/Modulação	10
Tipografia	11
Cores Institucionais	12
Limitações	13
Assinaturas	14
Endereços	15
Proibições	16
Síntese	16
Aplicações	17
Timbrado A4	18
Bloco de Anotações A5 (Meio-Ofício)	19
Bloco de Anotações A6	20
Cartão Pessoal Institucional	21
Cartão Pessoal Direx	22
Rótulo e Encarte de CD-ROM	24
Adesivos	25
Pasta	26
Envelope Correspondência	27
Envelope	34 28
Envelope	36 29
Crachá Pessoal e Fita	30
Selo Social Ambiental e Pin Broche	31
Modelo de Apresentação Eletrônica	32
Modelo Cartão Postal e Certificado	33
Sinalização Interna - Aviso Extintor	34
Sinalização Interna - Placa Setorial de Porta	35
Sinalização Interna - Placa de Porta	36
Sinalização Interna - Placa Setorial	37
Sinalização Interna - Saída de Emergência	38
Sinalização Externa - Painel de Obra	39
Sinalização Externa - Placa Aviso de Obras	40
Sinalização Externa - Placa ERM Padrão	41
Sinalização Externa - Placa ERM CLIENTE	42
Sinalização Externa - Placa CRM Estação	43
Sinalização Externa - Placa Não escavar	44
Adesivo de Recorte p/ Capacete de Proteção	45
Uniforme - Camisa Social	46
Uniforme - Macacão de Segurança	47
Uniforme - Camisa Pólo	48
Uniforme - Social (passeio completo) p/ eventos	49
Plotagem de Frota	50

Orientações e garantias para bons resultados

A garantia de bons resultados para quaisquer projetos que envolvam a marca, depende do cumprimento de um processo detalhado. A simples entrega do manual de identidade visual não garante o resultado final do projeto. A escolha das peças mais adequadas para a difusão da marca, o acompanhamento profissional à produção, a opção por fornecedores qualificados e bons materiais se faz necessária para implementar tais projetos de forma satisfatória.

A garantia depende de todas as partes envolvidas no processo e, que estas, cumpram adequadamente o que lhes compete.

À SERGIPE GÁS S/A compete: Apresentar à contratada (seja agência de publicidade, comunicação, design, etc) problemas e necessidades ou solicitar peças referentes à comunicação (interna ou externa) da instituição; indicar um contato ou responsável que acompanhe os serviços e que tenha competência e autoridade para aprovar ou não seus resultados; transmitir todas as informações necessárias com o máximo de clareza; exigir e aprovar briefings, orçamentos e custos. Assinar as autorizações de produção; receber as peças produzidas em conformidade com os layouts e provas apresentadas; efetuar pagamento de contratados e fornecedores; informar quaisquer imprevistos de ordem financeira, de prazos, de ordem maior à contratada.

À CONTRATADA compete: Atender à SERGAS executando suas solicitações; fazer levantamento criterioso de todas as informações e diagnosticar as necessidades; interpretar as solicitações, analisar problemas e propor soluções adequadas; elaborar o briefing do serviço e solicitar aprovação; elaborar cronograma e orçamento e solicitar aprovação; desenvolver as peças, layouts, manuais ou memoriais descritivos a depender da necessidade; instruir a SERGAS sobre a produção, orientando a respeito de vantagens e desvantagens dos diferentes materiais, fornecedores, tecnologias, etc; Definir formatos, materiais, sistemas de impressão ou reprodução de acordo com a viabilidade; desenvolver as peças nos prazos pré-estabelecidos; selecionar e negociar com os FORNECEDORES adequados à produção do material; apresentar layouts e orçamentos para o FORNECEDOR produzir as peças; entregar e protocolar as artes-finais; acompanhar o processo de produção solicitando provas ou protótipos e

cobrar peças que estejam em desacordo com o negociado e solicitar nova produção de forma correta; fazer cobrança de seus serviços e encaminhar cobranças referentes aos serviços dos FORNECEDORES; manter a SERGAS sempre informada sobre o andamento da produção; avisar prontamente quaisquer imprevistos; buscar sempre as soluções mais adequadas para todas as partes envolvidas.

Ao FORNECEDOR compete: Orçar as peças verificando sua condição de realizar serviços conforme as exigências solicitadas; orientar a equipe da CONTRATADA sobre alternativas à produção como novos materiais, tecnologias, etc.; iniciar os serviços somente após receber a ordem de serviço e as artes-finais ou originais fornecidos pela CONTRATADA; apresentar prova ou protótipo das peças solicitadas; realizar os serviços quando seus resultados não estiverem de acordo com o que foi pré-definido; devolver as artes-finais e os originais a CONTRATADA após a produção das peças; cobrar pelos serviços; informar à CONTRATADA sobre quaisquer imprevistos que interfiram na produção.

"A garantia de bons resultados ocorre por meio de uma cuidadosa implementação dos projetos e da atenção contínua sobre todas as ações que envolvam a comunicação da SERGAS e a difusão de sua marca." - Daniella M. Munhoz, 2009.

A negligência com as etapas, o descumprimento do processo, a contratação de prestadores de serviços inadequados, a substituição de materiais pode acarretar no declínio da qualidade das peças produzidas e comprometer o resultado do projeto.

Instituição

A SERGAS é uma Companhia de direito privado, sociedade de economia mista, vinculada à Secretaria de Estado da Infraestrutura. A entidade foi criada no ano de 1993, com as atribuições de adquirir, armazenar, transportar, distribuir, comercializar e prestar serviços correlatos na área de energias renováveis e gás.

O capital da SERGAS é composto por recursos oriundos de entidades públicas e privadas, sendo, atualmente, formada pela participação dos seguintes acionistas: Governo do Estado de Sergipe, Mitsui Gás e Energia do Brasil Ltda. (empresa pertencente ao grupo japonês Mitsui & Co.) e Petrobras Gás S.A. – Gaspetro (empresa subsidiária da Petrobrás).

Esse modelo de gestão compartilhada tem se revelado fator de sucesso, visto que as principais decisões corporativas passam pela aprovação dos acionistas e dos administradores da Companhia, dentro de um espírito conciliador e de coerência administrativa.



Nova Sede Sergas - Inaugurada dia 12/12/2008

A Marca / Identidade Visual

Neste capítulo apresentamos a marca e os elementos da identidade visual da SERGIPE GÁS S/A - SERGAS. Os princípios, regras, especificações técnicas, a história da marca e seu conceito, suas versões e a padronização dos elementos da identidade visual.

Os registros detalhados da marca e dos elementos visuais adicionais consolidam a identidade visual da SERGAS. É importante que o usuário do manual siga às definições aqui contidas. A precisão das informações é determinante para uma boa difusão da marca e fixação da imagem da SERGAS.

As páginas a seguir trazem informações direcionadas a quem necessite aplicar ou reproduzir a identidade visual.

Histórico

A primeira marca foi instituída em 1993, época da criação da empresa. A idéia era demonstrar na marca o ramo de atuação da empresa, algo recente no estado de Sergipe. Nesse período foram abertos vários contratos de concessão de distribuição de gás canalizado em vários estados Brasileiros.

A EMSERGAS - Empresa Sergipana de Gás S.A. , utilizou a marca em formato de tubo por 10 anos, até que houve uma mudança na razão social da empresa em 2003 e uma marca reformulada foi desenvolvida. Tendo o conceito do abastecimento de gás canalizado e a chama azul proveniente da queima desse gás. Seus elementos: O tubo, representado por um retângulo e, a chama: duas sinuosidades espelhadas de tamanhos distintos.

Em 2010, a ASCOM - Assessoria de Comunicação e Marketing em conjunto com a DIREX - Diretoria

Executiva, enxergou a real necessidade de modernizar a marca.

Buscando não causar desconhecimento da nova marca, apenas alguns elementos foram modificados, permanecendo o conceito, as cores e a tipologia principal. A mudança ocorreu nas sinuosidades, tipografia da assinatura e dimensões da marca.

Este manual demonstra a nova marca a fim de melhorar o equilíbrio entre seus elementos e aumentar a visibilidade da marca perante a sociedade.



Princípios

A marca atual deve ser preservada e apresentada sempre em conformidade com o padrão e as normas deste manual, para isso as aplicações da identidade devem seguir os seguintes princípios:

- Aplicar a marca (símbolo e logotipo) apenas uma vez em cada peça;
- Pode ser usada sombra no símbolo e logotipo, especialmente para se obter melhoria de legibilidade;
- As cores institucionais podem ser utilizadas como cores de fundo, respeitando as regras descritas neste manual;
- Podem ser utilizadas outras cores nas peças, desde que a marca sempre se sobressaia na peça gráfica.

Versões da Marca

A Multiplicidade de aplicações necessárias a uma marca varia em função da demanda de comunicação da SERGAS. Em determinadas situações, a área para aplicação da marca não comporta sua versão principal. Encontram-se aqui diferentes versões da marca para atender a diversidade de situações que podem surgir.

VERSÃO PRINCIPAL (Horizontal)

A versão horizontal se refere a versão onde o símbolo fica ao lado esquerdo da tipografia para aplicações em áreas de espaços e proporções retangulares.



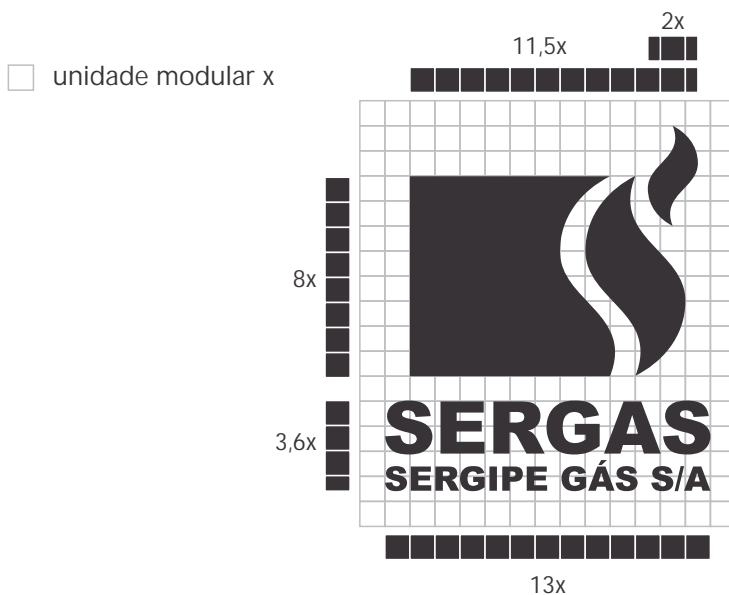
VERSÃO SECUNDÁRIA (Vertical)

A versão vertical se refere a versão onde o símbolo fica acima da tipografia para aplicações em áreas de espaços e proporções quadráticas.



Grade de Construção / Modulação

A grade de construção da marca tem a função de orientar sua construção. A modulação visa a organização espacial dos elementos constitutivos da marca (símbolo e logotipo) estabelecendo as proporções entre eles. A grade de construção e a modulação são baseadas em unidades modulares.



Tipografia

A fonte principal da marca não deve ser alterada em nenhuma circunstância. O mau uso da tipografia descaracteriza a marca.

As fontes auxiliares devem ser usadas em todas as peças da SERGAS: impressos, manuais, papelaria, internet, etc. As fontes auxiliares podem ser substituídas ou combinadas seguindo as indicações contidas neste manual.

FONTE PRINCIPAL

Arial Black

Expansão (stretch) normal
Inclinação (skew) normal
Entre-letras (kernel) normal

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#%&*'()_+}=][{/?~^;:.,<|**

FONTE AUXILIAR

Arial (normal)

Expansão (stretch) normal
Inclinação (skew) normal
Entre-letras (kernel) normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#%&*'()_+}=][{/?~^;:.,<|\

FONTE AUXILIAR

Arial (bold)

Expansão (stretch) normal
Inclinação (skew) normal
Entre-letras (kernel) normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#%&*'()_+}=][{/?~^;:.,<|\

FONTE AUXILIAR

Arial (italic-bold)

Expansão (stretch) normal
Inclinação (skew) Itálico
Entre-letras (kernel) normal

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !@#%&*'()_+}=][{/?~^;:.,<|\

Cores Institucionais

As cores institucionais não devem ser alteradas em nenhuma circunstância, à exceção das versões monocromática e em negativo. O mau uso das cores descaracteriza a marca.

Padrão CMYK

Para impressões gráficas em policromia (4 cores).



C100 M70 Y0 K0



C50 M5 Y0 K0



C0 M0 Y0 K100



C0 M0 Y0 K60

Padrão PANTONE

Para impressões gráficas em cores especiais.



PANTONE 301C



PANTONE 297C



PANTONE
Process Black C



PANTONE
Color Gray 9C

Padrão RGB

Para uso de mídia digital ou eletrônica (monitores ou televisão).



R25 G90 B125



R120 G200 B240



R0 G0 B0



R125 G125 B125

Padrão VINIL

Para uso de vinil adesivo.



Branco 3M



ORACAL 051
gentian blue



ORACAL 056
ice blue



ORACAL 070
black



ORACAL 090
silver grey

Limitações

Tamanho mínimo da aplicação

A marca não deve ser aplicada com menos de 10mm de largura versão vertical e 15 mm de largura na versão horizontal, sob pena de perder legibilidade.



Área de interferência visual / aplicação em fundo de textura

Nos casos onde a marca vai ser aplicada em fundo texturizado ou ornamentado é obrigatório o uso do retângulo branco com margem de 2(duas) unidades modulares, para o isolamento visual da marca. Este retângulo define a área mínima de interferência visual.



Versão monocromática

Aplicação de cor em situações onde a aplicação da marca fica limitada ao uso de uma só cor, a marca deve ser aplicada em uma versão monocromática.

Restrições: não usar uma das cores originais da marca para a versão monocromática (azul claro e azul escuro).



Versão em negativo

Em situações onde a aplicação da marca fica limitada a um fundo escuro, a marca deve ser aplicada na versão em negativo ou combinações de cores conforme descrito ao lado:

- não usar cor original da marca;
- usar versão monocromática que tenha contraste com o fundo escuro;



Assinaturas

Quando a marca for aplicada juntamente com outro elemento de identificação como: nome fantasia, ramo de atividade, slogan ou outra marca, estes elementos devem ser organizados de maneira a não prejudicar a identificação particular de cada elemento e não descaracterizar a marca.

ASSINATURA

com slogan

Quando a marca for aplicada com o slogan, usar texto em arial (bold), caixa baixa alinhado ao centro da marca.



ASSINATURA

com outra marca

Quando a marca for aplicada junto a outra marca, respeitar a distância **mínima** de 2 módulos.



ASSINATURA

com acionistas

Quando a marca for aplicada junto aos acionistas, colocar a marca SERGAS maior em relação às demais.



Endereços

O endereço é um elemento utilizado em inúmeras peças. Este manual apresenta padrões de diagramação para os endereços no sentido de agilizar a montagem de peças que utilizem esses dados. Manter um padrão pré-definido para endereços também evita erros de digitação desses dados.

ENDEREÇO DA SERGAS (alinhado à esquerda em 5 linhas)

Av. Pref. Heráclito Rollemberg, 2482. Cj. Augusto Franco
Bairro Farolândia. Aracaju-SE - CEP 49030-640
TEL.: (79) 3243-8500 | FAX: (79) 3243-8508
SAC: 0800 284 5236 | Plantão 24h: 0800 284 7976
www.sergipegas.com.br

ENDEREÇO DA SERGAS (centralizado e justificado em 5 linhas)

Av. Pref. Heráclito Rollemberg, 2482. Cj. Augusto Franco
Bairro Farolândia. Aracaju-SE - CEP 49030-640
TEL.: (79) 3243-8500 | FAX: (79) 3243-8508
SAC: 0800 284 5236 | Plantão 24h: 0800 284 7976
www.sergipegas.com.br

ENDEREÇO DA SERGAS (alinhado à esquerda em 3 linhas)

Av. Pref. Heráclito Rollemberg, 2482. Cj. Augusto Franco, B. Farolândia. Aracaju-SE - CEP 49030-640
TEL.: (79) 3243-8500 | FAX: (79) 3243-8508 | SAC: 0800 284 5236 | Plantão 24h: 0800 284 7976
www.sergipegas.com.br

ENDEREÇO DA SERGAS (centralizado em 3 linhas)

Av. Pref. Heráclito Rollemberg, 2482. Cj. Augusto Franco, B. Farolândia. Aracaju-SE - CEP 49030-640
TEL.: (79) 3243-8500 | FAX: (79) 3243-8508 | SAC: 0800 284 5236 | Plantão 24h: 0800 284 7976
www.sergipegas.com.br

Proibições

Quando o manual de identidade visual não prevê a regulamentação adequada de alternativas para as diversas situações necessárias para aplicações da marca. A cada nova necessidade de aplicação da marca são inventadas novas versões desta.

Estas situações são inadmissíveis. Cada nova peça produzida envolve um novo investimento. Cada aplicação errada descaracteriza a marca, atrapalha sua fixação, deteriora sua imagem e conseqüentemente desperdiça verbas investidas.

Para evitar usos inadequados da marca, esta prancha contém algumas aplicações indevidas da marca. Estes exemplos apontam para o que não deve ser feito.



Síntese

INFO / MARCA SERGAS

VERSÃO HORIZONTAL

Qualquer dúvida entrar em contato com a ASCOM pelo telefone (79) 3243-8515.



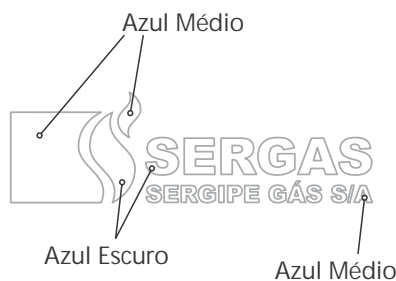
FONTE PADRÃO

Arial Black

COR PADRÃO

Azul Escuro (C100M70Y0K0)

Azul Medium Ciano (C50M5Y0K0)





Av. Pref. Heráclito Rollemberg, 2482. Cj. Augusto Franco, B. Farolândia. Aracaju-SE - CEP 49030-640
TEL.: (79) 3243-8500 | FAX: (79) 3243-8508 | SAC: 0800 284 5236 | Plantão 24h: 0800 284 7976
www.sergipegas.com.br