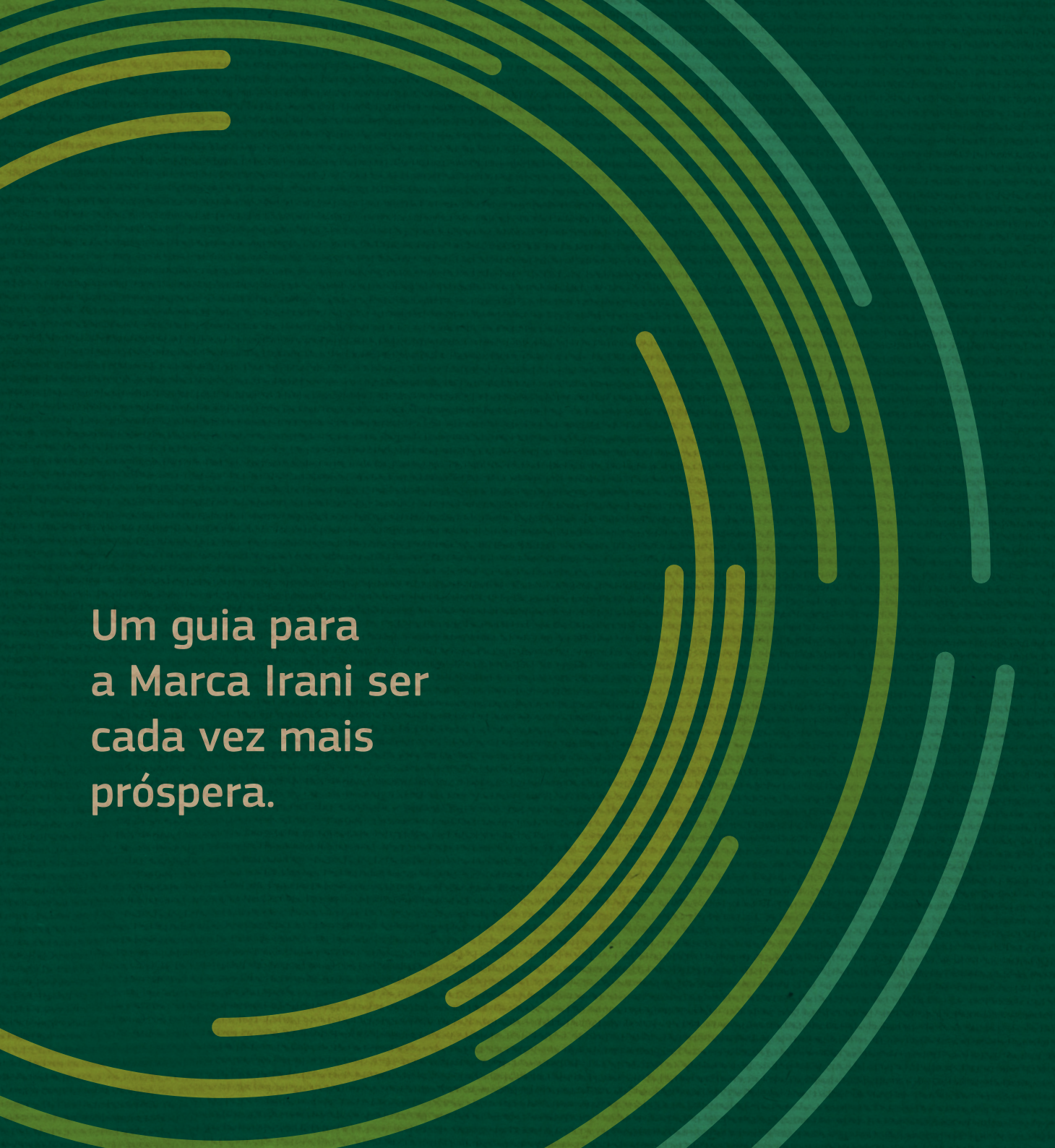


Guia de Gestão de Marca
Agosto 2014

irani





Um guia para
a Marca Irani ser
cada vez mais
próspera.

Este material apresenta a nossa personalidade e todos os elementos que ajudam a construir a Marca Irani. Tenha-o sempre por perto, pois como Embaixador da nossa Marca, contamos com você para aplicar seus ensinamentos no nosso negócio, em nossa comunicação e no seu dia a dia. Assim, garantimos uma Marca forte e relevante em todos os lugares, para todas as pessoas.

Arquitetura da Marca

Arquitetura de Marcas

A Arquitetura de Marcas sinaliza como uma empresa pode estruturar e apresentar da melhor forma seu Portfólio de Marcas para seus públicos.

Marca institucional



Segmentos

Embalagem

Papel

Resinas

Florestal

Diretrizes da Arquitetura

Comunicar apenas a Marca Institucional

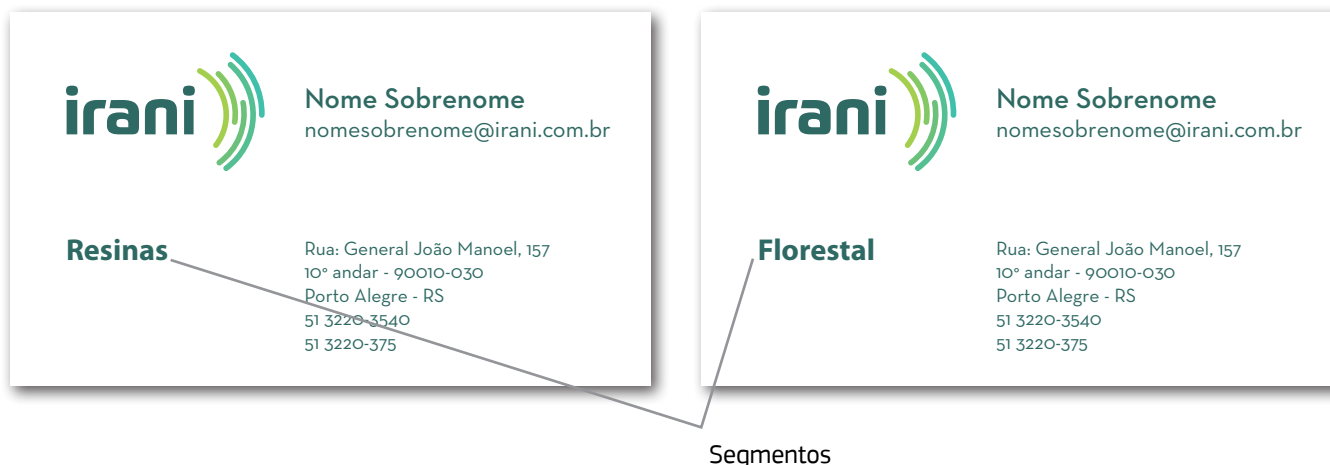
- Assim fortalecemos e consolidamos a percepção de uma Marca única (Marca monolítica);
- As diferentes assinaturas e Submarcas não devem ser comunicadas para o cliente, uma vez que não são relevantes para eles;
- Os segmentos se apresentarão apenas com um descritivo de área. Devem ser posicionados distantes da Marca Irani para preservar a Marca Institucional, sendo usados somente quando necessário.

Arquitetura de Marcas

Os segmentos da Irani devem aparecer somente quando o assunto tratado no material em questão for referente a um dos seus temas ou para indicar alguma das áreas dentro da empresa.

Por exemplo, quando o assunto de alguma peça for Meio Ambiente, o segmento Florestal deve estar indicado no layout.

Veja os exemplos ao lado e nas páginas a seguir.



A Marca



O Ciclo de Prosperidade

A marca Irani nasce de um desenho que representa a prosperidade e sustentabilidade do nosso negócio.



Nossa Marca

tem um desenho moderno,
forte e amigável, que
representa um ciclo virtuoso
e propaga grandeza.

Nossa Símbolo

significa ao mesmo tempo ciclo de prosperidade, trabalho e processos integrados, traz idéia de crescimento e se inspira no movimento da bobina de papel.



Universo Visual

Para construir um universo visual
que reflita nossa essência
Relações Prósperas contamos com:

Cores

Formas

Tipografia

fotos

Ilustrações

Cores

aplicação em branco

aplicação em kraft

Cores principais

São as cores da marca e devem predominar na criação de peças



Verde Irani

Turquesa

Verde Claro

Amarelo

Cinza

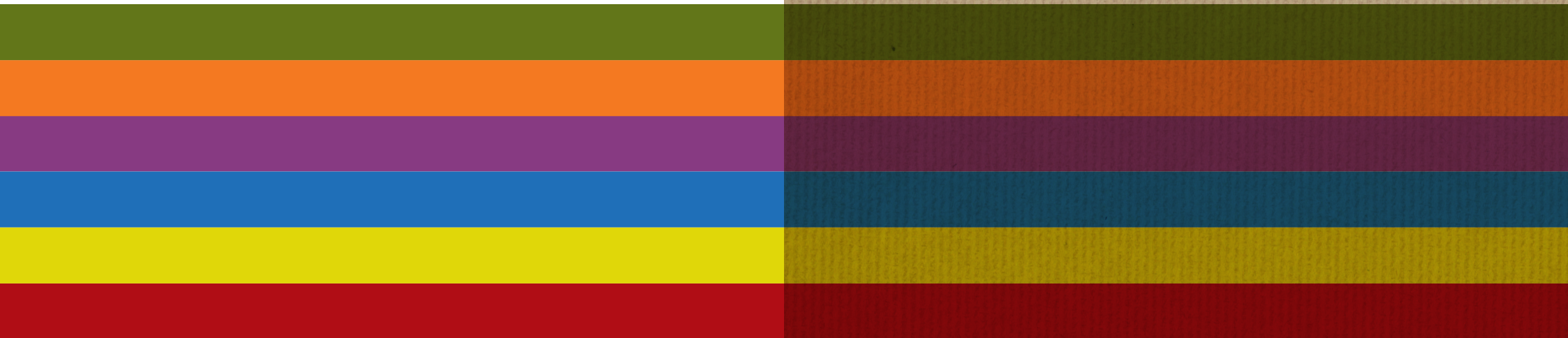
Cores

aplicação em branco

aplicação em kraft

Cores de apoio

Devem aparecer em menor proporção e trazem maior flexibilidade para a comunicação da Irani.



Grafismos

Os Grafismos derivam do símbolo da Irani e trazem movimento e direção para as peças de comunicação.

É o ciclo de
prosperidade
em movimento.



Tipografia

PF Square Sans abcdefghijklmnopqrstuvwxyz1234567890

Tipografia simples,
próxima e moderna,
comunica mais
diretamente com
nossos públicos.

Ilustrações

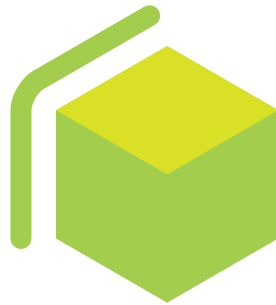
Nossos ícones pontuam dimensões importantes do nosso negócio e aumentam a comunicabilidade das nossas peças.



Ambiental



Econômico



Produtos



Pessoas



Inovação

Fotos

Nossas fotos trazem um novo olhar para produtos, processos, matérias-primas e na relação entre as pessoas.



Características

**ser
simples**

valorizar o

Kraft

Ter movimento

**Direto
ao ponto**

Regras gerais

Regras | Versões da Marca

Versões da Marca

A Marca Irani é composta por logotipo e símbolo. Ela pode ser aplicada em três versões diferentes, mas deve sempre ser assinada nas cores definidas neste Guia.

Priorize a versão preferencial, apresentada ao lado. Para impressos em uma cor, use a versão monocromática, em verde. Para materiais impressos sem cor, há versões em preto e em branco disponíveis.

Nunca reconstrua a Marca. Utilize apenas os arquivos originais fornecidos pela Irani.

Preferencial (positiva)



Preferencial (negativa)



Monocromática (positiva)



Monocromática (negativa)



PB (positiva)



PB (negativa)



Versões da Marca

A Marca principal, versão positiva, é aplicada em fundos brancos e em kraft. Sobre outras cores, prefira a versão negativa.

Em fundos de cor, deve-se considerar a melhor legibilidade e contraste para uma boa leitura.

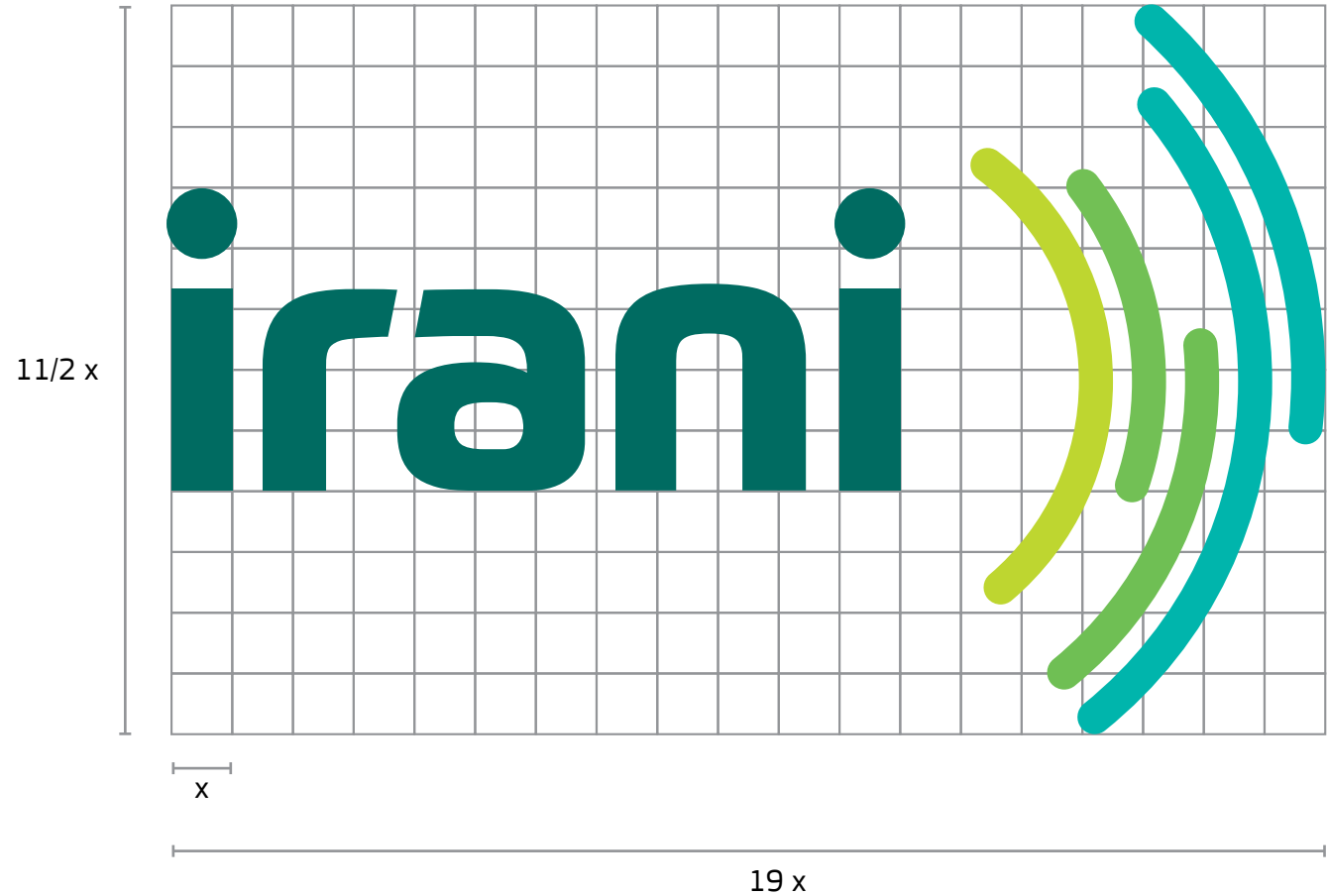


Regras | Proporção da Marca

Proporção da Marca

Para que nossa Marca fique legível e sem distorções, é preciso respeitar suas proporções. Veja no diagrama ao lado a relação entre símbolo e logotipo, com base na unidade de "x", definido como a espessura da letra "i".

Nunca reconstrua a Marca. Utilize sempre os originais eletrônicos fornecidos pela Irani.



Regras | Área de arejamento

Área de arejamento

Para manter a integridade da Marca Irani, deve-se manter um espaço mínimo entre ela e outras informações presentes na comunicação. Esse espaço, também chamado de arejamento, está demarcado no diagrama ao lado e é definido como a altura da letra “n” da Marca.



Regras | Tamanho mínimo

Tamanho mínimo

Para manter a legibilidade, há um tamanho mínimo limite para aplicar à Marca.
Para materiais impressos, a Marca não deve ter menos de 12 mm de largura. Para materiais digitais, deve ter, no mínimo, 180 px.
Esses tamanhos mínimos devem ser respeitados para garantir a leitura da Marca.



offset
12 mm



digital
180 px

Convivência de Marcas

Sempre que a Marca Irani aparecer junto com outras Marcas em qualquer peça de comunicação, é preciso reservar um espaço mínimo entre elas. Esse espaço corresponde ao dobro do arejamento da Marca (página 41), para garantir o destaque necessário.



Usos incorretos

Ao comunicar a Marca Irani, é fundamental ser consistente para garantir sua leitura correta. Veja, ao lado, alguns exemplos de aplicações incorretas.



Não utilizar a Marca em outline



Não mudar as cores da Marca



Não alterar a proporção dos elementos da Marca



Não inverter a ordem dos elementos da Marca



Não colocar efeitos na Marca



Não trocar a tipografia



Não distorcer a Marca



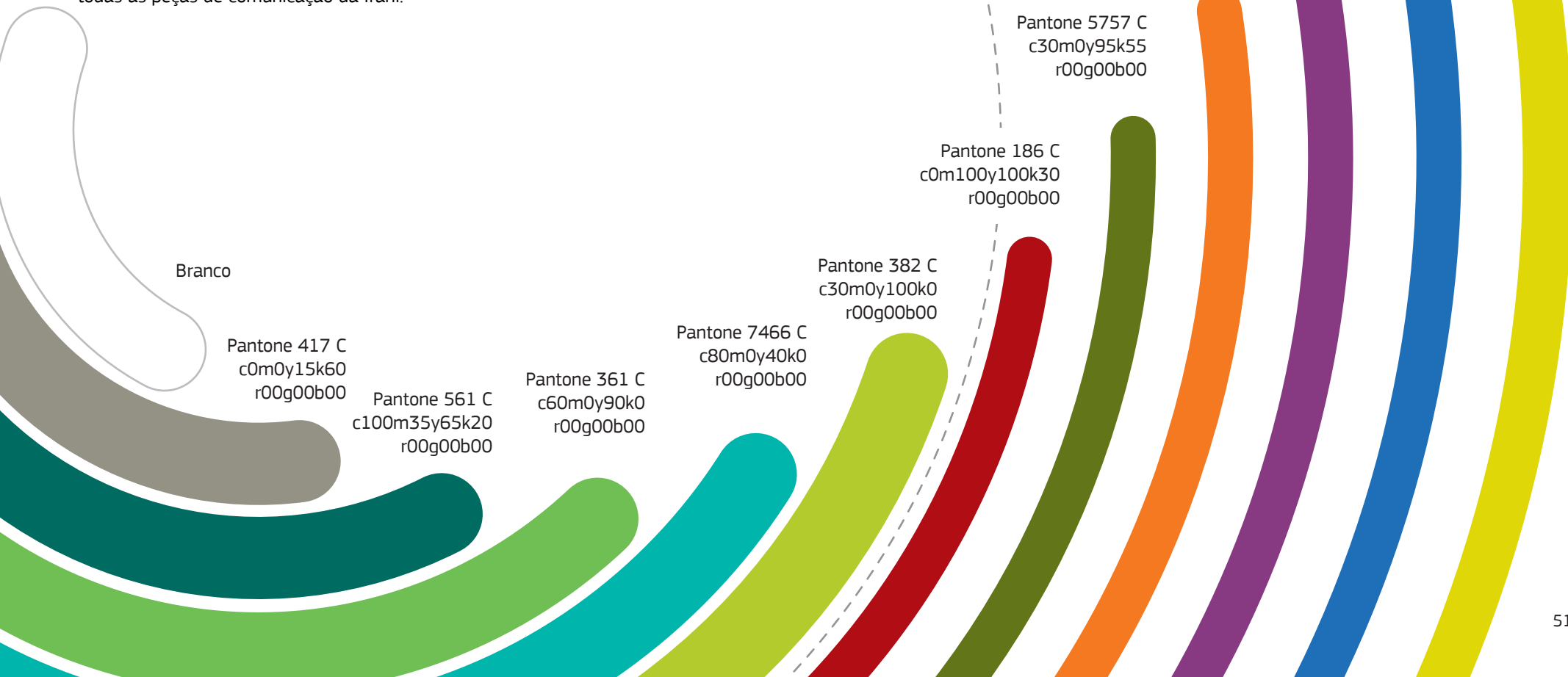
Não aplicar a Marca rotacionada

Cores

Cada uma de nossas cores é singular e possui identificações próprias que as definem. Seu uso correto é fundamental para gerar reconhecimento pelo público.

Nossas cores principais são as presentes na Marca Irani. Já as de apoio dão mais flexibilidade à nossa comunicação e devem exercer um papel secundário em relação às cores principais.

Siga sempre as especificações abaixo para cores em CMYK , Pantone® e RGB na reprodução de todas as peças de comunicação da Irani.



Regras | Cores

Coors

O verde Irani e o branco devem ter um papel importante nas nossas peças de comunicação. Priorize-os como cores base para nossos materiais, onde devem ocupar uma área importante no layout.

O mesmo vale para o Kraft, além da aplicação do verde Irani e do branco sobre ele.

Verde Irani

Branco

Verde Irani Kraft

Kraft

Tipografia

A PF Square Sans é a família tipográfica da Irani. Deve estar presente em todos os títulos, highlights e textos.

Os diferentes pesos tipográficos devem ser utilizados de forma a privilegiar informações, destacando determinado conteúdo. Evite variações em excesso em um mesmo texto.



(a/A
PF Square Sans
THIN



(a/A
PF Square Sans
LIGHT



(a/A
PF Square Sans
REGULAR



(a/A
PF Square Sans
MEDIUM



(a/A
PF Square Sans
BOLD



(a/A
PF Square Sans
EXTRA BOLD

Tipografia de sistema

Algumas Marcas precisam de uma segunda família tipográfica para ser usada em materiais digitais, como arquivos de Word, Power Point e o próprio site da empresa.

No caso da Irani, a tipografia de sistema é a Calibri. Uma fonte simples para combinar com o universo do nosso negócio.

(a/A
Calibri
LIGHT

(a/A
Calibri
Regular

(a/A
Calibri
BOLD

Uso da tipografia em comunicação institucional

A maior parte dos materiais de comunicação de Irani usa as tipografias da Marca como texto corrido, destacando alguma informação dentro das diretrizes indicadas nas páginas anteriores.

Lorem
 ipsum

Evellat quatecabo. Ehent.

Perist res dempos aut doluptatem
ium quis ratibustis restiunt, cuptius
ex estotas dolecto volo connimi,
cus pedianda none dolorem
incitae eveliqui dolut ellaturibus.

Rum cusandit es exerecest,
iur sent mi,

To oditiur, aut
rem quament
essequo ditatem

Uso da tipografia em comunicação institucional

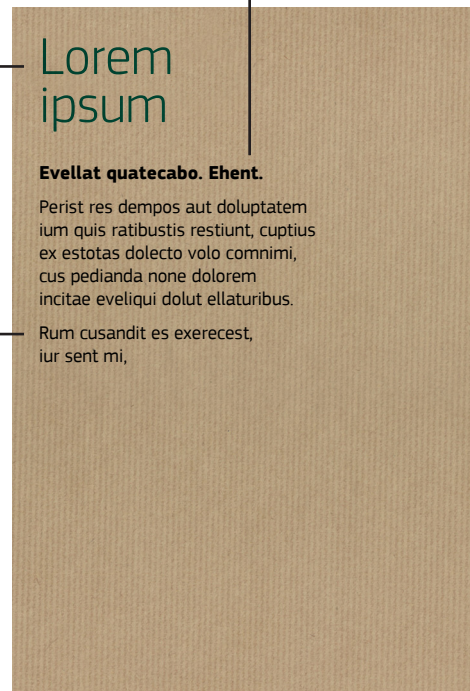
Veja ao lado algumas regras de diagramação e construção de textos em uma comunicação institucional.

Títulos podem ter uma cor diferente do texto.

Textos longos devem ser alinhados pela esquerda.

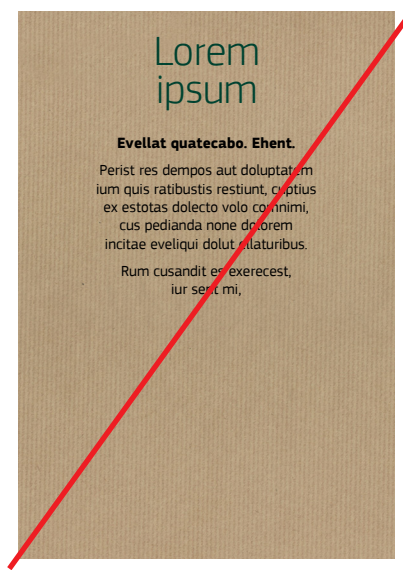
Use pesos diferentes para destacar frases.

Textos curtos podem ser alinhados pela direita.



Uso da tipografia em comunicação institucional

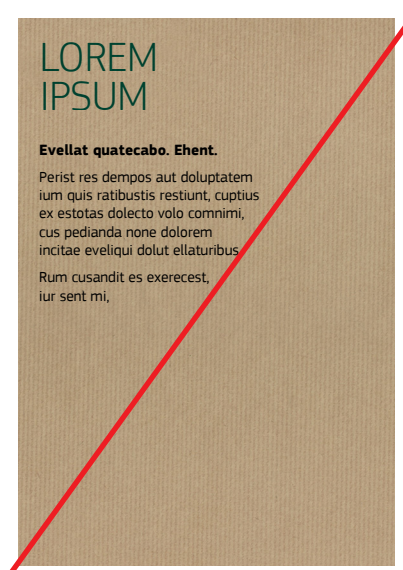
Veja ao lado alguns usos incorretos.



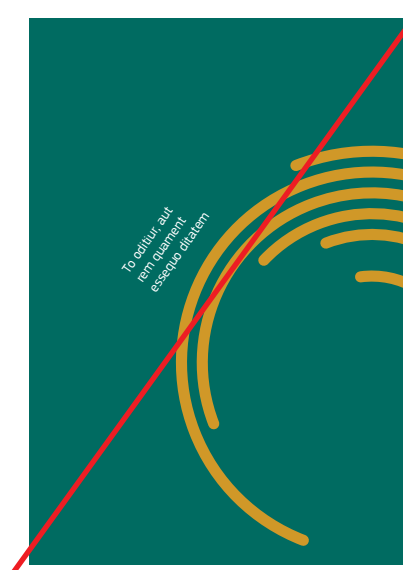
Não alinhar os textos pelo centro.



Não alinhar textos grandes pela direita.



Não escrever palavras em caixa alta.



Não escrever textos na diagonal.

Uso da tipografia em comunicação promocional

Em textos promocionais, como os que divulgam algum prêmio da Irani ou sobre programas de qualidade, usamos a tipografia de maneira mais proprietária, como nos exemplos ao lado.

Esse recurso pode ser aplicado como título também, mas de maneira mais pontual.

programa
gaúcho **de**
qualidade e
produtividade

20º
prêmio
expressão
em ecologia

prêmio
destaques
do setor

ABTCP
2013

**cadeia
de valor**
começa e termina
sem estragar nada

neutralização do
GEE
Irani retirando gases de efeito
estufa da atmosfera desde **2006**

**carbono
neutro** | é compromisso
não é blabla | **com a
sociedade**

Uso da tipografia em comunicação promocional

Na comunicação promocional, as informações devem ser blocadas, podendo ser aplicadas sobre boxes nas cores de apoio da Marca.

A tipografia deve ser sempre em caixa baixa, exceto quando houver siglas, e pode vir acompanhada de elementos de apoio, como linhas com terminações arredondadas e círculos.

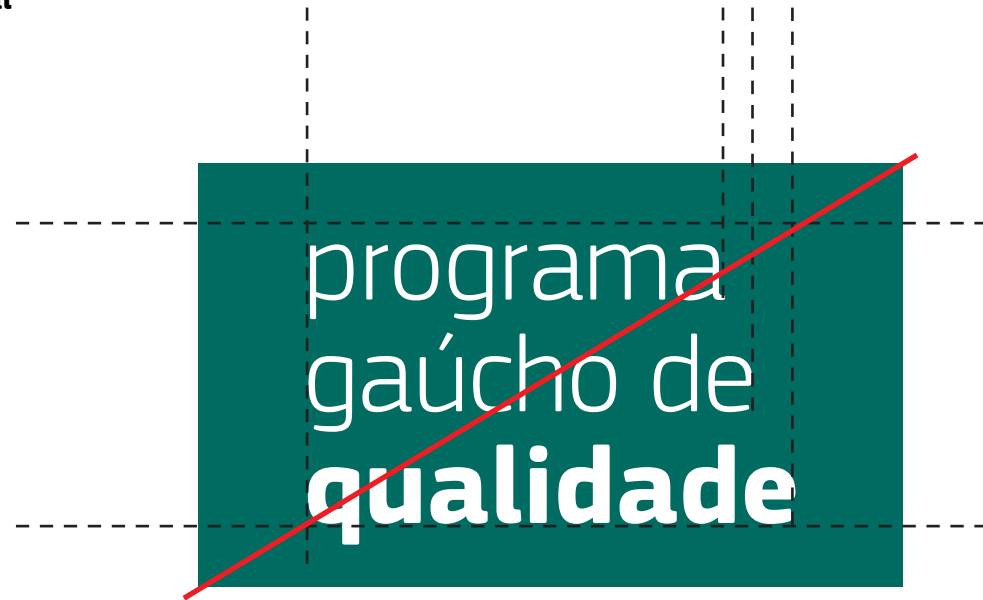
Para deixar a comunicação interessante, explore os diferentes pesos da nossa tipografia, mesclando palavras em bold com light, thin com medium etc. Cuidado apenas para não exagerar.



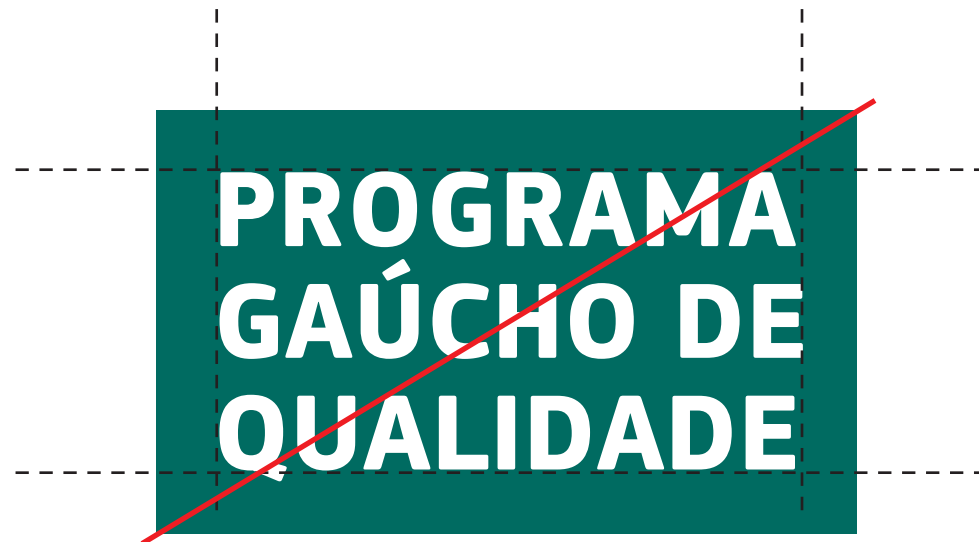
Regras | Uso da tipografia em comunicação promocional

Uso da tipografia em comunicação promocional

Veja ao lado alguns usos incorretos.



Não usar frases desalinhadas.



Não usar palavras em caixa alta.

Textura

O papel Kraft é um elemento muito próprio da Irani, então sua textura pode ser utilizada em layouts e composições gráficas.

Como visto na página XX, ele também pode funcionar como cor de fundo em nossas comunicações.

Veja exemplos de aplicações na página XX.

1.

Grafismos

O símbolo da Marca se estende a uma série de outras formas trazendo mais flexibilidade à comunicação. Utilize o grafismo com transparência e em diferentes ângulos e cores, desde de que não saia da linguagem de Irani.



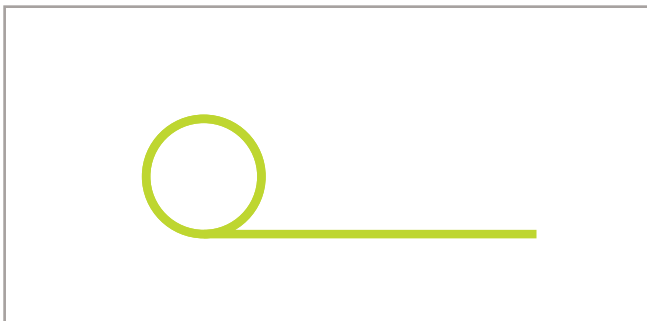
Grafismos

Existem alguns grafismos prontos que podem ser utilizados de diversas maneiras nos materiais da Irani.

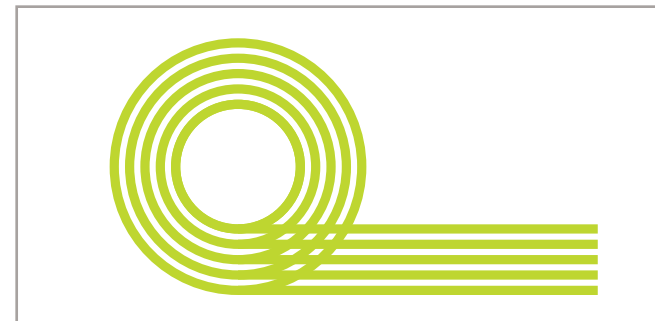
Mas, em alguns casos, é permitida a criação de novos desenhos, que devem sempre ter relação visual com o símbolo da Marca Irani.

Veja ao lado e nas páginas a seguir o passo a passo de construção de três tipos de grafismo. Use como referência para criação de qualquer nova forma.

Passo a passo 01



1) Comece o desenho a partir de uma linha reta que se curva até fechar um círculo perfeito.



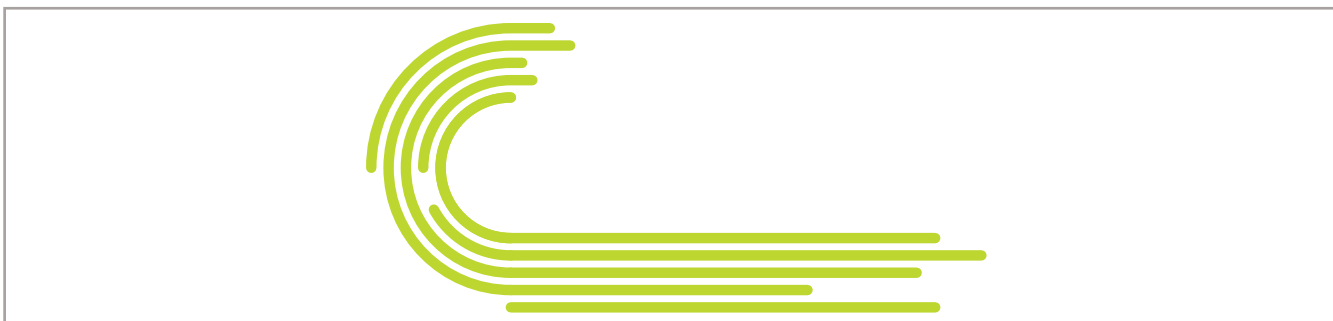
2) Repita para criar camadas externas, aumentando o raio do círculo e mantendo sempre uma mesma distância entre as linhas.



3) Faça um corte, eliminando as partes que se cruzam, deixando apenas as formas retas terminando em curva.



4) Varie a extensão das terminações, trazendo movimento para a forma.



5) Corte sessões ao longo das linhas, de forma intermitente, arredondando as novas extremidades que se formaram.

Grafismos

Passo a passo 02



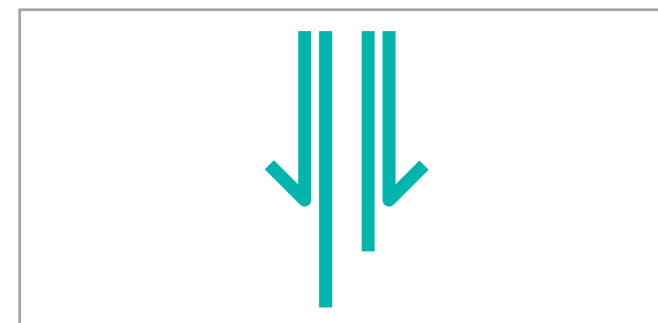
1) Crie retas paralelas iguais, respeitando a mesma distância entre elas.



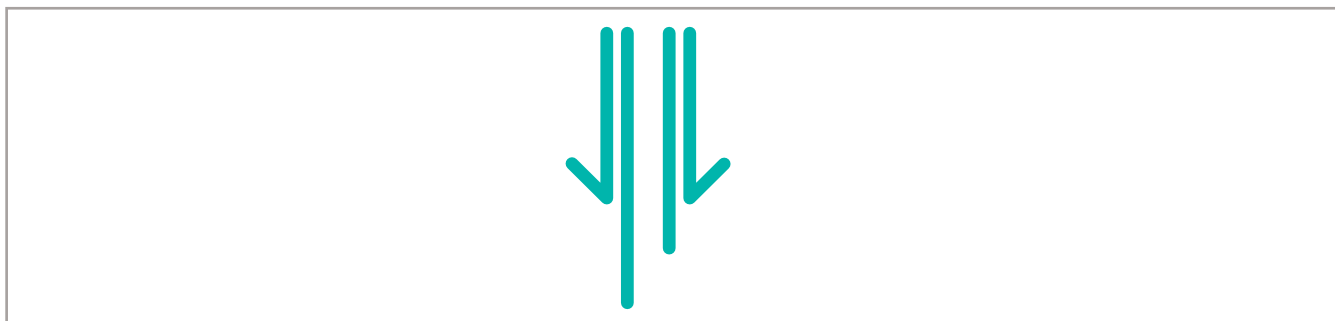
2) Diferencie a extensão de cada reta.



3) Elimine algumas delas, para dar assimetria ao desenho.



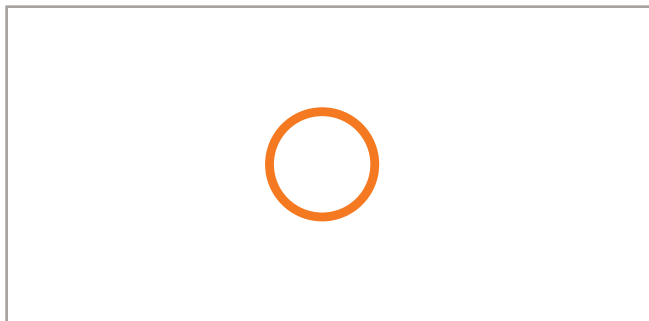
4) Crie dobras ou outras interferências às retas para dar forma ao grafismo.



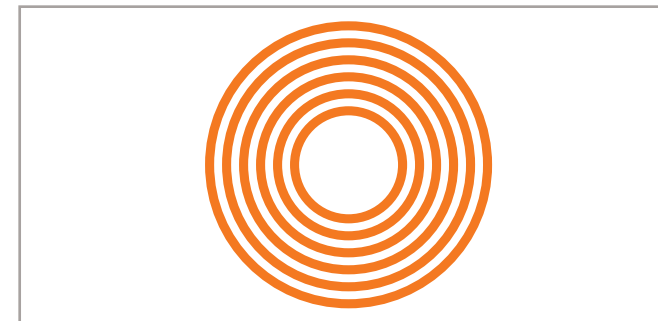
5) Arredonde as terminações.

Grafismos

Passo a passo 03



1) Desenhe um círculo perfeito.



2) A partir dele, desenhe outros círculos com a mesma variação de tamanho em relação ao primeiro.



3) Corte sessões ao longo das linhas de forma intermitente.



4) Agrupe as quebras em um mesmo lado do desenho, para que o grafismo não perca o formato arredondado.



5) Arredonde as terminações.

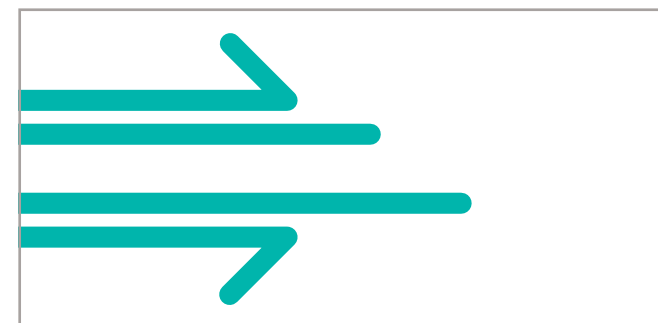
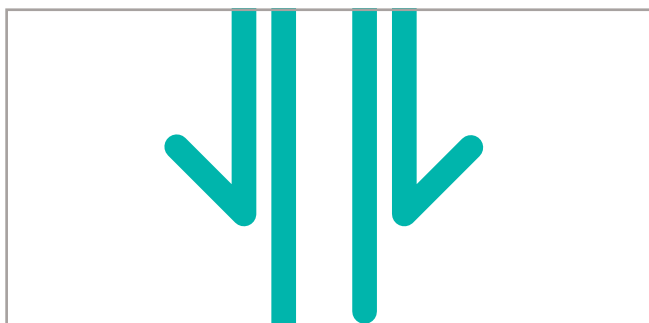
Grafismos

PRONTO! Aplique seu novo grafismo cortado no layout, para ficar com a cara da Irani. Assim, pode usar um mesmo grafismo com cortes diferentes em diversas peças de comunicação.

Passo a passo 01



Passo a passo 02



Passo a passo 03



Grafismos

Veja alguns exemplos ao lado de como utilizar os grafismos e as texturas.

