

Manual de Identidad Visual



ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	03
2. CONCEPTO	04
3. VERSIONES DE LA SUSCRIPCIÓN	05
Suscripción Principal	05
Suscripción sin Decodificador	05
Suscripción Logotipo	05
4. FRASE SÍNTESIS (SLOGAN)	06
5. ESTANDAR CROMÁTICO	07
6. TIPOGRAFIA	08
Estandar Tipográfico	08
Para Medio Electrónico	08
Para Editor de Texto	08
7. REDUCCIONES DE LA MARCA	09
8. ÁREA DE PROTECCIÓN DE LA MARCA	10
9. RELACIÓN ENTRE LAS MARCAS	11
10. VERSIONES DE APLICACIÓN DE LA MARCA	12
Fondos Preferenciales	12
Versión Monocromática	13
Marca con fondos Fotográficos	14
11. USOS INCORRECTOS	15
12. SELLOS	16
Permisos	16
Prohibiciones	17
14. IMÁGENES DE PRODUCTOS	19
Digital	19
Impreso	19
15. AUTORIZACIÓN DE USO	20

1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este manual es orientar técnicamente el uso de la marca Cavaletti y de sus materiales complementarios, tales como: imágenes y sellos.

Se recomienda que todas las instrucciones contenidas en este documento sean vistas rigurosamente para asegurar la calidad de construcción y conservación del estandar de Identidad Visual de Cavaletti Professional Seating.

En caso de dudas sobre el uso de las informaciones contenidas en este manual, entrar en contacto con:

midias@cavaletti.com.br
+55 (54) 3520.4100 | +55 (54) 2107.4100

2. CONCEPTO

Cavaletti Professional Seating es una empresa consolidada, dinámica y moderna.

Su identidad visual representa esos atributos a través de su forma y color.

El formato cuadrado, la tipografía contemporánea y la composición geométrica retratan la solidez, precisión y profesionalismo, mientras que el color rojo evoca el espíritu dinámico y humano de Cavaletti.



————— Símbolo

PROFESSIONAL SEATING

————— Decodificador

3. VERSIONES DE LA SUSCRIPCIÓN

SUSCRIPCIÓN PRINCIPAL

Esta es la versión estandar y de alta prioridad. Constituida por la palabra Cavaletti de color blanco superpuesta en el cuadrado rojo con el decodificador "PROFESSIONAL SEATING" de color gris, ubicado debajo del mismo. La versión estandar debe aplicarse sobre un fondo blanco.

SUSCRIPCIÓN SIN DECODIFICADOR

Esta versión no lleva el decodificador "PROFESSIONAL SEATING", y dependiendo de la ocasión puede obviar el símbolo de "registrado".

Su aplicación es destinada a los productos CAVALETTI y en casos que exista una clara asociación con el producto. Debe usarse también cuando hay grandes reducciones de la marca y el decodificador se hace ilegible

Suscripción principal:



Suscripción sin decodificador:

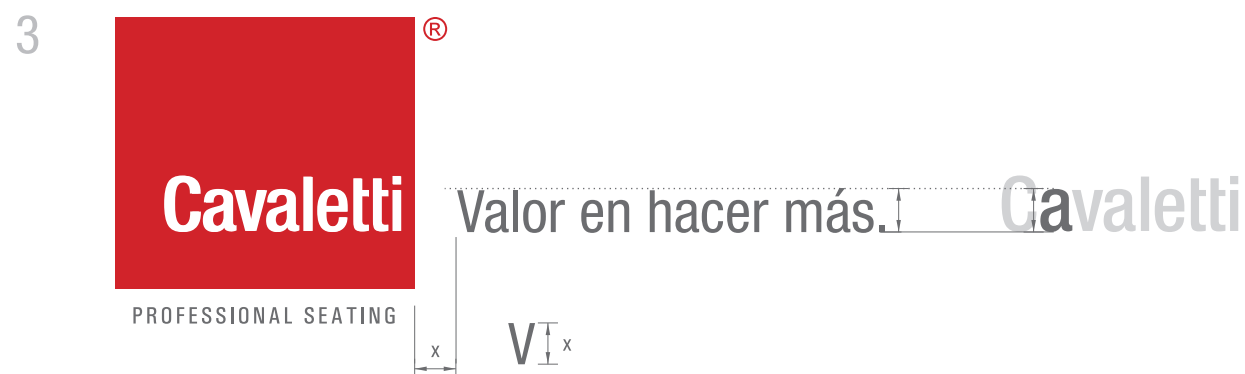
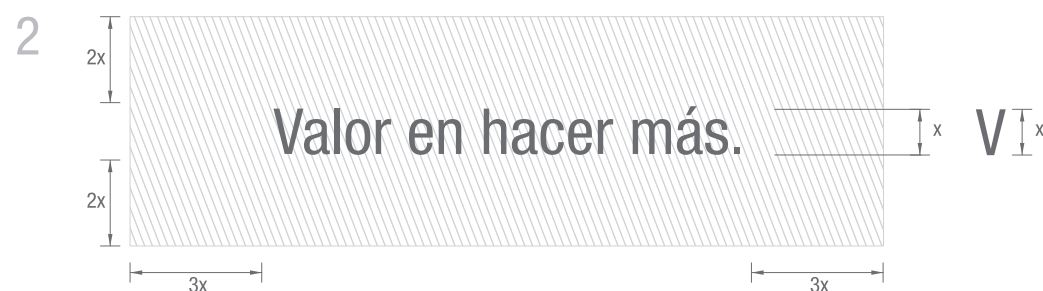
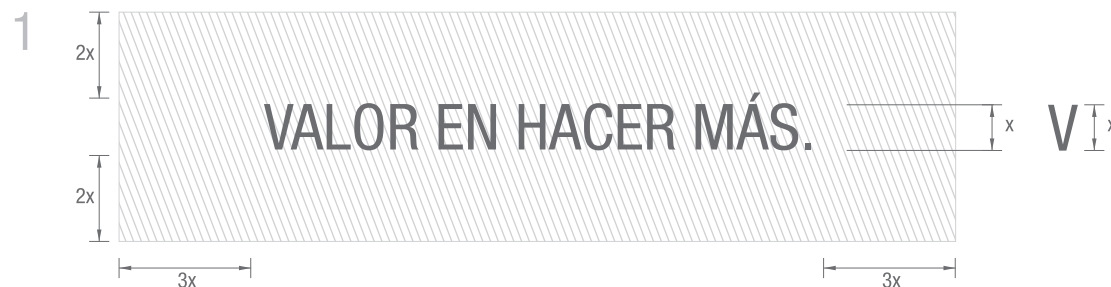


4. FRASE SÍNTESIS (SLOGAN)

La frase síntesis de la marca "Valor em fazer mais" (Valor en hacer más) puede ser usada de 3 maneras:

1. Solo, en letra mayúscula;
2. Solo, en letra minúscula, excepto la primera letra;
3. A lado de la marca en letra minúscula, excepto la primera letra.

La frase debe ser siempre escrita en la fuente Helvetica-57 Condensed y seguir las separaciones y áreas de protección indicados al lado.



5. ESTANDAR CROMÁTICO

La fidelidad en la reproducción de los colores es un elemento fundamental para asegurar la consistencia de imagen de la marca.

Verifique siempre la fidelidad de las tonalidades comparándolas con una escala Pantone*

*PANTONE es una marca registrada de Pantone Inc.

	ROJO	GRIS	GRIS CLARO
PANTONE	1797 C	Cool Gray 9	Cool Gray 4
CMYK	15 100 100 0	0 0 0 70	0 0 0 40
RGB	150 20 20	93 93 92	150 149 148
WEB	#CC0000	#666666	#999999
TELA	Santanense - Unitex 207 TN	Santanense - Unitex 200 TN	Santanense - Unitex 210 TN
AUTOMOTRIZ	Volks - Vitória II 98	Ford Gris Escuro 98	Volks Color Premier - Gris I 98
ADHESIVO	3M - BR 6300-43	3M - BR 6300-51	3M - BR 6300-61
EDIFICIO	Suvinil - L137	Suvinil - L157	Suvinil - L159
FÓRMICA	Rojo Cordial L 101	151 Prottan	L139 Platina
MADERA	Renner - Sayerlack 190	Revver - Sayerlack 130	Revver - Sayerlack 133
PLÁSTICO	Pantone Q150-1-1	Pantone Q716-2-3	Pantone Q716-1-5

6. TIPOGRAFÍA

ESTANDAR TIPOGRÁFICO

La fuente tipográfica estandar de la Identidad visual de Cavaletti es la Univers Condensed. Además de la aplicación en la marca, el uso de esa tipografía está previsto también para los textos cortos, como direcciones de papelería institucional, textos de formularios, anuncios publicitarios, etc.

Para textos extensos impresos como: fólderes y anuncios mayores utilizar Helvetica57- Condensed.

PARA MEDIO ELECTRÓNICO

En textos largos de caracteres pequeños realizados por medio electrónico - como correo electrónico y sitio - usar la fuente tipográfica Verdana, elegida por el óptimo desempeño de reproducción en monitores. En casos de textos de fuente grande, como títulos y textos de diapositiva Power Point, debe hacerse la aplicación de las reglas anteriores, de acuerdo con cada situación.

PARA EDITOR DE TEXTO

Para cartas y documentos, usar la fuente Arial Narrow.

Univers Condensed (para textos cortos impresos)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Helvetica57 - Condensed (para textos largos impresos)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Verdana (para medio electrónico)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

Arial Narrow (para cartas y documentos internos)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

7. REDUCCIONES DE LA MARCA

El tamaño mínimo de la marca en su versión estandar debe ser de 2,5 cm de ancho. Tamaños menores a esto, la marca podrá tener su legibilidad comprometida.

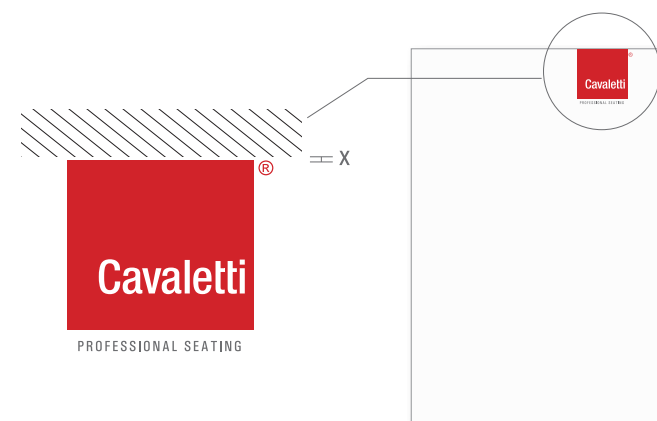
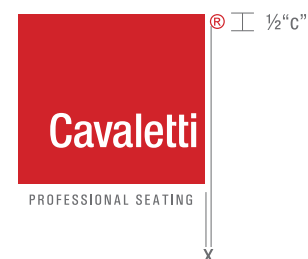
Si es necesario aplicar la marca en tamaño menor que 2,5 cm, debe usarse la versión sin el decodificador "Professional seating", que puede ser reducida a 1,3 cm de ancho y en la versión logotipo puede reducirse a 8mm de ancho.

El tamaño mínimo del símbolo de marca registrada debe ser de 1,5 mm de diámetro y máximo de la mitad de altura de la letra "C" de Cavaletti (excepto en la versión de reducción menor que 2,5 cm).

El símbolo de marca registrada deberá estar alineado con la parte superior y posicionado generalmente a la derecha de la marca, a una distancia referente de la letra "i" de Cavaletti.

Si la marca es aplicada (apoyada al borde) en la parte superior, el símbolo de la marca registrada deberá tener una distancia de igual medida al ancho de la letra "i" de la parte superior de la marca Cavaletti.

Si la marca es aplicada al lado derecho, el símbolo de la marca registrada deberá ser usado en el lado izquierdo.



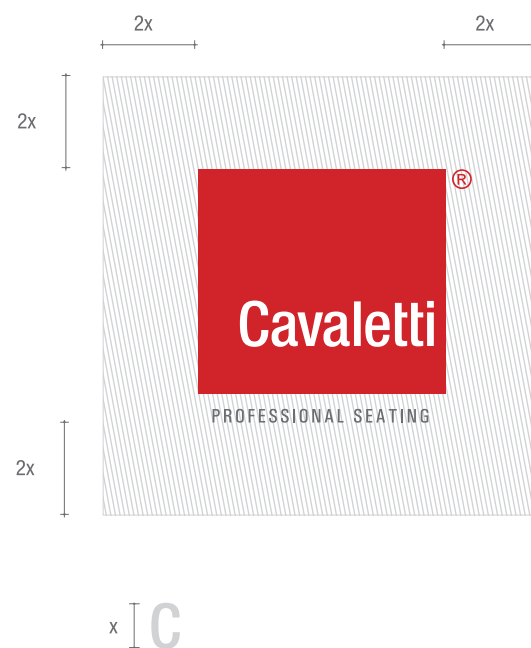
8. ÁREA DE PROTECCIÓN DE LA MARCA

Para asegurar la integridad y la legibilidad de la marca, el área de su contorno debe estar libre de cualquier elemento, como diseños, fotos o textos.

Esa área de protección es determinada por el módulo x , que equivale a la altura de la letra "C" de la palabra Cavaletti.

Para obtener mejores resultados, se recomienda usar, siempre que sea posible, una reserva mayor que el requisito mínimo.

Área de protección ideal:



Área de protección mínima:

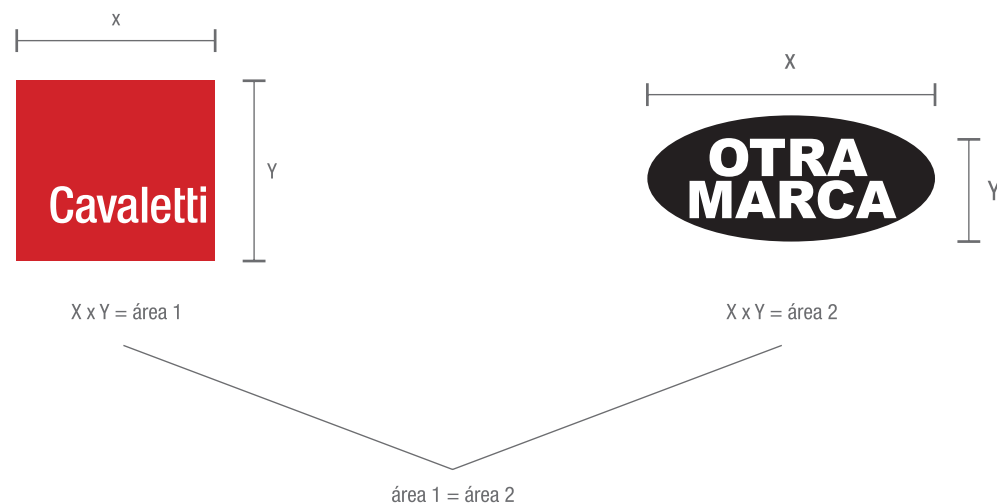


9. RELACIÓN ENTRE MARCAS

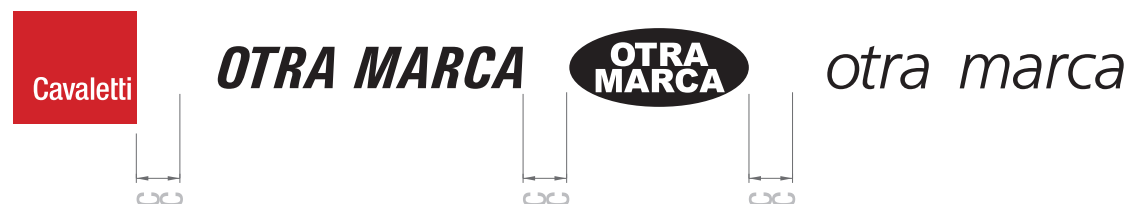
Cuando Cavaletti participa en anuncios, materiales de mercadeo o fachadas de tiendas con otras marcas de empresas competidoras, se aplica la marca Cavaletti mayor o el tamaño del área debe ser igual de las otras marcas.

Para calcular el área se debe multiplicar la base de la marca por la altura, según los detalles al lado.

La distancia mínima entre las marcas debe seguir las reglas de área de protección de la marca.



Ejemplo:



10. VERSIONES DE APLICACIÓN DE LA MARCA

FONDOS PREFERENCIALES

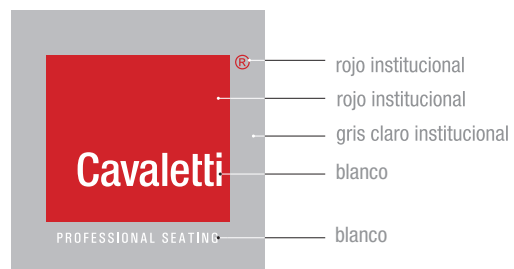
Además del fondo estandar de color blanco, la marca podrá ser aplicada sobre el gris claro o rojo, de acuerdo a la necesidad.

En fondos de otros colores, esta debe ser aplicada en blanco, respetando las instrucciones de la versión monocromática de la marca

Obs.: El uso de otros colores sólo podrá ser hecho con autorización previa de Cavaletti..

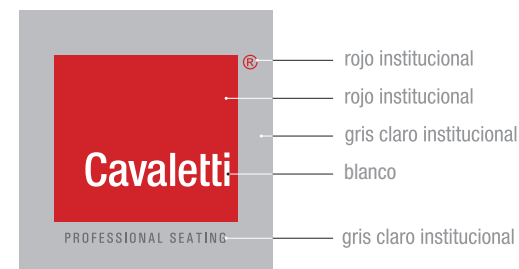
(continua)

FONDO GRIS



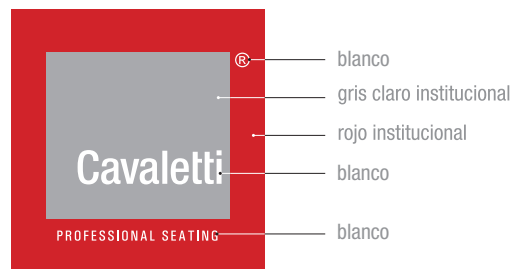
Marca en 2 colores:
1-Rojo institucional; 2- blanco

FONDO GRIS



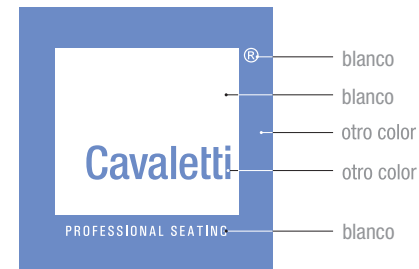
Marca en 3 colores:
1-Rojo institucional; 2- gris institucional; 3 - blanco

FONDO ROJO



Marca en 2 colores:
1-gris claro institucional; 2- blanco

FONDO DE OTRO COLOR



Marca en blanco
ATENCIÓN: solamente podrá hacer uso de otros colores con la previa autorización de Cavaletti

10. VERSIONES DE APLICACIÓN DE LA MARCA

VERSIÓN MONOCROMÁTICA

La aplicación monocromática se refiere al uso de un sólo color, se debe usar cuando hay limitaciones en el número de colores disponibles. En ese caso, debe darse preferencia al uso del rojo o gris de la institución y por último, el negro

Obs.: El uso de otros colores sólo podrá ser usado con autorización de Cavaletti.

Versión monocromática positiva:

Marca con 100% de color sobre un fondo de 0% de color. (ver la figura al lado)

Versión monocromática negativa:

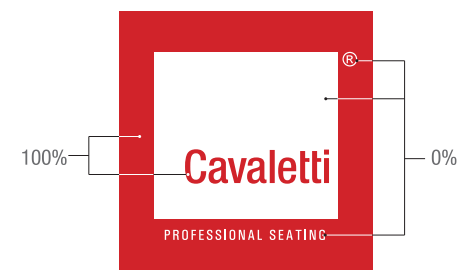
Marca con 0% de color y con fondo de 100% de color. (ver la figura al lado)

(continua)

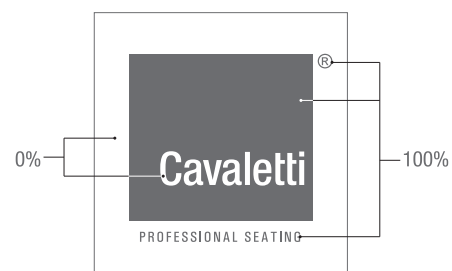
Versión positiva en rojo
(según patrón cromático)



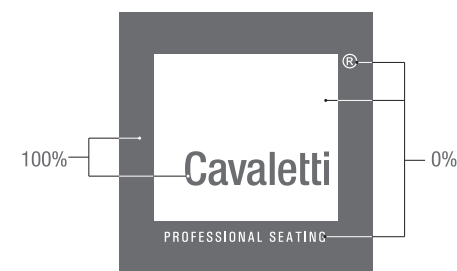
Versión negativa en rojo
(según patrón cromático)



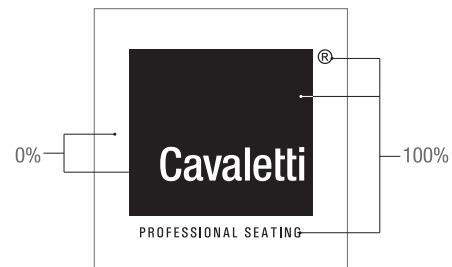
Versión positiva en gris
(según patrón cromático)



Versión negativa en rojo
(según patrón cromático)



Versión positiva en negro



Versión negativa en negro



10. VERSIONES DE APLICACIÓN DE LA MARCA

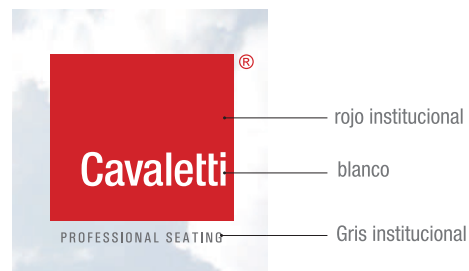
SUSCRIPCIONES CON FONDOS FOTOGRÁFICOS

Usar de preferencia la marca en su versión a colores.

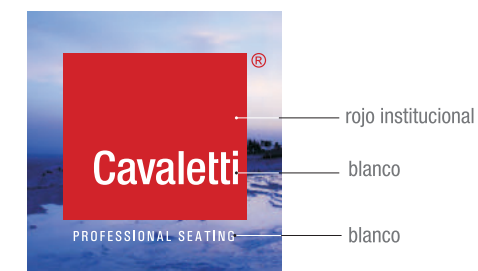
Evitar fondos que, por su color o forma, generen dificultades o extrañeza en la visualización de la marca, debe preferirse el uso de fondos con tonalidades y textura homogéneas.

El uso de la firma estandar se debe priorizar, pero, en casos que el fondo sea muy oscuro o de color contradictorio, debe elegirse el uso del blanco, conforme la versión monocromática. En casos, que el fondo sea muy claro con color contradictorio, debe usarse el negro, según la versión monocromática.

Aplicación de la marca en fondo claro



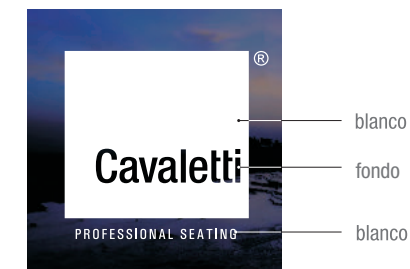
Aplicación de la marca en fondo oscuro



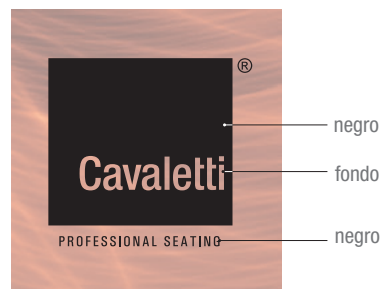
Aplicación de la marca en fondo de color contradictorio



Aplicación de la marca en fondo muy oscuro



Aplicación de la marca en fondo de color contradictorio claro



11. USOS INCORRECTOS

La marca no debe ser alterada. Sus colores, diagramación y proporciones deben permanecer siempre.

Nunca rediseñe la marca. Use siempre el arte final original ofrecido

Ver al lado algunos ejemplos del uso incorrecto de la marca.

Los colores de la marca fueron alterados



La marca fue estirada



La marca fue encogida



La marca con contorno



Los colores de la marca fueron alterados



El texto fue superpuesto en la marca



el logotipo con contorno



el logotipo con colores alterados



La marca fue recortada



el logotipo con el decodificador



Reposicionamiento de elementos



12. SELLOS

PERMISOS

Si está vinculado a los productos, se debe usar el conjunto completo, para otros casos usar el conjunto institucional.

Para el uso de un solo color, se debe usar el conjunto completo monocromático o el conjunto institucional monocromático, para fondo de colores o con imágenes que poseen colores contradictorios con el sello, se debe usar el conjunto monocromático filtrado.

El uso del sello de garantía solamente es permitido, para el caso de uso de una observación circundante referente al término de garantía de forma legible y el término de garantía completa debe estar disponible para la consulta.

La disminución máxima de estos conjuntos de sellos es de 15mm de altura.

Conjunto Completo



Conjunto Institucional



Conjunto Completo Monocromático



Conjunto Institucional Monocromático Negro



Conjunto Institucional Monocromático Blanco / Filtrado



Conjunto Revendedor Autorizado



12. SELLOS

PROHIBICIONES

Está completamente prohibido el uso de los sellos oficiales de la ABNT referente a la Norma ISO 9001, ISO 14001 e ISO 18001, así como de los sellos referentes a Cerflor y PEFC, porque estos son de uso exclusivo de Cavaletti y deben ser siempre previamente aprobados por los órganos responsables.

El uso del sello de certificación del producto emitido por el SENAI es de uso obligatorio vinculado al producto certificado, y requiere de una evaluación para ser usado por terceros



Cerflor
Cerflor/31-36



13. MARCA EN EL PRODUCTO

Cuando la marca es usada al lado de la foto de un producto, debe estar siempre visible sin ocultar el producto o parte del. Puede ser usada tanto en su versión completa, cuanto en el logotipo, dando siempre preferencia a la marca completa.

Al lado, son mostrados algunos ejemplos de usos correctos e incorrectos

CORRECTO

Marca a lado y arriba



Marca en ambos lados



Marca arriba o abajo



INCORRECTO

Marca sobre el producto



14. IMÁGENES DE LOS PRODUCTOS

Cuando es usada alguna imagen de los productos Cavaletti en medio digital (sitio, correo electrónico, facebook y etc.) se debe usarse la marca de agua superpuesta en la imagen.

Cuando su uso es para impresiones, se debe usar la imagen sin la marca de agua.

Al lado, son mostrados algunos ejemplos de usos digitales e impresiones.

DIGITAL

Con marca de agua



IMPRESO

Sin marca de agua



15. AUTORIZACIÓN DE USO

Siempre que se desea hacer uso del material gráfico, audiovisual, institucional e imágenes de los productos, a través de los medios impresos y electrónicos, así como las exposiciones y eventos o de cualquier forma similar, debe solicitarse la autorización de uso de imagen.

El material debe ser enviado para la aprobación previa al correo electrónico: midias@cavaletti.com.br, su publicación será permitida, sólo después de la autorización de Cavaletti.



Cavaletti Professional Seating
Calle Dr. Hiram sampaio, 550
Erechim/RS | Brasil | 99706-461
Tel +55 (54) 3520.4100 | +55 (54) 2107.4100
www.cavaletti.com.br