

2014

Manual de Identidade Visual

Dealernet – Automotive Ecosystem

“Identidade Visual é a representação gráfica que caracteriza uma empresa”.



Uma marca é mais do que um símbolo ou um ícone. É uma forma de representar as características e os valores atribuídos a uma instituição, bem como o seu modo de ver e de se apresentar ao mercado.

A aplicação cuidadosa das normas neste manual vai assegurar a integridade da identidade corporativa. A marca é a verdadeira identidade e um bem primordial de uma instituição.

MARCA

SUMÁRIO

01.	SIGNIFICADO DO SÍMBOLO	04
02.	ELEMENTOS ESTRUTURAIIS	05
03.	ASSINATURAS	06
04.	REPRODUÇÃO DA MARCA	07
05.	ÁREA DE PROTEÇÃO	08
06.	CÓDIGO TIPOGRÁFICO	09
07.	CÓDIGO CROMÁTICO	10
08.	DIMENSÕES MÍNIMAS	12
09.	RESTRIÇÕES DE USO	14

01. SIGNIFICADO DO SÍMBOLO



A marca foi pensada para significar a eficiência de seu principal produto: o software de gestão para concessionárias de veículos automotivos - Dealernet – Automotive Ecosystem.

Para garantir a integridade e a legibilidade da logomarca DEALER.NET, a área em volta dela deve ficar livre de qualquer elemento gráfico ou tipográfico. Para isso, deve ser reservada uma distância mínima das bordas externas da área ocupada pela logomarca – Ler o item ÁREA DE PROTEÇÃO deste manual.

02. ELEMENTOS ESTRUTURAIS

- 1. Signo Visual
 - 1.a. Elemento Tipográfico
 - 1.b. Pictograma
- 2. Signo Tipográfico



01. Signo Visual

O signo visual é dividido em 2(dois) subgrupos. **Elementos Tipográficos**, que são os caracteres D, E, A, L, E, R, N , e, e T, na fonte tipográfica **Times Pro Roman**, na cor predominante azul, e o **pictograma**, símbolo vermelho de forma orgânica, que remete a um carro, em alusão ao mercado automotivo, cuja a empresa mantém seus negócios.

02. Signo Tipográfico

O signo tipográfico é constituído pela chamada “Automotive Ecosystem”, na fonte tipográfica **Futura SH Light**.

03. ASSINATURAS

As apresentações específicas da marca, também conhecidas como assinaturas são divididas em 2(duas):

1. Completa
2. Básica

A versão completa é a padrão. É importante entender que a aplicação da marca nos demais formatos deve ser realizada de acordo com as características do espaço onde a marca será aplicada.

As versões devem ser aplicadas respeitando a regra de redução mínima, descrita no item REDUÇÃO deste manual, e observando a legibilidade da chamada “Automotive Ecosystem”.

Completa:



Básica:



04. REPRODUÇÃO DA MARCA

Para reproduzir a identidade é necessário respeitar as regras de criação apresentadas no Grid, conhecida como **Malha Construtiva**. Este recurso possibilitará a reprodução da marca mantendo rigorosamente as reproduções dos elementos.

Para obter o modulo “X”, para construir a malha, utilizamos a letra “D” do Signo Visual Tipográfico (palavra “Dealernet”) como referência. Dividindo a altura da letra “D” em 3, temos a altura de “X”. Por fim dividimos a altura “X” em quatro partes iguais e obtemos “Y”.



O modulo “Y” é criado para ajustes menores, como Kerns e Entrelinhas.

O modulo “X” define as medidas dos demais objetos e demais espaçamentos

05. ÁREA DE PROTEÇÃO

Ainda com as medidas de “X”, obtida da malha construtiva, conseguimos definir a **Área de Proteção Mínima** da marca. Esta área serve como uma margem segura entre a marca e qualquer outro objeto. Esta margem deve ser respeitada e seguida RIGOROSAMENTE.



06. CÓDIGO TIPOGRÁFICO

O código tipográfico é definido pela fonte tipográfica utilizada na criação da identidade visual, e muitas vezes pela fonte que será utilizada para compor as peças de comunicação da marca quando necessário.

No caso da DEALERNET as fontes, **Times Pro Roman** e **Futura SH Light**, são suficientes para compor as demais peças de comunicação da empresa. O que não impede de utilizar outras fontes de apoio na comunicação desta, respeitando a linguagem proposta na criação da marca e NUNCA modificando a tipografia utilizada na identidade.

Futura SH Light

A b c d f g h i j k l m n o p q r s t u y w
x z
Aa A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S
T U Y W X Z

Times Pro Roman



A b c d f g h i j k l m n o p q r s t u y w x z
Aa A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S
T U Y W X Z

07. CÓDIGO CROMÁTICO

As cores possuem importância fundamental para a percepção de qualquer identidade visual. O código cromático não só ajuda na identificação da marca, como ajuda a transmitir o significado da mesma. Por isso, a necessidade de respeitar o padrão cromático definido neste manual.

O padrão principal é a **Policromia sem gradiente**, pois permite a exibição com qualidade e segurança em suporte impresso ou digital (vídeos, páginas web, apresentações multimídia, etc).



	CORES	RGB	CMYK	PANTONE	HEXA #
Vermelho		R - 220 G - 36 B - 31	C - 0% M - 84% Y - 86% K - 14%	485C	# DC241F
Azul		R - 0 G - 60 B - 121	C - 100% M - 50% Y - 0% K - 53%	541C	# 003C79

Pantone 541 C

Cyan - 100%
Magenta - 50%
Yellow - 0%
Key (Black) - 53%



Pantone 485 C

Cyan - 0%
Magenta - 84%
Yellow - 86%
Key (Black) - 14%

As demais opções, Monocrômica, Tons de Cinza e P&B, devem ser usadas apenas em situações de grande limitações do uso das cores.



Dealer.net
Automotive Ecosystem



Dealer.net
Automotive Ecosystem



Dealer.net
Automotive Ecosystem

08. DIMENSÕES MÍNIMAS

A redução exagerada de uma marca pode dificultar a leitura e o reconhecimento de suas características. Para proteger a integridade da identidade e manter a sua legibilidade é prevista uma redução máxima para a marca. Essa definição varia em relação à disposição da marca.

Versões para Impressões:

Para versão Completa definimos uma altura mínima de 0,75cm para aplicações em suporte impresso.

Para versão Básica foi definida uma altura mínima de 0,50cm para aplicações em suporte impresso.



Redução para impresso de versão **Completa**



Redução para impresso de versão **Básica**

Versões Digitais:

Para versão Completa definimos uma altura mínima de 40px para aplicações em meio digital.

Para versão Básica foi definida uma altura mínima de 25px para aplicações em meio digital.



Redução para o digital
de versão **Completa**



Redução para o digital
de versão **Básica**

09.

RESTRICÇÕES DE USO

Uma marca NÃO pode ter suas características alteradas de forma não previstas em seu manual. NÃO é permitido alterar seus padrões cromáticos, espaçamentos, proporções, diagramação, etc. Além de não poder:

- × Não Rotacionar;
- × Não Distorcer;
- × Não Alterar Cores;
- × Não Adicionar Contorno;
- × Não Mudar a Fonte;
- × Não Incluir Moldura;
- × Não Mudar a Opacidade;
- × Não Incluir Elementos;
- × Não Desalinhar;
- × Não Alterar Proporção;
- × Não Mudar os Espaços;
- × Não Aplicar Outline;
- × Não Modificar a Forma;
- × Não Aplicar Efeito.



USO ADEQUADO



USO ADEQUADO



USO INADEQUADO

Todos os arquivos sinalizados neste manual encontram-se disponíveis para download em Marketing (\\10.10.3.9).

Qualquer dúvida consultar a Área de Marketing.
marketing@dealernet.com.br
+ 55 71 **2106 2226** R. 2251

