



Guia da marca

23 de junho de 2009

Apresentação da Presidência

A Marca BNDES é um de nossos principais ativos intangíveis. Maximizar sua eficácia e zelar por este ativo é uma tarefa de todos os participantes do Sistema BNDES.

Para orientar esta tarefa foi elaborado o Guia da Marca BNDES, a partir de estudos especializados contratados para este fim.

Neste Guia definem-se a estratégia de implantação e gestão de marca, as regras de design e as características essenciais da comunicação do BNDES.

Estas determinações são a base para realizarmos o potencial da Marca BNDES, ampliando sua visibilidade e transmitindo à sociedade brasileira a dedicação e o importante trabalho de nosso corpo funcional.

Estou certo que a equipe do BNDES e seus parceiros saberão empenhar-se para valorizar a Marca BNDES, por meio da rigorosa aplicação deste Guia da Marca.

Luciano Coutinho
Presidente

1. A marca BNDES e o Sistema Visual

1.1. Posicionamento

1.2. Atributos da marca

1.3. A marca BNDES - assinatura principal

1.4. Tagline

1.5. Tagline inglês e espanhol

1.6. Assinatura vertical de uso restrito

1.7. Aplicação da marca sobre fundos

1.8. Versões da marca

1.9. Aplicação da marca sobre imagens

1.10. Paleta de cores

1.11. Exemplos de aplicações da paleta de cores

1.12. Cuidados na veiculação

1.13. Alfabetos padrões

1.14. Usos incorretos

1.1. Posicionamento

O texto de posicionamento deverá ser utilizado como base para todos os elementos de comunicação e servirá como um filtro para as decisões futuras relacionadas à marca.

O que nos inspira:

Benefícios para a sociedade resultantes do desenvolvimento da economia brasileira

O BNDES, o banco do desenvolvimento do Brasil, possui equipe excelente, comprometida com a transformação das condições de vida da sociedade brasileira.

Compromisso com os Brasileiros

O BNDES é um banco brasileiro voltado para a sociedade brasileira, comprometido com as melhorias de suas capacidades produtivas e condições de vida social.

Seriedade democrática

Para bem atender a todos os brasileiros, sempre democrático em suas estratégias e operações, o BNDES aplica-se com seriedade, rigor e comprovada competência.

Excelência e integridade da equipe

Reconhecida internacionalmente, mesmo pelos mais críticos, a equipe do BNDES destaca-se, com sua excelência técnica e administrativa, por melhor cumprir seus desafios de bem responder aos trabalhadores e à sociedade brasileira.

Responsabilidade social e ambiental

Com a responsabilidade de transformar os recursos dos trabalhadores em benefícios sociais, o BNDES considera a responsabilidade social e ambiental como parte de seu negócio.

1.2. Atributos da marca

Os atributos da marca apóiam nosso posicionamento, expressam o espírito e a personalidade da marca BNDES e refletem nossas ações e nosso comportamento.

Os atributos da marca também sugerem possíveis abordagens para a comunicação da nossa marca. É importante observar que um material de comunicação pode não contemplar todos os atributos, ou mesmo, intencionalmente, pode reforçar apenas um. Porém, não pode jamais contrariá-los.

Solidez e qualidade de gestão

O porte, a solidez e a qualidade dos resultados financeiros do BNDES, ao lado de sua ética e integridade comprovados, viabilizam a sua contribuição para o Brasil.

Visão de inovação para criar valor

O BNDES sabe que a inovação é ferramenta essencial para a valorização e para o aumento da competitividade da economia brasileira.

1.3. A marca BNDES assinatura principal



A marca BNDES é a forma gráfica própria e exclusiva para veicular o nome síntese da Empresa em todas as manifestações visuais.

É composta de símbolo e logotipo.

Sempre que possível, a marca deverá ser utilizada na versão em cores, preservando seu desenho original, mantendo rigorosamente os padrões estabelecidos neste manual.

Para reproduzir a marca, utilizar somente os arquivos digitais em anexo.



*O banco nacional
do desenvolvimento*

1.4. Tagline

O Tagline proposto - "O banco nacional do desenvolvimento" - pretende tornar a comunicação mais eficiente e alavancar um retorno de percepção da imagem do BNDES.

O uso do Tagline é opcional, e quando utilizado, deve aparecer apenas uma vez em cada aplicação, seja na capa ou na contracapa das publicações.

Para reproduzir as assinaturas, utilizar somente os arquivos digitais em anexo.

Nota: A razão social não será alterada, permanece como "Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social".



1.5. Tagline inglês e espanhol

Para reproduzir as assinaturas, utilizar somente os arquivos digitais em anexo.

inglês



The Brazilian development bank



espanhol



El banco de desarrollo de Brasil





Exemplo de aplicação em totem



Exemplo de aplicação em banner

1.6. Assinatura vertical de uso restrito

A assinatura vertical de uso restrito teve a relação entre símbolo e logotipo modificada. Deve ser usada apenas para sinalização e materiais promocionais específicos.

Nunca utilizar a assinatura de uso restrito sem a aprovação do departamento de gestão da marca do BNDÉS.

Para reproduzir as assinaturas, utilizar somente os arquivos digitais em anexo.

Nota: Os exemplos são esquemáticos e têm apenas o propósito de ilustrar.

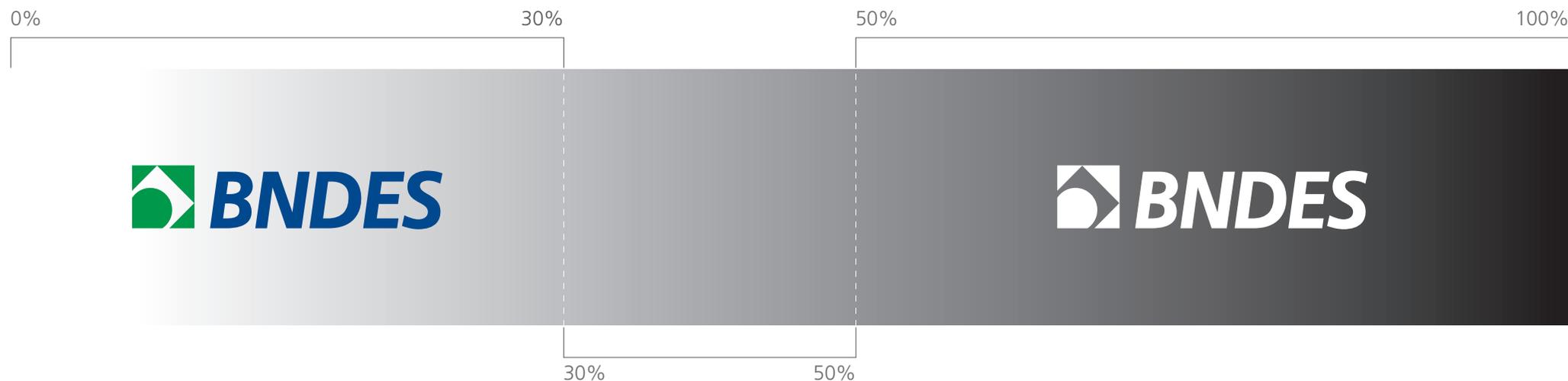
1.7. Aplicação da marca sobre fundos

A marca em cores deverá ser usada sobre fundos que permitam o máximo de contraste para garantir alta legibilidade.

Neste caso, os fundos são equivalentes a 0% e 30% de preto, após a conversão em escala de cinza.

A marca não poderá ser aplicada sobre fundos equivalentes a 30% e 50% de preto, após a conversão em escala de cinza.

A utilização da marca sobre as cores equivalentes a 50% e 100% de preto é permitida na versão negativa, conforme diagrama abaixo.



1.8. Versões da marca

Marca em cores



O uso consistente da marca BNDDES é fundamental para que possamos construir uma imagem sólida, ganhar visibilidade e reconhecimento, e destacar a empresa de seus concorrentes.

A integridade da marca deve ser sempre respeitada: ela não pode ser distorcida, alongada ou alterada. Qualquer modificação torna o significado da marca confuso e reduz o seu impacto.

Marca em cores

É a versão preferencial da marca BNDDES. Deve ser usada sempre que possível.

Marca monocromática

Deve ser aplicada quando houver a necessidade de uma cor sólida (marca a traço) para atender às necessidades de reprodução como impressão a uma cor (Azul BNDDES, Verde BNDDES ou Preto), fax, alto-relevo, hot stamping, silk screen, etc.

Marca monocromática positiva



Marca monocromática negativa



1.9. Aplicação da marca sobre imagens



Em usos sobre imagens, a marca deverá ser obrigatoriamente aplicada sobre fundos com o máximo de uniformidade para garantir alta legibilidade.



Não aplique a marca sobre fundos que não permitam a sua perfeita leitura.



Não aprisione a marca em *boxes* ou caixas de cor.

Nunca aplique a marca sobre fundos que não permitam a sua perfeita leitura.

Não aprisione a marca em *boxes* ou caixas de cor, conforme exemplos ao lado

Nota: Os exemplos de imagens utilizados neste manual são ilustrativos e não aprovados para utilização final.

1.10. Paleta de Cores

Cores Primárias

Verde BNDES

Pantone 348 C / Pantone 355 U
C100 M0 Y100 K10
R0 G153 B51

Azul BNDES

Pantone 287 C / Pantone 294 U
C100 M70 Y0 K20
R30 G66 B139

Cores Secundárias

Verde Claro BNDES

Pantone 369 C / Pantone 368 U
C65 M0 Y100 K0

Azul Claro BNDES

Pantone 300 C / Pantone 3005 U
C100 M45 Y0 K0

Cores Terciárias

Prata Esverdeado

Pantone 8281 C / Pantone 8281 U

Prata

Pantone 877 C / Pantone 877 U

Pantone 569 C / Pantone 569 U
C100 M0 Y60 K15

Pantone 647 C / Pantone 654 U
C90 M40 Y0 K40

Pantone 7473 C / Pantone 7473 U
C65 M0 Y35 K0

Pantone 645 C / Pantone 645 U
C45 M10 Y0 K30

A paleta de cores é um componente fundamental do nosso sistema visual.

As cores primárias são o Verde BNDES, Azul BNDES e o branco: o Verde BNDES deve ser sempre a cor predominante em nossa comunicação institucional e, junto com o branco, forma a base da nossa linguagem visual.

O Verde Claro BNDES e o Azul Claro BNDES formam a paleta de cores secundária. Tem como finalidade dar apoio às cores primárias e enriquecer nossa linguagem visual. Devem ser utilizadas com frequência menor, com critério e bom senso.

As cores terciárias completam o padrão, foram escolhidos matizes que combinam com as cores primárias e secundárias, e deverão ser usadas de maneira limitada.

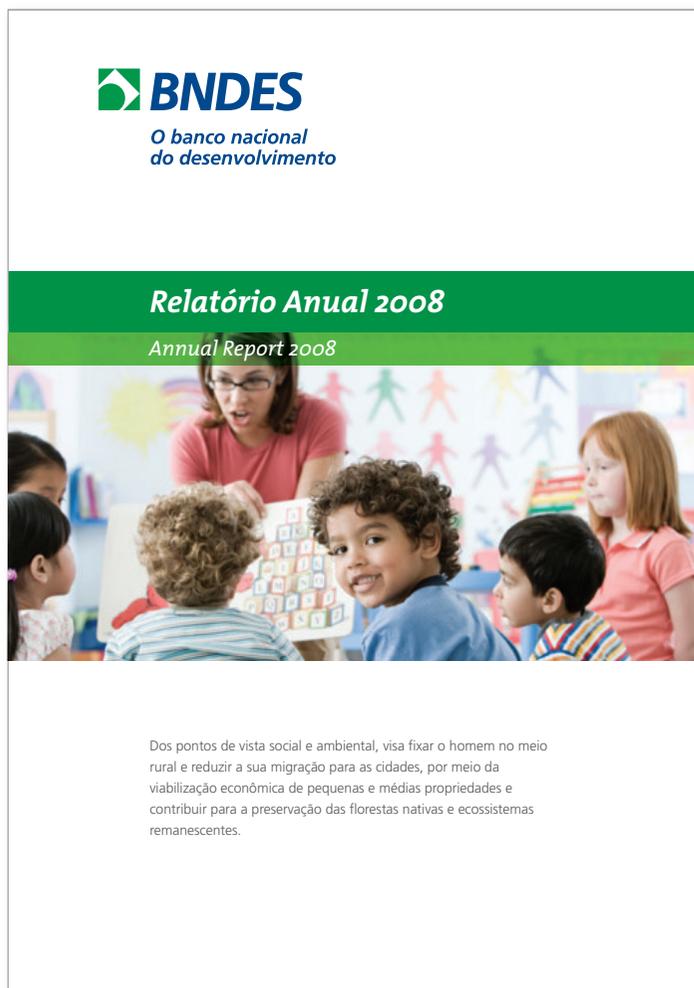
Quando necessário, devem ser solicitadas as correspondências entre as cores Padrões e as referências de fabricantes de tintas.

Cumpra lembrar, porém, que o uso de uma cor de fábrica ou a ref. Pantone® não dispensa jamais o controle visual por meio da amostra de cor, devido às variações nas condições de fornecimento e no material a ser aplicado.

* Pantone é marca registrada da Pantone Inc., EUA.

As páginas deste manual foram impressas digitalmente e não devem ser empregadas como referência de cor. Para esse fim, utilize como referência uma escala Pantone® nova e em bom estado de conservação.

1.11. Exemplos de aplicações da paleta de cores



Capa de publicação institucional

Nota: O exemplo acima é esquemático e tem apenas o propósito de ilustrar.



Cartão de visita



Crachás

1.12. Cuidados na veiculação

Reduções

A redução excessiva da marca pode gerar problemas de legibilidade. Para que esse problema não ocorra, deve-se obedecer às especificações de dimensões mínimas. Para peças gráficas em geral, (impressos, brindes, etc.) a largura mínima recomendada é de 20 mm e 26 mm para a marca com tagline.



Área de reserva

A proximidade de outros elementos gráficos pode reduzir o impacto visual ou mesmo a legibilidade da marca. Dessa forma, recomenda-se a adoção de uma área de não-interferência em torno da marca equivalente à altura da letra "B", conforme apresentado abaixo.



Lorem ipsum, Dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vul-



putate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugait nulla facilisi. Lorem ipsum do lorsitamet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet do-

Exemplo de aplicação

Chamadas e títulos

The Mix Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@\$\$%?!:*{}()[]

The Mix

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@\$\$%?!:*{}()[]

The Mix Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@\$\$%?!:*{}()[]

The Mix Light Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@\$\$%?!:*{}()[]*

The Mix Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@\$\$%?!:*{}()[]*

The Mix Bold Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@\$\$%?!:*{}()[]*

Textos de uso geral

Frutiger 45 Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@\$\$%?!:*{}()[]

Frutiger 55 Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@\$\$%?!:*{}()[]

Frutiger 65 Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@\$\$%?!:*{}()[]

Frutiger 46 Light Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@\$\$%?!:*{}()[]*

Frutiger 56 Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@\$\$%?!:*{}()[]*

Frutiger 66 Bold Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890@\$\$%?!:*{}()[]*

1.13. Alfabetos padrões

A tipografia é um elemento-chave no sistema visual e as fontes tipográficas escolhidas proporcionam padrões gráficos exclusivos para o BNDES, o que traz personalidade e singularidade para a comunicação de caráter permanente.

- Família tipográfica **The Mix**: para chamadas e títulos;
- Família tipográfica **Frutiger**: para textos de uso geral.

Ao lado são apresentadas as versões preferenciais dos Alfabetos.

Os produtores devem adquirir estas fontes diretamente das empresas distribuidoras do mercado para usufruir das licenças de uso. Conforme a legislação, o BNDES não pode fazer a distribuição de fontes. Adquiri-las pela internet é bastante simples. Abaixo, disponibilizamos alguns links para compra direta:

FontShop

<http://www.fontshop.com/>

Fonts.com

<http://www.adobe.com/type/>

Adobe

<http://www.adobe.com/type/>

Alfabeto Padrão Arial

Na impossibilidade de uso dos alfabetos padrões “Frutiger” e “The Mix”, como por exemplo, websites, e-mails, apresentações de Power Point, e preenchimentos eletrônicos; deverá ser utilizado o alfabeto Arial, facilitando o uso para o público geral.

Fonte Serifada alternativa para publicações

Para publicações com grande quantidade de textos corridos como por exemplo a “Revista do BNDES” e a “Legislação Básica do Sistema BNDES” foi definido o padrão de fonte serifada TIMES NEW ROMAN, que eventualmente poderá ser combinada com as demais fontes especificadas.

