

novembro 2016

NORMAS GRÁFICAS
SUPORTES DE COMUNICAÇÃO
DESCUBRA A MADEIRA

ASSOCIAÇÃO DE PROMOÇÃO DA MADEIRA

Descubra a 
madeira
Brand guidelines

ÍNDICE

Introdução	3
A Marca	4
Logótipo	5
Versão em português	6
Versão em inglês	7
Versão em francês	8
Versão em alemão	9
Versão em espanhol	10
Positivo / negativo	11
Cores	12
Comportamento sobre fundos de cor	13
Comportamento sobre fundos fotográficos	14
Dimensões mínimas	15
Margens de segurança	16
Proibições	17
Turismo de Portugal	18
Posição do logótipo	21
Tipografia	28
Mood fotográfico	32
Cores	34
Exemplos de peças gráficas	36

INTRODUÇÃO

O Arquipélago da Madeira é um local excepcional. Uma região especial, que oferece as mais diversas experiências e um leque de emoções surpreendentes a todos os seus visitantes.

A Madeira é um destino para quem vem à procura de um céu mais azul e de um sol mais brilhante, de carinho e sorrisos, e de uma hospitalidade exemplar que inspira a tranquilidade e segurança.

De modo a evidenciar o reconhecido valor deste arquipélago, foi desenvolvida uma estratégia de comunicação integrada, subordinada à mensagem central: “Descubra a Madeira”. Um conceito que é um convite a explorar e conhecer o potencial do arquipélago assente em 3 eixos: Mar, Natureza e Lifestyle.

Estes três eixos pretendem capitalizar as maiores riquezas do arquipélago:

- a vasta costa que o circunda e as atividades daí provenientes;
- as maravilhas de uma natureza virgem e exuberante – que oferece a possibilidade de ser desfrutada num estado puro e tranquilo;
- a vivência genuína dos madeirenses, que convida os visitantes a explorar este destino segundo os costumes e tradições locais - desde a gastronomia típica ao puro estado de prazer proporcionado pelas múltiplas experiências culturais que a Madeira tem para oferecer;
- e a hospitalidade de todos os que garantem a cada visitante uma experiência única – desde os próprios madeirenses, a quem trabalha no ramo turístico (hotéis, agências de viagens e empresas de animação turística) e na área da restauração, entre outras.

Através de imagens evocativas e mensagens claras, esta linha de comunicação ajuda a posicionar a Madeira como um lugar de múltiplas experiências, adaptadas aos mais variados perfis de visitantes.

Este manual de normas foi criado, precisamente, para ajudar a promover o destino Madeira, seguindo a estratégia delineada. De forma clara e concisa, apresenta-se aqui um conjunto de linhas orientadoras que pretendem servir de referência a todos aqueles que tencionam comunicar a marca Descubra a Madeira.

É fundamental que as peças e formatos apresentados sejam tidos como exemplos a seguir, devendo as normas de comunicação descritas ser aplicadas corretamente. Deste modo, teremos uma comunicação promocional consistente, fiel aos valores e à personalidade da marca Madeira.

A MARCA

Quando um arquipélago nos mostra que o melhor da natureza está ao nosso alcance, quando a pureza das cores e a autenticidade dos sabores se juntam para nos seduzir, quando sentimos nas palavras o calor dos braços que nos querem acolher, quando nos convidam a descobrir a Madeira com uma emoção que transmite verdade e vontade, nós vamos.

LOGÓTIPO

LOGÓTIPO
versão em português



O logótipo é o elemento-base da comunicação visual de uma marca. A forma como o logótipo é construído e utilizado envolve normas gráficas que devem ser integralmente respeitadas, para que a marca tenha uma comunicação sólida e coerente em diferentes suportes gráficos.

O logótipo está representado neste manual de normas nos diferentes idiomas em que a marca comunica. As respetivas versões oficiais, e apenas estas, devem ser utilizadas nos diferentes meios e suportes.

LOGÓTIPO
versão em inglês



O logótipo é o elemento-base da comunicação visual de uma marca. A forma como o logótipo é construído e utilizado envolve normas gráficas que devem ser integralmente respeitadas, para que a marca tenha uma comunicação sólida e coerente em diferentes suportes gráficos.

O logótipo está representado neste manual de normas nos diferentes idiomas em que a marca comunica. As respetivas versões oficiais, e apenas estas, devem ser utilizadas nos diferentes meios e suportes.

LOGÓTIPO
versão em francês



O logótipo é o elemento-base da comunicação visual de uma marca. A forma como o logótipo é construído e utilizado envolve normas gráficas que devem ser integralmente respeitadas, para que a marca tenha uma comunicação sólida e coerente em diferentes suportes gráficos.

O logótipo está representado neste manual de normas nos diferentes idiomas em que a marca comunica. As respetivas versões oficiais, e apenas estas, devem ser utilizadas nos diferentes meios e suportes.

LOGÓTIPO
versão em alemão



O logótipo é o elemento-base da comunicação visual de uma marca. A forma como o logótipo é construído e utilizado envolve normas gráficas que devem ser integralmente respeitadas, para que a marca tenha uma comunicação sólida e coerente em diferentes suportes gráficos.

O logótipo está representado neste manual de normas nos diferentes idiomas em que a marca comunica. As respetivas versões oficiais, e apenas estas, devem ser utilizadas nos diferentes meios e suportes.

LOGÓTIPO
versão em espanhol



O logótipo é o elemento-base da comunicação visual de uma marca. A forma como o logótipo é construído e utilizado envolve normas gráficas que devem ser integralmente respeitadas, para que a marca tenha uma comunicação sólida e coerente em diferentes suportes gráficos.

O logótipo está representado neste manual de normas nos diferentes idiomas em que a marca comunica. As respetivas versões oficiais, e apenas estas, devem ser utilizadas nos diferentes meios e suportes.

LOGÓTIPO
versão positivo/negativo



Descubra a 
madeira



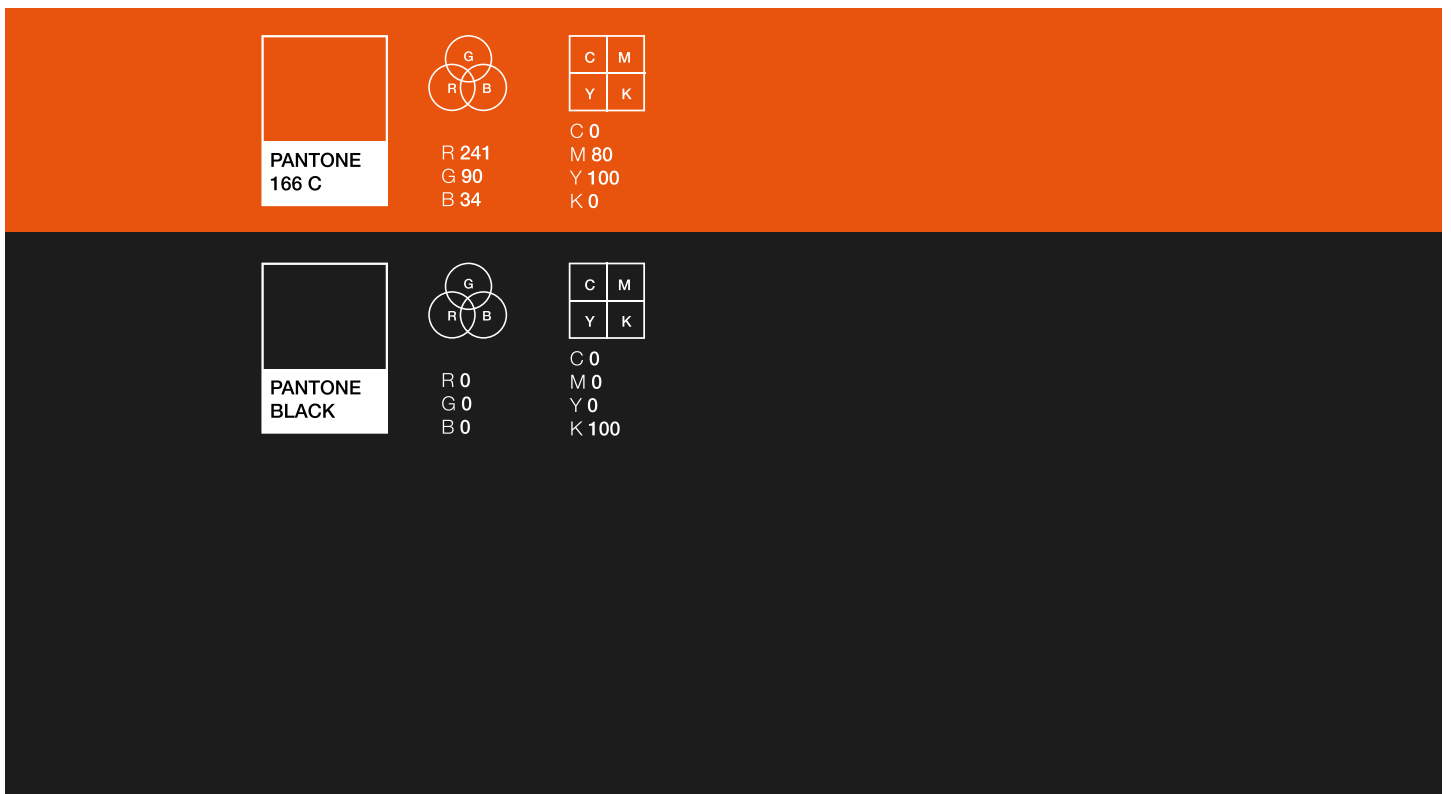
Descubra a 
madeira

O logótipo alto contraste (versão a positivo e negativo) deverá ser utilizado apenas em 2 situações:

1. quando, por motivos de reprodução ou limitação do suporte, não for possível utilizar as cores corporativas da identidade;
2. sobre os fundos fotográficos.

LOGÓTIPO

Cores



A cor é um elemento importante para a identificação de uma marca, devendo esta ser sempre respeitada e reproduzida o mais fielmente possível, de forma a manter a sua integridade.

Os elementos que integram o símbolo não têm valores de composição de cor, já que se trata de um gradient, que deve ser reproduzido de acordo com a versão entregue (em CMYK e RGB).

LOGÓTIPO

Comportamento sobre fundos de cor



A aplicação do logótipo sobre fundos de cor deve garantir a integridade cromática e a leitura ideal em situações com o máximo contraste possível.

LOGÓTIPO

Comportamento sobre fundos fotográficos



Estes exemplos representam os padrões de comportamento possíveis em fundos fotográficos, fornecendo bases suficientes para os critérios de utilização da marca, sem nunca esquecer o princípio básico de manter a integridade cromática do logótipo.

LOGÓTIPO
Dimensões mínimas

Descubra a 
madeira



15 mm

A medida representada é a mínima admitida.
Sempre que possível, esta deve ser aumentada.

LOGÓTIPO
Margens de segurança



Para que o logótipo mantenha uma leitura eficaz, foi criada à sua volta uma área de defesa, que o protege de qualquer elemento estranho à identidade.

LOGÓTIPO

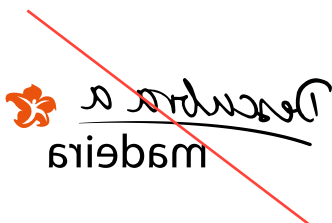
Proibições



1. Não é permitido alterar as cores oficiais do logótipo.



2. Não é permitido deslocar e/ou alterar elementos do logótipo.



3. Não é permitido inverter e/ou rodar o logótipo.



4. Não é permitido redimensionar elementos do logótipo.



5. Não é permitido utilizar outras tipografias no logótipo.



6. Não são permitidos efeitos.

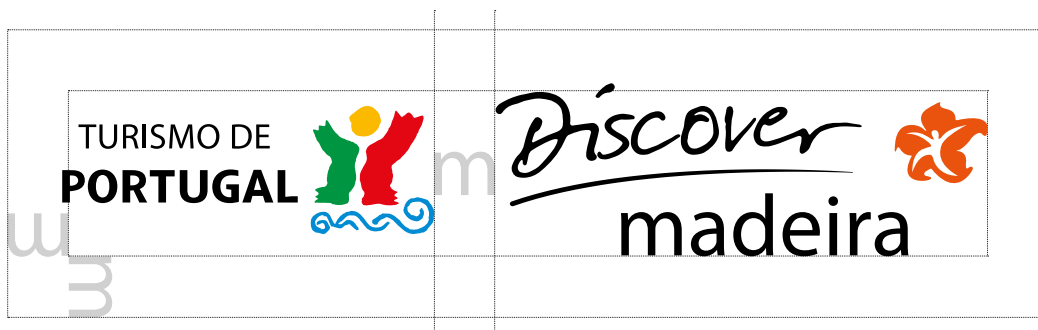
A adulteração do logótipo prejudica a forma como a identidade é comunicada e percebida. Em caso algum, o logótipo deve ser reproduzido de forma diferente das exemplificadas neste Manual de Normas.

A apresentação das incorreções mais frequentes tem como objetivo prevenir a integridade da identidade em qualquer suporte ou sistema de reprodução utilizado.

TURISMO DE PORTUGAL

LOGÓTIPOS

Discover Madeira + Turismo de Portugal



Por vezes, as ações de comunicação desenvolvidas contam com o apoio financeiro do Turismo de Portugal. Quando assim acontecer, as empresas serão informadas antecipadamente, para que possam aplicar o logótipo desta entidade em todos os materiais, em associação ao logótipo do destino.

Esta regra deverá ser aplicada nas peças de comunicação desenvolvidas noutras línguas.

FUNDOS

Descubra a Madeira + Turismo de Portugal

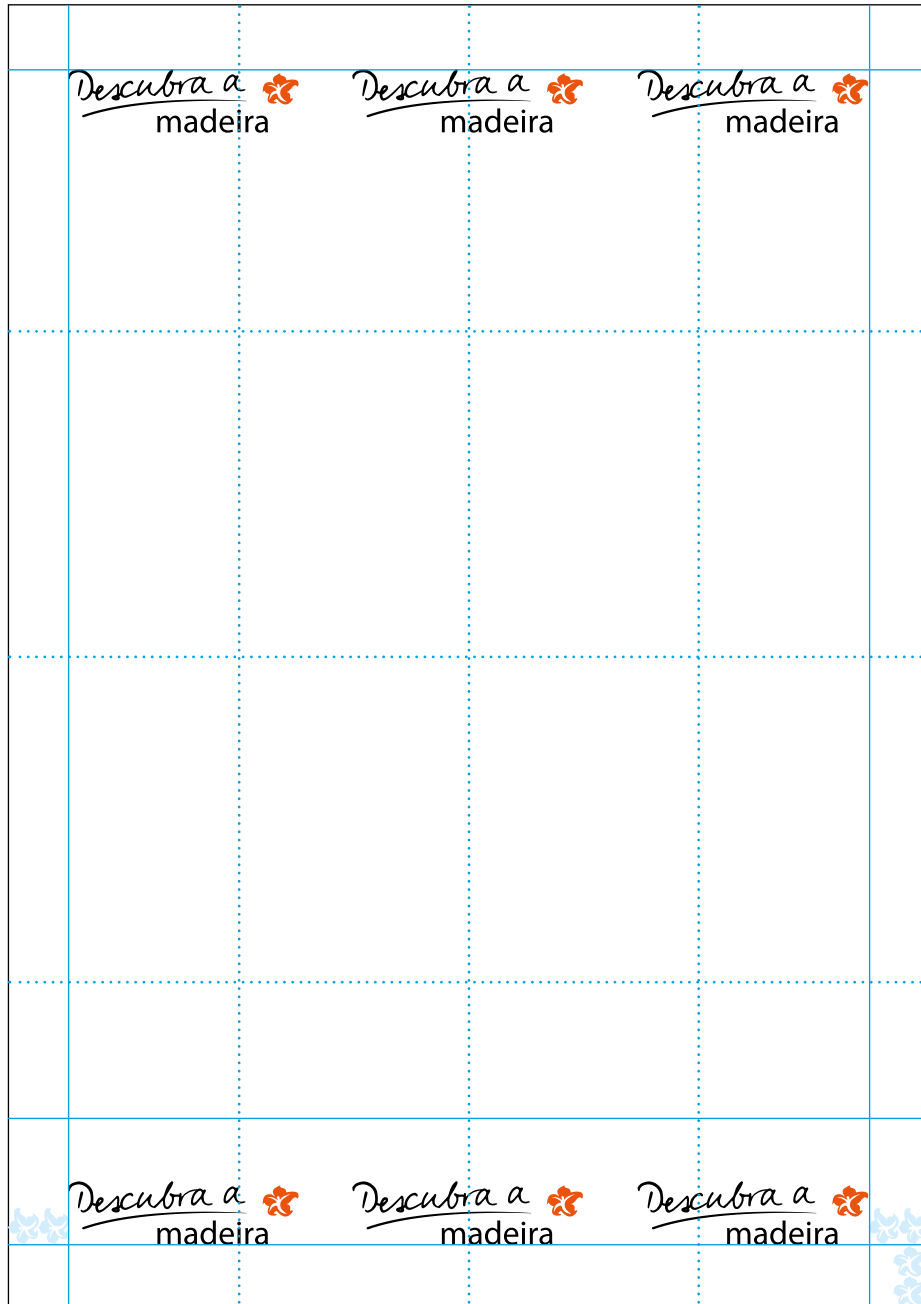


Por vezes, as ações de comunicação desenvolvidas contam com o apoio financeiro do Turismo de Portugal. Quando assim acontecer, as empresas serão informadas antecipadamente, para que possam aplicar o logótipo desta entidade em todos os materiais, em associação ao logótipo do destino.

Esta regra deverá ser aplicada nas peças de comunicação desenvolvidas noutras línguas.

POSIÇÃO DO LOGÓTIPO

PEÇAS DE COMUNICAÇÃO verticais

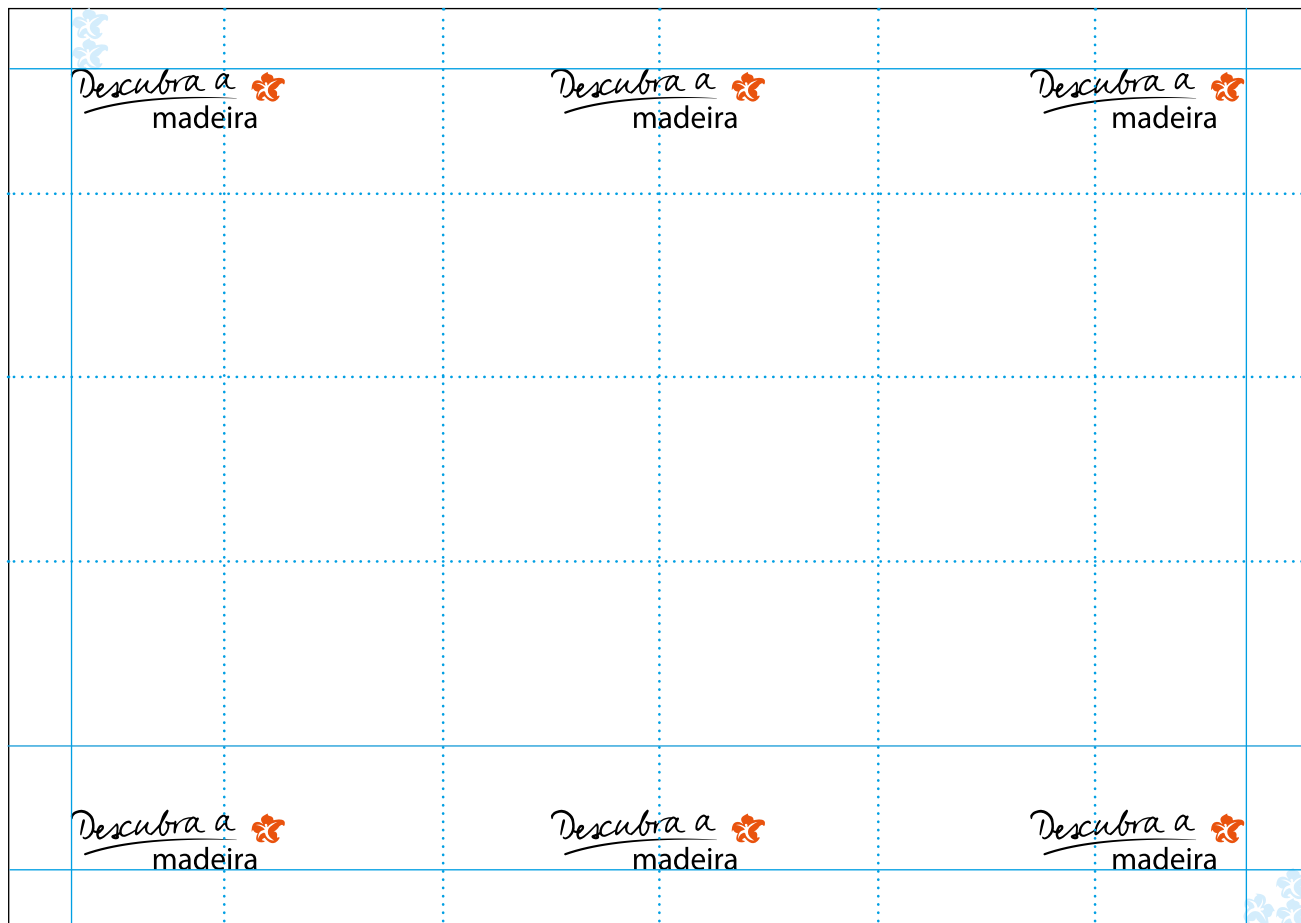


Logótipo:
1/4 da largura do cartão
(Máx. 2/4)

A aplicação do logótipo apresenta alguma flexibilidade, apesar de existirem regras quanto ao espaçamento e tamanhos mínimos. O esquema aqui apresentado mostra o posicionamento do logótipo, por exemplo, numa página A4. Por favor, assegure-se de que salvaguarda a necessária área de defesa em redor do logótipo.

No máximo, e quando existirem poucos elementos no layout, o logótipo poderá ter uma largura máxima de 2/4, assumindo, assim, todo o protagonismo na página.

PEÇAS DE COMUNICAÇÃO horizontais



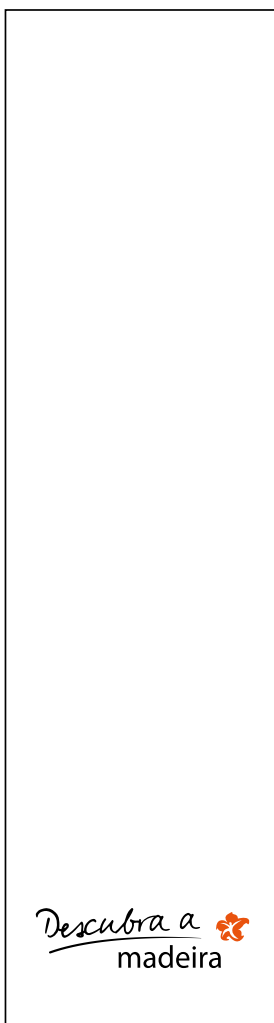
Logótipo:
1/6 da largura do cartão
(Máx. 3/6)

A aplicação do logótipo apresenta alguma flexibilidade, apesar de existirem regras quanto ao espaçamento e tamanhos mínimos. O esquema aqui apresentado mostra o posicionamento do logótipo, por exemplo, numa página A4. Por favor, assegure-se de que salvaguarda a necessária área de defesa em redor do logótipo.

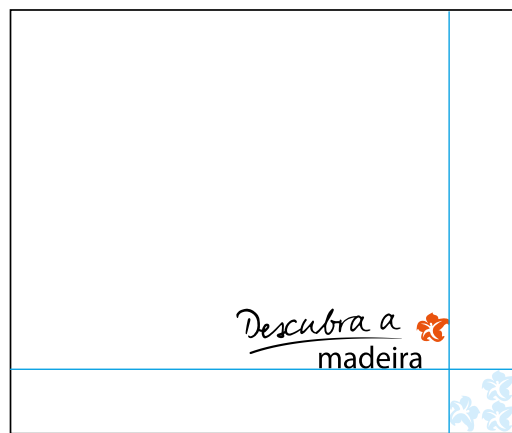
No máximo, e quando existirem poucos elementos no layout, o logótipo poderá ter uma largura máxima de 3/6, assumindo, assim, todo o protagonismo na página.

PEÇAS DE COMUNICAÇÃO Banners

728px x 90px



160px x 600px



300px x 250px

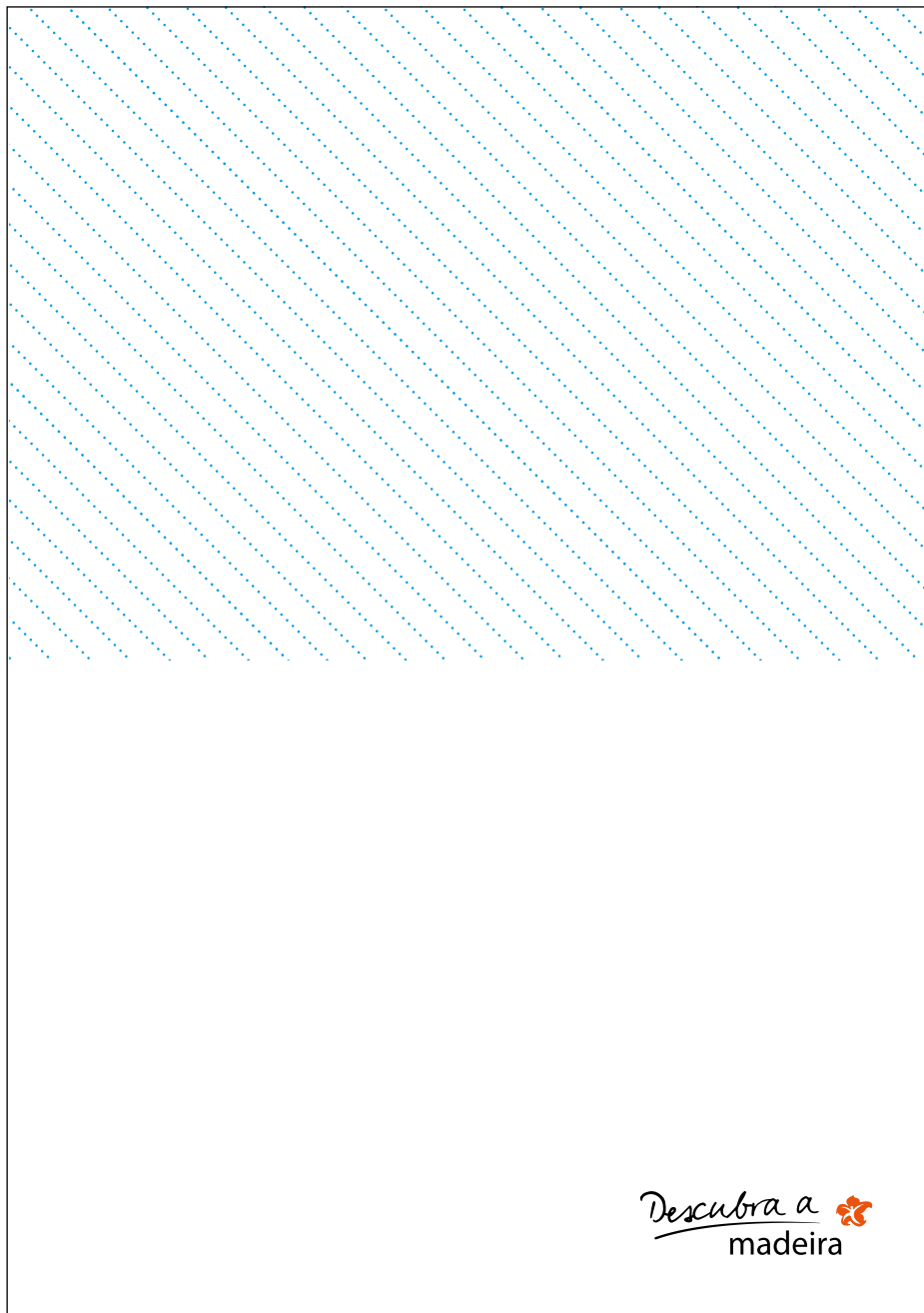
Logótipo:
80px da largura

A aplicação do logótipo apresenta alguma flexibilidade, apesar de existirem regras quanto ao espaçamento e tamanhos mínimos.

Dependendo da complexidade do layout, o logótipo poderá ter uma largura superior a 80px mas, por favor, assegure-se de que salvaguarda a necessária área de defesa em redor do logótipo.

PEÇAS DE COMUNICAÇÃO

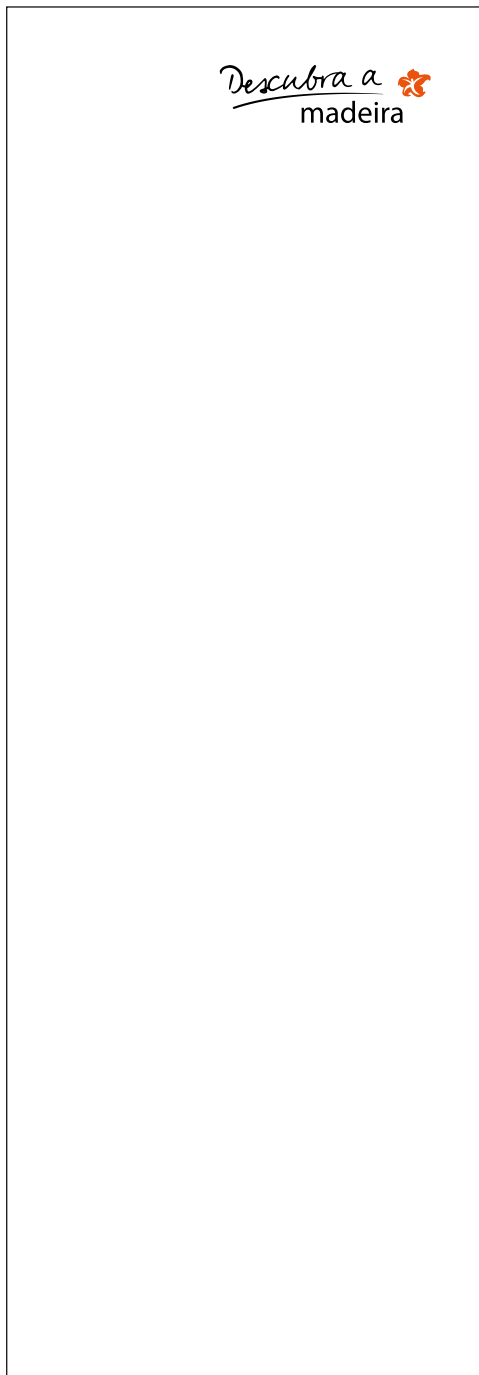
Impressas



É essencial inserir a informação do nome do destino (Madeira/Porto Santo) com destaque ainda antes de identificar a empresa. O formato mínimo obrigatório para uma imprensa Descubra a Madeira é de meia página.

PEÇAS DE COMUNICAÇÃO

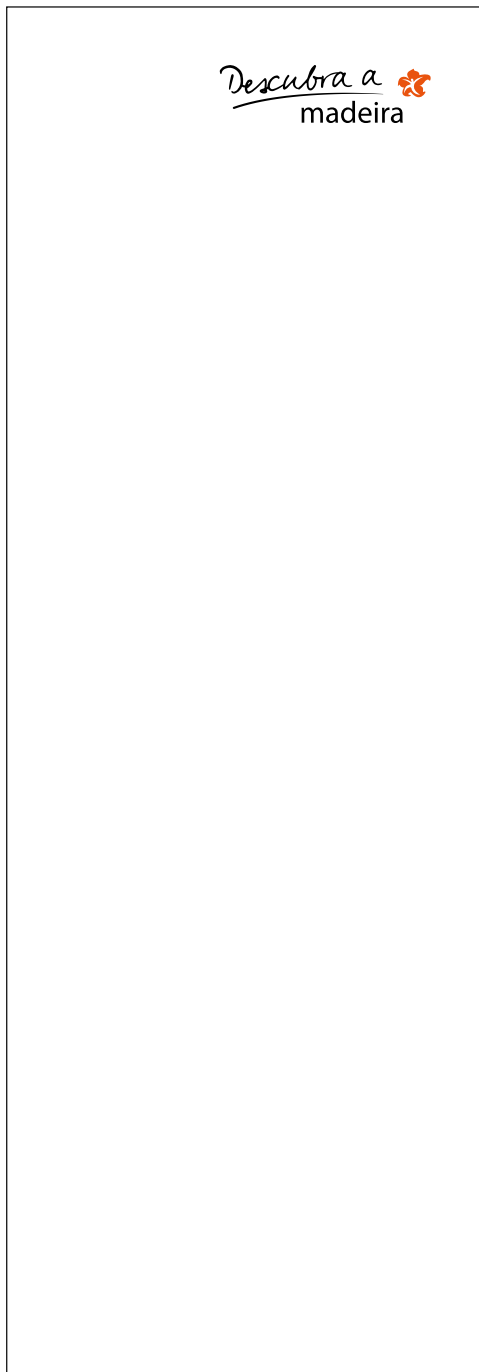
Roll-ups



É essencial inserir a informação do nome do destino (Madeira/Porto Santo) com destaque ainda antes de identificar a empresa. Recomenda-se a utilização de imagens da ilha a preencherem, no mínimo, 50% do espaço total da peça.

PEÇAS DE COMUNICAÇÃO

Feiras e stands



No que diz respeito às peças produzidas para Feiras e Stands, é essencial que, independentemente dos seus formatos e dimensões, estas apresentem a identificação do destino (Madeira/Porto Santo) com destaque. Só depois, devem apresentar o nome da empresa que comunica.

Recomenda-se ainda a utilização de imagens da ilha, que devem preencher, no mínimo, 50% do espaço total da peça.

TIPOGRAFIA

HEADLINE / SUB-HEADLINE

DK SENSORY OVERLOAD

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
1234567890 @?!/(,..:)\$'"-<>_«»**

BELLABOO

**ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ
1234567890 @?!/(,..:)\$€=#**

Dark woman

*abcdefghijklmnopqr stuvwxyz
ABCDEFGHIJKL MNOPQR STUVWXYZ
1234567890 &?!/(,..:)\$%&#<=>*

Por favor, utilize apenas 1 ou 2 destas tipografias por capa ou spread em todas as suas publicações.

PREMIUM LAYOUTS

Didot regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 &!/+ (.,:;) \$%&#<=>

Didot bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 &!/+ (.,:;) \$%&#<=>

Didot italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 &!/+ (.,:;) \$%&#<=>

BODY COPY

GOTHAM HTF BOOK

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
1234567890@&?!/+ (.,:;)

GOTHAM HTF BOOK ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
*ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ*
1234567890@&?!/+ (.,:;)

GOTHAM HTF BOLD

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOP**QRSTUVWXYZ**
1234567890@&?!/+ (.,:;)

GOTHAM HTF BOLD ITALIC

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
1234567890@&?!/+ (.,:;)

Esta tipografia deverá ser usada em body copys. Dependendo do tamanho da tipografia e do destaque necessário, pode ser usada na sua versão *regular* ou *bold*.

A tipografia Gotham HTF não deverá ser usada para cabeçalhos ou títulos. não deverá ser usada em cabeçalhos ou títulos.

MOOD FOTOGRAFICO



A fotografia deverá tentar ser sempre surpreendente e mostrar a beleza mais profunda das ilhas. A ideia de ‘arquipélago holístico’ é específico da Madeira. Esta é uma nova forma de comunicar a pureza natural das ilhas e o seu contributo para o bem-estar das pessoas. De forma a refletir a extraordinária natureza madeirense, a fotografia de paisagens deverá ser dinâmica e apresentar uma qualidade ligeiramente surreal.

É fundamental que as localizações sejam cuidadosamente escolhidas, de modo a evitar as típicas imagens de ‘postal’. Devem ser tidos em conta efeitos como a luz, o nevoeiro e as nuvens para criar imagens inusitadas. Certifique-se de que escolhe a melhor época do ano para mostrar o verde e as flores que caracterizam a região.

CORES



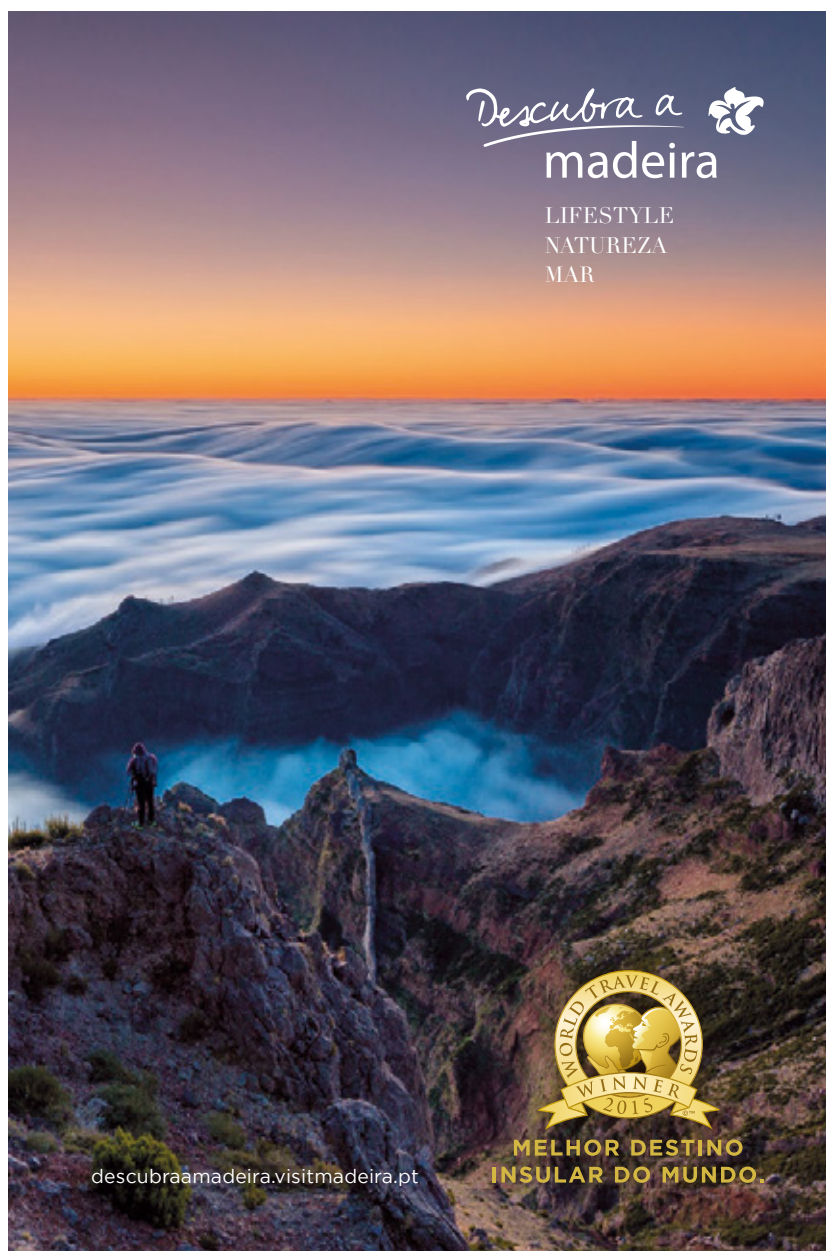
As cores escolhidas pretendem representar a natureza madeirense, especialmente a sua vegetação e a água. Quando usadas em conjunto com as imagens fotográficas, as cores escolhidas devem conviver com as mesmas de forma adequada. No caso de serem usadas em texto, as cores devem ser contrastantes, permitindo a leitura da mensagem.

As cores aqui sugeridas estão divididas entre cores fortes e tons pastel, de forma a criar uma gama alargada de opções, a usar consoante os materiais e temas em questão.

EXEMPLOS DE PEÇAS GRÁFICAS

EXEMPLOS DE PEÇAS GRÁFICAS

Brochuras



A. Capa da brochura Institucional Descubra a Madeira (PT).

A expressão visual do conceito Descubra a Madeira baseia-se numa nova forma de comunicar o ambiente natural da Madeira e nos seus efeitos no bem-estar de quem visita o território.

Esta representação gráfica combina um copy com um corpo de letra impactante, uma tipografia manuscrita e uma fotografia valorizadora. Deve garantir-se a escolha de uma imagem bonita, ilustrativa da natureza, de um evento ou acontecimento realizado nas ilhas, acompanhada de um copy que relacione a experiência com uma sensação de bem-estar.

Recomenda-se que as cores utilizadas no copy garantam a legibilidade do texto, sejam vivas e contrastes.

EXEMPLOS DE PEÇAS GRÁFICAS Folhetos



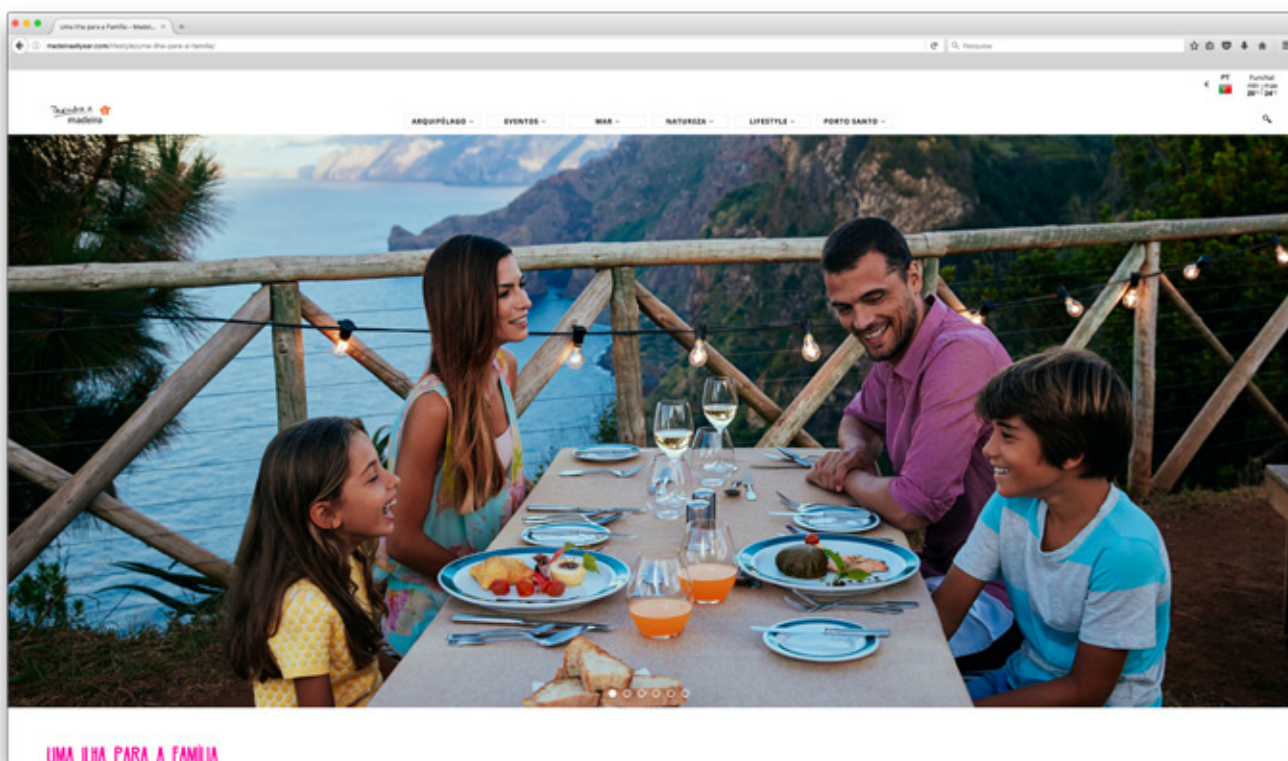
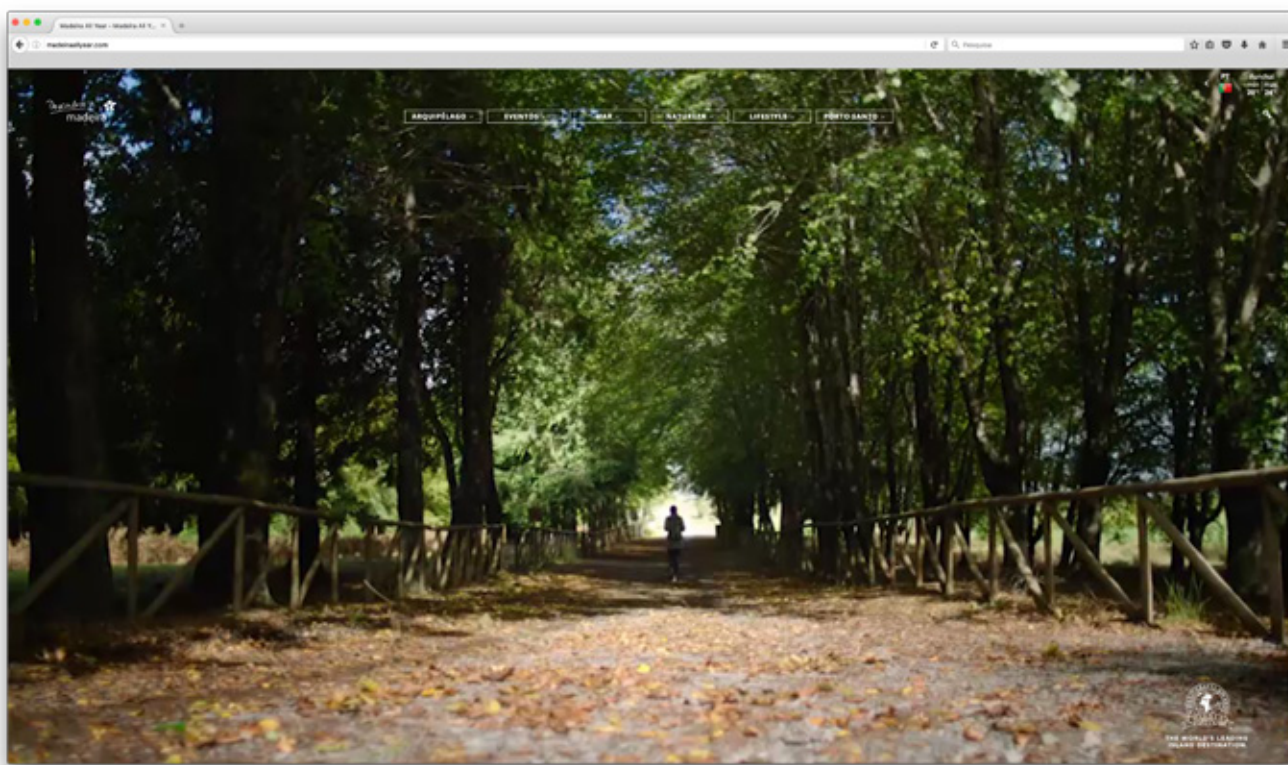
B. Capas dos folhetos
Descubra a Madeira A5:
Turismo Ativo (PT)
e *Randonnées Pédestres* (FR)



C. Layout de um spread interior do folheto Descubra a Madeira A5: *Tourism Actif à Madère* (FR)

EXEMPLOS DE PEÇAS GRÁFICAS

Site



Descubra a 
madeira

Setembro 2016