

# MANUAL DE IDENTIDADE VISUAL DA ORGUEL

Normas e padrões do uso correto da marca



# História em evolução

A marca Orguel tem início em 1966, quando os fundadores Fábio Guerra Lages e Francisco de Assis Guerra Lages resolveram, em comum acordo, alterar o nome da empresa Provenda.

Criou-se então, um acrônimo, juntando as iniciais da transcrição Organização Guerra Lages, em homenagem ao sobrenome da família Guerra Lages.

Essa Marca, hoje referência em todo o mercado, já passou por 3 atualizações e agora, entra em um novo ciclo em consonância com as transformações estratégicas do negócio.



**ORGUEL. ORGUEL**



# História em evolução

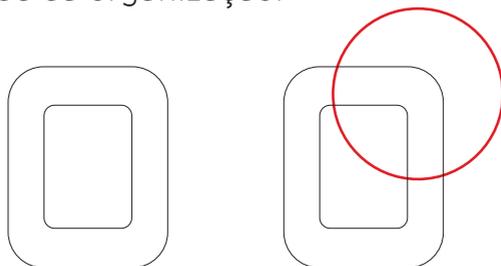
Este manual orienta a aplicação da marca da Orguel. Ele deve ser usado como instrumento de consulta, sendo as matrizes de reprodução constantes no anexo. Não será permitido qualquer tipo de aplicação da marca Orguel que altere suas configurações originais ou qualquer dos seus elementos constituintes (símbolo, alfabetos e cores), como: condensação ou expansão do logotipo, exclusão do símbolo, alteração das cores ou desrespeito às margens de proteção e limite de redução.



# Referência de aplicação

## A nova marca

A marca da Orguel é formada por um símbolo e um logotipo. A letra inicial do nome da empresa é a base da construção do símbolo. Ela nasce de um detalhe do desenho da letra "O" que se transforma em uma seta ascendente, na direção do crescimento e da continuidade da organização.



Da integração do símbolo com o nome, nasce uma nova marca expressiva e dinâmica. Combina uma cor quente com uma cor fria, denotando contemporaneidade e destaque para a organização.

 **ORGUEL**



# Referência de aplicação

## Cores

A cor azul na identidade visual da Orguel deve sempre ser valorizada em suas aplicações impressas (policromia e Pantones©) e digitais (RGB e HTML). Além do Azul da marca Orguel, ficou definido o laranja como cor complementar para peças institucionais e publicitárias. Recomenda-se sempre prezar pelos padrões de cores listadas abaixo, de acordo com as necessidades.

<p><b>AZUL</b></p> <p>Pantone 286 C</p> <p>RGB 0, 57, 166</p> <p>CMYK 100, 66, 0, 35</p> <p>HEX #0039A6</p>	<p><b>LARANJA</b></p> <p>Pantone 2018 C</p> <p>RGB 255, 117, 0</p> <p>CMYK 0, 64, 94, 0</p> <p>HEX #FF7500</p>	
<p><b>AZUL MÉDIO</b></p> <p>Pantone 2388 C</p> <p>RGB 126, 92, 184</p> <p>CMYK 86, 50, 0, 28</p> <p>HEX #014ab0</p>	<p><b>CINZA</b></p> <p>Pantone 428 C</p> <p>RGB 187, 189, 192</p> <p>CMYK 3, 2, 0, 25</p> <p>HEX #bbdc0</p>	<p><b>BRANCO</b></p> <p>Pantone Cool Gray 1 C</p> <p>RGB 100, 100, 100</p> <p>CMYK 0, 0, 0, 0</p> <p>HEX #ffffff</p>

OBSERVAÇÃO: VER ESPECIFICAÇÃO TÉCNICA ACIMA.



# Referência de aplicação

## Área de Proteção da Marca

Para assegurar a leitura da marca Orguel, foi determinado o tamanho mínimo de respiro utilizando-se a letra O da letra Marca.

Esse espaço mínimo é necessário para que a Marca não tenha a leitura e visibilidade comprometidas. Nunca aplique a Marca sem considerar esse respiro, nos quatro lados, conforme esquema abaixo:



# Referência de aplicação

## Utilização do Símbolo

Em situações específicas, pode-se optar pela utilização apenas do símbolo que compõe a Marca Orguel. Sobre o fundo branco, ele entra normalmente. Deve-se utilizar um box azul para ancorar o símbolo, quando o fundo for variado.



# Referência de aplicação

## Tagline

A marca pode ser acompanhada, dependendo da utilização, de uma tagline que compõe a assinatura completa sintetizando os principais vetores da organização: as soluções de engenharia de acesso, a inovação permanente e a confiança nos relacionamentos.



# Referência de aplicação

## Tipologias

Foram definidas duas famílias tipográficas de apoio à marca.

A fonte New Rubrik Edge é a tipografia escolhida para os materiais de divulgação tais como: Anúncios, catálogos, folheteria, papelaria etc.

A fonte Asap Semi Expanded, uma fonte Google, foi escolhida para ser a fonte de apoio secundária. Exemplos de uso: comunicados internos, site, apresentações de Power Point etc.

# Aa Bb Cc Dd

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ **ABCDEFGHIJKLMN**  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz **abcde**  
 1234567890 **1234567890**

# Aa Bb Cc Dd

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ **ABCDEFGHIJKLMN**  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz **abcde**  
 1234567890 **1234567890**



# Referência de aplicação

## Versões da Marca

A marca Principal deve ter predominância nas aplicações institucionais. A aplicação em versões negativo e monocromáticas somente poderão ser utilizadas com autorização expressa da área de Comunicação e Marketing ou em situações em que o uso de cores seja restrito.

Em caso de dúvidas, consulte um profissional da área.

Marca Principal



Marca negativa colorida



Marca monocromática



Marca negativa monocromática

# Referência de aplicação

## Redução

Para assegurar a boa leitura da Marca Orguel, foi determinado o tamanho mínimo de 20 mm de largura para sua aplicação.

Esse tamanho mínimo é necessário para que a Marca não tenha a leitura e visibilidade comprometidas. Nunca reduza a Marca além do tamanho determinado. É permitida a redução mínima para impressões do tipo offset e digital. Para Silk-screen, litogravura e outras técnicas, a impressão de uma prova é necessária para conferência.

IMPRESSA

The logo consists of a stylized orange 'O' icon followed by the word 'ORGUEL' in a bold, blue, sans-serif font.

20 mm

DIGITAL

The logo consists of a stylized orange 'O' icon followed by the word 'ORGUEL' in a bold, blue, sans-serif font.

100 PX

# Referência de aplicação

## Usos indevidos

É mandatório:

1. Nunca usar o logotipo do lado esquerdo do símbolo
2. Nunca utilizar a versão positiva da Marca sobre fundos escuros. Observe sempre o contraste do logotipo com o fundo.
3. Nunca alterar as cores institucionais da Marca.
4. Nunca aplicar a Marca sobre fundos poluídos, com muitas informações ou texturas.
5. Nunca alterar as proporções estabelecidas entre os elementos da Marca.
6. Nunca aplicar efeitos como: sombras, volumes e outros.



# Referência de aplicação

## Papelaria

A papelaria deve ser a mesma para todas as Unidades da Orguel. As medidas, a tipologia, as cores e os tamanhos das fontes, indicados na papelaria devem ser sempre respeitados.

Toda papelaria impressa deve ser requisitada ao setor de Comunicação e Marketing, que irá avaliar os prazos e quantidades de cada item junto ao Suprimentos.



# Referência de aplicação

## Frota



# Referência de aplicação

## Placa de obra

As placas de obras são desenvolvidas para identificar a presença da Orguel no mercado da construção.

Sempre que houver uma nova obra ou placas que forem descaracterizadas por intempéries, uma nova placa deverá ser solicitada à área de Comunicação e Marketing.



# Referência de aplicação

## Placas de sinalização

As identificações internas das Unidades da Orguel devem seguir o padrão definido pela Comunicação e Marketing alinhadas às normas de segurança do Núcleo Ocupacional.

**OPERAÇÕES BH**



**ATENÇÃO**

**É PROIBIDA A ENTRADA DE  
PESSOAS NÃO AUTORIZADAS**



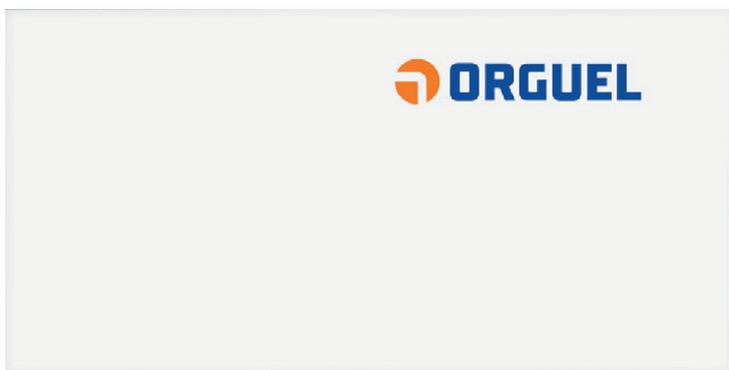
# Referência de aplicação

## Cartões de visita



# Referência de aplicação

## Envelope Ofício



# Referência de aplicação

## Envelope saco



# Referência de aplicação

MANUAL DA MARCA \_ ABR/24

## Manifesto da marca



# Referência de aplicação

## Banners



# Referência de aplicação

## Frota



# Referência de aplicação

Fachadas



# Referência de aplicação

## Descanso de tela

MANUAL DA MARCA \_ ABR/24



## COMUNICAÇÃO E MARKETING ORGUEL

Rua Mato Grosso, 110 | Centro  
30.190-080 | Belo Horizonte, MG

