

CHIENS & CHATS

**PET PASSION**  
PROFESSIONNEL

MANUAL DE IDENTIDADE  
CORPORATIVA

## MALHA DE CONSTRUÇÃO

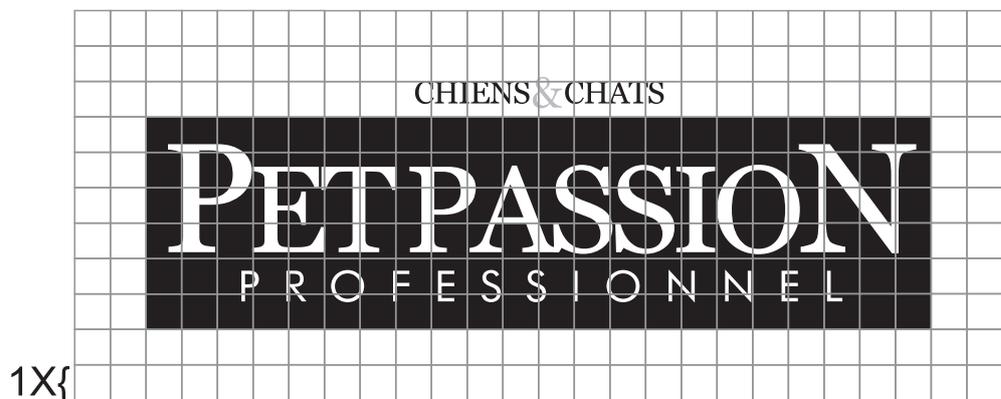
---

A consolidação de uma marca requer sempre o uso correto de todos os seus elementos. Não tente redesenhá-la, pois você estará arriscando a qualidade da imagem da empresa. Somente no caso de total impossibilidade de uso dos meios de reprodução eletrônica deverá ser utilizado o diagrama abaixo, no qual a retícula de módulos quadrados orienta a construção do símbolo e o seu respectivo arejamento.

- Tamanho do módulo: altura do retângulo cinza ou 1/3 da altura da letra P.

- Proporção de construção da logo: 7 x 22 módulos.

- Área de Respiro da Marca: 2 módulos.



## FONTES INSTITUCIONAIS

---

O alfabeto padrão é um importante instrumento de identidade visual e fortalecimento da imagem institucional da marca. A família de letras é escolhida por ligação e design com o símbolo. A fonte é padrão e pode ser utilizada em todo o materias de comunicação - em suas versões Light, Light Italic, Regular, Italic e Bold.

### FONTE PRINCIPAL

Georgia  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890,,:?!~^'`"»%\$#@&[]{}()=+~\*/\|\_

---

### FONTE SECUNDÁRIA

Centaur  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890,,:?!~^'`"»%\$#@&[]{}()=+~\*/\|\_

---

### FONTE AUXILIAR

Century Gothic  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890,,:?!~^'`"»%\$#@&[]{}()=+~\*/\|\_



## DIMENSÕES MÍNIMAS

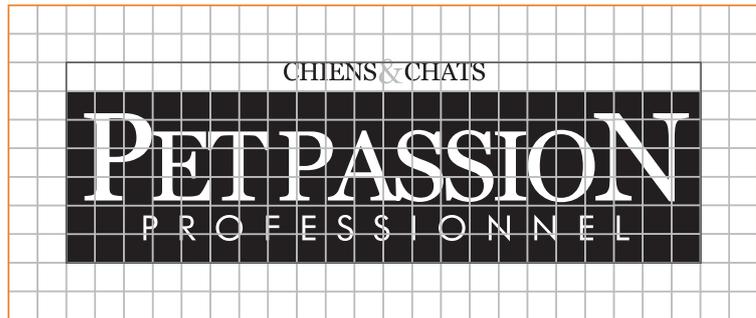
---

Para garantir a reprodução legível da marca foi estabelecida a redução máxima para a assinatura. Deve-se respeitar a proporção entre os elementos de cada assinatura, não podendo haver nenhum tipo de alteração nas respectivas formas e espaçamentos para não comprometer a legibilidade.



## ÁREA DE PROTEÇÃO

A área de proteção objetiva preservar a visibilidade e leitura da marca, evitando a aproximação excessiva de outros elementos. Portanto, nenhuma informação ou elemento gráfico (textos, outras assinaturas etc.) podem ultrapassar o espaço delimitado pela linha laranja, que é equivalente a 2X.



Quando houver parcerias de marcas: a fim de preservar a integridade da marca, foram estabelecidos alguns parâmetros para não causar interferências na marca e facilitar as aplicações em que ela conviva com as demais assinaturas:

- Nos materiais impressos, a marca deve se apresentar, preferencialmente, à direita das demais marcas, assinaturas e nomenclaturas;
- Marcas e logotipos devem estar totalmente desvinculadas da marca institucional, obedecendo à área de proteção. (Exemplo 1)



Exemplo 1

## CORES INSTITUCIONAIS

---

As cores possuem grande importância na identificação visual de uma marca e sua utilização de forma estratégica otimiza o reconhecimento por parte do público.

A relação abaixo apresenta as especificações técnicas nas principais escalas para impressão e reprodução digital: Pantone, CMYK, e RGB.

	<b>Padrão CMYK</b> Para impressões gráfica em policromia (4 cores em papel couchê - revestido)	 Preto C: 0% M: 0% Y: 0% K: 100%	 Branco C: 0% M: 0% Y: 0% K: 0%
	<b>Padrão RGB e Hex</b> Para uso em mídia digital e eletrônica (monitores ou televisão)	 Preto R: 0% G: 0% B: 0% #000000	 Branco R: 254% G: 254% B: 254% #FEFEFE
	<b>Padrão Pantone</b> Para impressões gráficas em cores especiais (Papel revestido)	 Preto Pantone Process Blac C	 Ouro Pantone Trans. White

---

## MONOCROMÁTICO

---

A marca possui uma versão monocromática que difere levemente da sua assinatura principal. Nela, o símbolo contém um arejamento entre seus elementos, permitindo uma boa leitura e o correto reconhecimento da marca. Nessas situações (monocromático positivo ou negativo), a marca deve ser aplicada exclusivamente nas cores preta (versão positiva) ou branca (versão negativa), pois qualquer outra cor poderá comprometer a caracterização da identidade visual.



## FUNDO COLORIDO

Para permitir uma maior flexibilidade na aplicação da marca, é possível aplicá-la com as cores originais sobre fundos homogêneos e claros até uma porcentagem equivalente a 10% da saturação total da cor ou que tenha um contraste razoável.



Para aplicações em fundo escuro, deve-se optar por uma versão monocromática da área sem contraste, respeitando critérios de legibilidade.



## APLICAÇÕES NAS TAMPAS

---

Essa é a versão da logo para ser aplicado em peças redondas. É recomendado para uso nas tampas dos produtos



## OUTLINE

---

A versão em outline, também conhecida como linhas ou contorno, é recomendada para uso em papel de fax e aplicações de bordado, conforme o modelo a seguir:

- As linhas podem ser aplicadas nas cores preta e branca — a serem escolhidas de acordo com os critérios de contraste e legibilidade em cada situação.
- A espessura da linha pode variar dependendo dos materiais, da superfície e da escala de aplicação. Portanto, para se obter uma reprodução fiel da marca, é aconselhado adquirir os arquivos digitais desenvolvidos especialmente para essa aplicação.
- Para garantir a legibilidade da marca em outline, deve-se obedecer aos dimensionamentos para a redução máxima.

CHIENS • CHATS



## PROIBIÇÕES

O Logotipo não deve ser alterado, seja nas suas cores, diagramação ou proporções nem tampouco ser sobre ou subposta por elementos gráficos, linhas, etc. Na lateral há alguns exemplos de erros que não podem ocorrer.



Não alterar cores



Não alterar tipografia



Não rotacionar



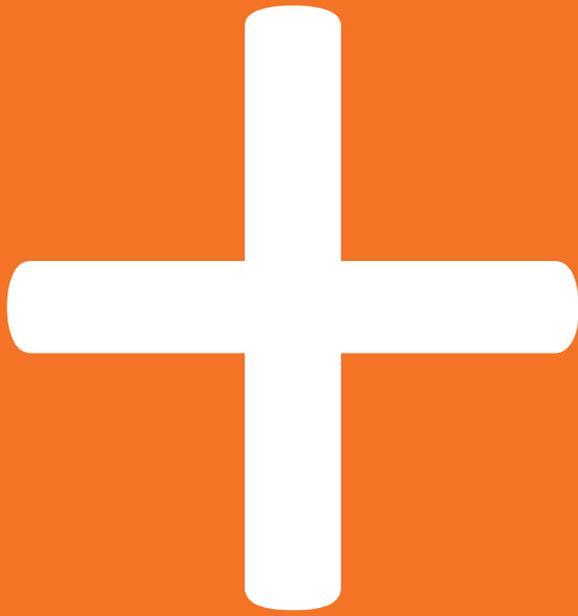
Não mudar posição dos elementos



Não distorcer



Não inclinar tipografia



**OPPM**MAIS  
propaganda

[www.oppmmais.com.br](http://www.oppmmais.com.br)  
Curitiba: 41 3563-1573 • São Paulo: 11 4063-0705