



FUNDAÇÃO  
de apoio à  
**PESQUISA** à  
EXTENSÃO

# Manual de Marca FAPEX

Identidade e personalidade de marca

**ascom** FAPEX  
ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO

Junho 2014

“A melhor maneira de prever o futuro é criá-lo”

Peter Drucker



Branding book - Manual de Marca  
Identidade da marca • junho de 2014



FUNDAÇÃO DE APOIO À PESQUISA E À EXTENSÃO

# Apresentação

O Manual de Identidade e Personalidade de Marca (Branding book) foi elaborado para que todos possam entender e para auxiliar a implementação da marca, de forma organizada e alinhada, a partir de alguns exemplos típicos de aplicação.

Criamos esse manual para garantir que os valores sejam entregues para todos os públicos de interesse, mantendo sua essência e sua integridade em todos os pontos de contato.

Esse Manual apresenta os elementos essenciais da marca (ícone, código cromático, tipografia, estilos), que deverão ser utilizados de forma adequada ajudando a manter a integridade da marca.

# Índice

---



APLICAÇÕES

# ÁREAS MÍNIMAS

A área mínima de interferência ou margens de proteção devem ser respeitadas em todas as aplicações sem exceção.



# ASSINATURA PRINCIPAL

Para as aplicações da marcar, recomenda-se, sempre que possível, que elas sejam em positivo ou negativo (conforme figura) , sobre fundos brancos ou sobre as cores que compõem o código cromático principal CCP.

A área mínima de interferência ou margens de proteção devem ser respeitadas em todas as aplicações sem exceção.



Código cromático principal (CCP)



# INVERSÃO DE CORES

A inversão de cores deve seguir a ilustração

abaixo sempre sobre um frame em branco.



# REDUÇÃO MÍNIMA

Para preservar sua legibilidade, não reduza a  
marca em relação às medidas  
estabelecidas nesta página.



# APLICAÇÕES NÃO RECOMENDADAS





Abril 2014