

ALGARVE 21

PROGRAMA OPERACIONAL

MANUAL DE
IDENTIDADE

MARCA **ALGARVE 21**

ALGARVE 21

PROGRAMA OPERACIONAL

Edição
PO Algarve 21

Coordenação Técnica
Carlos Gama Cruz

Impressão
Tom Gráfico

1ª Edição | Novembro 2008

Manual de Identidade

A marca é um elemento catalizador que confere sustentabilidade a todo o programa, ajudando a criar a percepção nos beneficiários, através de uma comunicação emocionalmente positiva, que o Algarve tem uma identidade própria e é uma marca coerente com o território QREN.

O nome Algarve sublinha a especificidade da Região, o sufixo "21" transporta-nos para um pensamento estratégico e para um desafio de médio e longo prazo que está de acordo com a estratégia de desenvolvimento regional para o período 2007-2013, mas que não se esgota nesse prazo.

Este Manual estabelece as normas básicas de utilização das marcas Algarve 21 e QREN nas situações mais comuns. O cumprimento destas normas fortalece a Marca e evita a incoerência de erros indesejáveis.

A "marca Algarve 21" pretende sublinhar um carácter de modernidade, diversidade e qualificação assente em valores como a credibilidade, a transparência, o sentido estratégico e a exigência.

Índice

CAPÍTULO 01

05. Introdução

CAPÍTULO 02

15. Informação e Publicidade

CAPÍTULO 03

17. Comportamento da marca Algarve 21 com a marca QREN

CAPÍTULO 04

28. Comportamento da marca Algarve 21 com a marca QREN e outras marcas

CAPÍTULO 05

36. Painéis publicitários de obras

CAPÍTULO 06

39. Eventos e outras situações

ALGARVE 21

PROGRAMA OPERACIONAL

introdução

NORMAS GRÁFICAS

01

A marca

ALGARVE 21
PROGRAMA OPERACIONAL

Rigorous sobre a quadrícula

No caso de não se conseguir reproduzir o logotipo pelos meios habituais, este pode ser reproduzido através de uma quadrícula.

Esta representação permite confrontar as proporções e identificar as regras de construção necessárias para uma correcta reprodução.

□ 4 mm²



Cores

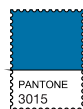
As cores que compõem o logotipo, devem ser reproduzidas com a maior fidelidade, para garantir a uniformidade e fidelidade da reprodução.

Preferencialmente, este deverá ser reproduzido em cor directa Pantone (visualização abaixo), de acordo com as indicações normalizadas. No caso de não existir essa possibilidade, poderá ser utilizada a impressão em CMYK dentro dos valores abaixo descritos.

Para visualização em ecrã (monitor/televisão) deverá utilizar as referências RGB indicadas.

CORES DIRECTAS

PANTONE 3015



CORES CMYK

C - 100 | M - 30 | Y - 10 | K - 15

CORES RGB

R - 0 | G - 101 | B - 148

ALGARVE 21
PROGRAMA OPERACIONAL

Preto e Branco

Na versão a preto e branco, é possível duas soluções, positivo e negativo.

A cô é totalmente substituída pelo preto directo, no positivo. No negativo apresenta-se a inversão deste.

Deverá ser evitada a utilização do logotipo a preto e branco, sempre que possível.

Restringindo-se apenas aos meios impressos a preto, ex: jornais, faxes, etc.

Positivo



Negativo



Dimensão mínima

Para salvaguardar a legibilidade do logotipo em situações normais, estas medidas deverão ser respeitadas na íntegra.

No caso do sistema de reprodução, ou o material a aplicar seja de qualidade inferior, sugere-se que se utilizem dimensões superiores.

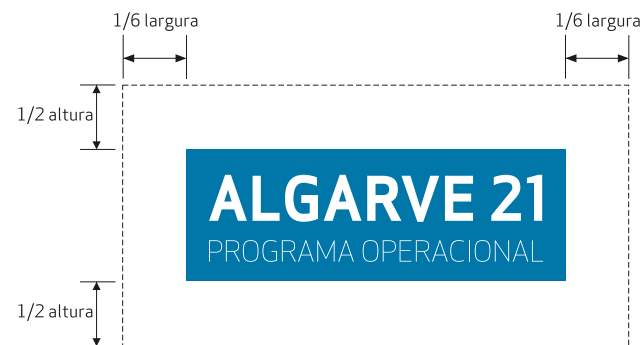
O conjunto só deverá ser reduzido até à largura mínima de 20 mm.



Área de protecção

As margens de segurança definem as distâncias mínimas que devem separar a marca de outros elementos gráficos, assegurando assim a sua correcta percepção, visibilidade e legibilidade.

A área de não interferência apresentada abaixo, deve ser considerada como o mínimo de espaço livre ao redor da marca.



Comportamento sobre fundos de cores sólidas

Diferentes fundos de cor ou padrão, poderão alterar a percepção do logotipo, prevendo-se em certos casos a sua utilização nos mesmos.

Sendo um campo em que a variedade pode ser incalculável, apresentamos aqui alguns dos exemplos mais pertinentes, nos quais se verifica que a melhor solução para fundos de tonalidade azul é a aplicação do logotipo a branco, sendo esta a mais legível.

Nos casos em que se verifique a impossibilidade de utilização do logotipo sobre determinado fundo, sujere-se o cumprimento da margem de segurança proposta neste manual



Comportamento sobre fundos fotográficos



Tipografia

A tipologia usada na marca é da família (Apex Sans)

APEXSANSLIGHT C

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

APEXSANSBOLD C

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

ALGARVE 21

PROGRAMA OPERACIONAL

informação e
publicidade

NORMAS GRÁFICAS

02

Obrigações de Informação e Publicidade dos Beneficiários.

A divulgação e publicitação do apoio (co-financiamento) concedido pelo PO Algarve 21, através do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER), constituem uma responsabilidade das suas entidades beneficiárias, consagrada na legislação comunitária e nacional.

Para conhecer o conjunto integral das obrigações em vigor, consulte o website do PO Algarve 21 (em “Imagem e Publicidade”) e o documento “Guia de Informação e Publicidade para Beneficiários”.

Acções de Informação e Divulgação (Obrigações e Especificações)

1. Em todas as aplicações de informação e divulgação da operação (ou a ela relativas) deverá ser efectuada uma referência bem visível ao co-financiamento comunitário, através da reprodução integral da logomarca do “PO Algarve 21”, da logomarca QREN e da insígnia da União Europeia com indicação do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional:

- No caso de brochuras, livros, cartazes, capas, convites e todas as aplicações impressas (por via tipográfica ou outra), a reprodução de logomarcas e insígnia será feita obrigatoriamente na capa ou contracapa;
- Nos sítios Web, na respectiva homepage;
- Nos espaços publicitários online (banners), os mesmos devem incluir referência ao co-financiamento;
- No caso de filmes e animações electrónicas, na respectiva abertura;
- No caso de anúncios publicitários impressos, na sua base ou local equivalente;
- No caso de serem emitidos certificados de participação ou documentos equivalentes relativos a operações financiadas, os mesmos devem incluir a referência ao co-financiamento;
- No caso de pequenos objectos promocionais (e.g. “merchandising” de pequeno formato), apenas serão aplicados o símbolo “Algarve 21” e a insígnia da União Europeia, sem texto.

2. No caso de spots de rádio, a referência ao co-financiamento é efectuada através da menção áudio, precedida da expressão “Co-financiamento” ou “Apoio”.

3. A entidade beneficiária criará uma página informativa no seu Website (se existente), subordinada à apresentação da(s) operação(ões), acessível através da sua homepage ou estrutura de navegação principal. (No caso do projecto desenvolver um Website com domínio próprio, a homepage do sítio da instituição deverá disponibilizar um hiperlink.) Antes do encerramento da candidatura, essa página apresentará informação da conclusão da(s) operação(ões), fazendo referência aos resultados finais da sua execução. Esta orientação é cumulativa à obrigatoriedade de reprodução da logomarca do “PO Algarve 21”, da logomarca QREN e da insígnia da União Europeia com indicação do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional.

4. Os press releases relativos à operação deverão incluir um parágrafo relativo ao co-financiamento, referindo o Programa Operacional (Algarve 21) e o Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional, o objectivo global da operação e os montantes de investimento e apoio.

No caso dos “dossiers de imprensa” ou “acções de visita”, aquela informação pode figurar sob a forma de um “memorando” sobre a operação. (Aplicam-se nos materiais produzidos a obrigação de figuração da barra de assinaturas do co-financiamento.)

ALGARVE 21

PROGRAMA OPERACIONAL

comportamento da
marca Algarve 21
com a marca QREN

NORMAS GRÁFICAS

03

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com a Marca QREN.

Este capítulo ilustra o comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com a marca QREN.

A Marca do Programa Operacional Algarve 21 deverá aparecer em primeiro lugar, seguida da Marca QREN e, por último, da bandeira da União Europeia.

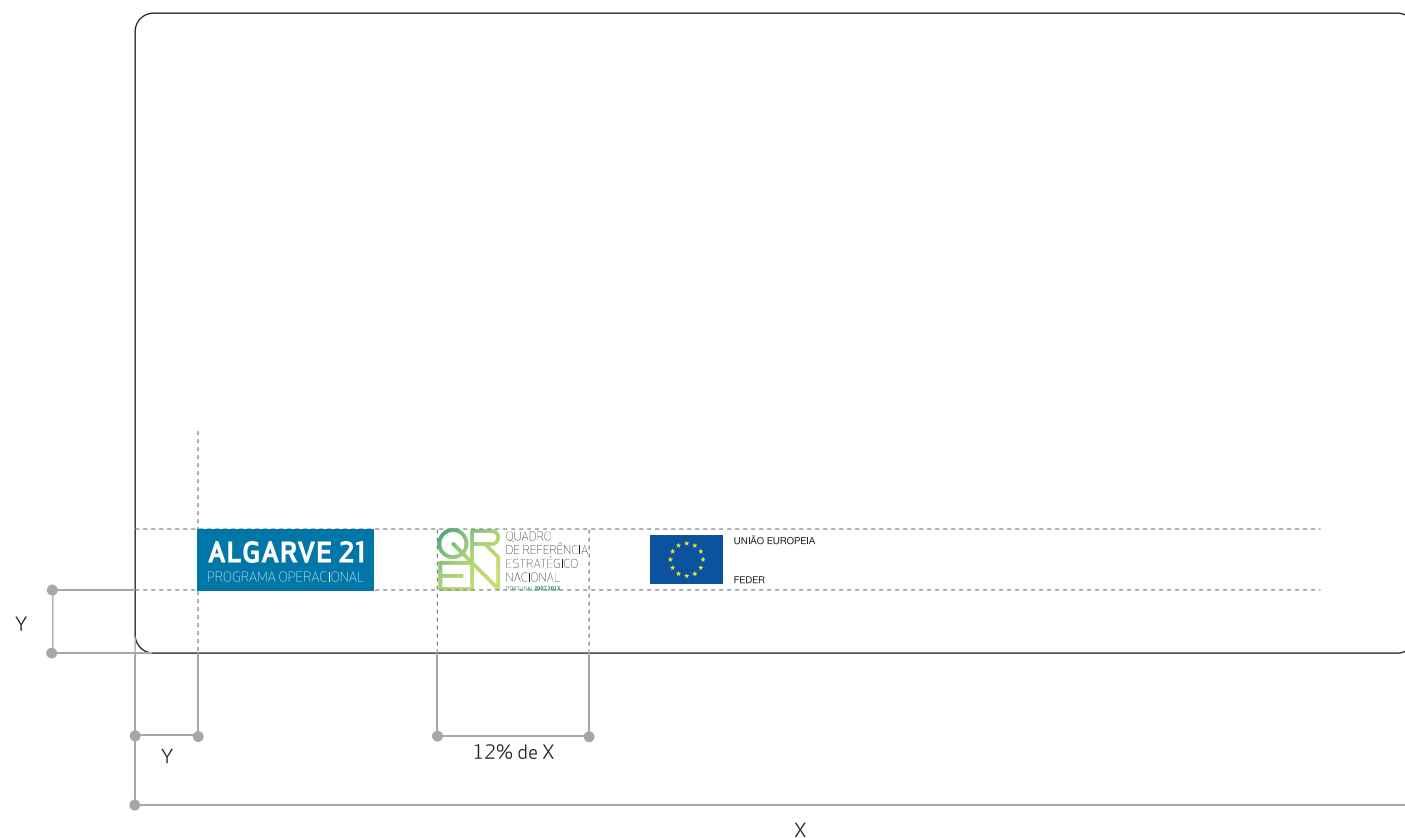
A distância entre cada Marca é definida pela letra “Y”, que representa 2 vezes a margem de segurança da Marca QREN.

A altura da Marca do Programa Operacional Algarve 21 é igual à altura da Marca QREN, na situação (A) e 50% na situação (B)



Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com a Marca QREN. Suportes de comunicação.

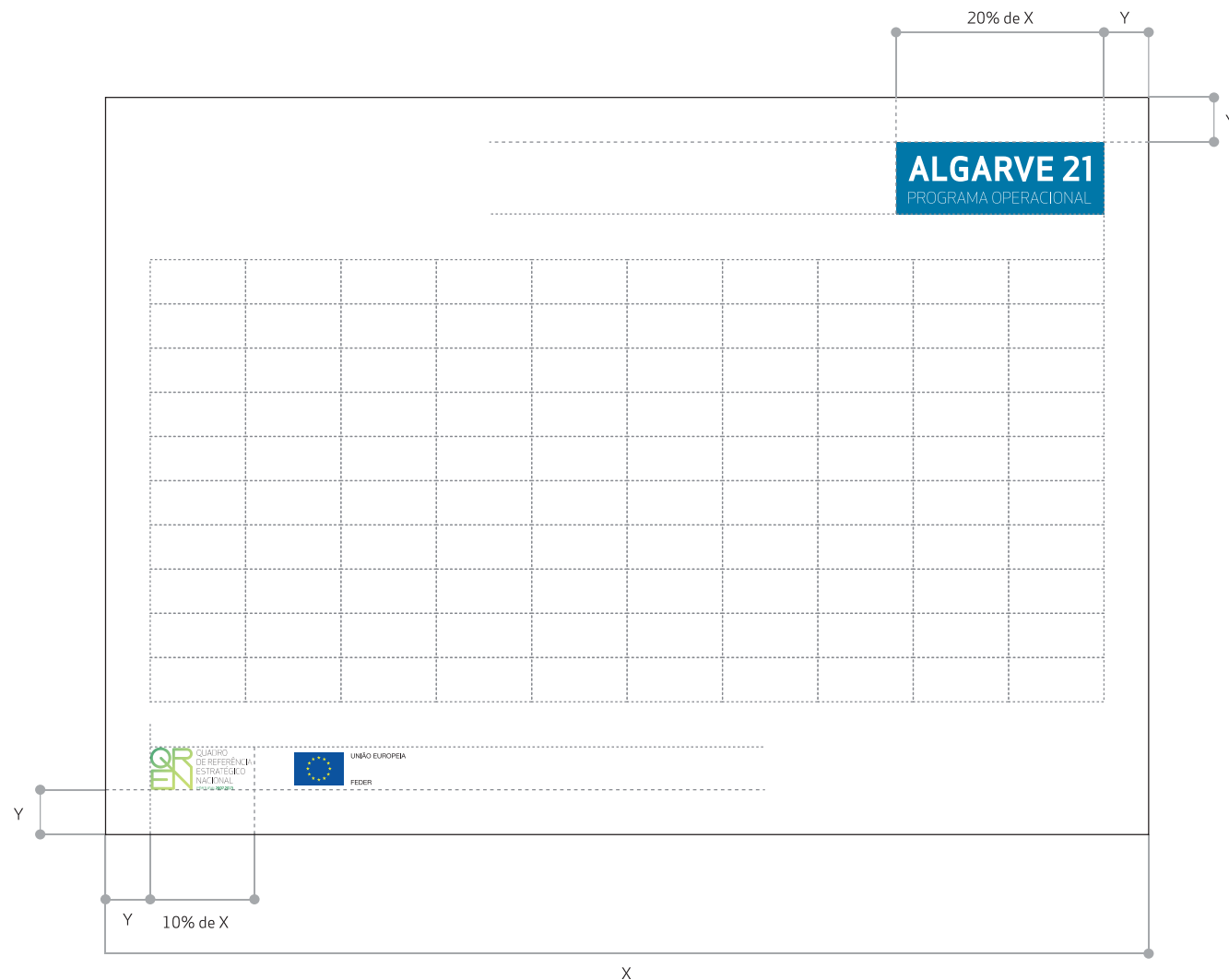
CONVITES.
Formato 17cm x 8.5 cm.



$Y = 2 \times$ Margem de Protecção da Marca QREN

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com a Marca QREN. Suportes de comunicação / Projectos aprovados.

TABELAS NA HORIZONTAL NA INTERNET.



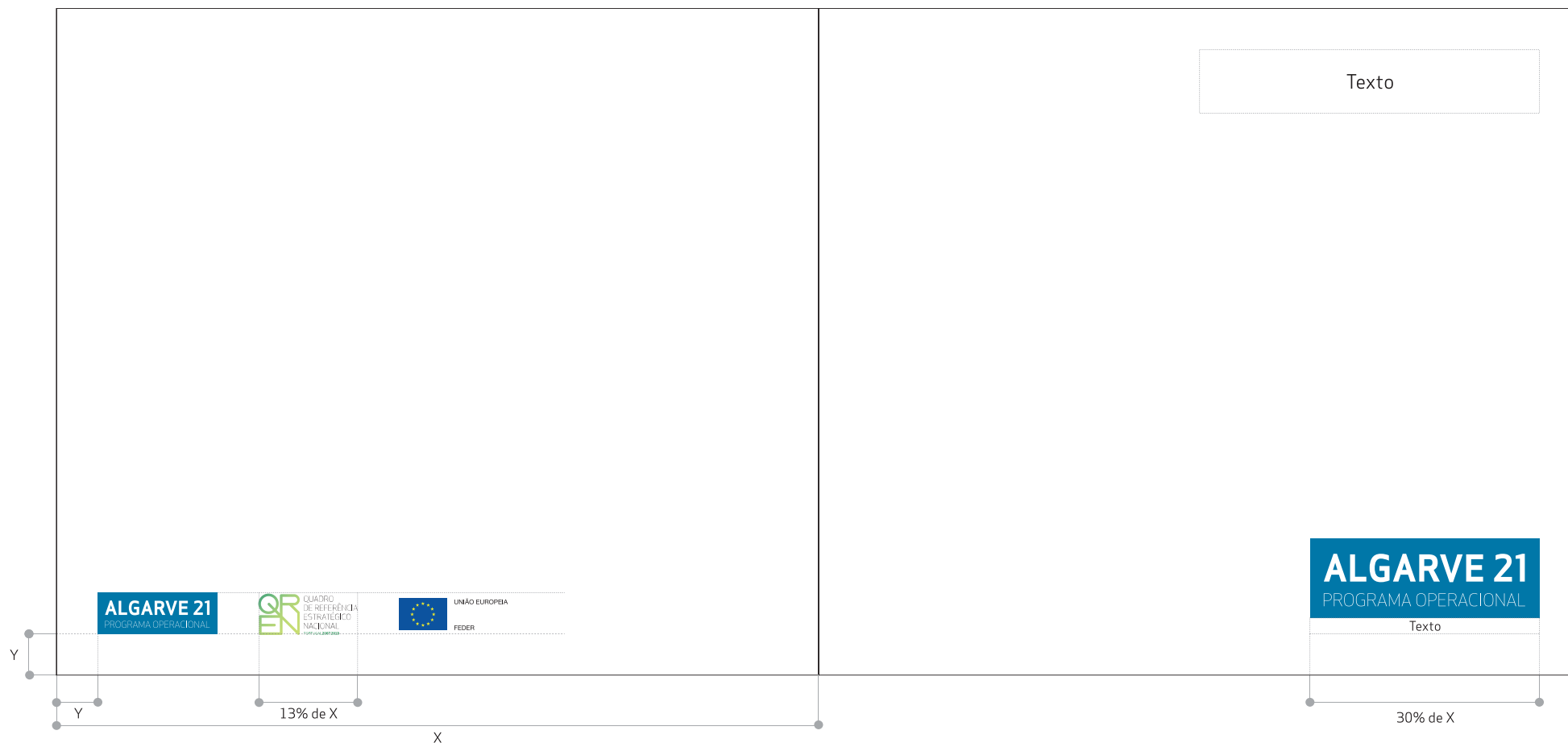
Y = 2 x Margem de Protecção da Marca QREN

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com a Marca QREN. Suportes de comunicação.

LIVROS, BROCHURAS E FOLHETOS
Formato 24 x 21 cm.

Contracapa

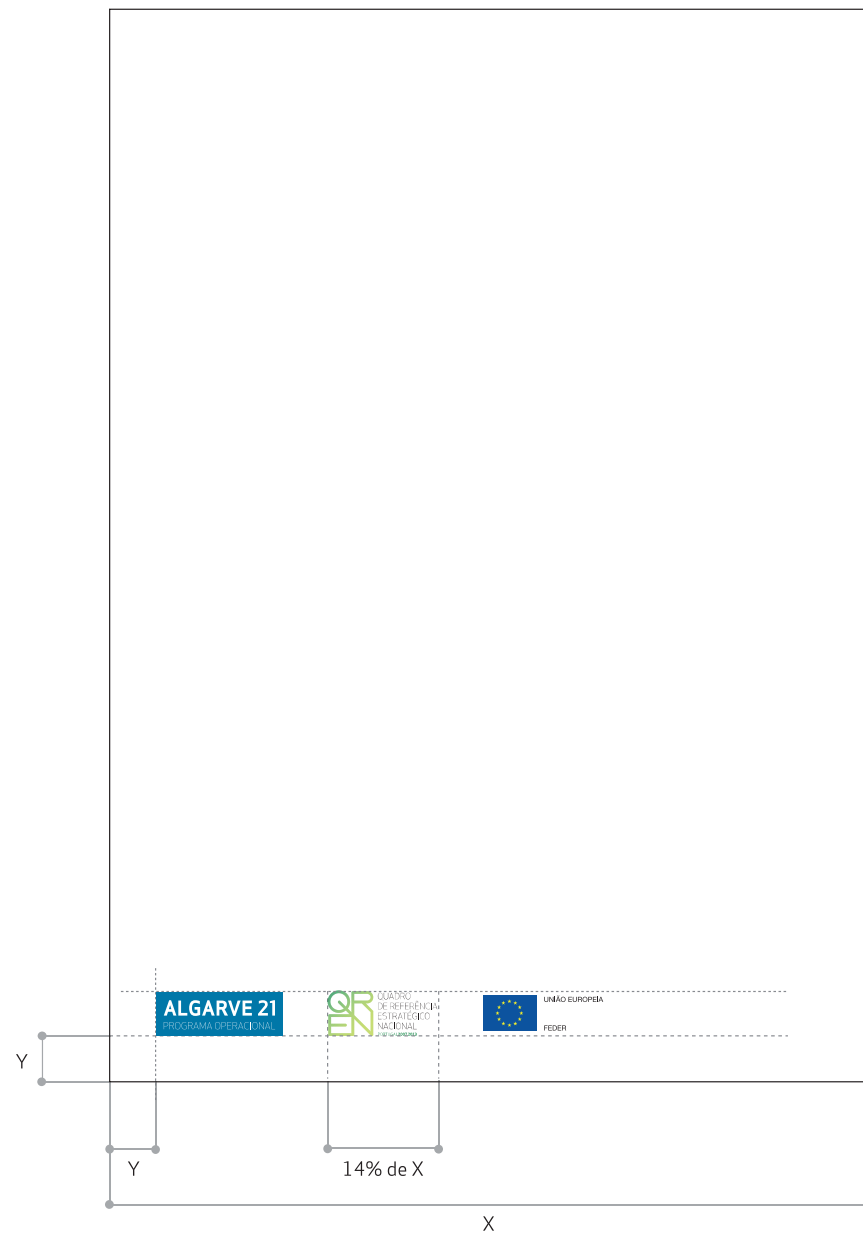
Capa



$Y = 2 \times \text{Margem de Protecção da Marca QREN}$

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com a Marca QREN. Suportes de comunicação.

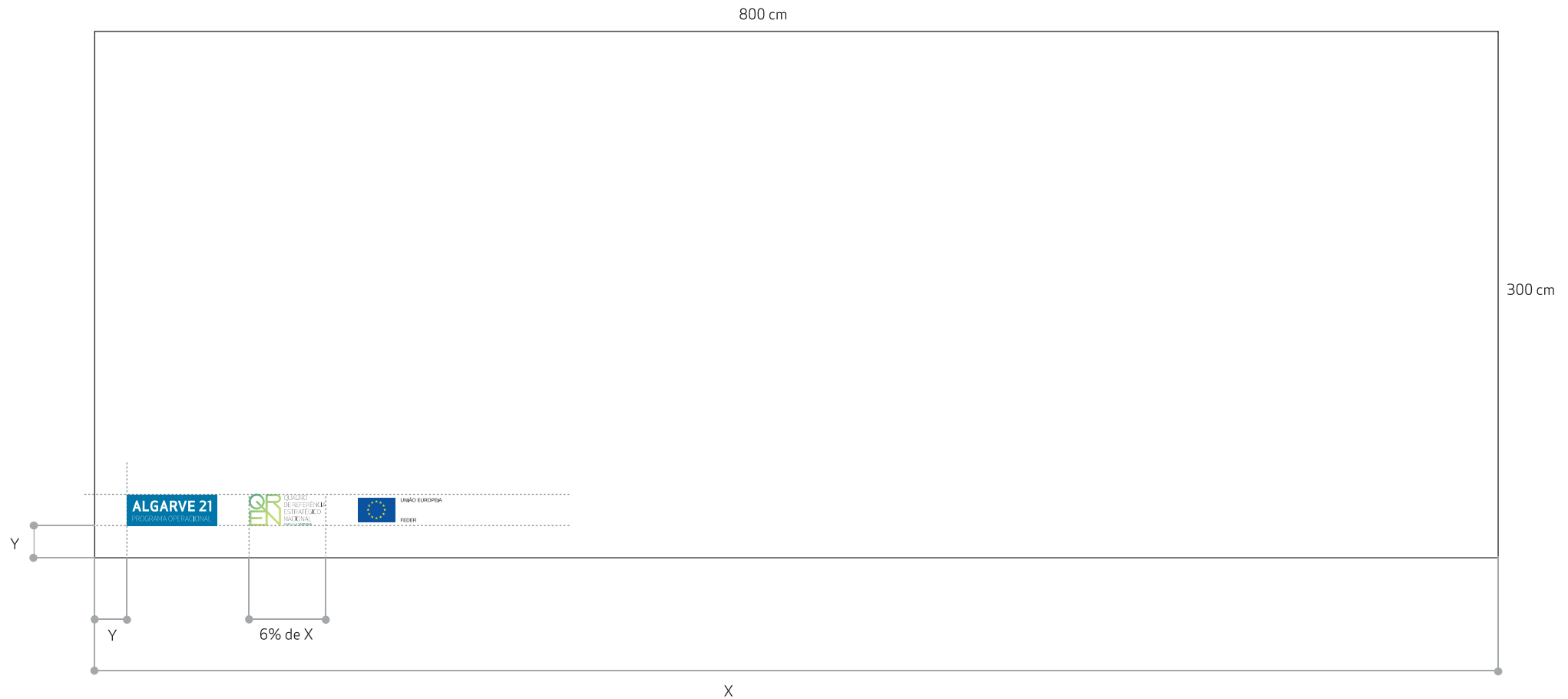
CARTAZES_MUPI E ROLL UPS
Formato A3.
Formato 50 x 70 cm.
Formato 120 x 175 cm.



$Y = 2 \times$ Margem de Protecção da Marca QREN

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com a Marca QREN. Suportes de comunicação.

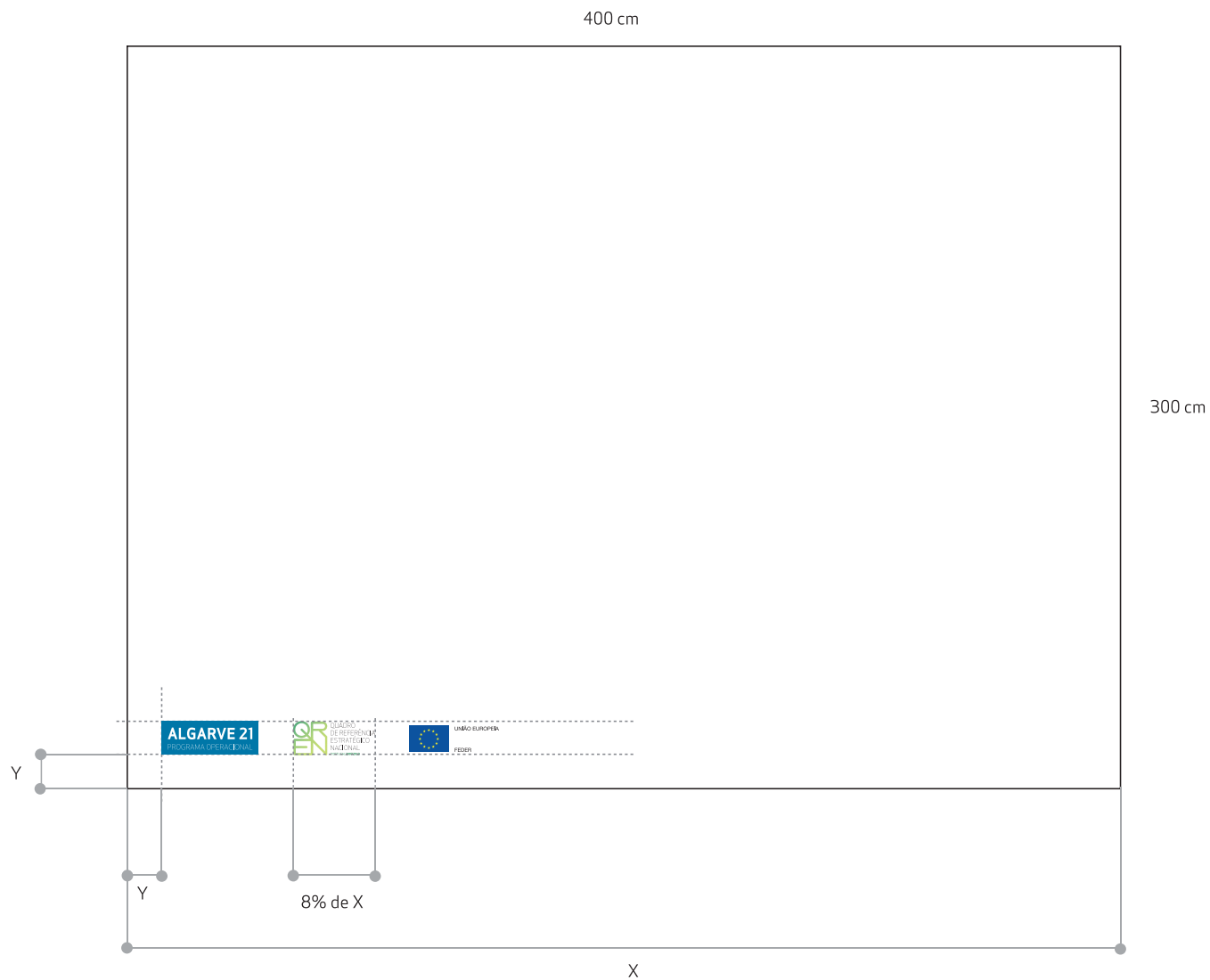
OUTDOORS_PLACAS DESCRITIVAS.
Formato 800 X 300 cm.



$Y = 2 \times$ Margem de Protecção da Marca QREN

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com a Marca QREN. Suportes de comunicação.

OUTDOORS_PLACAS DESCRITIVAS.
Formato 400 X 300 cm.



Y = 2 x Margem de Protecção da Marca QREN

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com a Marca QREN. Suportes de comunicação.

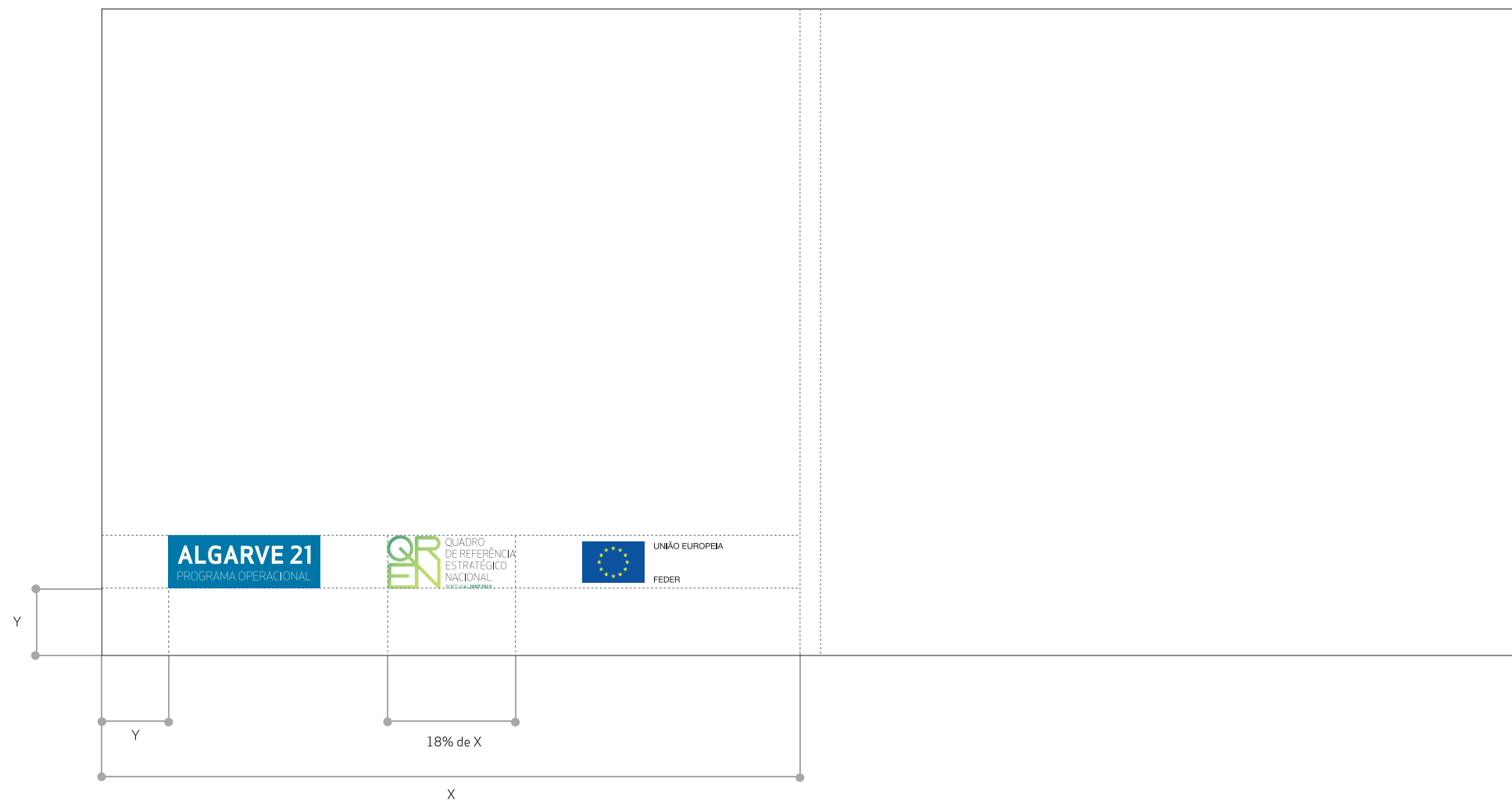
PASTA PARA DOCUMENTOS.
Formato A4.



$Y = 2 \times$ Margem de Protecção da Marca QREN

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com a Marca QREN. Suportes de comunicação.

CAPA DE CD.
Formato 13,6 X 12,6 cm.



$Y = 2 \times$ Margem de Protecção da Marca QREN

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 . Suportes de comunicação.

LABEL DE CD.
Formato 11,7 X 11,7 cm.



Y = 2 x Margem de Protecção da Marca QREN

ALGARVE 21

PROGRAMA OPERACIONAL

comportamento da marca
Algarve 21 com a marca
QREN e outras marcas

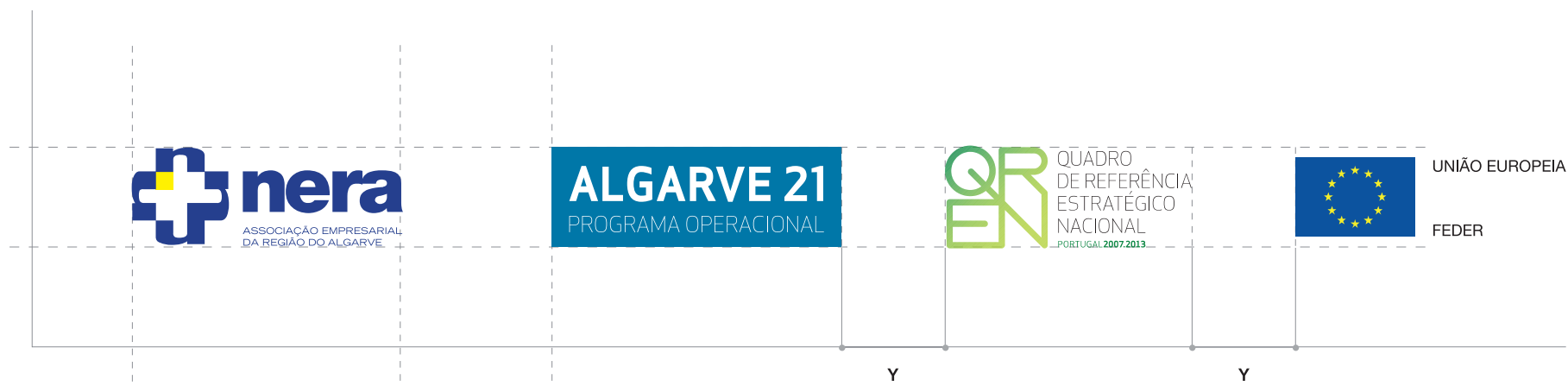
NORMAS GRÁFICAS

04

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com outras marcas e a Marca QREN.

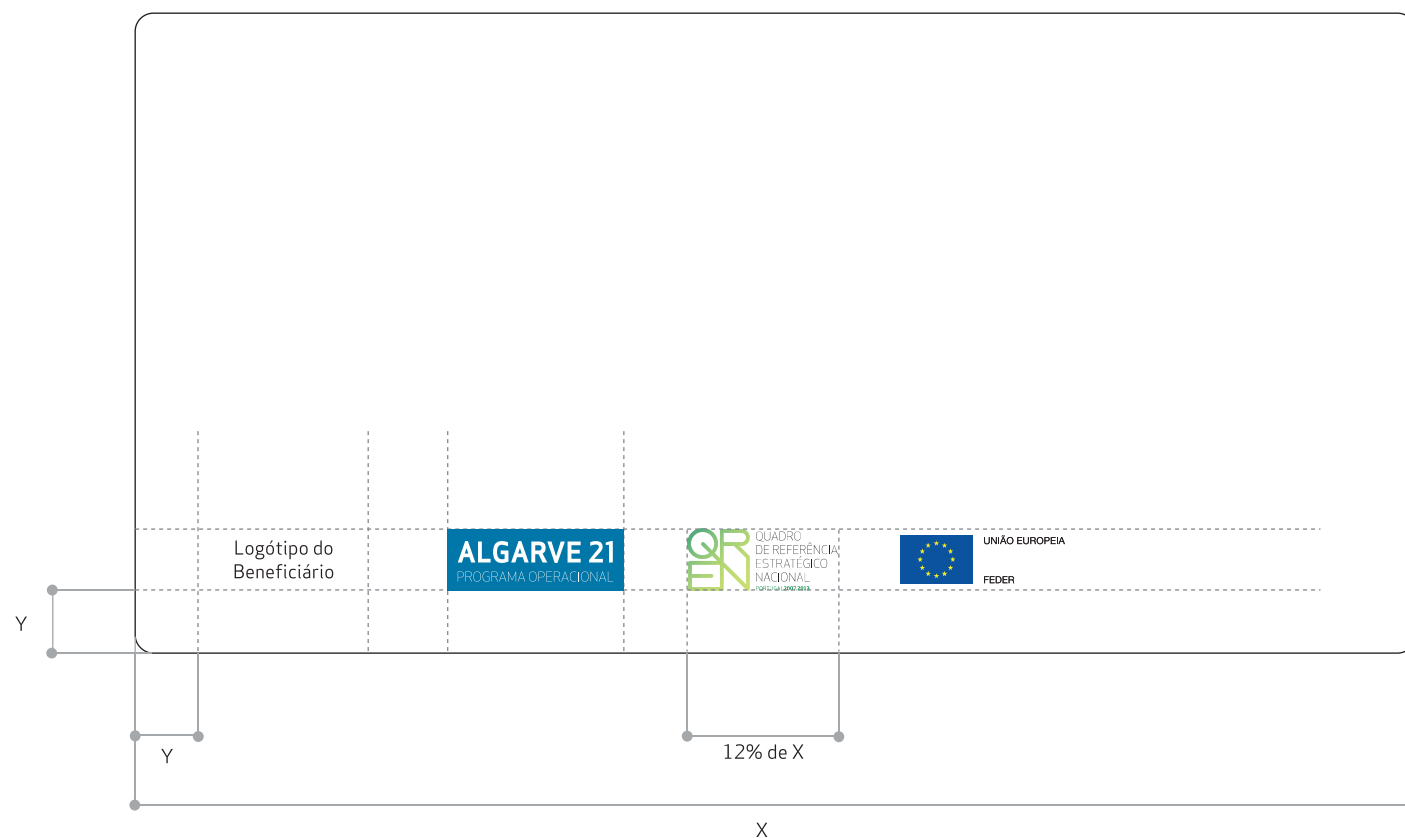


EXEMPLO



Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com outras marcas e a Marca QREN. Suportes de comunicação.

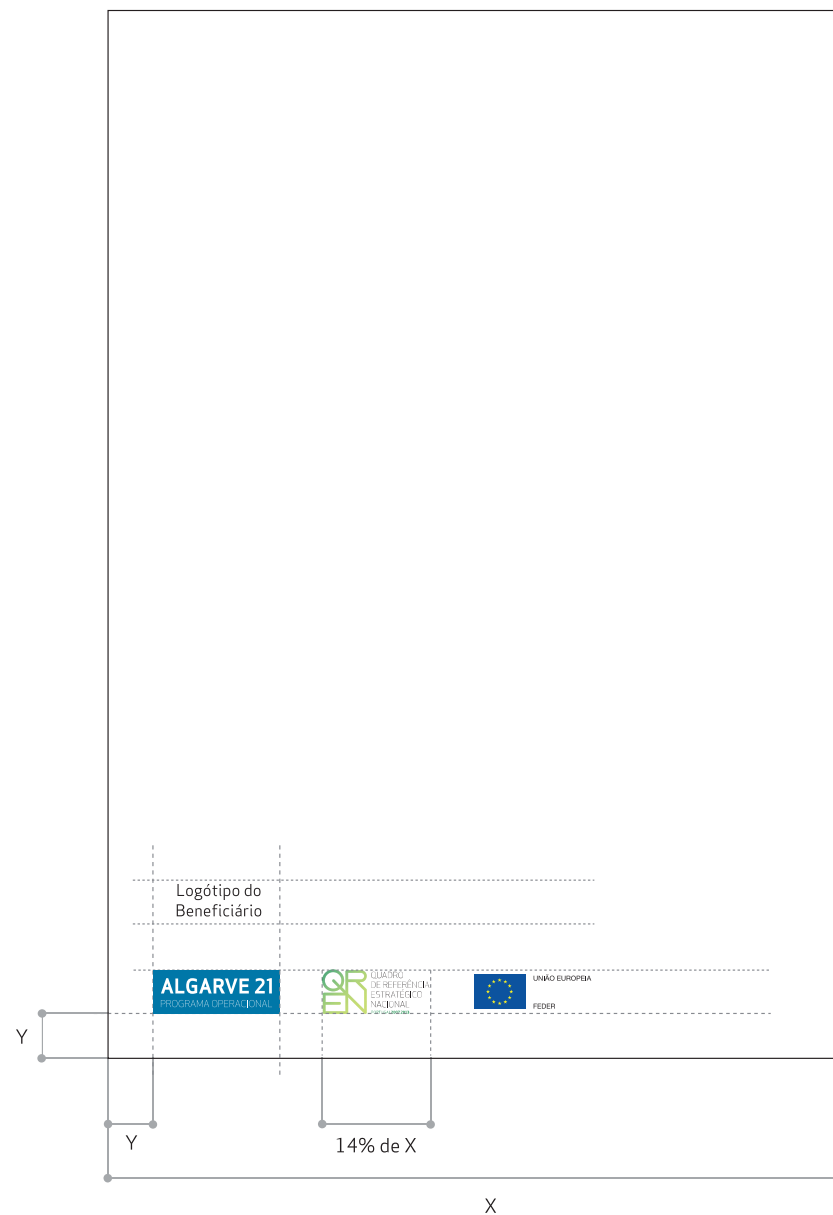
CONVITES.
Formato 17cm x 8.5 cm.



Y = 2 x Margem de Protecção da Marca QREN

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com outras marcas e a Marca QREN. Suportes de comunicação.

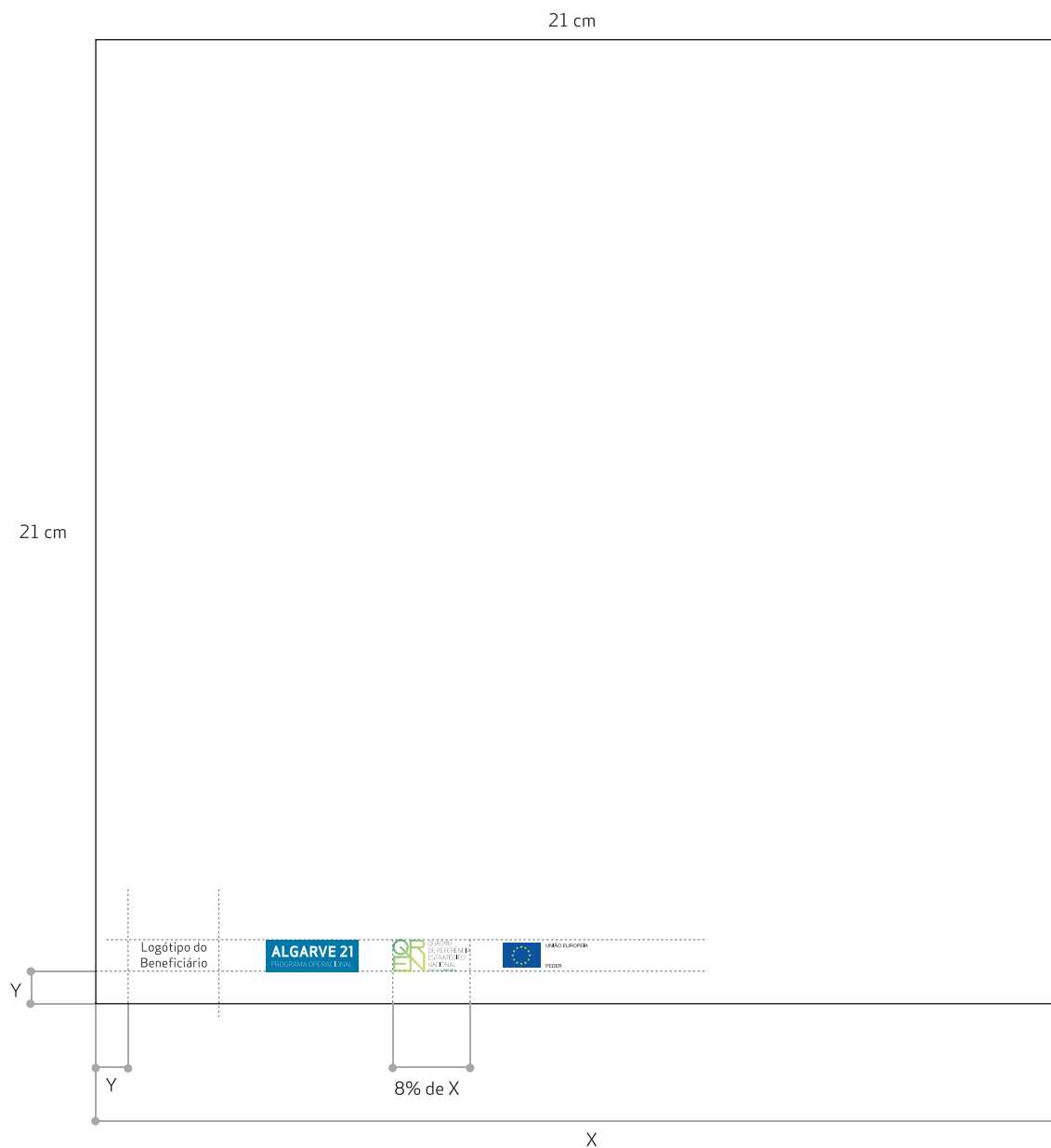
LIVROS.
Formato A5.



$Y = 2 \times$ Margem de Protecção da Marca QREN

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com outras marcas e a Marca QREN. Suportes de comunicação.

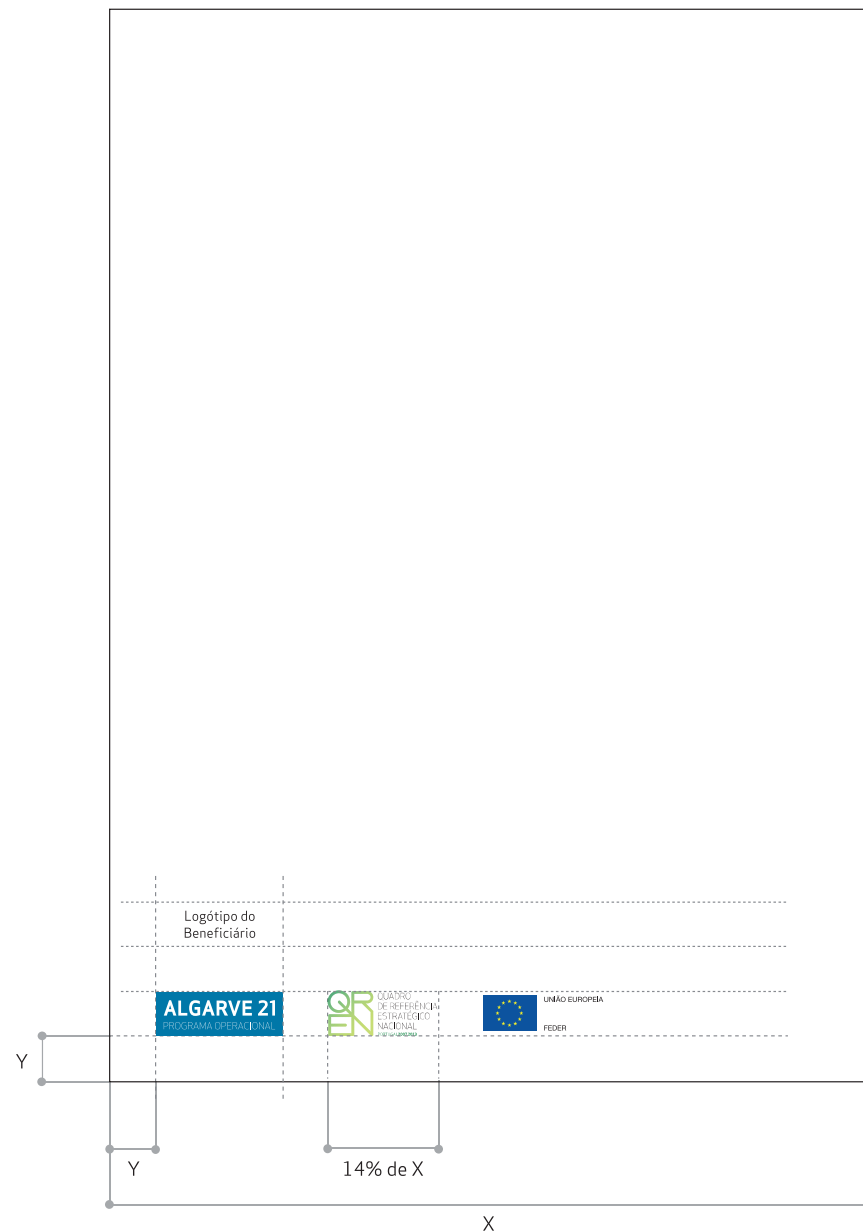
BROCHURAS E FOLHETOS.
Formato 21 x 21 cm.



$Y = 2 \times$ Margem de Protecção da Marca QREN

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com outras marcas e a Marca QREN. Suportes de comunicação.

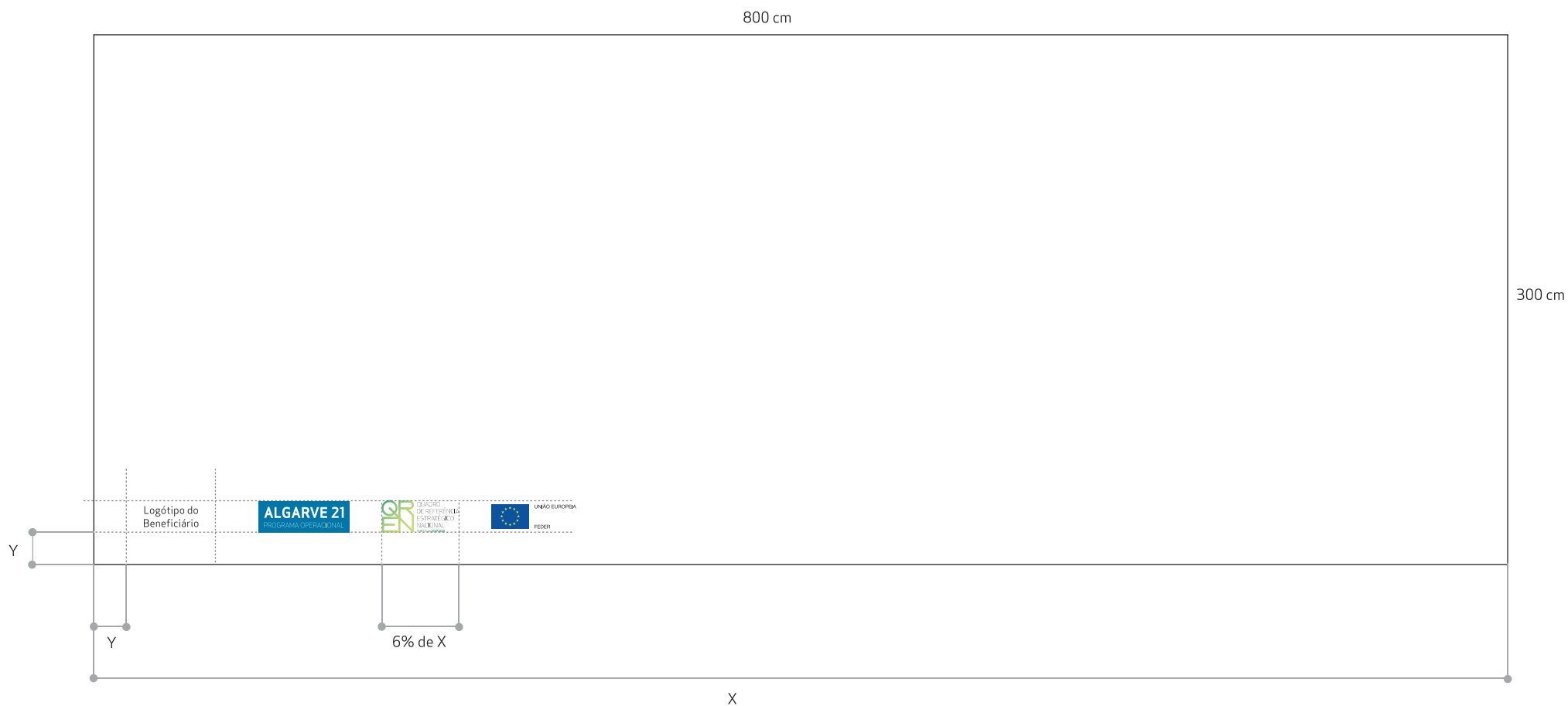
CARTAZES_MUPI.
Formato A3.
Formato 50 x 70 cm.
Formato 120 x 175 cm.



Y = 2 x Margem de Protecção da Marca QREN

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com outras marcas e a Marca QREN. Suportes de comunicação.

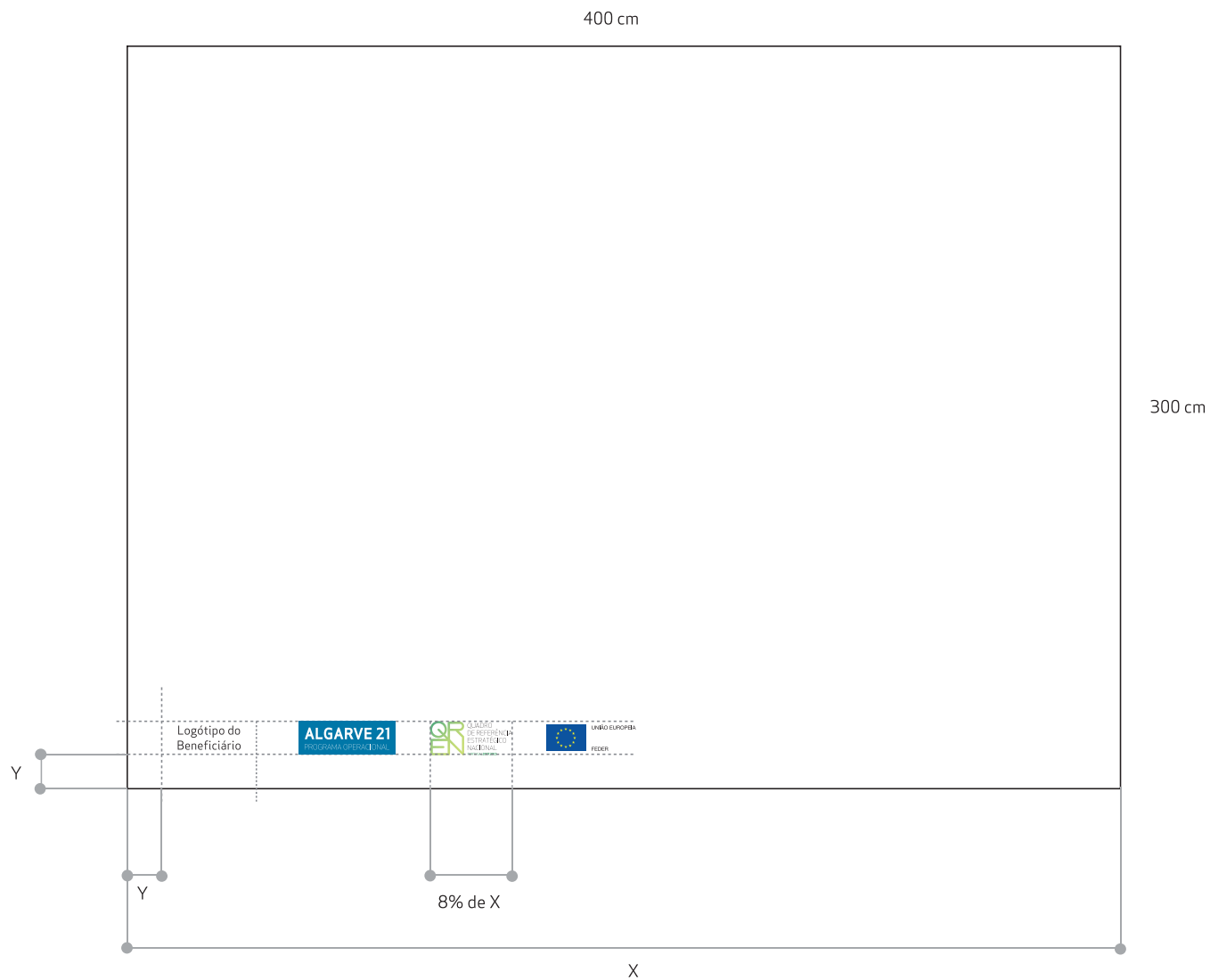
OUTDOORS_PLACAS DESCRITIVAS.
Formato 800 x 300 cm.



$Y = 2 \times \text{Margem de Protecção da Marca QREN}$

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com outras marcas e a Marca QREN. Suportes de comunicação.

OUTDOORS_PLACAS DESCRITIVAS.
Formato 400 x 300 cm.



$Y = 2 \times$ Margem de Protecção da Marca QREN

ALGARVE 21

PROGRAMA OPERACIONAL

painéis publicitários
de obras

NORMAS GRÁFICAS

05

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com a Marca QREN. Suportes de comunicação.

PLACA DE OBRAS DESCRITIVA.
Formato 150 x 100 cm. (dimensão mínima)

Materiais recomendados:
Ferro, alumínio ou chapa zincada.



Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com a Marca QREN. Suportes de comunicação.

PLACA DESCRITIVA PERMANENTE.
Formato 40 x 40 cm.

Materiais recomendados:
Acrílico.



ALGARVE 21

PROGRAMA OPERACIONAL

eventos e outras
situações

NORMAS GRÁFICAS

06

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com outras marcas e a Marca QREN noutras situações.

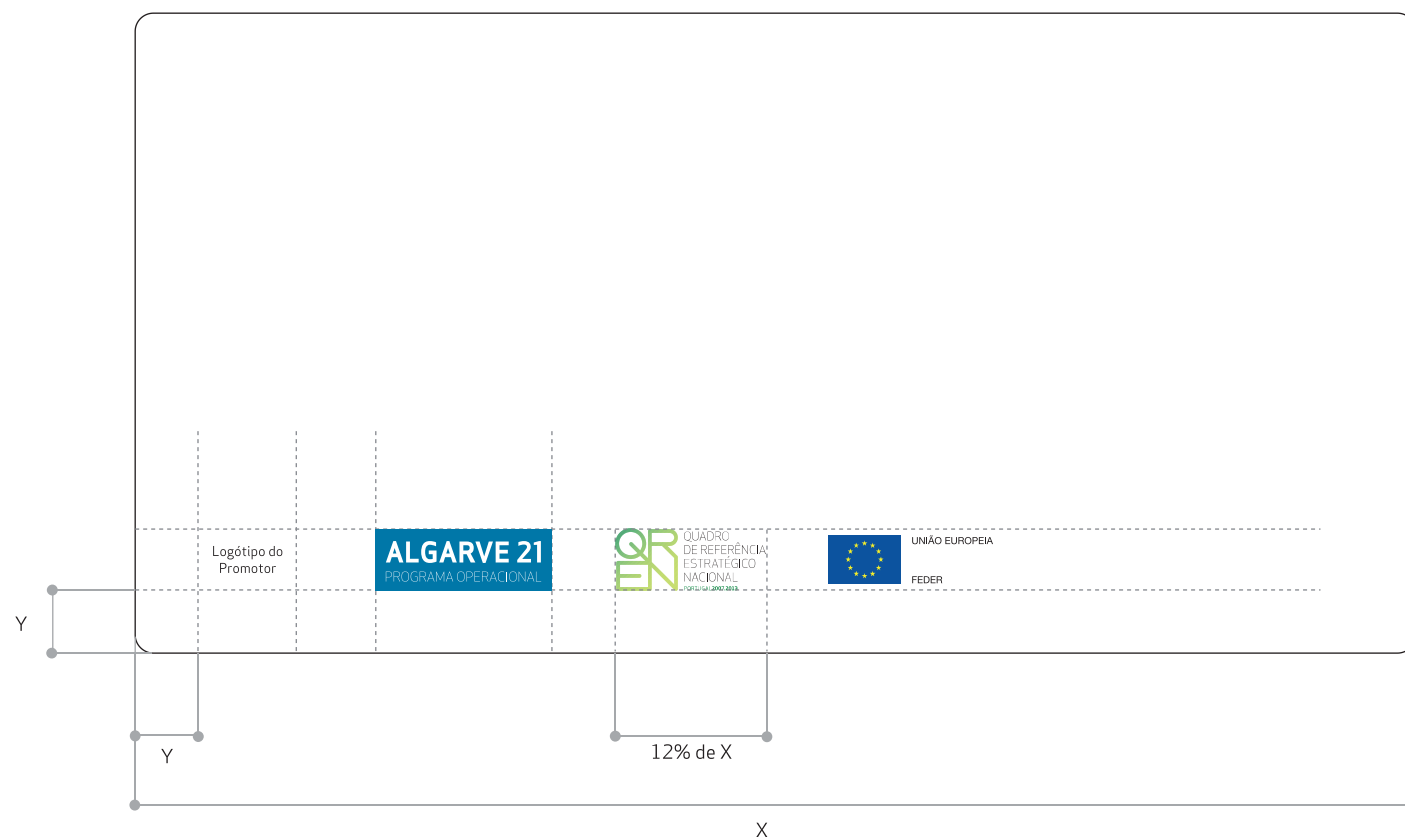


EXEMPLO



Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com outras marcas e a Marca QREN noutras situações. Suportes de comunicação.

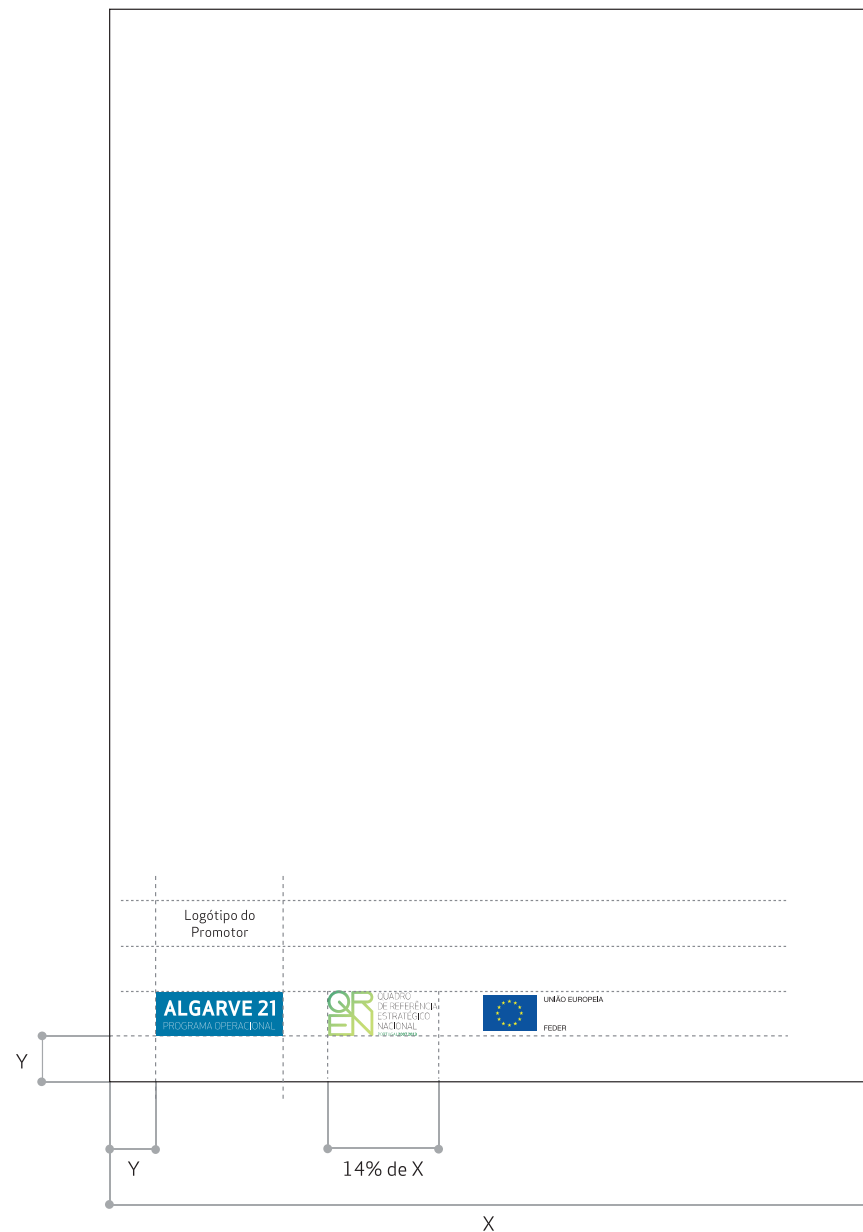
CONVITES.
Formato 17cm x 8.5 cm.



$Y = 2 \times$ Margem de Protecção da Marca QREN

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 com outras marcas e a Marca QREN noutras situações. Suportes de comunicação.

CARTAZES_MUPI.
Formato A3.
Formato 50 x 70 cm.
Formato 120 x 175 cm.



Y = 2 x Margem de Protecção da Marca QREN

Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 em sites na internet de entidades apoiadas pelo programa. Suportes de comunicação.

SITES NA INTERNET.



Comportamento da Marca do Programa Operacional Algarve 21 em espaços publicitários online (banners). Suportes de comunicação.

ESPAÇOS PUBLICITÁRIOS ONLINE (BANNERS).

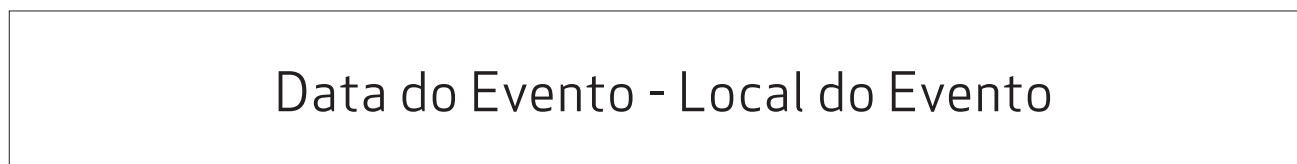
1º SLIDE



2º SLIDE



3º SLIDE



4º SLIDE



ALGARVE 21

PROGRAMA OPERACIONAL

Para saber mais sobre o Programa Operacional Regional do Algarve consulte o site www.poalgarve21.qren.pt

Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Algarve
Praça da Liberdade 2
8000-164 Faro Portugal
T. 289 895 200 **F.** 289 895 803 591
E. poalgarve21@ccdr-alg.pt

ALGARVE 21
PROGRAMA OPERACIONAL



UNIÃO EUROPEIA

FEDER