



**Banco do
Nordeste**

Livro da Marca

Volume 2 - Elementos Básicos

A Marca de uma instituição é seu patrimônio intangível de maior valor. As novas metodologias de gestão da marca, também chamadas de *Branding*, podem transformar a marca em uma poderosa ferramenta estratégica de marketing, relacionamento e comunicação, que identifica e representa a Empresa, gera lembrança, cria fortes vínculos emocionais e conquista a preferência das pessoas.

Índice

Arquitetura de Marca	05
Marca Corporativa	06
Versões da Marca em Cores	07
Versões da Marca em Preto e Branco	08
Símbolo	09
Logotipo	10
Cores da Marca	11
Cores de Fundo	12
Uso Incorreto	13
Tipografia	14
Tipografia Auxiliar	15
Área de Proteção	16
Redução Máxima	17
Diagrama Para Desenho Marca Corporativa	18
Diagrama Para Desenho Marcas de Categoria	19
Agroamigo	21
A Marca Agroamigo	23
Versões da Marca em Cores	24
Versões da Marca em Preto e Branco	25
Cores	26
Uso Incorreto	27
Tipografia	28
Tipografia Auxiliar	29
Área de Proteção	30
Redução Máxima	31
Diagrama para Desenho	32
Crediamigo	33
A Marca Crediamigo	35
Versões da Marca em Cores	36
Versões da Marca em Preto e Branco	36
Versões da Marca em Preto e Branco	37

Cores	38
Uso Incorreto	39
Tipografia	40
Tipografia Auxiliar	41
Área de Proteção	42
Redução Máxima	43
Diagrama Para Desenho	44
Centro Cultural	45
A Marca Centro Cultural	47
Versões da Marca em Cores	48
Versões da Marca em Preto e Branco	49
Cores	50
Uso Incorreto	51
Tipografia Auxiliar	52
Área de Proteção	53
Redução Máxima	54
Diagrama Para Desenho	55
Aplicações	57
Regras Gerais de Aplicação das Marcas	59
Cartão de Visita	60
Assinatura de E-mail	61
Apresentações	62
Infomail	63
Aviso Impresso	64
Bandeira	65
Cd	66
Colete Conte Comigo	67
Modelo de Malotes	68
Uniforme Agroamigo	70
Uniforme Crediamigo	71

O Livro

Este é o Volume 2 do conjunto de Livros da Marca. Especifica os elementos básicos da identidade das marcas do Banco do Nordeste e orienta quanto às suas principais formas de aplicação. Tais orientações devem ser observadas e colocadas em prática em todas as manifestações de nossas marcas, sejam elas dirigidas ao público interno ou externo.

Padronizar as aplicações das nossas marcas em todos os seus pontos de contato e expressá-las de forma íntegra, consistente e sinérgica é fundamental para consolidar lembrança e preferência dos públicos alvo. Nesse sentido, a participação dos nossos colaboradores internos e parceiros é decisiva.

Quaisquer situações de uso das marcas do Banco do Nordeste não contempladas neste Livro ou que estejam em desacordo com os padrões aqui descritos deverão ser encaminhadas para análise da Área de Gerenciamento Estratégico, Ambiente de Marketing.

É a estrutura lógica e estratégica das marcas - estabelece a relação entre as marcas e o papel de cada uma delas, de acordo com a estratégia de marca adotada.

Na nossa arquitetura, a Marca Corporativa Banco do Nordeste é a “marca mãe”, que representa as marcas de categoria de produtos e serviços e endossa as marcas estratégicas.

A relação de sinergia estabelecida entre as marcas que compõem a arquitetura proporciona benefícios mútuos, como maior facilidade de compreensão e lembrança, aumento da credibilidade, otimização dos investimentos em comunicação e potencialização do valor de nossas marcas.

Marca Corporativa



Marcas Estratégicas



Marcas de Categoria



Identifica, representa e transmite os valores da Empresa. Em sua expressão gráfica, a marca Banco do Nordeste é formada pela união dos elementos essenciais Símbolo e Logotipo, que devem estar sempre juntos para consolidar a identidade da marca.

A Marca Corporativa sempre deve ser aplicada de acordo com as recomendações contidas neste Livro.



Versões da Marca

Em Cores

As diferentes versões da marca foram criadas para possibilitar sua aplicação com o melhor resultado visual possível, nas diversas situações e espaços físicos.

As versões em cores, horizontais e em duas linhas, são preferenciais e devem ser utilizadas sempre que for possível.

As versões centrais são de uso restrito e somente mediante análise prévia do Ambiente de Marketing.

Nenhuma versão da marca deve ser modificada, editada, reconstruída graficamente nem reproduzida em copiadoras ou scanners.

Versão horizontal em duas linhas, em positivo, em cores (preferencial)



Versão horizontal em uma linha, em positivo, em cores



Versão central, em positivo (uso restrito)



Versão horizontal em duas linhas, em negativo, em cores (preferencial)



Versão horizontal em uma linha, em negativo, em cores



Versão central, em negativo (uso restrito)



Versões da Marca

Em Preto e Branco

Quando não for possível a aplicação da marca em cores, podem ser utilizadas as versões em preto e branco da marca, em positivo ou negativo.

As versões centrais, em positivo ou negativo, são de uso restrito e somente mediante análise prévia do Ambiente de Marketing.

Nenhuma versão da marca deve ser modificada, editada, reconstruída graficamente nem reproduzida em copiadoras xerográficas ou scanners.

Versão horizontal em duas linhas, em positivo



Versão horizontal em uma linha, em positivo



Versão central, em positivo, (uso restrito)



Versão horizontal em duas linhas, em negativo



Versão horizontal em uma linha, em negativo



Versão central, em negativo, (uso restrito)



Símbolo

É um dos elementos essenciais de representação gráfica que identifica as marcas do Banco do Nordeste.

Em conjunto com o Logotipo, o Símbolo do Banco do Nordeste transmite, por meio de formas e cores, sua mensagem de modo instantâneo e inconfundível.

Por padrão, o Símbolo deve ser aplicado sempre em conjunto com o Logotipo da Marca Corporativa, das Marcas Estratégicas ou das Marcas de Categoria do Banco do Nordeste, sempre conforme definido em sua Arquitetura de Marcas.

A aplicação do Símbolo em separado do Logotipo será restrita e sujeita à análise técnica e aprovação prévia do Ambiente de Marketing.



Uso Incorreto

Para a preservação da integridade da marca, é proibida a separação e ou modificação dos elementos gráficos do Símbolo.



Logotipo

O Logotipo é a representação tipográfica do nome pelo qual o Banco do Nordeste é conhecido e se comunica com seus públicos. Não deve ser confundido com a razão social da Empresa.

O Logotipo do Banco do Nordeste foi concebido para ser aplicado sempre em conjunto com o Símbolo, pois cada um dos elementos da marca complementa o outro na construção da identidade.

A aplicação do Logotipo isoladamente (em separado do Símbolo) é restrita e sujeita à análise técnica e aprovação prévia do Ambiente de Marketing.

Logotipo da Marca em duas linhas

Banco do Nordeste

Logotipo da Marca em uma linha

Banco do Nordeste




Cores

Cores da Marca

As cores do Banco do Nordeste (Cores Institucionais) devem ser aplicadas rigorosamente de acordo com os padrões estabelecidos neste Livro.

A escala Pantone, padrão mais confiável, deve ser utilizada como referência sempre que possível. Caso estas opções não estejam disponíveis, deve-se utilizar o padrão de cores CMYK. Para exibição em meios eletrônicos, utilizar o padrão RGB e, especificamente para a Internet, adotar o padrão HTML.

As referências em CMYK apresentadas são conversões da escala Pantone e poderão ser calibradas de acordo com a tecnologia de impressão, o tipo de tinta ou o tipo de papel. Durante o processo de reprodução é imprescindível o acompanhamento junto aos fornecedores a fim de garantir a exatidão às cores aqui estabelecidas.

	Pantone	C	M	Y	K	R	G	B	Tinta Automotiva	Tinta Esmalte/acrílica
	194 C	20	100	70	20	166	25	60	Vermelho Munique 92 Ford - Wanda	R 108 Suvinil
	151 C	0	55	100	0	246	139	31	Laranja Mirassol 85 Ford - Wanda	R 125 Suvinil
	425 C	0	0	0	75	100	100	100	Cinza Urânio Fosco 93 VW - Wanda	Branco Neve Suvinil

Cores

Cores de Fundo

Quando aplicada em negativo, a forma de apresentação preferencial da marca é sobre fundo na cor Vermelho Institucional (Pantone 194).

Esta forma deve predominar nos espaços arquitetônicos das Unidades e sempre que for possível usar a cor Vermelho Institucional como fundo. Outras variações de vermelho para cor de fundo não são recomendadas.

É proibida a aplicação da marca sobre fundos nas cores azul, amarelo ou laranja, por serem cores principais de concorrentes.

A aplicação da marca sobre fundos em outras composições de cores é restrita e sujeita à análise técnica e aprovação prévia.

Marca Banco do Nordeste, aplicada sobre fundo Vermelho Pantone 194, em negativo.



Uso Incorreto



Marca

Uso Incorreto

Os elementos da marca não devem ser separados, modificados ou reconstruídos graficamente. A marca Banco do Nordeste deve ser aplicada somente nas versões recomendadas neste Livro, sem quaisquer modificações.

Composições incorretas de cor, disposições incorretas e distorções da marca não são permitidas.

Composições incorretas de cor



Disposições incorretas

Banco do Nordeste



Distorções



Tipografia

Fonte da Marca

A tipografia adotada pela marca Banco do Nordeste na composição do seu logotipo é baseada na fonte Aller, personalizada com pequenas alterações em seu *design*.

A fonte Aller tem uso restrito à logotipia da marca e em aplicações específicas, mediante análise técnica.

Aller

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Aller Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789



Tipografia

Fontes Auxiliares

Para a maioria das aplicações cotidianas e em formulários, deve ser utilizada a fonte Trebuchet MS, em estilo regular para corpo de texto e em estilo negrito para destaques ou títulos. Estas fontes já vem pré instaladas por padrão nos computadores do Banco do Nordeste.

Evitar textos ou títulos totalmente em caixa alta, com divisão silábica ou abreviaturas.

Em peças e ações institucionais de comunicação é permitido o uso da família tipográfica Kozuka Gothic Pro.

Para documentos oficiais ou quando for exigida conformidade às normas da ABNT, utilizar a fonte Arial.

Trebuchet MS

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Trebuchet MS Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Uso Incorreto

A utilização de fontes em estilo itálico não é permitida, exceto para diferenciar palavras estrangeiras.

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
~~**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**~~
0123456789

Área de Proteção

É a área livre de interferência visual que deve existir ao redor da marca. Sua finalidade é preservar a visibilidade e integridade da marca. É fundamental que essa área seja observada e respeitada em toda e qualquer aplicação.

A área mínima de proteção que deve ser mantida ao redor da marca é equivalente à largura da haste do elemento Coqueiro, presente no símbolo, conforme demonstrado ao lado.



Uso Incorreto

Itae volorro rerumet quae rempori stius, audae sunt facidisque est es eaqui derae sa sit odi blam dusandandis et hillor am, omimos re qui repe moluptas aliquam quatem dolut occatur, vellabo. Neque cone venderiant, consenis mo officati intion porem dolore labo. Nullorr ovitissum sit rerum et dem qui ut ufybrigyru em dolore labo. Nullorr ovitissum em dolore labo. Xerum ex et eum renda coritia nonestotae eum acea pre poriam... lllu ptatus accusaperro vellabore, voluptatus magnimpor... n harcia... santor ionsequatius pratenis et maximaio. Net adis pedic toDunt aut voloreic tempore nim endis eium eaqui vendessum quam



Redução Máxima

Para manter a integridade e visibilidade da marca, deve-se observar os limites máximos de redução.

A marca não deve ser aplicada, em nenhuma situação, em tamanho menor que os indicados ao lado.

Para a marca em duas linhas, o tamanho mínimo é 14mm x 5mm.



Para a marca em uma linha, o tamanho mínimo é 21mm x 3,9mm.



Diagrama para Desenho

Marca Corporativa

Os diagramas para desenho da marca são subdivididos em blocos de igual tamanho. Na marca, a medida do lado (L) de um bloco de subdivisão corresponde à distância entre a lateral direita do Box e a letra inicial do Logotipo.

Essa relação de proporção deve ser rigorosamente observada.

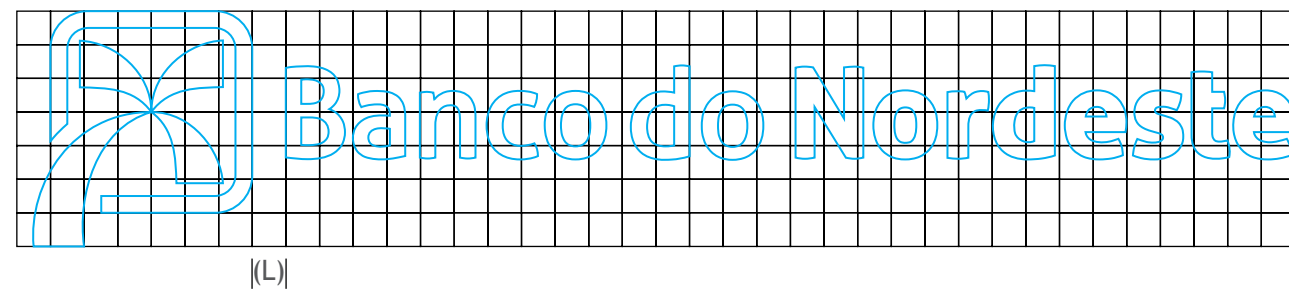
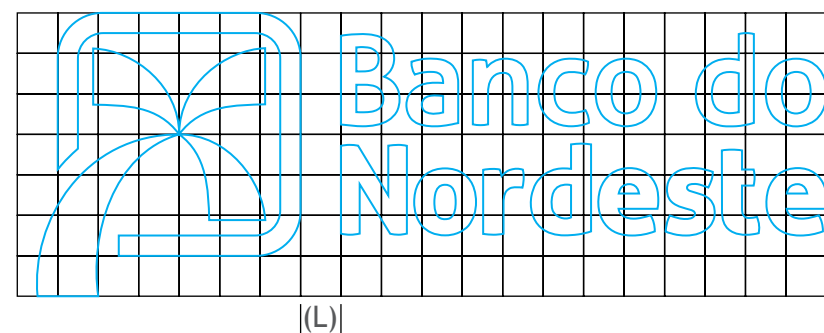
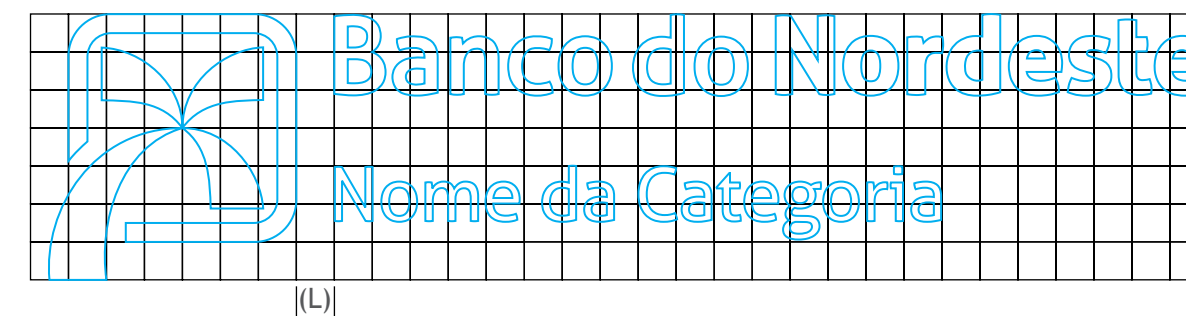


Diagrama para Desenho

Marcas de Categoria

Segue a mesma regra aplicada à marca corporativa: os diagramas para desenho são subdivididos em blocos de blocos de igual tamanho.

Na marca, a medida do lado (L) de um bloco de subdivisão corresponde à distância entre a lateral direita do Box e a letra inicial do Logotipo. Essa relação de proporção deve ser rigorosamente observada.





AgroAmigo
Banco do Nordeste

Agroamigo é uma marca estratégica do Banco do Nordeste, conforme definido em sua Arquitetura de Marcas, e sua aplicação deve ser de acordo as orientações deste Livro.

Quaisquer situações de aplicação da marca Agroamigo Banco do Nordeste não previstas, deverão ser analisadas pelo Ambiente de Marketing previamente à sua utilização.

Nenhuma versão da marca deve ser modificada, editada, reconstruída graficamente nem reproduzida em copiadoras ou scanners.



Importante

- > Por questões legais, o nome da marca “Agroamigo” não deverá ser usado pelo Banco em separado do nome “Banco do Nordeste”.
- > Em textos, deve ser usada a forma “Agroamigo Banco do Nordeste”. Nos outros casos, deverá ser aplicada a marca do Agroamigo Banco do Nordeste, que inclui o símbolo do Banco.
- > A aplicação e ou divulgação isolada do nome “Agroamigo” sem o nome Banco do Nordeste, por parte do Banco, estará sujeita a contestação judicial, com riscos de perda do direito de uso da marca pelo Banco do Nordeste.

Versões da Marca

Em Cores

As versões da marca na cor verde devem ser utilizadas para a maioria das situações.

Para aplicação da marca nas fachadas externas de agências e unidades de atendimento, utilizar somente a versão sobre fundo vermelho Banco do Nordeste.

É proibida a aplicação da marca sobre fundos com predominância das cores azul, amarelo ou laranja, por serem cores principais de concorrentes.

A aplicação da marca sobre fundos em outras composições de cores diferentes das recomendadas neste Livro, em negativo ou positivo, será restrita somente a casos específicos e mediante análise e acompanhamento do Ambiente de Marketing.

Versão preferencial - em positivo sobre fundo branco (uso geral)



Versão em negativo sobre fundo verde (uso geral)



Versão em negativo sobre fundo Vermelho Banco do Nordeste (uso restrito)



Versões da Marca

Em Preto e Branco

A marca Agroamigo segue as aplicações em preto e branco e em escala de cinza idênticas às da marca Banco do Nordeste.

A aplicação em escala de cinza é utilizada em materiais cuja impressão será feita apenas com a utilização de retículas de preto/tons de cinza (*off-set*, impressão digital, anúncio de jornal e outros).

Para impressões em que só é possível a utilização de uma cor, sem retículas, ou nos casos em que a utilização de retículas prejudique a leitura da marca (fax, jornais, relevo, *hot stamping* etc), são utilizadas as versões em preto e branco positivas ou negativas da logo.

Essas versões deverão ser utilizadas quando não for possível a aplicação das versões recomendadas, ou quando os recursos para a reprodução da marca com seus tons corretos forem prejudicados.

Versão em positivo



Versão em negativo



Uso Incorreto

Em fundos brancos, não devem ser usados tons de cinza excessivamente claros. E em fundos pretos, não são usados tons de cinza escuros.



Cores




A marca do Agroamigo Banco do Nordeste tem o verde como cor principal e a cor laranja como complementar, para a maioria das aplicações.

Para possibilitar a consolidação da identidade da marca Agroamigo Banco do Nordeste, as cores devem ser aplicadas de acordo com os padrões estabelecidos neste Livro.

A escala Pantone, padrão mais confiável, deve ser utilizada como referência sempre que possível. Caso estas opções não estejam disponíveis, deve-se utilizar o padrão de cores CMYK. Para exibição em meios eletrônicos, utilizar o padrão RGB e, especificamente para a Internet, adotar o padrão HTML.

As referências em CMYK apresentadas são conversões da escala Pantone e poderão ser calibradas de acordo com a tecnologia de impressão, o tipo de tinta ou o tipo de papel.

Durante o processo de reprodução é imprescindível o acompanhamento junto aos fornecedores a fim de garantir a exatidão às cores aqui estabelecidas.

Pantone	C	M	Y	K	R	G	B	Tinta Automotiva	Tinta Esmalte/acrílica
	3435 C	100	0	80	70	0	75	44	
	151 C	0	55	100	0	246	139	31	Laranja Mirassol 85 Ford - Wanda R 125 Suvinil
	425 C	0	0	0	75	100	100	100	Cinza Urânio Fosco 93 VW - Wanda Branco Neve Suvinil

Marca

Uso Incorreto

Os elementos da marca Agroamigo não devem ser separados, modificados ou reconstruídos graficamente. A marca Agroamigo deve ser aplicada somente nas versões recomendadas neste Livro, sem quaisquer modificações.

Composições incorretas de cor, disposições incorretas e distorções da marca não são permitidas.

Composições incorretas de cor



Disposições incorretas



Distorções da Marca



Tipografia

A tipografia adotada pela marca Agroamigo na composição do seu logotipo é baseada na fonte Aller, personalizada com pequenas alterações em seu *design*.

Desenvolvida em Londres pela Dalton Maag Design, a família tipográfica Aller possui formas orgânicas que se harmonizam e complementam as linhas retas e simétricas deste tipo, o que reflete sua característica contemporânea aliada ao estilo sóbrio.

A fonte Aller tem uso restrito à logotipia da marca e em aplicações específicas, mediante análise técnica.

Aller

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
0123456789

Aller Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
0123456789**



Tipografia

Fontes Auxiliares

Para a maioria das aplicações cotidianas e em formulários, deve ser utilizada a fonte Trebuchet MS, em estilo regular para corpo de texto e em estilo negrito para destaques ou títulos. Estas fontes já vem pré instaladas por padrão nos computadores do Banco do Nordeste.

Textos ou títulos totalmente em caixa alta, com divisão silábica e ou abreviaturas devem ser evitados.

Em peças e ações institucionais de comunicação é permitido o uso da família tipográfica Kozuka Gothic Pro.

Para documentos oficiais ou quando for exigida conformidade às normas da ABNT, utilizar a fonte Arial.

Trebuchet MS

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
0123456789

Trebuchet MS Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
0123456789**

Uso Incorreto

A utilização de fontes em estilo itálico não é permitida, exceto para diferenciar palavras estrangeiras.

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
0123456789*

Área de Proteção

É a área livre de interferência visual que deve existir ao redor da marca Agroamigo. Sua finalidade é preservar a visibilidade e integridade da marca. É fundamental que essa área seja observada e respeitada em toda e qualquer aplicação.

A área mínima de proteção que deve ser mantida ao redor da marca é equivalente à largura da haste do Coqueiro presente no símbolo, conforme demonstrado ao lado.



Uso Incorreto

La feugait del et, sectem vullum nibh eugiamet, sim vullam vent nisl deliscipit, sustioip eugait irilamet, si. Ip eugiate ver iusto odipsustrud eui tation eugeros augueril dolore vel el duis adion hent ilis nibh et, si blaore molorpe

cdkpogd re Ectem velit incil ipit num ate facidfgeg lorpe cdkpogd re ectem elit csdk duis adion hent ilis nibh et blaore orpe



Redução Máxima

Para manter a integridade e visibilidade da marca, deve-se observar os limites máximos de redução. A marca não deve ser aplicada, em nenhuma situação, em tamanho menor que os indicados ao lado.

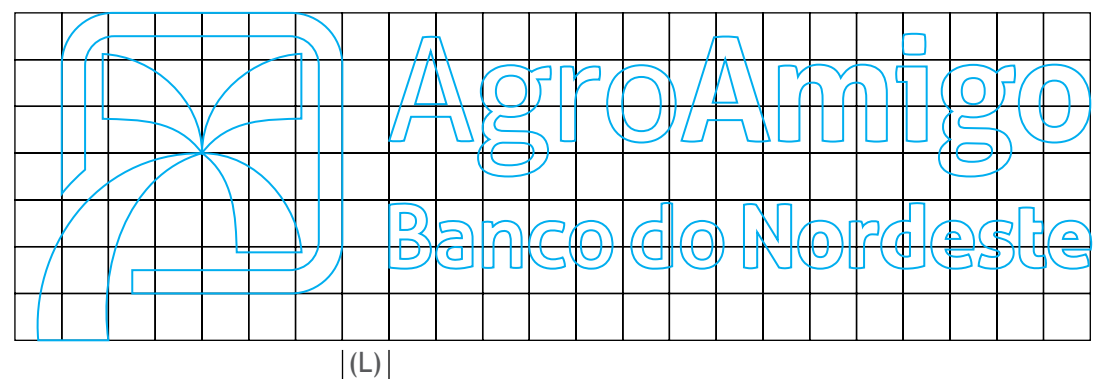
O tamanho mínimo da marca Agroamigo é 26mm.



Diagrama para Desenho

Segue a mesma regra aplicada à marca corporativa: os diagramas para desenho são subdivididos em blocos de igual tamanho.

Na marca, a medida do lado (L) de um bloco de subdivisão corresponde à distância entre a lateral direita do Box e a letra inicial do Logotipo. Essa relação de proporção deve ser rigorosamente observada.



CrediAmigo
Banco do Nordeste

Crediamigo é uma marca estratégica do Banco do Nordeste, conforme definido em sua Arquitetura de Marcas, e sua aplicação deve ser de acordo as orientações deste Livro.

Quaisquer situações de aplicação da marca Crediamigo não previstas neste Livro deverão ser analisadas pelo Ambiente de Marketing previamente à sua utilização.

Nenhuma versão da marca deve ser modificada, editada, reconstruída graficamente nem reproduzida em copiadoras ou scanners.



CrediAmigo
Banco do Nordeste

Versões da Marca

Em Cores

A versão sobre fundo Vermelho Banco do Nordeste é preferencial e deve ser usada sempre que possível.

Nenhuma versão da marca deve ser modificada, editada, reconstruída graficamente nem reproduzida em copiadoras ou scanners.

É proibida a aplicação da marca sobre fundos com predominância das cores azul, amarelo ou laranja, por serem cores principais de concorrentes.

A aplicação da marca sobre fundos em outras composições de cores diferentes das recomendadas neste livro, em negativo ou positivo, será restrita somente a casos específicos e mediante análise e acompanhamento do Ambiente de Marketing.

Versão preferencial - em negativo sobre fundo vermelho Banco do Nordeste



Versão em positivo sobre fundo branco



Versões da Marca

Em Preto e Branco

A marca Crediamigo segue as aplicações em preto e branco e em escala de cinza idênticas às da marca Banco do Nordeste.

A aplicação em escala de cinza é utilizada em materiais cuja impressão será feita apenas com a utilização de retículas de preto/tons de cinza (*off-set*, impressão digital, anúncio de jornal e outros).

Para impressões em que só é possível a utilização de uma cor, sem retículas, ou nos casos em que a utilização de retículas prejudique a leitura da marca (fax, jornais, relevo, *hot stamping* etc), são utilizadas as versões em preto e branco positivas ou negativas da logo.

Essas versões deverão ser utilizadas quando não for possível a aplicação das versões recomendadas, ou quando os recursos para a reprodução da marca com seus tons corretos forem prejudicados.

Versão em positivo



Versão em negativo



Uso Incorreto

Em fundos brancos, não devem ser usados tons de cinza excessivamente claros. E em fundos pretos, não são usados tons de cinza escuros.



Cores

A marca do Crediamigo agora é representada pela mesma combinação de cores do Banco do Nordeste, criando maior associação à marca Corporativa: a cor vermelha, com uma tonalidade mais arrojada e moderna, é complementada pela cor laranja, o que permite maior impacto visual e exprime toda a essência do Nordeste.

Para possibilitar a consolidação da identidade da marca Crediamigo Banco do Nordeste, as cores devem ser aplicadas de acordo com os padrões estabelecidos neste livro.

A escala Pantone, padrão mais confiável, deve ser utilizada como referência sempre que possível. Caso estas opções não estejam disponíveis, deve-se utilizar o padrão de cores CMYK. Para exibição em meios eletrônicos, utilizar o padrão RGB e, especificamente para a Internet, adotar o padrão HTML.

As referências em CMYK apresentadas são conversões da escala Pantone e poderão ser calibradas de acordo com a tecnologia de impressão, o tipo de tinta ou o tipo de papel. Durante o processo de reprodução é imprescindível o acompanhamento junto aos fornecedores a fim de garantir a exatidão às cores aqui estabelecidas.

Pantone	C	M	Y	K	R	G	B	Tinta Automotiva	Tinta Esmalte/acrílica	
	194 C	20	100	70	20	166	25	60	Vermelho Munique 92 Ford - Wanda	R 108 Suvinil
	151 C	0	55	100	0	246	139	31	Laranja Mirassol 85 Ford - Wanda	R 125 Suvinil
	425 C	0	0	0	75	100	100	100	Cinza Urânio Fosco 93 VW - Wanda	Branco Neve Suvinil

Marca

Uso Incorreto

Os elementos da marca Crediamigo não devem ser separados, modificados ou reconstruídos graficamente. A marca Crediamigo deve ser aplicada somente nas versões recomendadas neste Livro sem quaisquer modificações.

Composições incorretas de cor, disposições incorretas e distorções da marca não são permitidas.

Composições incorretas de cor



Disposições incorretas



Distorções da Marca



Tipografia

A tipografia adotada pelo marca Crediamigo na composição do seu logotipo é baseada na fonte Aller, personalizada com pequenas alterações em seu *design*.

Desenvolvida em Londres pela Dalton Maag Design, a família tipográfica Aller possui formas orgânicas que se harmonizam e complementam as linhas retas e simétricas deste tipo, o que reflete sua característica contemporânea aliada ao estilo sóbrio.

A fonte Aller tem uso restrito à logotipia da marca e em aplicações específicas, mediante análise técnica.

Aller

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
0123456789

Aller Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
0123456789**



Tipografia

Fontes Auxiliares

Para a maioria das aplicações cotidianas e em formulários, deve ser utilizada a fonte Trebuchet MS, em estilo regular para corpo de texto e em estilo negrito para destaques ou títulos. Estas fontes já vem pré instaladas por padrão nos computadores do Banco do Nordeste.

Evitar textos ou títulos totalmente em caixa alta, com divisão silábica e ou abreviaturas.

Em peças e ações institucionais de comunicação é permitido o uso da família tipográfica Kozuka Gothic Pro.

Para documentos oficiais ou quando for exigida conformidade às normas da ABNT, utilizar a fonte Arial.

Trebuchet MS

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
0123456789

Trebuchet MS Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
0123456789**

Uso Incorreto

A utilização de fontes em estilo itálico não é permitida, exceto para diferenciar palavras estrangeiras.

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVWXYZ
0123456789*

Área de Proteção

É a área livre de interferência visual que deve existir ao redor da marca Crediamigo. Sua finalidade é preservar a visibilidade e integridade da marca. É fundamental que essa área seja observada e respeitada em toda e qualquer aplicação.

A área mínima de proteção que deve ser mantida ao redor da marca é equivalente à largura da haste do Coqueiro presente no símbolo, conforme demonstrado ao lado.



Uso Incorreto

La feugait del et, sectem vullum nibh eugiamet, sim vullam vent nisl deliscipit, sustioip eugait irilamet, si. Ip eugiate ver iusto odipsustrud eui tation eugeros augueril dolore vel el duis adion hent ilis nibh et, si blaore molorpe

cdkpgod re Ectem velit incil ipit num ate facidfgeg lorpe cdkpgod re ectem elit csdk duis adion hent ilis nibh et blaore orpe



Redução Máxima

Para manter a integridade e visibilidade da marca, deve-se observar os limites máximos de redução. A marca não deve ser aplicada, em nenhuma situação, em tamanho menor que os indicados ao lado.

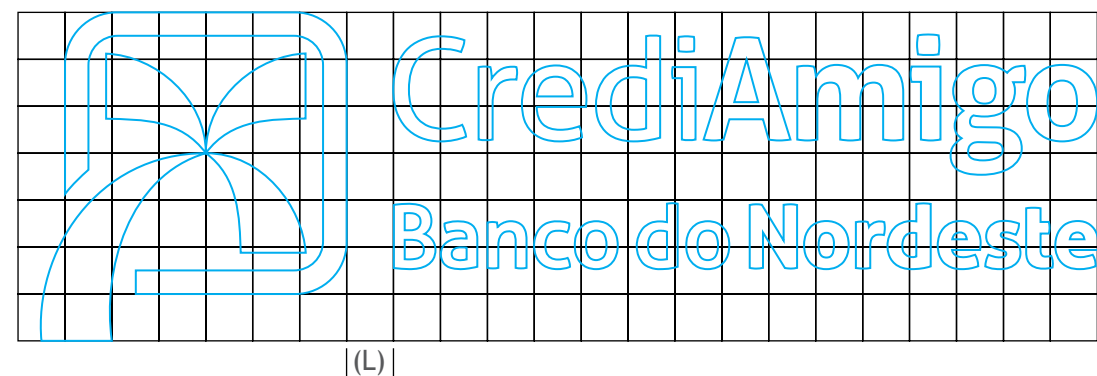
O tamanho mínimo da marca Crediamigo é 26mm.



Diagrama para Desenho

Segue a mesma regra aplicada à marca corporativa: os diagramas para desenho são subdivididos em blocos de igual tamanho.

Na marca, a medida do lado (L) de um bloco de subdivisão corresponde à distância entre a lateral direita do Box e a letra inicial do Logotipo. Essa relação de proporção deve ser rigorosamente observada.



CENTRO CULTURAL
BANCO DO NORDESTE

Centro Cultural é uma marca estratégica do Banco do Nordeste, conforme definido em sua Arquitetura de Marcas, e sua aplicação deve ser de acordo as orientações deste Livro.

Quaisquer situações de aplicação da marca não previstas deverão ser analisadas pelo Ambiente de Marketing previamente à sua utilização.



CENTRO CULTURAL
BANCO DO NORDESTE

Versões da Marca

Em Cores

A versão sobre fundo Vermelho Banco do Nordeste é preferencial e deve ser usada sempre que possível.

Nenhuma versão da marca deve ser modificada, editada, reconstruída graficamente nem reproduzida em copiadoras ou scanners.

É proibida a aplicação da marca sobre fundos com predominância das cores azul, amarelo ou laranja, por serem cores principais de concorrentes.

A aplicação da marca sobre fundos em outras composições de cores diferentes das recomendadas neste livro, em negativo ou positivo, será restrita somente a casos específicos e mediante análise e acompanhamento do Ambiente de Marketing.

Versão preferencial - duas linhas, em negativo, sobre fundo vermelho Banco do Nordeste



Versão em duas linhas, em positivo sobre fundo branco



Versão em quatro linhas, em negativo, sobre fundo vermelho Banco do Nordeste (uso restrito)



Versão em quatro linhas, em positivo, sobre fundo branco (uso restrito)



Versões da Marca

Em Preto e Branco

A marca Centro Cultural em preto e branco e escala de cinza segue os mesmos padrões adotados na marca Banco do Nordeste.

A aplicação em escala de cinza é utilizada em materiais cuja impressão será feita apenas com a utilização de retículas de preto/tons de cinza (*off-set*, impressão digital, anúncio de jornal e outros).

Para impressões em que só é possível a utilização de uma cor, sem retículas, ou nos casos em que a utilização de retículas prejudique a leitura da marca (fax, jornais, relevo, *hot stamping* etc), são utilizadas as versões em preto e branco positivas ou negativas da logomarca.

Essas versões deverão ser utilizadas quando não for possível a aplicação das versões recomendadas, ou quando os recursos para a reprodução da marca com seus tons corretos forem prejudicados.

Versão em positivo



Versão em negativo



Versão em positivo (uso restrito)

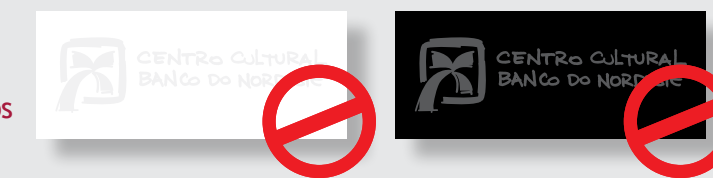


Versão em negativo (uso restrito)



Uso Incorreto

Em fundos brancos não devem ser usados tons de cinza excessivamente claros. E em fundos pretos não são usados tons de cinza escuros.



Cores

A marca do Centro Cultural agora é representada pela mesma combinação de cores do Banco do Nordeste, criando maior associação à marca Corporativa: a cor vermelha, com uma tonalidade mais arrojada e moderna, é complementada pela cor laranja, o que permite maior impacto visual e exprime toda a essência do Nordeste.

Para possibilitar a consolidação da identidade da marca Centro Cultural Banco do Nordeste, as cores devem ser aplicadas de acordo com os padrões estabelecidos neste livro.

A escala Pantone, padrão mais confiável, deve ser utilizada como referência sempre que possível. Caso estas opções não estejam disponíveis, deve-se utilizar o padrão de cores CMYK. Para exibição em meios eletrônicos, utilizar o padrão RGB e, especificamente para a Internet, adotar o padrão HTML.

As referências em CMYK apresentadas são conversões da escala Pantone e poderão ser calibradas de acordo com a tecnologia de impressão, o tipo de tinta ou o tipo de papel. Durante o processo de reprodução é imprescindível o acompanhamento junto aos fornecedores a fim de garantir a exatidão às cores aqui estabelecidas.

Pantone	C	M	Y	K	R	G	B	Tinta Automotiva	Tinta Esmalte/acrílica	
	194 C	20	100	70	20	166	25	60	Vermelho Munique 92 Ford - Wanda	R 108 Suvinil
	151 C	0	55	100	0	246	139	31	Laranja Mirassol 85 Ford - Wanda	R 125 Suvinil
	425 C	0	0	0	75	100	100	100	Cinza Urânio Fosco 93 VW - Wanda	Branco Neve Suvinil

Marca

Uso Incorreto

Os elementos da marca Centro Cultural Banco do Nordeste não devem ser separados, modificados ou reconstruídos graficamente. A marca deve ser aplicada somente nas versões recomendadas neste Livro sem quaisquer modificações.

Composições incorretas de cor, disposições incorretas e distorções da marca não são permitidas.

Composições incorretas de cor



Disposições incorretas



Distorções da Marca



Tipografia Auxiliar

A marca do Centro Cultural Banco do Nordeste foi criada a partir de um desenho exclusivo e nenhuma família tipográfica foi utilizada em sua construção.

Para a maioria das aplicações cotidianas e em formulários deve ser utilizada a fonte Trebuchet MS, em estilo regular para corpo de texto e em estilo negrito para destaques ou títulos.

Evitar textos ou títulos totalmente em caixa alta, com divisão silábica e ou abreviaturas.

Em peças e ações institucionais de comunicação é permitido o uso da família tipográfica Kozuka Gothic Pro.

Para documentos oficiais ou quando for exigida conformidade às normas da ABNT, utilizar a fonte Arial, em estilo regular.

Trebuchet MS
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789

Trebuchet MS Bold
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789

Uso Incorreto

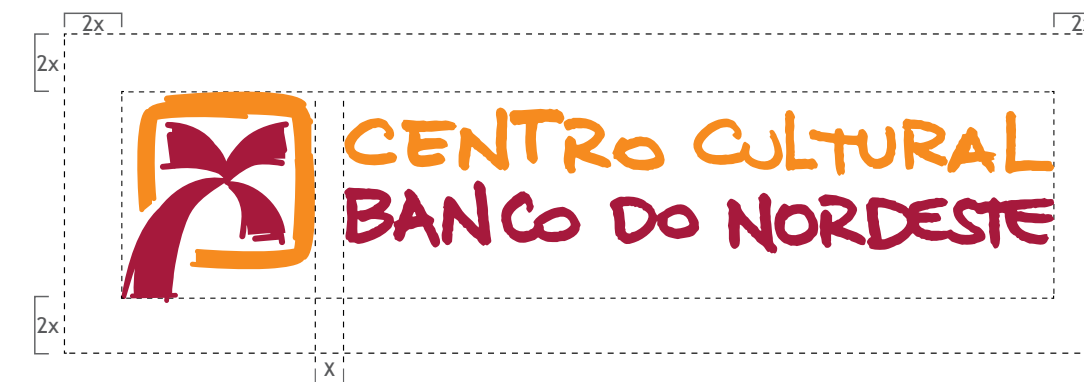
A utilização de fontes em estilo itálico não é permitida, exceto para diferenciar palavras estrangeiras.

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
~~*ABCDEFGHIJKLMN*~~*OPQRSTUVWXYZ*
 0123456789

Área de Proteção

É a área livre de interferência visual que deve existir ao redor da marca do Centro Cultural Banco do Nordeste. Sua finalidade é preservar a visibilidade e integridade da marca. É fundamental que essa área seja observada e respeitada em toda e qualquer aplicação.

A área mínima de proteção que deve ser mantida ao redor da marca é equivalente a duas vezes a distância entre o Box e o Logotipo, conforme demonstrado ao lado.



Redução Máxima

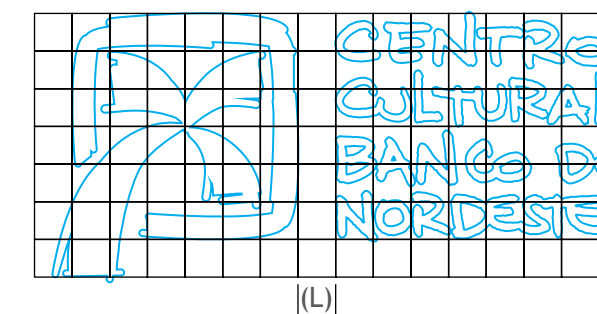
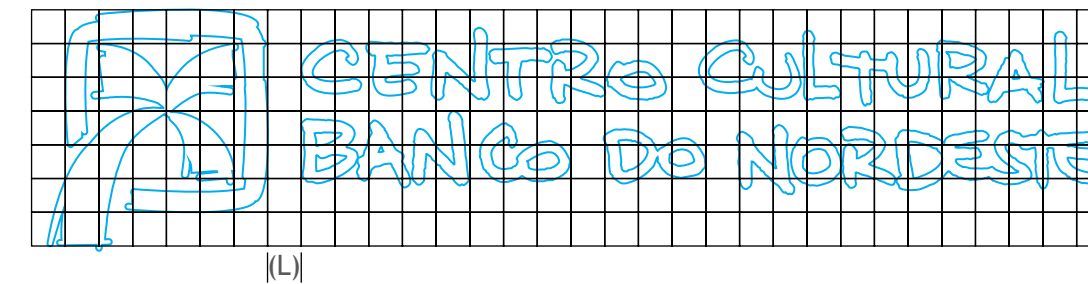
Para manter a integridade e visibilidade da marca, deve-se observar os limites máximos de redução. A marca não deve ser aplicada, em nenhuma situação, em tamanho menor que os indicados ao lado.

O tamanho mínimo da marca Centro Cultural é 23mm para a de duas linhas e 17mm para a de quatro linhas.



Diagrama para Desenho

Segue a mesma regra aplicada à Marca Corporativa: os diagramas para desenho são subdivididos em blocos de igual tamanho. Na marca, a medida do lado (L) de um bloco de subdivisão corresponde à distância entre a lateral direita do Box e a letra inicial do Logotipo. Essa relação de proporção deve ser rigorosamente observada.



Aplicações

Regras gerais de aplicação das marcas:

1. A integridade das marcas deve sempre ser preservada. Os elementos do símbolo das marcas do Banco (coqueiro + box) não devem ser seccionados, separados entre si nem de seus respectivos logotipos (nomes das marcas) em nenhum tipo de aplicação.
2. As marcas não devem ser modificadas nem distorcidas em suas proporções originais; nenhum elemento gráfico, imagem ou texto deve ser inserido nas marcas.
3. A área de proteção (área livre ao redor da marca) deve ser sempre respeitada, como indicado neste Livro.
4. O uso de quaisquer marcas do Banco como elemento de composição ou montagem gráfica em aplicações isoladas, não autorizadas ou não previstas neste Livro, seja manualmente ou utilizando recursos de computador, é restrito e requer prévia análise técnica do Ambiente de Marketing.
5. Nas marcas, usar somente as cores exatas, de acordo com os códigos de cor informados neste Livro.
6. A cor principal do Banco é o Vermelho Banco do Nordeste, conforme especificado neste Livro.
8. As cores azul e amarelo, por questão estratégica, nunca devem predominar em textos ou como cor de fundo nas aplicações das marcas. A cor laranja pode e deve ser usada, mas seguindo as proporções recomendadas - a cor laranja também não deve predominar, para não parecer comunicação de banco concorrente.
9. Na aplicação em faixas, as marcas do Banco não devem ser desenhadas à mão. Sua reprodução deve ser por meios mecânicos ou com uso de moldes, preferencialmente utilizando técnicas de serigrafia (*silk-screen*), a partir dos arquivos das marcas disponíveis na Intranet.
10. Assim como as marcas, os textos também não devem ser traçados à mão livre, e sim com uso de formas ou gabaritos.
11. Em textos, o estilo itálico só é permitido para diferenciar palavras estrangeiras.
12. Os textos não devem ser totalmente em caixa alta (maiúsculas), mas apenas as iniciais, quando necessário.

Cartão de Visita

Cores institucionais.

Borda arredondada conforme ilustração. Usar papel couchê 250g ou similar, com laminação fosca em ambos os lados.

Verso do cartão: marca na versão horizontal em duas linhas, em negativo, sobre fundo vermelho. Faixa horizontal na cor laranja.

Frente do cartão: fundo branco com a marca na versão horizontal em duas linhas, em positivo.

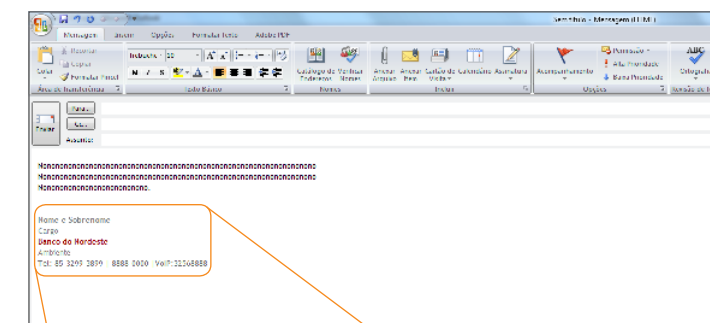
Texto: Alinhado à esquerda, fonte Aller estilo normal em todos os campos, cor cinza 80% (C=0, M=0, Y=0, K=80). No campo Nome, fonte tamanho 10 em negrito. Nos campos Ambiente e Célula, fonte tamanho 7 em negrito. Para os outros campos, fonte tamanho 7 normal (não usar negrito). Não usar estilo itálico.



Autoassinatura de E-mail

A autoassinatura corporativa para mensagens de correio eletrônico do Banco do Nordeste foi criada para estabelecer um padrão comum e consistente de identidade de marca nessa forma de comunicação institucional, além de outros benefícios relacionados à segurança e funcionalidade. A padronização também tem por objetivos racionalizar e “enxugar” as autoassinaturas, deixando-as no tamanho apropriado. O padrão de autoassinatura atualizado juntamente com as recomendações de aplicação estão disponíveis no seguinte endereço:

http://d001www06/content_intranet/aplicacao/areasuporteestrategico/s356/docs/orientações%20autoassinatura.doc



Nome e Sobrenome
Cargo
Banco do Nordeste
Ambiente
Tel: 85-1234-5678 | 1234-5678 | VoIP: 1234567

Apresentações

Apresentações para público interno ou externo devem utilizar um dos modelos de slide aqui apresentados, disponíveis para *download* na Intranet do Banco do Nordeste.

Usar somente fonte Trebuchet MS em estilo normal, na capa e nas páginas internas - em títulos, subtítulos textos e legendas. Estilo itálico só é permitido para diferenciar palavras estrangeiras.

Capa modelo cinza - o título deve ser na cor vermelho institucional, tamanho 44 e subtítulos na cor cinza, tamanho 28.

Capa modelo vermelho - o título deve ser na cor branca, tamanho 44 e subtítulos também na cor branca, tamanho 28.

Para os slides internos, títulos em cinza, tamanho 30; textos em tamanho 18, cor cinza.

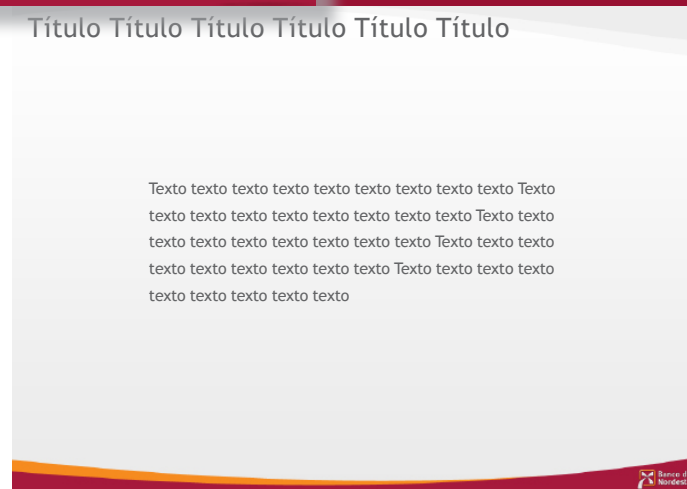
Capa modelo cinza



Capa modelo vermelho



Páginas internas



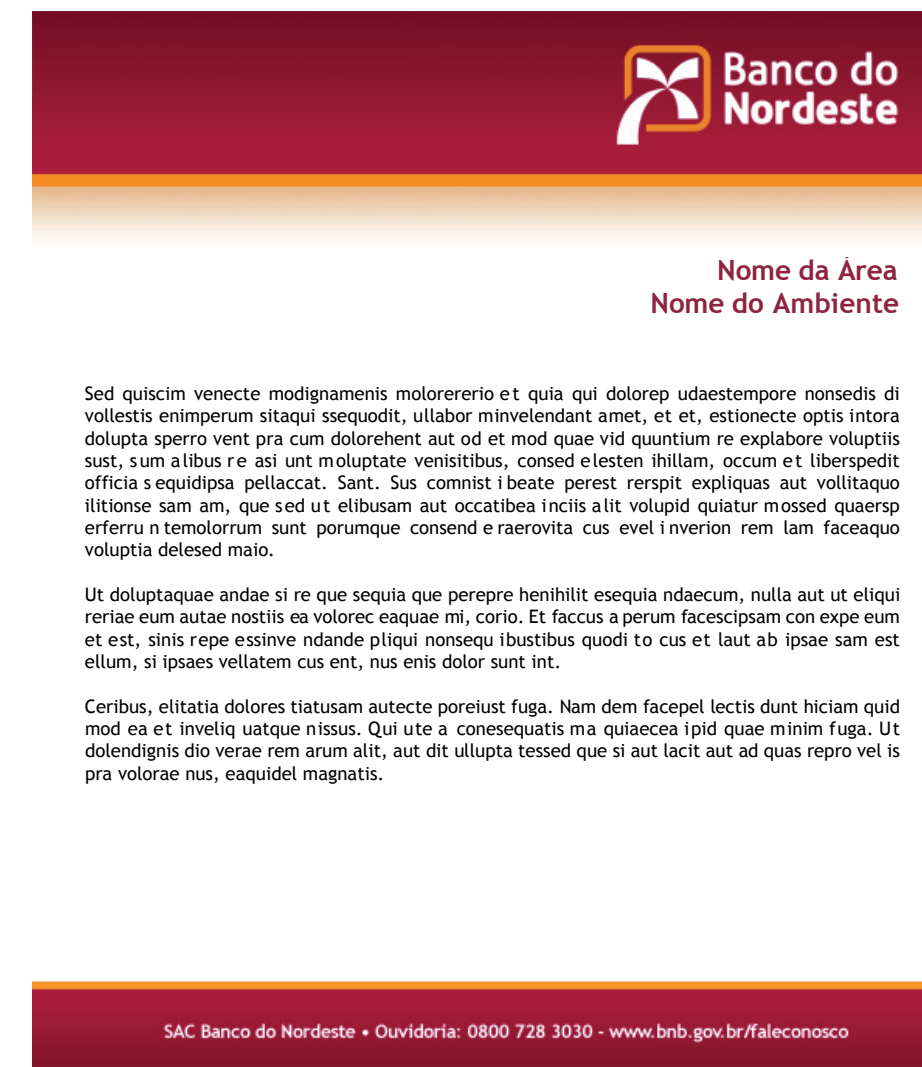
Infomail

Modelo disponível para *download* na Intranet do Banco do Nordeste.

Utilizar somente Fonte Trebuchet MS, com minúsculas e maiúsculas (evitar palavras totalmente em maiúsculas ou caixa alta).

No título, fonte tamanho 14, cor vermelho institucional, em negrito e alinhado à direita com a marca.

Para o corpo do texto, utilizar, fonte tamanho 11, cor preta, estilo normal, justificado. Usar negrito apenas para as palavras em destaque. O itálico só é permitido para diferenciar palavras estrangeiras.



Aviso Impresso

Modelo disponível para *download* na Intranet do Banco do Nordeste.

Cores institucionais.

Alinhar título e texto pela esquerda, margens conforme ilustrado.

O título deve utilizar Fonte Trebuchet MS, tamanho 35, em negrito, cor preta. O corpo do texto deve ter fonte Trebuchet MS, tamanho 30, também na cor preta, com letras minúsculas e maiúsculas (evitar palavras totalmente em maiúsculas ou caixa alta). Usar negrito somente para palavras em destaque. Evitar o uso de Itálico, permitido apenas para diferenciar palavras estrangeiras.

Prezado(a) Cliente,

Sed quiscim venecte modigna menismo lorererio et quia qui dolorepuda stem pore nonsedis di vollestis enimperum sitaqui ssequodit, ullabor minvelendant amet, et et, estionecte optis intora.

Dolupta sperro vent pra cum dolorehent aut od et mod quae vid quantium re explabore voluptiis sust, sum alibus re asi unt moluptate venisitibus, consed elesten ihillam, occum et liberspedit officia sequidipsa pellacat.

Sant. Sus explabore voluptiis sust, sum alibus re asi unt moluptate venisitibus, sequidipsa pellacat.



Bandeira

Modelo disponível para *download* na Intranet do Banco do Nordeste.

Material: tecido Tergal Verão (poliéster+viscose), com tingimento reativo.

Dimensões (com base na Lei 5700 de 01/09/1971):

Tamanho 1 - 1,28m x 0,90m, para uso em mastros internos de 2,20m;

Tamanho 2 - 1,93m x 1,35m, para uso em mastros externos de 3,00m.

Manter sempre essas proporções.

Marca: versão em duas linhas, em negativo, nas cores institucionais, centralizada e nas proporções indicadas na ilustração.

A faixa horizontal na cor laranja é indispensável.



CD

Cores institucionais.

No CD e na capa, aplicar a marca na versão horizontal em duas linhas, em negativo, sobre fundo vermelho, conforme ilustração.

A faixa horizontal na cor laranja deve ser aplicada na capa.



Colete Conte Comigo

Material: Tecido Oxford 280g/m², 67% poliéster e 33% viscose.

Cores institucionais: corpo na cor vermelha, gola na cor laranja.

A marca em duas linhas deve ser aplicada no peito à esquerda e a expressão “Conte Comigo” nas costas, conforme ilustração.



Malotes

Modelo 1

Cores institucionais.

Modelo disponível para *download* na Intranet do Banco do Nordeste.

Aplicar a marca na versão horizontal em duas linhas, em negativo, sobre fundo na cor vermelha, conforme ilustração. Textos na cor branca.



Malotes

Modelo 2

Modelo disponível para *download* na Intranet do Banco do Nordeste.

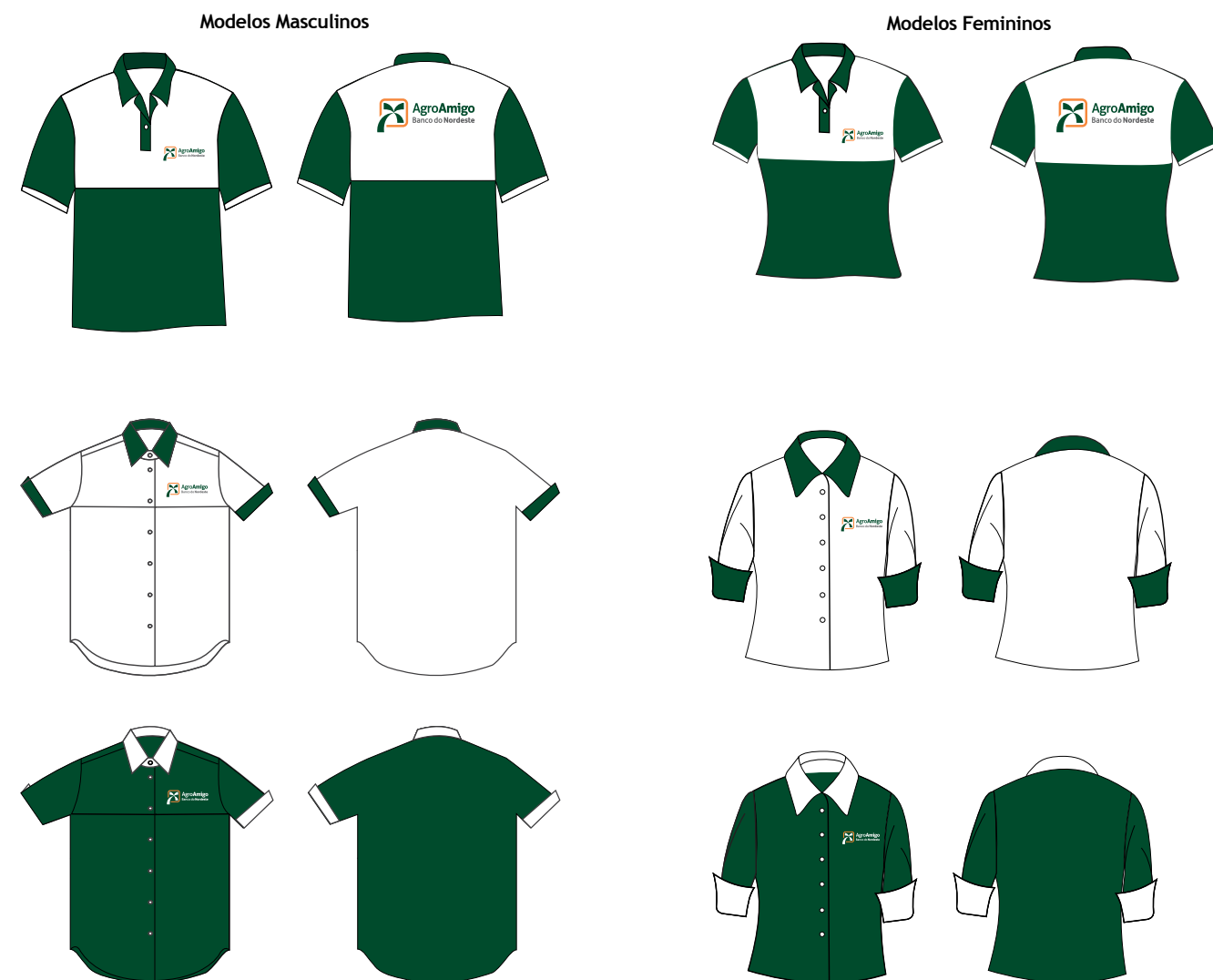
Aplicar a marca na versão horizontal em duas linhas, em negativo, sobre fundo na cor cinza 50% (C=0, M=0, Y=0, K=50), conforme ilustração. Textos na cor branca.



Uniforme para Agroamigo

Modelos masculinos e femininos, com predominância das cores branco e verde da marca Agroamigo, conforme ilustrações.

A marca deve ser aplicada com exatidão em sua forma e cores.



Uniforme para Crediamigo

Modelos masculinos e femininos, com predominância das cores branco e vermelho da marca Crediamigo, conforme ilustrações.

A marca deve ser aplicada com exatidão em sua forma e cores.

