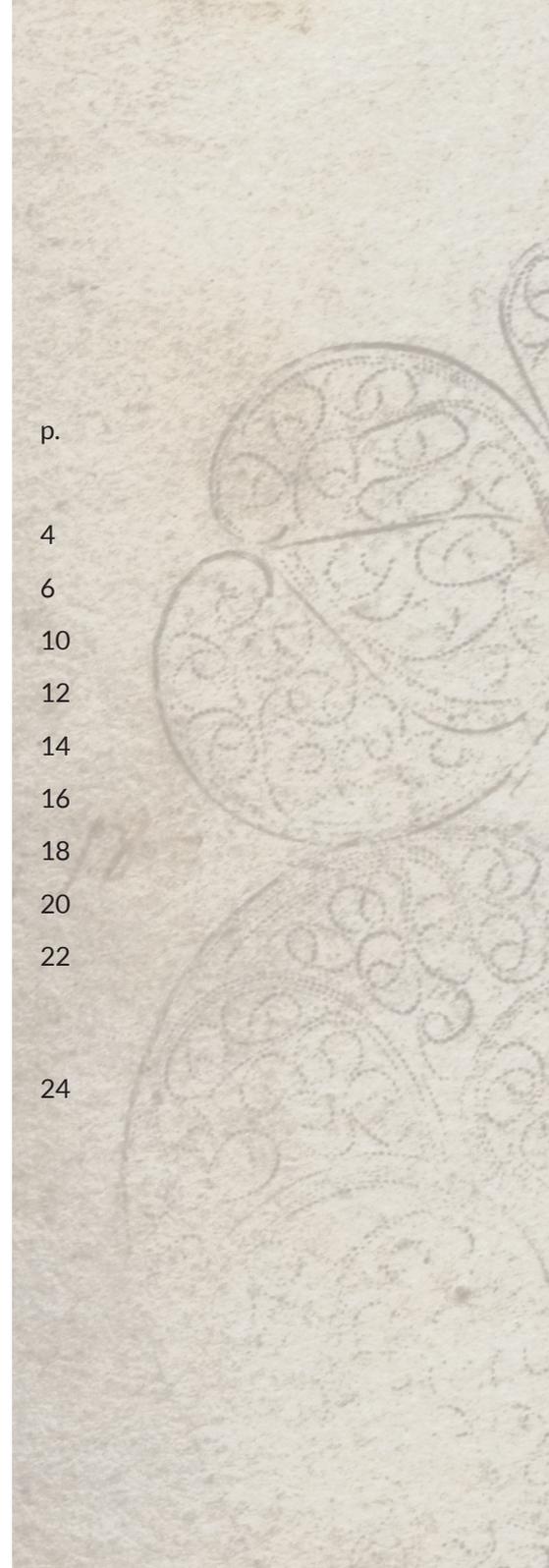


amar o
minho

	p.
LOGOMARCA	
Argumento	4
Apresentação	6
Dimensões mínimas	10
Margem de segurança	12
Família tipográfica	14
Monocromatismo	16
Cromatismo	18
Comportamento sobre fundos	20
Comportamento sobre cinzas	22
ECONOMATO	
Cartões de visita	24



LOGOMARCA

Argumento

“Amar o Minho” é uma marca que reúne **7 clusters**, representativos dos “produtos” que constituem a riqueza da oferta turística desta região de Portugal:

- **Turismo de Natureza;**
- **Enoturismo;**
- **Aldeias, Solares e Jardins;**
- **Gastronomia;**
- **Golfe;**
- **Saúde e Bem-estar.**
- **Artes e Produtos Tradicionais;**

Encimado por um elemento principal que mistura **mãos e coração**, e que congrega, visualmente, as características e as tradições de um povo e de uma cultura: o que faz e o que sente, que faz tudo com sentimento e alma e que sente profundamente tudo aquilo que faz.

Uma marca representativa de uma região conhecida pelos atributos naturais (pela exuberante paisagem, pelos produtos da terra) mas sobretudo pelas **marcas do seu povo**: a hospitalidade, a gastronomia, o artesanato...

“Minho” surge destacado, porque parte maior do conceito, logo por debaixo da frase que faz a ligação (visual e conceptual) com o coração.

Uma tentativa tímida de concentrar numa marca esta região, que é muito mais que a soma das partes.

Até porque o Minho não se explica. Nem se descreve.

**O Minho experimenta-se,
sente-se,
vive-se
e ama-se.**

LOGOMARCA

Apresentação

A logomarca é constituída por um elemento identificativo (“coração”) e pela menção **“amar o MINHO”**.

O símbolo é um coração desenhado (referência à manualidade) por **três linhas contínuas**, que se fundem num elemento único e congregador.

O *lettering* (tipo de letra) seleccionado para a expressão **“amar o”** deriva, por aproximação, do utilizado nos “lenços dos namorados” (característicos de Vila Verde). Letras orgânicas, quase feitas à mão, que carregam consigo **a identidade de um povo**.

A palavra **“MINHO”** assume um peso preponderante na logomarca e é transversal a toda a comunicação.

Este elemento gráfico resulta do encadear de diversos arcos, que remetem para detalhes arquitectónicos da região (fachadas, solares, igrejas, pontes...).

logomarca



símbolo

lettering

LOGOMARCA

Apresentação

O património histórico e arquitectónico região é vasto e rico, surgindo por isso evidenciado no tratamento gráfico da palavra **"MINHO"** da logomarca.

O encadeamento de arcos reproduzido neste elemento recria uma base conceptual que assenta na própria **História do Minho...**



mioho

LOGOMARCA

Dimensões mínimas

Para um perfeito reconhecimento da marca, o tamanho mínimo de reprodução deverá ser **13 x 17 mm** (largura x altura), no qual o traço que compõe o símbolo ("coração") aparece reproduzido com uma espessura de 1/2 ponto (0,188 mm).

Abaixo destas dimensões, existe o risco de uma leitura deficiente do "coração" e da inconsistência da mensagem que, no limite, pode não passar.



LOGOMARCA

Margem de segurança

Deve, sempre, respeitar-se uma **margem de segurança** visual ao redor da logomarca, que nenhum elemento visual pode contaminar.

Essa margem corresponde à **altura da letra "h"** do elemento "Minho", independentemente do tamanho a que a logomarca é reproduzida.





LOGOMARCA

Família tipográfica

A fonte sugerida para utilização na comunicação visual é a **Lato**, um tipo de letra moderno, limpo, ideal para o complemento da identidade.

Em todos os elementos de identidade corporativa, esta é a fonte sugerida, para a qual o facto de ser uma **fonte de uso gratuito** é uma mais-valia.

A Lato é uma família completa, dispondo das variantes **Hairline, Light, Regular, Bold, Black** e respectivos itálicos.

Em elementos de comunicação interna ou que não influenciem directamente a congruência da identidade (circulares, comunicações, cartas, etc.), sugere-se Arial como fonte alternativa.

A tipografia utilizada na logomarca foi trabalhada e não deve, sob qualquer circunstância, extravasá-la. Usar frases ou *slogans* em tipos semelhantes na comunicação visual apenas trará ruído e em nada ajudará a uma identidade coerente.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#\$%&/()=?*

FONTE CORPORATIVA

Lato
® Google Web Fonts
Free to Use

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!"#\$%&/()=?*

FONTE ALTERNATIVA

Arial
® Monotype Typography
Disponível em todos os sistemas

LOGOMARCA

Monocromatismo

A logomarca "**Amar o Minho**" é monocromática, o que concorre para uma marca simples e consistente, resultando no seu reconhecimento máximo.

Aceitam-se, por isso apenas as **versões positiva e negativa**, reproduzidas ao lado, com uma única exceção, explicada no capítulo seguinte.



LOGOMARCA

Cromatismo



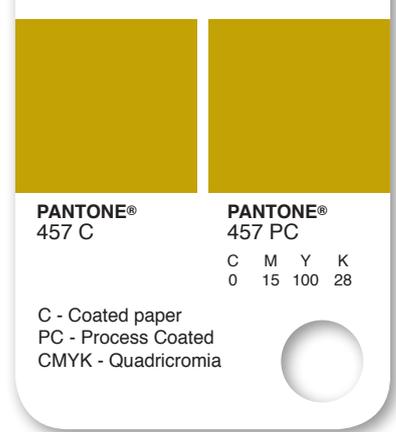
A única cor permitida na logomarca é o **dourado**, pelas razões que facilmente se compreendem e que derivam do argumento conceptual.

Em trabalhos a **cores directas**, utiliza-se o **Pantone 457**.

Para trabalhos em **quadricromia**, os valores a utilizar são **C0, M15, Y100, K28**.

A utilização de **termoestampagem** (película metálica dourada) é aconselhável, para uma maior nobreza dos elementos de comunicação.

NOTA: A reprodução da logomarca a dourado só é aceite quando utilizada sobre fundo branco puro ou, de preferência, sob fundo negro ou bases muito escuras.



LOGOMARCA

Comportamento sobre fundos

Na utilização da logomarca sobre fundos fotográficos ou coloridos, deve optar-se por cada uma das versões (positiva ou negativa) consoante o peso da base onde é aplicada (versão positiva sobre fundos de cores claras e versão negativa sobre fundos notoriamente escuros).

Se a base for de cor média, uma zona de transição, *dégradé* ou ainda uma área de uma fotografia com mais informação visual, dever-se-á usar uma **base quadrada preta de suporte** (que deve respeitar sempre as margens de segurança explicadas noutra capítulo deste manual).

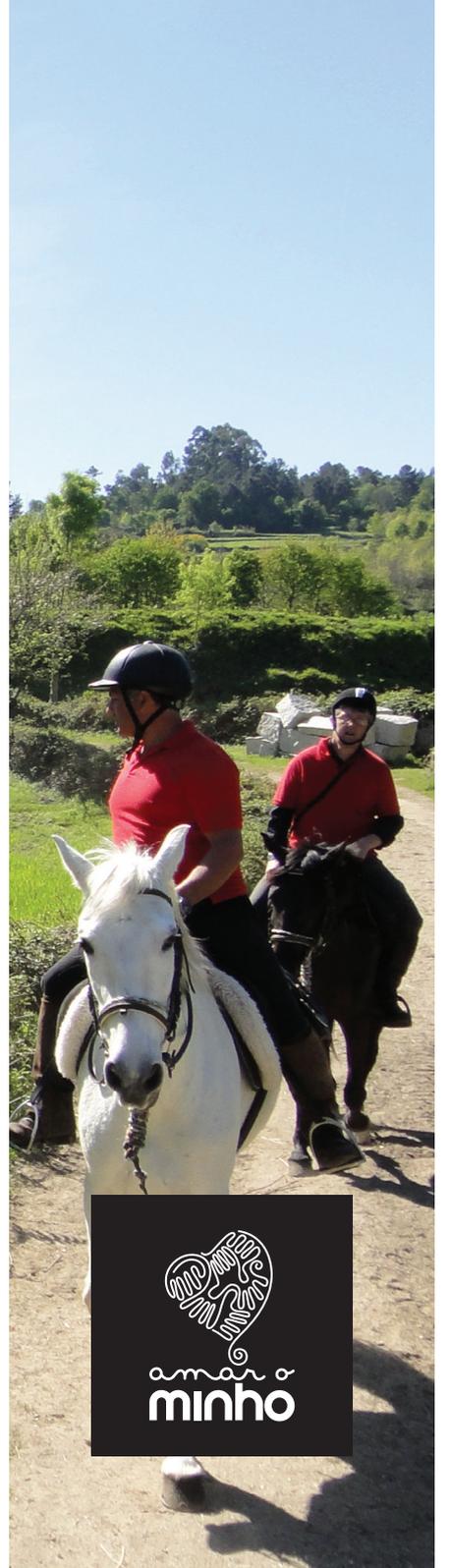





amar o
minho




amar o
minho




amar o
minho

SUBMARCAS

Comportamento sobre cinzas

Sobre fundos cinza **até 30% de preto** deve usar-se a **versão positiva** da logomarca.

Deve optar-se pela **versão negativa** da logomarca sobre fundos cinza constituídos por valores **acima dos 70% de preto**.

Em cinzas com valores de preto **entre os 30% e os 70%**, a utilização da marca simples é **proibida**, sendo obrigatória a utilização da base de suporte referida no capítulo anterior.

> 70% Black



< 30% Black



ECONOMATO

Cartões de Visita

Sugestão de cartões de visita, que deriva das regras definidas nos capítulos anteriores.

O cartão de visita da marca deve, sempre que possível, utilizar o dourado (de preferência em estampado metálico), ou ser monocromático (por motivos que se prendam com contenção de custos).

O verso respeita a sugestão de tipografia.



Manuel Jesus
relações públicas

960 123 456
mjesus@amarominho.pt

Villa Moraes
Rua João Rodrigues Morais
4990-121 Ponte de Lima
Tel (+351) 258 909 340
Fax (+351) 258 909 349
minhoim@cim-altominho.pt

www.amarominho.pt

Manuel Jesus
relações públicas

960 123 456
mjesus@amarominho

Villa Moraes
Rua João Rodrigo
4990-121 Ponte
Tel (+351) 258
Fax (+351) 258
minhoim@cmr
www.amarominho.com



amaro
minho



PEGADA CRIATIVA
AGÊNCIA DE CONTEÚDOS