

Manual de Identidade Visual

SulAmérica

associada ao **ING** 

Apresentação

1 A Marca

- 1.1 Atributos
- 1.2 Comentários sobre a Marca

2 Código Gráfico

- 2.1 Marca
- 2.2 Proporções e Redução
- 2.3 Slogan
- 2.4 Área de Não-interferência
- 2.5 Alfabeto Institucional
- 2.6 Versões de Cor
- 2.7 Aplicações Excepcionais
- 2.8 Usos Incorretos
- 2.9 Cores Institucionais e de Apoio
- 2.10 Arquitetura de Marca
- 2.11 Arquitetura de Marca - Produtos
- 2.12 Construção de Nomes
- 2.13 Grafia e Locuções

3 Universo Visual SulAmérica

- 3.1 Universo Visual SulAmérica
- 3.2 Elementos que compõem o Padrão Gráfico de Tarjas Horizontais
- 3.3 Elementos que compõem o Padrão Gráfico de Tarjas Verticais
- 3.4 Exemplos do Padrão Gráfico para uso Institucional e em Seguros
- 3.5 Exemplos do Padrão Gráfico para uso em Previdência e Investimentos
- 3.6 Exemplos do Padrão Gráfico para uso Institucional e em Seguros - com Imagens
- 3.7 Exemplos do Padrão Gráfico para uso em Previdência e Investimentos - com Imagens
- 3.8 Largura Mínima de Assinatura em Formatos Verticais
- 3.9 Assinatura em destaque em Formatos Verticais
- 3.10 Largura Mínima de Assinatura em Formatos Horizontais
- 3.11 Assinatura em destaque em Formatos Horizontais
- 3.12 Largura Mínima de Assinatura em Formato Quadrado
- 3.13 Uso do Padrão Gráfico de Tarjas Horizontais
- 3.14 Uso do Padrão Gráfico de Tarjas Verticais
- 3.15 Assinatura URL com o Padrão Gráfico de Tarjas Verticais e de Tarjas Horizontais
- 3.16 Anúncios em Preto e Branco
- 3.17 Linguagem Fotográfica
- 3.18 Linguagem Ilustrativa
- 3.19 Tabela de Cores x Pesos para Tipografia Impressos em CMYK
- 3.20 Exemplo de uso da Tabela de Cores x Peso
- 3.21 Revisão do Padrão Gráfico

4 Impressos

- 4.1 Cartão de Visita
- 4.2 Papel de Carta
- 4.3 Papel de Relatório
- 4.4 Envelope Ofício Institucional
- 4.5 Envelopes Padronizados
- 4.6 Pasta
- 4.7 Formulários

5 Aplicações

- 5.1 Identificação Externa
- 5.2 Identificação Interna
- 5.3 Sinalização Interna
- 5.4 Comunicação
- 5.5 Crachás
- 5.6 Capa e Etiqueta de CD
- 5.7 Uniformes
- 5.8 Frota
- 5.9 Brindes
- 5.10 Apresentação em PowerPoint

6 Amostras de Cores

Apresentação

Este manual apresenta a atualização da identidade visual SulAmérica.

Apresenta ainda as novas diretrizes do universo visual SulAmérica para sua comunicação, assim como exemplos de impressos de diversos tipos – impressos de representação, formulários, placas de identificação de estabelecimentos, brindes, uniformes, veículos de frota, entre outros.

Para fortalecer a marca SulAmérica, que enfatiza os atributos “confiança”, “experiência”, “agilidade” e “responsabilidade social”, contamos desde já com sua colaboração e o empenho de todos.

SulAmérica

associada ao **ING** 

Setembro 2005

SulAmérica

associada ao ING 

Marca antiga



Marca atual

SulAmérica

associada ao **ING** 

A criação da marca SulAmérica teve como base, de um lado, a identificação dos aspectos mais representativos da antiga identidade visual da empresa e, de outro, a incorporação dos novos elementos trazidos pela associação com o ING.

O triedro não era facilmente lembrado pelos clientes, sendo motivo até mesmo de erros de reconhecimento. Optou-se, portanto, por eliminá-lo.

Já os dois tons de azul eram fortemente característicos da SulAmérica. Assim, decidiu-se pela manutenção do azul escuro com uma pequena adaptação para o mesmo azul institucional do ING. Além de simbolizar a noção de continuidade, a cor azul reforça atributos de confiabilidade e solidez.

A cor laranja chama a atenção para a mudança. Presente na logomarca ING e na seta integradora, reforça impressões de dinamismo, de novidade, de evolução.

A seta indica também a direção da empresa, seu rumo, seu futuro. Intencionalmente, aponta para a frente e para cima, relacionando-se a objetivos de performance como “rentabilidade acima da média” e “excelência no atendimento”.

Grafada como uma única palavra, em TheMix, alfabeto contemporâneo e despojado, a denominação “SulAmérica” também ganhou novo caráter, mais notável e moderno.

Por fim, o endosso ING, presente na nova marca SulAmérica, foi aplicado com discrição, para assinalar sutilmente sua importância.

Código Gráfico | 2

Setembro 2005

SulAmérica

associada ao ING 

SulAmérica

associada ao **ING** 

A marca SulAmérica, principal identificador visual da empresa, resulta da combinação de diferentes elementos: o logotipo SulAmérica; o endosso ING, formado pela expressão “associada ao” seguida da logomarca ING; e uma seta integradora.

As posições dos elementos gráficos que compõem a marca SulAmérica precisam ser rigorosamente mantidas, para que se assegurem a qualidade e a padronização do desenho. Em qualquer veiculação da marca, devem ser utilizados os arquivos originais autorizados para reprodução contidos no CD anexo ao manual.

Proporções da marca



Dimensão mínima da marca



A marca SulAmérica possui proporções e relações específicas em sua construção que não devem ser alteradas. Essas proporções definem o uso correto tanto da marca SulAmérica quanto do endosso ING.

Essas relações também são responsáveis pela legibilidade da marca SulAmérica. Qualquer alteração nas proporções da marca irá prejudicar a legibilidade e reconhecimento dos elementos da marca, principalmente em reduções.

As dimensões mínimas determinam a menor largura que a marca SulAmérica pode ter em materiais impressos, tais

como anúncios, folhetos, papelaria etc., que neste caso deve ser de 3 cm. Para os casos de uso em grandes formatos deve prevalecer o bom senso e deve-se buscar a proporcionalidade entre a distância real de leitura e o tamanho da marca SulAmérica aplicada na peça em questão.

Não é permitida a reconstrução dos elementos da marca SulAmérica. Para a correta utilização da marca, sempre utilize os arquivos originais autorizados para reprodução contidos no CD anexo ao manual.

SulAmérica

associada ao **ING** 

MODERNA PARA SEMPRE

Distância do slogan

SulAmérica

associada ao **ING** 

a

MODERNA PARA SEMPRE

A marca SulAmérica em sua versão com slogan é de uso restrito e só deve ser utilizada com a devida autorização do Departamento de Marketing da SulAmérica.

O slogan posiciona-se abaixo da marca a uma distância equivalente à altura da letra “a” minúscula da palavra “América” do logotipo. A largura do slogan é definida pelo alinhamento apresentado acima e possui altura igual à letra “l” do logotipo ING.



Lorem ipsum dolor si amet, consectetur adipiscing elit, sad diam nomnumy elusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliquam erat volupat. Ut enim ad minim veniam. Et
duis autem vel eum irere dolor in reprehenderit in voluptate velit esse molestale, vel illum dolore eu fugiat nulla pariatur. At vero eos et justo odio dignissim que vlandit pre praesant
luptatum delenit aigue dous dolor et molestias exceptur sint occaecat cupidiat non provident. Simil tempor sunt in culpa que officia deserunt mollit anim id est laborum et dolor fuga.
Et harumd dereud facilis est er expedit distinct. Nam liber tempor cum soluta novis eligend optio congue nihil impedit doming id quod. Maxim placeat facer possim omnis voluptas
assumenda est, omnis dolor repellend. Temporibud autum quinsud et aur office debvit aut tum rerum necessit aitib saepe eveniet ut er repudiand sint et molestia non recusand.
Itaque earud rerum hic tenetur sapiente delectus sau aut prefer indis folorib asperior repellat. hanc ego cum tene sententiam, quid est cur verear ne ad eam non possing accommodare:
nostros quos u paulo ante cum memorite blestias access potest
emice et nebevol, poen legum odioque
conscient to factor tu immodut est neque
vusdam neque pecu relguard cupiditat,
lividing gem. epurlar honor impoer ned
modut est neque hulla praid om
reguard cupidat, quas minuit, potius inflammat ut coercend magist and et dodecendesse videantur. Invat igitur vera ratio
aequitated ifde. Et neque hominuy infant aut injuste fact est cond qui neg facili efficerd possit dou
fecerit, et opos vel fortunag vel ingen liberalit magis conveniunt. da vut tuntag vene volent sib concilianet. Et, aptissim est ad quiet. Endum caritat praeser cum omning null sit cous
peccand quaertr in imigent cupidat a natura pordic facile explent sine julla inura autend incad peccand quaertr in imigent cupidat a natura porfic facile explent sind julla inura autend
inacn sut is parend non est nihil emin desiderabile. Concupis plusque in ipsinu ia detrimend est quae i his regus emulument ouriunt iniur. Itaque ne justitial dem rect que s dixer per
se ipsad optavil sed quiran cudiitat vel plurigy. Nam dilig et carum esse ircund est porpter and tutior vitanm et luptat plenior efficit. Tia non ob ea sulu incommod quae. Imporb
fugiendad putamui sed mult emitiam mag quod cuis. Gaai ad erat amicos perineren grent esse per se sas tam tamet eum locum seque facil, ut mihi detur expedium. It enin vitures,
de quiv eante cidtum est esic aminitiadn neg posse a luptate discedere. Nam cum solitud et vitary sintg amicus insidfar et metur plena sit, ratriodipsa monet. amicitian comparan,
quivus aprt confirmatur animuser e spoe pariender lluptam seiung nonpoest. Atque ut odia, invid despication advensantur luptatib. Sic amittitiao non.

SulAmérica
associada ao ING

SulAmérica
associada ao ING
MODERNA PARA SEMPRE

A proximidade de outros elementos gráficos significativos pode reduzir o impacto visual ou interferir na legibilidade da marca SulAmérica com e sem o slogan.

É obrigatório resguardar uma área de não-interferência em torno da marca, como mostram as figuras acima.

A área de não-interferência, aplicada em cada lateral da marca, equivale à altura da letra “a” minúscula da palavra “América” do logotipo.

TheMix 2-Extra Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

TheMix 2C-Extra Light Caps
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

TheMix 3-Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

TheMix 4-Semi Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

TheMix 5
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

TheMix 5 Basic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

TheMix 6-Semi Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

TheMix 7-Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

TheMix 8-Extra Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

TheMix 9-Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Verdana
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ 1234567890
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Alfabeto institucional é a família tipográfica adotada para identificar e uniformizar os textos utilizados nas diversas comunicações SulAmérica. A veiculação sistemática do alfabeto institucional é um dos fatores responsáveis pela consolidação da imagem da empresa.

Desta forma, o alfabeto TheMix deve ser usado prioritariamente em produtos de comunicação de caráter permanente. No caso da necessidade de textos com números alinhados, utilize sempre o pacote TheMix Basic ou utilize a versão TheMix CAPS do pacote TheMix Classic.

Para adquirir o pacote completo ou outro pacote da família tipográfica TheMix, consulte o site www.fonthaus.com.

No caso da impossibilidade de uso da família tipográfica TheMix, em casos como web e documentos word, é permitida a substituição da família tipográfica TheMix pela tipografia Verdana.

Exclusivamente na revista SulAmérica Online é permitido aplicar a família tipográfica Palatino.

Versão de uso preferencial



Versão bicromática

Versão monocromática



Versão monocromática preto



Versão monocromática negativa
sobre fundo preto

| uso restrito >



Versão monocromática prata metálico
ou cromado



Versão monocromática negativa
sobre fundo prata ou cromado

A versão bicromática da marca SulAmérica, em azul e laranja, é preferencial e deve ser usada de forma prioritária.

Nos casos em que não for possível o emprego da versão bicromática deve-se usar a versão monocromática preta ou sua variante negativa.

A versão monocromática prata, tanto na versão positiva quanto negativa, é de uso restrito e deve ser utilizada somente com a devida autorização do Departamento de Marketing da SulAmérica.

A versão monocromática negativa sobre fundo prata metálico é apropriada para aplicações especiais, sempre sobre fundo prata ou cromado.

Uma variação do desenho do leão foi especificamente desenvolvida para a versão monocromática negativa sobre fundo preto e deve ser respeitada.

Em toda veiculação, devem ser utilizados os arquivos originais autorizados para reprodução contidos no CD anexo ao manual.

Exemplo 1



Marca em relevo

Exemplo 2



Marca colorida sobre superfície prata

Exemplo 3



Marca negativa jateada sobre superfície transparente

Nos casos de impossibilidade da aplicação da marca SulAmérica sobre fundo branco, deve-se buscar soluções adequadas e coerentes com as regras gerais de utilização da marca, buscando sempre a legibilidade e qualidade no resultado final.

Para ilustrar esta lógica, podemos observar no exemplo 1 a aplicação monocromática positiva da marca em baixo relevo sobre couro.

No exemplo 2, podemos observar a marca bicromática aplicada sobre fundo prata metálico, mantendo o leão

vazado, conforme as regras existentes.

No exemplo 3, podemos observar a versão em negativo jateada sobre vidro.

Ressaltamos que estes casos são excepcionais e demandam uma profunda avaliação das regras da identidade visual para determinar qual solução deve ser tomada.

Não alterar as proporções entre os elementos da marca



Não distorcer a marca



Não deslocar o endosso da posição original



Não utilizar a marca com outline (contorno)



Não rotacionar a marca



Não utilizar outras fontes para a marca



Não utilizar a marca italizada



Não utilizar o leão da versão positiva na versão negativa



Não utilizar a marca sobre fundos que não sejam brancos



Não utilizar a marca em negativo sobre fundo azul escuro



Os exemplos acima ilustram apenas alguns usos incorretos da marca. Ao utilizar a marca SulAmérica, use o bom senso e siga rigorosamente as regras de cuidados na veiculação. Em caso de dúvida, consulte sempre o Departamento de Marketing da SulAmérica.

Cores institucionais



Pantone 281	CMYK Coated	CMYK Uncoated	RGB	Hexadecimal	Tinta Automotiva
	Cyan 100	Cyan 100	R 0	#000066	"GM Azul Munich 93"
	Magenta 90	Magenta 90	G 0		
	Yellow 0	Yellow 0	B 102		Vinil Adesivo
	Black 35	Black 35			"3M-BR6300-107-Azul Imperial"



Pantone 165	CMYK Coated	CMYK Uncoated	RGB	Hexadecimal	Tinta Automotiva
	Cyan 0	Cyan 0	R 255	#FF6600	"Ford Laranja Nepal-72" ou
	Magenta 70	Magenta 60	G 102		"GM Laranja Boreal-78"
	Yellow 100	Yellow 100	B 0		
	Black 0	Black 0			Vinil Adesivo
					"3M-BR6300-24 Laranja"

Cor de apoio



Cool Gray 7	CMYK Coated	CMYK Uncoated	RGB	Hexadecimal	Tinta Automotiva
	Cyan 0	Cyan 0	R 147	#939598	"Ford Prata Texas 97" ou
	Magenta 0	Magenta 0	G 149		"GM Prata Argenta-95"
	Yellow 0	Yellow 0	B 152		
	Black 50	Black 50			Vinil Adesivo
					"3M-BR6300-61 Cinza Claro"

As cores institucionais (azul e laranja) devem predominar na identidade visual SulAmérica.

O uso adequado da cor é o mais importante fator para a consolidação da identidade corporativa da SulAmérica, sendo responsável pelo reconhecimento do padrão gráfico e pela própria arquitetura de linhas de negócio da SulAmérica, como veremos no capítulo 3 referente ao universo visual SulAmérica.

As cores institucionais SulAmérica são as próprias cores da marca, sendo elas o azul Pantone 281 e o laranja Pantone 165. A cor cinza Pantone Cool Gray 7 é denominada cor de apoio, pois é utilizada em textos na comunicação.

Acima apresentamos referências de conversões destas três cores para os processos de reprodução mais utilizados na produção de material de comunicação da SulAmérica.

As cores impressas nesta página não devem ser utilizadas como referência de cor. Para tal, utilize sempre um padrão oficial Pantone ou uma das amostras existentes ao final deste manual. Para definição de cores em processos de reprodução que não possibilitem a utilização de cores especiais ou em suportes que alterem a cor impressa, deve-se sempre buscar a compensação adequada para que o resultado final seja próximo à referência de cor Pantone especificada.

Aplicação corporativa



Aplicações para as
linhas de negócio



Setembro 2005

O uso da assinatura SulAmérica (marca) associada ao padrão gráfico fortalece o caráter institucional das aplicações.

A predominância de uma das cores institucionais identifica a área de atuação, definindo aplicações tanto corporativas como relativas à linha de negócio. Por exemplo, em aplicações relativas às linhas de negócio Investimentos e Previdência deve prevalecer o padrão gráfico na cor laranja.

Para a linha de negócio Seguros e demais aplicações corporativas deve prevalecer a cor azul.

1. Marca corporativa
No primeiro nível, está a marca corporativa SulAmérica.

2. Linha de negócio
No segundo nível, a identificação das linhas de negócio se dá pela inversão da predominância das cores: azul para Seguros e laranja para Previdência e Investimentos.

3. Produto
No terceiro nível, o nome dos produtos, grafado na variante TheMix 6 SemiBold, é alinhado pela base de “SulAmérica”.

4. Produto e Complemento
No quarto nível, o produto com seu complemento, grafados, respectivamente, nas variações TheMix 6 SemiBold e TheMix 3 Light.



A arquitetura de produtos organiza-se em 4 níveis, sendo que no primeiro temos a marca corporativa, predominando tons de azul. No segundo nível ocorre a diferenciação por cores, sem nenhuma descrição da linha de negócios.

A descrição de produto acontece no terceiro e quarto níveis, conforme podemos observar no gráfico acima.

Para construção dos padrões dos nomes de linhas de negócio, a altura da letra maiúscula deve ser igual à altura do leão pertencente ao endosso ING.



Alinhamento

Linha de Negócio	Exemplo
SulAmérica + Linha de Negócio	SulAmérica Seguros SulAmérica Investimentos
Nome de Produto	Exemplo
SulAmérica + Produto	SulAmérica Auto
Nome de Produto com Complemento	Exemplo
SulAmérica + Produto + Complemento	SulAmérica Previdência Empresa
Nome de Serviço	Exemplo
SulAmérica + Serviço	SulAmérica Assistência 24 Horas

Acima, apresentamos a estrutura para composição de nomes para linhas de negócio, produtos e serviços da SulAmérica.

Para mais informações sobre o uso correto destes nomes em grafias e locuções, consulte a página 2.13 deste manual.

A criação de nomes fora das estruturas apresentadas acima – como nomes de prêmios, concursos, serviços especiais –, assim como outros casos não previstos, só serão admitidos após a devida análise e aprovação do Departamento de Marketing da SulAmérica.

Regras	Correto	Incorreto
Em textos, a marca SulAmérica deve ser grafada sempre com as duas palavras unidas (sem espaço), ambas com a primeira letra em maiúsculo.	SulAmérica Exemplo A SulAmérica valoriza o relacionamento com seus clientes. A SULAMÉRICA É UMA EMPRESA SOCIALMENTE RESPONSÁVEL.	Sul América SulAmérica ING SulAmérica/ING A Sul América valoriza o relacionamento com seus clientes.
Quando o texto estiver em caixa alta, admite-se a mesma grafia na marca.		
Em textos – releases para imprensa, relatórios, dossiês, entre outros –, a associação com o ING deve ser mencionada apenas uma vez por página.	Exemplo A SulAmérica, associada ao ING, é uma empresa socialmente responsável. Estas são as ações que a SulAmérica desenvolve junto às escolas.	Exemplo A SulAmérica, associada ao ING, é uma empresa socialmente responsável. Estas são as ações que a SulAmérica ING promove em defesa do meio ambiente.
Em locuções, mencionar que a SulAmérica é associada ao ING só se necessário e apenas uma vez. Nunca falar “SulAmérica ING”.		
Em textos e locuções de caráter corporativo, mencionar exclusivamente “SulAmérica”.	Exemplo A SulAmérica valoriza o relacionamento com seus clientes.	Grupo SulAmérica SulAmérica Seguros & Investimentos
A linha de negócio deve ser grafada após a marca SulAmérica, com a primeira letra maiúscula, utilizando artigo feminino.	SulAmérica Seguros SulAmérica Investimentos	SulAmérica SEGUROS SulAmérica INVESTIMENTOS SulAmérica ING Seguros SulAmérica ING Investimentos
Em locuções, mencionar a linha de negócio após a marca SulAmérica.	Exemplos A SulAmérica Seguros lança uma nova linha de produtos no mercado. A rentabilidade acima da média caracteriza os fundos da SulAmérica Investimentos. A SulAmérica Previdência é uma empresa referência de mercado.	Seguros SulAmérica Investimentos SulAmérica ING SulAmérica Seguros, associada ao ING
Em textos, o nome de produto deve ser grafado após a marca SulAmérica, com a primeira letra maiúscula, utilizando artigo masculino.	SulAmérica Auto SulAmérica Saúde	SulAmérica Seguros Auto SulAmérica Seguros Saúde SulAmérica Investimentos Fundos SulAmérica PGBL
Apenas siglas curtas poderão ser grafadas com todas as letras em maiúsculo.	Exemplos Com o SulAmérica Previdência seu futuro é mais seguro. O SulAmérica Saúde oferece descontos exclusivos. O SulAmérica Transporte garante a melhor proteção para sua carga nos transportes aéreos.	A SulAmérica Saúde oferece descontos exclusivos.
Não grafar “SulAmérica”, seguida de linha de negócio, seguida de nome de produto.		
Em locuções, mencionar o nome do produto após a marca SulAmérica.		
Os complementos devem ser grafados após o nome de produto, com as primeiras letras em maiúsculo. Apenas siglas curtas poderão ser grafadas com todas as letras maiúsculas.	SulAmérica Saúde PME SulAmérica Fundos Renda Fixa SulAmérica Previdência Empresa	Sul América Seguros Saúde PME SulAmérica/ING Investimentos Fundos Renda Fixa A SulAmérica Previdência A SulAmérica Saúde
Não grafar “SulAmérica” seguida de linha de negócio, seguida de nome de produto e complemento.	Exemplo O SulAmérica Saúde PME foi criado para garantir a qualidade de vida de sua equipe de trabalho.	SulAmérica PGBL
Em locuções, mencionar o nome do produto e o complemento após a marca SulAmérica.		

Universo Visual SulAmérica | 3

Setembro 2005

SulAmérica

associada ao ING 



Apresentamos neste capítulo o novo universo visual SulAmérica, seus elementos, relações e possibilidades de uso, assim como os parâmetros que regem estas relações.

Este novo universo visual apresenta-se graficamente limpo, direto e sofisticado, acrescentando versatilidade e integrando os diversos recursos de comunicação utilizados pela SulAmérica.

A mudança e a evolução do universo visual marcam uma nova etapa na formação da imagem institucional, reforçando os atributos da marca já construídos.

Nas páginas seguintes apresentamos detalhadamente os parâmetros de uso de todos os elementos, sendo aconselhável a leitura integral deste capítulo para, desta forma, garantir a compreensão dos parâmetros apresentados.

Exemplo

Tarja Monocromática
Esta tarja compõe o padrão gráfico, identifica a linha de negócio e pode ser utilizada para textos de contato, tais como assinatura URL (site) e o8oo. A altura da Tarja Monocromática não deve ser maior que 75% da altura da peça.

Área de fundo branco
Área para informações em texto longo, assinatura e demais informações da peça.

Assinatura SulAmérica
Centralizada no layout sobre a Tarja Bicromática

Lado esquerdo da Tarja Bicromática
Pode ser utilizado para textos de contato, tais como assinatura URL (site), o8oo, desde que respeite as regras de uso do lado esquerdo da Tarja Bicromática, que serão demonstradas a seguir.

Lado direito da Tarja Bicromática
Juntamente com a Tarja Monocromática, esta tarja ratifica a linha de negócio e compõe o padrão gráfico.

Conte com a Agilidade® SulAmérica.

SulAmérica

associada ao ING

Exemplo

Imagem
Sempre acontece na parte superior da peça podendo estar acima ou abaixo da Tarja Monocromática. A altura da imagem somada à altura da Tarja Monocromática não deve ser maior que 75% da altura da peça.

Conte com a Experiência® SulAmérica.

Proeminem risus e
dests chão tunes lorem
ipsum fruit yureo lesdt.
Feiloi grutisfrim rocan
bolium frutis dests.

SulAmérica

associada ao ING

Assinatura SulAmérica
Centralizada sobre o lado direito da Tarja Bicromática

O padrão gráfico do Universo Visual SulAmérica é formado por duas tarjas paralelas que se opõem no layout e podem assumir tanto a posição vertical como a posição horizontal, adequando-se ao formato da área de composição. Estas duas tarjas são separadas por uma “área de fundo branco” e são denominadas de Tarja Monocromática e Tarja Bicromática.

A área de fundo branco define o espaço utilizado para a assinatura SulAmérica (marca) e para informações secundárias de texto.

A Tarja Monocromática pode dividir o seu espaço com imagens e pode ser utilizada para comportar chamadas, títulos, informações em destaque ou, simplesmente, para compor o padrão gráfico, como pode ser observado nas figuras acima.

A assinatura SulAmérica acontece de duas formas: na primeira, ela se destaca e ocupa a parte central da área de fundo branco. Na segunda, a marca possui dimensões menores e é posicionada no canto inferior direito, centralizada sobre o lado direito da Tarja Bicromática, o que referencia a assinatura SulAmérica.

Na próxima página observaremos os elementos que compõem o padrão gráfico vertical e em seguida os parâmetros de uso e organização dos elementos, tanto para o padrão gráfico vertical como para o padrão gráfico horizontal.

As cores do padrão gráfico estão diretamente relacionadas com a arquitetura de marca, como ilustrado nas páginas 2.10 e 2.11.

Tarja Monocromática
Esta tarja compõe o padrão gráfico, identifica a linha de negócio e pode ser utilizada para textos de contato, tais como assinatura URL (site), o800, desde que respeite as regras de uso da Tarja Monocromática, que serão demonstradas a seguir.

Exemplo

Parte superior da Tarja Bicromática

Assinatura SulAmérica
Centralizada na Tarja Bicromática.

Parte inferior da Tarja Bicromática

Área de fundo branco
Área para informações em texto longo, assinatura e demais informações da peça.

Imagem
Sempre acontece preferencialmente na parte esquerda da peça em formato horizontal, podendo estar à frente ou atrás da Tarja Monocromática. A largura da imagem somada à largura da Tarja Monocromática não deve ser maior que 60% da largura da peça.

Exemplo

Área de fundo branco

Área para informações em texto, assinatura e demais informações da peça.

Assinatura SulAmérica
Centralizada na parte inferior da Tarja Bicromática.

Nos exemplos acima podemos observar os elementos que compõem o Padrão Gráfico de Tarjas Verticais. Ele é formado por duas tarjas paralelas que se opõem horizontalmente no layout, adequando-se ao formato da área de composição. Estas duas tarjas são separadas por uma “área de fundo branco” e são denominadas de Tarja Monocromática e Tarja Bicromática.

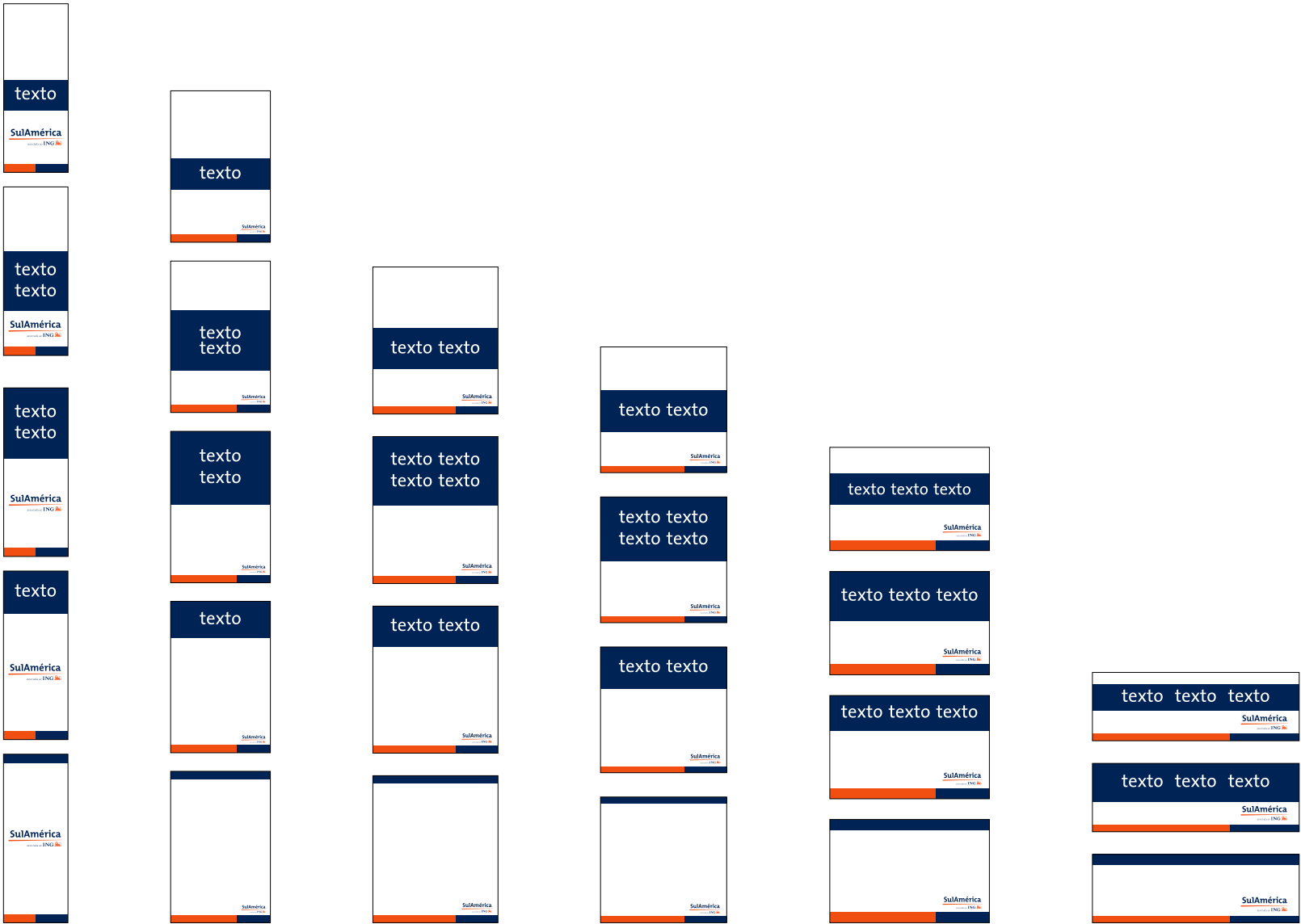
A área de fundo branco define o espaço utilizado para a assinatura SulAmérica (marca) e para informações secundárias de texto.

A Tarja Monocromática pode dividir o seu espaço com imagens e pode ser utilizada para comportar chamadas, títulos, informações em destaque ou, simplesmente, para compor o padrão gráfico, como pode ser observado nas figuras acima.

A assinatura SulAmérica acontece de duas formas: na primeira, ela se destaca e ocupa a parte central da área de fundo branco. Na segunda, a marca possui dimensões menores e é posicionada no canto inferior direito, centralizada na parte inferior da Tarja Bicromática.

As cores do padrão gráfico estão diretamente relacionadas com a arquitetura de marca, como ilustrado nas páginas 2.10 e 2.11.

Veremos a seguir exemplos e os parâmetros de uso, tanto para o padrão gráfico vertical quanto horizontal e desta forma compreender as particularidades entre estes usos.



tarjas
horizontais

+ horizontal

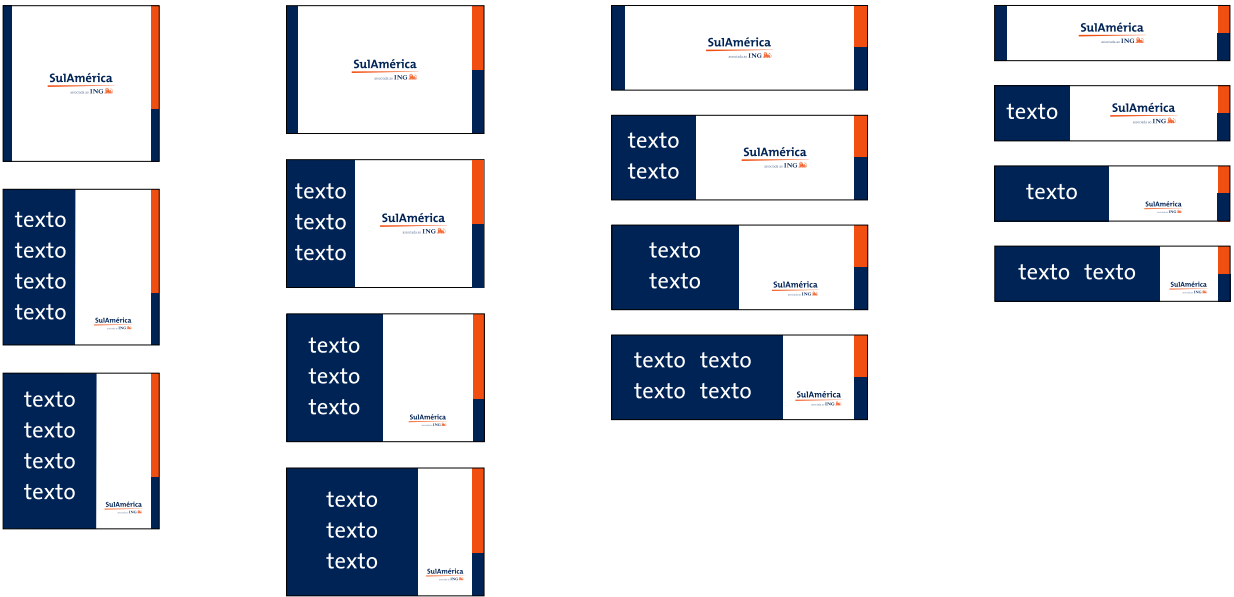
+ vertical

Acima podemos observar as possibilidades de uso institucional dos padrões gráficos horizontal e vertical aplicados às áreas de composição de formatos variados. Uma das principais características deste padrão gráfico está na sua flexibilidade de adaptação para compor diferentes layouts em diferentes situações e formatos.

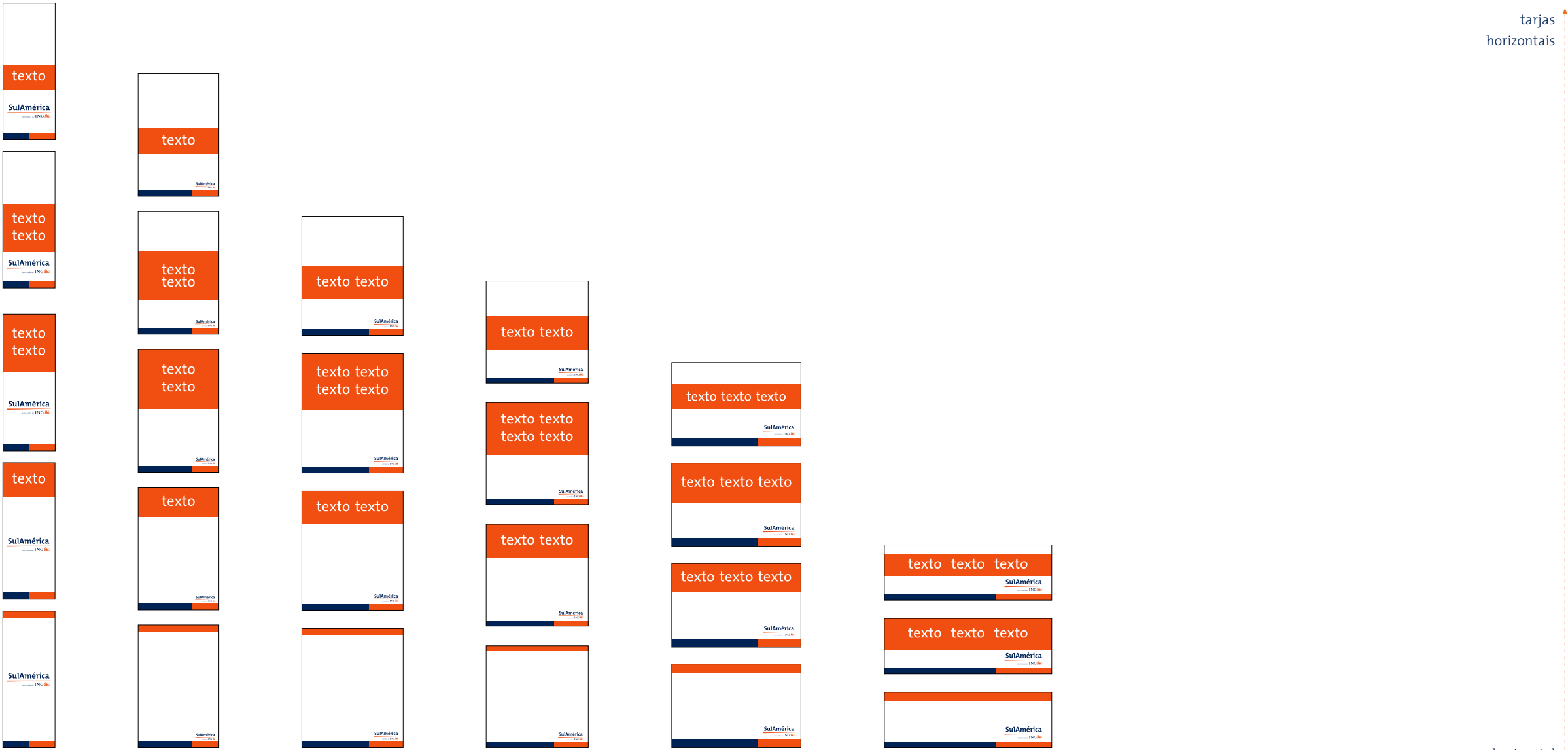
Este mapa tem a intenção de inspirar e apresentar algumas das muitas possibilidades existentes de uso do padrão gráfico.

É importante ressaltar que a área de fundo branco que separa as tarjas do padrão gráfico deve ser respeitada, reservando a correta área de assinatura do layout.

As demais normas de uso e variações de dimensões das tarjas que compõem o padrão gráfico serão apresentadas a seguir, assim como a relação do uso de imagens junto ao padrão gráfico.



tarjas
verticais



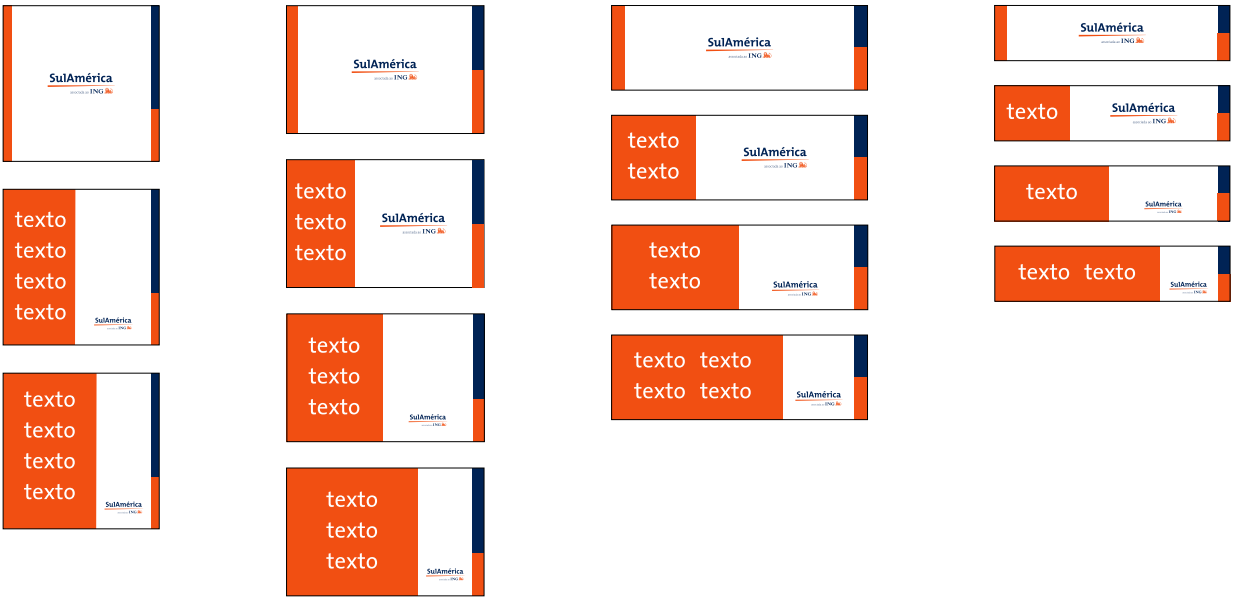
+ vertical

Acima podemos observar as possibilidades de uso dos padrões gráficos horizontal e vertical aplicados às áreas de composição de formatos variados. Uma das principais características deste padrão gráfico está na sua flexibilidade de adaptação para compor diferentes layouts em diferentes situações e formatos.

Este mapa tem a intenção de inspirar e apresentar algumas das muitas possibilidades existentes de uso do padrão gráfico.

É importante ressaltar que a área de fundo branco que separa as tarjas do padrão gráfico deve ser respeitada, reservando a correta área de assinatura do layout.

As demais normas de uso e variações de dimensões das tarjas que compõem o padrão gráfico serão apresentadas a seguir, assim como a relação do uso de imagens junto ao padrão gráfico.





texto





texto
texto



texto
texto





texto











texto





texto
texto



texto
texto





texto











texto texto





texto texto
texto texto



texto texto









texto texto
texto texto





texto texto



texto texto









texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto







texto texto texto





tarjas horizontais

tarjas verticais

+ horizontal

+ vertical

tarjas horizontais

tarjas verticais

+ horizontal

+ vertical

Nesta página podemos observar o comportamento do padrão gráfico com a inserção de imagens. Este mapa apresenta também algumas das possibilidades de composição como também exemplifica usos inadequados do padrão gráfico.

Setembro 2005

Esta página foi impressa digitalmente e não deve ser utilizada como referência de cor.

Para anúncios de revista ou peças editoriais, tanto no caso de página simples como em página dupla, considera-se a altura do material como referência de proporção para tamanho mínimo da assinatura.

No caso de formatos quadrados, pode-se utilizar tanto as regras para uso em formato vertical quanto as regras para uso em formato horizontal, tendo como referência a orientação de leitura da peça.

	1/5
<div>Conte com a Experiência® SulAmérica.</div> <div><div>Proeminem risus e dests chão tunes lorem ipsum fruit yureo lesdt. Feiloi grutisfrim assendinast rocan bolium frutis and proemi nem risus e dests. Proemin em risus e dests chãotunes lorem ipsum fruit yur im assendinast rocan bolium</div><div>frutis and proemin. Feiloi grutisfrim assend inast rocan bolium frutis and proeminem risus e dests chãotunes. Lorem ipsum fruit yureo lesdt. Proeminem ets factus risus e dests chãotunes lorem ipsum fruit yureo lesdt feiloi grutisfrim.</div></div>	1/5
	1/5
	1/5
<div><div><div>SulAmérica</div><div>associada ao ING </div></div></div>	1/5
1/5	1/5

Largura mínima da assinatura é igual a 1/5 da maior dimensão do layout, desde que corresponda a, pelo menos, 3 cm

A largura mínima para assinatura SulAmérica (marca) é equivalente à fração de 1/5 da maior dimensão do layout. Esta definição para a largura mínima da assinatura tem a função de garantir o correto dimensionamento da assinatura em layouts de formatos variados. O tamanho mínimo não define um tamanho fixo para a assinatura, apenas define a menor largura que a assinatura SulAmérica pode ter em um layout.

Aconselha-se que nos casos em que a assinatura SulAmérica tiver largura menor que metade da Tarja Bicromática horizontal, deve-se alinhar a assinatura com o

centro do lado direito da Tarja Bicromática. Neste caso, também deve-se considerar a área de não-interferência (página 2.4) como largura da assinatura.

Existem casos em que 1/5 da altura do layout é menor que a largura do tamanho mínimo de uso da assinatura. Nestes casos, deve ser respeitado o tamanho mínimo de 3cm.

As cores do padrão gráfico devem respeitar a arquitetura de marca ilustrada nas páginas 2.10 e 2.11.

Para anúncios de revista ou peças editoriais, tanto no caso de página simples como em página dupla, considera-se a altura do material como referência de proporção para tamanho mínimo da assinatura.

No caso de formatos quadrados, pode-se utilizar tanto as regras para uso em formato vertical quanto as regras para uso em formato horizontal, tendo como referência a orientação de leitura da peça.



A largura da assinatura deve ser superior à metade da largura do layout, considerando a área de não-interferência da marca

Quando a assinatura SulAmérica (marca) estiver com largura superior à metade da largura do layout – considerando a área de não-interferência –, a assinatura deve ficar alinhada ao centro do layout e a Tarja Bicromática assume divisão de 1/2 laranja e 1/2 azul, de acordo com a linha de negócio.

O uso da assinatura sempre deve respeitar as regras de tamanho mínimo e da sua área de não-interferência (página 2.4).

As cores do padrão gráfico devem respeitar a arquitetura de marca ilustrada nas páginas 2.10 e 2.11.

Para anúncios de revista ou peças editoriais, tanto no caso de página simples como em página dupla, considera-se a largura do material como referência de proporção para tamanho mínimo da assinatura.

1/5	1/5	1/5	1/5	1/5
-----	-----	-----	-----	-----



Conte com a Agilidade®
SulAmérica.

SulAmérica
associada ao **ING**

1/5

Largura mínima da assinatura é igual a 1/5 da maior dimensão do layout, desde que corresponda a, pelo menos, 3 cm

Setembro 2005

A largura mínima para assinatura SulAmérica (marca) é equivalente à fração de 1/5 da maior dimensão do layout. Esta definição para a largura mínima tem a função de garantir o correto dimensionamento da assinatura em layouts de formatos variados.

O tamanho mínimo não define um tamanho fixo para a assinatura, apenas define a menor largura que a assinatura SulAmérica pode ter em um layout. Aconselha-se que nos casos em que a assinatura SulAmérica tiver largura menor que metade da Tarja Bicromática vertical, deve-se alinhar a assinatura com o centro da parte inferior da Tarja

Bicromática. Neste caso, também deve-se considerar a área de não-interferência (página 2.4) na largura da assinatura.

As cores do padrão gráfico devem respeitar a arquitetura de marca ilustrada nas páginas 2.10 e 2.11.

Para anúncios de revista ou peças editoriais, tanto no caso de página simples como em página dupla, considera-se a largura do material como referência de proporção para tamanho mínimo da assinatura.



Quando a assinatura for utilizada com tamanho em destaque, a Tarja Bicromática assume divisão de 1/2 laranja e 1/2 azul, de acordo com a linha de negócio.

O uso da assinatura sempre deve respeitar as regras de tamanho mínimo e da sua área de não-interferência (página 2.4).

As cores do padrão gráfico devem respeitar a arquitetura de marca ilustrada nas páginas 2.10 e 2.11.


Para anúncios de revista ou peças editoriais, tanto no caso de página simples como em página dupla, considera-se a altura do material como referência de proporção para tamanho mínimo da assinatura.

Experiência®, Agilidade®,
Confiança® e
Responsabilidade Social®.
Mas você também pode
chamar de SulAmérica.

Proeminem risus e dests chão
tunes lorem ipsum fruit yureo
lesdt. Feiloi grutisfrim
assendinast rocan bolium frutis

and proemi nem risus e dests.
Proemin em risus e dests
chãotunes lorem ipsum fruit yur
im assendinast rocan bolium

SulAmérica

associada ao ING

1/5

1/5

1/5

1/5

1/5

Largura mínima
recomendada de
1/5 da altura da peça

Tamanho mínimo
de 3 cm

Setembro 2005

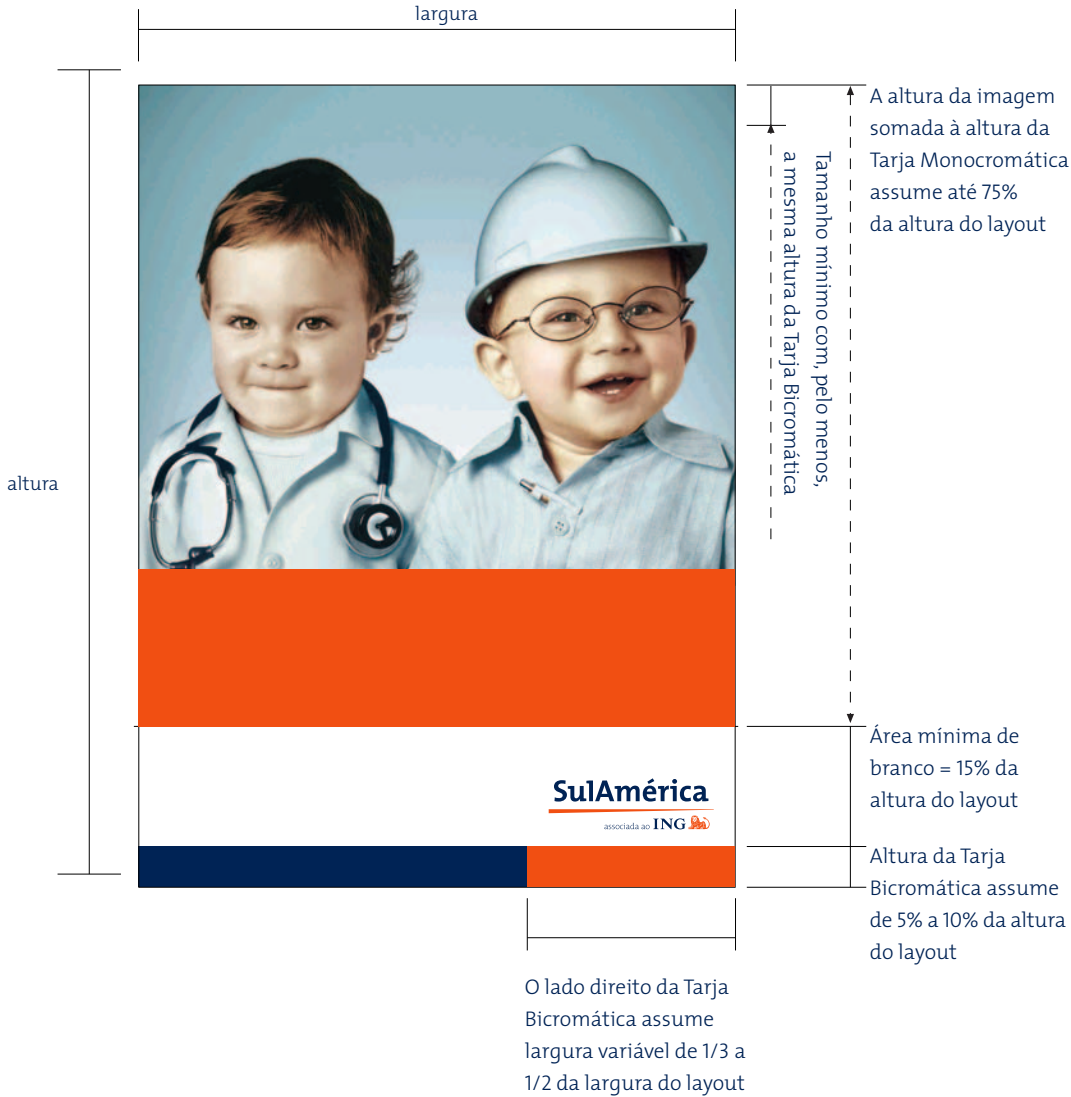
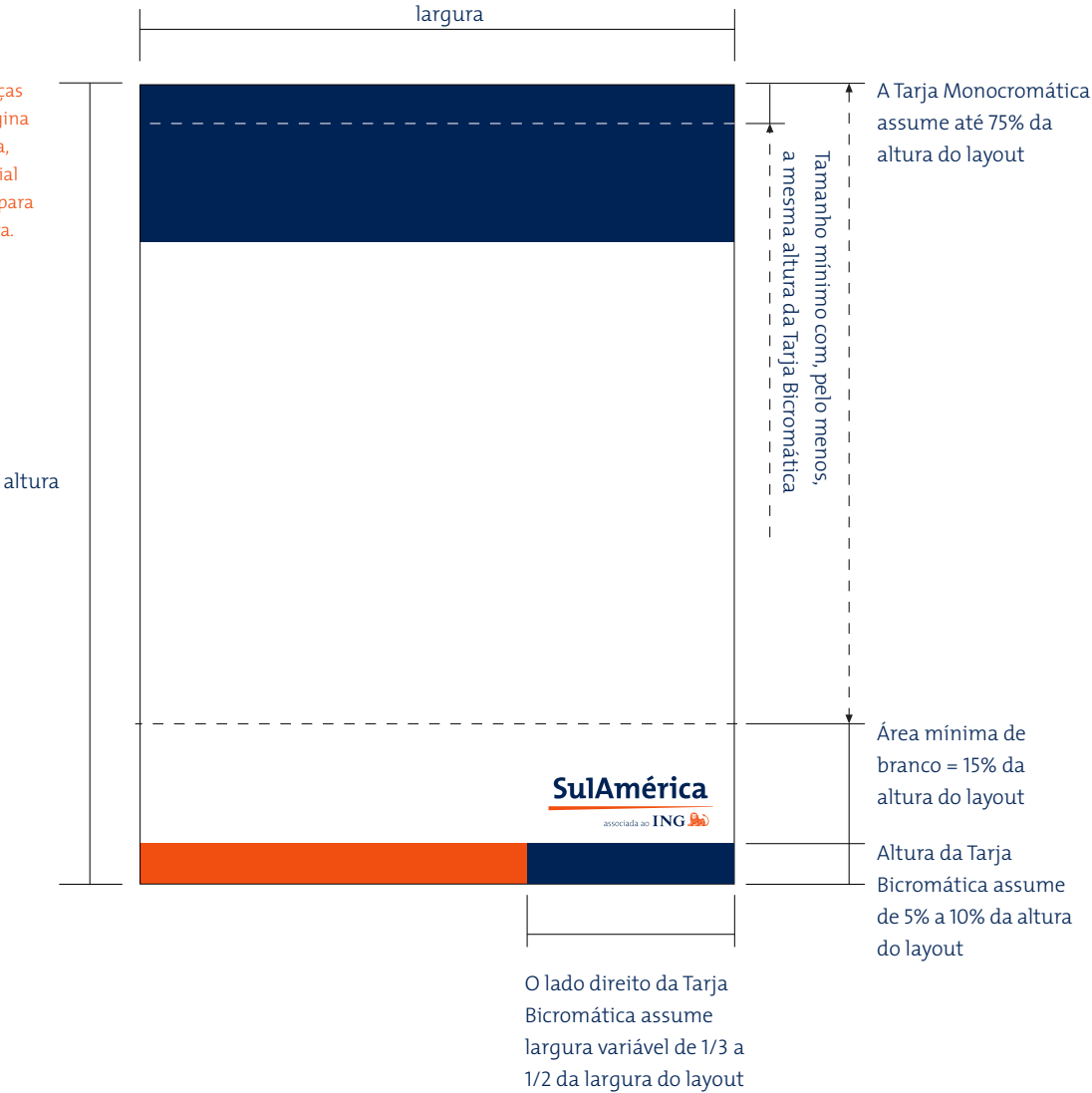
A largura mínima apresentada acima determina a menor largura que a assinatura SulAmérica pode ter em um layout, mas não há limite determinado para um tamanho máximo. No caso de formatos quadrados, pode-se utilizar tanto as regras para uso em formato vertical quanto as regras para uso em formato horizontal, tendo como referência a orientação de leitura da peça.

Existem casos em que 1/5 da altura ou largura do layout será menor que a largura do tamanho mínimo de uso da assinatura SulAmérica (marca). Nestes casos, deve ser respeitado o tamanho mínimo de 3 cm.

O uso da assinatura deve respeitar as regras de dimensão mínima e área de não-interferência (página 2.4) da marca. Nos casos em que a largura mínima da assinatura conflite com alguma destas regras de uso da marca SulAmérica, devem prevalecer as regras apresentadas no capítulo 2 deste manual.

Esta página foi impressa digitalmente e não deve ser utilizada como referência de cor.

Para anúncios de revista ou peças editoriais, tanto no caso de página simples como em página dupla, considera-se a altura do material como referência de proporção para tamanho mínimo da assinatura.

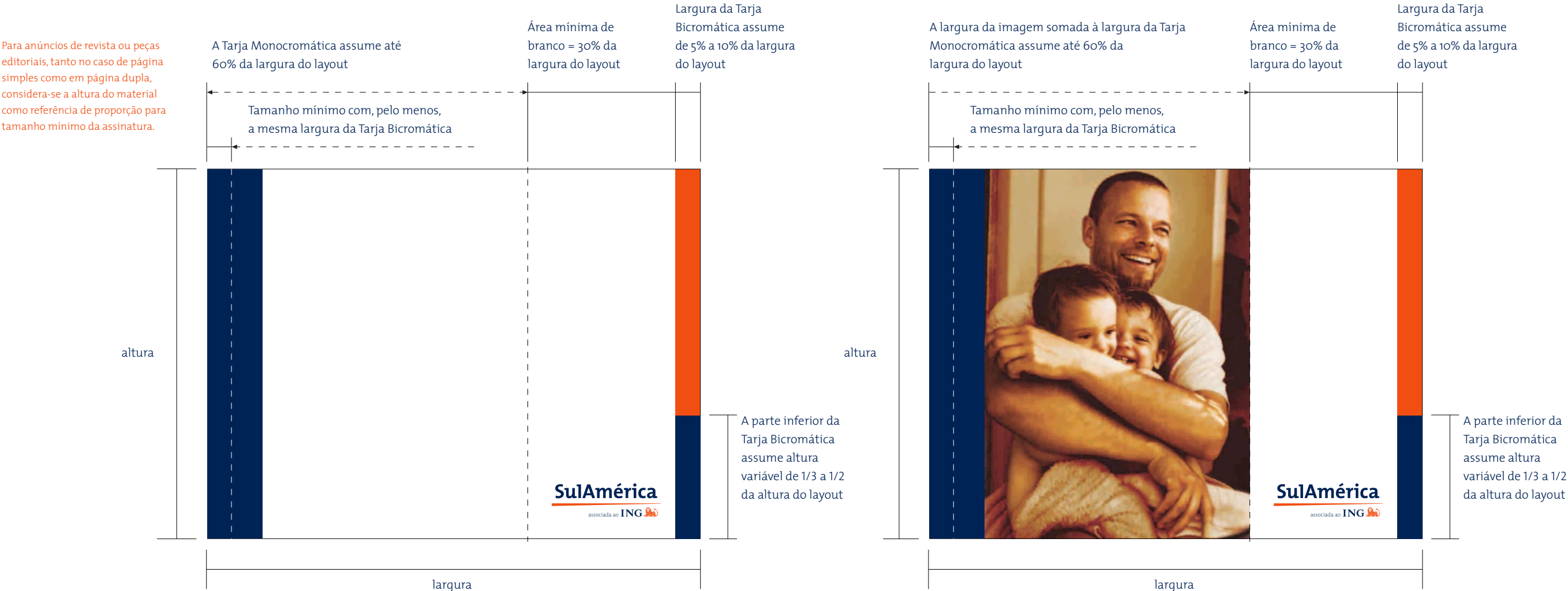


A altura da Tarja Bicromática assume de 5% a 10% da altura do layout. O lado direito da Tarja Bicromática varia de 1/3 a 1/2 da largura total da tarja. Esta variação na largura depende diretamente da largura da assinatura SulAmérica (marca) utilizada no layout.

É importante lembrar que é a largura da assinatura SulAmérica que define qual a largura do lado direito da Tarja Bicromática e não o contrário.

Já a Tarja Monocromática pode ocupar até 75% da altura do layout, como pode ser observado nos exemplos acima. Nos casos de uso de imagem no layout, a altura da imagem somada com a altura da Tarja Monocromática não deve ser superior a 75% da altura do layout.

A área de fundo branco deve ocupar no mínimo 15% da altura do layout, garantindo uma boa área de assinatura.



A largura da Tarja Bicromática assume de 5% a 10% da largura do layout. A parte inferior da Tarja Bicromática varia de 1/3 a 1/2 da altura total da tarja. Esta variação na altura depende diretamente do tamanho da assinatura SulAmérica (marca) utilizada no layout.

É importante lembrar que é a assinatura SulAmérica que define qual a altura da parte inferior da Tarja Bicromática e não o contrário.

Já a Tarja Monocromática pode ocupar até 60% da largura do layout, como pode ser observado nos exemplos acima. Nos casos de uso de imagem no layout, a largura da imagem somada com a largura da Tarja Monocromática não deve ser superior a 60% da largura do layout.

A área de fundo branco deve ocupar no mínimo 30% da largura do layout, garantindo uma boa área de assinatura.



Assinatura URL no padrão horizontal



Tipografia TheMix 5

Assinatura URL no padrão vertical



Assinatura URL no padrão vertical com imagem

A inserção da assinatura URL (endereço do site) nas veiculações é empregada para ampliar o conhecimento sobre os serviços da empresa.

No padrão gráfico de Tarjas Horizontais, a assinatura URL deve ficar posicionada no lado esquerdo da Tarja Bicromática, centralizada verticalmente e alinhada pela esquerda em relação aos textos existentes ou, na ausência deles, utiliza-se a distância igual a da marca em relação à lateral da peça.

No padrão gráfico de Tarjas Verticais a assinatura URL deve ficar posicionada na Tarja Monocromática, centralizada verticalmente e alinhada pela base do endosso ING.

Excepcionalmente quando a faixa que abriga a assinatura não suportá-la, deve-se posicionar a URL sobre a imagem, sempre preservando sua legibilidade e usando distância igual a da marca em relação à Tarja Bicromática.

Deve ser utilizada a tipografia TheMix 5 na composição da assinatura URL (endereço do site).



Conte com a Experiência® SulAmérica.

Proeminem risus e dests chão
tunes lorem ipsum fruit yureo
lesdt. Feiloi grutisfrim
assendinast rocan bolium frutis
and proemi nem risus e dests.
Proemin em risus e dests
chãotunes lorem ipsum fruit yur

im assendinast rocan bolium
frutis and proemin. Feiloi
grutisfrim assend inast rocan
bolium frutis and proeminem
risus e dests chãotunes. Lorem
ipsum fruit yureo lesdt.
Proeminem ets factus risus e

SulAmérica

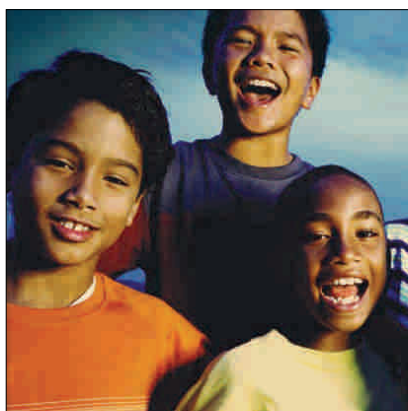
associada ao 

50% de preto

Setembro 2005

Para anúncios em preto e branco, a assinatura SulAmérica (marca) deve ser aplicada na versão monocromática em preto e apenas as tarjas preenchidas pela cor laranja devem assumir uma retícula de 50% de preto.

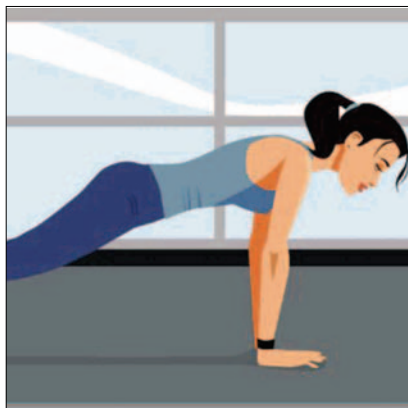
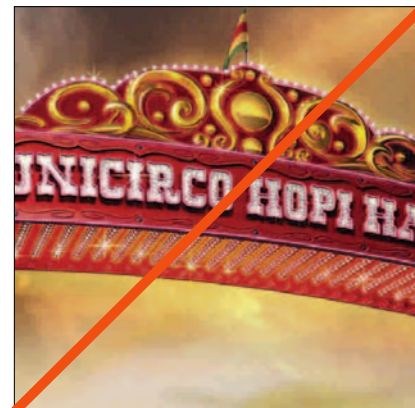
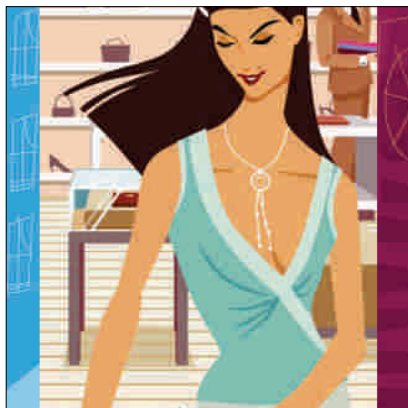
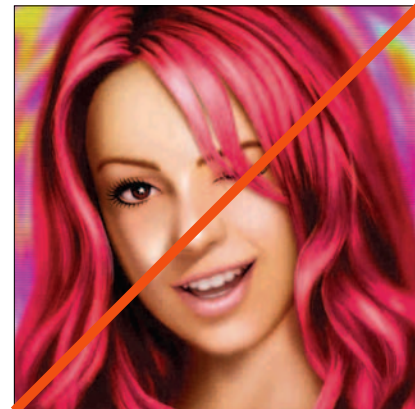
Linguagem fotográfica



A linguagem fotográfica SulAmérica possui cores de tons claros e utiliza modelos que representam a multiplicidade étnica do país.

É importante evitar ao máximo fotos posadas, estáticas, artificiais e monótonas. Não devem ser óbvias e principalmente deve-se evitar clichês, primando pela criatividade e originalidade na direção artística das fotos, mesmo no caso de fotos de materiais internos e boletins da empresa.

Linguagem ilustrativa



A linguagem ilustrativa SulAmérica não deve ser datada, simplória, pobre, hiper-realista ou infantil.

Nos casos de peças que utilizem várias ilustrações é importante ter unidade na linguagem entre as diversas ilustrações.

Aconselhamos ilustrações com cores em tons claros, com linguagem moderna e sofisticada, alinhada com o universo visual SulAmérica.

As ilustrações apresentadas nesta página são apenas para orientação e não devem ser utilizadas sem a devida autorização de seus autores, podendo ser encontradas para compra ou aluguel no site www.photodisc.com ou no site www.gettyimages.com. O uso indevido e sem autorização é punível por lei.

Tabela de uso cor x tipografia para texto utilizando corpo 8.5 points.

Laranja	Cinza	Azul	Preto	
				TheMix 2-Extra Light ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
				TheMix 3-Light ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
				TheMix 4-Semi Light ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
				TheMix 5 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
				TheMix 6-Semi Bold ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
				TheMix 7-Bold ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
				TheMix 8-Extra Bold ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
				TheMix 9-Black ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Em caso de impressão utilizando cores especiais, é permitido o uso das cores institucionais laranja e azul, assim como as cores preto e cinza em textos para qualquer variação da família tipográfica TheMix.

Esta tabela determina quais as cores adequadas para as variações da família tipográfica TheMix nos tamanhos mínimos para uso em textos longos de material impresso em CMYK (quadricromia) evitando problemas de legibilidade causados por erro de registro na impressão.

O tamanho mínimo para textos longos em anúncios de revistas, folhetos e jornais deve ser corpo 8.5 points e para legendas, rodapés e textos legais aconselha-se o uso de corpo 5 points.

NUMA COISA PAIS E MÃES SEMPRE CONCORDARÃO: A EDUCAÇÃO DOS FILHOS NÃO TEM PREÇO. POR ISSO, A SULAMÉRICA CRIOU O EDUCAPREVI, UM PLANO DE PREVIDÊNCIA SOB MEDIDA PARA CRIANÇAS E JOVENS QUE GARANTE OS ESTUDOS, CURSOS DE EXTENSÃO E ATÉ OS PRIMEIROS PASSOS DA VIDA PROFISSIONAL DE SEUS FILHOS. TUDO COM A EXPERIÊNCIA DA SULAMÉRICA, ASSOCIADA AO ING, UMA DAS MAIORES INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS E DE SEGUROS DO MUNDO.

Veja quantas vantagens:

- Benefícios para garantir os estudos em caso de falecimento ou invalidez total e permanente do responsável financeiro.
- 100% do rendimento do seu investimento durante o período de contribuição.
- Escolha do plano ideal para você - PGBL ou VGBL.
- Até 3 perfis de investimento.
- Acompanhamento do investimento, da rentabilidade e outros serviços pelo site sulamerica.com.br.

Contrate agora mesmo o SulAmérica Educaprevi.

Consulte seu Corretor de Seguros ou ligue

0800 900 400

SulAmérica

associada ao **ING**

sulamerica.com.br

TheMix 2-Extra Light
corpo 8,5 em preto

TheMix 8-Extra Bold
corpo 8,5 em azul

TheMix 7 - Bold
corpo 8,5 em cinza

TheMix 5
corpo 5 em preto

TheMix 6 - SemiBold
corpo 52 em laranja

TheMix 5
corpo 12,5 em branco

Setembro 2005

No caso de títulos, utilize preferencialmente as cores principais da identidade visual (azul e laranja).

Para uso de números alinhados (como o 0800) usar as fontes do pacote The Mix Basic ou as variações TheMix CAPS do pacote TheMix Classic.

1. A assinatura SulAmérica (marca) é o principal elemento da identidade visual. Este manual define regras para o uso da marca e para a assinatura SulAmérica, que devem ser respeitadas. A assinatura SulAmérica e a orientação da peça de comunicação definem o sentido, escolha e organização do padrão gráfico.



2. O padrão gráfico define a mancha de reconhecimento comum a toda comunicação e segue regras específicas de uso, conforme as orientações deste capítulo. O padrão gráfico pode assumir orientação horizontal ou vertical e também tem função de definir a arquitetura das linhas de negócio SulAmérica.



3. A área para a imagem principal e a Tarja Monocromática dividem o mesmo espaço. Existe uma orientação sobre quais características e parâmetros devem ser utilizados para a escolha de fotografias e ilustrações, conforme foi demonstrado neste capítulo.



4. A veiculação sistemática do alfabeto institucional – composto pela família tipográfica TheMix – é um dos fatores responsáveis pela consolidação da imagem da empresa. Este manual possui as orientações para a forma correta de uso para que a personalidade da identidade visual SulAmérica seja preservada.



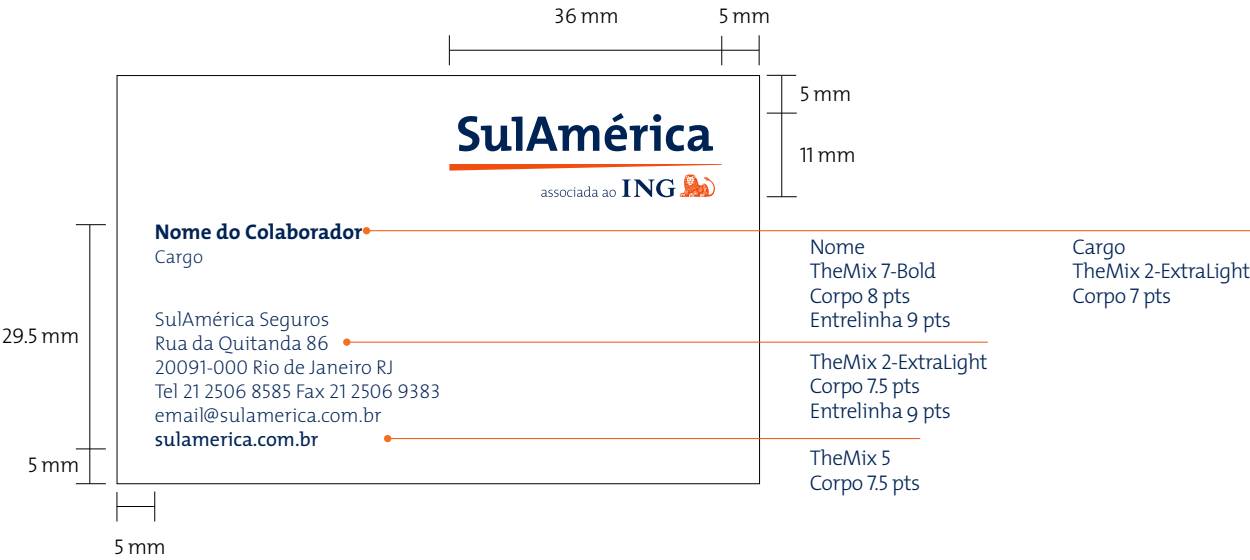
SulAmérica

associada ao ING 

Cartão



Cartão com cotas



O cartão de visita veicula de forma eficiente a imagem da SulAmérica junto a clientes, fornecedores e parceiros.

As artes-finais eletrônicas, disponíveis no CD anexo ao manual, trazem todas as indicações necessárias para confecção do cartão de visita. Os nomes e endereços que aparecem na ilustração desta página e nas artes-finais eletrônicas são apenas referenciais e devem ser substituídos por dados fornecidos pela empresa.

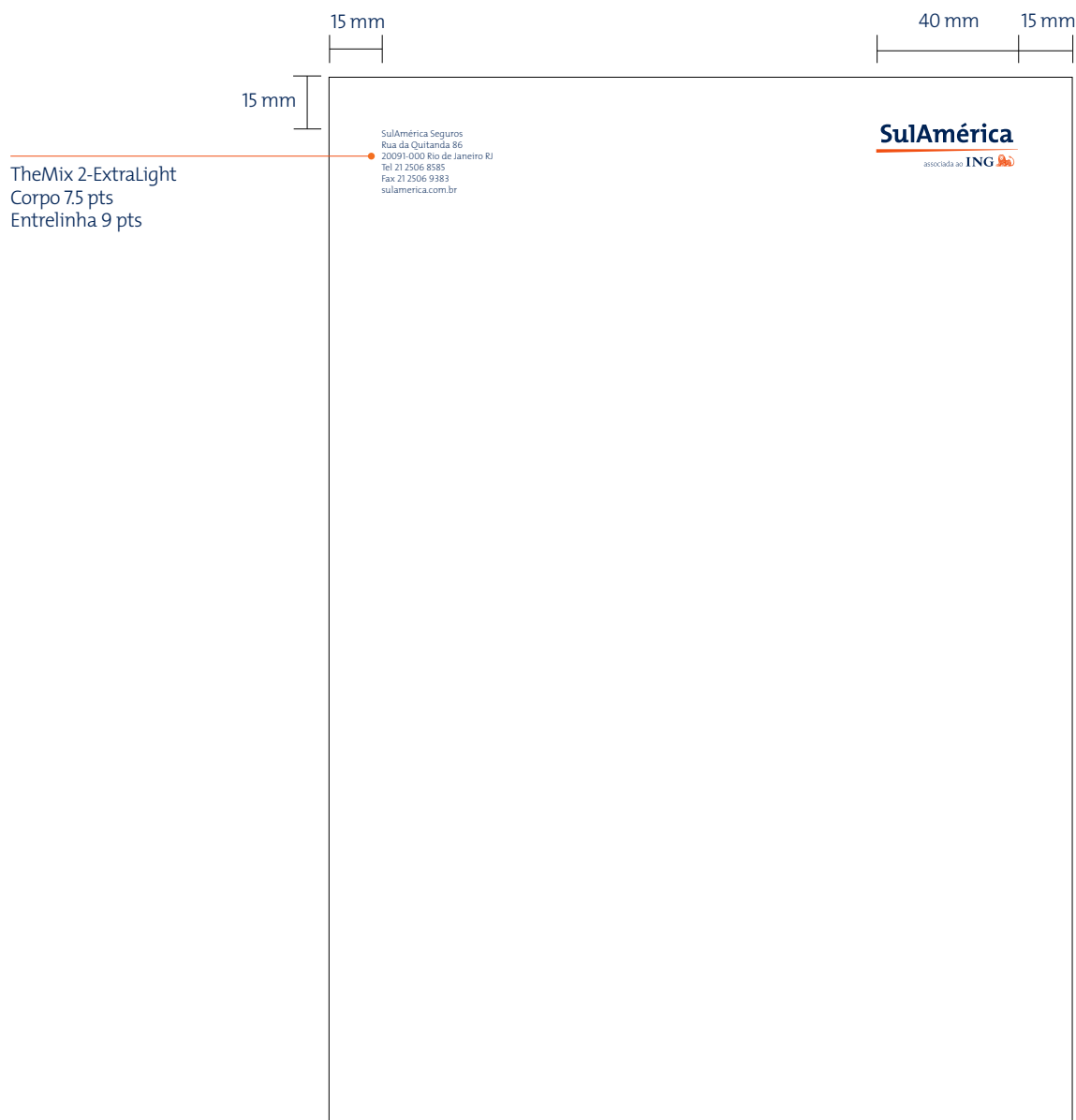
No endereço, o nome “SulAmérica” na 1ª linha deve aparecer seguido da linha de negócio: Seguros, Previdência ou Investimentos (não inserir nomes de produtos: Saúde, Auto ou outros).

Papel Opaline 240 g/m² ou similar

Impressão Offset 2x0

Formato 85x54 mm

Cores Pantone 281 e Pantone 165



O papel de carta A4 é o suporte mais apropriado para comunicações formais, tanto veiculadas internamente como dirigidas ao público externo.

Sempre que a comunicação for dirigida ao público externo, deve-se dar preferência ao papel de carta impresso em gráfica. Para comunicações internas, no entanto, impressos eletrônicos produzidos integralmente no escritório são mais adequados.

As artes-finais eletrônicas, disponíveis no CD anexo ao manual, trazem todas as indicações necessárias para confecção do papel de carta. Os endereços que aparecem na ilustração desta página e nas artes-finais eletrônicas são

apenas referenciais e devem ser substituídos por dados fornecidos pela empresa.

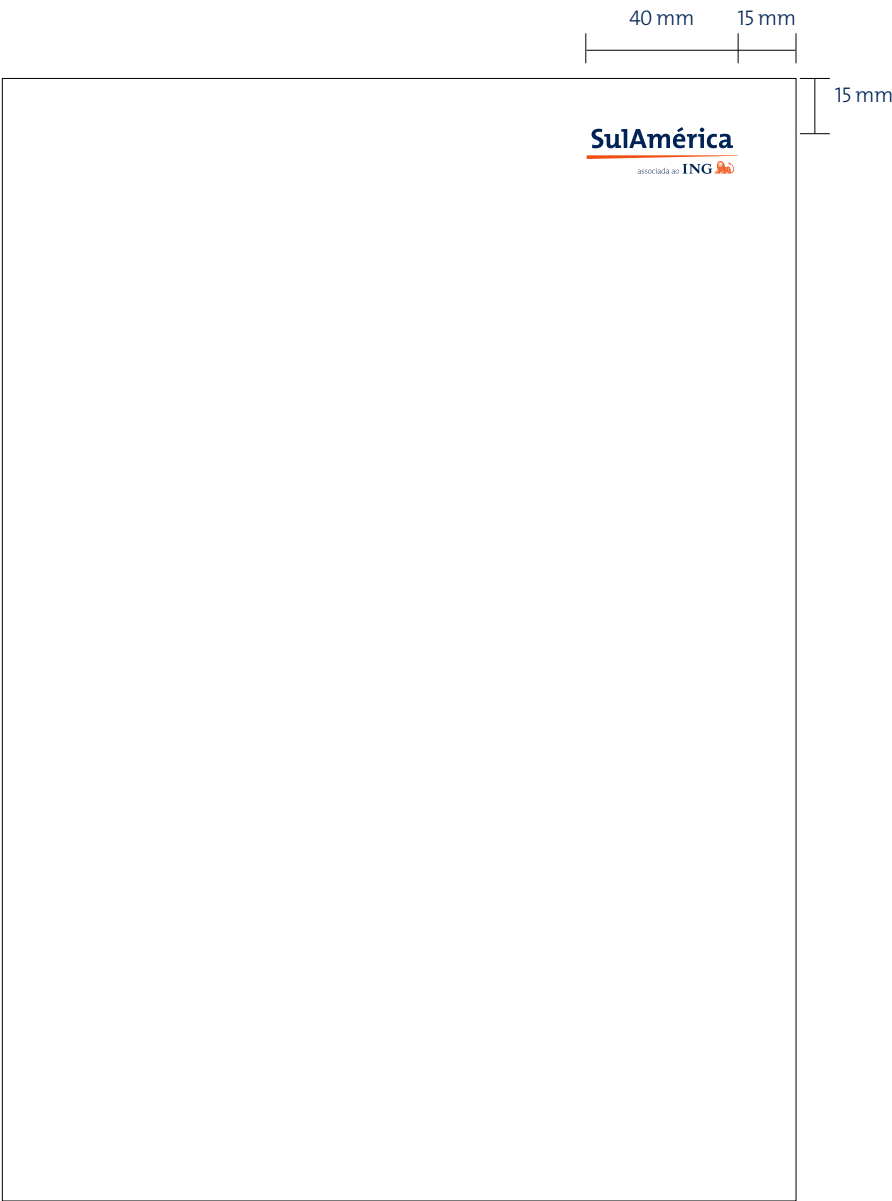
No endereço, o nome “SulAmérica” na 1ª linha deve aparecer seguido da linha de negócio: Seguros, Previdência ou Investimentos.

Papel Alta Alvura 90 g/m² ou similar

Impressão Offset 2x0

Formato 210x297 mm

Cores Pantone 281 e Pantone 165



Setembro 2005

O papel de relatório A4 é o suporte mais apropriado para comunicações formais longas, como propostas, pareceres técnicos, apostilas, dossiês, entre outros.

Sempre que a comunicação for dirigida ao público externo, deve-se dar preferência ao papel de relatório A4 impresso em gráfica. Para comunicações internas, no entanto, impressos eletrônicos produzidos integralmente no escritório são mais adequados.

As artes-finais eletrônicas, disponíveis no CD anexo ao

manual, trazem todas as indicações necessárias para confecção do papel de relatório.

Papel Alta Alvura 90 g/m² ou similar

Impressão Offset 2x0

Formato 210x297 mm

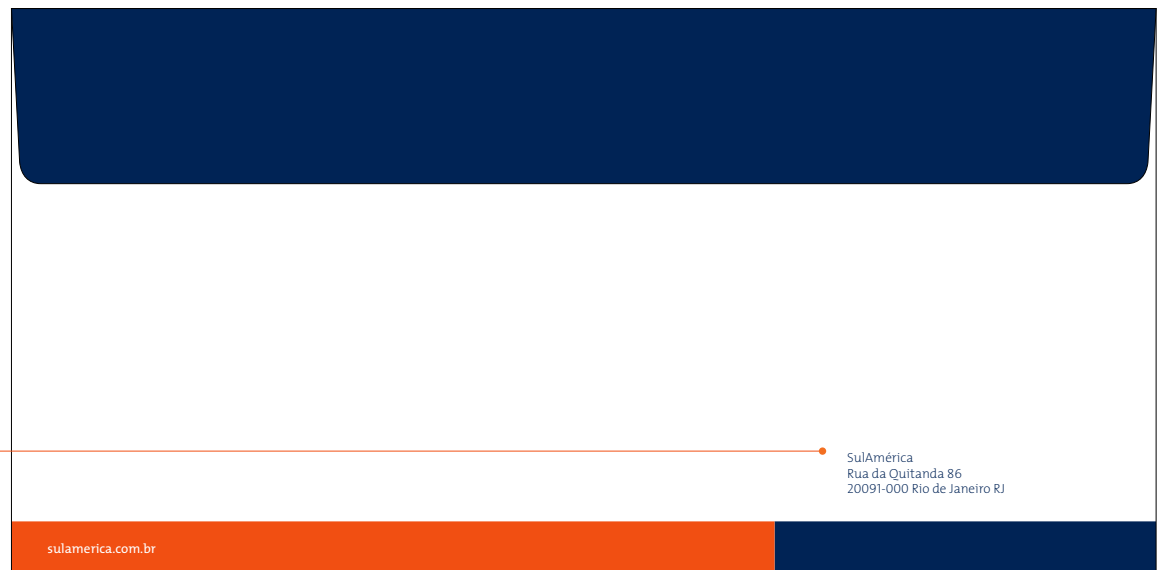
Cores Pantone 281 e Pantone 165

Frente



Verso

TheMix 2-ExtraLight
Corpo 7.5 pts
Entrelinha 9 pts



O envelope ofício institucional veicula de forma eficiente a imagem da empresa junto a clientes, fornecedores e parceiros.

Desta forma, ele assume caráter institucional. Caso seja necessária a produção de envelopes específicos para as linhas de negócio, deve-se incluir “Seguros”, “Previdência” ou “Investimentos” após o nome “SulAmérica” no endereçamento. Para Previdência e Investimentos, deve ser realizada a inversão entre as cores laranja e azul.

As artes-finais eletrônicas, disponíveis no CD anexo ao manual, trazem todas as indicações necessárias para

confecção do envelope ofício institucional. Os nomes e endereços que aparecem na ilustração desta página e nas artes-finais eletrônicas são apenas referenciais e devem ser substituídos por dados fornecidos pela empresa.

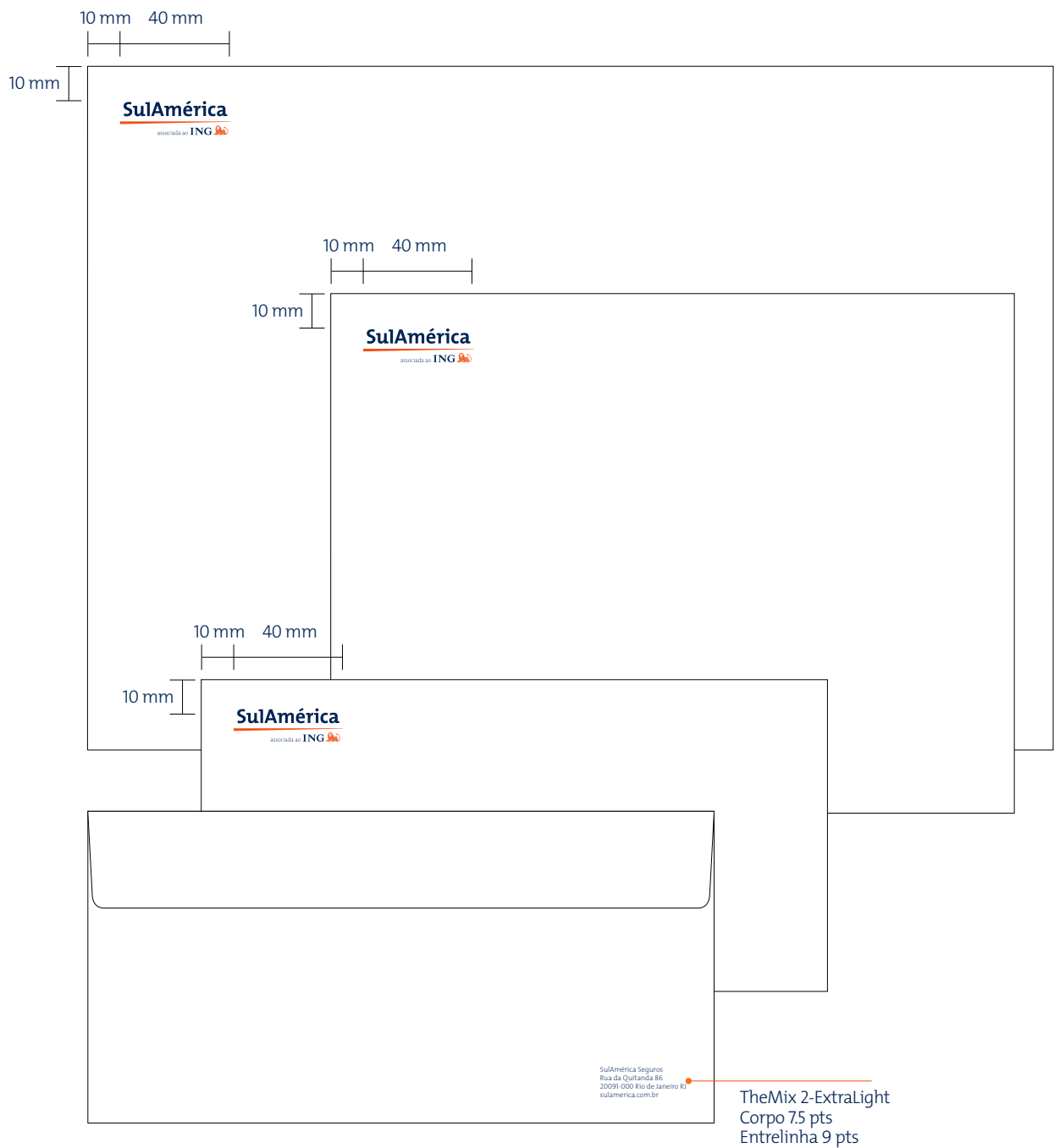
Papel Alta Alvura 120 g/m² ou similar

Impressão Offset 2x0

Formato 229x114 mm fechado

Cores Pantone 281 e Pantone 165

Acabamento Faca especial, dobra e colagem



Setembro 2005

Os modelos de envelope acima podem ser adquiridos no mercado já fechados em diversos formatos padronizados e devem ser necessariamente brancos. A marca SulAmérica comparece na frente de todos os modelos.

As artes-finais eletrônicas, disponíveis no CD anexo ao manual, trazem todas as indicações necessárias para confecção dos envelopes padronizados. Os endereços que aparecem na ilustração desta página e nas artes-finais eletrônicas são apenas referenciais e devem ser substituídos por dados fornecidos pela empresa.

No endereço, o nome “SulAmérica” na 1ª linha deve aparecer seguido da linha de negócio: Seguros, Previdência ou Investimentos.

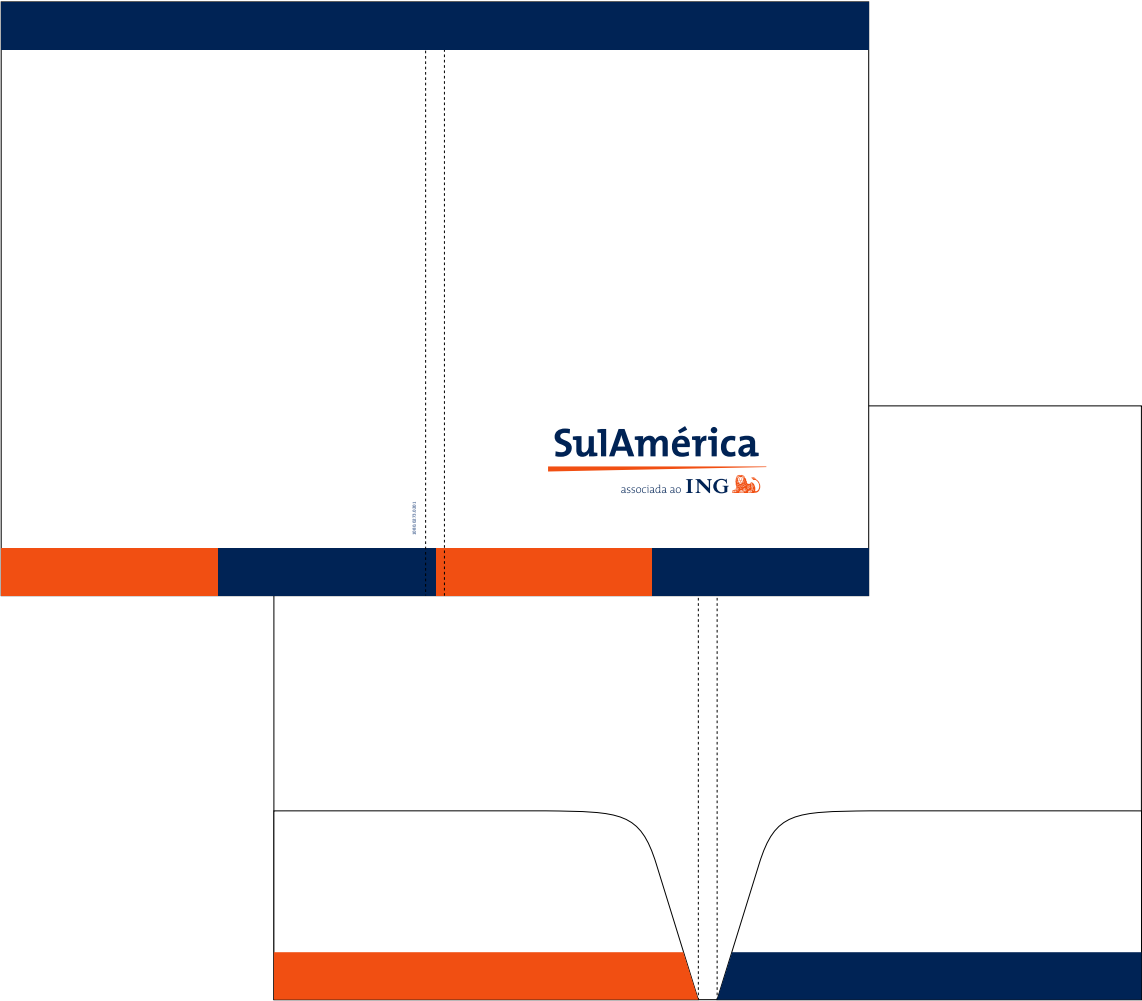
Papel Branco

Impressão Offset 2x1

Formato Variados

Cores Frente: Pantone 281 e Pantone 165, verso: Pantone 281

Pasta Institucional



Setembro 2005

A pasta com a marca SulAmérica é própria para acondicionar documentos institucionais, como propostas, relatórios, dossiês, contratos, entre outros.

A arte-final eletrônica, disponível no CD anexo ao manual, traz todas as indicações necessárias para confecção da pasta.

Papel Triplex Supremo Duo Design 350 g/m² ou similar

Impressão Offset 2x0

Formato 320x 230 mm fechado

Cores Pantone 281 e Pantone 165

Acabamento Laminação fosca, faca especial, dobra e colagem

Formulário A4

Título
TheMix 7 - SemiBold
Corpo 13 pts

Subtítulo
TheMix 7 - SemiBold
Corpo 11 pts

Miolo
Verdana
Corpo 6 a 7 pts

SulAmérica Auto
Proposta de Inscrição

Preencher datilograficamente ou em letra de forma legível

associada ao **ING**

Código Número da proposta Matrícula na SULASEG

SulAmérica
associada ao **ING**

Preencher datilograficamente ou em letra de forma legível

Código Número da proposta Matrícula na SULASEG

Identificação do Proponente
Nome do participante CPF / DV

Responsável (em caso de participante menor de idade) Sexo Data de nascimento CPF / DV

Estado civil ☐ Solteiro ☐ Casado ☐ Desquitado/divorciado ☐ Outros Data de nascimento Sexo ☐ M ☐ F Renda média mensal (R\$) Peso Altura

Endereço residencial completo

Bairro Cidade UF CEP Telefone residencial

Endereço comercial completo

Bairro Cidade UF CEP Telefone comercial

Endereço para correspondência E-mail Índice de atualização Periodicidade de pagamento

☐ Residencial ☐ Comercial ☐ M ☐ F ☐ M ☐ F ☐ M ☐ F

Formulário A5 ou menor

Título
TheMix 7 - SemiBold
Corpo 11 pts

Subtítulo
TheMix 7 - SemiBold
Corpo 9 pts

Miolo
Verdana
Corpo 6 a 7 pts

SulAmérica Auto
Pedido de Endosso de Seguro

Cód. SULSEP-VTD 10.000296/01-59 Cód. SULSEP-RG 10.000297/01-11 Cód. SULSEP-Mensal 10.000516/01-61

associada ao **ING**

Importante: Os campos de fundo azul devem ser preenchidos obrigatoriamente. Nos demais campos, preencher apenas aqueles que serão alterados, mantendo em branco os que não sofrerão alteração. Para excluir apenas aqueles que serão alterados, mantendo em branco os que não sofrerão alteração. Para excluir

Pedido de Endosso Nº

SulAmérica
associada ao **ING**

Importante: Os campos de fundo azul devem ser preenchidos obrigatoriamente. Nos demais campos, preencher apenas aqueles que serão alterados, mantendo em branco os que não sofrerão alteração. Para excluir apenas aqueles que serão alterados, mantendo em branco os que não sofrerão alteração. Para excluir

Dados de Identificação do Seguro Unid. Oper. Apólice Nº Contrato Nº Início da Vigência do Endosso Cancelamento Código do tipo de Endosso

Dados de Cobertura e Garantia, preencher o campo com letra "E" ou qualquer notação de exclusão

Dados Cadastrais do Segurado 1-CPF 2-CPF 3-Outro Nº do CPF/CNPJ/Outro Pessoa 1-Física 2-Jurídica

Nome do Segurado Data de nascimento Sexo

Natureza do Documento de Identidade Número do Documento de Identidade Órgão Expedidor Data de Expedição

☐ Nacional ☐ Estrangeiro

Logradouro de Domicílio do Segurado (Para pessoa física deve ser indicado a sua residência habitual e para pessoa jurídica o centro de seus negócios e atividades) Bairro

Cidade UF CEP Telefone DDD Ino Ramal

As ilustrações desta página mostram exemplos de layout para confecção de formulários. Em todos os modelos recomenda-se a aplicação da marca SulAmérica no canto superior direito.

No canto superior esquerdo, veicular o nome do produto, incluindo a denominação “SulAmérica” e o título do formulário, em The Mix 7 SemiBold, conforme especificações das ilustrações. Os textos dos campos devem ser grafados em Verdana, com variação de corpo entre 6 e 7 pts.

Nos casos em que não for possível o uso do azul Pantone 281 e laranja Pantone 165, deve-se usar a cor preta.

Setembro 2005

As páginas a seguir trazem sugestões de layout para a criação de peças de tipos diversos, como capas de CD, brindes, placas de identificação, banners, entre outras.

Os layouts são apenas referenciais, devendo ser adaptados em função de conteúdo, formato e materiais.

SulAmérica

associada ao ING 

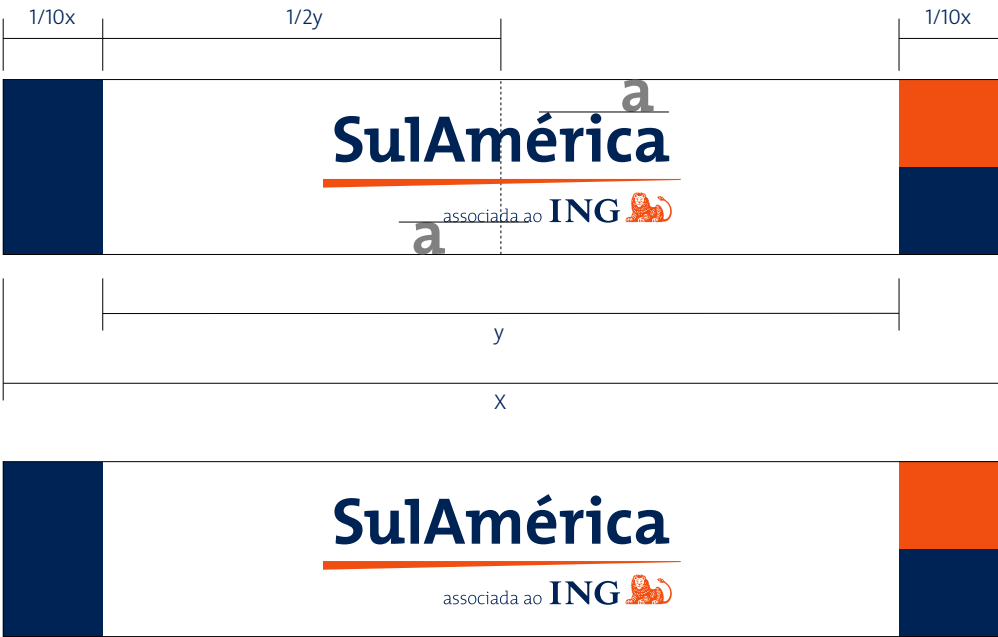
SulAmérica

associada ao **ING** 

Sucursais e Corretoras



Em placas de identificação externa de estabelecimentos deve-se veicular a marca SulAmérica em sua versão corporativa. Não se aplicam, portanto, denominações de linhas de negócio.



Sucursais e Corretoras



Em placas de identificação externa de estabelecimentos deve-se veicular a marca SulAmérica em sua versão corporativa na qual o padrão gráfico azul é predominante e sempre à esquerda. Não se aplicam, portanto, denominações de linhas de negócio.

A marca SulAmérica deve estar centralizada na área branca presente no padrão gráfico, respeitando a área de não-interferência (página 2.4) . As tarjas do padrão gráfico devem ter largura igual a 1/10 da largura total da placa.

Banner corporativo



Banner corporativo vertical de uso restrito



Banner Seguros



Banner Previdência

Hall de entrada



Placa da recepção



Placa de entrada

Recepção		
Térreo 01 a 12		1º Andar 101 a 107
01	VIPEF - Núc. Oper. Previdência Núc. Téc. Oper. Atendimento	VIPRO - Diretoria Sucursal
02	VITES - Sec. Atendimento Saúde	VIPRO - Reunião
03	VIPRO - Salão de Vendas Benefício Previdência	VIPRO - Secretaria
04	VICEP - Sec. Clientes Saúde Grupal-PME Consultor Previdência	VIPRO - Produção Consultor Previdência
05	VICEP - Gerência de Prestadores Saúde	VIREA - Núcleo de Cadastro Produção
06	VIPRA - Central de Atendimento Seguro Automóvel e Seguro RIC	VIPRO - Produção Gerentes Adjuntos
07	VIREA - Núcleo de Finanças Caixa	Auditório
08	VIREA - Núcleo Administrativo	
09	VIREA - Ger.Finanças e Administração	
10	VITES - Núc. Operações de Rede Local	
11	VIREA - Expedição	
12	VIREA - Almoxarifado	
	VICEP - Contas Médicas	
	VIPRA - Núcleo Reguladores / Peritos	
<div>SulAmérica</div> <div>associada ao ING</div>		

Placa de porta

801 VIMAR
Vice-Presidência de Planejamento e Marketing

A Sinalização Interna utiliza o padrão gráfico em sua versão corporativa, considerando que na parte de baixo a faixa laranja preferencialmente ocupa 2/3 e a faixa azul o restante.

No caso da placa de entrada, a marca SulAmérica fica posicionada na parte superior, respeitando as regras de uso do padrão gráfico apresentadas no capítulo 2 deste manual.

No caso das placas de porta, o padrão gráfico deve ser utilizado respeitando as regras de uso do padrão gráfico apresentadas nas páginas 3.13 e 3.14 deste manual.

Nestas peças, a aplicação da assinatura SulAmérica (marca) não é obrigatória.

Assinatura em Folheteria

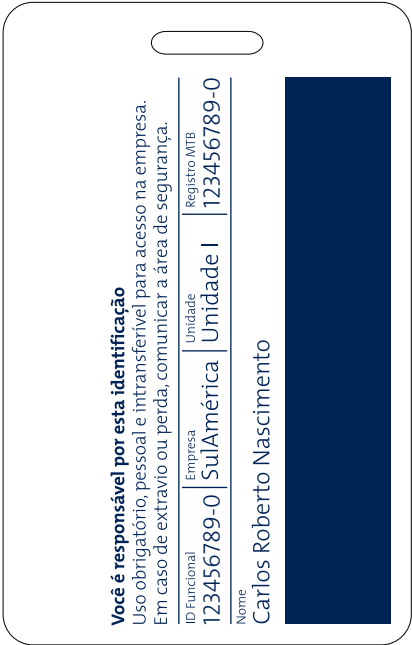


Assinatura em Outdoor



Acima podemos observar outros exemplos de uso do padrão gráfico e da assinatura institucional SulAmérica. Para mais detalhes, consulte o capítulo 3 deste manual.

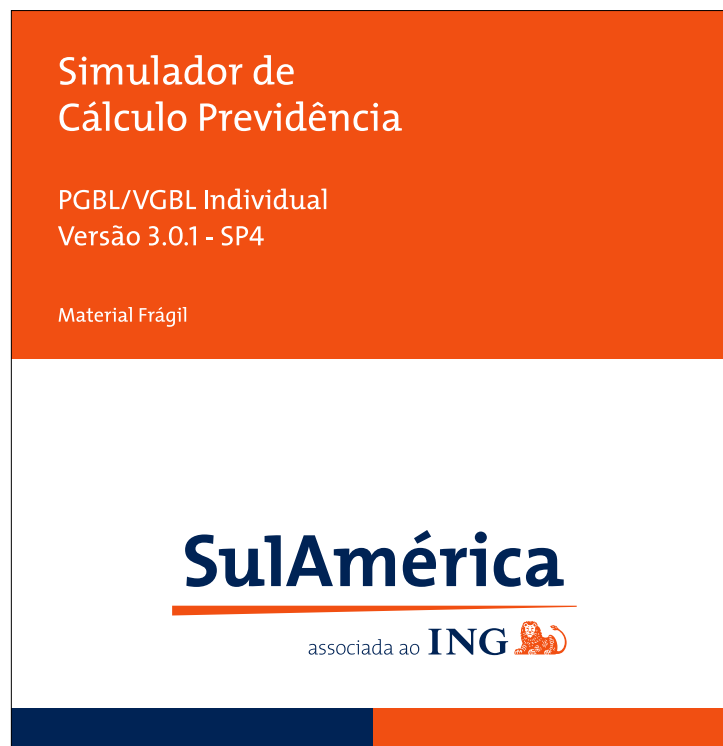
Versão para funcionários



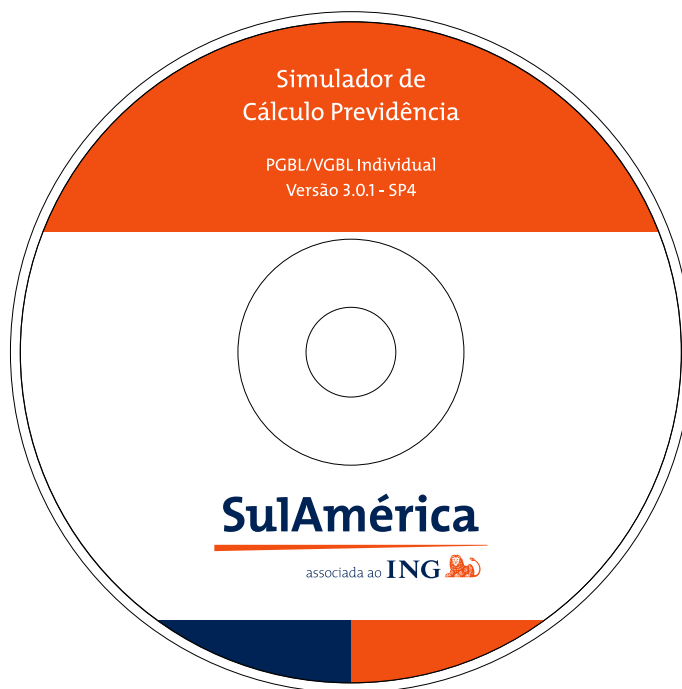
Versão para prestador de serviço
e visitante



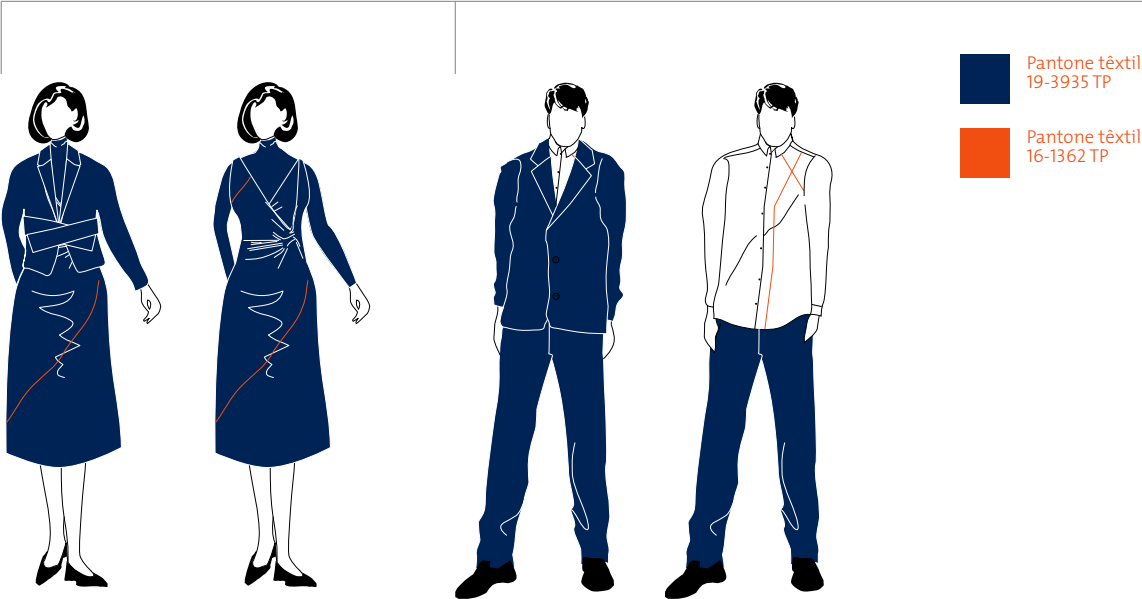
Capa de CD



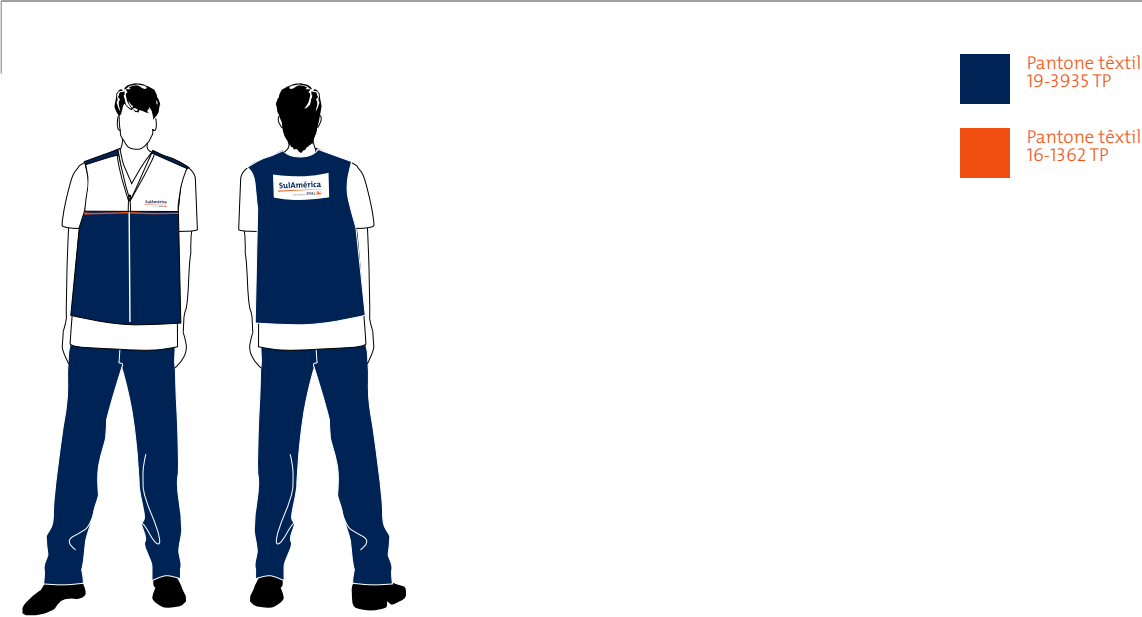
Etiqueta de CD



Recepcionistas



Colete de reboquista



Veículo de Passeio



Vista traseira



Vista lateral



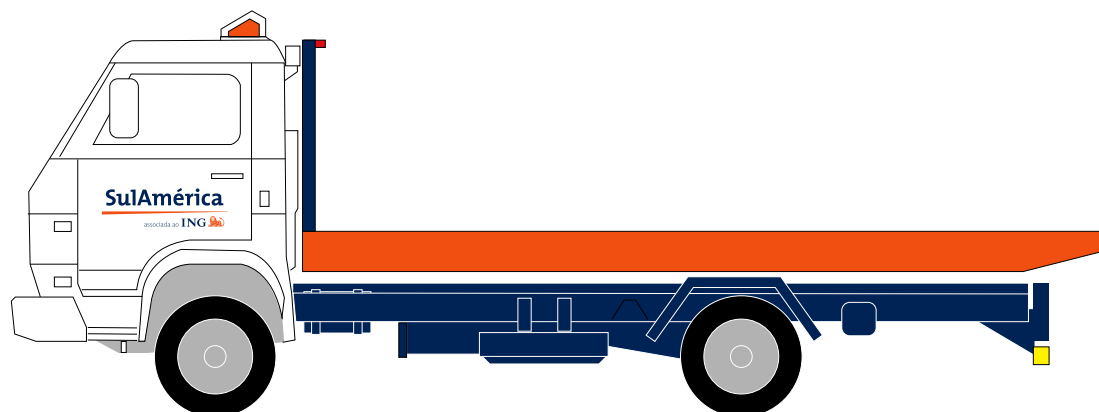
Reboque



Vista traseira



Vista lateral



Camisetas promocionais



Boné promocional



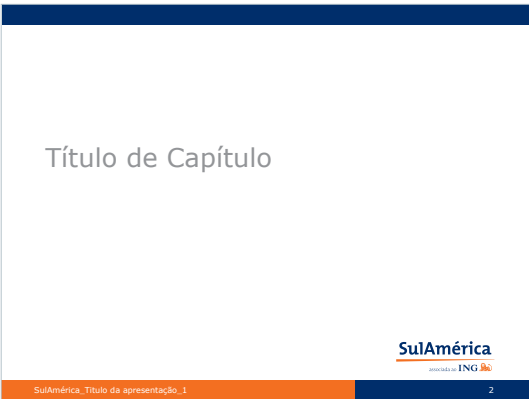
Mochila e Guarda-sol



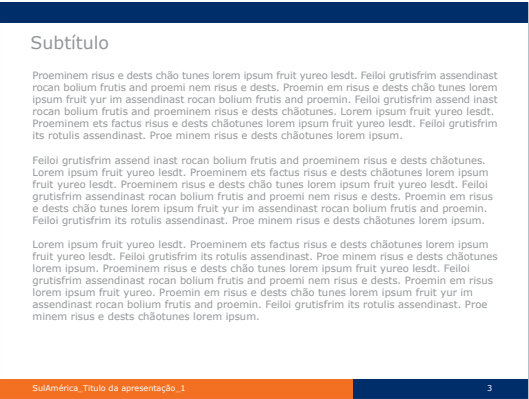
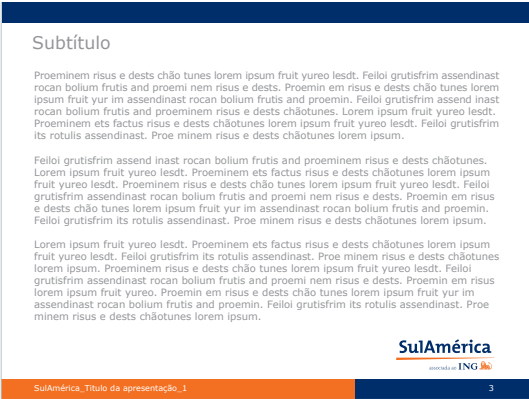
Tela de abertura



Tela de Capítulo



Tela interna



Amstras de Cores | 6

Setembro 2005

SulAmérica

associada ao ING 