

# BRAND BOOK

## BIO KILL

13 ABRIL 2020





---

# Introdução

Este manual de normas contém um conjunto de regras gráficas específicas que garante a aplicação correta da identidade da marca BIO KILL. Esta identidade deverá ser comunicada de forma coerente a clientes, parceiros, fornecedores, público interno e público em geral.

Só assim será possível criar uma imagem clara, consistente e reconhecível desta marca. As normas

e orientações de manual ajudarão a padronizar o sistema de identidade visual BIO KILL, integrando exemplos de aplicações em diferentes suportes de comunicação. A consistência da aplicação das regras garantirá o elevado padrão de qualidade pretendido, a todos os níveis, para a marca BIO KILL.

As cores deste manual foram concebidas para serem vistas em

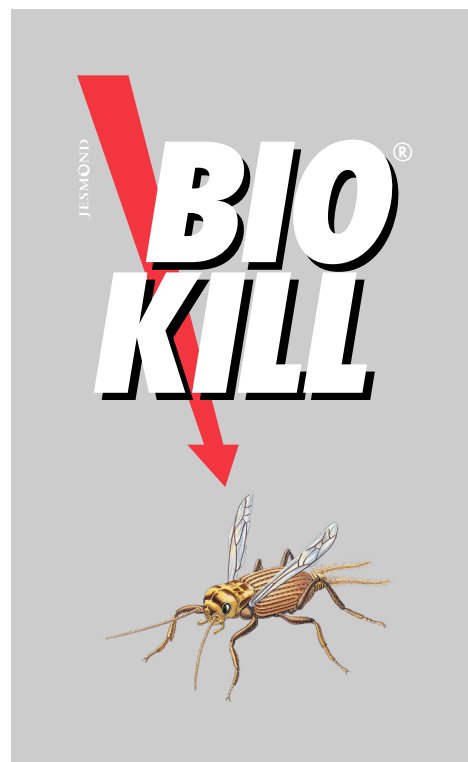
formato PDF, num ecrã (RGB). Para uma correspondência real noutros formatos e suportes (HTLM e impressão), devem seguir-se as indicações «Cores e Comportamentos».

Caso se revelem imprescindíveis novas variações à marca, a GMA Creative Firm deve aprová-las antes da sua utilização, procedendo também à inclusão e atualização no presente manual.

# Logotipo

## VERSÃO COLORIDA

O Logotipo, de fundo transparente, assume a cor do produto ou do fundo em que estiver colocado.



○ nome

○ símbolo  
(seta + inseto)

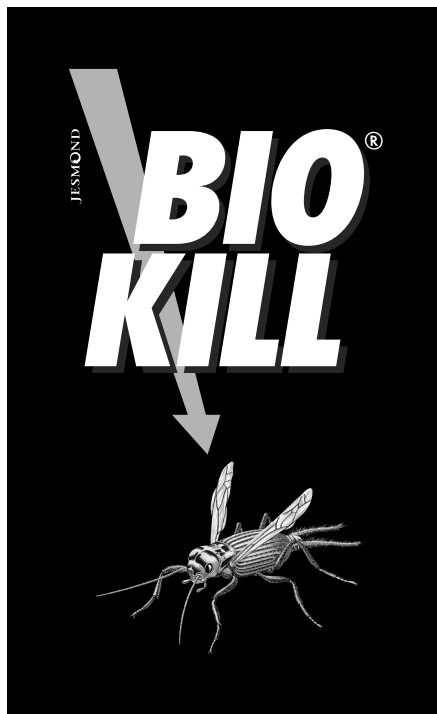
# Logotipo

## PRETO E BRANCO

Estas duas versões estão previstas para serem utilizados sobre imagem a preto e branco ou em casos em que só seja possível a impressão a duas cores.

Para os casos em que já existe um fundo de cor pré-existente, como por exemplo, um papel *craft*, a regra será procurar a maior visibilidade de todos os elementos do logotipo.

IMPRESSÃO DUAS CORES FUNDO PRETO



IMPRESSÃO A DUAS CORES SOBRE FUNDO NEUTROS



# Logotipo

## VERSÃO INSTITUCIONAL

Esta versão serve para a marca comunicar institucionalmente.

Deve apenas ser considerada para fins muito específicos, eminentemente institucionais, como por exemplo, quando a marca se associa a uma iniciativa de *goodwill*, onde há uma relação directa com os produtos BIO KILL.



○ nome

○ símbolo (seta)

# Logotipo

## MARGENS DE SEGURANÇA

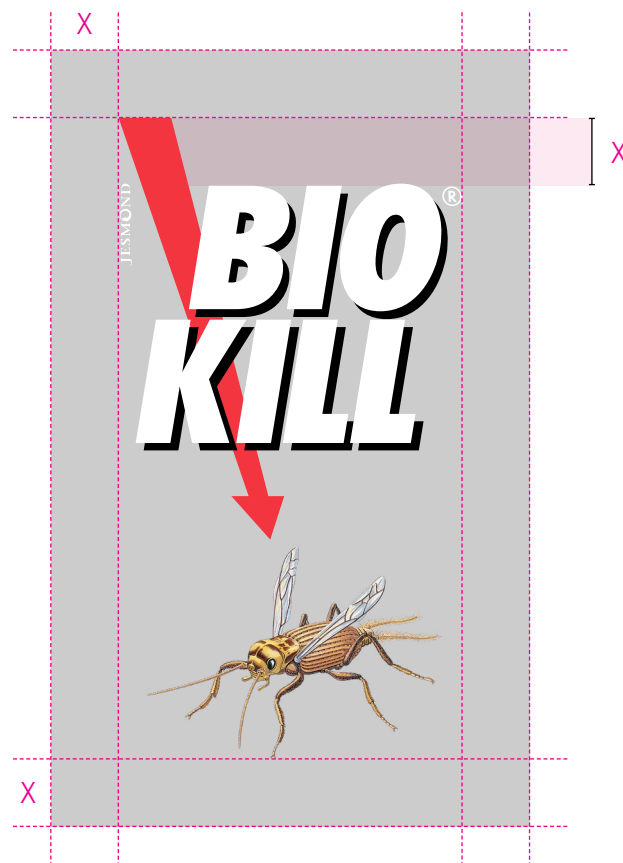
As margens de segurança do logotipo são representadas pela largura de 'X'.

Devem ser sempre respeitadas para assegurar uma total proteção da harmonia e da legibilidade do logotipo.

## DIMENSÕES MÍNIMAS

Para garantir uma boa leitura da marca em *offset*, impressão digital e ecrã, devem ser respeitadas as dimensões mínimas estudadas previamente.

Para a sua redução, recomenda-se que a sua produção não seja realizada em escalas inferiores a 25 mm ou 94 px. No caso da versão institucional, não inferiores a 15 mm ou 57 px.



Dimensão mínima  
25 mm  
94 px

VERSÃO INSTITUCIONAL  
Neste caso, e porque não existe leitura,  
retira-se a marca JESMOND



Dimensão mínima  
15 mm  
57 px

# Logotipo

## CORES

As cores são um elemento fundamental para assegurar a rápida identificação da marca, pelo que devem ser reproduzidas com a maior fidelidade possível, tentando encontrar para cada material o método de reprodução mais aproximado, tendo como base as cores indicadas para cada tipo de utilização.

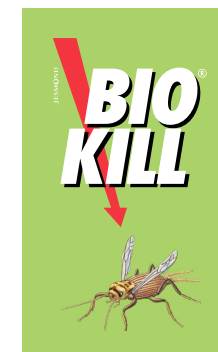
As cores encontram-se representadas neste manual através dos Pantones Solid Coated Red 032 C, 367 C, Process Cyan C e Warm Red C e Black 6C, mas também em formato de quadricromia, RGB e HEX/HTML.

### CORES UTILIZADAS NO SÍMBOLO E NOME

VALORES PARA IMPRESSÃO	VALORES PARA ECRÃ
<b>CMYK</b> C0 M0 Y0 K0	<b>RGB</b> R255 G255 B255
	<b>HEX/HTML</b> #FFFFFF

VALORES PARA IMPRESSÃO	VALORES PARA ECRÃ
<b>Pantone Solid Coated</b> Red 032 C	<b>RGB</b> R239 G51 B64
<b>CMYK</b> C0 M90 Y76 K0	<b>HEX/HTML</b> EF3340

VALORES PARA IMPRESSÃO	VALORES PARA ECRÃ
<b>Pantone Solid Coated</b> Black 6C	<b>RGB</b> R16 G24 B32
<b>CMYK</b> C100 M79 Y44 K93	<b>HEX/HTML</b> 101820



### CORES DE FUNDO

VALORES PARA IMPRESSÃO	VALORES PARA ECRÃ
<b>Pantone Solid Coated</b> 367 C	<b>RGB</b> R164 G214 B94
<b>CMYK</b> C37 M0 Y77 K0	<b>HEX/HTML</b> A4D65E

VALORES PARA IMPRESSÃO	VALORES PARA ECRÃ
<b>Pantone Solid Coated</b> Process Cyan C	<b>RGB</b> R0 G163 B224
<b>CMYK</b> C100 M0 Y0 K0	<b>HEX/HTML</b> 00A3E0



# Logotipo

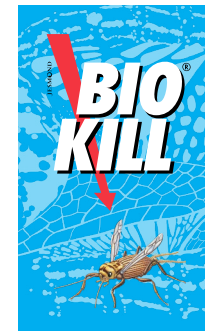
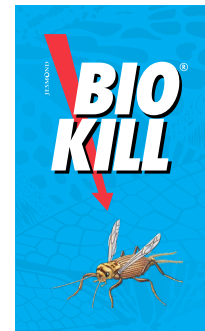
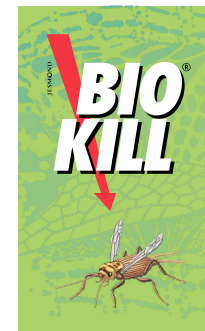
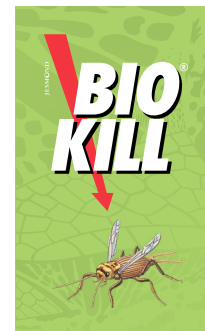
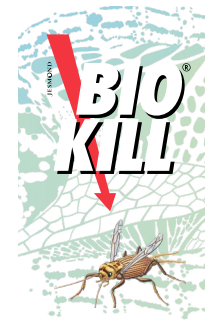
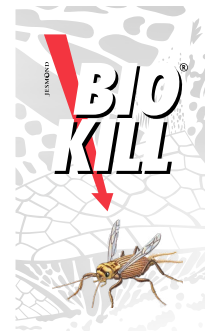
## COMPORTAMENTO SOBRE FUNDOS

Os exemplos que se seguem servem de guia por forma a que a identidade seja preservada.

### FUNDOS MONOCROMÁTICOS



### FUNDOS POLICROMÁTICOS



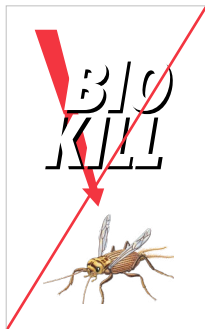
# Logotipo

## UTILIZAÇÕES INCORRETAS

Para garantir que a marca BIO KILL é aplicada coerente e consistentemente, para além da normas já definidas neste manual, apresentam-se igualmente um conjunto de utilizações indevidas.

As situações apresentadas ilustram aplicações que não devem ocorrer.

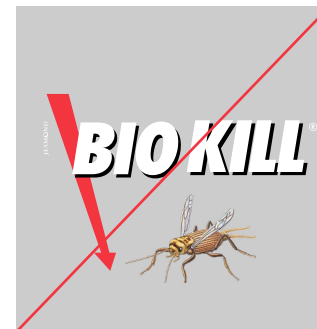
APLICAR FUNDO BRANCO, OU CORES EM QUE NÃO EXISTA CONTRASTE



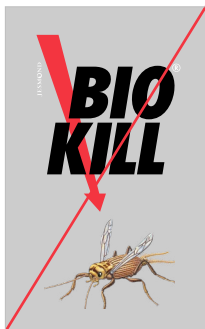
ALTERAR A PROPORÇÃO DOS ELEMENTOS



ALTERAR A LOCALIZAÇÃO DOS ELEMENTOS



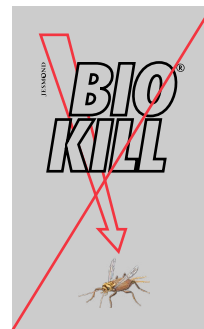
RETIRAR ELEMENTOS



DISTORCER OS ELEMENTOS



CONTORNAR



APLICAR SOMBRAS



DAR TRIDIMENSIONALIDADE AOS ELEMENTOS



# Logotipo

## COMPORTAMENTO SOBRE FUNDOS FOTOGRAFICOS

Os exemplos que se seguem servem de guia por forma a que a identidade seja preservada.



# Logotipo

## INCORRECTA UTILIZAÇÃO SOBRE FUNDOS FOTOGRAFICOS

Os exemplos que se seguem servem de guia por forma a que a identidade seja preservada.

As situações apresentadas ilustram aplicações que não devem ocorrer.

APLICAR LOGOTIPO DENTRO DE UMA CAIXA



APLICAR LOGOTIPO COM TRANSPARÊNCIA



APLICAR LOGOTIPO SEM MARGEM DE SEGURANÇA



APLICAR LOGOTIPO EM IMAGENS SEM CONTRASTE VISUAL



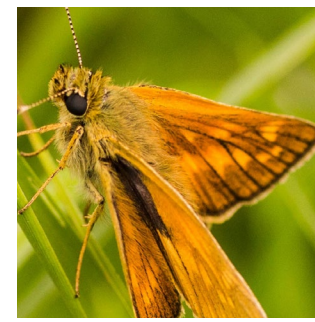


# Padrão

INSPIRAÇÃO, ORIGEM

MARCAR TERRITÓRIO,  
SENDO DISRUPTIVO.

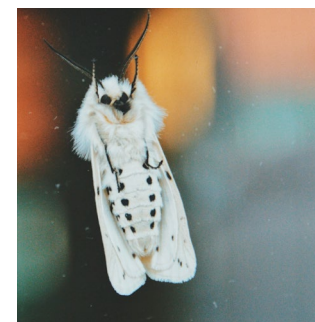
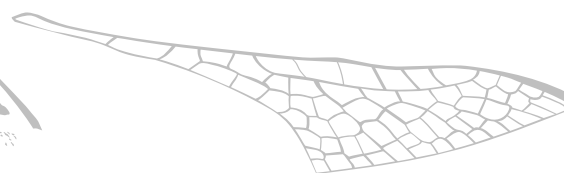
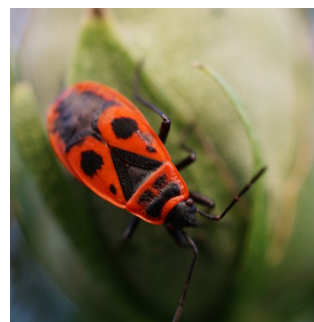
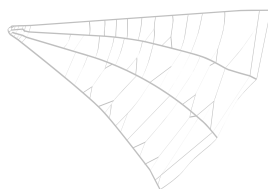
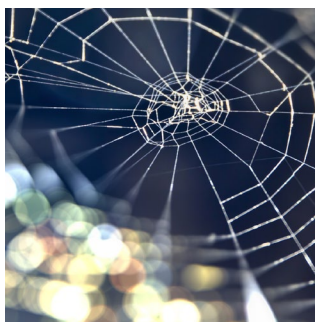
Criámos o nosso território,  
juntando o caminho disruptivo  
com códigos cosméticos, não  
óbvios e tradicionais desse  
campo, mas sim ousadamente  
relacionados com a verdadeira  
Natureza de BIO KILL.



## INSETOS

No seu pormenor.

Respeitando o seu verdadeiro ser.

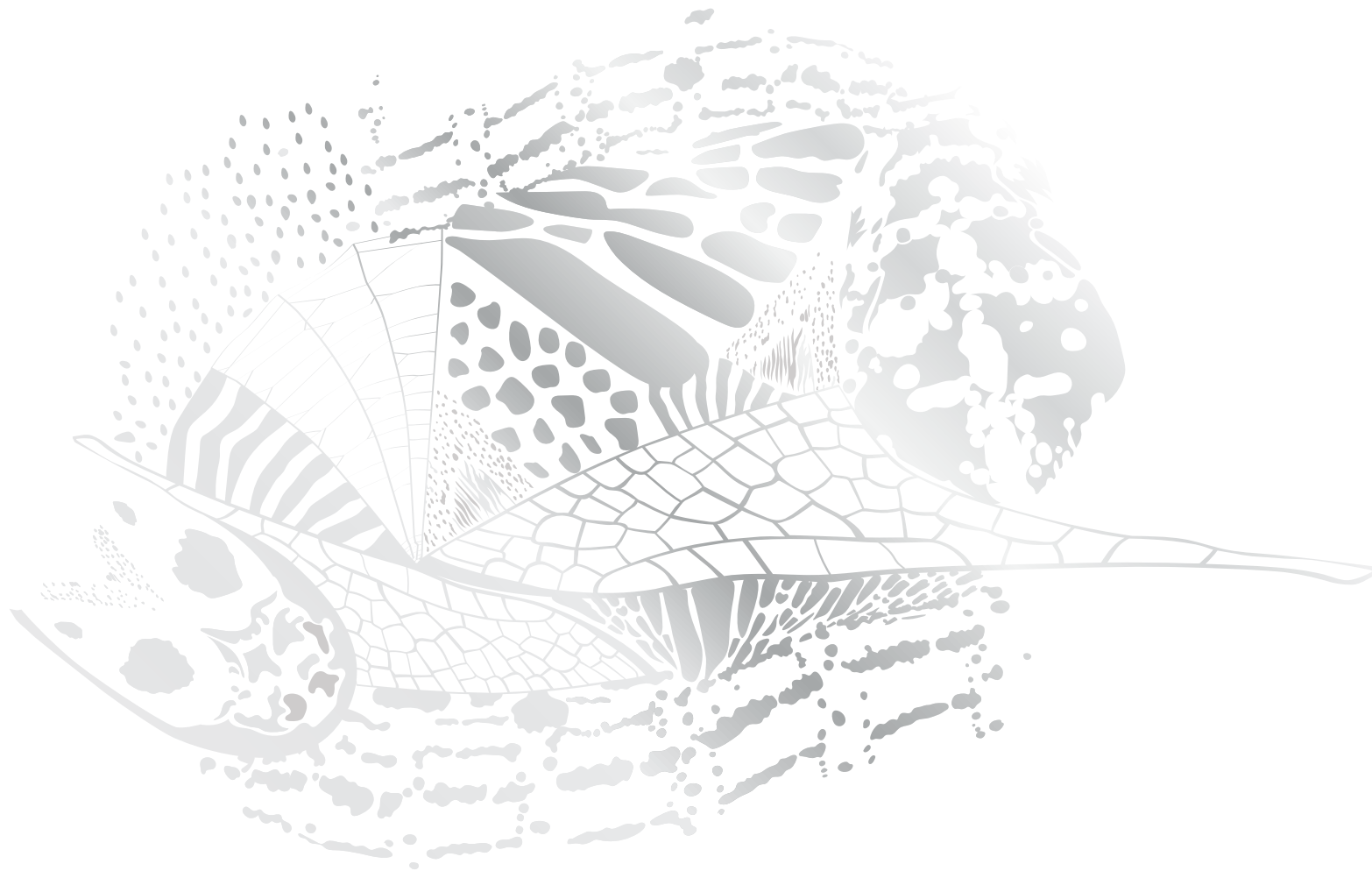


# Padrão

## O QUE REPRESENTA:

### O TERRITÓRIO DA MARCA

- Tecnologia/Inovação;
- Intrigante e versátil;
- A teia que protege;
- E rompe com os códigos do sector.



# Padrão

UTILIZAÇÃO DE COR



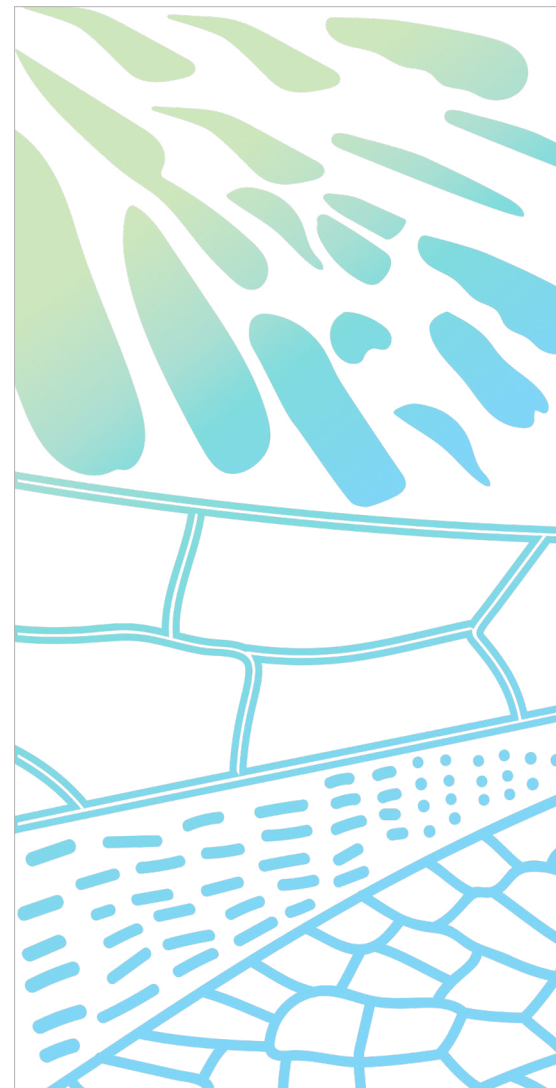


# Padrão

## VERSÃO COMPLEMENTAR

Uma versão ampliada do padrão.

Esta é a versão utilizada nos rótulos dos produtos.



# Assinaturas

## ASSINATURA DESIGNATIVA

Comunica o ponto de diferenciação mais evidente da marca.

**O INSETICIDA BIODEGRADÁVEL**

Assinatura designativa e posicionamento

# Assinaturas

## ASSINATURA DE MARCA

Tem como objectivo:

- Definir a forma de actuação  
BIO KILL.

**A PROTEÇÃO É O MELHOR ATAQUE.**

Assinatura de marca

# Comunicação

## MOTE DE COMUNICAÇÃO

O mote de comunicação adotado complementa os elementos anteriores, desafiando o consumidor e permitindo gerar interações, de forma adequada, modular e diversa, em múltiplos momentos e suportes. A marca tem assim capacidade de dialogar, convocar, sugerir, recomendar e desafiar.

Não deixando de ter um tom de ameaça implícito, permite conciliar o lado funcional com o emocional, permitindo a integração global da comunicação.

Durante o primeiro, segundo e terceiro anos de relançamento da marca BIO KILL ajudará a comunicação nos seus objetivos: esclarecer, convidar/convocar, provocar e desafiar.

# EXPERIMENTA SE QUERES VER

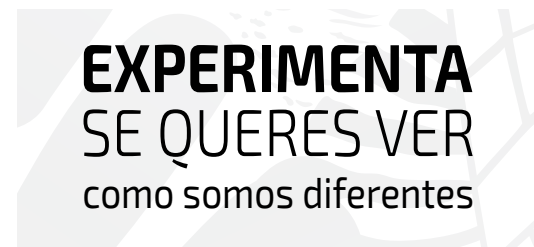
Mote de comunicação

# Comunicação

## MOTE DE COMUNICAÇÃO

### EXEMPLOS

Estes exemplos devem ser utilizados, em termos de tipografia, de acordo com a natureza dos suportes. Suportes mais institucionais e de proximidade permitem a utilização de uma tipografia mais sóbria; suportes de ponto de venda podem exigir uma interpretação gráfica do mote de comunicação onde seja necessário imprimir maior ritmo e dinamismo à frase, permitindo e facilitando leituras a maiores distâncias.



# Tipografia

## PRINCIPAL FUTURA

Sóbria, neutra, clara, elegante, equilibrada e legível (em corpos grandes, mas também em texto corrido), a Futura apresenta as características preferidas pelos designers vanguardistas dos anos 20 e 30.

Desenhada entre 1924 e 1926 por Paul Renner, é uma letra bem representativa da clareza defendida nos manifestos da Bauhaus, com evidente construção geométrica.

A futura bold italic é a fonte utilizada no logotipo.

A Futura é fonte utilizada no rótulo, no selo, na assinatura designativa 'O inseticida biodegradável' e pontualmente, na comunicação, na assinatura de marca 'A Proteção é o melhor ataque'.

## **BOLD ITALIC**

**AÃBCÇDEFGHIJKLMNOPKRSTUVWXYZ**

**aãbcçdefghijklmnopkrstuvwxyz**

**0123456789 !"#%&/()=?\*+{ }**

## **MEDIUM BT**

**AÃBCÇDEFGHIJKLMNOPKRSTUVWXYZ**

**aãbcçdefghijklmnopkrstuvwxyz**

**0123456789 !"#%&/()=?\*+{ }**

## **HEAVY**

**AÃBCÇDEFGHIJKLMNOPKRSTUVWXYZ**

**aãbcçdefghijklmnopkrstuvwxyz**

**0123456789 !"#%&/()=?\*+{ }**

## **MEDIUM ITALIC**

**AÃBCÇDEFGHIJKLMNOPKRSTUVWXYZ**

**aãbcçdefghijklmnopkrstuvwxyz**

**0123456789 !"#%&/()=?\*+{ }**

# Tipografia

## SECUNDÁRIA

EXO

Geométrica e contemporânea procura transmitir uma sensação tecnológica / futurista, mantendo um design elegante.

A fonte Exo é exclusivamente utilizada na comunicação.

Nomeadamente, na assinatura de marca 'A Proteção é o melhor ataque' e no mote de comunicação 'Experimenta se queres ver'.

### REGULAR

AĂBCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
aăbcçdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 !"#\$%&/()=?\*+{ }

### ITALIC

*AĂBCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*aăbcçdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*0123456789 !"#\$%&/()=?\*+{ }*

### BOLD

**AĂBCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**aăbcçdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789 !"#\$%&/()=?\*+{ }**

### BACK

**AĂBCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**aăbcçdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789 !"#\$%&/()=?\*+{ }**

### LIGHT

AĂBCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
aăbcçdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 !"#\$%&/()=?\*+{ }

### SEMIL BOLD

**AĂBCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**aăbcçdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789 !"#\$%&/()=?\*+{ }**

### BOLD ITALIC

***AĂBCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***aăbcçdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***0123456789 !"#\$%&/()=?\*+{ }***

### BACK ITALIC

***AĂBCÇDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***aăbcçdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***0123456789 !"#\$%&/()=?\*+{ }***

# Aplicações Gráficas

## RÓTULOS



Dimensão mínima  
12 mm ou 45 px

### VALORES PARA IMPRESSÃO

Pantone Solid Coated  
30% - 367 C

CMYK  
30% - C37 M0 Y77 K0

### VALORES PARA ECRÃ

RGB  
30% - R164 G214 B94

HEX/HTML  
30% - A4D65E

### VALORES PARA IMPRESSÃO

Pantone Metallics  
877 C

CMYK  
C45 M34 Y34 K0

### VALORES PARA ECRÃ

RGB  
R138 G141 B143

HEX/HTML  
8A8D8F





# Aplicações Gráficas

APLICAÇÃO DE RÓTULO  
NA EMBALAGEM













# Aplicações Gráficas

## INSETOS PRESENTES NOS RÓTULOS














**RÓTULO VERDE**

 MOSCA	 TRAÇA DOS LIVROS
 VESPA	 PULGA
 TRAÇA	 BARATA
 FORMIGA	 PERCEVEJO
 BICHA-CADELA	 CARRAÇA



**RÓTULO VERDE**

-  MOSQUITO/  
MELGA
-  VESPA
-  TRAÇA
-  MOSCA
-  PULGA
-  TRAÇA DOS LIVROS
-  BICHA-CADELA
-  BARATA
-  FORMIGA
-  ARANHA
-  CARRAÇA

**RÓTULO AZUL**

 MOSQUITO/ MELGA	 BICHA-CADELA
 VESPA	 BARATA
 TRAÇA	 FORMIGA
 MOSCA	 ARANHA
 PULGA	 CARRAÇA
 TRAÇA DOS LIVROS	

**RÓTULO AZUL**

-  MOSCA
-  VESPA
-  TRAÇA
-  FORMIGA
-  BICHA-CADELA
-  TRAÇA DOS LIVROS
-  PULGA
-  BARATA
-  PERCEVEJO
-  CARRAÇA

# EXPERIMENTA SE QUERES VER as vendas a crescer

**13 de Abril 2020**

[hello@gma.com.pt](mailto:hello@gma.com.pt)

[pedro.carrolo@gma.com.pt](mailto:pedro.carrolo@gma.com.pt)

