



INSPIRAMOS A SUA SEGURANÇA

# INSPIRAMOS A SUA SEGURANÇA

AGOSTO 2024

## ÍNDICE

1. índice / apresentação da marca | 2. valores | 3. conceito visual | 4. construção do logótipo | 5. cor | 6. versões | 7. tipografia | 8. dimesões mínimas permitidas / utilização incorreta do logótipo | 9. aplicação sobre fundos | 10. aplicações

## MANUAL DE NORMAS GRÁFICAS

Bem-vindo ao Manual de Normas gráficas da CLS BRANDS®

A CLS BRANDS® sendo um fornecedor de equipamentos de proteção individual (EPI), deseja ser líder no mercado na segurança e sustentabilidade, começando no fornecimento e acabando nas parcerias e distribuidores.

O nosso principal objetivo é minimizar o impacto das nossas operações sobre o ambiente e os recursos naturais que consumimos.

Compreendemos que a nossa força de trabalho é fundamental para alcançar os nossos objetivos empresariais e estamos plenamente empenhados em garantir que toda a segurança, direitos humanos e bem-estar dos nossos trabalhadores sejam respeitados. Para o conseguirmos, desenvolvemos uma nova iniciativa com objetivos de sustentabilidade claramente definidos a curto e longo prazo. Chamamos a esta iniciativa CLS BRANDS®. Criamos assim um logo para que os nossos clientes saibam quando uma ação é pensada com sustentabilidade. Dada a importância que tem a imagem gráfica na identidade de uma logomarca, foi elaborado este manual no sentido de definir e normalizar a imagem corporativa desta mesma entidade, na utilização da sua assinatura e esclarecer as eventuais dúvidas que possam surgir. Assim, é fundamentalmente necessário que a utilização dos elementos deste manual, obedeça rigorosamente às regras aqui estabelecidas. Este, pretende ser um instrumento de trabalho muito prático e completo, guiando a utilização gráfica da assinatura em diversas ocasiões, não deixando nunca que a sua imagem perca unidade, ou força. Só deste modo se atingirá uma verdadeira coerência da imagem e personalidade, fundamental para que este seja percebido como uma única entidade. Ao longo deste manual, as normas serão aplicadas com o logótipo da CLS BRANDS®, a título de exemplo, onde o conjunto dos seus elementos, sejam eles de cor, tipografia ou composição, concorrem para a construção de uma identidade coesa. Nenhum dos elementos explicados e ilustrados deverá ser alterado. As normas descritas neste manual gráfico devem ser respeitadas porque as modificações poderão fragilizar a identidade. Todas as restantes participadas devem seguir rigorosamente as mesmas normas sem exceção, sendo os casos particulares enunciados exaustivamente.







## INSPIRAMOS A SUA SEGURANÇA

A CLS BRANDS® e as suas submarcas entraram numa nova etapa da sua história. Enquanto empresa, o seu papel é decisivo no setor de Equipamentos de Proteção Individual (EPI's).

Com 30 anos de existência, é com orgulho que olhámos para essa herança. No entanto é preciso pensar no futuro. Olhar para uma evolução não só do que a nossa marca defende, mas também como representa o que defende! Este documento pretende ser uma orientação prática e aspiracional para a marca A CLS BRANDS® – articula uma perspetiva estratégica sobre o porquê de nos representarmos deste modo, enquanto fornece informação detalhada para a utilização da marca, especificações e exemplos de aplicações sobre como a identidade da marca se implementa.

As marcas de sucesso gerem a sua imagem de forma eficaz através de um conhecimento profundo sobre os seus valores e o carácter que estes veiculam. Na essência da CLS BRANDS® estão três valores principais: Humanização, Sustentabilidade e Inovação. Estas são características duradouras que permanecem intemporais e verdadeiras, independentemente de quaisquer inovações de produto ou alterações competitivas — elas ajudam a dar forma à marca e orientam-nos na forma de comunicar.

### **HUMANIZAÇÃO**

Acima de tudo, somos uma marca que está intimamente ligada às pessoas. Construimos relações sólidas e genuínas, envolvendo-nos nas comunidades que servimos. A CLS BRANDS® é uma empresa transparente e aberta, que procura o bem-estar social, fomentando o conhecimento científico e tecnológico nas áreas da energia e do ambiente.

### **SUSTENTABILIDADE**

A CLS BRANDS® está fortemente comprometida em apoiar e promover iniciativas que concorram para o reforço das três dimensões do desenvolvimento sustentável – ecológica, social e económica. Nós acreditamos que o futuro pertence não só a quem tem uma perspetiva responsável sobre o planeta, mas também a quem proporciona essa capacidade a outras pessoas. Investimos na sociedade e na cultura procurando apoiar causas sociais em que acreditamos, melhorar questões sociais como a pobreza e a educação infantil, e por fim providenciar assistência a instituições sociais e culturais.

### **INOVAÇÃO**

A nossa marca orienta-se pela excelência, procurando sempre abordagens inovadoras na forma como se relaciona com a sociedade e pratica a cidadania.

## - CONCEITO VISUAL

### LOGÓTIPO ANTIGO



### INSPIRAMOS A SUA SEGURANÇA

O lettering original do logo CLS foi mantido para não existir um desapego total entre ambos (antigo e novo). Desta forma, foi aumentado apenas o espaço entre as letras, pois, quando impresso em pequenas dimensões, estas ficavam quase juntas. A frase, como slogan da empresa também se manteve pois tanto o CLS como o slogan já estão muito enraizados no mercado, e retirar algum deles traria problemas de associação à marca.

### REBRANDING

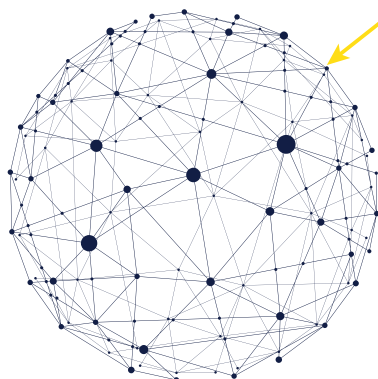


### INSPIRAMOS A SUA SEGURANÇA

O símbolo associado à CLS deixa de ser formado por 3 "boomerangs" e é criada uma nova forma com diversos significados.



A forma do símbolo nasce de um quadrado, pois esta é considerada como uma forma que transmite rigidez, dureza e estabilidade. Esta encontra-se na diagonal pois acompanha a orientação do lettering e ainda para transmitir a ideia de velocidade (serviço rápido) e também inovação (visto estar inclinada para a direita, transmite o "andar sempre para a frente").



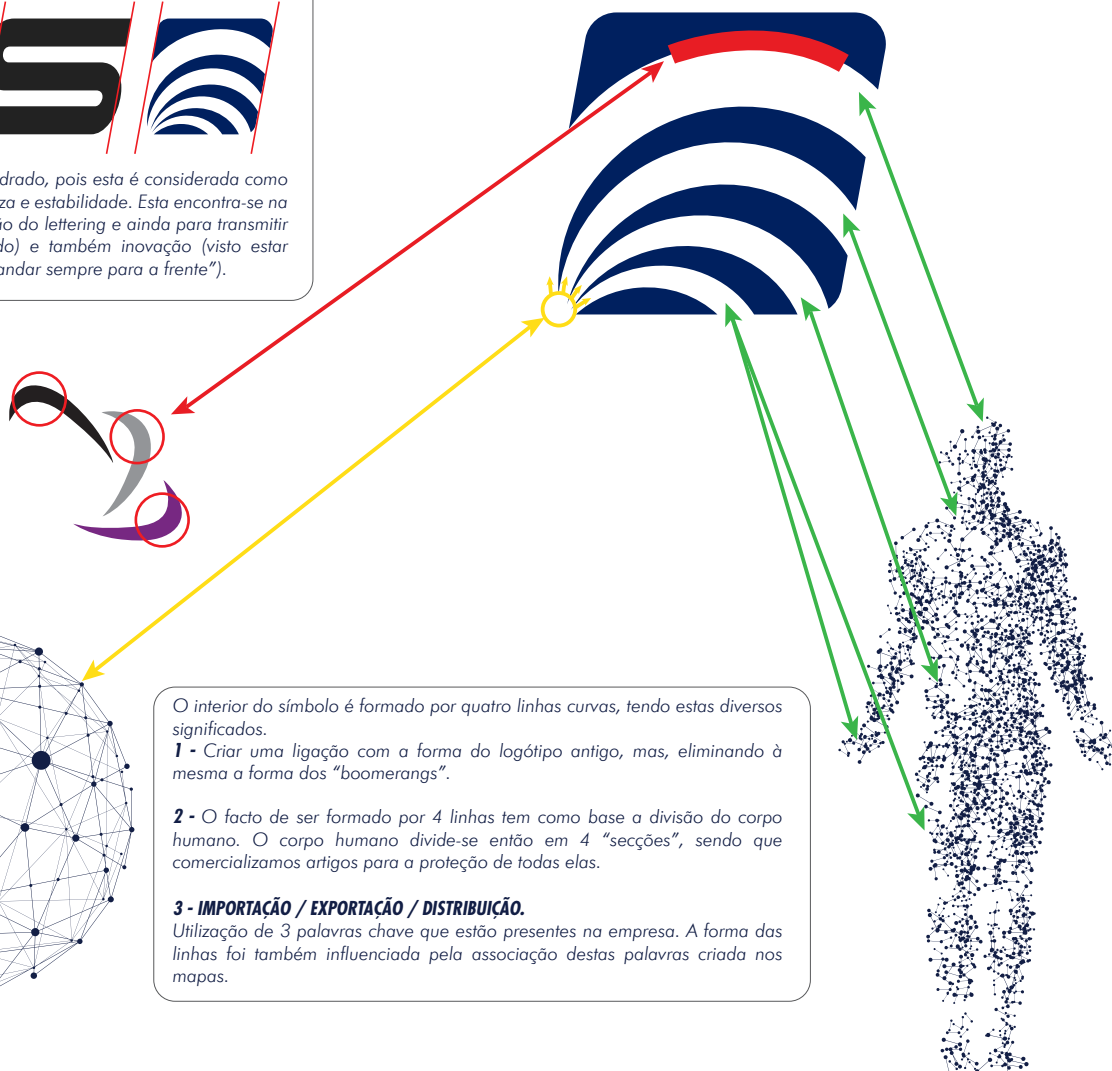
O interior do símbolo é formado por quatro linhas curvas, tendo estas diversos significados.

**1 -** Criar uma ligação com a forma do logótipo antigo, mas, eliminando à mesma a forma dos "boomerangs".

**2 -** O facto de ser formado por 4 linhas tem como base a divisão do corpo humano. O corpo humano divide-se então em 4 "secções", sendo que comercializamos artigos para a proteção de todas elas.

**3 - IMPORTAÇÃO / EXPORTAÇÃO / DISTRIBUIÇÃO.**

Utilização de 3 palavras chave que estão presentes na empresa. A forma das linhas foi também influenciada pela associação destas palavras criada nos mapas.



- **CONSTRUÇÃO DO LOGÓTIPO** Este manual é um instrumento de trabalho, ilustrando e definindo as utilizações da identidade gráfica do sistema das assinaturas. De forma a garantir uma maior flexibilidade visual da marca, apresenta-se uma assinatura complementar, quando se pretende usar numa leitura horizontal.

- **ASSINATURA PRINCIPAL // leitura horizontal.**



- **MONOGRAMA // pequenas dimensões / aplicações específicas**



- **ÁREA MÍNIMA DE EXCLUSÃO**

Para manter uma leitura correta do logótipo, respeite sempre a área mínima de exclusão permitida.



## - COR

A paleta de cor CLS BRANDS® é um elemento importante e expressivo do sistema de identidade. O nosso vermelho primário e a nossa paleta de cor quente fazem parte do património da marca, sendo fortemente representativas da nossa organização. Por esta razão, enquanto a paleta de cor principal foca as matizes encontradas na logomarca, a paleta secundária apresenta uma perspectiva complementar que as expande.

- Impulso, Paixão, Vigor
- Criatividade, Sabedoria, Sucesso
- **Segurança, Confiança, Calma**
- Crescimento, Estabilidade, Saúde
- Delicadeza, Romance, Afeição
- Conservador, Tradicional, Confiável
- **Profissionalismo, Credibilidade, Poder**
- Acolhimento, Otimismo, Energia
- Simplicidade, Maturidade, Conforto
- Entusiasmo, Energia, Calor

INSPIRAMOS A SUA SEGURANÇA

PANTONE®  
2757 C

PANTONE®  
PROCESS BLACK

### CORES DE SELEÇÃO / QUADRICOMIA

**CYAN 100%**  
**MAGENTA 91%**  
**YELLOW 41%**  
**BLACK 45%**

### CORES RGB / ECRÃ, TV, WEB

**R 19**  
**G 32**  
**B 70**

#132046

### CORES DE SELEÇÃO / QUADRICOMIA

**CYAN 72%**  
**MAGENTA 66%**  
**YELLOW 64%**  
**BLACK 72%**

### CORES RGB / ECRÃ, TV, WEB

**R 34**  
**G 34**  
**B 34**

#222222

PANTONE®  
NEUTRAL BLACK

PANTONE®  
2757 C

- VERSÃO DO LOGÓTIPO A 1 COR



- VERSÃO DO LOGÓTIPO A 1 COR / NEGATIVO



## LUNATICA DISPLAY



INSPIRAMOS A SUA SEGURANÇA

FUTURA LIGHT ITALIC BT

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing  
 elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut  
 laoreet dolore magna aliquam.

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam.*

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur  
 adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod  
 tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur  
 adipiscing elit, sed diam nonummy nibh  
 euismod tincidunt ut laoreet dolore magna  
 aliquam.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam.

*Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur  
adipiscing elit, sed diam nonummy nibh  
euismod tincidunt ut laoreet dolore magna  
aliquam.*

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam.

**Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetuer adipiscing elit,  
sed diam nonummy nibh  
euismod tincidunt ut laoreet  
dolore magna aliquam.**

FUTURA LIGHT ITALIC BT 9 pt. com 10pt. de entrelinha é o corpo de letra recomendado para texto regular.

FUTURA LIGHT ITALIC BT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

&#€\$¢£ƒ¥0123456789¹²³

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

§11±\*1/21/43/4%0%00\\//<sup>ao</sup>®©™¿?i!.,.;•

@{ } [ ] ( ) — — • « » ! | , . : ; " " " " "

$$\Delta\Omega\partial[\pi\omega^{\alpha}-+\times\div=\neq\pm\sqrt{\wedge}<>\leq\geq\sim\approx\Diamond-\infty$$

ffffiffiflffl\`@?>=<;:/

àáâãäåæçčďèéêëǻǿǵǧǨǩłŋòóôõö

øoeoeššßùúûüïvyžąs

À Á Â Ã Ä Å Æ Ç È É Ê Ë Ì Í Î Ï Ñ

ÒÓÔÕÖØOEŠÙÚÛÜÿŸŽŠ



## - DIMENSÕES MÍNIMAS PERMITIDAS PARA IMPRESSÃO



## - UTILIZAÇÕES INCORRETAS DO LOGÓTIPO não permitido



- COMPORTAMENTO DO LOGÓTIPO SOBRE FUNDOS DE COR



## - APLICAÇÕES

Existem múltiplos suportes para aplicação da identidade CLS BRANDS®. Apresentamos um conjunto de exemplos desses suportes. Em sintonia com a nossa preocupação ambiental, prática de negócio sustentável e compromisso com a responsabilidade social, a CLS BRANDS® recomenda fortemente a utilização de materiais, produtos e métodos de produção amigos do ambiente, na seleção e criação de aplicações da identidade da marca como as que aqui se apresentam.









Manual de Normas Gráficas - Agosto 2024 - v2  
CLS BRANDS®

[www.cls.pt](http://www.cls.pt)