



INSPIRAMOS A SUA SEGURANÇA

# INSPIRAMOS A SUA SEGURANÇA

JANEIRO 2023



## 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

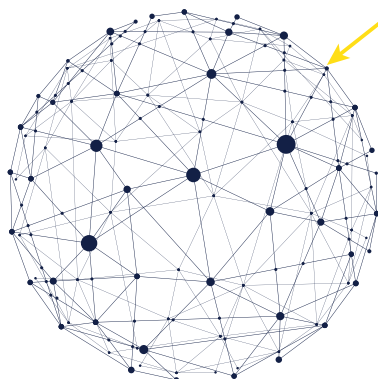


### INSPIRAMOS A SUA SEGURANÇA

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").



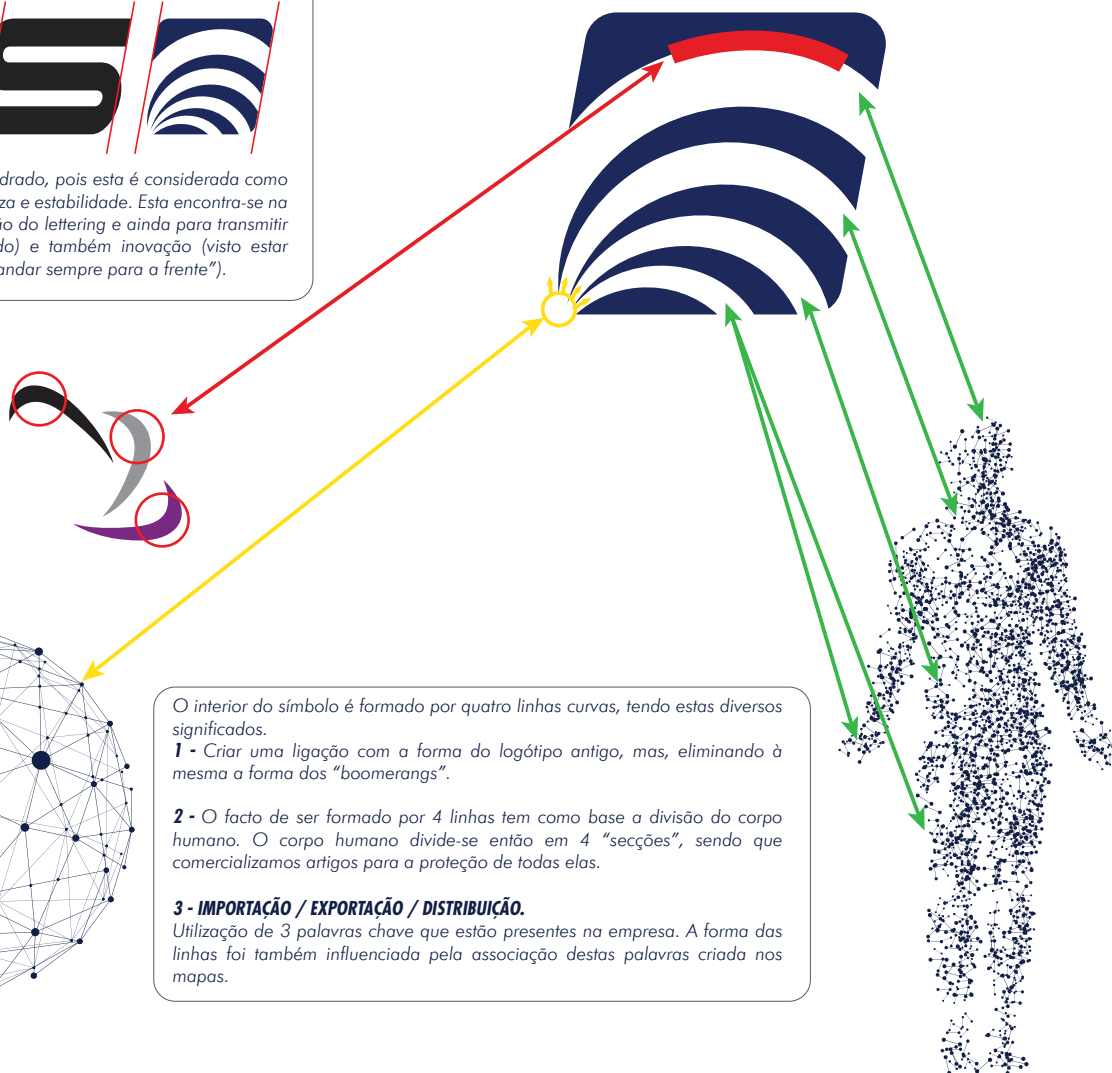
O interior do símbolo é formado por quatro linhas curvas, tendo estas diversos significados.

**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 perspetiva 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®  
NEUTRAL BLACK

PANTONE®  
2757 C

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



- 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.**

ÒÓÔÕÖØŒŠÙÚÛÜÿŽž



## - 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 - Janeiro 2023 - v1  
**CLS BRANDS®**

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