



*Manual de Marca*

# índice

<b>Identidade visual</b>	3
<b>Marca</b>	4
<b>Assinaturas</b>	6
<b>Paleta de cores</b>	7
<b>Degradê</b>	8
<b>Tipografia</b>	9
<b>Margem de segurança</b>	10
<b>Aplicação em preto e branco</b>	11
<b>Redução da marca</b>	12
<b>Aplicações e restrições</b>	13
<b>Arquivos digitais</b>	14

# Identidade Visual

Neste manual estão demonstradas as definições conceituais, estratégicas e as normas que estabelecem os critérios para a aplicação correta da identidade visual da empresa **Mueller**.

O uso das regras aqui determinadas irá colaborar diretamente para o fortalecimento da comunicação visual da marca, estabelecendo um nível eficaz de entendimento por parte de todos.

Reproduza os arquivos originais deste documento através de processo digital para preservar com segurança o design original do logotipo e sua identidade. Quaisquer modificações e formas de utilização diferenciadas devem ser consultadas e aprovadas pela comissão responsável.

Obrigado.

# Marca

São duas variações:

## Sem slogan

Ideal para as situações em que a redução do tamanho compromete a leitura do slogan “Sua família merece”, ou nos casos em que o texto de apresentação da peça mencione essa frase.



# Marca

## Com slogan

Sempre que o slogan seja legível.



## Assinaturas

A marca **Mueller** também possui duas assinaturas que distinguem as duas linhas de produtos da marca: Fogões e Lavadoras.

Quando a comunicação se referir a linhas de fogões especificamente, utilize a marca com a assinatura **FOGÕES**. A mesma lógica vale para a utilização da marca com a assinatura **LAVADORAS**.

Caso o material contenha produtos de ambas as linhas ou tenha uma comunicação institucional, utilize a marca sem nenhuma assinatura.



# Paleta de cores

O padrão cromático tem o objetivo de uniformizar a comunicação e é fundamental para a correta manutenção da marca. Com isso, ela ganha força na memória daqueles que se relacionam com ela.

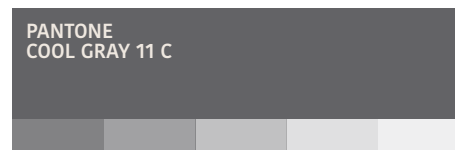
Sempre disponibilize as referências das cores ao lado para os fornecedores. Isso evitará distorções no padrão cromático nos materiais da empresa.

As cores de apoio são utilizadas na construção de elementos gráficos de apoio à marca em materiais específicos e, se utilizadas, devem ser previamente avaliadas e aprovadas pelo Marketing.

## Cores Primárias



**C** - 30    **R** - 158  
**M** - 100    **G** - 24  
**Y** - 100    **B** - 27  
**K** - 0



**C** - 0    **R** - 103  
**M** - 0    **G** - 102  
**Y** - 0    **B** - 107  
**K** - 75

## Cor Secundária



**C** - 100    **R** - 44  
**M** - 79    **G** - 69  
**Y** - 13    **B** - 133  
**K** - 2

## Degradê

O padrão cromático tem o objetivo de uniformizar a comunicação e é fundamental para a correta manutenção da marca. Com isso, ela ganha força na memória daqueles que se relacionam com ela.

Sempre disponibilize as referências das cores ao lado para os fornecedores. Isso evitará distorções no padrão cromático nos materiais da empresa.

O PANTONE 7687 C é utilizado como cor de apoio para a formação do degradê. Ele deve sempre começar do vermelho para o azul, respeitando a linha de leitura.

### Cores Degradê

PANTONE  
1807 C

PANTONE  
7687 C

**C** - 30    **R** - 158  
**M** - 100    **G** - 24  
**Y** - 100    **B** - 27  
**K** - 0

**C** - 100    **R** - 44  
**M** - 79    **G** - 69  
**Y** - 13    **B** - 133  
**K** - 2

*Horizontal*

*Vertical*

*Diagonal*



# Tipografia

A família de fontes e suas variantes indicadas acima compõem o padrão tipográfico utilizado junto à marca **Mueller**.

Evite utilizar outras fontes de letra e, se alguma inclusão for necessária, deve ser previamente informada e aprovada pelo Marketing.

## Títulos

Mangerica Extra Light

*Mangerica Extra Light Italic*

**Mangerica Semi Bold**

***Mangerica Semi Bold Italic***

**Mangerica Black**

***Mangerica Black Italic***

## Textos

Kohinoor Bangla Light

Kohinoor Bangla Regular

Kohinoor Bangla Medium

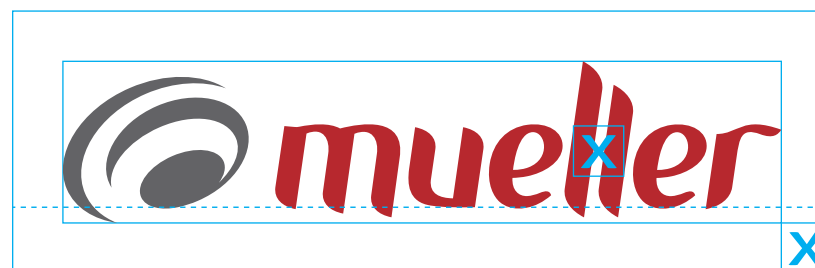
Kohinoor Bangla Semibold

**Kohinoor Bangla Bold**

## Margem de segurança

Esta área é determinada para evitar interferências de outros elementos na identidade visual da marca **Mueller**.

Seu objetivo é assegurar a integridade da marca no caso de aproximações de elementos gráficos ou outras assinaturas que possam danificar sua imagem original.



## Aplicação em preto e branco

A versão PB facilita a aplicação em determinados materiais e layouts. Sempre considere o critério da legibilidade.



## Redução da marca

A logotipia em sua redução máxima deve respeitar as medidas ao lado.

É proibido o uso da logotipia menor que as dimensões estabelecidas, para não prejudicar sua leitura.

Esta aplicação deve ser adotada apenas nos impressos em papel. Em qualquer outro material, deve ser previamente testada.

### COM SLOGAN (POSICIONAMENTO)



### SEM SLOGAN (POSICIONAMENTO)



## Aplicações e restrições

A logotipia pode ser aplicada sobre fundo colorido, desde que o princípio básico de máximo contraste seja preservado.

Ou seja, deve-se escolher a versão que permita a melhor leitura da logotipia.

O uso da marca sobre fundos em outras cores é permitido, mantendo o bom senso quanto à aplicação da marca, preservando sua leitura e contraste.

### USO INCORRETO:



### USO CORRETO:



## Arquivos digitais

Pelo site da **Mueller**, é possível fazer o download da marca para sua utilização. Confira o caminho no site:

**[www.mueller.ind.br](http://www.mueller.ind.br) > Institucional > Manual de Marca.**

A imagem em **JPEG** tem resolução limitada e é ideal para a utilização em programas de apresentação, tais como Word e PowerPoint.

O arquivo em **CDR** destina-se ao uso profissional. Ao utilizá-lo, é necessário o software CorelDraw para a visualização.

A versão em **EPS** é uma extensão de arquivo vetorial, que possibilita a ampliação ou redução sem perda de qualidade, e destina-se ao uso profissional. Para utilizá-la, é necessário um software de editoração para a visualização e reprodução.

