

BRANDBOOK **ABIMO**

APRESENTAÇÃO

Este guia apresenta os elementos da identidade da ABIMO: logotipo, elementos básicos, grafismos, ícones, temas, tipografia, entre outros.

Além disso, o guia dá exemplos de aplicação para orientar todos aqueles envolvidos em sua gestão.

**EM CASO DE DÚVIDAS, ENTRAR EM CONTATO
COM O TIME DE MARKETING: bertoni@abimo.org.br**

SUMÁRIO

A MARCA	04	UNIVERSO VERBAL	28
APLICAÇÃO PRIMÁRIA	05	DISCURSO DE MARCA	29
APLICAÇÃO SECUNDÁRIA	06	TOM DE VOZ	30
APLICAÇÃO COM SLOGAN	07	VALORES E CARACTERÍSTICAS QUE ORIENTAM	31
REDUÇÃO MÁXIMO	08-09	NOSSO JEITO DE FALAR	
ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA	10	PRÓXIMO E ACESSÍVEL	32
COBRAND	11	APLICAÇÃO PRÁTICA	33
CROMIA INSTITUCIONAL	12	OTIMISTA E INSTIGANTE	34
CROMIA SECUNDÁRIA	13	APLICAÇÃO PRÁTICA	35
VERSÃO MONOCROMÁTICA	14	ESPECIALISTA E OPINATIVA	36
FUNDOS COLORIDOS	15	APLICAÇÃO PRÁTICA	37
ESCALA DE CINZA	16	TRANSPARENTES	38
TIPOGRAFIA	17	APLICAÇÃO PRÁTICA	39
USOS PROIBIDOS	18		
ICONOGRAFIA	19		
GRAFISMOS E TRATAMENTO DE IMAGEM	20		
SEPARAÇÃO POR TEMAS	21		
TEMAS	22		
CROMIA E ICONOGRAFIA REGULATÓRIO	23		
CROMIA E ICONOGRAFIA JURIDÍCO	24		
CROMIA E ICONOGRAFIA EXPORTAÇÃO	25		
CROMIA E ICONOGRAFIA COMPLIANCE	26		
GRAFISMOS E TRATAMENTO DE IMAGEM	27		

A MARCA

APLICAÇÃO PRIMÁRIA

Essa é a versão oficial do logotipo da marca.

É fundamental observar as regras previstas neste manual para preservar sua integridade e legibilidade em qualquer situação.

The image shows the ABIMO logo in a bold, blue, sans-serif typeface. The letters are evenly spaced and have a clean, modern appearance. The 'A' is a simple triangle, the 'B' has a rounded top, the 'I' is a solid vertical bar, the 'M' has a sharp peak, and the 'O' is a perfect circle.

APLICAÇÕES SECUNDÁRIAS

A versão do logotipo com a nomenclatura e as maneiras com que ela pode ser aplicada.

ABIMO

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS
MÉDICOS, ODONTOLÓGICOS, HOSPITALARES E DE LABORATÓRIOS

↓
nomenclatura

ABIMO

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA
DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS MÉDICOS,
ODONTOLÓGICOS, HOSPITALARES
E DE LABORATÓRIOS

↓
nomenclatura

APLICAÇÕES COM SLOGAN

A versão do logotipo com o slogan e as maneiras com que ele pode ser aplicado.



REDUÇÃO MÁXIMA

A redução máxima é o limite que você pode reduzir o logotipo para que ele se mantenha legível, tanto no impresso quanto no digital.

Impresso

ABIMO

25 mm

ABIMO

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS
MÉDICOS, ODONTOLÓGICOS, HOSPITALARES E DE LABORATÓRIOS

80 mm

Digital

ABIMO

85 px

ABIMO

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS
MÉDICOS, ODONTOLÓGICOS, HOSPITALARES E DE LABORATÓRIOS

80 mm

REDUÇÃO MÁXIMA

Aqui mostramos o limite que você pode reduzir o logotipo com a nomenclatura para que ambos se mantenham legíveis.

Impresso

ABIMO

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA
DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS MÉDICOS,
ODONTOLÓGICOS, HOSPITALARES
E DE LABORATÓRIOS

130 mm

Digital

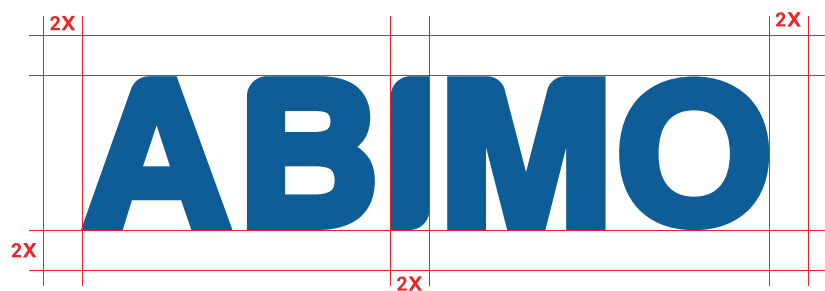
ABIMO

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA
DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS MÉDICOS,
ODONTOLÓGICOS, HOSPITALARES
E DE LABORATÓRIOS

130 mm

ÁREA DE NÃO INTERFERÊNCIA

Devemos manter um espaço mínimo entre a logotipo da ABIMO e outros elementos. A letra “i” do logotipo serve como medida para a área de proteção.



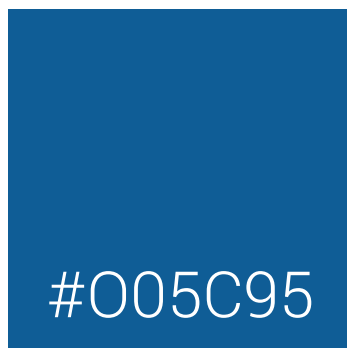
COBRAND

No Cobrand mostramos como aplicar a logotipo junto com outra de alguma parceira.



CROMIA INSTITUCIONAL

São as cores oficiais da ABIMO. Servem como referência para toda a comunicação visual da marca.



RGB: 0, 92, 149

CMYK: 100, 66, 16, 0

PANTONE: 7691C



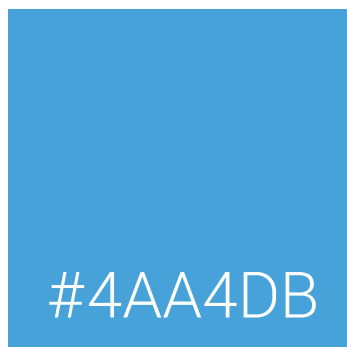
RGB: 226, 223, 27

CMYK: 15, 02, 100, 0

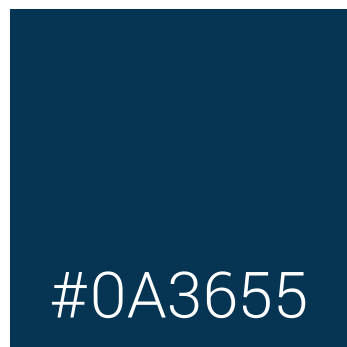
PANTONE: 388C

CROMIA SECUNDÁRIA

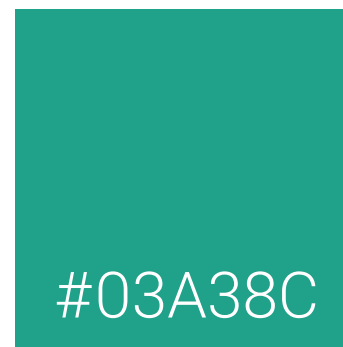
Também são cores oficiais da ABIMO, mas devem ser usadas apenas como apoio. .



RGB: 74, 164, 219
CMYK: 66, 21, 0, 0
PANTONE: 7702C



RGB: 10, 54, 85
CMYK: 100, 79, 41, 34
PANTONE: 540C



RGB: 03, 163, 140
CMYK: 80, 12, 55, 0
PANTONE: GREEN C

VERSÃO MONOCROMÁTICA

De uso restrito, o logotipo em positivo e negativo deve ser usada apenas quando existe uma limitação técnica, como ausência de cores, que prejudique a aplicação da versão preferencial.



Monocromático positivo



Monocromático negativo

FUNDOS COLORIDOS

Os fundos coloridos servem como base para sabermos qual aplicação do logotipo será usada.



ESCALA DE CINZA

Assim como os fundos coloridos, as escalas de cinza também servem como base para sabermos qual aplicação do logotipo será usada.



TIPOGRAFIA

A fonte usada para a parte institucional da ABIMO é a **Roboto** e sua família tipográfica.

ROBOTO THIN

ROBOTO THIN ITALIC

ROBOTO LIGHT

ROBOTO LIGHT ITALIC

ROBOTO ITALIC

ROBOTO REGULAR

ROBOTO MEDIUM

ROBOTO MEDIUM ITALIC

ROBOTO BOLD

ROBOTO BOLD ITALIC

ROBOTO BLACK

ROBOTO BLACK ITALIC

USOS PROIBIDOS

Essas são algumas situações em que o uso do logotipo da ABIMO está incorreta:



não aplicar em
fundos contrastantes



não usar como
marca d'água

ABIMO

não comprimir

ABIMO

não esticar

ABIMO+

não usar junto de outra marca
ou criar sub marcas

ABIMO

não utilizar outras cores

ABIMO

não inclinar

Abimo

não usar outra tipografia

ABIMO

não utilizar outline

ABIMO

não usar efeitos e sombras

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS
MÉDICOS, ODONTOLÓGICOS, HOSPITALARES E DE LABORATÓRIOS

ABIMO

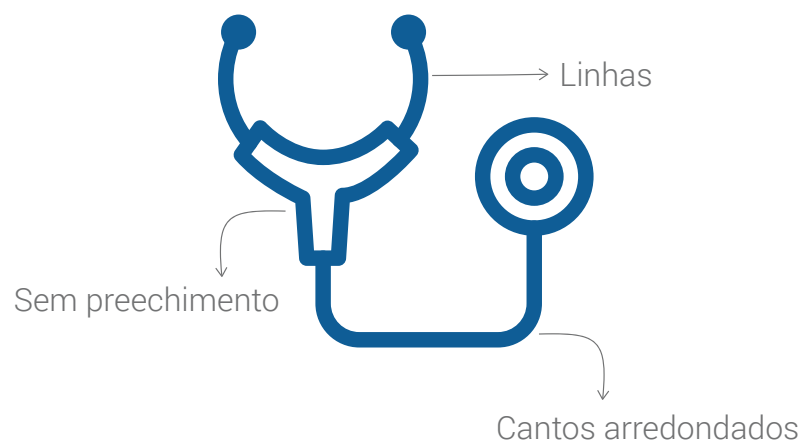
ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DA INDÚSTRIA
DE ARTIGOS E EQUIPAMENTOS MÉDICOS,
ODONTOLÓGICOS, HOSPITALARES
E DE LABORATÓRIOS

ABIMO

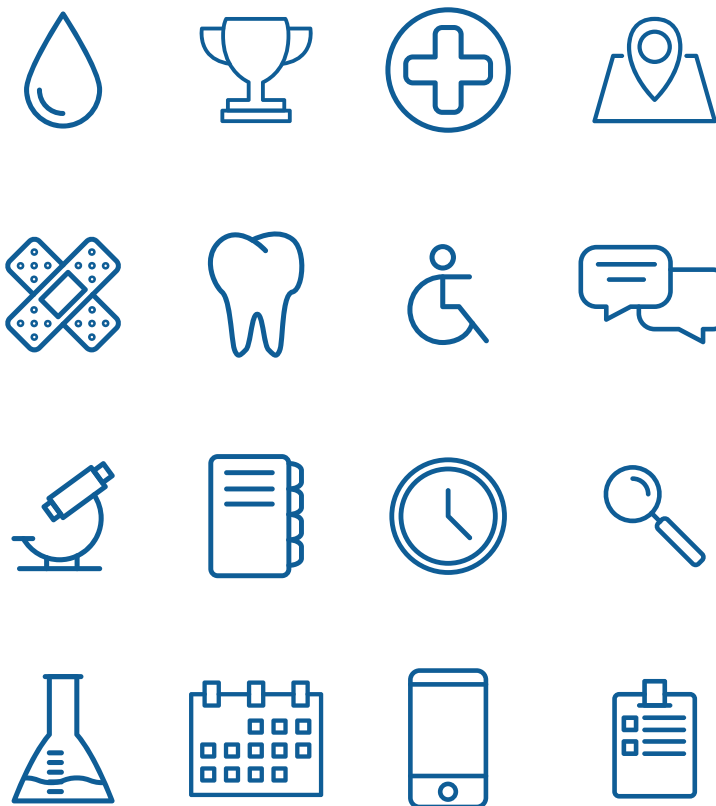
não modificar a estrutura dos elementos secundários

ICONOGRAFIA

Um ícone deve ser uma representação gráfica simples do produto, serviço ou funções como ações e sinalização. Ele é uma ferramenta poderosa para a construção de marca. São pensados para funcionar em conjunto fortalecendo a percepção das ofertas oferecidas.



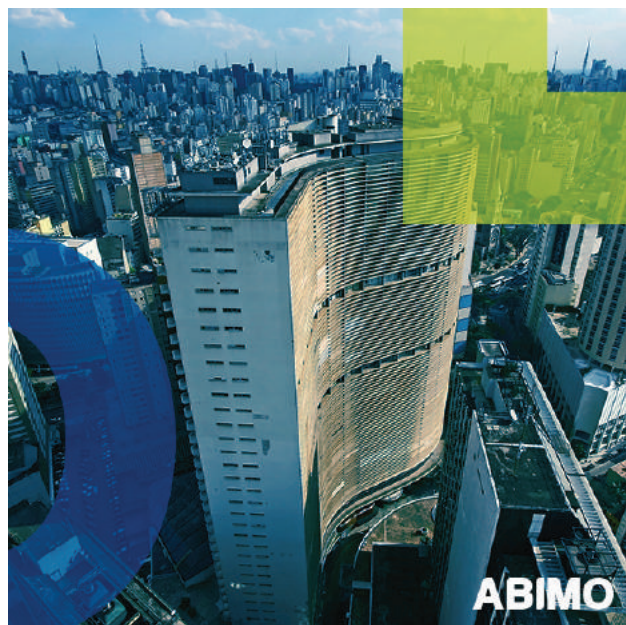
EXEMPLOS



GRAFISMOS E TRATAMENTO DE IMAGEM

Trabalhar com a própria marca
como elemento gráfico.

→ Intensificar os tons de azuis na imagem



SEPARAÇÃO POR TEMAS

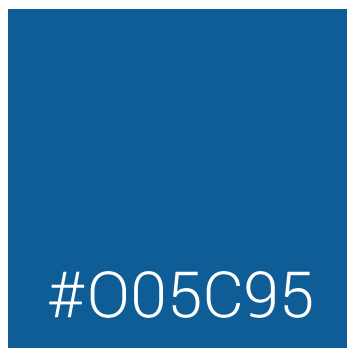
TEMAS

Cada tema abordado pela ABIMO terá uma cor específica para identificação:



CROMIA E ICONOGRAFIA REGULATÓRIO

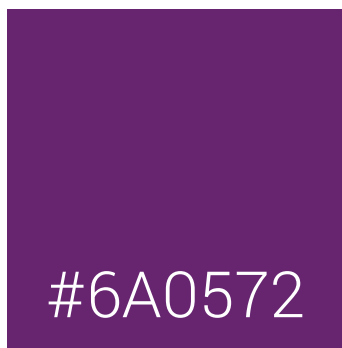
Essas são as cores e iconografia que a ABIMO usa quando trata do tema **Regulatório**.



RGB: 0, 92, 149

CMYK: 100, 66, 16, 0

PANTONE: 7691C



RGB: 106, 05, 114

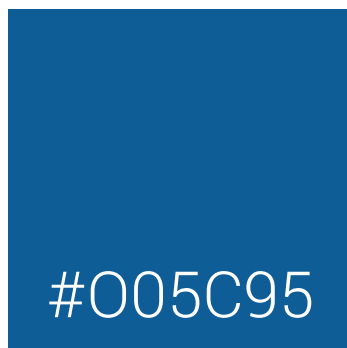
CMYK: 75, 100, 27, 0

PANTONE: 2607C



CROMIA JURÍDICO

Essas são as cores e iconografia que a ABIMO usa quando trata do tema **Jurídico**.



RGB: 0, 92, 149

CMYK: 100, 66, 16, 0

PANTONE: 7691C



RGB: 255, 187, 3

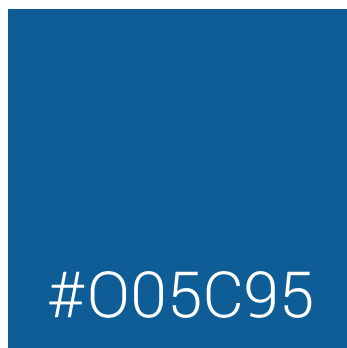
CMYK: 02, 35, 93, 0

PANTONE: 7549C



CROMIA EXPORTAÇÃO

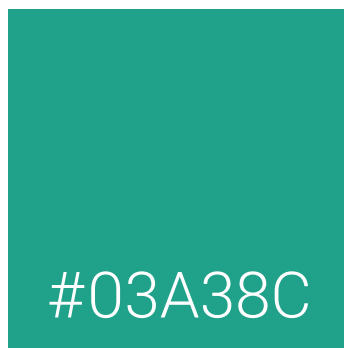
Essas são as cores e iconografia que a ABIMO usa quando trata do tema **Exportação**.



RGB: 0, 92, 149

CMYK: 100, 66, 16, 0

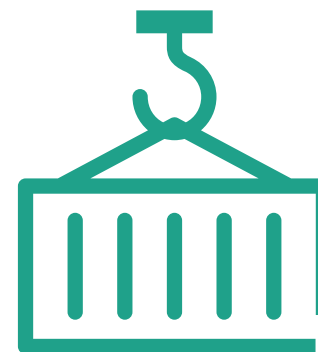
PANTONE: 7691C



RGB: 03, 163, 140

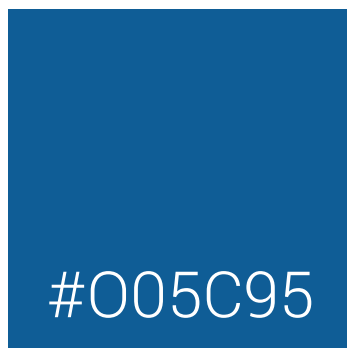
CMYK: 80, 12, 55, 0

PANTONE: GREEN C



CROMIA COMPLIANCE

Essas são as cores e iconografia que a ABIMO usa quando trata do tema **Compliance**.



RGB: 0, 92, 149

CMYK: 100, 66, 16, 0

PANTONE: 7691C



RGB: 255, 128, 16

CMYK: 0, 67, 91, 0

PANTONE: 151C



GRAFISMOS E TRATAMENTO DE IMAGEM

Trabalhar com os ícones de cada tema como elemento gráfico.

Intensificar os tons de azuis na imagem ←



UNIVERSO VERBAL

DISCURSO DE MARCA

Somos a ABIMO. O principal representante nacional da indústria de produtos e soluções tecnológicas para a saúde.

Existimos para apoiar o desenvolvimento das indústrias médico hospitalares e odontológicas em seus desafios de inovação, tecnologia e adequação ao mercado brasileiro e internacional.

Sempre atentos às exigências governamentais, jurídicas e regulatórias, orientamos e suportamos os nossos associados nas suas diversas necessidades de consolidação e expansão de mercado.

Trabalhamos para proporcionar a co-realização dos setores em que atuamos, disseminando conhecimento, tecnologias, informação, capacitação e inovação, suportados pela experiência e eficiência de parceiros e colaboradores.

Queremos fazer você ser ainda melhor. Não importa o seu tamanho ou lugar do país que você esteja. Nós estaremos presentes.

Apoio, desenvolvimento e inovação.

TOM DE VOZ

Palavras são ferramentas poderosas para construção da nossa marca. É por meio da linguagem que a marca transmite seus valores. Por isso é importante que a gente se expresse de uma maneira única.

O tom de voz da ABIMO inspira e orienta o nosso jeito de falar em comunicações para todos os públicos, internos e externos. Ele transmite o nosso posicionamento e tem como base nossas essência, nossa personalidade.

NA PRÁTICA, COMO VAMOS USAR ESSE MATERIAL?

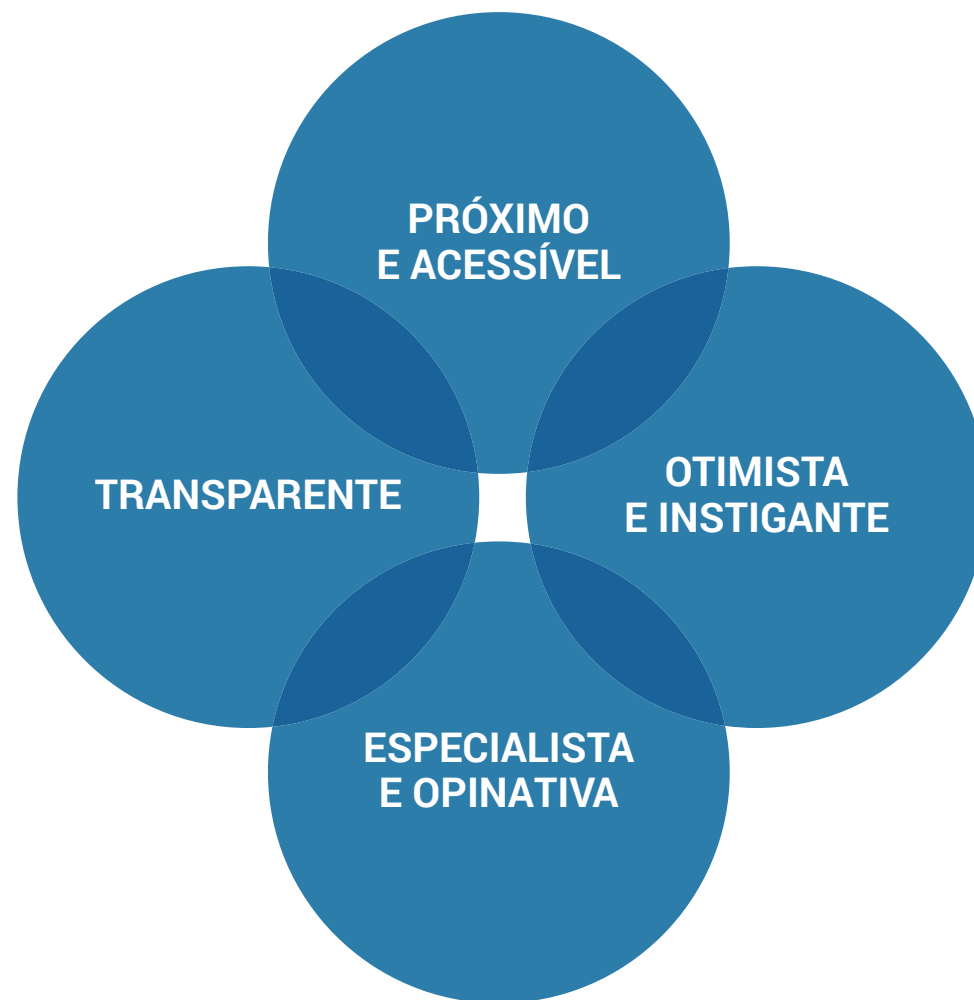
Criação de peças publicitárias e outros materiais de comunicação.

Geração de conteúdo em redes sociais.

Interação com usuários em redes sociais.

Geração de conteúdo para o site.

VALORES E CARACTERÍSTICAS QUE
ORIENTAM NOSSO JEITO DE FALAR



PRÓXIMO E ACESSÍVEL

Somos pessoas que falam com pessoas. Queremos ocupar o território de união, afinal, juntos somos mais fortes.

Para estimular proximidade, nossa linguagem deve ser descomplicada e clara. Por isso, temos um tom leve, parecido com uma conversa.

Antes de falar, pensamos sobre o contexto e o público, adaptando a nossa mensagem às diferentes situações.

Escrevemos com seriedade e consistência para um público qualificado, mas aqui não tem espaço para economiquês. Falamos de igual para igual e nos unimos em uma mesma voz.

APLICAÇÃO PRÁTICA

DO

- Para passar a percepção de integração, falamos na primeira pessoa do plural. “Nós da ABIMO...”
- Escrevemos como quem fala, mas sem intimidade.
- Falamos de um jeito inclusivo, convidamos as pessoas a fazerem parte do conteúdo. Sempre que possível utilizando call to actions. “Você tem uma pequena empresa, mas com grandes ambições?”
- Falamos com simplicidade e objetividade.
- Nossa comunicação deve ter um caráter educativo, por isso sempre que usarmos termos financeiros ou conceitos complexos, devemos explicá-los.
- Somos gentis e, sempre que possível, usamos expressões como “oi, tudo bem?”, “bom dia”, “por favor”, “muito obrigado”. Criamos um diálogo com perguntas e comentários sobre o que as pessoas dizem para demonstrar um interesse real no que sentem e pensam.

DONT'S

- Não utiliza emotions.
- Não utiliza abreviações.
- Não utiliza gírias.
- Evita termos estrangeiros quando temos termos semelhantes na língua portuguesa.
- Evita o uso de caixa alta e constantes exclamações nas interações. “BOAS NOVIDADES PARA O SETOR!!”

OTIMISTA E INSTIGANTE

A ABIMO é uma força motriz do setor, está sempre instigando, criando, questionamento e promovendo debates. Realiza esse trabalho com uma postura entusiasmada e otimista.

Queremos passar a ideia de que estamos sempre prontos para ajudar os associados e trabalhando constantemente para alavancar o setor.

Para que essa atitude seja percebida, precisamos escrever com convicção e deixar claro os benefícios daquilo que fazemos.

Levamos para nossos textos um raciocínio assertivo e confiante, que vai além da simples informação, sempre que possível mostramos os resultados do que realizamos.

APLICAÇÃO PRÁTICA

DO

- Sempre destacar os benefícios e resultados do que fazemos.
- Falamos de forma positiva, priorizando afirmações e focando nos benefícios.
- Nossa comunicação é motivadora, buscando engajar o público e promover a troca de informação
- Somos cautelosos na divulgação de informações negativas e sempre as posicionamos em um contexto maior. “A produção industrial do setor médico-odontológico retraiu 10% neste trimestre, enquanto produção industrial do Brasil retraiu 20%”.

DONT'S

- Evitamos frases alarmistas e nunca somos sensacionalistas.
- Não usamos exclamações e outras pontuações com repetições.

ESPECIALISTA E OPINATIVA

A ABIMO trabalha disseminando conhecimento, informação, formação e inovação, suportados pela experiência e eficiência de parceiros e colaboradores. Precisamos transmitir a percepção de que somos uma fonte de conhecimento acessível e confiável. Sempre muito embasados, expomos dados, fatos e nosso ponto de vista.

APLICAÇÃO PRÁTICA

DO

- Atribuímos fontes confiáveis às postagens.
- Falamos do que entendemos, com convicção. Usamos argumentos, dados e gráficos como embasamento.
- Expomos e valorizamos os nossos colaboradores.
- Somos didáticos, explicativos para gerar conhecimento;
- Usamos as histórias de sucesso dos nossos associados para exemplificar e comprovar.

DONT'S

- Não adotamos achismos.
- Não usamos textos default, padrão ou sem conteúdo relevante.

TRANSPARENTES

Temos uma missão clara de apoiar as indústrias do nosso setor e seus desafios.

Somos criados a partir da união de diversas empresas, por isso honestidade e transparência são fundamentais tanto nas nossas atitudes quanto na nossa forma de nos comunicarmos.

APLICAÇÃO PRÁTICA

DO

- Nossa comunicação é informativa e clara.
- Sempre citamos as nossas fontes, seja um órgão do governo ou especialista do mercado.
- Divulgamos informações importantes para os nossos associados, sem nenhum tipo de favorecimento.

DONT'S

- Não negamos respostas, sempre que algum usuário perguntar algo respondemos com agilidade e clareza.
- Nunca fazemos especulações.

ABIMO