

BlueShift  
ACHIEVERS MAKE THE CHANGE

## BRAND GUIDELINES

An iceberg floating in the ocean. The tip of the iceberg is above the water line, while the vast majority of its mass is submerged and composed of crumpled, translucent blue plastic bags. The background is a clear blue sky above the water and a deep blue ocean below.

**A SOLUÇÃO**

Two men in business suits are sitting at a table in a meeting. The man on the left is wearing glasses and has a beard. The man on the right is smiling and holding a pen. They are looking at a tablet or laptop on the table. There are papers and a glass of water on the table.

**E O  
RIGOR.**

## LOGÓTIPO

O novo logótipo da Blue Shift com as cores corporativas representa-nos ao mais alto nível e é de vital importância para a nossa marca. Ele age como uma assinatura, um identificador e um selo de qualidade. É, e deve ser sempre, o componente mais consistente na nossa comunicação.

A fim de manter essa consistência, algumas diretrizes simples devem ser seguidas.

The logo for Blue Shift features the brand name in a blue, sans-serif font. The word 'Blue' is in a larger, bold font, while 'Shift' is in a smaller font. The letter 'e' in 'Shift' is stylized with a white dot. Below the brand name, the tagline 'ACHIEVERS MAKE THE CHANGE' is written in a smaller, all-caps, blue, sans-serif font.

**BlueShift**  
ACHIEVERS MAKE THE CHANGE

## VARIAÇÕES DO LOGÓTIPO

A opção de cor primária para o nosso logótipo contempla 2 (dois) tons de azul (Pantone® 274C e Pantone® 660C). Destina-se a ser utilizado em fundos e imagens mais leves, a fim de manter a legibilidade.



**BlueShift**  
ACHIEVERS MAKE THE CHANGE



**BlueShift**  
ACHIEVERS MAKE THE CHANGE

## VARIAÇÕES DO LOGÓTIPO

Outra opção de cor aceitável é substituir os azuis do logótipo por tons cinza, a fim de criar um efeito metálico prateado. Tons de cinza: Pantone® 423C e Pantone® Cool Gray 3.

**BlueShift**  
ACHIEVERS MAKE THE CHANGE

**BlueShift**  
ACHIEVERS MAKE THE CHANGE

## VARIAÇÕES DO LOGÓTIPO

Para além da versão em prata, a opção a branco também é aceite em fundos escuros. O logótipo pode ainda aparecer em preto apenas em fundos ou cores a preto e branco ou com escala de cinzas.

**BlueShift**  
ACHIEVERS MAKE THE CHANGE



**BlueShift**  
ACHIEVERS MAKE THE CHANGE

## TAMANHO E ESPAÇO

Para manter a legibilidade total, nunca reproduza o logótipo com largura menor que 1 polegada (para impressão) ou 175 pixels (para ecrã). Não há limite de tamanho máximo.

Nunca deve ser o elemento mais dominante na página, mas deve prevalecer claramente como uma marca de identificação.



BlueShift  
ACHIEVERS MAKE THE CHANGE

---

> 1" ou 175 px



## USO IMPRÓPRIO

Exemplos de utilização do logótipo indevidas.

- 1 Não condensar ou mudar as dimensões da identidade.
- 2 Não esticar ou mudar as dimensões da identidade.
- 3 Não alterar a orientação do logótipo.
- 4 Não utilize sombras, strokes ou outros efeitos visuais.
- 5 Não utilize cores para além das especificadas neste documento.
- 6 Não afastar a assinatura do nome "Blue Shift".





## AS CORES

Para além do nosso logótipo, a cor é um aspecto importante da nossa identidade de marca. As cores foram selecionadas tendo em conta a identidade da marca Blue Shift, bem como pela denominação do nome “Blue” presente na marca.

Usar a cor apropriadamente é uma das maneiras mais fáceis de garantir que nossos materiais refletem uma imagem coesiva.

Paleta de cores primárias



CMYK: 100 100 7 38  
RGB: 37 27 91  
PANTONE®: 274 C



CMYK: 88 50 0 0  
RGB: 0 111 183  
PANTONE®: 660 C

Utilização da paleta de cores primárias



CMYK: 100 100 7 38

CMYK: 88 50 0 0

## AS CORES SECUNDÁRIAS

Os tons cinza dão à marca força e requinte, na tentativa de aproximação com o prateado.

Paleta de cores secundárias



CMYK: 0 0 0 19  
RGB: 220 220 220  
PANTONE®: Cool Gray 3



CMYK: 22 14 18 45  
RGB: 137 141 141  
PANTONE®: 423 C



CMYK: 94 77 53 94  
RGB: 37 40 42  
PANTONE®: 426 C

Utilização da paleta de cores secundárias



CMYK: 0 0 0 19



CMYK: 22 14 18 45

CMYK: 94 77 53 94

## TIPOGRAFIA

Quando usada de forma cuidadosa, a tipografia torna-se numa poderosa ferramenta de marca que pode adicionar significado visual para o que é comunicado. A tipografia escolhida é simples e flexível e pode ser utilizada numa ampla gama de situações.

Fonte Principal

# Aller

---

**Regular**

*Italic*

**Bold**

***Bold Italic***

Fonte Secundária

# Lato

---

Hairline *Hairline Ita.* Light *Light Italic* Regular *Italic*

**Bold**

***Bold Italic***

**Black**

***Black Italic***

**BlueShift**  
ACHIEVERS MAKE THE CHANGE

[WWW.BLUESHIFTPORTUGAL.COM](http://WWW.BLUESHIFTPORTUGAL.COM)