




# Manual da Marca


## GRUPO HAGANÁ



A marca é o principal elemento que identifica e distingue a empresa das demais no mercado. É o sinal ou conjunto de sinais que compõe a identidade visual do Grupo Haganá. Por meio dela, é estabelecida uma estrutura gráfica de proporções, alinhamentos, cores, tipologias, entre outros elementos, que uniformiza a identidade da empresa e dos serviços e/ou produtos que representa.

O seu uso correto visa a um comportamento estético, gráfico e visual personalizado, que deve ser respeitado em todos os contatos com os nossos públicos. Por isso, o logotipo da Haganá não deve ser utilizado sem aprovação prévia do Departamento de Marketing. Ademais, todos os colaboradores devem zelar pelo correto uso da marca e denunciar casos de mau uso/aplicações da mesma. De igual modo, devem zelar pela limpeza e boa aparência de todos os objetos que contenham a marca assim como buscar a melhor qualidade em todos os materiais impressos.

O manual de uso da marca Haganá relembra as principais normas a serem seguidas para evitar a deformação de nosso logotipo e é um instrumento de apoio para todos os públicos.





## **ELEMENTOS DA IDENTIDADE VISUAL**

O logotipo do Grupo Haganá foi inspirado em dois importantes símbolos: no escudo de David e nas cores da bandeira do Brasil. Nossa assinatura é formada por um símbolo (signo), logotipo (a particularização da escrita do nome), símbolo de marca registrada além de padrões cromáticos bem definidos.



Pantone: 534C  
C:100 M:95 Y:15 K:25  
R:33 G:40 B:107  
#21286b

Pantone: 803C  
C:0 M:0 Y:100 K:2  
R:255 G:255 B:235  
#ffeb00

Pantone: 355C  
C:100 M:0 Y:100 K:0  
R:0 G:165 B:80  
#00a550

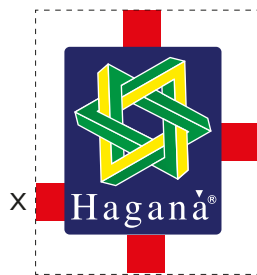
## CORES

PADRÃO CROMÁTICO - Para garantir a fidelidade da cor em todos os meios de reprodução gráfica e nas diversas mídias disponíveis no mercado atualmente, deve-se seguir e respeitar as especificações dadas neste manual.



## **CORES**

VERSÃO MONOCROMÁTICA - Quando não for possível a utilização da versão original em cores, torna-se possível a aplicação das opções negativo, positivo e escala de cinza.



## ÁREA DE PROTEÇÃO

Para preservar a integridade visual da marca, deve-se respeitar uma área que não pode ser invadida por qualquer outro elemento gráfico e que corresponde a 1x a altura da letra H até o G

No logo horizontal, o espaçamento corresponde à altura da letra H apenas.



## MARCAS QUE COMPOEM O GRUPO HAGANÁ

As demais marcas do grupo devem respeitar o espaçamento x de acordo com as laterais do logo principal como a ilustração acima.



## **TAMANHO MÍNIMO**

Ficam determinados como tamanho limite de redução:  
1cm como altura mínima para os logotipos verticais;  
0,75cm como altura mínima para o logotipo horizontal.





Times

ABCDEFGHKLK  
abcdefghijkl  
0123456789

Gotham

ABCDEFGHKLK  
abcdefghijkl  
0123456789

## **PADRÃO TIPOGRÁFICO**

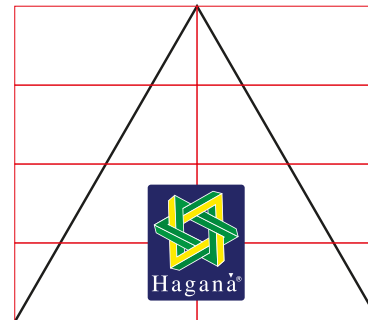
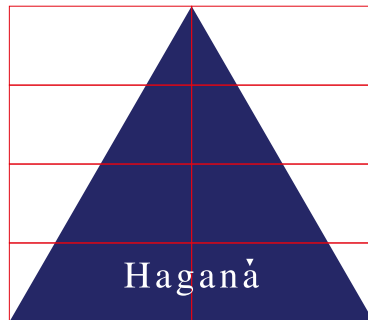
Para a construção da marca principal, foi utilizada a fonte Times  
Para os demais logos do grupo, será utilizada a Times para o nome Haganá e o Gotham para os nomes dos serviços como limpeza, tecnologia, etc.

Nos textos institucionais e em todos os materiais da Haganá será utilizada a família tipográfica Gotham.



## **HAGANÁ TECNOLOGIA**

Para a empresa do Grupo Haganá denominada HAGANÁ TECNOLOGIA, deve-se respeitar as mesmas orientações especificadas neste manual.

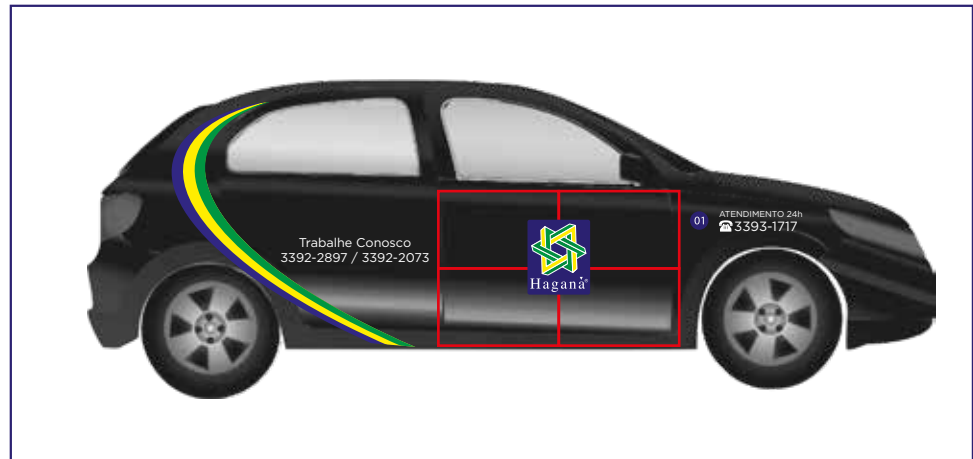


## OUTRAS APLICAÇÕES

OMBRELONE e GUARDA-CHUVA - Abas alternadas em branco e azul (C 100 M 95 Y 15 K 25). Logo aplicado nas áreas triangulares superiores brancas. Endereço do site em fonte Times (C O M O Y O K 100) aplicado nas barras brancas do ombrelone. Logotipo Haganá (respeitando a variação do acento) aplicado na cor branca nas barras azuis do ombrelone e nas nas áreas triangulares superiores azuis do guarda-chuva.

Todos os elementos aplicados na peça deverão respeitar sua localização de acordo com diagrama acima.

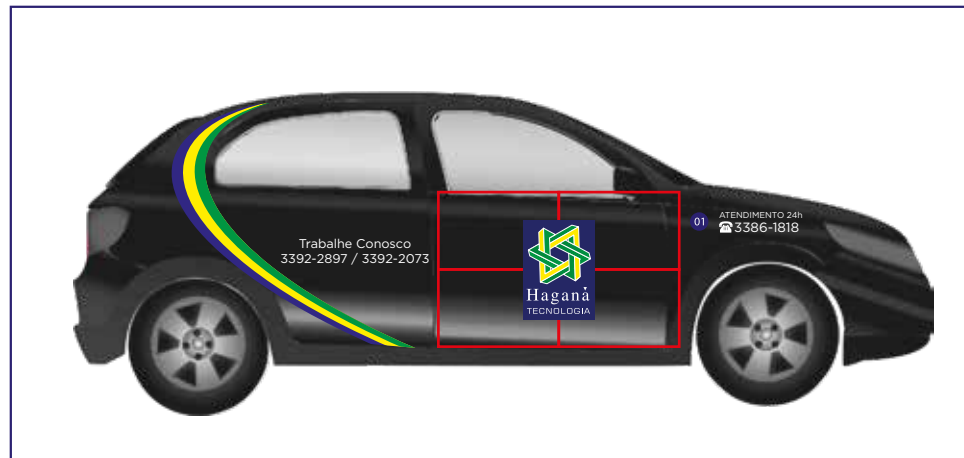




## OUTRAS APLICAÇÕES

FROTA - Exemplo de aplicação da marca e grafismos em carros tipo hatchback. Seguir tamanho, localização e, principalmente, todas as especificações de cores e logotipia já citadas neste manual. Para contatos e número de identificação do carro, utilizar fonte Arial branca. No grafismo, respeitar ordem das cores assim como o padrão cromático já citado.





## OUTRAS APLICAÇÕES

FROTA - Exemplo de aplicação da marca e grafismos em carros tipo hatchback. Seguir tamanho, localização e, principalmente, todas as especificações de cores e logotipia já citadas neste manual. Para contatos e número de identificação do carro, utilizar fonte Arial branca. No grafismo, respeitar ordem das cores assim como o padrão cromático já citado.





## OUTRAS APLICAÇÕES

FROTA - Exemplo de aplicação da marca e grafismos em motos. Seguir tamanho, localização e, principalmente, todas as especificações de cores e logotipia já citadas neste manual. Utilizar fonte Arial na cor branca para o telefone e número de identificação da moto e Times para a palavra “SEGURANÇA”, que deve estar em caixa alta, em preto, posicionada no centro da faixa amarela e com espaçamento entreletras em 200. No grafismo, respeitar ordem das cores assim como o padrão cromático já citado.



<b>IMÓVEL PEQUENO</b>	<b>IMÓVEL MÉDIO</b>	<b>IMÓVEL GRANDE</b>
<p>É aquele que possui testada inferior a 10 metros. Nesse caso, a área total do anúncio com o nome do estabelecimento não poderá ser maior do que 1,5 m<sup>2</sup>.</p>	<p>Encaixa-se nessa categoria aquele imóvel cuja testada é igual ou superior a 10 metros e inferior a 100 metros lineares. Nessa situação, o tamanho máximo permitido para a colocação de placa com o nome do estabelecimento será de 4 m<sup>2</sup>.</p>	<p>Estabelecimento que possui testada de tamanho igual ou superior a 100m lineares poderá receber dois anúncios indicativos em sua fachada. A área total de cada um deles não poderá ultrapassar 10 m<sup>2</sup> e deverão estar separados por uma distância mínima de 40 metros.</p>

## OUTRAS APLICAÇÕES

FACHADAS - Lei Cidade Limpa\*: cada estabelecimento só poderá ter na fachada um único anúncio indicativo com todas as informações necessárias ao público. Além disso, o anúncio deverá ter um tamanho máximo, definido segundo a dimensão da testada, que é a linha divisória entre o imóvel e o logradouro ou via pública. O tamanho da testada do imóvel aparece descrito no respectivo carnê do IPTU. Para facilitar o cálculo do anúncio indicativo permitido, a lei agrupou os imóveis de São Paulo em três categorias, de acordo com a dimensão de suas testadas. Podemos dividi-los da maneira acima descrita. Esta sinalização não deve ser feita diretamente pelo gestor do local mas pela equipe do Departamento de Marketing da Haganá.

\*Lei Municipal nº. 14.223/06 que ordena a paisagem do município de São Paulo, em vigor desde 1º de janeiro de 2007.



## OUTRAS APLICAÇÕES

UNIFORME - Exemplo de aplicação da marca em uniformes. Seguir tamanho, localização e, principalmente, todas as especificações de cores e logotipia já citadas neste manual.

Estrela na gravata: 2 cm x 1,8 cm / Estrela no colarinho: 1,5 cm x 1,3 cm

Logotipo no bolso esquerdo do paletó sem o fundo azul: 6,5 cm X 5,2 cm

Logotipo no bolso esquerdo da camisa: 5,2 cm x 6,5 cm

Logotipo na manga direita: 4,5 cm x 3,6 cm /

Bandeiras na manga esquerda: 6,5 cm x 3,9 cm





## **OUTRAS APLICAÇÕES**

UNIFORME - Exemplo de aplicação da marca em uniformes. Seguir tamanho, localização e, principalmente, todas as especificações de cores e logotipia já citadas neste manual. Logotipo com os dizeres “Grupo Haganá” e “Assistência Técnica” (fonte Arial) no bolso (frente): 7,3 cm x 7,3 cm  
Nas costas: 16,3 cm x 16,3 cm



Concluindo, deve-se respeitar as normas e padrões estabelecidos neste manual para a utilização da marca do Grupo Haganá, seja em quaisquer tipo de suporte para a aplicação. Além disto, é importante ressaltar a necessidade de solicitar a aprovação prévia do Departamento de Marketing.



## SANÇÕES PARA QUEM USAR A IMAGEM DA HAGANÁ INDEVIDAMENTE

Art. 171 - Obter, para si ou para outrem, vantagem ilícita, em prejuízo alheio, induzindo ou mantendo alguém em erro, mediante artifício, ardil, ou qualquer outro meio fraudulento: § 2º - Nas mesmas penas incorre quem: I - vende, permuta, dá em pagamento, em locação ou em garantia coisa alheia como própria; Alienação ou oneração fraudulenta de coisa própria.

Lei nº 9.279/96:

Art. 189 - Comete crime contra registro de marca quem: I - reproduz, sem autorização do titular, no todo ou em parte, marca registrada, ou imita-a de modo que possa induzir confusão - Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

Art. 190 - Comete crime contra registro de marca quem importa, exporta, vende, oferece ou expõe à venda, oculta ou tem em estoque: I - produto assinalado com marca ilicitamente reproduzida ou imitada, de outrem, no todo ou em parte - Pena - detenção, de 1 a 3 meses; de 1 a 3 meses ou multa.

Art. 194 - Usar marca, nome comercial, título de estabelecimento, insígnia, expressão ou sinal de propaganda ou qualquer outra forma que indique procedência que não a verdadeira, ou vender ou expor à venda produto com esses sinais. - Pena - detenção, de 1 (um) a 3 (três) meses, ou multa.

Art. 195 - Comete crime de concorrência desleal quem: III - emprega meio fraudulento, para desviar, em proveito próprio ou alheio, clientela de outrem; IV - usa expressão ou sinal de propaganda alheios, ou os imita, de modo a criar confusão entre os produtos ou estabelecimentos; V - usa, indevidamente, nome comercial, título de estabelecimento ou insígnia alheios ou vende, expõe ou oferece à venda ou tem em estoque produto com essas referências; VI - substitui, pelo seu próprio nome ou razão social, em produto de outrem, o nome ou razão social deste, sem o seu consentimento; - Pena - detenção, de 3 (três) meses a 1 (um) ano, ou multa.

Art. 196 - As penas de detenção previstas nos Capítulos I, II e III deste Título serão aumentadas de um terço à metade se: II - a marca alterada, reproduzida ou imitada for de alto renome, notoriamente conhecida, de certificação ou coletiva.