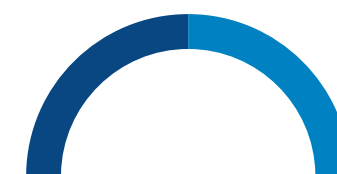
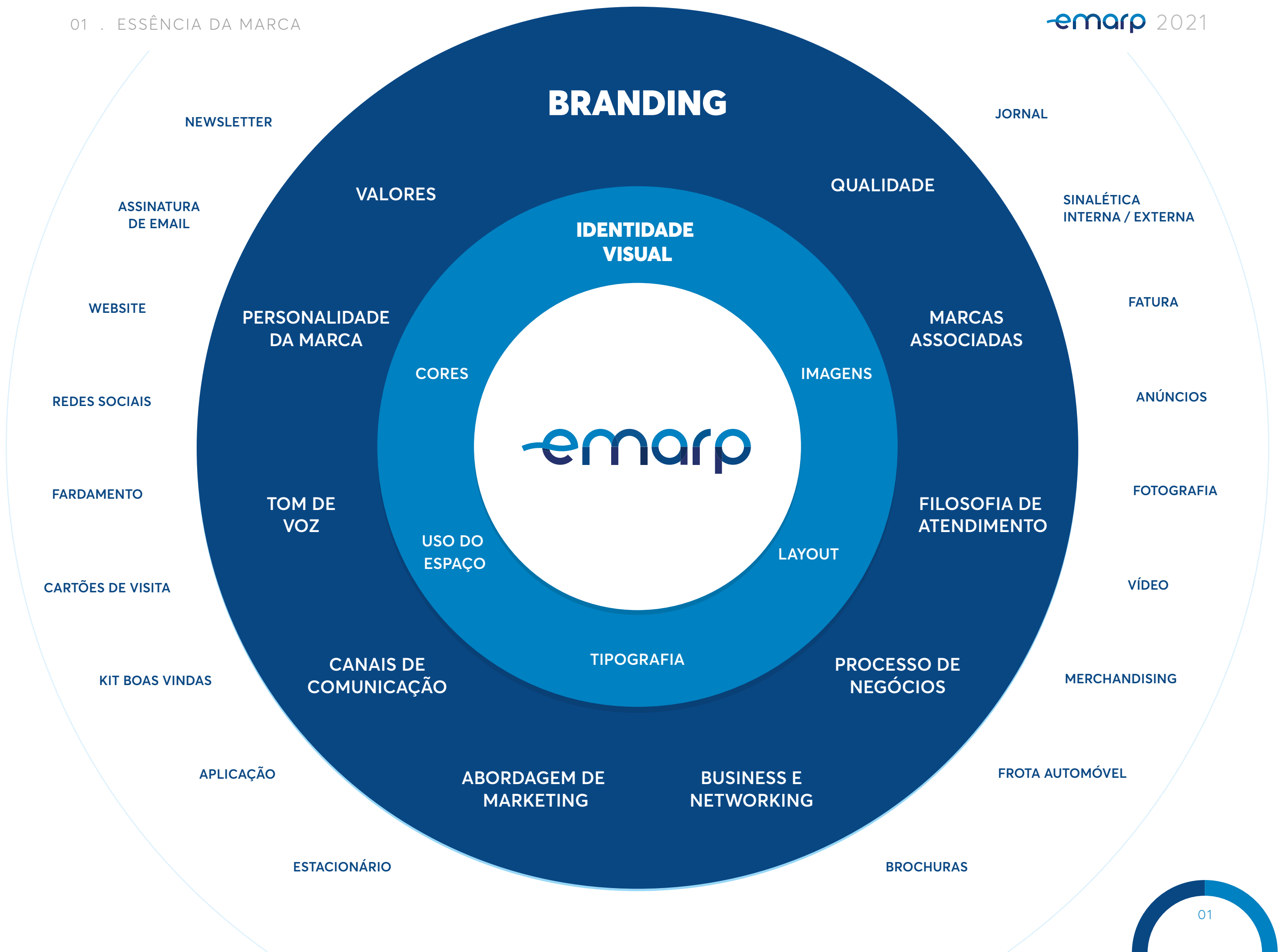


emarp

MANUAL DE
IDENTIDADE





1.1 | Personalidade

Também as marcas, tal como as pessoas, têm personalidade. Esta evidencia-se na forma como se apresenta, nas suas crenças, no seu temperamento, na forma como se relaciona com os outros, na forma como trabalha.

A personalidade da **EMARP** traduz-se numa empresa empenhada e rigorosa, séria na sua atividade e simultaneamente sociável e próxima dos seus colaboradores, dos seus pares, dos seus clientes e da sua comunidade.

É uma marca responsável, com os olhos postos no futuro, amiga do ambiente e preocupada em responder à sua comunidade.

1.2 | Missão

Gestão de serviços de interesse geral e promoção do desenvolvimento local e regional no âmbito:

- Dos sistemas públicos de captação, tratamento e distribuição de água para consumo público;
 - Dos sistemas de saneamento de águas residuais urbanas;
 - Dos sistemas de recolha e deposição de resíduos urbanos;
 - Da publicidade.
-

1.3 | Visão

A **EMARP** trabalha para ser uma referência nas áreas em que atua, uma organização de excelência próxima dos seus clientes e da sua comunidade.

1.4 | Promessa

Continuar presente na vida dos Portimonenses com responsabilidade, a trabalhar de forma empenhada para melhorar os seus sistemas e contribuir para um futuro mais sustentável.

1.5 | Valores

Rigor na gestão / Transparência / Inovação / Equidade / Sustentabilidade

1.6 | Posicionamento

O novo branding pretende reposicionar a empresa como uma marca de excelência, atual, promissora, que cumpre de olhos postos num futuro sustentável.

1.7 | Conceito

A força da **EMARP** está nas suas pessoas, que integram forças operacionais, forças administrativas, forças de gestão e forças de comunicação.

Está em constante movimento, todos os dias sai à rua para assegurar serviços absolutamente imprescindíveis ao bem-estar da população e é a todo o instante que, através do abastecimento e gestão do bem mais essencial – a Água, literalmente entra na casa dos portimonenses.

Com 20 anos de atividade, a marca revelava robustez, mas falta de ajuste e versatilidade para cumprir com as necessidades de comunicação atuais, num universo cada vez mais presente no digital, com públicos mais atentos e exigentes.

O novo conceito eleva a marca para o patamar seguinte, sem a descaracterizar, conferindo-lhe um fôlego totalmente renovado. A proposta apresentada mantém a integridade da marca e a sua essência, com uma fonte em muito semelhante à sua forma inicial, mas desta vez resgatada pela contemporaneidade que lhe faltava.

O lettering ganhou corpo e a solução cromática com vários tons de azul, tornou-a dinâmica, modelar e apelativa. A letra "E" ganhou uma nova personalidade e assume-se como o elemento diferenciador que torna o todo mais ativo e versátil.

1.8 | Arquitetura

A forma arredondada, projetada para ser acolhedora, mantém a continuidade, acentua a perseverança que se pretende comunicar, o movimento que conflui em perfeita harmonia com os cantos retos, que sugerem a estabilidade, o equilíbrio, a força, o profissionalismo e a eficiência da marca. Atributos que pretendemos ver reforçados.

As linhas curvas que se encontram, se cruzam, se fecham e se abrem, suportadas pelos diferentes tons de azul, mais escuro e mais claro, transportam várias histórias e várias formas; ora podemos ler o percurso da água potável – azul-claro, que desliza pelas condutas na parte superior, até alcançar a parte inferior onde passa a água residual – azul-escuro; ora lemos reservatórios nos círculos perfeitos, ora encontramos tubagens e juntas simbolizadas nos tons de azul que se colam e resistem, ora encontramos elementos simbólicos do próprio edifício da **EMARP**, como o aqueduto que a letra **"M"** generosamente nos oferece.

A linha que atravessa na plenitude a identidade verbal, surpreende com semicírculos perfeitos, que na especificidade, enquanto símbolo agregado ao logo marca, representa recolha seletiva de resíduos e ambiente. Na generalidade serve o propósito da versatilidade que se pretende numa marca moderna e dinâmica que atua em campos diferenciados.

2.1 | Logotipo

Versão principal:

The image shows a large, stylized lowercase 'emarp' logo. The letters are composed of two overlapping colors: a bright blue and a darker navy blue. The 'e' has a unique shape with a horizontal bar that curves around. The 'm' and 'p' also feature this dual-color design, with the darker blue appearing in the lower portions of the letters.

Versão utilizada atualmente:



2.2 | Descrição e Assinatura



Cumprir no presente, **Cuidar** do futuro.

2.3 | Logotipo . Versão ao alto

Esta versão mostra a marca de uma forma desconstruída, agregando os semicírculos na sua composição. A sua aplicação fará sentido em eventos ou ações com um caráter mais lúdico, menos formal.



2.4 | Submarcas



Águas de
Abastecimento



Águas
Residuais



Resíduos
Urbanos



Limpeza Urbana



Gestão de Publicidade
Ocupação da Via Pública

2.5 | Submarcas . Simbologia



ÁGUAS DE
ABASTECIMENTO



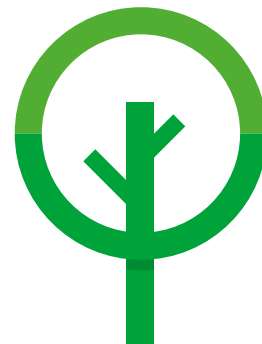
RESÍDUOS
URBANOS



PUBLICIDADE
VIA PÚBLICA



ÁGUAS
RESIDUAIS



LIMPEZA
URBANA

2.6 | Outras Utilizações

A letra “e” constitui-se como o elemento diferenciador na marca **EMARP**, que poderá funcionar a solo e/ou em complemento com a restante tipografia, sendo que este elemento também se assume como pivô dos temas refletidos em diferentes suportes.



3.1 | Aplicações

Existem múltiplos suportes onde é possível aplicar a marca **EMARP**. Em qualquer aplicação, a marca deve ser articulada, de forma clara e inteligente, com os restantes elementos da identidade. Deve ser sempre encontrada uma forma criativa de explorar o dinamismo da marca, nunca descurando as regras de aplicação das cores, tipografia e conceito visual.



3.2 | Cartão de Visita



3.3 | APLICAÇÕES



3.4 | APLICAÇÕES EXEMPLO



3.4 | APLICAÇÕES EXEMPLO



4.1 | Margens de Segurança

Para preservar a boa leitura do logótipo, foi definida uma área de segurança à sua volta. Esta área tem como referência a medida "x", que corresponde à altura da letra "a"

O espaço livre mínimo ilustrado aplica-se a todas as versões da marca e destina-se a proteger o logótipo de qualquer outro elemento que esteja próximo e possa impedir ou influenciar a sua leitura e visibilidade.

Sempre que possível, a margem deve ser aumentada.



4.2 | Cores

O logotipo **EMARP** é aqui apresentado na opção preferencial a cores, sendo que a quadricromia é o processo de reprodução de cores mais usado e recomendado.



Cores Principais



CMYK	100 . 80 . 20 . 40
RGB	18 . 46 . 92
Pantone	534C



CMYK	100 . 75 . 20 . 5
RGB	9 . 71 . 130
Pantone	301C



CMYK	90 . 35 . 5 . 0
RGB	0 . 129 . 193
Pantone	7460C

4.3 Dimensão mínima

Para garantir a leitura da marca em offset/impressão digital e ecrã, devem ser respeitadas as dimensões mínimas. Recomenda-se que o logótipo não seja reproduzido em tamanho inferior a 25 mm.



4.4 | Cores alternativas

Para reforçar o peso e a visibilidade da marca **EMARP**, deve ser aplicada, sempre que possível, a versão a cores.

Na impossibilidade de reproduzir o logótipo a cores, existem as versões a preto e branco e de 1 cor. Estas só devem ser aplicadas quando existam limitações no uso de cor, ou quando a técnica de reprodução o exija, salvaguardando sempre a melhor leitura do logotipo.

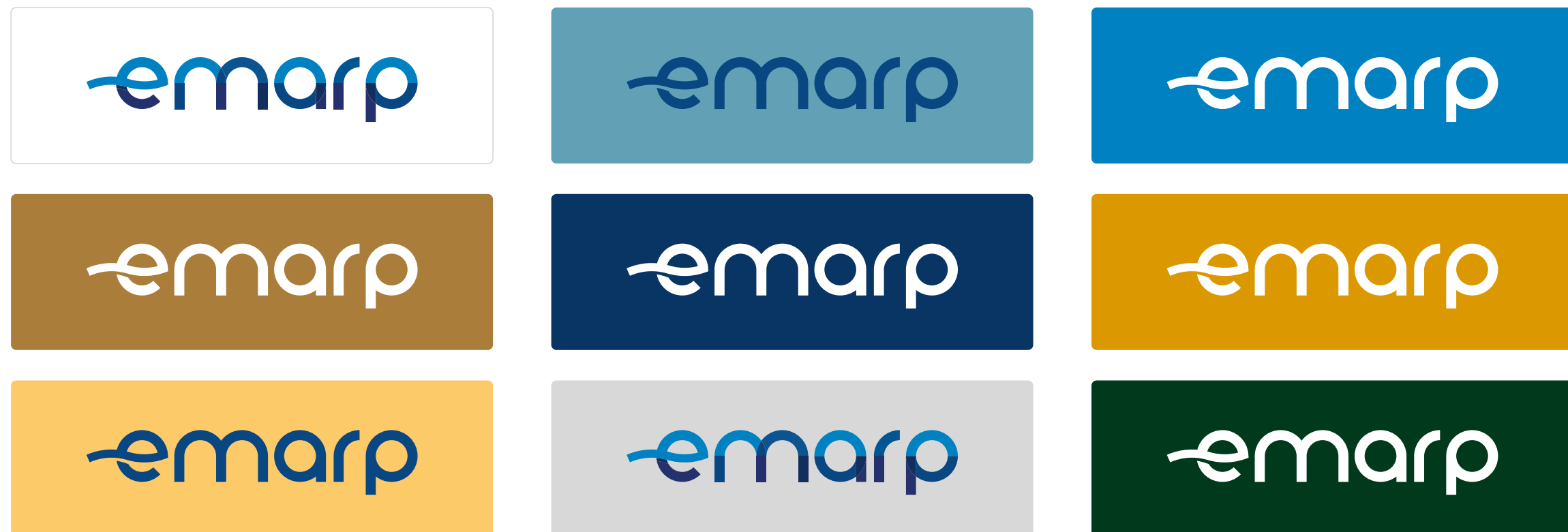
The image shows the 'emarp' logo in a light gray color, centered horizontally.The image shows the 'emarp' logo in white, centered within a solid black rectangular background.The image shows the 'emarp' logo in a dark blue color, centered horizontally.The image shows the 'emarp' logo in white, centered within a solid dark blue rectangular background.

4.5 | Fundos de Cor

As cores de fundo preferenciais para a marca **EMARP** são o branco, o azul ou o preto.

O princípio básico é manter a integridade cromática com o máximo de contraste possível entre o logótipo e a cor de fundo.

Estes exemplos deverão servir de guia, por forma a que a visibilidade do logótipo seja preservada.



4.6 | Comportamento sobre fundos de imagem

O logotipo pode ser utilizado sobre fundos de imagem, no entanto, sempre que se tenha que reproduzir o logótipo sobre fundos fotográficos, a sua colocação deve recair sobre as áreas da imagem que possibilitem uma boa leitura.



4.7 | Utilizações Incorretas

É muito importante que a marca EMARP mantenha a sua integridade em qualquer suporte utilizado. Por isso, representam-se aqui alguns alertas para as incorreções mais frequentes. Este enunciado não pretende abranger todas as possibilidades de má utilização.



4.8 | Tipografia

A tipografia oficial faz parte da identidade, e deve ser sempre respeitada para que todo o material de comunicação seja coerente. Na comunicação interna, externa, publicidade, publicações, entre outros - utilizar a tipografia AVERTA.

AVERTA Light _____

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

AVERTA Regular _____

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

AVERTA Bold _____

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

AVERTA Regular Italic _____

0123456789

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

The background features several overlapping circles in various shades of blue, creating a layered, abstract effect. The logo 'emarp' is centered in white, with a stylized 'e' that has a horizontal line extending to the left.

emarp

WWW.EMARP.PT