



MANUAL DA MARCA

11.01.2013

ÍNDICE

1. APRESENTAÇÃO

O mundo MEO.

1.1	A visão	4
1.2	A nossa missão	5
1.3	A promessa	6
1.4	Os valores	7
1.5	A personalidade	8

2. ELEMENTOS BÁSICOS

A identidade MEO.

2.1	Logo	10
2.2	Versões 2D	11
2.3	Aplicação sobre fundos	12
2.4	Cores	13
2.5	Área de proteção	15
2.6	Dimensões mínimas	16
2.7	Utilizações indevidas	17
2.8	Tipografia	18
2.9	Endosso PT	20
2.10	Versões 3D	21

3. ESTILO DA MARCA

O estilo MEO.

3.1	Género e forma escrita	28
3.2	Rotação dos títulos	29
3.3	Assinatura	30
3.4	Elementos adicionais 2D	32
3.5	Elementos adicionais 3D	33

1. APRESENTAÇÃO

O mundo MEO.

Neste capítulo apresentamos os pilares da marca MEO. A base estratégica da sua identidade. O que lhe dá sentido e permite estabelecer vínculos emocionais com as suas audiências.

Toda a comunicação da marca deve ser fiel a estes princípios, transmitindo-os de forma consistente.

NÃO É PRECISO TER OS OLHOS ABERTOS PARA TER **VISÃO**.

Ter Visão:

É ter rumo, direção,
desejo, inspiração.

É fonte de motivação,
empenho, energia.

É inspirar a mudança,
é integrar esforços,
é fazer o futuro.



A NOSSA
MISSÃO.
UMA VIDA
MELHOR,
UM MUNDO
MELHOR.

DESAFIAR, INOVAR,
LIBERTAR, IR MAIS ALÉM,
INVENTAR O FUTURO.

Encorajar consumidores a fazer
as coisas de forma diferente.
Melhor para eles, melhor
para o mundo à sua volta.
Colocar as pessoas no coração
da inovação.



ESTA É A NOSSA
PROMESSA.
O MUNDO MEU,
TUDO! ONDE,
QUANDO
E COMO QUISER!

Atingir novos patamares de acesso,
integração e interação com os serviços
de informação, comunicação
e entretenimento.

OS NOSSOS VALORES SÃO FONTE DE INSPIRAÇÃO E DIFERENCIAÇÃO.



AUDÁCIA

Porque a audácia carrega genialidade, poder e magia. Audácia para inovar, para criar, para trilhar novos caminhos. Audácia para enfrentar desafios e dificuldades.

A audácia que nos leva a oferecer sempre mais e melhor.

Uma cultura que aceita o risco.

CRIAÇÃO

Porque a principal força do MEO está na sua capacidade intrínseca de criar e de potenciar a capacidade criativa dos seus clientes.

Criar as mais inovadoras experiências de informação, comunicação e entretenimento. Criar um mundo MEO. Criar o Futuro.

Fomentamos a criatividade, buscamos a inovação sempre.

Uma cultura que potencia a geração de ideias ao longo de toda a organização e que valoriza e dinamiza as ideias geradas.

MUDANÇA

Porque mudança é transformação, é evolução, é progresso, é superação.

Mudar para concretizar novos sonhos, novas ambições. Mudar para criar um mundo diferente, um mundo melhor.

Uma cultura que promove uma atitude positiva face à mudança.

SUPERAÇÃO

Porque o impossível está a um passo da nossa superação. Ultrapassar limites. Exceder-se, reinventar-se, ir sempre mais longe, oferecer mais e melhor.

O sonho impossível torna-se realizável.

Uma cultura de excelência.

A NOSSA PERSONALIDADE, BASE DO RELACIONAMENTO AFETIVO COM O CONSUMIDOR.

OUSADO /CORAJOSO

Ousadia para arriscar, para inovar, para mudar. Coragem para enfrentar desafios, para lutar pelos nossos objetivos.

VISIONÁRIO /INTELIGENTE

Perspicaz, com capacidade de perceber o invisível e de antecipar o futuro. Tem um novo olhar sobre o mundo. Abre novos caminhos, explora novos conhecimentos.

Mobiliza recursos, valorizando a interdisciplinaridade do conhecimento e da experiência, para alcançar os seus objetivos.

Cria algo diferente e com valor. Transmitir confiança e segurança.

DETERMINADO /CONQUISTADOR

Supera desafios e obstáculos, conquista os seus sonhos.

Com motivação, força, energia, dá o máximo de si todos os dias.

Percorre os caminhos dos seus limites, até então desconhecidos.

ENTUSIASTA /CONTAGIANTE

Espírito vivo e imaginativo. Encara a vida com positivismo, boa disposição e sentido de humor.

Transmite alegria, entusiasmo e energia a todos em seu redor.

Capaz de oferecer experiências excitantes e despertar sentimentos especiais.

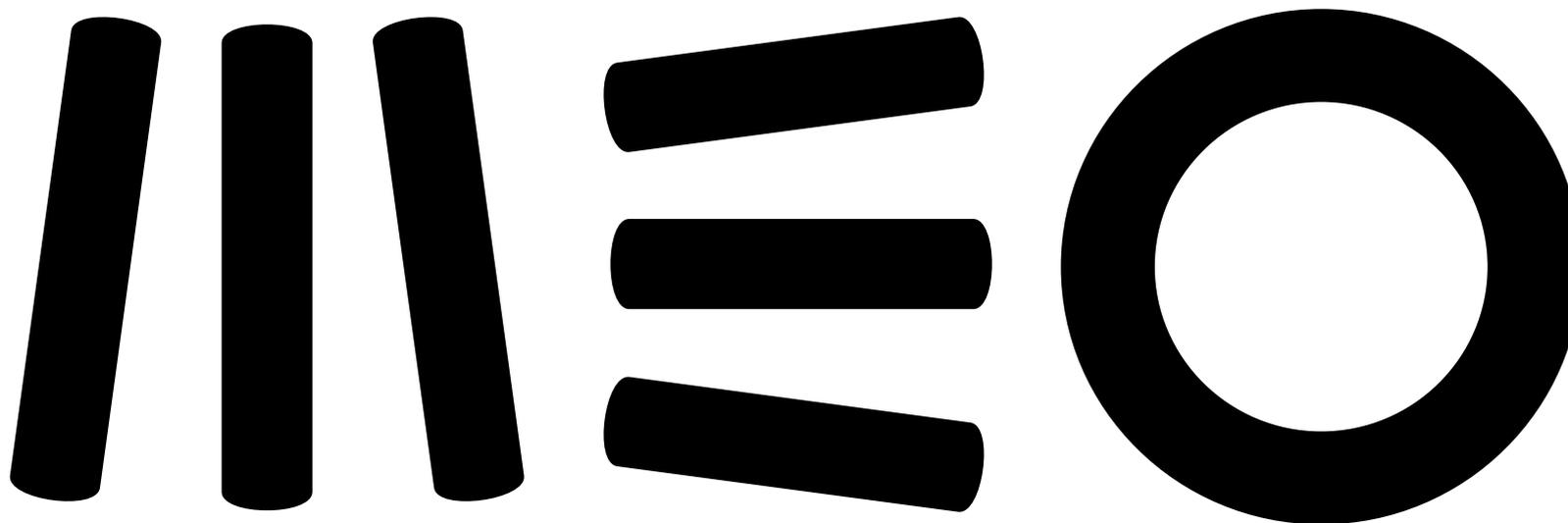
Criar formas de comunicação únicas e irreverentes.

2. ELEMENTOS BÁSICOS

A identidade MEO.

Neste capítulo apresentamos os elementos básicos da identidade MEO. São identificados os seus principais elementos e a forma de se relacionarem. Estes princípios servem para focar e guiar a criatividade na comunicação, contribuindo para uma identidade visual forte e consistente.

Todas as versões ou aplicações do logo que não estiverem contempladas neste manual devem ser submetidas à aprovação prévia da Direção de Estratégia de Marca.



2.1 Logo

Este é o nosso logo.
Distinto e de forte caráter iconográfico, o logo é suportado na expressão tipográfica do nome.
As suas formas sugerem: COMUNIDADE - COMUNICAÇÃO - MUNDO.

O logo MEO não deve ser redesenhado ou adaptado em qualquer circunstância. O logo deve ser sempre reproduzido a partir de artes-finais originais.



2.2 Versões 2D

Foram definidas duas versões do logo MEO:

- Versão a PRETO.
- Versão a BRANCO.

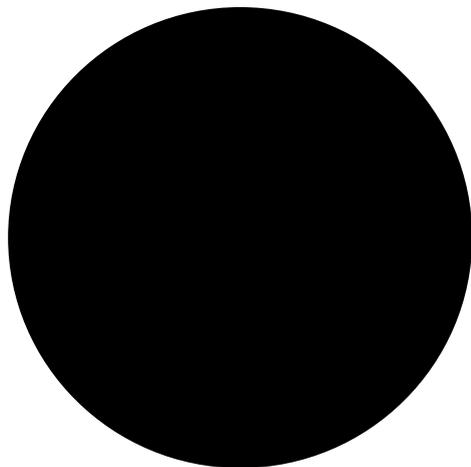
Estas são as versões principais do logo MEO.



2.3 Aplicação sobre fundos

Na aplicação do logo, deve-se escolher a versão que proporcione o maior contraste possível com o fundo, preservando a sua integridade cromática.

CORES PRINCIPAIS



PRETO

CMYK 0-0-0-100

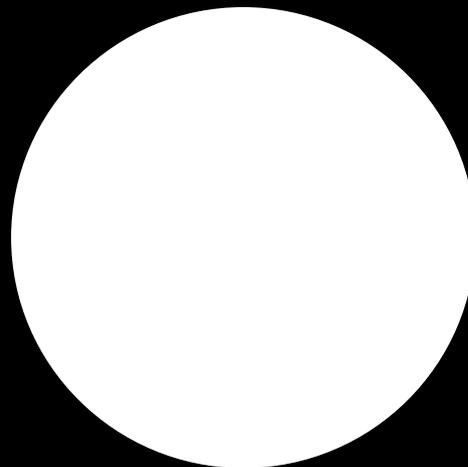
RGB 0-0-0

PANTONE Black C

WEB #00000

RAL 9005 Jet black

VINIL 3M Scotchcal 100-12



BRANCO

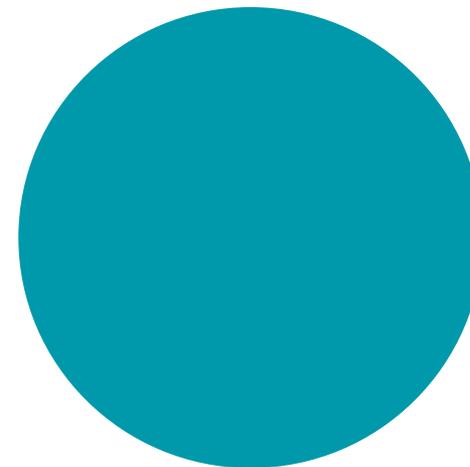
CMYK 0-0-0-0

RGB 255-255-255

WEB #ffffff

RAL 9016 Traffic white

VINIL 3M Scotchcal 100-10



AZUL MEO

CMYK 100-0-20-10

RGB 0-153-171

PANTONE 3135 C

WEB #0099AB

REF. TINTA Hempel Portugal, Lda.

Hempatone Extra 58910/3P104

Hempalux AL Agua Acetinado

58352/3P104

Hempalux AL Agua Brilhante

58352/3P104

VINIL 3M 3630 - 11945 / Oracal

Série 851/951-553 Lagoon

2.4 Cores - principais

O Preto, o Branco e o Azul MEO são as cores principais da marca MEO e devem ser utilizadas em ambientes e grafismos.

CORES SECUNDÁRIAS



AZUL CLARO

CMYK 65-0-15-0
RGB 59-194-215
PANTONE 311 C
WEB #3BC2D7
RAL (sem referência)
VINIL 3M (sem referência)



AZUL MÉDIO

CMYK 100-20-0-50
RGB 0-88-132
PANTONE 7469 C
WEB #005884
RAL 5001 Green Blue
VINIL 3M Scotchcal 100-003



AZUL ESCURO

CMYK 90-15-0-85
RGB 0-46-72
PANTONE 546 C
WEB #002E48
RAL 5011 Steel Blue
VINIL 3M Scotchcal 100-27



CINZA CLARO

CMYK 0-0-0-25
RGB 199-200-202
PANTONE 421 C
WEB #C7C8CA
RAL 7040 Window grey
VINIL 3M Scotchcal 100-384



CINZA ESCURO

CMYK 0-0-0-65
RGB 122-122-125
PANTONE 424 C
WEB #7A7A7D
RAL 7012 Basalt grey
VINIL 3M Scotchcal 100-706

CORES COMPLEMENTARES



MAGENTA

CMYK 0-100-25-5
RGB 201-0-98
PANTONE 214 C
WEB #C90062
RAL 4010 Telemagenta
VINIL 3M Scotchcal 100-454



AMARELO

CMYK 9-0-90-0
RGB 231-230-0
PANTONE 395 C
WEB #E7E600
RAL 1016 Sulfur yellow
VINIL 3M Scotchcal 100-385



VERDE

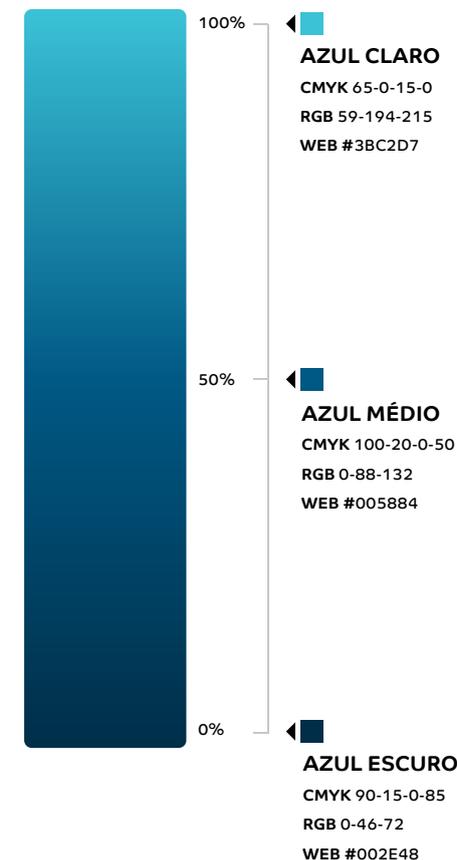
CMYK 75-0-80-0
RGB 58-169-88
PANTONE 354 C
WEB #3AA958
RAL 6423 Traficc green
VINIL 3M Scotchcal 100-122



ROXO

CMYK 40-80-0-0
RGB 166-63-204
PANTONE 2582 C
WEB #A63FCC
RAL 4008 Signal violet
VINIL 3M Scotchcal 100-265

GRADIENTE MEO



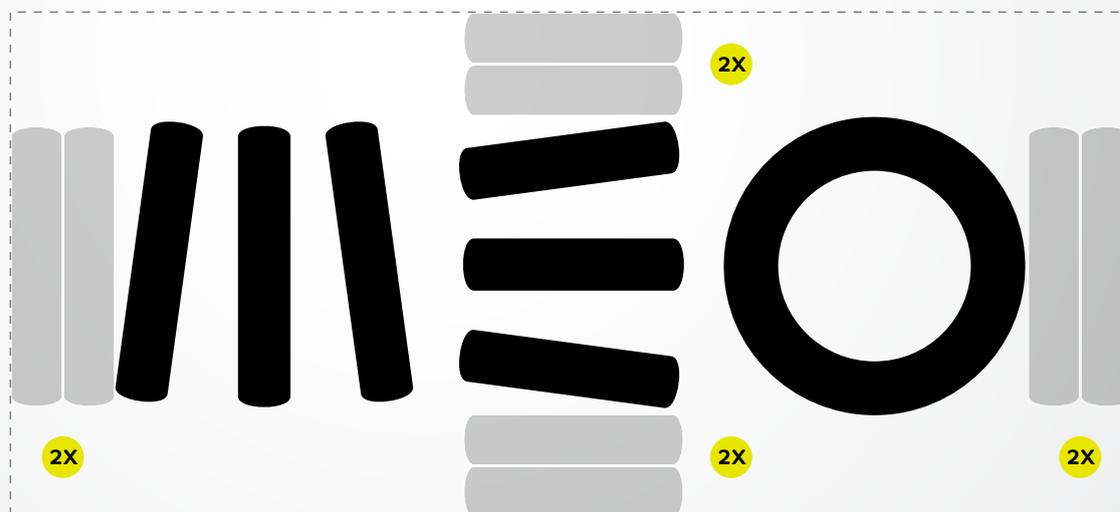
2.4 Cores - secundárias, gradiente MEO e complementares

As cores secundárias, o gradiente MEO e as cores complementares têm como principal objetivo flexibilizar a criação de grafismos e layouts em peças de comunicação, bem como em documentos internos.

As cores acima apresentadas não devem ser utilizadas na composição das versões 2D do logo MEO. Qualquer medida de cor que não esteja contemplada neste manual deve ser aproximada à referência pantone.

COMO CALCULAR?

Através da haste vertical do “M”
e horizontal do “E”.



2.5 Área de proteção

De forma a preservar a integridade e legibilidade do logo, foi definida uma área de proteção em relação a outros elementos gráficos. Nenhum outro elemento poderá ocupar esta área à exceção de fundos ou imagens associadas à marca MEO.

O limite da área de proteção é calculado na horizontal por duas vezes a largura da haste do “M” e na vertical por duas vezes a altura da haste do “E”.

10 mm

IMPRESSÃO



37 px

ECRÃ



MEO

2.6 Dimensões mínimas

Para garantir a legibilidade do logo, existem dimensões mínimas para a sua reprodução. Estes limites foram calculados considerando as características do logo e os suportes típicos de reprodução.

Aplicação de outlines, molduras ou efeitos visuais.



Alteração, remoção ou acréscimo de elementos.



Utilização incorreta de tipografia.



Utilização do tag ou caixa como "contentor".



Alteração da disposição ou proporção entre os elementos.



Utilização incorreta das cores.



Deformação (horizontal, vertical ou perspetivada).



Falta contraste com o fundo.



2.7 Utilizações indevidas

O sucesso da marca MEO depende de uma implementação correta e consistente dos seus elementos básicos. A alteração destes elementos condiciona o seu impacto e valor.

As figuras apresentadas nesta página são exemplo dos erros mais frequentes. Este critério aplica-se a todas as versões do logo MEO.

Co Text

CARATERES

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

0123456789 ([{@&:;,!?¿i*%}])E€\$¥¢f

CO LIGHT

MEO type!

CO REGULAR

MEO type!

CO BOLD

MEO type!

2.8 Tipografia - principal

O tipo de letra principal para a comunicação da marca MEO é o Co Text da Dalton Maag. Tem as características necessárias para a criação de mensagens legíveis e claras em comunicação.

Para que todo o material de comunicação seja coerente, recomenda-se o uso das espessuras: Light, Regular e Bold.

Calibri

CARACTERES

abcdefghijklmnopqrstuvxyz
ABCDEFGHIJKLMNPNOPQRSTUVWXYZ
0123456789 ([{@&:;,!?¿i*%}))£€\$¥¢f

CALIBRI REGULAR

MEO type!

CALIBRI BOLD

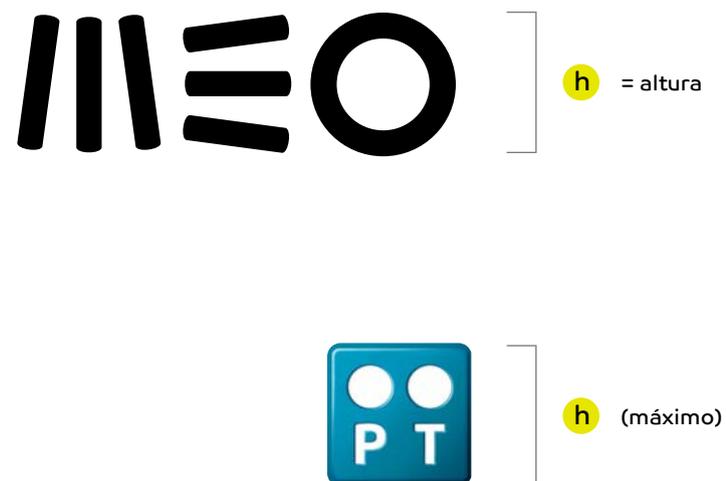
MEO type!

2.8 Tipografia - secundária

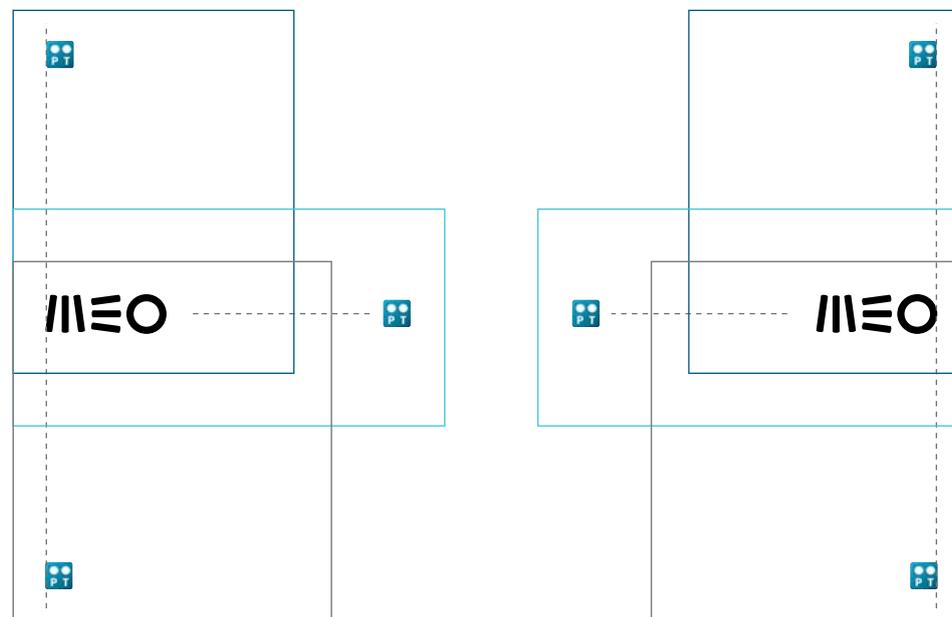
Em aplicações internas (Word, PowerPoint, etc.) pode utilizar-se o tipo de letra Calibri. A sua versatilidade permite-lhe uma utilização com sucesso em suportes impressos e digitais.

Recomenda-se a utilização das espessuras Regular e Bold (e suas variantes em itálico).

PROPORÇÃO DO ENDOSSO PT



LOCALIZAÇÃO DO ENDOSSO PT



Logo MEO à esquerda

Logo MEO à direita

2.9 Endosso PT

A comunicação da marca MEO é endossada pela PT.
O logo PT não pode ter uma altura superior à altura do logo MEO.

O endosso PT deve ser colocado no lado oposto ao logo MEO,
conforme indicado em cima.



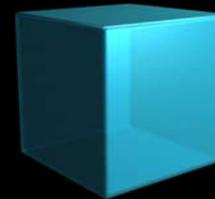
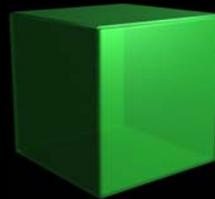
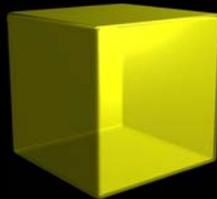
2.10 Versões 3D

A versão 3D acrescenta volumetria, dimensão e corpo ao logo MEO. Não substitui a versão 2D, complementa-a.

Deve ser utilizada em suportes que permitam explorar o seu volume, como animações ou objetos tridimensionais.

TEXTURA E COR

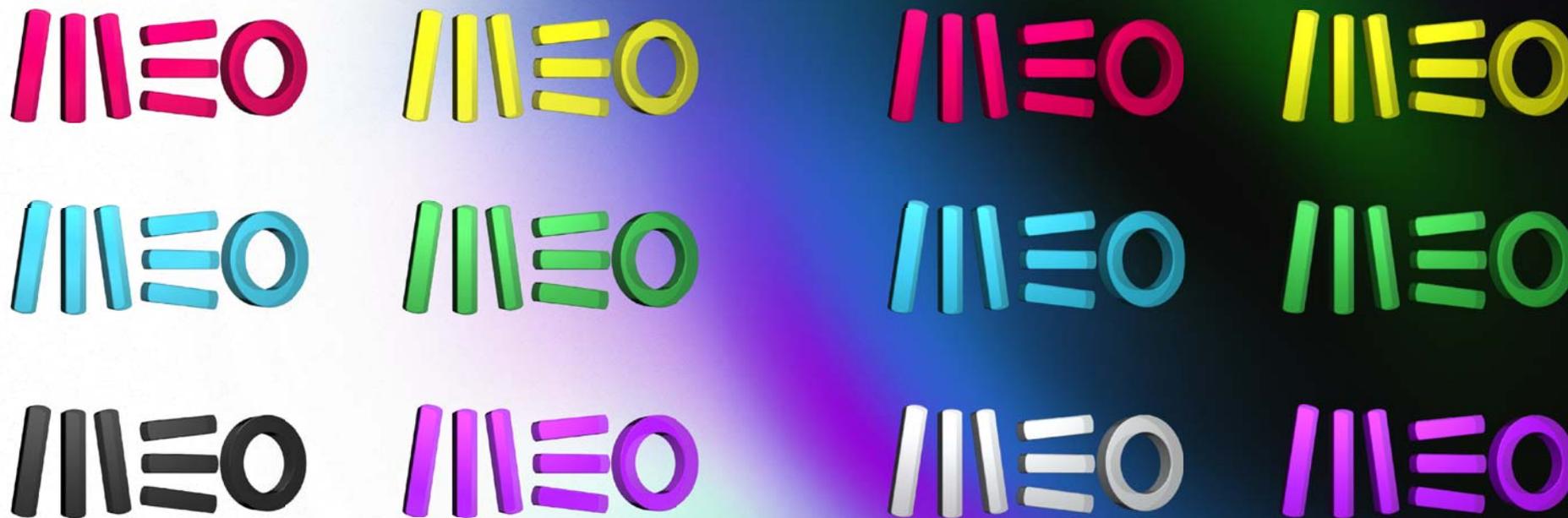
Cores translúcidas, com uma superfície lisa, ligeiramente reflexiva. Aspeto acetinado de arestas ligeiramente arredondadas.



2.10 Versões 3D - textura e cor

Independentemente de ser um objeto tangível ou uma imagem digital, o logo em 3D deve apresentar sempre a textura definida em cima.

As cores representadas têm por base as cores da marca MEO. O logo poderá assumir uma destas cores.

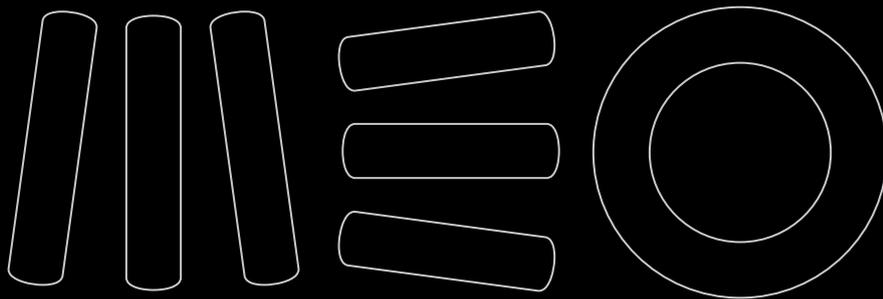


2.10 Aplicações sobre fundos

Na aplicação do logo em 3D, deve-se escolher a cor que proporcione o maior contraste possível com o fundo, preservando a sua integridade cromática.

PROFUNDIDADE

A profundidade do logo é equivalente à largura da haste da letra “M”.



x



x



2x

Se for necessária maior estabilidade, pode-se aumentar a profundidade do logo até duas vezes a largura da haste da letra “M”.

2.10 Versão 3D - profundidade

No desenvolvimento da versão 3D deve-se considerar que a sua profundidade não deve ser superior à largura da haste da letra “M”.

Se for um objeto tridimensional de grande dimensão, pode-se aumentar a profundidade para até duas vezes a largura da haste, de forma a conferir maior estabilidade.

SEM REFLEXO

D



E



COM REFLEXO

D



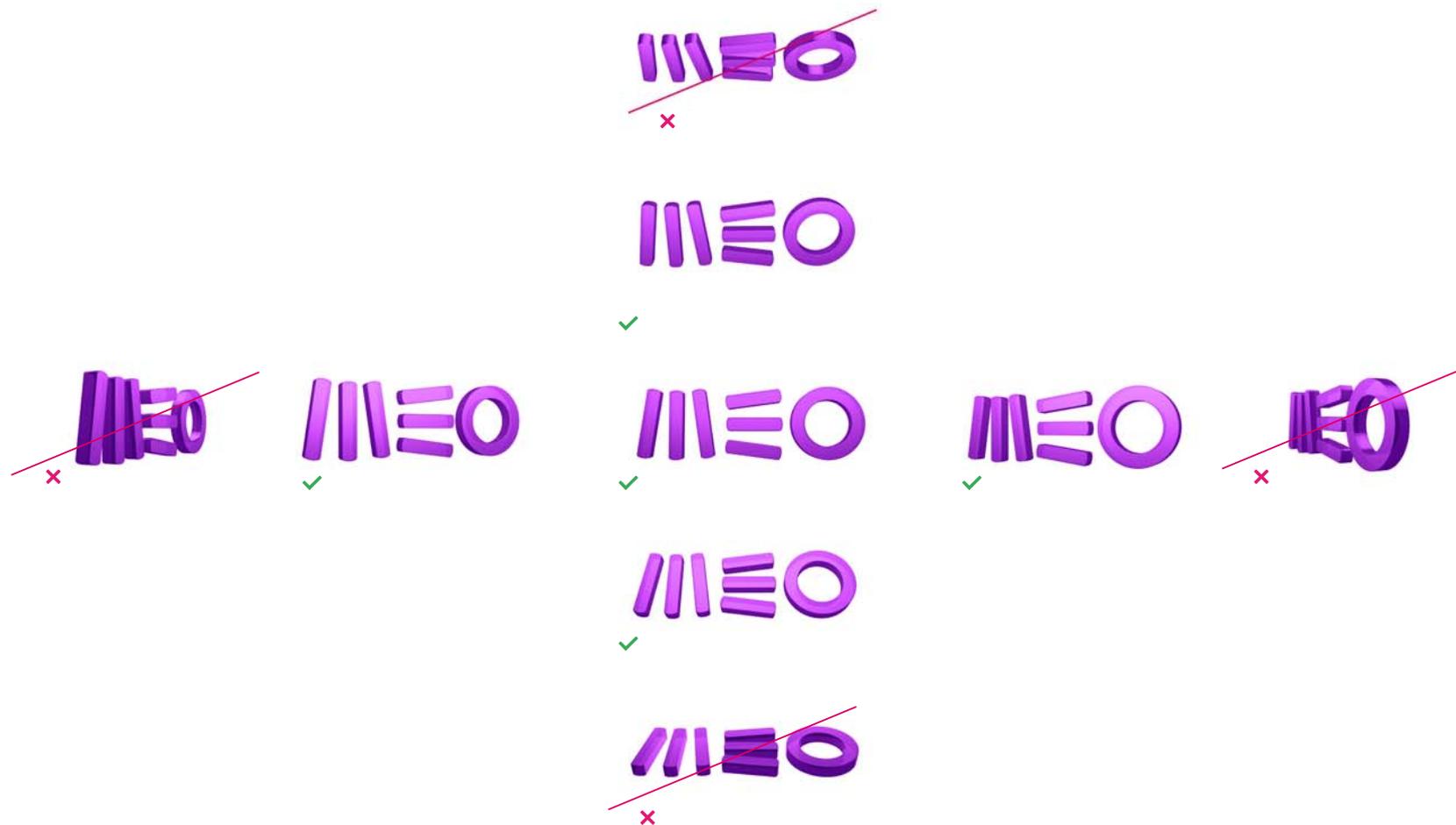
E



2.10 Versão 3D - posições predefinidas

Foram definidas duas posições base da versão 3D, a "D" e a "E". Qualquer uma delas pode ser utilizada em fundo preto ou branco, com ou sem reflexo.

Estas posições predefinidas são fornecidas em imagem (.psd) e em formato 3D (.3ds).



2.10 Versão 3D - movimento

A movimentação do logo em 3D é livre.
Quando não está em movimento deve-se escolher uma posição que permita a sua boa leitura.

3. ESTILO DA MARCA

O estilo MEO.

MEO tem um estilo de comunicação original e diferenciador. A combinação dos elementos visuais com o tom de voz resulta num estilo que deve ser implementado em todos os veículos de comunicação, do simples cartão de visita à grande campanha publicitária.

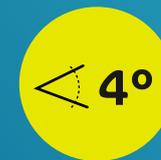
O MEO é sempre
escrito em maiúsculas.
Obrigado!

3.1 Género e forma escrita

Sempre que for necessária uma referência, verbal ou escrita, do género, deve-se utilizar o masculino - o MEO.

Em todos os títulos, subtítulos ou textos, o nome MEO é sempre escrito em maiúsculas.

POSSO
ESCREVER
TÍTULOS,
com 4 graus de rotação.



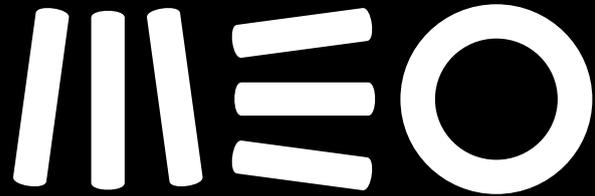
3.2 Rotação dos títulos

A rotação dos títulos ou palavras é uma forma de destacar a informação. Esta rotação não deve ser utilizada em blocos de texto.

As mensagens devem ser claras e acessíveis, privilegiando uma boa legibilidade.

VERSÃO PRINCIPAL A BRANCO

Assinatura a azul claro (cor secundária)



É OUTRA VIDA



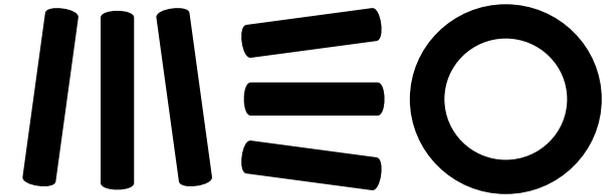
3.3 Assinatura

Esta é a nossa assinatura: “É OUTRA VIDA”.

Na versão principal do logo MEO a assinatura assume a cor branco ou azul em fundos escuros e preto em fundos claros.

VERSÃO PRINCIPAL A PRETO

Assinatura a preto



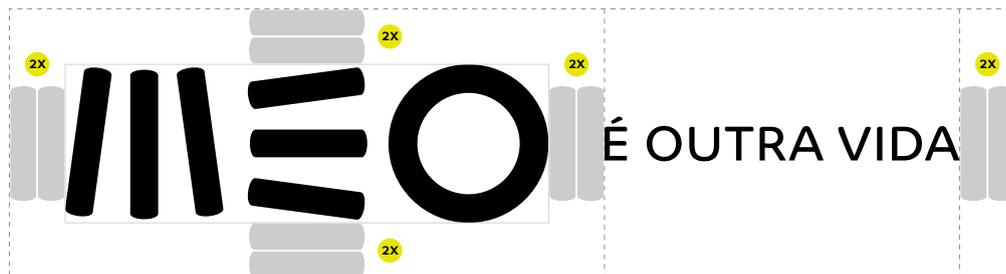
É OUTRA VIDA



ALINHAMENTO VERTICAL



ALINHAMENTO HORIZONTAL



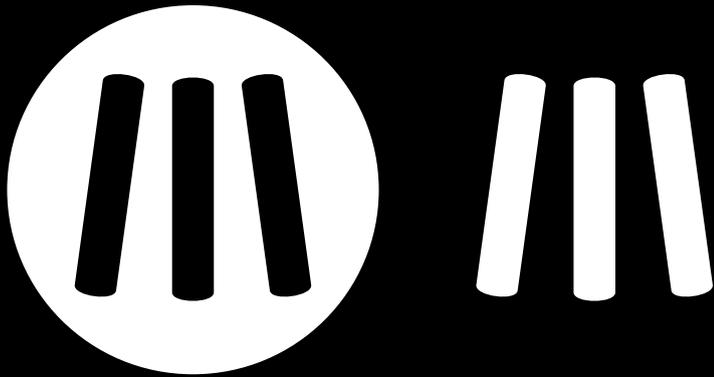
3.3 Assinatura

O logo e a assinatura estão relacionados entre si através de um espaço equivalente a duas vezes a altura da haste do “E” (2X), conforme explicitado em cima.

Foram definidos dois alinhamentos: o vertical e o horizontal.

Em ambos os alinhamentos a assinatura encontra-se centrada com o logo. A assinatura é composta no tipo de letra Co Text Bold e em caixa alta. A dimensão da assinatura é três vezes o comprimento da haste horizontal do “E” (3Y).

PRETO OU BRANCO



OUTRAS CORES MEO

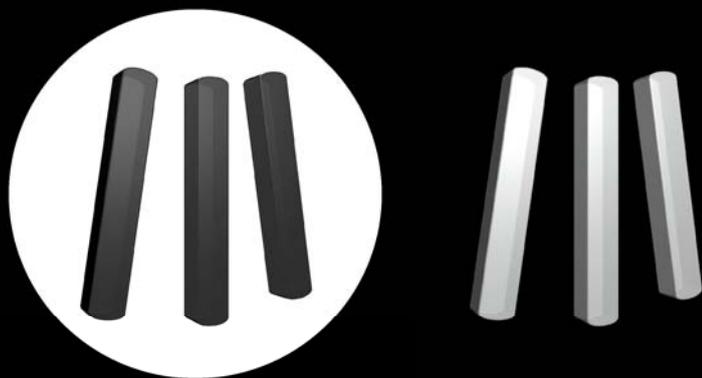


3.4 Elementos adicionais 2D

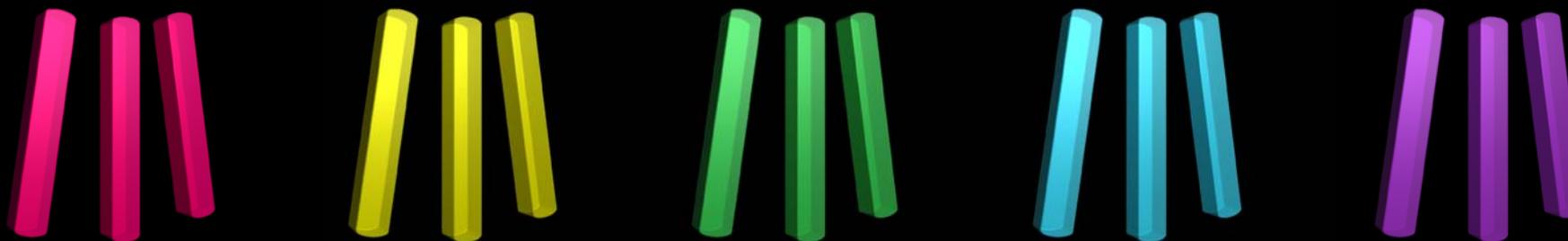
Estes são os elementos adicionais 2D da marca MEO. Têm como objectivo dinamizar as peças de comunicação e ambientes.

As suas formas derivam do logo MEO, e assumem as várias cores da marca.

PRETO OU BRANCO



OUTRAS CORES MEO



3.5 Elementos adicionais 3D

Estes são os elementos adicionais 3D da marca MEO. Têm como objectivo dinamizar as peças de comunicação e ambientes.

As suas formas derivam do logo MEO, e assumem as várias cores da marca.



3.5 Elementos adicionais 3D

Acima está representado um exemplo do tipo de mensagens que podem ser desenvolvidas com a utilização dos elementos adicionais 3D.

八三〇