

Manual de identidade visual de PosTransfer

Índice

1. Elementos básicos	4
2. Artigos de papelaria	7
3. Media digitais	9
4. Sinalética	11
5. Brochuras, cartazes e expositores <i>roll-up</i>	13
6. Produtos promocionais	15
7. Aplicações específicas	16

Introdução

A União Postal Universal (UPU) criou uma nova marca coletiva designada «PosTransfer» para reforçar a visibilidade dos operadores postais no mercado dos serviços postais de pagamento eletrónico. O objetivo desta marca, propriedade exclusiva da UPU, é favorecer o reconhecimento do serviço pelos clientes em todo o mundo. O presente manual explica de que forma a marca pode ser utilizada na prática, para efeitos de promoção e de comunicação.

Os membros do Grupo Postransfer da UPU estão autorizados a utilizar a marca coletiva, desde que cumpram os requisitos regulamentares e contratuais definidos pela UPU. Para obter mais informações, pode entrar em contacto com o programa «Serviços financeiros postais» da UPU (pfs@upu.int).

Sobre a União Postal Universal

A União Postal Universal é uma organização intergovernamental com 192 Países-membros. O seu objetivo é garantir o acesso universal a serviços postais públicos financeiramente acessíveis e de elevada qualidade. Criada em 1874, esta instituição faz parte da família das Nações Unidas e é a segunda organização internacional mais antiga do mundo.

A rede postal mundial constitui uma infra-estrutura extraordinária que fornece serviços públicos essenciais a milhões de particulares e empresas. Graças a esta rede, o setor postal desempenha um papel essencial no desenvolvimento social e económico dos países.

Os operadores postais fornecem igualmente serviços financeiros, logísticos e de comércio eletrónico a inúmeros clientes para dar resposta à evolução das suas necessidades.

Atualmente, os serviços postais permitem tratar e distribuir 327,4 mil milhões de cartas e 7,4 mil milhões de encomendas todos os anos à escala mundial, graças a uma rede universal dotada de uma tecnologia e de processos de ponta e servida por mais de 5,4 milhões de funcionários. Com cerca de 680 000 estabelecimentos postais, esta infra-estrutura representa a maior rede de distribuição física do mundo.

1. Elementos básicos

Logótipo

O logótipo deve sempre incluir o símbolo e o nome completo de PosTransfer, de acordo com os critérios de registo da marca.

Versão a cores

Na medida do possível, convém utilizar a versão a cores do logótipo, conforme exemplificado.

Quatro cores CMYK



Duas cores Pantone



Convenção ortográfica

Quando a marca coletiva for mencionada num texto, a sua tipografia deve ser a seguinte: PosTransfer. Se o nome do produto for escrito em maiúsculas, a tipografia da marca deve ser a seguinte: **POSTTRANSFER**

Se utilizarmos as convenções tipográficas clássicas (maiúsculas e minúsculas), apenas o P e o T ficam em maiúscula. Todas as fontes podem ser utilizadas.

Logótipo em preto

Logótipo linear de cor preta.

A utilizar apenas com fundo claro.

Uma cor (Line Art)



Logótipo em negativo

Logótipo linear em negativo.

A utilizar apenas com fundo escuro.

Na medida do possível, este logótipo branco deve apenas ser utilizado com fundo azul ou preto.

Uma cor (branco, Line Art)



Dimensões

O tamanho mínimo do logótipo é 9,5 milímetros (p. ex. para um cartão de visita ou um documento no formato A6).

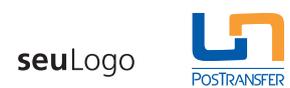


Margem de segurança à volta do logótipo

A margem de segurança à volta do logótipo (quadro branco) foi definida e convém cumprir as suas dimensões mínimas (em que X equivale à metade da altura do símbolo).



Exemplo:



Cores

As principais cores básicas do logótipo são o azul e o laranja. Estas cores devem ser utilizadas sempre que for possível, dado que constituem elementos gráficos do logótipo que permitem reforçar a sua uniformidade visual.



Azul PosTransfer

CMJK
100|70|0|0
RVB
0|8|158
HEX
#004dff



Azul PosTransfer

Pantone
Reflex Blue



Laranja PosTransfer

CMJN
0|45|90|0
RVB
34.5|85|96
HEX
#0a0602



Laranja PosTransfer

Pantone
1235C



Valais/Wallis Promotion
Herr Bruno Huggler
Rue Pre-Vieuri 6
Postfach 1469
1951 Sion

Subject

Dear Mr. Miller

But I must explain to you how all this mistaken idea of denou-
sure and praising pain was born and I will give you a complete a-
of the system, and expound the actual teachings of the great exp-
the truth, the master-builder of human happiness. No one rejects, a-
kes, or avoids pleasure itself, because it is pleasure, but because those
who do not know how to pursue pleasure rationally encounter conse-
quences that are extremely painful. Nor again is there anyone who loves
or pursues that are extremely painful, nor again is there anyone who pro-
cure him some great pleasure. To take a trivial example, which of us ever
undertakes laborious physical exercise, except to obtain some advantage
from it? But who has any right to find fault with a man who chooses to
enjoy a pleasure that has no annoying consequences, or one who avoids
a pain that produces no resultant pleasure?

Best regards
Universal Postal Union

Ms. Fella Rabbahi



Henry Example

T +41 44 853 40 57
M +41 78 897 80 33
henry.example@upu.int

Postal Service A
Washington street 4
9402 Phnom Penh
CAMBODIA



Postal Service A
Example Byline

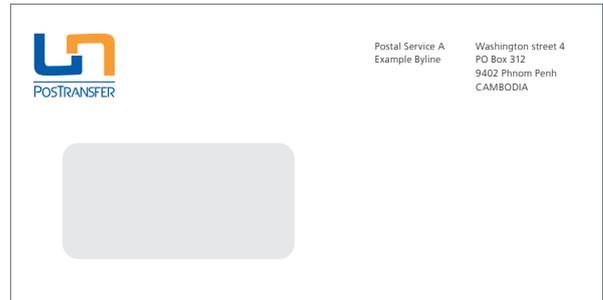
Washington street 4
PO Box 312
9402 Phnom Penh
CAMBODIA

2. Artigos de papelaria

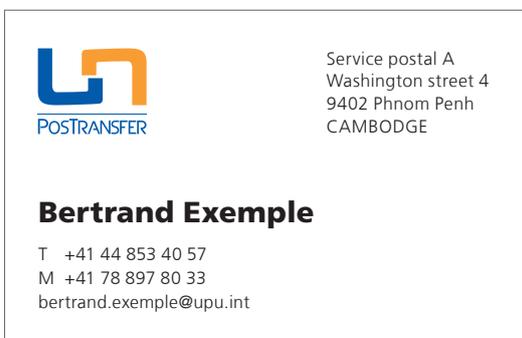
Papel timbrado



Envelope no formato C6/C5



Cartão de visita





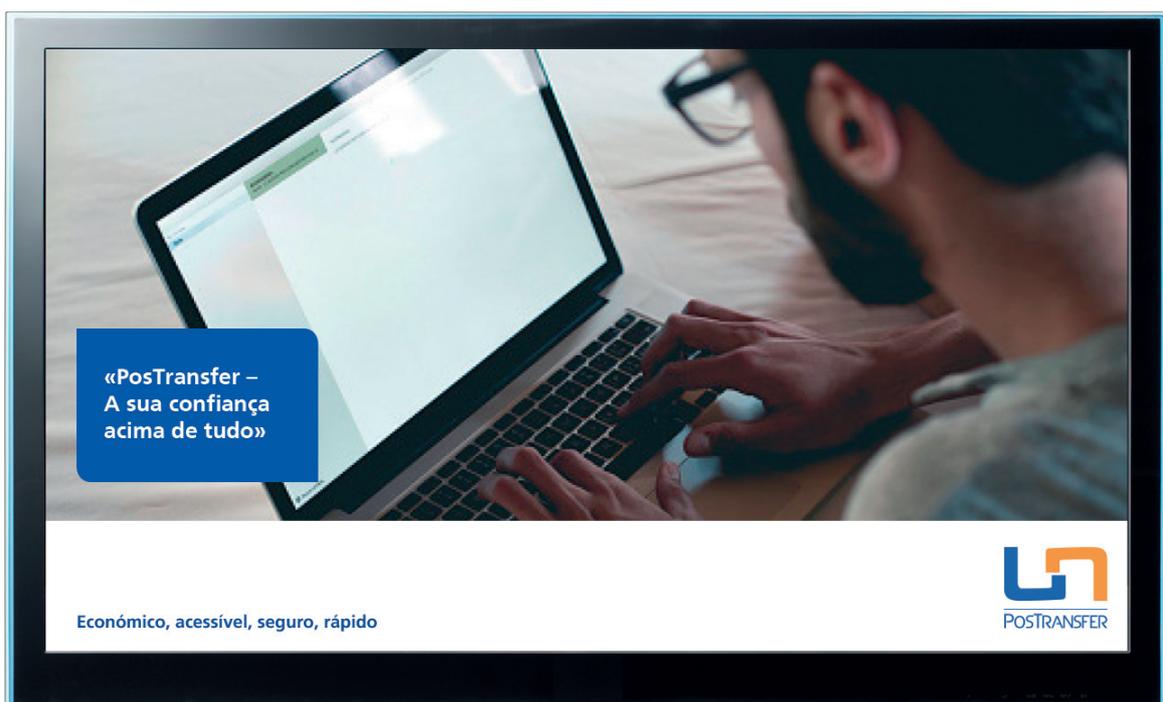

POSTTRANSFER

3. Media digitais

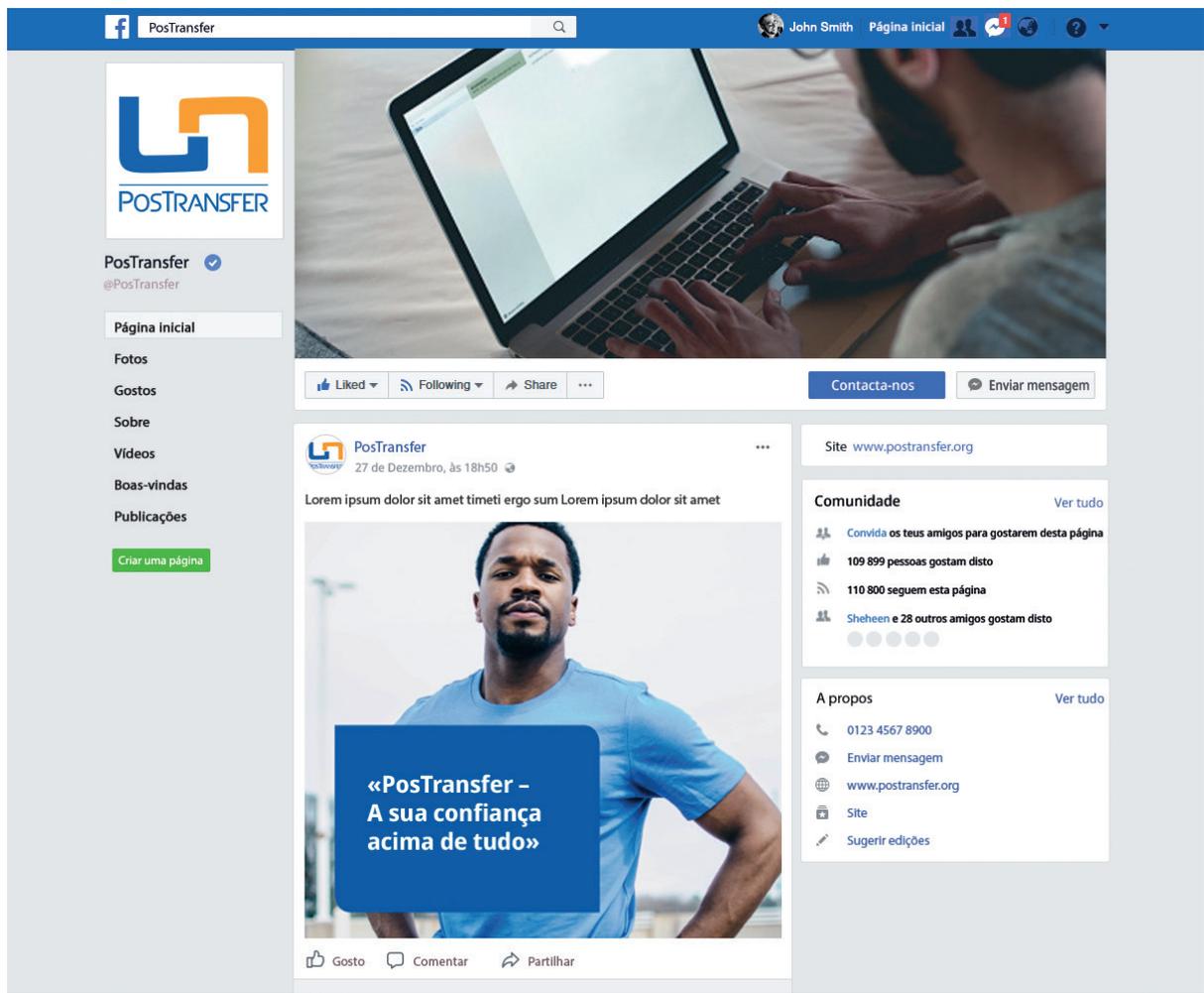
Exemplos para aplicações e ecrãs iniciais



Apresentação em ecrã digital

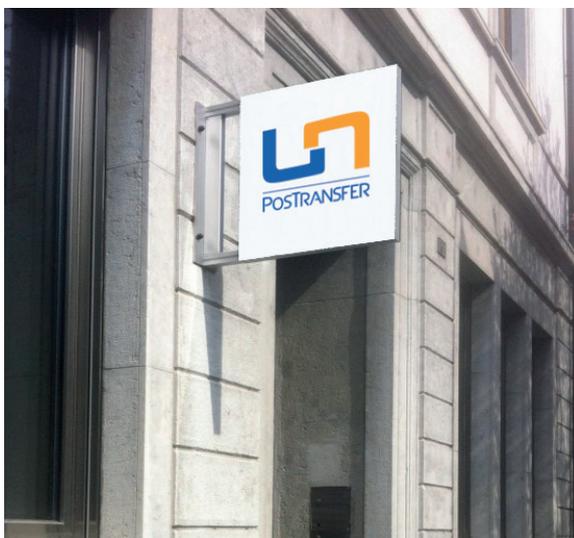


Exemplos em redes sociais



4. Sinalética

Exemplos de sinalética





«Postransfer –
A sua confiança
acima de tudo»

Ex
<
A

Em exclusivo com

<Logo 1> <Logo 2>

Económico, acessível, seguro, rápido



5. Brochuras, cartazes e expositores *roll-up*

Exemplo de brochura



Recto da brochura



Verso da brochura PosTransfer

Exemplos de cartazes



Exemplo de expositor roll-up



6. Produtos promocionais

Produtos publicitários

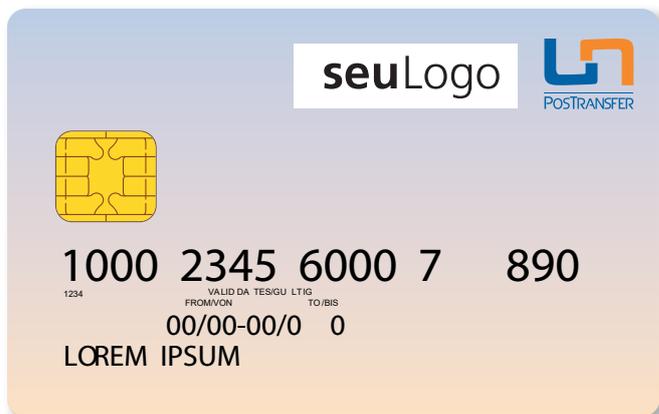


Bilhete-postal no formato A6



7. Aplicações específicas

Exemplo de cartão de crédito



Dimensões mínimas do logótipo
11,5 x 9,5 milímetros

Fundo (sugestão)
Padrão (linhas) com as cores azul e
laranja de PosTransfer

Contacto

Programme «Services financiers postaux»
Bureau international
Union postale universelle
Case postale 312
3000 BERNE 15
SUISSE

Endereço eletrónico: pfs@upu.int
Telefone: (+41 31) 350 31 11