



**GRUPO RICAP**

## **MANUAL DA MARCA**

Março 2014



## Índice

A Marca	3
Designação	4
Missão	4
Visão	4
Slogan	5
Vetores de desenvolvimento	5
Valores	5
A Logomarca	6
Evolução	7
Conceito visual	7
Elementos básicos	8
Cores	9
Estrutura	9
Formas principais	10
Tipografia	12
Proteção	13
Comportamento sobre fundos	14
Área de proteção	16
Dimensão mínima	17
Aplicações não permitidas	18
Aplicações	19
Cores complementares	20
O Tom de Voz	21

A marca **RICAP** entrou numa nova fase. Fruto dos seus 30 anos de sucesso, a empresa está consciente que tem de olhar para o futuro sem renegar a sua herança. Apresentando-se mais madura, moderna e responsável, a marca pretende defender tudo aquilo que representa.

Este documento pretende ser uma orientação prática sobre a utilização da marca **RICAP**, explicando o porquê de se representar assim, tendo em vista uma boa comunicação do conceito que a ela está associado.

# A Marca

Gerir a imagem de uma marca é garantir que a identidade está bem projetada, pois definir e desenvolver a sua personalidade só faz sentido se posteriormente a mesma estiver a ser corretamente percecionada pelo público que a interpreta.

Desta forma, o Grupo **RICAP** apresenta as características que definem o carácter da **RICAP** Shoes e que norteiam a sua forma de comunicar.

## Designação

**RICAP** é uma marca registada desde 1984, pertencente à Guilherme da Silva Almeida & Filhos, S.A..

Grupo **RICAP** é a designação que deve ser utilizada para se fazer referência à empresa que atualmente é apenas constituída pela **RICAP Shoes**. **RICAP Shoes**, detentora de várias marcas de calçado, é a denominação do setor do Grupo **RICAP** que atua na área de negócio do calçado.

## Visão

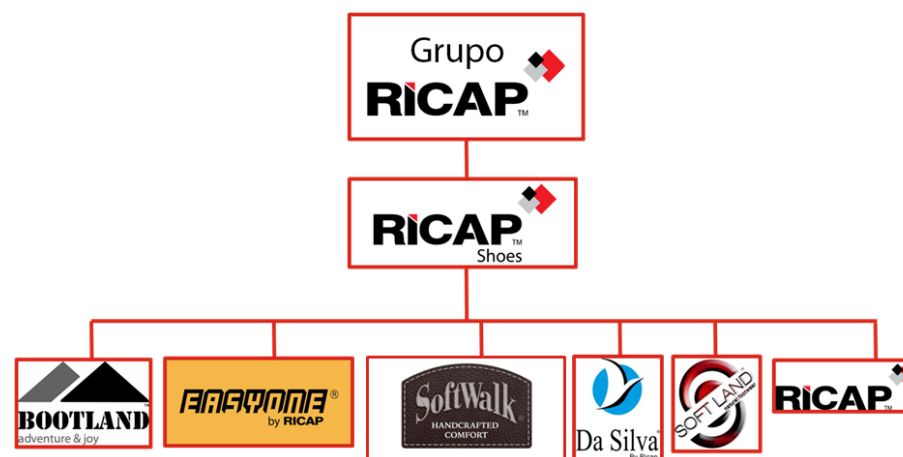
A visão do Grupo **RICAP** é: Ser respeitado e reconhecido, a nível nacional e internacional, pela sua conduta idónea com foco na criação de valor económico, ambiental e social na comunidade onde atua.

A visão da **RICAP Shoes** é: Tornar-se referência mundial como fabricante portuguesa de calçado confortável.

## Missão

A missão do Grupo **RICAP** é: Oferecer aos nossos clientes a oportunidade de se expressarem de forma única e exclusiva através das nossas marcas.

A missão da **RICAP Shoes** é: Garantir a satisfação dos clientes através da produção de calçado confortável de qualidade.



## Vetores de desenvolvimento

O Grupo **RICAP** foca-se nos seguintes vetores para garantir o progresso:

**Inovação** – apostando na melhoria contínua através da busca incessante pelos melhores produtos, serviços métodos e equipamentos, que superem as expectativas dos nossos clientes, parceiros e colaboradores;

**Conforto** – nada é mais importante que o bem-estar das pessoas, pelo que nos focamos no desenvolvimento de produtos que satisfaçam as necessidades dos nossos clientes;

**Internacionalização** – para garantir a prossecução do crescimento que temos registado.

## Slogan

Ao preocupar-se com o bem-estar das pessoas, o Grupo **RICAP** pretende contribuir para a felicidade e satisfação com a vida dos seus clientes. Desta forma, com o lema “Give your feet a present” (“Dê um presente aos seus pés”), a **RICAP Shoes** convida os seus clientes a experienciarem a alegria de oferecer um presente a uma parte de si, ou seja, a si mesmos, e a usufruírem dessa sensação de prazer próprio que os produtos **RICAP** proporcionam.

## Valores

O Grupo **RICAP** defende os seguintes valores:

**Integridade** – sem discrepância entre o que dizemos e fazemos, defendemos aquilo em que acreditamos;

**Respeito** – honramos a diversidade;

**Comunicação** – prezamos ouvir e dialogar construtivamente com os nossos clientes, fornecedores e colaboradores;

**Trabalho em equipa** – admitimos que o sucesso é resultado de um comprometimento conjunto onde a partilha é imprescindível;

**Profissionalismo** – admiramos aqueles que se responsabilizam por dar o melhor de si em prol do êxito de todos.

# A Logomarca

A atual logomarca do Grupo **RICAP** sustenta a personalidade adulta, madura e responsável que a empresa atingiu ao longo dos seus 30 anos de existência.

Inspirada no passado que nunca vai renegar, esta nova logomarca apresenta uma imagem mais moderna e também mais apropriada ao mercado internacional.

## Evolução

Colocando os olhos no futuro e na possível expansão das suas áreas de negócio, o Grupo **RICAP** abandona a logomarca com relação direta à **RICAP Shoes** e passa a concentrar-se mais na sua personalidade como possível grupo detentor de várias áreas de negócio.

Do círculo, figura representativa do ventre, do nascimento e, por isso, do início, a imagem do Grupo **RICAP** passa agora para formas retas que, segundo estudos, são às quais o homem moderno se associa mais espontaneamente.



## Conceito visual

O quadrado, que representa a organização, a fabricação e a tecnologia, espelha um Grupo **RICAP** mais desenvolvido e consciente. Esta figura geométrica tem sentido estático quando apoiado numa das suas arestas, contudo, como o Grupo **RICAP** se afirma como uma empresa dinâmica, também o quadrado confirma isso ao estar apoiado num dos seus vértices.

Colocado à direita e acima do nome, a composição gráfica com quadrados funciona como um expoente da marca, ou seja, confere-lhe um destaque pelos seus atributos relevantes. Matematicamente falando, potencializa, eleva o nome **RICAP** a uma potência, reforça-o.

# Elementos básicos

Para que todos os componentes da identidade visual do Grupo **RICAP** sejam devidamente aplicados, seguem-se um conjunto de regras que devem ser respeitadas por todos.

Qualquer versão, aplicação ou forma que não esteja aqui contemplada, deverá ser submetida à aprovação da Direção de Marca previamente à sua utilização.

## Cores

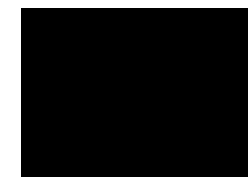
O cinzento simboliza a qualidade e o sucesso, o preto significa sofisticação e dignidade, enquanto o vermelho indica elegância, conquista e liderança. A mistura destas duas últimas cores transmite a sensação de inovação e compromisso de crescimento. A combinação das três cores espelha a identidade do Grupo **RICAP**.

**RICAP GRAY**

#BFBFBF

**RGB** | 191, 191, 191**CMYK** | 0, 0, 0, 0.251**RICAP RED**

#DA291C

**RGB** | 218, 41, 28**CMYK** | 0, 81, 87, 15**RICAP BLACK**

#000000

**RGB** | 0, 0, 0**CMYK** | 0, 0, 0, 100

## Estrutura

A logomarca do Grupo **RICAP** é constituída pelas composições gráficas (símbolo) e o monograma tipográfico (logotipo).

## Formas principais

O símbolo da logomarca do Grupo **RICAP** pode ser utilizado sem o logotipo.

O símbolo é composto por três figuras geométricas básicas – quadrados - apoiados num dos seus vértices.

Cada um dos três quadrados tem um tamanho próprio, e a alteração do tamanho de um implica a alteração proporcional dos restantes.

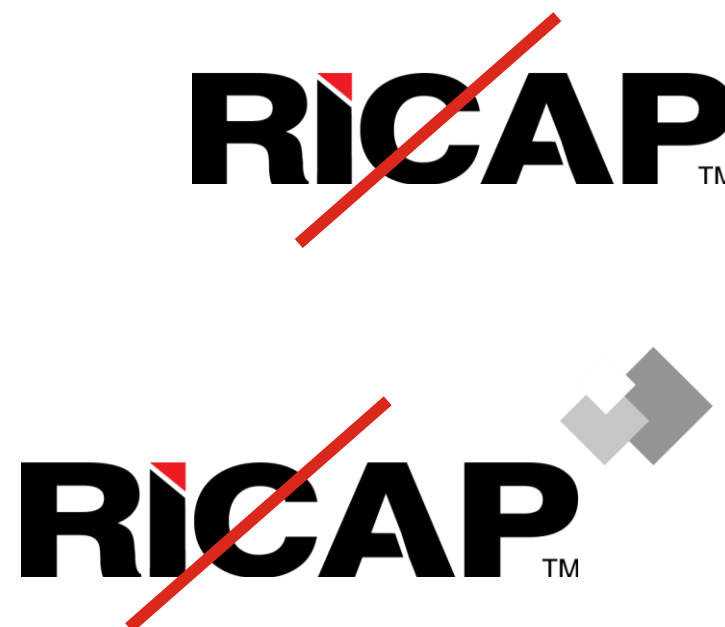


É aconselhada a utilização da logomarca do Grupo **RICAP** na sua versão original. Contudo, apresenta-se a versão monocromática do seu símbolo para aplicações que assim o requeiram.

No caso de se optar por esta versão, também o logotipo tem de estar na sua versão monocromática, quando utilizado em conjunto.

O logotipo da logomarca do Grupo **RICAP** não pode ser utilizado sem o seu símbolo e o mesmo deve respeitar as dimensões e estrutura da logomarca, exceto quando a aplicação do mesmo exija uma mudança fundamentada (ex.: fachada de edifício).

O logotipo é composto pelas letras da marca **RICAP** com o I personalizado com um triângulo retângulo no topo cuja hipotenusa está paralela ao corte da letra.



A sua versão monocromática deverá ser utilizada extraordinariamente, e só quando o símbolo estiver também na mesma versão.

## Tipografia

Para uma comunicação consistente da identidade do Grupo **RICAP**, a fonte utilizada em qualquer representação é a Myriad Pro.

Existem duas espessuras de fonte utilizada pelo Grupo **RICAP**: regular e bold.

A família tipográfica do Grupo **RICAP** pode ser utilizada tanto em títulos como em legendas.

Para texto regular recomenda-se o uso da Myriad Pro Regular

No caso dos títulos recomenda-se a utilização da Myriad Pro Bold.

O tamanho mínimo de fonte recomendado é 9, para que a legibilidade não seja afetada.

O nome **RICAP** deverá sempre ser escrito com maiúsculas e com Myriad Pro Bold.

O uso da Myriad Pro Italic e da Myriad Pro Bold Italic deverá ser efetuado em casos excepcionais, aconselhando-se a que a sua utilização seja devidamente ponderada.

---

### Myriad Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
&#€\$ç£f¥0123456789<sup>123</sup>

---

### Myriad Pro Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**&#€\$ç£f¥0123456789<sup>123</sup>**

---

### Myriad Pro Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*&#€\$ç£f¥0123456789<sup>123</sup>*

---

### Myriad Pro Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***&#€\$ç£f¥0123456789<sup>123</sup>***

# Proteção

A logomarca do Grupo **RICAP** constitui-se como um cartão-de-visita na medida em que é através dela que o público tem contato com a marca.

Desta forma, apresentam-se um conjunto de orientações que devem ser respeitadas para que a comunicação do Grupo **RICAP** seja sempre coerente com a sua personalidade.

## Comportamento sobre fundos

A integridade cromática deverá ser mantida, pelo que a aplicação da logomarca deve ter sempre em conta o fundo onde vai ser inserido.

Utilizando-se uma versão da logomarca que tenha maior contraste com o fundo, a sua leitura não será afetada, pelo que este deve ser o princípio base da aplicação da logomarca do Grupo **RICAP**.



Em imagens com fundos diversificados, a logomarca não deve ser colocada sob cores quentes.

Esta deve ser preferencialmente aplicada numa zona clara ou, na falta dela, numa zona escura na devida versão legível.



## Área de proteção

Para que a logomarca seja devidamente percebida e não se confunda com outros elementos, deve ser mantida uma área de segurança à sua volta.

O 'a' representa a medida da diagonal do quadrado maior do símbolo da logomarca do Grupo **RICAP**. Esta unidade de medida é usada para determinar a área de proteção da logomarca.



## Dimensão mínima

O tamanho da logomarca deve ser suficiente para que a mesma seja legível e facilmente compreendida.

‘H’ representa a altura da logomarca e é medida desde o vértice do quadrado maior do símbolo, à base das letras do logotipo, correspondendo por isso a duas vezes a diagonal do quadrado maior do símbolo ( $H = 2a$ ).

A altura da logomarca serve de referência para determinar a o tamanho mínimo que a mesma deve ter. Desta forma, a dimensão mínima da logomarca do Grupo **RICAP** é 5mm e do seu símbolo, quando usado sozinho, é 14mm, ou seja, com  $a = 7mm$ .



**H 5mm** (a 2,5mm)



Dimensão mínima para aplicação da logomarca.

**H 8,5mm** (a 4,25mm)



**H 15mm** (a 7,5mm)



Dimensão ideal para aplicação da logomarca em material de estacionário ou outro material impresso.








**H 14mm** (a 7mm)



Dimensão mínima para aplicação do símbolo isolado.

## Aplicações não permitidas

Pretendendo manter coerente a comunicação do Grupo **RICAP**, para além das regras anteriormente indicadas são apresentadas algumas aplicações não permitidas da logomarca.

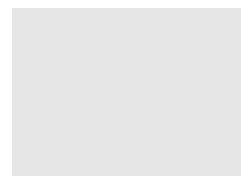
	Não deformar a logomarca.
	Não alterar as cores da logomarca.
	Não aplicar texturas ou efeitos à logomarca.
	Não rodar a logomarca
	Não alterar a composição da logomarca.
	Não recriar a logomarca e/ou alterar o logotipo.
	Não alterar a proporcionalidade dos constituintes da logomarca.

# Aplicações

Existem inúmeros suportes onde se poderá aplicar a logomarca do Grupo **RICAP**. Para além das regras anteriormente mencionadas, é importante que o uso da imagem da marca seja coerente com os valores que esta defende e que os suportes lhe estejam diretamente relacionados.

## Cores complementares

Para além das cores que compõem a logomarca do Grupo **RICAP**, existe um conjunto de cores recomendadas para utilizar nas aplicações onde esta é colocada.



**RICAP LIGHT GRAY**

#E6E6E6

**RGB** | 230, 230, 230

**CMYK** | 0, 0, 0, 0.98



**RICAP DARK RED**

#B40000

**RGB** | 185, 0, 0

**CMYK** | 0, 1, 1, 0.275



# O Tom de Voz

A voz da marca é a maneira como a marca expressa verbalmente a sua personalidade.

O tom de voz do Grupo **RICAP** é respeitado em todas as formas de comunicação da marca e está em perfeita harmonia com a sua identidade. Sendo espelhada na maneira como a empresa comunica com os seus clientes, parceiros, fornecedores e colaboradores, o tom de voz **RICAP** é uma diretriz para a elaboração de todos os seus materiais.

## Objetivo

O Grupo **RICAP** fala de uma forma simples, direta e objetiva para ser percebido por todos.

## Complicado

Confuso  
Rebuscado  
Repetitivo  
Redundante

## Transparente

Realista, transmite segurança, mostra que o Grupo **RICAP** é honesto e de confiança.

## Distante

Frio  
Inacessível  
Duvidoso  
Incerto

## Plural

O Grupo **RICAP** é uma equipa que usa o “nós” e não “eu”, da mesma maneira que é global para ser compreendido a nível internacional.

## Singular

Individual  
Local  
Egocêntrico  
Egoísta

## Simpático

O Grupo **RICAP** não sabe tudo, aprende, ouve a opinião dos outros, envolve as pessoas.

## Arrogante

Rude  
Convencido  
Pessimista  
Inoportuno



Give your feet a present