



BRANDBOOK **GA)MIG**

SUMÁRIO

- 01 brand core
- 02 brand personality
- 03 brand identity
- 04 brand application

01

BRAND CORE

Brand Core representa a essência da marca Gasmig.

É a maneira como ela se projeta no mundo e se conecta com seu público.

ESSÊNCIA DA MARCA

NOSSA MISSÃO

Desenvolver soluções energéticas limpas e seguras por meio do gás natural, criando valor para clientes, colaboradores e acionistas, contribuindo para o desenvolvimento de Minas Gerais.

NOSSA VISÃO

Duplicar a extensão de rede, expandindo a atuação para mais quatro mesorregiões de Minas Gerais ainda não atendidas e triplicando o número de clientes atendidos até 2027.

NUVEM DE PALAVRAS

seguro

prático

sustentável

natural

gás

compromisso

mineiros

rede

desenvolvimento

distribuição

moderna

evolução

oportunidade

maturidade

valor

credibilidade

estado

ARQUÉTIPO

Os 12 tipos de arquétipos de marca representam as principais motivações básicas do ser humano, bem como seus traços de personalidade, valores, comportamento, crenças, criados no intuito de gerar imagens de grande carga emocional para aproximar o público da marca.

O INOCENTE

Provedor de segurança

O inocente é aquele que se associa a leveza, simplicidade e positividade em relação a si e ao mundo. O inocente inspira a confiança, honestidade e transparência na tomada de decisão. Ele enxerga as coisas de forma objetiva e acredita que grandes soluções podem ser encontradas quando lidamos com questões de forma honesta e leve.

Essa imagem de serenidade é a que mais se aproxima do posicionamento da Gasmig no coração dos mineiros por entender que seus benefícios e sua visão de negócios é um caminho seguro na contribuição do desenvolvimento do estado.

02

BRAND PERSONALITY

Cada pessoa tem uma personalidade única,
as marcas também.

Compreendendo os traços de personalidade da marca
Gasmig, conseguimos compreendê-la como pessoa.

A forma de pensar e agir da marca vai além das
circunstâncias e do desejo individual de uma pessoa.
A marca Gasmig tem os seus próprios princípios orientadores.

LINGUAGEM VERBAL

COMO DAR VOZ A PERSONALIDADE GASMIG?

É preciso entender quem somos, nossa história, conhecer nossos produtos e diferenciais pra proporcionar uma comunicação consistente, segura, coesa, transparente para nos fazermos mais presentes na lembrança dos mineiros.

Queremos que os mineiros nos conheçam, sintam segurança e credibilidade na marca por trás das oportunidades de desenvolvimento direto ou indireto.

MANIFESTO

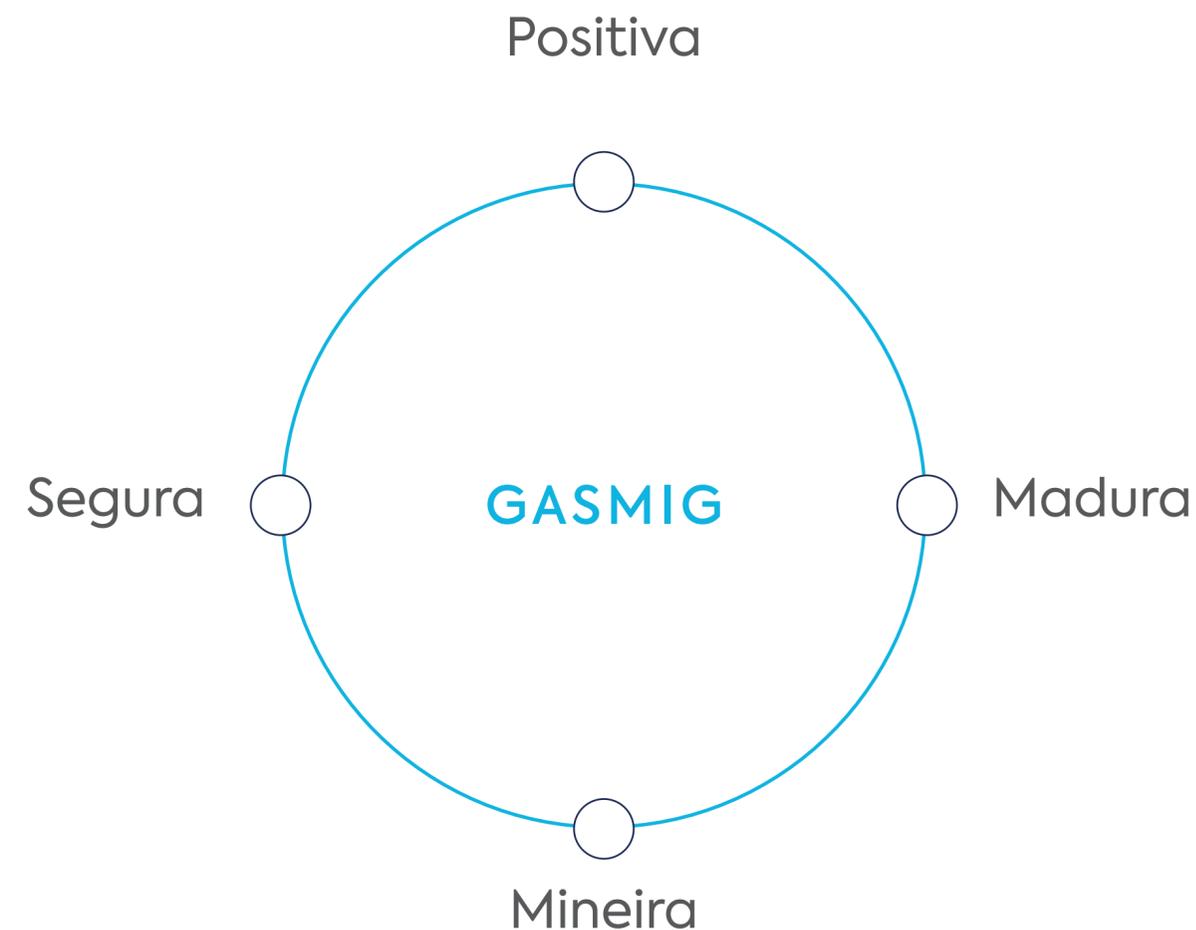
Em seus quase 40 anos de história, a Gasmig tem impactado a vida dos mineiros com a distribuição do gás natural canalizado. Um gás que leva muito mais que segurança, praticidade e sustentabilidade para seus consumidores, mas sobretudo, desenvolvimento para o estado. Desde o início, a mão de obra até então inexistente em Minas, foi capacitada e multiplicada a medida em que a extensão dos gasodutos crescia, gerando mais empregos e contribuindo para o crescimento da economia.

Estamos presentes no comércio, na metalurgia, siderurgia, indústria automotiva e têxtil e em diversas casas e nosso objetivo é fazer com que o mineiro saiba que o gás que não acaba durante as receitas, que tem menos risco de explosão e polui menos, tem nome: É Natural. E que todos saibam que quem distribui esse gás que é natural, é a Gasmig. Pois além de todos esses benefícios, dos empregos que gera e do impacto que tem na economia, a Gasmig sabe que é um patrimônio do povo mineiro e investe seus recursos no incentivo a cultura, ao esporte e ao compromisso com o desenvolvimento sustentável em sua estratégia de negócios.

Gasmig - Uma Companhia de evolução, transformação e distribuição do Gás Natural em Minas Gerais.

TOM DE VOZ

A voz da marca Gasmig é a declaração de sua missão, descrita em adjetivos da sua personalidade. O tom é como essa voz se aplica.



TOM DE VOZ

POSITIVA

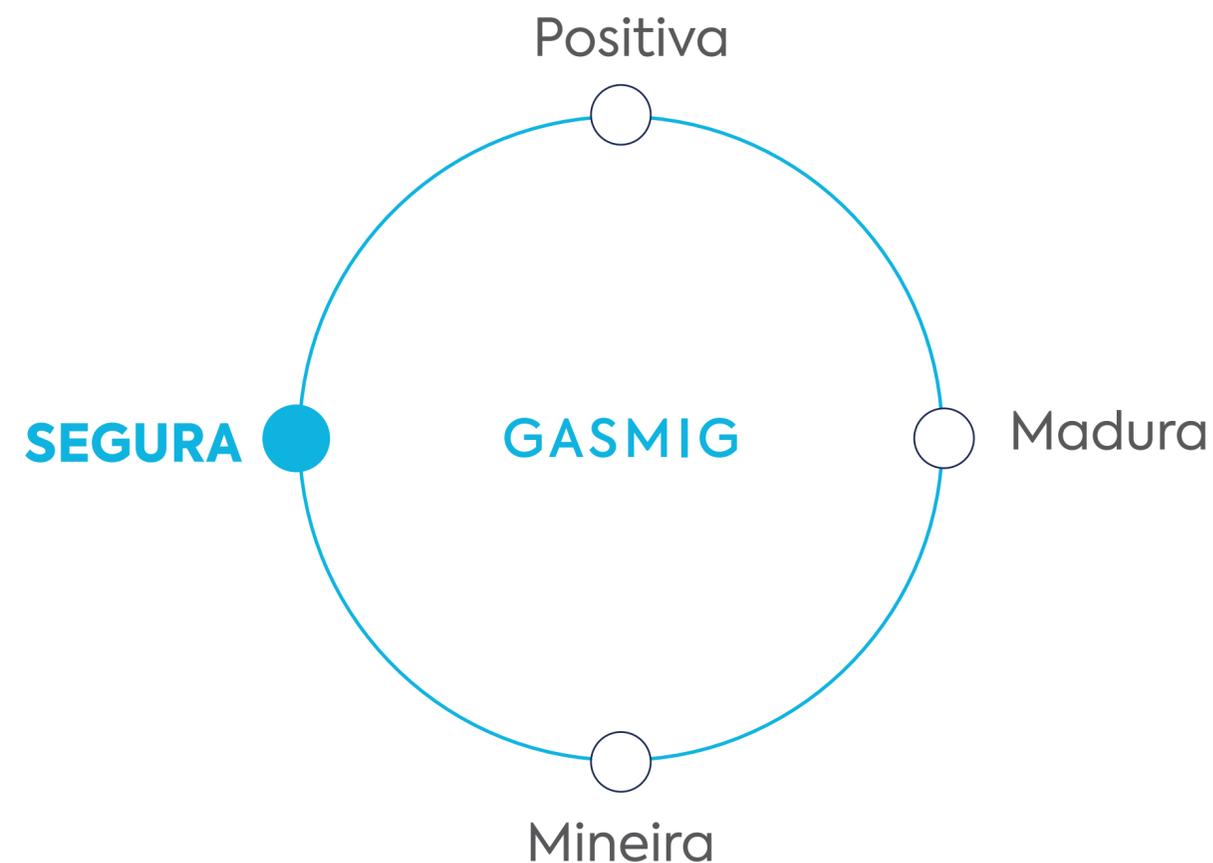
Ser uma marca positiva é dizer que a Gasmig é otimista. Está sempre atenta e em busca de novas oportunidades e soluções independente das condições adversas.



TOM DE VOZ

SEGURA

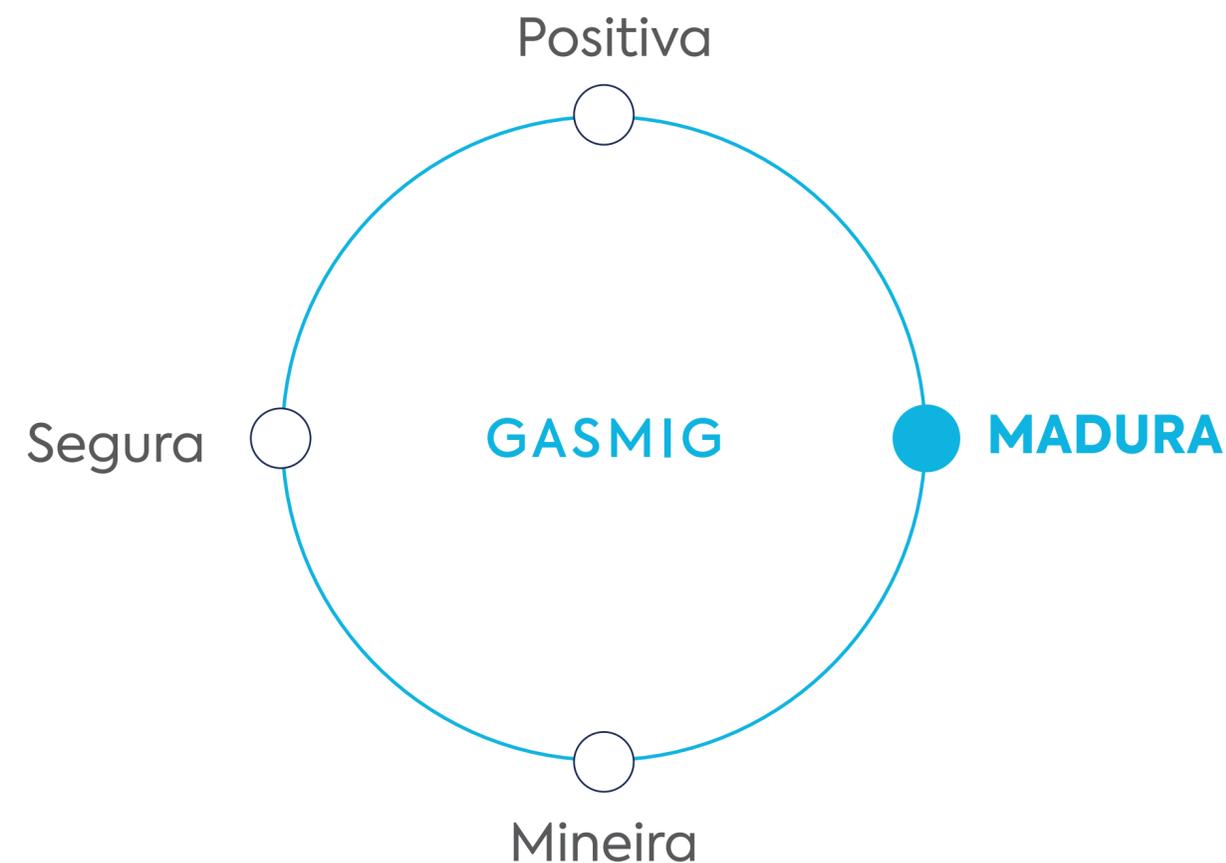
É também segura porque confia na excelência do que entrega. Os benefícios do gás natural comparado ao GLP são inquestionáveis: É mais seguro, mais prático e mais sustentável.



TOM DE VOZ

MADURA

A positividade e segurança da marca, são pautadas pela sua história e maturidade adquirida ao longo dos quase 40 anos. Desde o início inaugurou mão de obra inédita no estado e ao longo da sua trajetória, viu no segmento urbano e veicular, grandes oportunidades de expandir seu negócio com seu espírito empreendedor.



TOM DE VOZ

MINEIRA

O povo mineiro é reconhecido no país pela hospitalidade, cuidado, tradição, jeito único, cautela, hábeis negociadores e a sensação de segurança tem crescido em todo estado. Incorporar essa essência mineira é fundamental para tornar a Gasmig uma marca única e que comunique melhor com seu público.



03

BRAND
IDENTITY

03

BRAND IDENTITY LOGOTIPO

logotipo

A logo da Gasmig se configura com a combinação dois elementos gráficos: Isotipo – ícone do S e logotipo – nome em texto.

O S é a caracterização do produto da Gasmig que é o Gás natural ilustrado pela fumaça e a tipografia Gotham Rounded usada no nome, possui bordas arredondadas, que facilita a leitura para o sistema cognitivo e para o ambiente digital.



GAS)MIG

logotipo Isotipo

logotipo

versões

A logo Gasmig possui duas outras versões, com finalidades específicas que devem ser respeitadas da seguinte forma:



The logo consists of the word "GAS" in a bold, rounded font, followed by a stylized blue parenthesis ")", and then the word "MIG" in the same bold, rounded font.

Versão mais usual, presente em toda nossa identidade, canais de comunicação e ambiente interno.

Aplicações ●●●●○



The logo consists of the word "GAS" in a bold, rounded font, followed by a stylized black parenthesis ")", and then the word "MIG" in the same bold, rounded font. Below "MIG" is the text "Grupo Cemig" in a smaller, sans-serif font.

Mais usada em ambientes em que nossa marca não possua uma presença tão forte e o pertencimento ao grupo Cemig traz credibilidade. Mais indicada para sinalizações externas e em assinatura de mídias e rodapés. Aplicações ●●○

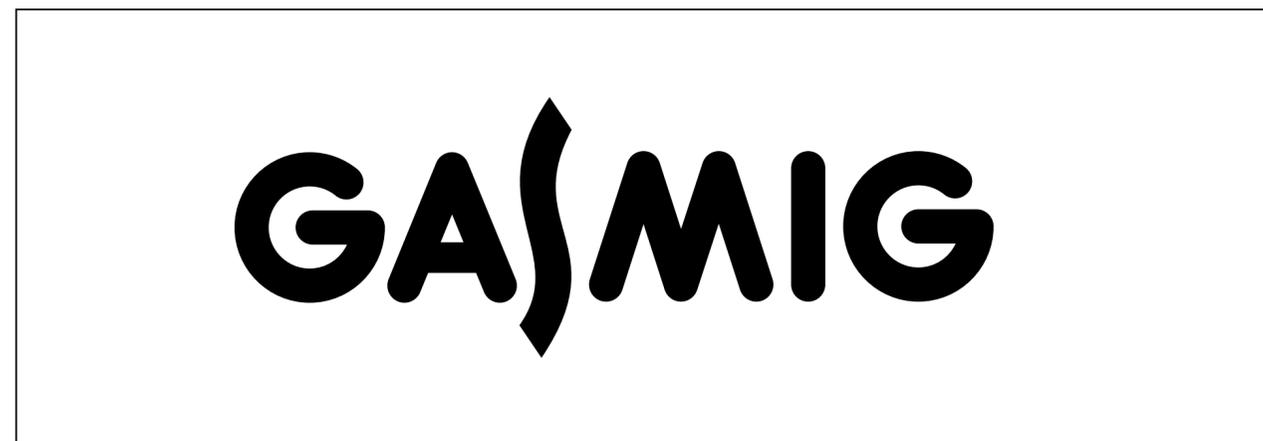


The logo consists of the word "GAS" in a bold, rounded font, followed by a stylized black parenthesis ")", and then the word "MIG" in the same bold, rounded font. Below "MIG" is the text "Grupo Cemig" in a smaller, sans-serif font. To the right of the logo is the logo of the state of Minas Gerais, which is a black square containing a white triangle. To the right of the square is the text "MINAS GERAIS" in a bold, sans-serif font. To the right of "MINAS GERAIS" is the text "GOVERNO DIFERENTE. ESTADO EFICIENTE." in a smaller, sans-serif font.

Indicada para assinatura de materiais institucionais, rodapés e patrocínios para reafirmar que pertencemos ao estado. Aplicações ○●○

aplicações

A marca deve ser aplicada nas cores originais em ambientes onde o contraste não é comprometido e nas versões positiva e negativa onde o contrastes for comprometido.



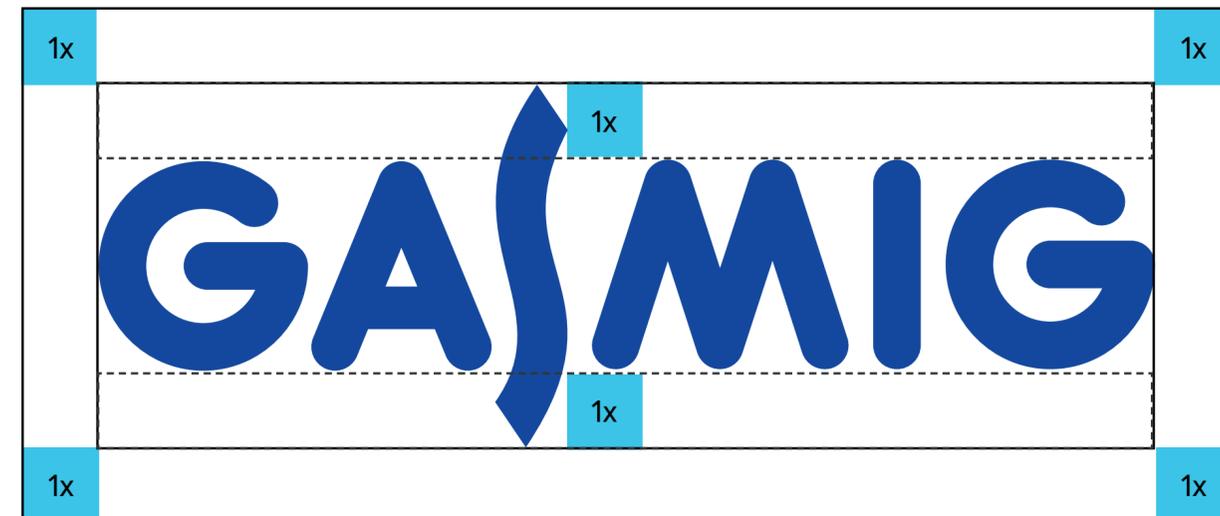
aplicações



área de proteção

A área de proteção corresponde ao espaço que deve permanecer livre em torno da marca, visando garantir sua correta legibilidade e visibilidade, e de forma que não se comprometa visualmente por outros elementos.

A área de proteção definida para a marca Gasmig corresponde à altura das letras até a extremidade do símbolo S da logo, que representa a medida 1X.

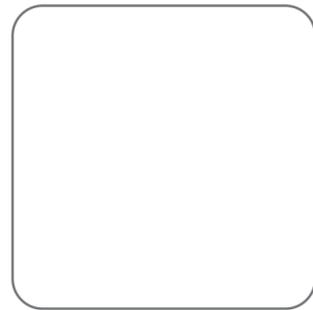


03 BRAND IDENTITY PALETA CROMÁTICA

personalidade da cor



Azul Royal – Confiança, Segurança



Branco – Minimalismo, Limpeza, Transparência



Azul Marinho – Maturidade, Credibilidade, Sofisticação

CORES PRIMÁRIAS

HTML
#011e94

HTML
#ffffff

CORES SECUNDÁRIAS

HTML
#011b56

HTML
#04d6f9

HTML
#3bbfe3

CORES TERCIÁRIAS

HTML
#0075bf

HTML
#fab505

HTML
#fab505

HTML
#f97400

HIERARQUIA DAS CORES

03 BRAND IDENTITY SISTEMA TIPOGRÁFICO

Tipografia

A Tipografia principal da identidade Gasmig é a Axiforma, pois é uma fonte equilibrada geometricamente e possui uma família extensa, o que proporciona versatilidade de aplicação, prezando sempre pela legibilidade.

É indicada para títulos, textos, rodapé e sinalização.

São características que reforçam o caráter seguro e confiável da marca.

Axiforma Thin

Axiforma Book

Axiforma Light

Axiforma Regular

Axiforma Italic

Axiforma Medium

Axiforma SemiBold

Axiforma Bold

Axiforma ExtraBold

Axiforma Black

Axiforma Heavy

Tipografia

É uma tipografia em estilo brush, feita a mão com alta legibilidade.

É indicada principalmente para títulos mais informais, visando aproximação e identificação com o público, tornando a leitura mais leve e humana.

Agutenan! - Personal

GASMIG
Grupo Cemig



**MINAS
GERAIS**

**GOVERNO
DIFERENTE.
ESTADO
EFICIENTE.**