

# BRAND BOOK

*CBS Alimentos*

Este Brand Book da Marca<sup>1</sup> **CBS Alimentos** tem como objetivo apresentar instruções para a correta utilização dos elementos da identidade visual que a compõem. Aqui, você encontra as principais informações para garantir a aplicação e a reprodução gráfica da marca.

É com coerência e unidade que se constrói uma marca sólida e reconhecida. Portanto, seguir todas as regras aqui expostas é fundamental para a identidade visual **CBS Alimentos**.

<sup>1</sup> Neste Brand Book, o termo "marca" se restringe ao logotipo, símbolo e ramo de atividade e à combinação de seus elementos.

**PILARES DA MARCA** 4

**MARCA** 10

**VERSÕES DA MARCA** 12

**REDUÇÃO MÁXIMA E PROTEÇÃO** 15

**USO PROIBIDO** 17

**PALETAS DE CORES** 20

**USO DA COR DA MARCA** 23

**APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS** 28

**TIPOGRAFIA** 30

**ELEMENTOS DE APOIO** 33

**APLICAÇÕES** 35

# PILARES DA MARCA

## 01. TAGLINE

Alimento que une gerações!

## 02. PROPÓSITO

Proporcionar uma alimentação acessível e de qualidade, unindo momentos entre gerações.

## 03. POSICIONAMENTO

Desde 1975 no coração e na mesa de gerações.

# Tríade de Posicionamento

## Um legado de confiança e compromisso com o consumidor

Nosso legado histórico é inegável, deixando uma marca significativa na vida das famílias gaúchas desde 1975. Honramos nossa tradição através do compromisso com o nosso público, entregando produtos de qualidade e preços acessíveis. Nossa paixão por servir é evidente em tudo o que fazemos. Somos uma das principais marcas de alimentos do Rio Grande do Sul, reconhecidos pelo nossa relação de confiança e segurança para o varejo.

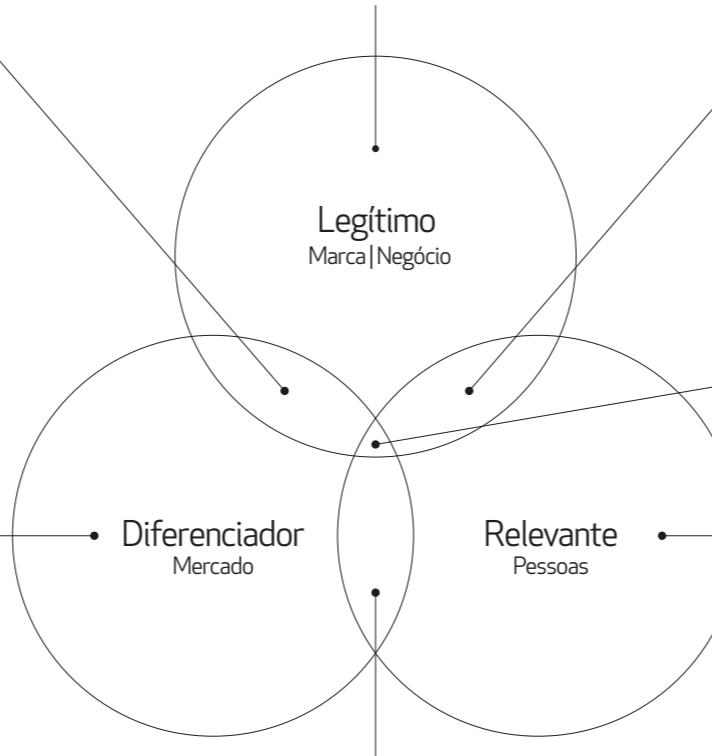
### Construir pontes para o sucesso

Ao longo dos anos, solidificamos uma reputação notável pela nossa competitividade no mercado. Buscando fortalecer e amplificar nossa relação comercial perante nossos parceiros, oferecemos condições comerciais que facilitam e impulsionam as de vendas de nossos clientes.

### Uma força confiável para o mercado

Temos sido uma força confiável no mercado, oferecendo segurança para o varejo. Nosso compromisso com a integridade e a confiabilidade promove um relacionamento comercial sólido, respaldado por um atendimento excepcional e uma logística de entrega eficiente.

Seguimos comprometidos em manter nossa posição como referência, oferecendo qualidade e confiança em todos os aspectos do nosso negócio.



### Excelência reconhecida pelo povo gaúcho

Sendo uma das marcas mais antigas e respeitadas do Rio Grande do Sul no segmento de alimentos, ganhamos reconhecimento nas prateleiras como uma marca comprometida em oferecer qualidade e preço acessíveis aos nossos clientes.

Nosso sucesso não é apenas baseado na história, mas na entrega consistente do melhor custo-benefício aos nossos clientes, com um amplo mix de produtos que atendem às necessidades variadas do mercado e das pessoas.

### Olhos no futuro

A tradição não nos prende ao passado; ao contrário, buscamos evoluir constantemente, mantendo os olhos no futuro e nas necessidades dos consumidores, celebrando a diversidade de arranjos familiares e conceitos contemporâneos. Incentivamos e promovendo o bem-estar individual e o fortalecimento das comunidades.

### Uma experiência além do consumo

Buscamos compreender profundamente o que é importante para as pessoas, propondo uma experiência além do simples consumo. Valorizamos a conexão com as raízes familiares através do ato de cozinhar em casa, promovendo uma alimentação saudável e prática. Em um contexto onde a alimentação é um dos principais pilares da saúde das pessoas, é necessário que seja proporcionada com excelência.

Com uma abordagem afetiva e transparente, encaramos as nossas vulnerabilidades com leveza, criando uma conexão genuína com os consumidores. Além disso, incentivamos o planejamento e a organização da alimentação diária como um ato de autocuidado, refletido na hashtag #felizdebarrigacheia.

Os consumidores valorizam marcas que se comprometem com questões ambientais e sociais, esperando transparéncia e ações concretas nesse sentido. Por isso, nos conectamos com os valores e preocupações de nossos clientes, criando narrativas próximas da vida real e impulsionando-os a uma alimentação não só saudável, mas também consciente.

# NOSSA CULTURA CORPORATIVA

## Missão

Ir além do simples consumo e entregar alimentos acessíveis, práticos e de qualidade, para enriquecer e nutrir a vida das pessoas.

## Visão

Ser a marca de referência no segmento de alimentos e evoluir constantemente nosso padrão de qualidade com uma mentalidade inovadora, alinhados às tendências de mercado e de consumo para tornar o alimento acessível para todos.

## Valores

**1 - Tradição:** Honramos nossas origens enquanto acolhemos a inovação, abraçando a evolução de maneira ética e responsável. Com isso, integramos o conhecimento especializado adquirido tanto no passado quanto no presente para construir o futuro;

**2 - Custo-benefício:** Oferecemos produtos de alta qualidade com o melhor custo-benefício, promovendo uma alimentação de excelência acessível para todos.

**3 - Agilidade logística:** Nossa logística atende de forma ágil e segura às necessidades de nossos clientes;

**4 - Confiança e qualidade:** Construímos relações sólidas baseadas na transparência, oferecendo excelência em cada detalhe, mantendo padrões elevados de qualidade;

**5 - Responsabilidade:** Promovemos o crescimento da empresa considerando o impacto ambiental e social, contribuindo para um futuro sustentável e equilibrado;

**6 - Respeito:** Priorizamos um ambiente de trabalho saudável, reconhecendo e valorizando as contribuições e conquistas dos colaboradores de forma justa e consistente.

## **TOP 3 VALORES**

Os valores são os princípios que são levados em conta para tomar decisões, isso esclarece e diferencia a mensagem da empresa da concorrência.

### **1. TRADIÇÃO**

Há mais de meio século fazemos parte da mesa dos gaúchos.

### **2. CUSTO-BENEFÍCIO**

Oferecemos produtos de alta qualidade com o melhor custo-benefício, promovendo uma alimentação de excelência acessível para todos.

### **3. AGILIDADE**

Somos práticos, nossa logística atende de forma ágil e segura às necessidades de nossos clientes.

## **TOP 3 AUDÊNCIA**

Relação do público que se interessa com a marca.

### **1. CONSUMIDORES CLASSE C E D**

Pessoas que priorizam produtos acessíveis com bom custo-benefício.

### **2. EMPRESÁRIOS VAREJISTAS**

Empreendedores de pequenos e grandes estabelecimentos comerciais do segmento de alimentos.

### **3. FORNECEDORES**

Produtores e fornecedores de insumos.

# MARCA

## MARCA

A marca, juntamente com os elementos do Sistema de Identidade Visual (SIV)<sup>1</sup>, é um dos meios pelos quais uma intuição se comunica com o mundo.

A marca CBS Alimentos é formada pelo logotipo<sup>2</sup>.



LOGOTIPO

<sup>1</sup> Sistema de normatização para proporcionar unidade a todos os itens de apresentação de um dado objeto, por meio de seu aspecto visual. Esse objeto pode ser uma empresa, um grupo ou uma instituição, bem como uma ideia, um produto ou um serviço. PÉON, M. L. Sistemas de identidade visual. Rio de Janeiro: 2AB, 2000. 15p.

<sup>2</sup> Logotipo é a forma particular e diferenciada com a qual o nome da instituição é registrada nas aplicações.

# VERSÕES DA MARCA

## VERSÕES DA MARCA

Para a escolha da versão a ser utilizada, deve-se adotar um bom senso, de acordo com as limitações do processo produtivo. Neste contexto, a marca **CBS Alimentos** possui a **versão primária** sem tagline e a versão com tagline e a **versão secundária** com tagline. É importante ressaltar que a versão secundária com a tagline deve ser utilizada sempre que houver limitações de espaço que impeçam o uso da versão primária. As representações estão ilustradas na página seguinte.

1.1 VERSÃO PRIMÁRIA SEM TAGLINE E COM TAGLINE



1.2 VERSÃO SECUNDÁRIA COM TAGLINE



# **REDUÇÃO MÁXIMA E PROTEÇÃO**

# REDUÇÃO MÁXIMA E PROTEÇÃO

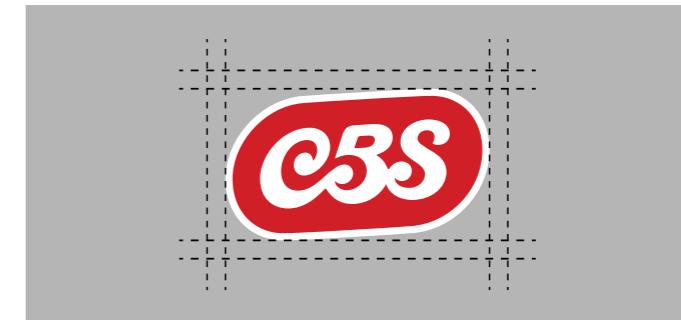
## 1. REDUÇÃO MÁXIMA PARA IMPRESSÃO

O logotipo da marca **CBS Alimentos** pode ser significativamente reduzido para impressões, considerando que inclui uma tagline. Existem duas versões com reduções máximas permitidas. A seguir, estão especificadas as medidas para cada uma dessas versões.



## 2. PROTEÇÃO

Para que a marca não sofra interferência de outros elementos (outras marcas, textos, linhas, etc.), estabeleceu-se um campo de proteção, ou seja, a distância mínima que a marca deve manter do que está em sua volta. O campo de proteção é definido pela altura do contorno do logotipo, que se define igual a "x".



# **USO PROIBIDO**

## USO PROIBIDO COM TAGLINE

A marca **CBS Alimentos** é o elemento mais importante do Sistema de Identidade Visual. Por essa razão, é essencial que as diretrizes gerais estabelecidas neste Brand Book sejam rigorosamente seguidas. Nesta página, está ilustrada o erro principal na utilizada da tagline definida para a marca. Lembrando que nem todos os usos considerados inaceitáveis estejam demonstrados.

NÃO ALTERAR A CAIXA DE TEXTO PARA LETRAS MAIUSCULAS



NÃO SUBSTITUIR OU REARRANJAR A TAGLINE



## USO PROIBIDO SEM TAGLINE

Nesta página, estão ilustrados alguns erros comuns no uso da **marca sem tagline**. Lembrando que nem todos os usos considerados inaceitáveis estejam demonstrados.



# PALETA DE CORES

## COR

A cor, em razão da sua alta pregnância (boa fixação e fácil reconhecimento), é fundamental para a eficiência do Sistema de Identidade Visual. A paleta de cores institucionais definida para o Sistema de Identidade Visual **CBS Alimentos** é constituída pelas cores na página ao lado.

Para as impressões, deve-se utilizar a referência em CMYK ou Pantone. Já para a utilização em meio digital, usar a referência em RGB ou HEX

**CMYK** 12 97 87 0  
**RGB** 211 33 41  
**HEX** d3 21 29  
**PANTONE** 1795 C

**CMYK** 0 46 93 0  
**RGB** 245 155 27  
**HEX** f5 9b 1b  
**PANTONE** 1375 C

**CMYK** 0 0 0 0  
**RGB** 255 255 255  
**HEX** ff ff ff

**CMYK** 25 9 95 0  
**RGB** 208 203 27  
**HEX** d0 cb 1b  
**PANTONE** 611 C

**CMYK** 0 45 43 0  
**RGB** 245 165 140  
**HEX** f5 a5 8c  
**PANTONE** 487 C

**CMYK** 29 96 88 35  
**RGB** 136 32 29  
**HEX** 88 20 1d  
**PANTONE** 1815 C

**CMYK** 88 33 70 26  
**RGB** 91 05 83  
**HEX** 09 69 53  
**PANTONE** 3298 C

**CMYK** 94 77 20  
**RGB** 45 71 150  
**HEX** 2d 47 96  
**PANTONE** 7685 C

# USO DA COR DA MARCA

## USO DA COR

Esta seção serve de guia para a tomada de decisão sobre o uso da marca CBS Alimentos em diferentes fundos, levando-se em conta o contraste. Nunca se deve aplicar a marca em um fundo que prejudique sua legibilidade. Sempre que houver a necessidade de aplicar a marca sobre fundos coloridos, deve-se adotar o bom senso, de acordo com as limitações do processo produtivo.

### 1. MARCA

A marca colorida conforme representação ao lado deve ter prioridade em todos os meios de comunicação. Podendo ser substituída pela versão negativa/positiva quando o contraste for melhor, conforme os exemplos representados na próxima página.



VERSÃO COLORIDA PRIMÁRIA



VERSÃO COLORIDA PRIMÁRIA COM TAGLINE



**Alimento que une gerações!**

VERSÃO COLORIDA PRIMÁRIA COM TAGLINE

1.1 APLICAÇÃO SOBRE O FUNDO BRANCO



1.2 APLICAÇÃO SOBRE O FUNDO PRETO



1.3 APLICAÇÃO SOBRE O FUNDO CINZA ESCURO



1.4 APLICAÇÃO SOBRE O FUNDO CINZA CLARO



2. MARCA MONOCROMÁTICA (PRETO)



3. MARCA NEGATIVA (BRANCO)



1.1 APLICAÇÃO SOBRE O FUNDO BRANCO



**Alimento  
que une  
gerações!**

1.4 APLICAÇÃO SOBRE O FUNDO CINZA CLARO



**Alimento  
que une  
gerações!**

1.2 APLICAÇÃO SOBRE O FUNDO PRETO



**Alimento  
que une  
gerações!**

2. MARCA MONOCROMÁTICA (PRETO)



**Alimento  
que une  
gerações!**

1.3 APLICAÇÃO SOBRE O FUNDO CINZA ESCURO



**Alimento  
que une  
gerações!**

3. MARCA NEGATIVA (BRANCO)



**Alimento  
que une  
gerações!**

1.1 APLICAÇÃO SOBRE O FUNDO BRANCO



**Alimento que une gerações!**

1.4 APLICAÇÃO SOBRE O FUNDO CINZA CLARO



**Alimento que une gerações!**

1.2 APLICAÇÃO SOBRE O FUNDO PRETO



**Alimento que une gerações!**

2. MARCA MONOCROMÁTICA (PRETO)



**Alimento que une gerações!**

1.3 APLICAÇÃO SOBRE O FUNDO CINZA ESCURO



**Alimento que une gerações!**

3. MARCA NEGATIVA (BRANCO)



**Alimento que une gerações!**

# APICAÇÃO SOBRE FUNDOS

## APLICAÇÃO SOBRE FUNDOS

Utilizar a versão que melhor se adapte ao tipo de imagem de fundo.

**Atenção:** as imagens a seguir são meramente ilustrativas e podem conter direito de uso controlado.

As imagens utilizadas na identidade visual da marca devem sempre ser aplicadas com o filtro fotográfico padronizado da marca.



# TIPOGRAFIA

## TIPOGRÁFICA PARA TÍTULO E DESTAQUES

A **Work Sans** é uma família tipográfica jovem, marcante e cheia de personalidade. Seus pesos Regular e intermediários são ideais para uso em textos na tela, em tamanhos médios, e também funcionam muito bem em projetos impressos. Já os pesos mais extremos foram pensados principalmente para exibição na web e em materiais impressos.

# Work Sans

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V X W Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v x w y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? / @ # \$ % &

**Pesos: Semibold · bold · extrabold · black**

Clique [aqui](#) para ter acesso

## TIPOGRÁFICA COMPLEMENTAR PARA TEXTO

A **Fira Sans** é uma família tipográfica desenvolvida para transmitir o dinamismo e a jovialidade da marca **CBS Alimentos**. Além disso, busca integrar o melhor da tipografia, combinando versatilidade e legibilidade. A fonte também conta com uma versão **condensada** para uso em espaços reduzidos ou em situações com limitação no número de caracteres.

# Fira Sans

ABCDEFGHIJKLM NOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmn opqrstuvwxyz

1234567890!/?@#\$%&

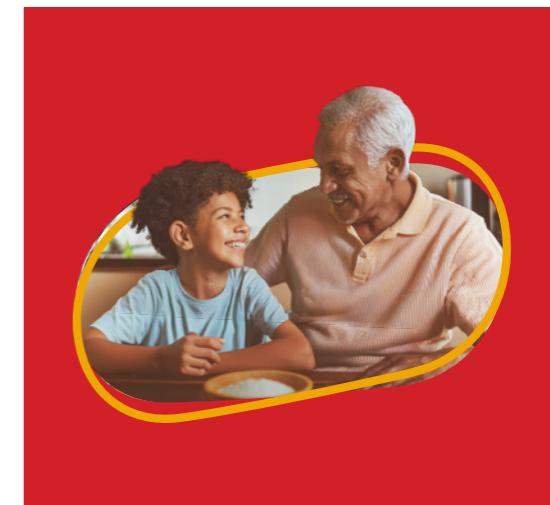
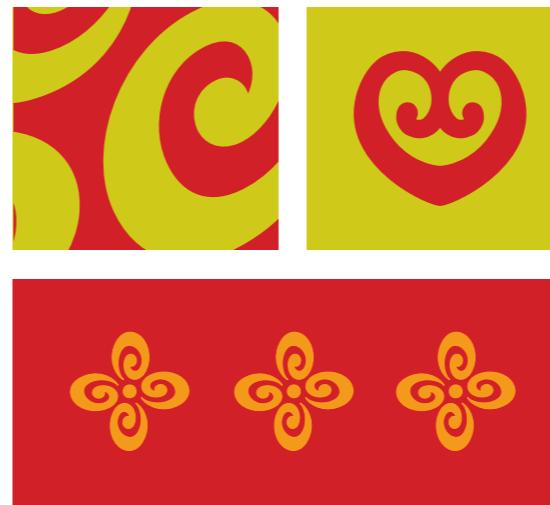
**Pesos:** Thin • Light • Regular • Medium

Clique [aqui](#) para ter acesso

# ELEMENTOS DE APOIO

## ELEMENTOS DE APOIO

A marca **CBS Alimentos** possui elementos de apoio para aplicação nas peças institucionais ou promocionais. Os exemplos a seguir estão padronizados e disponibilizados nos arquivos que acompanham este Brand Book.



# APLICAÇÕES

## APLICAÇÕES

Nas próximas páginas, você encontrará exemplos de como a Identidade Visual da marca **CBS Alimentos** deve ser aplicada. Utilize esses exemplos como referência para garantir a correta aplicação em diferentes contextos.

**Alimento  
que une  
gerações!**







**Dear. Cliente**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit, consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan et iusto odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril delenit augue duis dolore te feugiat nulla facilisi.

Lorem ipsum dolor sit amet, cons ectetuer adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat.

**Alimento que une gerações!**

**Carlos Batista**  
Vendedor  
carlos@cbsalimentos.com.br  
(51) 999 661 389

**cbs**

[www.cbsalimentos.com.br](http://www.cbsalimentos.com.br)  
Matriz: R-116, Km 12 - Industrial, Esteio RS, 93270-000

**Alimento que une gerações!**

BR-116, Km 12 - Industrial, Esteio RS, 93270-000  
+55 51 3458-8700 - [www.cbsalimentos.com.br](http://www.cbsalimentos.com.br)









***Na receita  
da vida,  
o tempero  
é o amor!***

**CBS**

