

Manual de Identidade Visual (Público)

Piaget Ensino Superior - Parte 1

V 2.1.2

Última atualização: 26.06.2025



Introdução

Objetivo do Manual

O Manual da Marca Piaget estabelece as diretrizes para a aplicação da identidade visual e dos elementos de comunicação, assegurando coerência em todos os meios de contacto.

Importância da Consistência na Comunicação

A aplicação consistente dos elementos da marca reforça a confiança e o impacto visual do Piaget junto dos seus diferentes públicos. Este manual orienta a utilização de logotipos, cores, tipografia e tom de comunicação, garantindo uma imagem uniforme, profissional e alinhada aos valores da instituição.



Índice	4	-----	1. Conceito
	10	-----	2. Cores
	16	-----	3. Grafismos de apoio
	17	-----	4. Tipografia
	22	-----	5. Logotipo
	29	-----	5.1 Logotipos <i>campi</i>
	31	-----	5.1.1 Almada
	33	-----	5.1.2 Algarve
	37	-----	5.1.3 Gaia
	41	-----	5.1.4 Viseu
	43	-----	6. Como utilizar
	48	-----	7. Aplicações



1. Conceito

Diretrizes da marca

4



Remoção de "Instituto" no Nome da Marca

A designação oficial da marca é Piaget ou Piaget Ensino Superior, devendo estas formas ser utilizadas exclusivamente em todas as comunicações.

✘ A utilização da nomenclatura "Instituto Piaget" encontra-se descontinuada e não é reconhecida como representativa da identidade atual da instituição.

Identidade Digital

O nome Piaget foi adotado de forma exclusiva para reforçar a consistência institucional e garantir uma associação clara e imediata ao setor do ensino superior.

A designação atual contribui para uma presença digital mais eficaz, melhorando a visibilidade e o reconhecimento da marca em todos os canais e suportes de comunicação.

Inclusão de "Ensino Superior"

A designação Piaget Ensino Superior reflete a identidade atual da instituição e deve ser utilizada sempre que se pretenda referir formalmente a marca em contextos acadêmicos, institucionais ou comunicacionais. Esta forma garante clareza, coerência e uma associação inequívoca ao setor do ensino superior.

Trisquel

O trisquel, símbolo histórico da marca Piaget, é mantido como parte essencial da identidade visual. Este elemento, que está intrinsecamente associado à marca, reflete valores como dinamismo, evolução e equilíbrio. A sua presença reforça a ligação com a tradição e a visão do Piaget, ao mesmo tempo que garante a continuidade e o reconhecimento visual, sendo um componente que não pode ser dissociado da identidade da marca.

Conclusão

A transição para **Piaget Ensino Superior** une a continuidade histórica com a evolução necessária para reforçar o posicionamento no mercado. A remoção de "Instituto" elimina ambiguidades e associações indevidas, enquanto "Ensino Superior" destaca de forma clara o foco no ensino universitário e politécnico.

A atualização do bordô, agora numa tonalidade mais clara, e a manutenção do trisquel como símbolo essencial garantem a conexão com os valores fundadores da marca, oferecendo uma imagem mais moderna, competitiva e alinhada às exigências do setor.



2. Cor

Diretrizes da marca

10



Cor

A cor bordô, elemento central da identidade visual da marca Piaget, será mantida como elemento de continuidade e ligação à sua história. No entanto, adotará uma tonalidade ligeiramente mais clara, proporcionando um aspecto mais moderno e apelativo, sem perder a elegância e sofisticação. Esta atualização permite que a marca transmita uma imagem mais atual e vibrante, ao mesmo tempo que preserva a sua essência.



Cor - RGB

Códigos da cor que devem ser utilizados em ambiente digital



Hex Code

#b3071b

RGB

179, 7, 27



Cor - CMYK | PANTONE

Códigos da cor que devem ser utilizados para **impressão**.



PANTONE
9, 100, 100, 3
CMYK
1795 C



Cor - VINIL | RAL

Códigos da cor que devem ser utilizados para **comunicação visual interior/exterior**, como vinil, letras pintadas à cor, entre outros.



ORACAL

031 (red)

RAL

3000 (flame red)



3. Grafismos de apoio

Elementos de apoio

Trisquel pode ser utilizado nos 2 formatos

Positivo +

Negativo -

Apenas em caso de necessidade de identificar a marca de forma independente do logo.



+



-



4. Tipografia

Tipografia Principal

Foi mantida a tipografia principal utilizada do logotipo, por refletir os atributos da marca: modernidade, inovação e minimalismo.

Gotham

Gotham

Tipografia Principal

Apresentação de Letras e Números

Regular

Letras Maiúsculas:

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

Letras Minúsculas:

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

Números:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Pontuação e Caracteres Especiais:

.,;:!"'()[]{}- _ + = / \ * & @ # % € \$ £



Gotham

Tipografia Principal

Apresentação de Letras e Números

Bold

Letras Maiúsculas:

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

Letras Minúsculas:

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

Números:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Pontuação e Caracteres Especiais:

.,;:!"'()[]{}- _ + = / \ * & @ # % € \$ £



Gotham

Tipografia Principal

Apresentação de Letras e Números

Itálico

Letras Maiúsculas:

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

Letras Minúsculas:

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

Números:

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Pontuação e Caracteres Especiais:

*, . ; : ! ? " ' () [] { } - _ + = / \ * & @ # % € \$ £*



5. Logotipo

Diretrizes da marca



Institucional

As duas versões podem ser utilizadas.
Deve ser priorizada a utilização do
logotipo em Positivo +





Área de Proteção

É necessário manter uma margem de proteção ao redor do logotipo. Essencial quando aplicado em ambientes com mais logotipos ao redor.



Tamanho de referência considerado para manter proporcionalidade.
265 px X 65 px

Margem 13px

Dimensões totais com margem:
Largura: 291 px
Altura: 91 px



Redução Máxima

O logotipo pode ser altamente reduzido sendo a sua redução máxima permitida de 1 cm.



Aplicação sobre fundos de imagens ou cores

Deve ser priorizada uma das versões, **cor** ou **branco** conforme o contraste com o elemento de fundo.



Utilização Incorreta

O logotipo deve ser sempre utilizado na sua forma original, sendo proibida qualquer modificação ou adaptação.



Alteração da posição do Trisquel



Alteração de proporções



Rotação de elementos



Alteração da cor



Utilização de formas



Dissociação do Trisquel



5.1 Logotipos *campi*

Estrutura do Logotipo dos *Campi*

A marca Piaget pode ser acompanhada da designação geográfica do respetivo campus, exclusivamente no formato institucional aprovado:

Piaget - Almada

Piaget - Gaia

Piaget - Viseu

Piaget - Algarve

Este modelo de identificação é utilizado em contextos como redes sociais, documentação oficial ou iniciativas locais.

Não existe qualquer logótipo específico por campus, sendo obrigatória a utilização do logótipo institucional único, conforme definido no Manual de Identidade Visual.



5.1.1 Logotipo Almada

Logotipo - Almada

A versão apresentada nesta página é a única combinação autorizada da marca Piaget com a designação do respetivo campus.

Esta aplicação destina-se exclusivamente a:

- Identificação visual das redes sociais oficiais de cada campus;
- Casos específicos validados pelo Gabinete de Comunicação e Imagem.

✗ Não é permitida a utilização desta versão do logótipo em materiais promocionais, publicações externas, co-branding ou qualquer outro contexto institucional, sem autorização expressa.



5.1.2 Logotipo Algarve

Alteração de "Silves" para "**Algarve**"



A alteração do nome de Silves para Algarve reflete uma estratégia de posicionamento mais abrangente, alinhada ao reconhecimento nacional e internacional da região. O nome Algarve é amplamente reconhecido como uma referência geográfica de prestígio, associada à educação, turismo e qualidade de vida, reforçando a visibilidade e atratividade do campus junto de estudantes e parceiros, tanto nacionais como internacionais.

Além disso, esta mudança simboliza o papel do campus como um polo de ensino superior que representa não apenas a cidade de Silves, mas toda a região algarvia, promovendo uma maior identificação e conexão com as comunidades locais e globais. Este ajuste contribui para consolidar o prestígio e o alcance da marca Piaget Ensino Superior, fortalecendo simultaneamente a sua ligação à identidade regional.

Logotipo - Algarve

A versão apresentada nesta página é a única combinação autorizada da marca Piaget com a designação do respetivo campus.

Esta aplicação destina-se exclusivamente a:

- Identificação visual das redes sociais oficiais de cada campus;
- Casos específicos validados pelo Gabinete de Comunicação e Imagem.

✗ Não é permitida a utilização desta versão do logótipo em materiais promocionais, publicações externas, co-branding ou qualquer outro contexto institucional, sem autorização expressa.



5.1.3 Logotipo Gaia

Alteração de "Vila Nova de Gaia" para "**Gaia**"

A alteração do nome de Vila Nova de Gaia para Gaia acompanha a tendência adotada por empresas, marcas e pelo próprio município, que já utilizam a designação simplificada. Esta mudança reflete uma abordagem moderna e prática, assegurando maior eficiência na comunicação e reconhecimento tanto a nível nacional como internacional.

O nome Gaia já é amplamente associado à cidade e à sua identidade, facilitando a memorização e promovendo um impacto mais direto e acessível. Esta atualização reforça o alinhamento do campus com as melhores práticas de branding, consolidando a presença da marca Piaget Ensino Superior na região.

Logotipo - Gaia

A versão apresentada nesta página é a única combinação autorizada da marca Piaget com a designação do respetivo campus.

Esta aplicação destina-se exclusivamente a:

- Identificação visual das redes sociais oficiais de cada campus;
- Casos específicos validados pelo Gabinete de Comunicação e Imagem.

✗ Não é permitida a utilização desta versão do logótipo em materiais promocionais, publicações externas, co-branding ou qualquer outro contexto institucional, sem autorização expressa.



5.1.4 Logotipo Viseu

Logotipo - Viseu

A versão apresentada nesta página é a única combinação autorizada da marca Piaget com a designação do respetivo campus.

Esta aplicação destina-se exclusivamente a:

- Identificação visual das redes sociais oficiais de cada campus;
- Casos específicos validados pelo Gabinete de Comunicação e Imagem.

✗ Não é permitida a utilização desta versão do logótipo em materiais promocionais, publicações externas, co-branding ou qualquer outro contexto institucional, sem autorização expressa.

Diretrizes da marca



6. Como Utilizar

Diretrizes da marca

43



Dimensões Mínimas

Para garantir legibilidade e qualidade visual, o logotipo nunca deve ser exibido em tamanhos inferiores aos estabelecidos.

Espaçamento de Resguardo

Deve ser mantida uma área de resguardo equivalente a 13 ou proporcional ao tamanho do logotipo ao redor do logotipo, sem interferências de texto, imagens ou outros elementos gráficos.

Cores Permitidas

- Versão Principal: Logotipo na cor bordô institucional (#b3071b).
- Versão Monocromática: Preto ou branco, dependendo do fundo.
- Versão Invertida: Branco sobre fundos escuros.



Fundos Adequados

O logotipo deve ser aplicado apenas em fundos que garantam contraste suficiente:

- Fundos claros: Utilize o logotipo na versão bordô.
- Fundos escuros: Utilize a versão branca.

Proporção e Escala

- O logotipo deve sempre ser redimensionado proporcionalmente para evitar distorções.
- Nunca comprimir, esticar ou alterar as proporções originais do logotipo.

Aplicações Proibidas

- Não alterar as cores do logotipo fora das especificadas.
- Não adicionar efeitos como sombras, gradientes ou contornos.
- Não rotacionar, inclinar ou reposicionar os elementos do logotipo.
- Não utilizar o logotipo em fundos de baixa qualidade ou que interfiram com a sua legibilidade.

Diretrizes da marca



Formatos de Arquivo

- Para impressão: Utilize versões em alta resolução nos formatos PDF, EPS ou TIFF.
- Para digital: Utilize formatos como PNG (fundo transparente) ou SVG para escalabilidade.

Regras de Utilização em Co-branding

Quando aplicado em conjunto com outros logotipos:

- Respeitar a área de resguardo entre os logotipos.
- Garantir que todos os elementos estejam alinhados visualmente.
- O logotipo do Piaget deve ter destaque igual ou superior ao parceiro, salvo quando existam diretrizes específicas como logos governamentais ou europeus com regulamentação específica.

Garantia de Qualidade nas Impressões

- Certificar-se de que o logotipo não apresenta pixelização ou perda de qualidade em qualquer suporte.
- Revisar as provas de impressão para verificar o alinhamento das cores com o bordô institucional.



Ambientes 3D ou Físicos

- Aplicações como fachadas, sinalização ou decoração devem seguir as proporções e cores exatas definidas.
- O uso em materiais físicos deve ser aprovado previamente para garantir a consistência com o manual.

Esclarecimento de Dúvidas e Aprovações

- Em caso de dúvida sobre a utilização do logotipo, deve ser contactado o Gabinete de Comunicação e Inovação (GCI) para esclarecimento.
- Qualquer aplicação que requeira uma utilização diferenciada das padronizadas deve ser previamente submetida ao GCI para aprovação, garantindo a conformidade com as diretrizes da marca.

Envio para Entidades Externas

- Sempre que o logotipo for enviado a entidades externas, deve ser acompanhado pelo Manual de Identidade Visual, assegurando que todas as diretrizes de aplicação sejam cumpridas e respeitadas.

Utilização por Entidades Autorizadas

- Apenas entidades autorizadas podem utilizar os logotipos oficiais do Piaget. Qualquer utilização não autorizada será considerada uma violação das diretrizes da marca.



7. Aplicações

Diretrizes da marca

48



Exemplos de Aplicações



Diretrizes da marca



Exemplos de Aplicações



Diretrizes da marca



50



FIM