

MANUAL  
DE IDENTIDADE

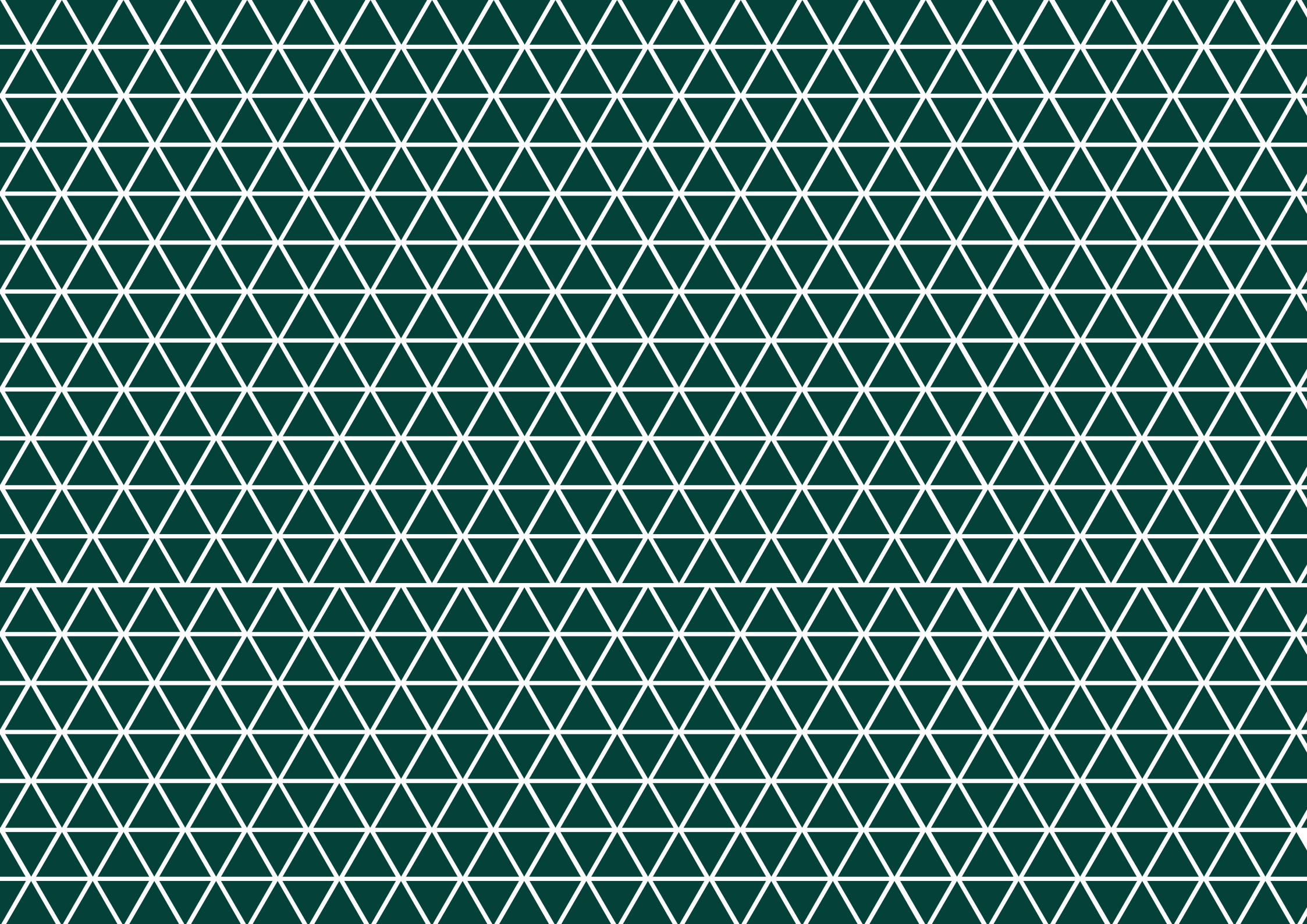
PRACA

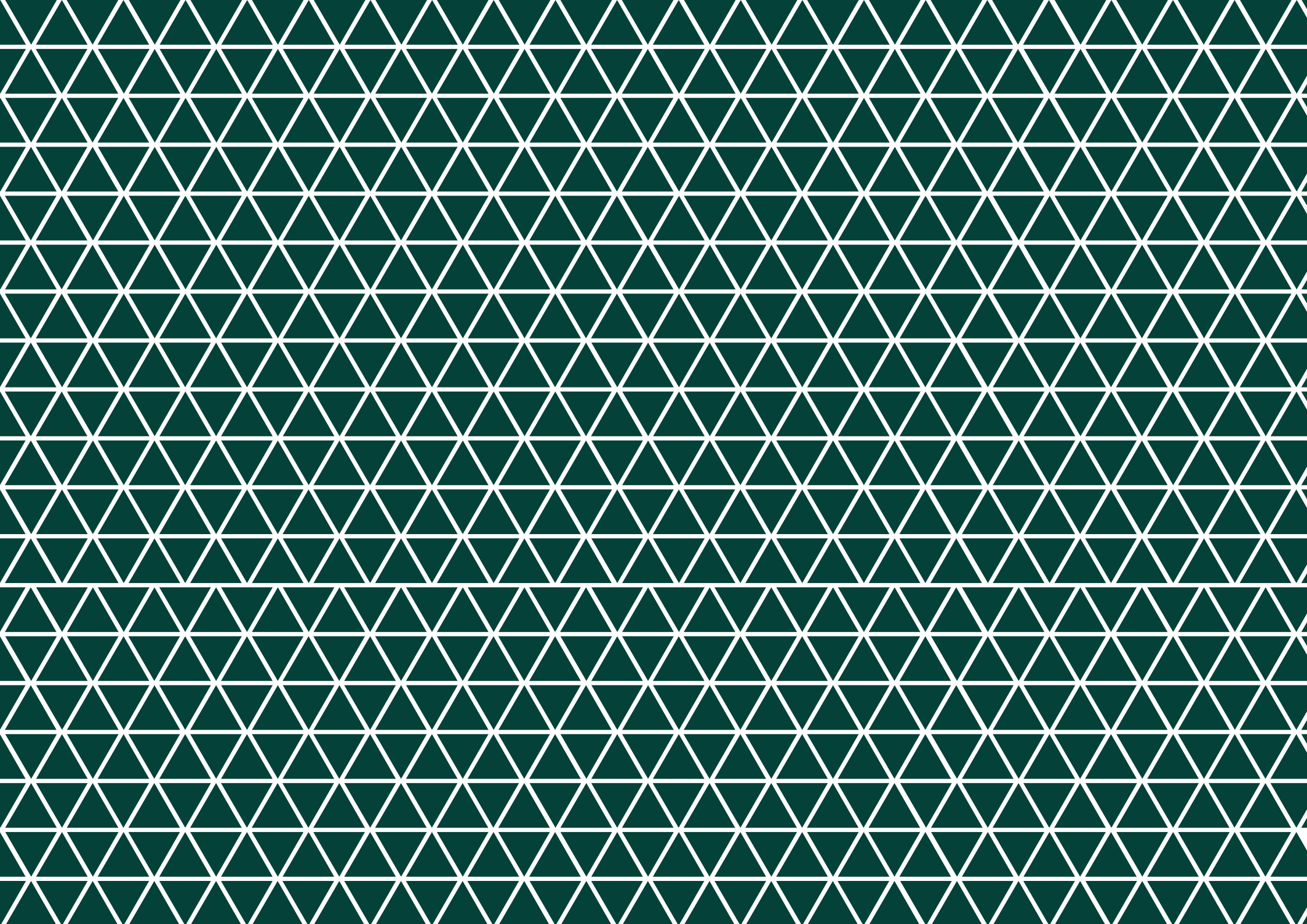
MERCADO MUNICIPAL DE FAMILICÃO



“O Mercado  
é a PRAÇA”







# ÍNDICE





	<b>01</b>		
	<b>A MARCA</b>		
		Introdução	<b>08</b>
		Conceito e nome da marca	<b>10</b>
		Logótipo	<b>12</b>
		Ícones	<b>14</b>
	<b>02</b>		
<b>REGRAS DE UTILIZAÇÃO</b>		Dimensão mínima	<b>18</b>
		Área de proteção	<b>20</b>
		Cor	<b>22</b>
		Tipografia	<b>26</b>
		Comportamento cromático	<b>28</b>
	<b>03</b>		
<b>APLICAÇÕES</b>		Estacionário	<b>32</b>
		Merchandising	<b>34</b>
		Imagens promocionais	<b>46</b>



# 01



# A MARCA

-  Introdução
-  Conceito e nome da marca
-  Logótipo
-  Ícones



# Introdução



“Olá!  
Temos  
PRAÇA.”

O Mercado Municipal é um lugar de trocas, mas também de encontros e de saberes, abrangendo desde logo um público que não é entendido exclusivamente como consumidor, mas também como cidadão, aprendiz, empreendedor, curioso e parceiro.

O Mercado é para ser usufruído por quem habita e trabalha em Famalicão, por quem cruza a cidade e por quem é atraído em lazer.

É um lugar identitário do concelho e que já é pertença da memória dos famalicenses.

Este manual serve para explicar como utilizar a marca e deve ser seguido com o propósito de garantir que a identidade **PRAÇA - MERCADO MUNICIPAL DE FAMALICÃO** esteja presente de forma correta em toda a comunicação.



# Conceito e nome da marca





Para “construir” o Mercado como uma marca distintiva e memorável, o nome “Praça” pareceu-nos o mais adequado para se referenciar a nível regional e nacional.

E porquê? Quando perguntámos às pessoas onde iam, o local “Praça” era o mais consensual.

É uma designação popular tornando-se mais fiel à missão futura que se pretende dar ao Mercado.

# Logótipo



### VERSÃO VERTICAL

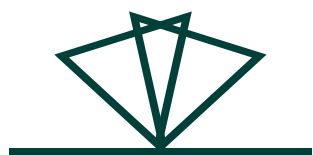


### VERSÃO HORIZONTAL

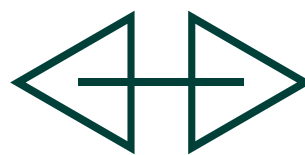


A nova identidade surge através de um elemento arquitetónico triangular que está presente no edifício antigo e que é transposto para o novo mercado. A partir daí, duplicou-se esse elemento e com uma linha sobreposta remete-nos para uma banca de mercado ou mesmo para a letra “M”. É um logótipo que quer pela sua elasticidade, quer pela sua versatilidade, aplica-se com facilidade em diferentes suportes. Assim sendo, é uma marca que, através da sua simplicidade e minimalismo, nos remete ao passado e presente, bem como à tradição e contemporaneidade.

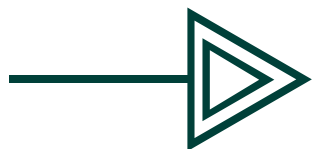
# Ícones



FLORES  
E PLANTAS



PEIXES  
E MARISCOS



PADARIAS



FRUTAS  
E LEGUMES



BANCAS



LOJAS



MERCADO  
DOS LAVRADORES



SERVIÇOS  
ADMINISTRATIVOS






Estes ícones representam a atividade e/ou função dos vários serviços que identificam a marca Praça.  
Deverão ser utilizados na sinalética, site e noutros elementos de divulgação para se identificar a categoria de cada loja.





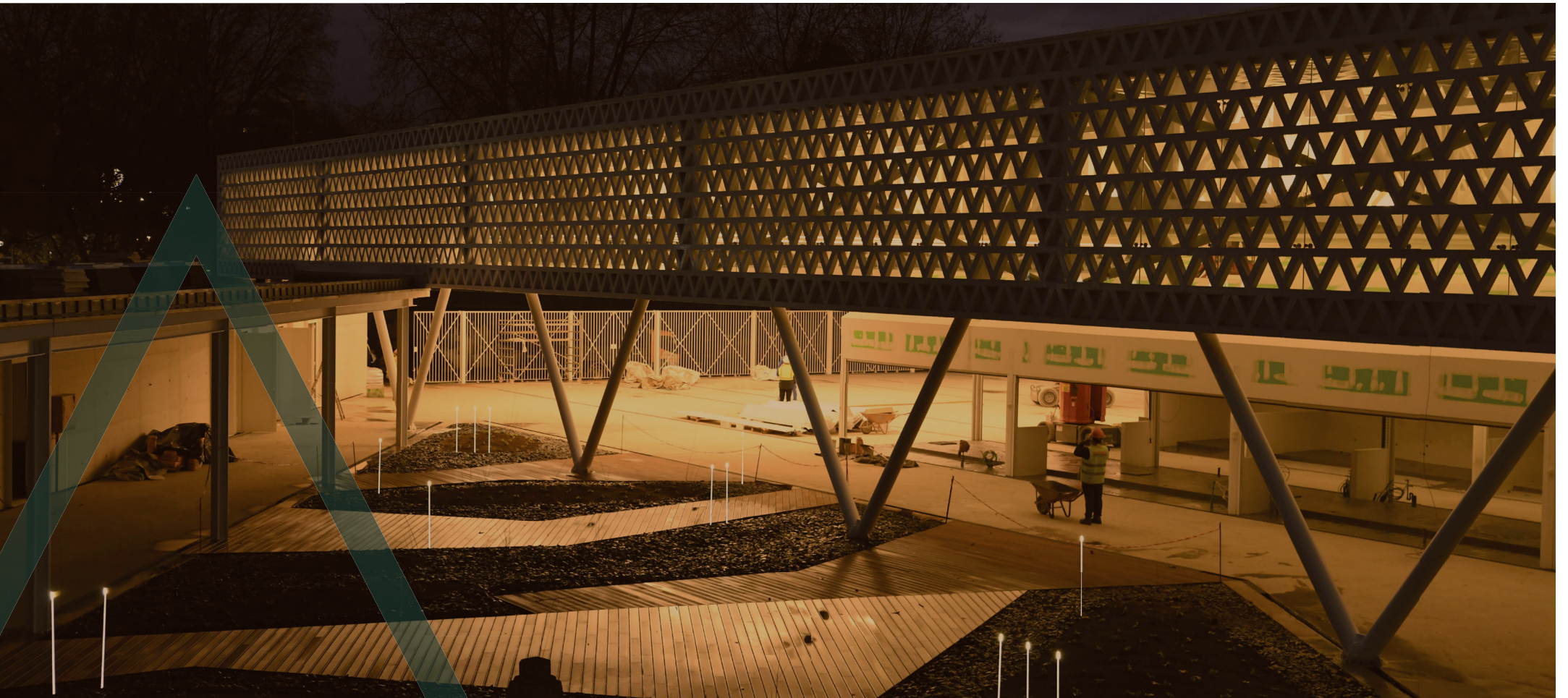
# 02

# REGRAS DE UTILIZAÇÃO

-  Dimensão mínima
-  Área de proteção
-  Cor
-  Tipografia
-  Comportamento cromático



# Dimensão mínima





### VERSÃO VERTICAL



25mm

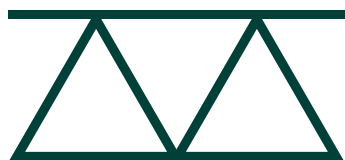


20mm



15mm

### VERSÃO HORIZONTAL



**PRAÇA**

MERCADO MUNICIPAL DE FAMILICÃO

20mm



**PRAÇA**

MERCADO MUNICIPAL DE FAMILICÃO

15mm



**PRAÇA**

MERCADO MUNICIPAL DE FAMILICÃO

10mm

Quando necessário, o logótipo na versão vertical pode diminuir até 15mm de altura e na versão horizontal pode chegar aos 10mm de altura. Estas dimensões devem ter em consideração o formato do suporte onde vai ser utilizado, ajustando assim o seu tamanho consoante a distância a que o logótipo deverá ser lido.

# Área de proteção



VERSÃO VERTICAL



VERSÃO HORIZONTAL

De modo a que o logótipo seja legível, deve existir uma área de proteção limpa na qual não deve ser colocado outro elemento gráfico. Essa área deve ser metade da altura do símbolo na versão horizontal e da altura do símbolo na versão vertical.

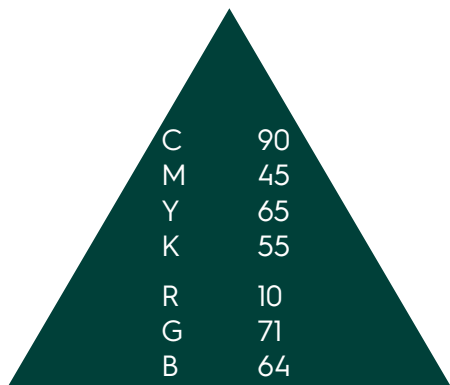
# Cor

C	90
M	45
Y	65
K	55

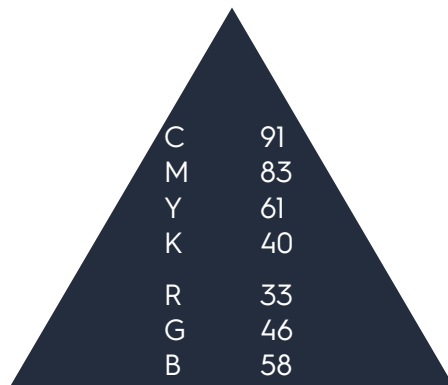
R	10
G	71
B	64

PANTONE 3308C

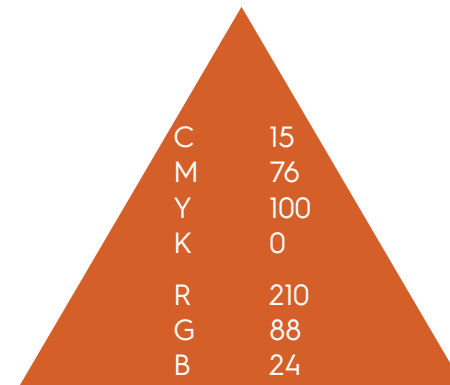
A escolha da cor foi fundamental para a conclusão do logótipo.  
A cor deveria transmitir vitalidade, frescura, biológico, energia, ambiente e rejuvenescimento. Daí a escolha do verde.



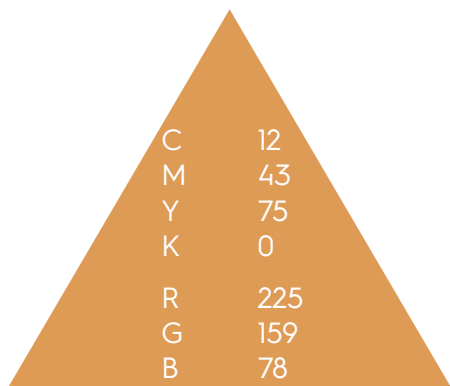
Frutas e Legumes



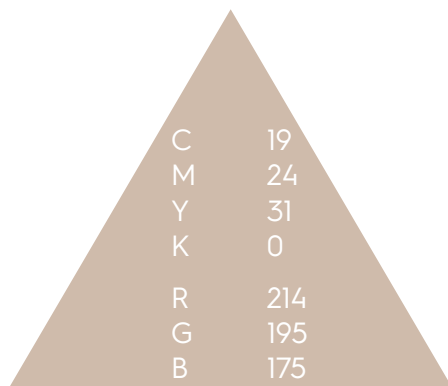
Peixes e Mariscos



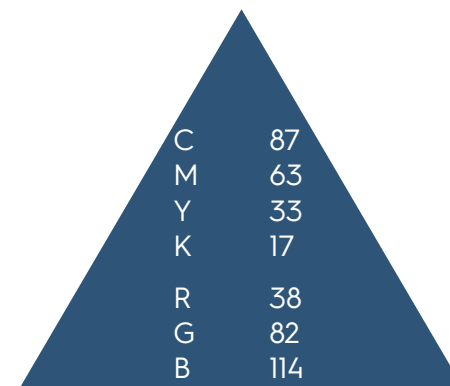
Carnes e Charcutarias



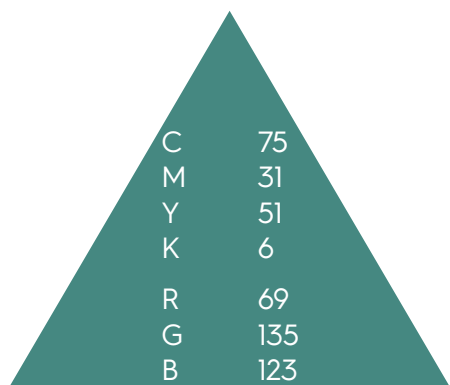
Flores e Plantas



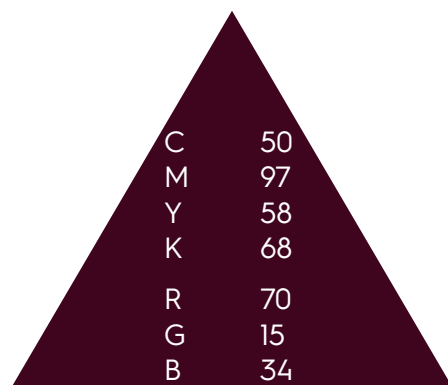
Padarias



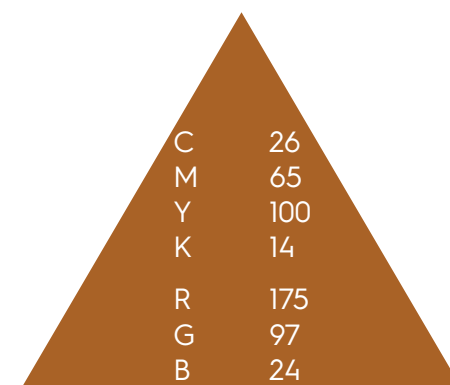
Serviços Administrativos



Mercado dos Lavradores

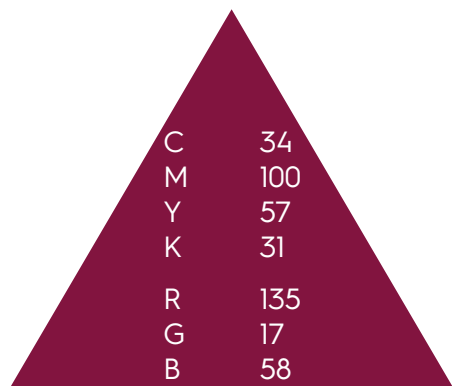


Restauração

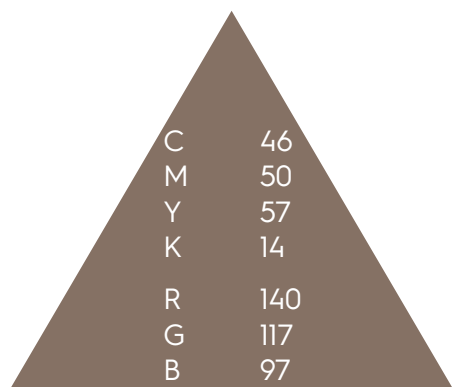


Bancas

Nas diferentes áreas/serviços do Mercado existiu a necessidade de se associar diferentes cores para algumas situações como por exemplo, o mapa interativo do site e publicações das redes sociais.



Cozinha Experimental



Lojas

# Tipografia

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

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9







O tipo de letra escolhido foi “DK Majolica Regular” desenhada por David Kerkhoff.

É uma tipografia que era utilizada nos anos 40 e 50 para identificação de comércio, serviços e até mesmo publicidade. O Mercado Municipal é um desses exemplos onde esse estilo de letra é utilizado na placa de inauguração, pelo que se tentou manter uma tipografia semelhante.

Visto que a fonte “DK Majolica” é um tipo de letra maiúscula, sem serifa e ‘simplificada’, o tipo de letra a ser utilizado como segundo nível é a institucional da Câmara Municipal, a “Hurmes Geometric Sans 4”, tanto a Regular como a Semibold e a Bold, dependendo das aplicações.

# Comportamento cromático





A interação da marca com fundos cromáticos e fotográficos deve ter a maior legibilidade possível. Assim sendo, se a cor do fundo tiver uma opacidade inferior a 50%, a cor do logótipo deverá ser a mais escura. Por sua vez, se a opacidade for superior a 50% deverá ser usada a cor mais clara. No caso de fundos fotográficos, o logótipo deverá ser colocado na posição com mais leitura sendo facilmente identificável.



# 03

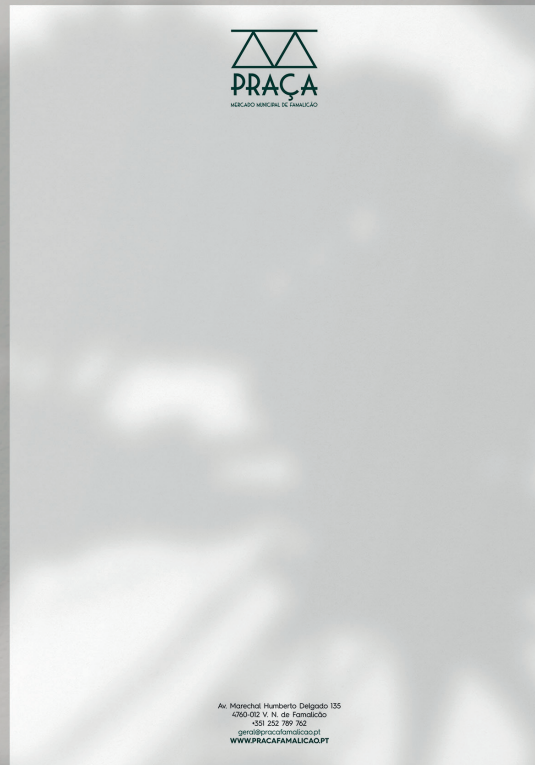


# APLICAÇÕES

- △ Estacionário
- △ Merchandising
- △ Cartazes promocionais



# Estacionário



Os cartões de visita da Praça - Mercado Municipal de Famalicão apresentam a tipografia com o ícone desmaterializado na frente e os dados bem como a continuidade do ícone, no verso.

Os diferentes materiais do estacionário deverão ser impressos ao PANTONE 3308C. Os cartões deverão ser sobre papel Munken Lynx 240g e verniz UV 3D na parte da frente (letras e ícone desmaterializado) e acabamento Soft Touch. Relativamente ao papel de carta, deverá ser sobre papel Munken Lynx 150gr.

# Merchandising

Para **Comerciantes**



Copos de take away/delivery





Caixas de take away/delivery



Caixa de take away/delivery para sopas ou sobremesas



Saco para pão/fruta



Saco de papel

Para **Comerciantes/Visitantes**



Aventais





Máscaras



Máscaras



Saco de Pano / Saco refrigerado





Trolley



Caderno com lápis / Lista de Compras



x



Garrafas



# Imagens promocionais













04 CIDADE **cidade política** 3 de março de 2021

## David Carvalho e Ricardo Mesquita candidatam-se à liderança da JSD



A concelhia de Famalicão da Juventude Social Democrata (JSD) vai a votos no próximo dia 13 de março e na uma lista a sufrágio, encabeçada por David Carvalho e Ricardo Mesquita.

A lista tem como mote "A Juventude de Famalicão faz sentido". David Carvalho, natural de Cavaleiros, é candidato à Comissão Política. Com ele, Ricardo Mesquita, natural de Calendário, é candidato à Mesa de Plenário.

Num momento de desafios extremos, David Carvalho reforça que "a Juventude deve assumir uma maior responsabilidade, representando na sociedade um papel ativo, dinâmico e solidário" e afirma que foi com este espírito que decidiu apresentar a sua candidatura a Comissão Política da JSD de Famalicão.

O candidato afirma ter com ele "uma equipa heterogénea e agregadora, sendo esta candidatura pautada pela sua presença na sociedade civil, zelando pelos interesses da mesma e com especial atenção aos mais jovens".

Este projeto pretende "uma JSD mais aberta à juventude, mais próxima das pessoas e dos problemas que existem no seu quotidiano". David Carvalho e Ricardo Mesquita desejam ainda "uma JSD feita pelos jovens das 49 freguesias do concelho, onde trabalharão nas soluções dos problemas por eles vivenciados". Ricardo Mesquita apela também à necessidade de trazer os jovens para a política. "Somos a geração mais capacitada na História, mas ao mesmo tempo, a que menos participa. Assim, o nosso projeto é ambicioso e amplo, agregando jovens das diferentes freguesias do concelho", conclui.

## Papel dos municípios no desenvolvimento económico das cidades é tema de debate

"O Papel dos municípios no desenvolvimento económico das cidades" é o tema de um debate promovido pela Juventude Social Democrata (JSD) de Famalicão e de Braga, que terá lugar na próxima quinta-feira, dia 4, pelas 21h30.

A partir da Casa das Artes, Paulo Cunha, presidente da Câmara Municipal de Famalicão, e de Ricardo Rio, presidente da Câmara Municipal de Braga, abordam a importância dos municípios no desenvolvimento económico dos territórios.

A JSD Famalicão e a JSD Braga têm como objetivos para esta iniciativa a promoção do debate de políticas a implementar no presente e no futuro nos seus municípios, "que têm vindo a ser uma referência económica e social no panorama nacional, ao longo dos últimos anos", como refere em comunicado. "É o mais jovens para o debate, de forma a integrá-los ativamente, nas decisões futuras destes municípios", acrescenta.

A partir da Casa das Artes, o presente evento será transmitido nas páginas do Facebook da JSD Famalicão e da JSD Braga. Todos os municípios poderão participar na iniciativa, colocando as suas questões via Facebook, no decorrer da iniciativa.

Projeto surge como produto turístico associado ao desporto

## Famalicão cria Rede Municipal de Trilhos da Natureza com 62 quilómetros

O concelho de Famalicão vai dispor de uma Rede Municipal de Trilhos da Natureza com a extensão de 62,3 quilómetros que irá dar a conhecer o património natural e histórico-cultural do território, anunciou a Câmara Municipal. O projeto que surge como produto turístico associado ao desporto e implica um investimento de mais de 204 mil euros, contando com um cofinanciamento na ordem dos 85% (183.475 euros) do Programa Operacional Norte 2020, cuja candidatura já foi aprovada.

Para o presidente da Câmara Municipal, Paulo Cunha, "a rede de percursos estrutura a oferta de um produto turístico, em articulação com os ativos culturais e naturais existentes, e com a oferta de alojamento local e restauração".

Por outro lado, "pela qualidade paisagística de que usufruem, a distribuição geográfica e localização dos trilhos justificam o esforço do investimento proposto", defende o edil, que acredita que este projeto proporcionará "um desenvolvimento mais coeso e em rede dos aglomerados rurais, como estrutura de uma oferta turística específica, mas com necessidade de promoção".

De acordo com a candidatura, a Rede Municipal de Trilhos implica a criação de quatro novos percursos pedestres partindo de traçados previamente definidos. É o caso de Pontas da Vila, um percurso circular com 17,5 km que se desenvolve em torno de Vila Nova de Famalicão. Percorre o núcleo urbano, ligando-o ao Penedo da Moura e



As Caminhadas Concelhias serviram de ponto de partida para a nova rede de trilhos.

ao Monte de Santa Catarina e a Cickova.

O percurso de Nive - Arnoso com 14km que se desenvolve nos vales dos Rios Este e Gil-sande, entre estas duas localidades.

Os Caminhos do Ave, outro percurso circular com 19,8 km, acompanha o rio Ave desde o Parque de Lazer Calça Ferros ao mercado e ponte sobre o rio. No regresso percorre as localidades de Oliveira São Mateus, Oliveira Santa Maria, subindo à Capela de Santa Tecla e regressando ao ponto de partida pela freguesia de Pedome.

Referência ainda para o percurso de Gondifelos, também circular, com 15km, que se desenvolve entre as localidades de

Gondifelos, Gemunde e o Castelo de Penelas, sendo que aproximadamente um terço do percurso decorre em terreno comum com a via ciclo-pedonal Povoia de Vazem - Famalicão.

Numa primeira fase, será feita a limpeza, arranjo e recuperação dos percursos, seguindo-se a sua sinalização, homologação e aplicação móveis.

Refira-se que a Associação de Municípios iniciou em 2010 um conjunto de caminhadas concelhias, envolvendo milhares de participantes, que através da organização de várias etapas, se dava a conhecer os pontos de cada freguesia do concelho, desoordenado e património cultural, a fauna e flora, servindo de ponto de partida para esta Rede Municipal de Trilhos.

## Dia Internacional da Proteção Civil assinalado em Famalicão

O Município de Famalicão assinalou, na passada segunda-feira, 1 de março, o Dia Internacional da Proteção Civil, reunindo nos Paços do Concelho representantes de instituições e equipas que existem com o único propósito de garantir a segurança da população.

"Hoje assinala-se o Dia Internacional da Proteção Civil e em Famalicão o dia começa com um agradecimento especial a todos os agentes que diariamente zelandam pela proteção e segurança da nossa comunidade. Obrigado a todos", escreveu o Município na sua página de Facebook.



PORTUGAL 2020  
NORTE 2020  
PRACA  
Famalicão



# A PRAÇA está a chegar!

acompanhe-nos  
[praça.mercadofamalicão](http://praça.mercadofamalicão)







TEMOS  
**PRAÇA**  
MERCADO MUNICIPAL DE FAMILICÃO

[WWW.PRACAFAMILICAO.PT](http://WWW.PRACAFAMILICAO.PT)

Famalicão  **NORTE2020**  

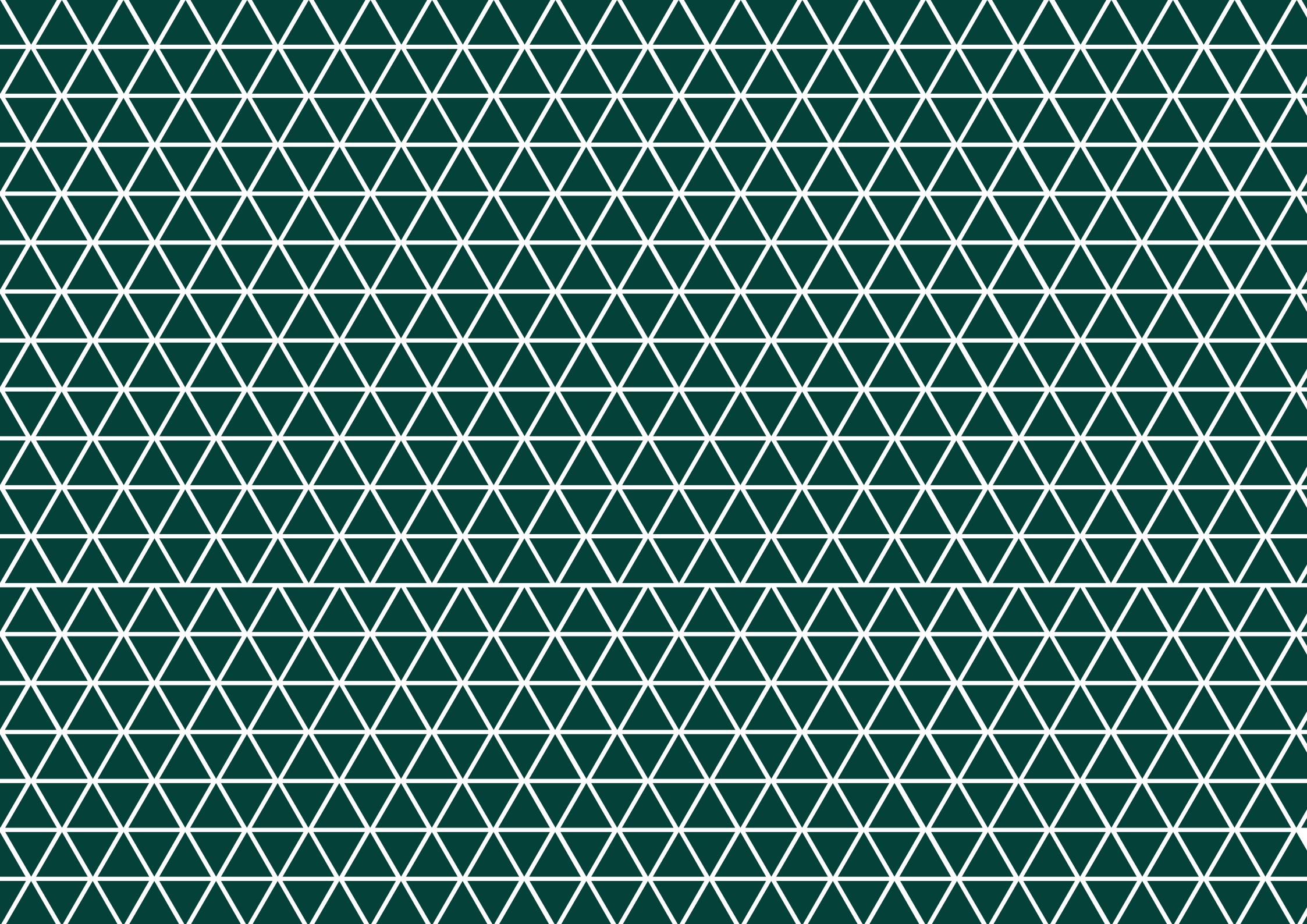


















**Famalicão**  
CÂMARA MUNICIPAL