

Não será permitida a reprodução (por xerox ou scanner) dos elementos gráficos que compõem a logomarca, pois as cópias feitas a partir de material impresso podem alterar a qualidade do desenho original, além de não garantir a manutenção das cores institucionais (azul Votorantim, cinza Votorantim e preto) e das cores diferenciadas das logomarcas de cada negócio.

Os originais eletrônicos, em CD, são a fonte segura e obrigatória para qualquer tipo de reprodução. Em caso de dúvidas, outros esclarecimentos podem ser solicitados à Área de Comunicação da Votorantim Cimentos.

O Programa de Identidade Visual, cuja elaboração esteve a cargo da BC&HDesign, foi coordenado por Marcus Olyntho de Camargo Arruda, da Votorantim Participações, com o apoio de um comitê integrado por representantes de diversas empresas do Grupo.

O boletim Fique por Dentro da Marca está circulando para acompanhar o processo de mudança e pode ser solicitado pelo e-mail: comunicacao@votorantim-cimentos.com.br

A nova Área de Comunicação está coordenando o processo de divulgação da mudança, centralizando o esclarecimento de dúvidas. A Área de Marketing está responsável pela análise de impacto da mudança da logomarca nos produtos e nas diversas ações de mercado.



Esta marca pertence a você

A mudança da identidade visual representa uma excelente oportunidade para a Votorantim Cimentos consolidar a orientação estratégica corporativa adotada há mais de três anos, com a determinação de ser reconhecida como uma empresa única.

A nova **marca institucional funcionará como uma espécie de "guarda-chuva" para toda a comunicação da Empresa** com os seus públicos, dando respaldo às marcas que identificam hoje nossa linha de produtos junto aos clientes.

Esta convivência entre marcas de produtos e marca institucional é comum. Um dos exemplos que ilustram bem como isso acontece é o da Nestlé, cuja marca institucional é usada como "sobrenome" na assinatura de suas diversas marcas de produtos (Leite Moça, Leite Ninho etc).

Na Votorantim Cimentos, o primeiro

passo para incorporar este procedimento no uso da nova identidade visual será dado com a sua **utilização em papéis de cartas, faxes, cartões de visitas, crachás, anúncios e outros materiais em todas as Unidades.**

À medida que se esgotarem, os impressos atuais serão substituídos por novos com a logomarca Votorantim Cimentos. Mas, em algumas peças, as marcas de produtos conviverão harmoniosamente com a identidade corporativa, a exemplo do cartão de visitas da Área Comercial, que vai dar espaço também à marca do produto.

Para facilitar esse processo de mudança, garantir e orientar o uso adequado da marca foi formado na Votorantim Cimentos um **Grupo de Apoio à Mudança de Marca**, do qual participam Sandra Manso (Norte/Nordeste), Janaina Zampiere (Centro-Oeste), Christiane Mainardes, (Sul) e Marlene Sevarolli, (Sudeste). Este grupo já recebeu arquivos de Word para cartas e faxes, bem como a marca para apli-

cação em arquivos do Excel e Power Point, responsabilizando-se pelo atendimento às solicitações dos colaboradores das Fábricas de suas respectivas Regiões.

Já o **Comitê de Identidade Visual**, no qual a Votorantim Cimentos está representada, mantém o compromisso de analisar todas as necessidades que surgirem e apresentar a solução mais adequada, dentro de padrões definidos. Além disso, há um canal sempre aberto com a nova **Área de Comunicação da VC**, que está coordenando a comunicação da mudança, divulgando regularmente nas Unidades o boletim Fique por Dentro da Marca.

Tudo isto está sendo feito para assegurar que todos os colaboradores sejam responsáveis por preservar a integridade da nossa marca. Seja também um guardião do novo padrão de identidade visual da Votorantim Cimentos. Não aceite alterações ou distorções nesta marca, pois ela pertence a você.



Visão Comum é uma publicação interna dirigida a todos os funcionários da Votorantim Cimentos, com objetivo de contribuir para o desenvolvimento de princípios e ações com visão corporativa.

Direção: Recursos Humanos Edição: Fátima Falcão Produção Editorial: Fernando Gomes Criação e Projeto Gráfico: Safety
Coordenação: Área de Comunicação - Daniela Reis Fotolito: LithoSystem Tiragem: 6.000 exemplares



Dezembro de 2000 - nº 13 - Informativo para os funcionários da Votorantim Cimentos

EDITORIAL

O Grupo Votorantim sempre teve o mérito de evoluir e modernizar-se, sem perder a referência de valores como ética, solidez e austeridade.

A nova logomarca é a tradução deste processo e tem um caráter muito significativo para todos nós, dando visibilidade ao propósito de ingressarmos no próximo milênio com disposição renovada. Com essa padronização da imagem institucional, ressalta-se também a força do conjunto, trazendo benefícios para todas as empresas.

É muito importante que cada um de vocês reconheça o valor da nossa marca e adote-a como um patrimônio a ser preservado. A marca é, antes de tudo, o símbolo que nos identifica como membros de um mesmo grupo. É algo que nos une e sintetiza o que somos, o que defendemos, o que aspiramos.

Apresentar-lhes a nova logomarca da Votorantim Cimentos é uma oportunidade de reforçar nossa orientação como empresa única, que está voltada para os mesmos objetivos e compartilha uma visão comum.

Construir uma forte identidade visual não depende apenas da criação da marca em si, mas do uso correto e do respeito às regras na sua aplicação. Isto também faz com que a marca seja uma intermediadora legítima da nossa relação com clientes, fornecedores, comunidades e todos os segmentos da sociedade.

A marca Votorantim Cimentos espelha a reputação empresarial que já consolidamos e, como tal, está vinculada ao comportamento de cada um de seus colaboradores em relação ao atendimento ao mercado, à qualidade dos produtos e serviços, à operação de máquinas e equipamentos e à sua atitude quanto à saúde, segurança e meio ambiente, entre outros fatores nos quais a Empresa busca constantemente a excelência.

Nossa marca está mudando para refletir essa evolução e você é depositário do seu valor. Ao zelar pela marca, você estará, enfim, valorizando seu próprio esforço.

Luiz Vilar de Carvalho
Diretor Superintendente



A marca da evolução e da modernidade

Com um nome construído ao longo de mais de oitenta anos de vida, o Grupo Votorantim possui uma reputação respeitada por todos. A marca Votorantim é uma "assinatura" de produtos e serviços reconhecidos no mercado, representando também pessoas respeitadas em todo o lugar e a qualquer tempo.

A evolução da nossa marca, que você vai conhecer aqui, consolida também uma nova etapa da Votorantim Cimentos em direção ao futuro.

O novo programa de comunicação visual

As novas cores do Grupo Votorantim



Você, como todo cidadão, zela pelo seu nome. Com ele, você se identifica, é lembrado e respeitado pelas pessoas que o reconhecem por suas atitudes e pelos seus valores morais.

É natural que uma empresa tome o mesmo cuidado com aquele símbolo que a identifica. Afinal, a marca representa um patrimônio precioso, que reflete os valores pelos quais clientes, fornecedores, colaboradores, comunidades locais e a sociedade de modo geral nos reconhecem.

O coordenador do Programa de Identidade Visual, Marcus Olyntho de Camargo Arruda, diretor da Votorantim Participações, explica nesta entrevista a importância e os cuidados que cercaram a mudança da logomarca Votorantim, e o seu processo de implantação nas Empresas do Grupo.

Entrevista:
Marcus Olyntho de Camargo Arruda, diretor da Votorantim Participações

O que significa ter uma "identidade" visual?

Identidade visual é o conjunto de elementos gráficos, como cores e símbolos, por meio do qual a imagem de uma empresa é reconhecida por todos.

A marca é o elemento mais forte da identidade visual de uma empresa. E o valor de uma marca forte é incalculável, por isso significa um verdadeiro patrimônio para nós.

Por que a Votorantim está criando esta nova identidade visual?

A amplitude de atuação do Grupo Votorantim exige um redobrado cuidado com a padronização visual. A nova identidade visual foi desenvolvida para permitir essa padronização e potencializar a imagem do conglomerado de empresas, transmitindo uma ideia de evolução e modernidade.

Ao mesmo tempo que resguarda as particularidades de cada empresa, enfa-

tiza a concentração das atividades do Grupo em oito grandes áreas de negócios (Agroindústria, Celulose e Papel, Cimentos, Energia, Finanças, Internacional, Metais e Química).

As "assinaturas" de cada empresa passam a adotar marca e logotipo padronizados, distinguindo-se umas das outras pela denominação do negócio e pela cor. (veja à esquerda). Essa padronização da marca, respeitando-se a necessária individualidade dos diferentes setores de atuação do Grupo, já estava se tornando uma exigência.

O desenho da Marca foi retrabalhado, evidenciando uma evolução, embora seus traços fundamentais tenham sido observados. Juntos, marca e logotipo constituem a logomarca, que deverá tornar-se, a partir de agora, o principal identificador das empresas Votorantim

Marca
Elemento gráfico que identifica as empresas Votorantim

Logotipo
Forma padronizada de grafar o nome Votorantim

Logomarca
Associação da Marca com o Logotipo



O que mudou com esta nova apresentação?

O desenho da marca foi retrabalhado, demonstrando uma evolução, observando seus traços básicos.

Juntos, marca e logotipo (veja abaixo) constituem a logomarca, que deverá tornar-se o principal identificador das empresas Votorantim. O uso diferenciado de cores confere a cada empresa uma personalidade própria.

Como ficou agora a "assinatura" da Votorantim Cimentos?

A assinatura Votorantim Cimentos agora é composta por logomarca e separador (veja à direita), adotando a cor azul como distinção do negócio.

O padrão azul também é a cor utilizada como opção de fundo para aplicação da logomarca.

O que esta mudança representará para nós da Votorantim Cimentos?

A renovação da marca Votorantim representa mais um avanço do processo de mudança que vem acontecendo nos

últimos anos, com o objetivo de consolidar a liderança do Grupo nos setores em que escolheu atuar, aprimorando o foco em negócios estratégicos.

No caso da Votorantim Cimentos, trata-se de um acontecimento especialmente significativo, que reforça a orientação corporativa única, de acordo com o processo de revisão estratégica conduzido pelo Diretor Superintendente Luiz Vilar de Carvalho.

Quando e como será adotada integralmente esta nova logomarca?

A adoção da nova logomarca já está acontecendo no âmbito do Grupo Votorantim.

Na Votorantim Cimentos, como nas demais empresas, a mudança deve acontecer de forma criteriosa e organizada, com o envolvimento de um grupo de colaboradores na implantação da respectiva logomarca. Neste período de assimilação, sua aplicação em materiais e peças diversas será feita gradualmente, à medida que houver oportunidade para a renovação.

As orientações sobre o Programa de Identidade Visual encontram-se no Guia de Referência Provisório, válido até o primeiro semestre de 2001, quando deverá ser apresentado o Manual de Uso da Logomarca.

As novas assinaturas da Votorantim Cimentos

