



CBGolfe

BRANDBOOK

ÍNDICE

01.	O UNIVERSO DA MARCA	03
1.1	Conceito Missão e Visão	04
1.2	Posicionamento	05
1.3	Pilares de Comunicação	06
02.	APLICAÇÃO DA MARCA	08
2.1	Versão Principal	09
2.2	Versão Horizontal	10
2.3	Versão para Fundos Escuros	11
2.4	Versão Traço Positiva	12
2.5	Versão Traço Negativa	13
2.6	Aplicações sobre Fundos	14
2.7	Cores Institucionais	15
2.8	Tipografia Institucional	16
2.9	Tipografia Digital	17
2.10	Área de Proteção	18
2.11	Redução Máxima	19
2.12	Usos Incorretos	20
03.	LINGUAGEM VISUAL	21
3.1	Linha Gráfica	22
3.2	Grafismos	23
3.3	Aplicações	24
04.	LINGUAGEM VERBAL	31
4.1	A Voz da Marca	32
4.2	Tom de Voz	33
4.3	Banco de Palavras e Expressões	34

01.

O UNIVERSO
DA MARCA

1.1 CONCEITO | MISSÃO E VISÃO

MISSÃO

Desenvolver e fomentar o Golfe, por meio das melhores práticas de gestão, ética, transparência, responsabilidade e excelência esportiva.

VISÃO

- Viabilizar um processo sustentável visando aumentar o número de participantes da modalidade.
- Proporcionar mecanismos para a evolução do desempenho esportivo em todos os níveis.
- Ser um esporte reconhecidamente universal e propagador do desenvolvimento do caráter e dos valores da vida.

VALORES

- Olimpismo
- Liderança
- Integridade
- Responsabilidade Social
- Respeito

1.2 POSICIONAMENTO

TRANSPARÊNCIA

O golfe se apoia na honra, na honestidade e na seriedade de seus jogadores. A CBGolfe, como instituição, incorpora esses valores: jogamos limpo e às claras.

ORGANIZAÇÃO

Somos estruturantes, viabilizadores e trabalhamos incansavelmente pela evolução sustentável do golfe no país.

COMUNICAÇÃO

Disseminamos conhecimento, somos acessíveis e abertos ao diálogo. Acreditamos que o golfe é para todos.

1.3 PILARES DE COMUNICAÇÃO

DESTACAR TALENTOS, REVELAR BELEZAS, INSPIRAR O PÚBLICO

Precisão e emoção, em uma só tacada.

Este pilar dialoga principalmente com os fãs e desportistas.

É assim que a CBGolfe entra em campo: disseminando a cultura do golfe e contagiando fãs e futuros atletas. Trabalhamos para tornar conhecidos os valores e a energia única do esporte em que o foco, a preparação física e mental e a perseverança sempre saem vencedores.

COMPROMETIMENTO E ENVOLVIMENTO

Equipe engajada, bem treinada e vitoriosa.

Este pilar relaciona-se com o público interno.

Internamente, a CBGolfe tem como marca registrada a dedicação total de um time comprometido com a expansão do esporte, sempre em consonância com as atitudes dos golfistas: determinação, honra, autonomia e regras claras.

GESTÃO ESPORTIVA ESTRUTURANTE

Melhores práticas são a nossa bandeira.

Este é o pilar focado na indústria.

A CBGolfe é um espaço de interlocução permanente com a comunidade do golfe. Qualificamos, provemos conhecimento, promovemos o aperfeiçoamento de desportistas, professores e árbitros. Miramos a evolução, a excelência e o reconhecimento da modalidade, no Brasil e no mundo.

REFERÊNCIA EM GOVERNANÇA E LIDERANÇA

Valores que geram valor.

Dialoga com parceiros externos.

Representante máxima do golfe no Brasil, a CBGolfe tem como ativos os valores associados ao esporte: tradição com inovação, competitividade com honestidade, alto desempenho com cordialidade. O golfe cria experiências únicas e memoráveis para seus fãs, atletas e parceiros de negócios.

É assim que a CBGolfe entra em campo: disseminando a cultura do golfe e contagiando fãs e futuros atletas. Trabalhamos para tornar conhecidos os valores e a energia única do esporte em que o foco, a preparação física e mental e a perseverança e sempre saem vencedores.

A CBGolfe é um espaço de interlocução permanente com a comunidade do golfe. Qualificamos, provemos conhecimento, promovemos o aperfeiçoamento de desportistas, professores e árbitros. Miramos a evolução, a excelência e o reconhecimento da modalidade, no Brasil e no mundo.



Internamente, a CBGolfe tem como marca registrada a dedicação total de um time comprometido com a expansão do esporte, sempre em consonância com as atitudes dos golfistas: determinação, honra, autonomia e regras claras.

Representante máxima do golfe no Brasil, a CBGolfe tem como ativos os valores associados ao esporte: tradição com inovação, competitividade com honestidade, alto desempenho com cordialidade. O golfe cria experiências únicas e memoráveis para seus fãs, atletas e parceiros de negócios.

02.

APLICAÇÃO
DA MARCA

2.1 VERSÃO PRINCIPAL



Esta é a versão principal da marca e deverá ser utilizada sempre que possível. Deve ser aplicada sobre fundo branco ou fundos claros que contrastem com as cores da marca e que não prejudiquem sua legibilidade.

Para aplicação sobre fundos escuros, utilizar a versão apresentada na seção 2.3 Versão para Fundos Escuros, na página 11.

2.2 VERSÃO HORIZONTAL



Esta é a versão horizontal da marca, devendo ser utilizada apenas caso a área disponível não favoreça à versão principal. Deve ser aplicada sobre fundo branco ou fundos claros que contrastem com as cores da marca e que não prejudiquem sua legibilidade.

Para aplicação sobre fundos escuros, utilizar a versão apresentada na seção 2.3 Versão para Fundos Escuros, na página 11.

2.3 VERSÃO PARA FUNDOS ESCUROS



Esta é a versão para aplicação sobre fundos escuros, sendo este preferencialmente o azul da linha gráfica ou fundos escuros que contrastem com as cores da marca e que não prejudiquem sua legibilidade.

Para aplicação sobre fundos claros, utilizar a versão apresentada na seção 2.1 Versão Principal, na página 09 ou a versão apresentada na seção 2.2 Versão Horizontal, na página 10.

2.4 VERSÃO TRAÇO POSITIVA



A versão traço positiva deverá ser utilizada apenas quando houverem limitações de produção, geralmente em impressos ou técnicas que não permitam mais de uma cor.

O azul da marca é a cor preferencial a ser utilizada, mas também pode ser aplicada em preto, sempre sobre fundos claros, desde que não prejudiquem sua legibilidade.

Para aplicação sobre fundos escuros, utilizar a versão apresentada na seção 2.5 Versão Traço Negativa, na página 13.

2.5 VERSÃO TRAÇO NEGATIVA



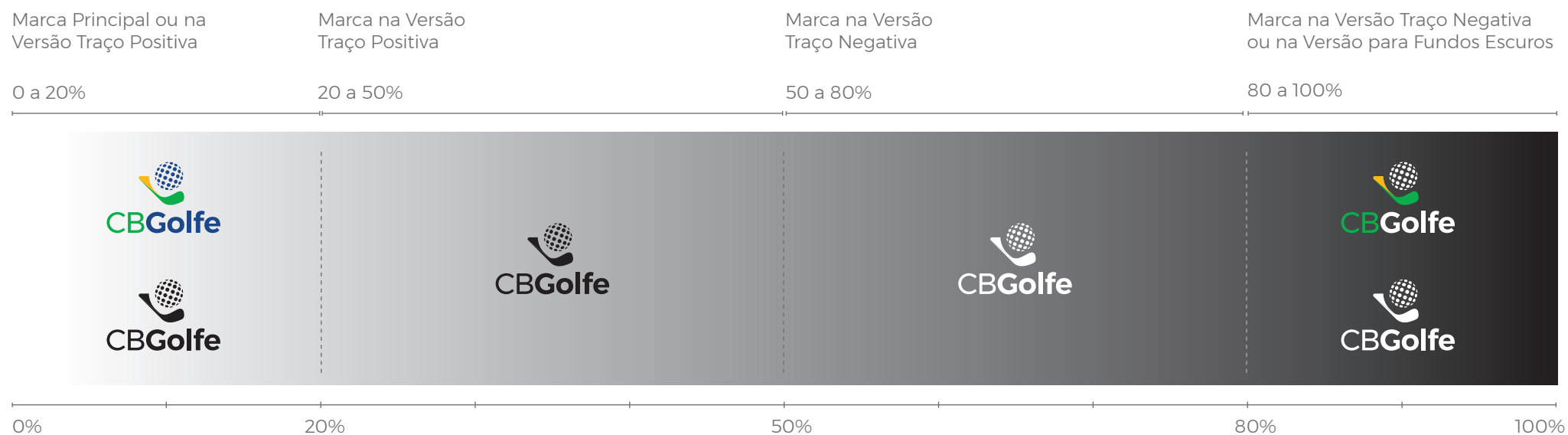
A versão traço negativa deverá ser utilizada apenas quando houverem limitações de produção, geralmente em impressos ou técnicas que não permitam mais de uma cor.

Deve ser aplicada preferencialmente em branco ou amarelo sobre o fundo verde ou azul da linha gráfica, mas também pode ser aplicada sobre outros fundos escuros ou preto, desde que não prejudiquem a legibilidade da marca.

Para aplicação sobre fundos claros, utilizar a versão apresentada na seção 2.4 Versão Traço Positiva, na página 12.




2.6 APLICAÇÕES SOBRE FUNDOS

A escolha de qual versão aplicar sobre fundos depende da porcentagem tonal do fundo, conforme exemplificado no gráfico abaixo.



2.7 CORES INSTITUCIONAIS

CORES PRINCIPAIS DA MARCA

	Pantone®	CMYK*	RGB
	354 C	C85 M0 Y100 K0	R0 G165 B80
	1235 C	C0 M30 Y100 K0	R255 G180 B50
	288 C	C100 M85 Y20 K0	R15 G50 B105

CORES COMPLEMENTARES DA LINHA GRÁFICA

	7686 C	C85 M60 Y20 K0	R35 G75 B140
	289 C	C100 M80 Y20 K30	R0 G35 B75
	355 C	C100 M0 Y100 K0	R0 G140 B70
	7729 C	C100 M40 Y80 K40	R0 G60 B50

Para reprodução das cores institucionais, deve-se utilizar as indicações de cores a seguir, considerando-se alguns critérios básicos:

PANTONE®

Sempre utilizar como referência a escala de cores do sistema Pantone® para garantir a fidelidade de cores.

POLICROMIA

Utilizar os percentuais CMYK indicados na tabela ao lado para impressões em policromia.

RGB

Utilizar as referências RGB indicadas na tabela ao lado para aplicações da marca em saídas de tela.

*Cores CMYK sempre devem ser testadas em gráfica com uma prova de impressão, dado as variações de configuração de máquina.

2.8 TIPOGRAFIA INSTITUCIONAL

TIPOGRAFIA PRINCIPAL INSTITUCIONAL

Montserrat Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,./!@#\$%^&*()

Montserrat Medium
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,./!@#\$%^&*()

Montserrat Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,./!@#\$%^&*()

TIPOGRAFIA AUXILIAR

CorpoA Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,./!@#\$%^&*()

CorpoA Demi
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,./!@#\$%^&*()

CorpoA Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,./!@#\$%^&*()

2.9 TIPOGRAFIA DIGITAL

Aplicação apenas nos casos em que a tipografia institucional não seja possível, geralmente em meios digitais.

Verdana
Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,./!@#\$%^&*()

*Verdana
Italic*

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,./!@#\$%^&*()*

**Verdana
Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,./!@#\$%^&*()**

***Verdana
Bold Italic***

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890,./!@#\$%^&*()***

2.10 ÁREA DE PROTEÇÃO



A área de proteção é o espaço que deve ser preservado ao redor da marca para garantir que ela tenha sempre o destaque e a visibilidade necessários.

Essa é a área mínima recomendada; o espaço ao redor da marca pode - e deve - sempre que possível ser maior.

2.11 REDUÇÃO MÁXIMA



A redução máxima permitida da versão principal é de 1,25 cm de largura e a da versão horizontal é de 1,5 cm de largura. Isto não significa que esta medida deva ser utilizada para qualquer processo de impressão. Certifique-se de que o processo escolhido garante a qualidade e a legibilidade da marca.

Não será permitida a reprodução da marca em dimensões menores do que as apresentadas.

2.12 USOS INCORRETOS



Distorcer as proporções da marca



Alterar as proporções dos elementos



Utilizar a marca com contorno nos elementos



Desrespeitar a área de proteção da marca



Utilizar outras fontes



Acrescentar ou sobrepor elementos à marca



Inclinar ou rotacionar a marca



Utilizar a marca sobre fundos que não preservam sua perfeita leitura



Criar versões de cor inexistentes

Para garantir a integridade da marca da CBGolfe e seus padrões gráficos, use sempre os arquivos originais.

Os exemplos ao lado ilustram utilizações incorretas e que não devem ser utilizadas.

03.

LINGUAGUEM
VISUAL

3.1 LINHA GRÁFICA



Para a aplicação da linha gráfica, o taco de golfe, do símbolo da marca, é ampliado formando curvas com movimentos fluidos que acompanham o movimento do esporte, compondo o ambiente da peça.

As curvas podem ser utilizadas de diferentes formas e escalas, permitindo uma grande variedade de layouts dentro da mesma linguagem.

O grafismo representa o movimento da CBGolfe que está sempre se renovando.

3.2 GRAFISMOS

Exemplos para visualizar como o grafismo foi construído com o símbolo da marca ampliado:



3.3 APLICAÇÕES

Exemplos para visualizar como o grafismo é aplicado:



3.3 APLICAÇÕES



Conheça a nova marca CBGolfe.
Paixão e tradição, sempre renovadas.



cbg.com.br

3.3 APLICAÇÕES



3.3 APLICAÇÕES

Post de rede social



A social media post featuring a male golfer, André Tourinho, wearing a dark blue cap with the Brazilian flag and a dark blue polo shirt. The background is a mix of green and blue, with a large blue wave graphic at the bottom. The text is in white on a dark blue background.

“Estou muito feliz com a conquista e agradeço muito a Confederação Brasileira de Golfe pelo trabalho que tem feito comigo”

ANDRÉ TOURINHO

cbg.com.br



A social media post featuring a female golfer, Luiza Altmann, wearing a blue visor and a dark blue sleeveless polo shirt. The background is a mix of green and blue, with a large green wave graphic at the bottom. The text is in white on a dark green background.



“Eu acho que isso foi só o começo. O que eu aprendi esse ano me deu toda a base para continuar e fazer melhor no ano que vem”

LUIZA ALTMANN

cbg.com.br



3.3 APLICAÇÕES



3.3 APLICAÇÕES



3.3 APLICAÇÕES



04.

LINGUAGUEM
VERBAL

4.1 A VOZ DA MARCA

A Voz da Marca não é um conjunto rígido de regras, mas sim a manifestação verbal de um jeito de ser e de agir – consistente com a personalidade da marca. Sendo assim, a CBGolfe reforça a essência de paixão e tradição, sempre renovadas em cada ponto de contato com os seus públicos.

4.2 TOM DE VOZ

SEMPRE

- Dá preferência ao termo atletas, em lugar de jogadores. A CBGolfe deseja que o golfe seja percebido como um esporte, não como um hobby. Deve começar pelas palavras que usa para se referir aos golfistas.
- Valoriza o esforço realizado para se obter bons resultados nas competições.
- Reforça a evolução da modalidade: não é só o primeiro lugar que importa, mas o conjunto de conquistas do país.
- Dá importância à equipe, quando for o caso, ao treinador, aos demais competidores e aos patrocinadores.
- Fala de eventuais problemas com foco na solução, na superação de desafios. A voz do CBGolfe é sempre elegante, objetiva e otimista. Não transmite negatividade.

NUNCA

- Usa termos como “Fazemos o possível” / “É o que dá”.
- Recorre a desculpas como “A situação foi emergencial” / “Não houve tempo”.
- A CBGolfe não busca culpados para uma performance aquém da esperada – simplesmente aprende com ela, por entender que vitórias, derrotas e surpresas são parte da vida esportiva.

4.3 BANCO DE PALAVRAS E EXPRESSÕES

PRECISÃO E EMOÇÃO, EM UMA SÓ TACADA

Este pilar dialoga principalmente com os fãs, atuais e futuros, e potenciais atletas.

OBJETIVOS

Gerar visibilidade e desejo pela marca CBGolfe.

SENTIMENTOS

Empolgação, admiração.

Talento
Tenacidade
Concentração
Determinação
Perseverança
Empenho
Performance
Inspiração
Potência
Precisão
Energia
Vibração
Desafio
Foco
Cultura do golfe
Atitude
Estilo de vida
Preparação física e mental
Técnica a serviço da emoção

Competitividade
Longevidade esportiva
Resultados
Performance
Títulos
Desempenho
Velocidade nas tacadas
Habilidade
Honestidade
Confiabilidade
Convívio
Cavalheirismo
Networking
Diversão
Genderless
Ageless
Desafiador
Rituais
Etiqueta

Cortesia
Sensibilidade
Seriiedade
Serenidade
Referência
Garra
Caráter
Honra
Carisma
Beleza
Outdoor
Encontros
Comunidade
Viagens
Criatividade
Paixão pelo esporte, baixa desistência
Ambição positiva
Momentos memoráveis
Equipados para a vida

4.3 BANCO DE PALAVRAS E EXPRESSÕES

MELHORES PRÁTICAS SÃO A NOSSA BANDEIRA

Este pilar relaciona-se com os atletas e indústria do golfe.

OBJETIVOS

Expandir a percepção da relevância da marca e consolidar o entendimento de suas qualidades.

SENTIMENTOS

Proximidade, respeito, abertura ao diálogo.

Excelência
Evolução do esporte
Backstage
Modernização
Desenvolvimento esportivo
Crescimento
Capacitação de professores, árbitros e atletas
Formar
Qualificar
Solucionar
Direcionar
Diretrizes
Educação

Conhecimento
Encorajamento
Normatização
Planejamento
Incentivo
Acesso total
Metodologias
Treinamento
Aperfeiçoamento
Critérios
Difundir a modalidade
Comunicação
Promoção
Fomento
Profissionalização

Busca de referências
Suporte logístico
Infraestrutura
Investimentos criteriosos
Interação
Viabilização
Sintonia com o novo
Relacionamento*
Apoio à parte física e técnica
Desenvolvimento sustentável da modalidade
Da base ao alto rendimento

*Federações, clubes, atletas amadores, professores, COB, Ministério do Esporte, mídia, patrocinadores, parceiros privados, parceiros públicos, funcionários, entidades internacionais e voluntários.

4.3 BANCO DE PALAVRAS E EXPRESSÕES

EQUIPE ENGAJADA, BEM TREINADA E VITORIOSA

Este é o pilar voltado para o time CBGolfe, que efetivamente faz confederação acontecer.

OBJETIVOS

Reforçar a autoestima e o espírito de equipe, destacar a importância das melhores práticas.

SENTIMENTOS

Transparência, autonomia, ética.

Organização
Engajamento
Comprometimento
Profissionalismo
Metas
Eficiência
Empreendedorismo
Processos claros
Prestação de contas
Compliance, accountability
Governança
Gestão inovadora

Trabalho conjunto
Autonomia
Responsabilidade
Visão de futuro
Vestir a camisa do time
Legado positivo
Boas práticas
Prazer em trabalhar
Troca de ideias, informações, experiências
Valores de transparência, organização e determinação devidamente incorporados

4.3 BANCO DE PALAVRAS E EXPRESSÕES

VALORES QUE GERAM VALOR

Este é o pilar focado nos parceiros de negócios – públicos e privados, atuais e futuros.

OBJETIVOS

Construir e estreitar relacionamentos produtivos.

SENTIMENTOS

Atração, senso de oportunidade.

Liderança
Protagonismo
Estratégia
Paixão pela excelência
Prestígio
Qualidade
Sofisticação
Leveza
Oportunidades
Representatividade
Integridade
Credibilidade
Convergência
Modernização do esporte

Rejuvenescida
Influenciadora
Plano de combate à corrupção e desvios de conduta consolidado
Mais elite esportiva, menos elite social
Diversidade etária e de gênero
Inclusão por meio do esporte
Responsabilidade social
Capilaridade (abrangência nacional)
Popularização
Impacto positivo na vida das pessoas e do país



CBGolfe

R. Pais de Araujo, 29 · 3º Andar · Cj. 32 e 33 · Itaim Bibi
São Paulo - SP · 04531-090
Tel: + 55 11 3254-5757 · cbg.com.br