

A large, stylized graphic of an eye or a lens, composed of several overlapping, semi-transparent blue shapes, positioned in the upper half of the page.

marina
premià
manual corporativo

por Vicky de Clascá Subirá
Septiembre de 2002

manual corporativo de la marca 'marina premià'

cliente Marina Premià

diseño gráfico Vicky de Clascà Subirà

e-mail vicksc@terra.es

septiembre de 2002

Las versiones de la marca de este manual, vienen expresadas en ficheros adjuntos en el CD-ROM, en formatos '.jpeg', '.gif' y 'freehand10'. Podrá localizar el documento por el número de apartado:

- 1 marca color y márgenes de protección
- 2 marca bn y tintas
- 3 color y tipografía
- 4 disposiciones de la marca
- 5 imagen gráfica

manual corporativo



marina premià. 'marina premià' es la sociedad que explota el Puerto Deportivo de Premià. Desarrollará las actividades de dirección, recepción y marinería en contacto con los clientes. La presencia en el puerto del "Cram" añade a la imagen del deporte náutico, la de la preservación de la vida i el entorno marino. También cabe decir que dicha marina estará ubicada en uno de los centros lúdicos más importantes del Maresme.

significado de la marca. Para unir todos esos conceptos en una sola imagen se optó por representar gráficamente elementos náuticos y animales marinos. Con trazos muy simples, se fusionaron un pez i dos veleros: donde el velero parecía estar navegando en el lomo del pez. El conjunto del esbozo recordaba a una tortuga, así que se le añadió la pata inferior izquierda para completar al cetaceo. La curva superior de la tortuga imita al mismo tiempo el movimiento de una ola, sobre la cual navega una vela gigante. La tortuga es un animal muy representativo del puerto, ya que es uno de los animales protegidos en el "Cram", una asociación para la protección de animales marinos con la que mantiene un vínculo respetuoso y medioambiental, y de situación muy próxima a "marina premià". En dicho centro reavilitan las tortugas, i las devuehen al mar.

El nombre de "marina premià" se escribió con una tipografía de palo seco redonda ("decon destruct") y se fue estilizando hasta

conseguir una imagen más ligera i dinámica, y de tal manera que los trazados se parecieran a los del imagotipo (la tortuga).

El resto se solucionó con los colores. El azul de fondo con el blanco cumplían con los clásicos colores marítimos, mientras que el naranja representava la parte más lúdica y dinámica del puerto. La integración del logotipo y del imagotipo se solucionó de tal manera que el pie de la tortuga (o la cola del pez, según se mire) funciona coma la tilde (abierta) de la 'a' de 'premià'.

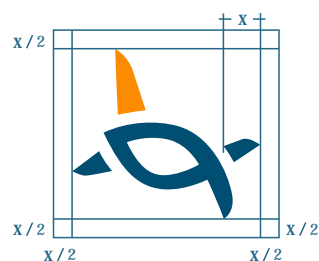


1b imagotipo**1c** logotipo**1a** marca

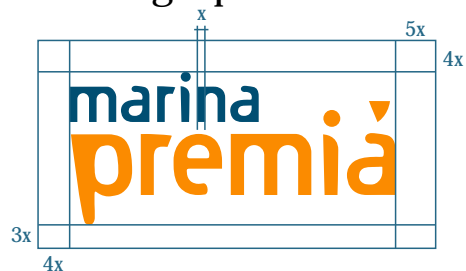
1a marca. versión de la marca de uso preferente en todas las aplicaciones. En medida de lo posible aplicaremos la marca de fondo azul, y sobre fondos claros-blancos aplicaremos el negativo (ver 1a.1). El tamaño mínimo al que se reproducirá esta versión es de 20 mm. de altura (márgenes de protección incluidos). Cuando se cale sobre fotografías u otras imágenes, deberá ser en un área con alta densidad de color, de manera que la Imagen cale con buen valor de contraste. Esta versión no debe ser usada sobre texturas.

1b logotipo y 1c imagotipo. se utilizarán sólo cuando la versión de la marca principal ya haya sido anteriormente aplicada, y siempre y cuando su uso esté debidamente justificado. Éstos sólo convivirán con la marca en un mismo espacio visual, bajo criterios que no irumpan la imagen corporativa ni la legibilidad (ver apartados 4 y 5).

1b.1 imagotipo



1c.1 logotipo



1a.1 marca



1.1 márgenes de protección. Tanto la marca y sus versiones, como el logotipo y el imagotipo, tienen áreas mínimas de protección para preservar su legibilidad e integridad visual. Por lo tanto, ningún elemento debe invadirlas. Aquí se muestran estas áreas y sus proporciones con respecto a cada imagen.

1a.1 marca, 1c.1 logotipo 1c.1 imagotipo, sobre fondo blanco y márgenes de protección correspondientes. Los márgenes de protección son los mismos en ambas versiones (color y negativo).



2 marca b/n y negativo - tintas y fondos de color

2.1 marca en b/n y negativo, 1 color. Utilizaremos esta versión para aplicaciones de 1 tinta.

2.2 marca sobre fondo blanco y colores secundarios, 2 colores. Utilizaremos esta versión para aplicaciones de 2 tintas..

2.3 marca sobre fondo de color, 3 colores. Utilizaremos esta versión para aplicaciones de 3 tintas.

2 marca b/n y negativo - fondos de color

3a color

634 Pantone 137 Pantone

CMYK: 100, 0, 8, 47
 RGB: 0, 78, 114
 HLS: 198, 10%, 22%
 HSV: 199, 100%, 45%
 web: #00497A

Pantone d.i.: 116 C 2x
 CMYK: 0, 38, 100, 0
 RGB: 251, 139, 0
 HLS: 33, 100%, 49%
 HSV: 33, 100%, 98%
 web: #FFA700

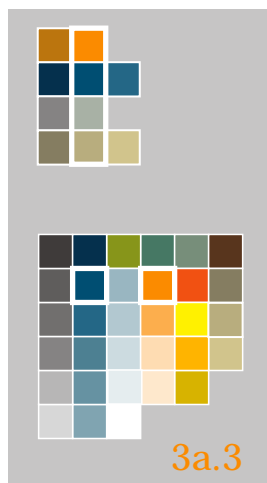
3a.1

877 Pantone 10-7 Pantone CVS

CMYK: 30, 24, 24, 0
 RGB: 149, 149, 152
 HLS: 239, 59%, 1%
 HSB: 240, 2%, 60%
 web: #959598

CMYK: 2, 0, 28, 22
 RGB: 189, 169, 97
 HLS: 48, 61%, 29%
 HSV: 30, 50%, 80%
 web: #B5B088

3a.2



3a.3

3a.1 colores principales. los colores principales pertenecen a los números pantone 634C y 137C. **3a.1 colores secundarios** estos colores nos servirán de apoyo, para tener más versatilidad en la imagen gráfica. Separaremos los tipos de información según su color (ver 5.1) Utilizaremos el color plateado 634 como color secundario para la imagen publicitaria. El color beige nos servirá como color de apoyo para merchandising, uniformes y señalización. **3a.2 paleta de colores.** a usar con discreción, para complementar el uso en aplicaciones (ver valores en el CD adjunto al manual).

3b.tipografia la tipografía principal con las que está escrito “marina premià”, ha sido exclusivamente diseñada y adaptada a dicho logotipo, por lo que no habrá un uso más extenso de dicha tipografía, que el del propio logotipo. Por lo contrario haremos uso de la familia tipográfica “Akzienz Grotesk”. Aplicaremos dicha tipo para los textos secundarios de papelería, señalización, i publicidad incluido el slogan de esta. Como dicha familia carece de cursivas usaremos “HelveticaNeueCondensedOblique”: light y regular.

3b tipografia

subtítulos: **akzienz grotesk bold**
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

subtítulos y txto corrido sobre fondos oscuros:
 akzienz grotesk roman
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 1234567890'!"·\$%&/()=?¿^*Ç_::;''-i'}][{

textos corrido: akzienz grotesk light

abcdefghijklmnopqrstu
 vwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQR
 STUVXYZ
 1234567890'!"·\$%&/()=?¿^*Ç_::;''-i'}][{

traducciones1:

HelveticaNeueCondensedRegularOblique

abcdefghijklmnopqrstu
 vwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQR
 STUVXYZ
 1234567890'!"·\$%&/()=?¿^*Ç_::;''-i'}][{

traducciones2:

HelveticaNeueCondensedLightOblique

abcdefghijklmnopqrstu
 vwxyz
 ABCDEFGHIJKLMNOPQR
 STUVXYZ
 1234567890'!"·\$%&/()=?¿^*Ç_::;''-i'}][{

4 disposiciones de la marca



4.1



4.2



4.6



4.6.1



4.3



4.4



4.5

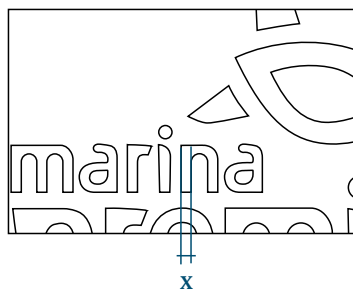


4.6.2

Las disposiciones de la marca nos servirán para ubicar y adaptar la marca a diferentes espacios según altura tamaño o alineación. **4.1 disposición principal.*** como norma general y en medida de lo posible, siempre utilizaremos esta versión **4.2 importancia del imagotipo sobre el logotipo.*** disposición para destacar el imagotipo **4.3 disposición alargada.*** para ubicación de la marca en espacios horizontales muy reducidos o con poca legibilidad. Esta disposición tiene tres posibles alineaciones: derecha (arriba), central (medio), y izquierda (abajo) **4.4 disposición horizontal.*** esta versión debe ser usada sólo en aplicaciones con espacio vertical limitado. Tiene posible alineación a la izquierda y a la derecha. **4.5 importancia del logotipo sobre el imagotipo.** para uso en espacios verticales limitados, dónde se quiera destacar el logotipo por encima del imagotipo. Tiene dos alineaciones: izquierda y derecha. **4.6 marca con slogan.*** el slogan o la razón social aparecerán en "azkiens berthold regular" en color blanco sólo de uso en aplicaciones promocionales o de publicidad **4.6.1 y 4.6.2*** para formatos cuadrados (enmarcados o no), o versiones para uso de cabecera de un texto.

*El tamaño mínimo al que se reproducirá la marca, es de 3mm de altura de la 'a' de 'marina'

4 disposiciones de la marca: márgenes de protección



4.2



4.6



4.6.1



4.3



4.4



4.5



4.6.2

disposiciones sobre fondo blanco. Los márgenes de protección son los mismos en fondo azul que en fondo blanco.

5 imagen gráfica



5.1.1.1



5.1.1.2 y 5.3.1.1



5.1.2



5.1.3



5.1.4



5.1.5

Para aplicar el logo en soportes para uso exclusivo de 'marina premià' así como cubiertas, paneles u otros soportes donde el espacio visual esté completado exclusivamente de las versiones que se muestran a continuación. Podrá añadir-se el título ó textos secundarios en "Azkienz Berthold" según está indicado en el apartado 4.5.. Para la correcta aplicación de la imagen gráfica recomendamos póngase en contacto vía e-mail a la dirección de correo electrónico: vicksc@terra.

5.1 aplicación correcta de los colores. 5.1.1 Como norma general siempre aplicaremos la versión de fondo azul con los colores originales de la marca. Para formatos donde nos interese atenuar el imago tipo, aplicaremos la versión 5.1.1.2 5.1.2 Si el documento se refiere a eventos de categoría para socios (invitaciones, galas, revistas o catálogos con ediciones limitadas, etc.), pondremos las versiones de fondo plateado (pantone 654) 5.1.3 Los fondos veig, se aplicarán para documentos financieros de nivel interno de la empresa, documentación de carácter privado. 5.1.4 Los fondos naranjas, se referirán exclusivamente a otro tipo de eventos de nivel popular no relacionados con el puerto de 'marina premià' ni referentes al mar. 5.1.5 La versión azul combinada con tinta plateada, es de uso exclusivo para la promoción del puerto. (catálogos...). >>



5.3.2

5.3.3

5.3 **formatos** Aplicaremos una versión u otra según el tamaño y formato del espacio a ubicar la imagen de “marina premià”.

5.3.1 formatos apaisados

5.3.2 formatos verticales

5.3.3 formatos cuadrados ó apaisados



5.2 fondos corporativos. Estos encuadres nos servirán como fondos para complementar la imagen gráfica. Con un uso moderado obtendremos una continuidad corporativa más dinámica. Según las tintas que se empleen en la aplicación, utilizaremos una u otra versión de las expuestas en esta página.

5.2.1 Los diferentes encuadres del logotipo nos servirán como fondo para interiores de cubiertas, y para fondos donde el texto sea muy escaso (3-5 líneas).

5.2.2 para más textos más extensos, utilizaremos los encuadres del imagotipo, aprovechando las manchas de color para ubicar-lo, siempre con un nivel de contraste suficiente para que sea legible.