

info

info
INSTITUTO DE FOMENTO
REGIÓN DE MURCIA

SOME
ART
DIRECTORS

info
INSTITUTO DE FOMENTO
REGIÓN DE MURCIA

SOME
ART
DIR

info
INSTITUTO DE FOMENTO
REGIÓN DE MURCIA

SOME
ART
DIRECTORS

info
INSTITUTO DE FOMENTO
REGIÓN DE MURCIA

SOME
ART
DIRECTORS

Manual de aplicaciones gráficas

En este apartado se muestran las directrices que garantizan el correcto uso del logotipo del INSTITUTO DE FOMENTO REGIÓN DE MURCIA y las indicaciones gráficas sobre la gama cromática, las tipografías, las aplicaciones y las declinaciones de las submarcas que acompañan a la marca INFO. Todo, para mantener una coherencia visual entre todos los materiales del INFO.



□ x

El logotipo está
construido con unas
proporciones que son
inalterables y deben
respetarse en todo
momento.



Construcción de logotipo con descriptor



Contamos únicamente con dos composiciones distintas, para cubrir todas las necesidades.

A/ Composición con descriptor en dos líneas justificadas a caja izquierda, para la mayoría de los usos.

B/ Horizontal y centrado, para usos excepcionales donde mande la verticalidad.



El área de protección es el espacio mínimo alrededor del logo que deberá permanecer libre de cualquier texto o elemento visual.

Donde sea posible, crear un espacio mayor al área de exclusión mínima pero nunca menor a ésta.

A



B





INFO utiliza exclusivamente el Verde Corporativo para proteger la identidad.

El descriptor y el *baseline* COMPARTIMOS EMPRESA contemplan opción en Gris Corporativo y Verde Corporativo.



Compartimos Empresa



Compartimos Empresa



*Fondo blanco, marca en sus colores corporativos.
Versión principal*



Fondo homogéneo de color corporativo, marca en blanco.



Fondo homogéneo de color corporativo, marca en blanco.

Para aplicar el logotipo sobre un fondo, se contemplan las siguientes opciones: Siempre que sea posible se utilizará fondo blanco. Otras opciones permitidas fondo de color verde corporativo, fondo de color gris corporativo, fondo fotográfico claro y fondo fotográfico oscuro.



Positivo B/N. Fondo blanco, marca en negro.



Negativo B/N. Fondo negro, marca en blanco.



Fondo fotográfico claro, marca en colores corporativos.



Fondo fotográfico claro, marca en monotono corporativo.



Fondo fotográfico oscuro, marca completamente en blanco.



Se recomienda no reducir más de la medida mínima de 40 mm (tomando como referencia el largo total). En casos de fuerza mayor, se deberá aplicar sin descriptor.

No se autorizará ninguna aplicación de la marca por debajo de 10 mm.

No rotar



No deformar.
No alterar las
proporciones.



El uso incorrecto del logotipo puede atenuar su integridad, impacto y consistencia. Para garantizar un buen rendimiento, es necesario utilizar las recomendaciones dadas en estas directrices.

No alterar la
colocación de los
elementos del
logotipo.



No añadirle otros
elementos.



No usar colores
que no formen
parte de la gama
cromática
establecida.



No utilizar otras
tipografías.



Es necesario desarrollar y definir una arquitectura de marca que sea capaz de reflejar, y de potenciar, la amplitud de los servicios y las actividades que realiza el Instituto.

Buscamos un modelo híbrido de 'Branded House' con descriptores, combinado con Sub-marcas fuertes avaladas por la marca principal.



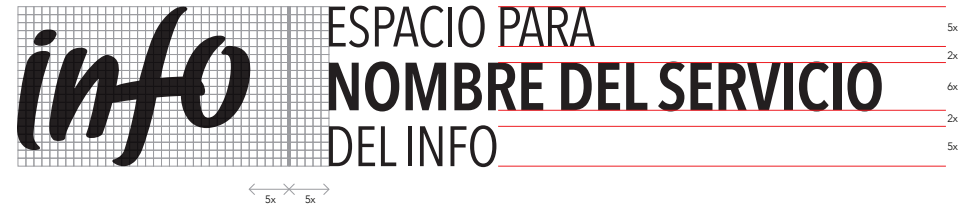
Para los diferentes ámbitos (financiación, internacionalización, innovación, etc.) es aconsejable un modelo "Branded House" en el que la marca tiene una sola imagen, monolítica y poderosa, que puede ser reforzada por un descriptor del servicio.

Este descriptor o servicio se compondrá siempre en los colores corporativos y con una de estas tipografías corporativas:

AVENIR ROMAN
AVENIR BLACK

AVENIR NEXT CONDENSED REGULAR
AVENIR NEXT CONDENSED DEMI BOLD

Ejemplo real



Aplicación principal.



Aplicación con símbolo.



En el modelo "Brand House" no está permitido la utilización sin identificador INFO.



Formulaciones NO autorizadas

ESPACIO PARA
~~NOMBRE DEL SERVICIO~~
DEL INFO

info

info

ESPACIO PARA
~~SERVICIO~~
DEL INFO

info

ESPACIO PARA
~~SERVICIO~~
DEL INFO

En cambio, para ganar identificación de los diversos eventos y actividades que realiza el Instituto, es recomendable la aplicación del modelo "Endorsed Brands" de **sub-marcas avaladas** o patrocinadas por la marca principal.

Un modelo de sub-marcas que permita la flexibilidad necesaria para comunicar la identidad propia de cada uno de los eventos y reflejar sus distintos pesos en la actividad del Instituto, pero creando sinergias con la marca principal.



Ejemplo real

Este descriptor puede tener identidad propia aunque es aconsejable tomar como base la tipografía Avenir y los colores corporativos de la marca INFO.



Aplicación principal.



Aplicación con símbolo.



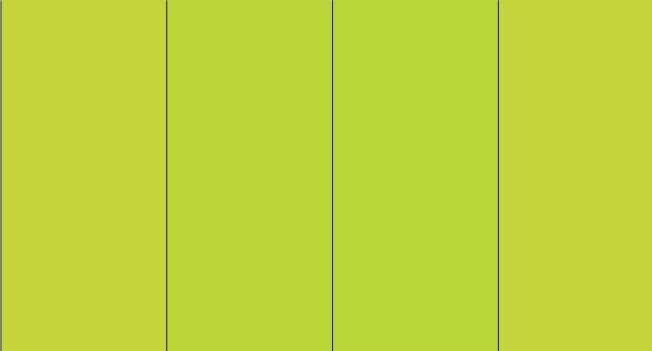


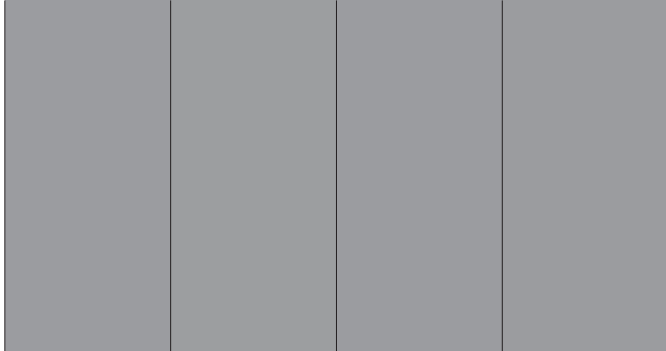
Se muestran plantillas en ANEXO 0.1

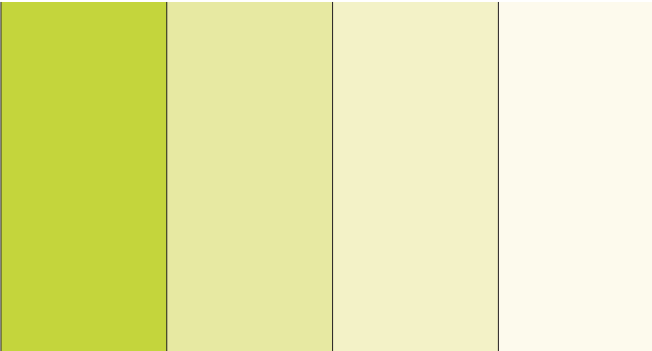


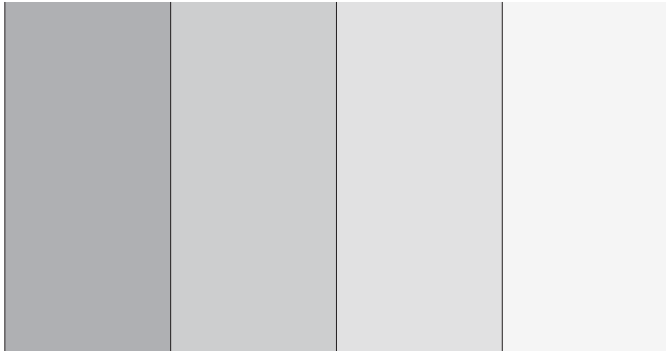
El verde transmite novedad, tecnología y nuevas metas. Además tiene valores asociados tradicionalmente a la sostenibilidad y la ecología. Por eso este es el color corporativo elegido para el INFO.

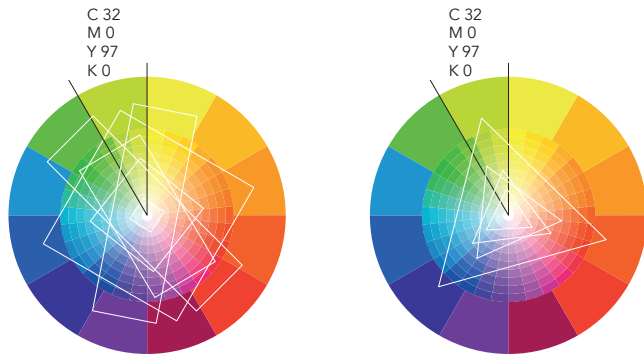
Se utilizará la referencia Pantone® siempre que técnicamente sea posible.

			
Pantone® 381	C 32 M 0 Y 97 K 0	R 184 G 214 B 55	HEX #b8d637

			
Pantone® Cool Gray 7	C 43 M 33 Y 32 K 0	R 155 G 156 B 160	HEX #9b9ca0

			
Pantone® 80% 381	Pantone® 50% 381	Pantone® 30% 381	Pantone® 10% 381

			
Pantone® 80% Cool Gray 7	Pantone® 50% Cool Gray 7	Pantone® 30% Cool Gray 7	Pantone® 10% Cool Gray 7



En este apartado se muestra una gama de colores seleccionadas a partir de la téttrada y la triada poniendo como punto de partida el color corporativo verde en CMYK

Este espacio cromático definido es necesario para crear un código gráfico único en la comunicación de la marca INFO.



Pantone 258	Pantone 7678	Pantone 7672	Pantone 7455	Pantone 639	Pantone 360	Pantone 381	Pantone 380	Pantone 101	Pantone 715	Pantone 717	Pantone 710	Pantone 215
C 57 M 83 Y 0 K 0	C 69 M 90 Y 0 K 0	C 94 M 94 Y 0 K 0	C 89 M 68 Y 0 K 0	C 79 M 23 Y 3 K 0	C 65 M 2 Y 98 K 0	C 32 M 0 Y 97 K 0	C 24 M 0 Y 93 K 0	C 10 M 0 Y 85 K 0	C 0 M 47 Y 94 K 0	C 0 M 77 Y 93 K 0 R 242 G 97 B 44	C 0 M 92 Y 66 K 0	C 29 M 100 Y 50 K 13
R 131 G 76 B 158	R 110 G 63 B 153	R 57 G 58 B 150	R 43 G 95 B 172	R 5 G 146 B 203	R 100 G 184 B 72	R 184 G 214 B 55	R 205 G 220 B 60	R 237 G 233 B 71	R 248 G 153 B 42	R 239 G 59 B 78	R 163 G 30 B 83	



TITULARES AVENIR HEAVY / AVENIR BLACK

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£:;,-_

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£:;,-_

CUERPOS DE TEXTO AVENIR MEDIUM / AVENIR MEDIUM OBLIQUE

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£:;,-_

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£:;,-_

CUERPOS DE TEXTO AVENIR BOOK / AVENIR BOOK OBLIQUE

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£:;,-_

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£:;,-_

CASOS ESPECIALES AVENIR NEXT CONDENSED

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£:;,-_

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£:;,-_

Utilizamos tres familias tipográficas para las comunicaciones del Instituto de Fomento Región de Murcia.

AVENIR

Para toda la comunicación: titulares, subtítulos, bodycopy, call to action, etc.

Una tipografía robusta, elegante y versátil, que en sus versiones light, book, bold, black e itálicas, nos ayudará a crear un código gráfico reconocible.

También podremos usar AVENIR NEXT CONDENSED para titulares y recursos gráficos

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£:;,,-_

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&()?£:;,,-_*

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&()?£:;,,-_*

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&()?£:;,,-_*

GARAMOND NARROW

En ocasiones especiales necesitaremos una tipografía romana para complementar con la AVENIR.

Esta familia, también elegante y algo más clásica, podrá utilizarse en materiales corporativos, como por ejemplo: cartas, presentaciones, notas de prensa, saludas...

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£:;,,-_

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&()?£:;,,-_*

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£::,-_

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£::,-_

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£::,-_

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£::,-_

NUNITO

Utilizaremos esta
tipografía
exclusivamente para
pantalla.

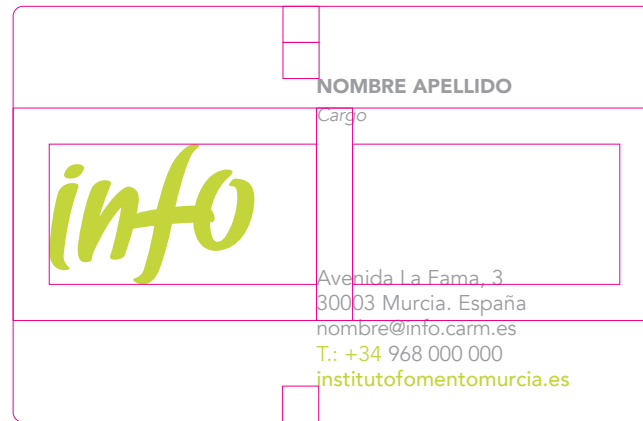
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£::,-_

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmñopqrstuvwxyz 0123456789!@#%&*()?£::,-_

info

**INSTITUTO DE FOMENTO
REGIÓN DE MURCIA**

Tarjetas

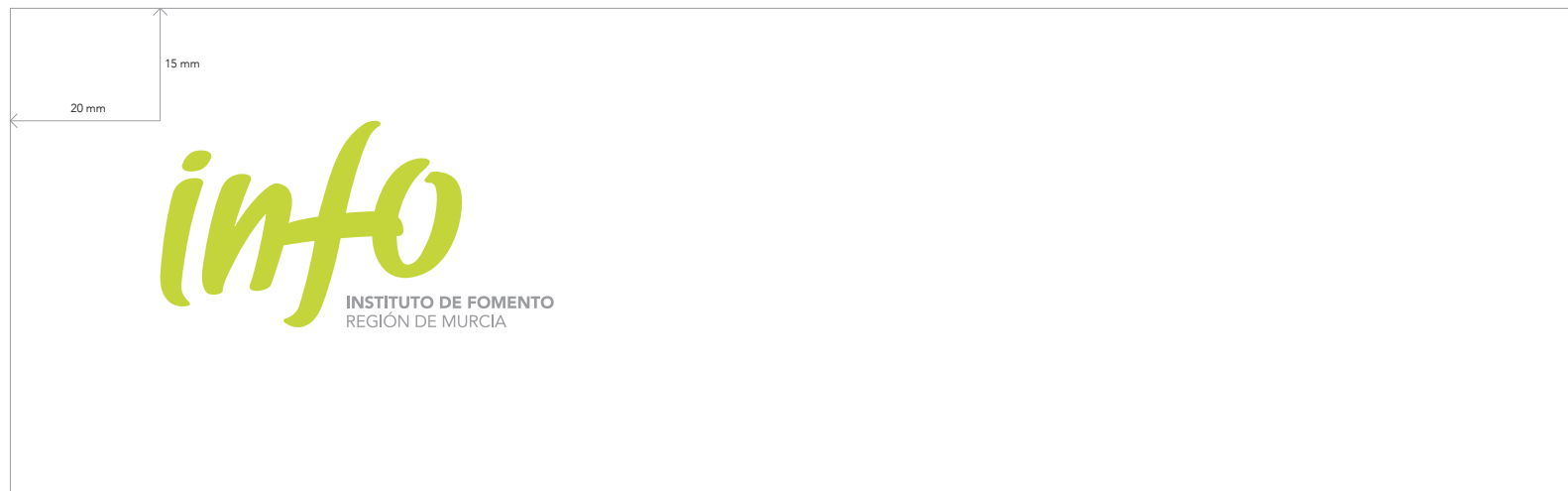


Tarjetas Dirección



A4. Primera página

Encabezado

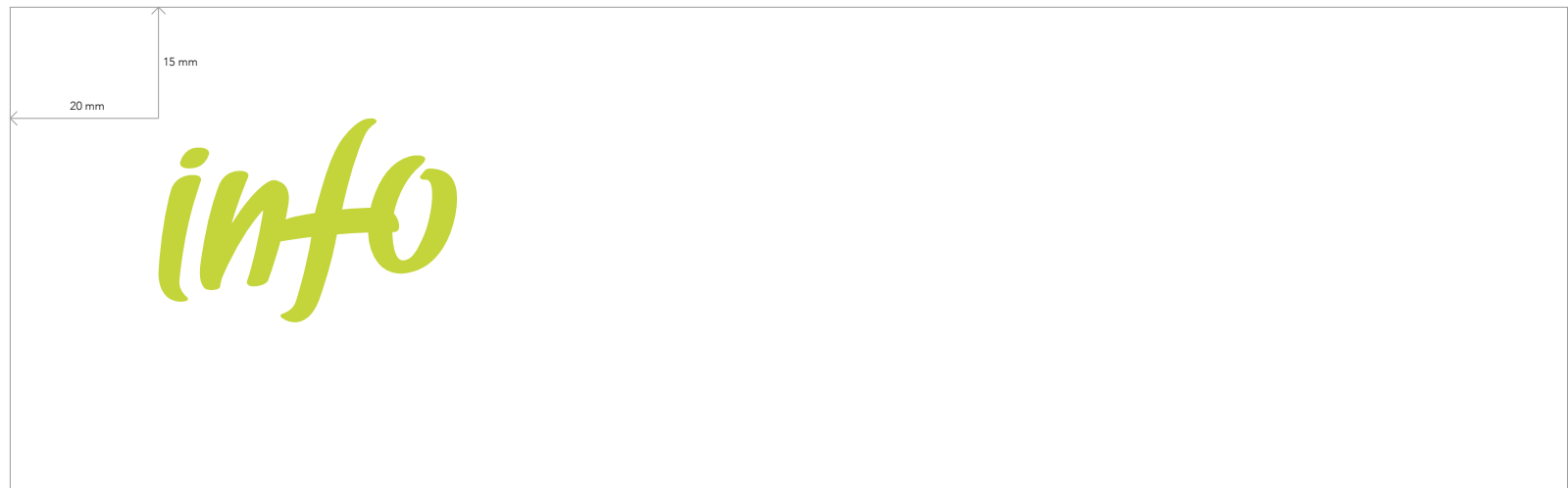


Pie de página

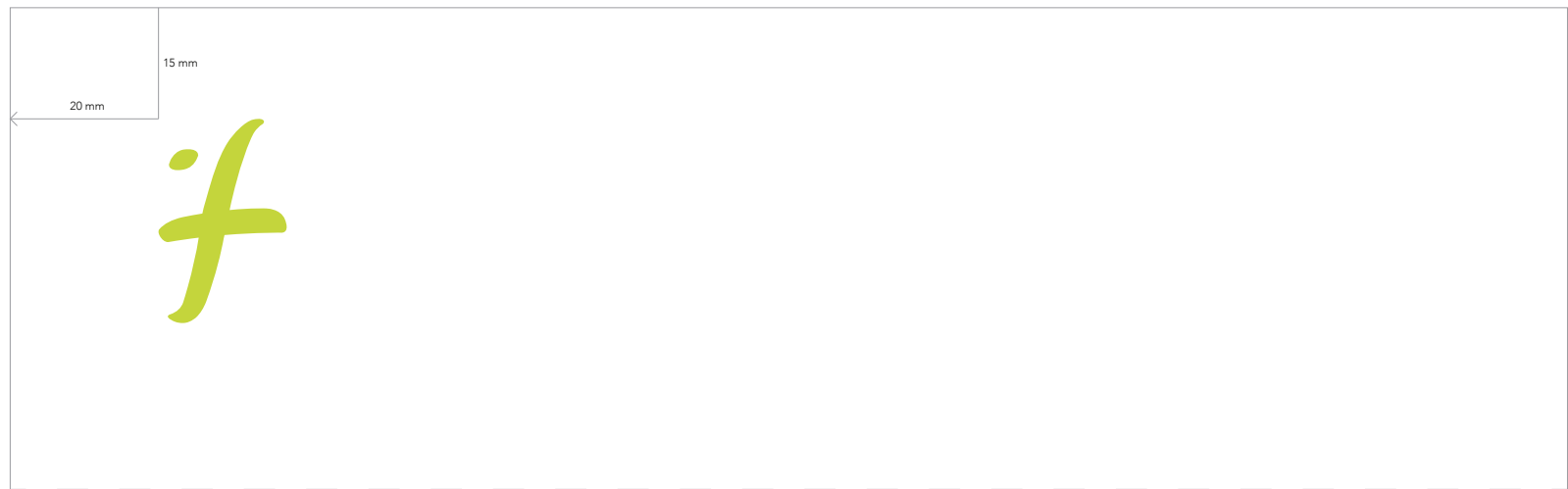


A4. Segunda página

Opción A
No lleva pie de página

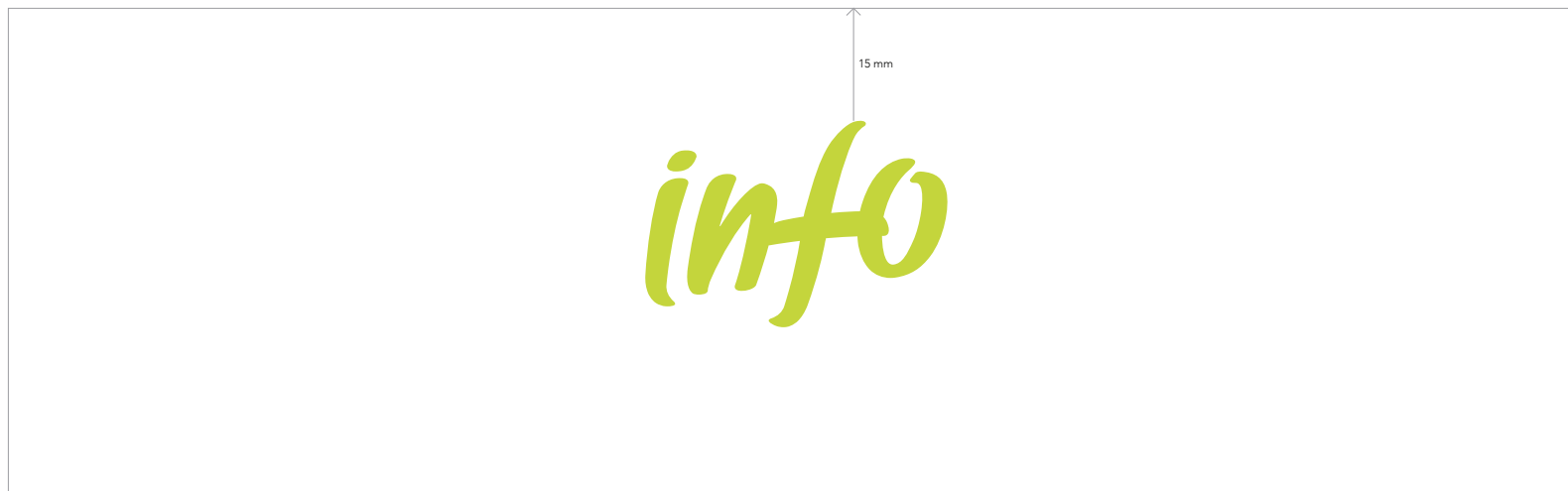


Opción B
No lleva pie de página

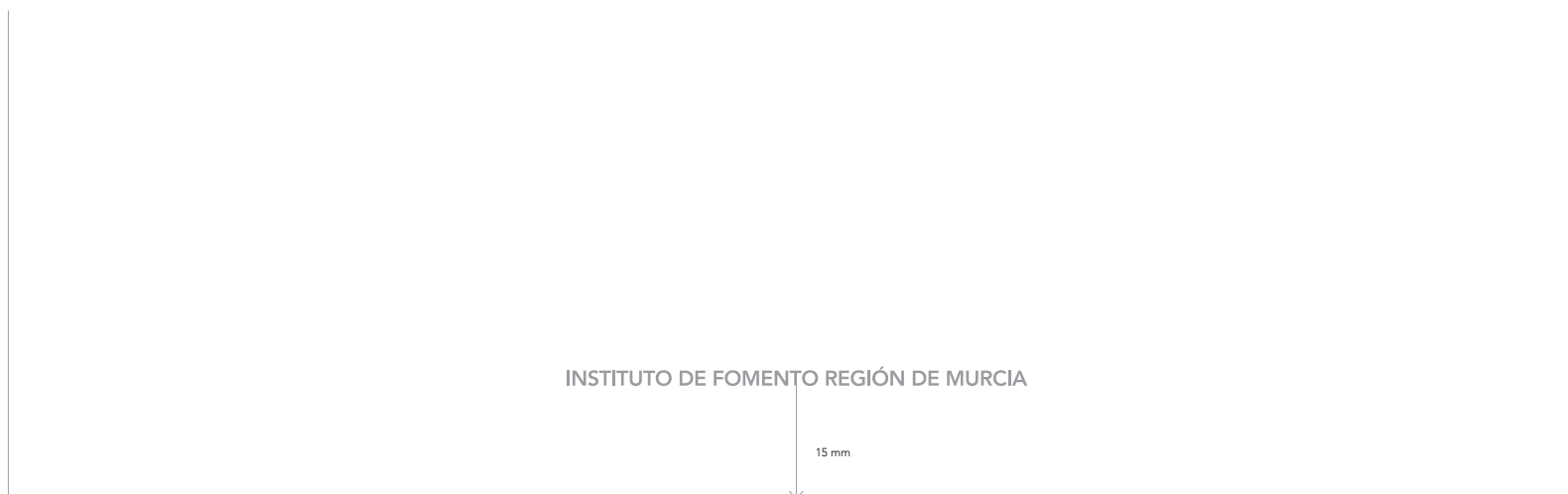


A4. Dirección

Encabezado



Pie de página





info

ANEXO 0.1
PLANTILLAS

