

anfagua

Manual de Identidad Corporativa

¡¡Cuenta con nosotros!!

anfagua



Indice.]

Introducciónpag. 6
La Marcapag. 8
Marcas alternativaspag. 9
Construcción gráfica de marcapag. 10
Utilización cromáticapag.11-13
Tipografía de la marcapag. 14
Tipografía de uso internopag. 15
Color institucionalpag.16

Introducción.]

Elementos básicos de Identidad Este Manual de Identidad Corporativa contiene las instrucciones para los signos de identificación de Anfagua y la facilitación de su uso. Como elementos constitutivos establecemos las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca. La consolidación de la nueva imagen de Anfagua necesita de una atención especial a las normas expuestas en este Manual como documento que nos garantiza una unidad de criterios para su comunicación y su difusión pública. Estas normas hacen posible una coherencia y unidad visual que hacen más fácil su utilización en los diferentes soportes, llegando al público objetivo y gozando de su singularidad. El Manual de la Marca debe ser, por tanto, una herramienta que esté presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa y en sus productos. Se recomienda, de esta manera, mantener en todos los casos la mayor fidelidad a las normas, ya que ello asegura un acertado reconocimiento de la imagen de Anfagua. Las directrices que contiene este documento no pretenden, de ninguna manera, restringir la creatividad de la empresa, sino ser una guía que abra nuevas posibilidades creativas de comunicar su propia esencia.



La marca.]

anfagua

Anfagua es una asociación única, con una personalidad única. Nuestro estilo de comunicación visual debe ayudar a transmitir el compromiso, la promesa que hacemos a cada uno de nuestros socios. Se ha creado para *Anfagua* una imagen corporativa que contiene todos los valores que queremos expresar a través de su logotipo.

Liderazgo

Para potenciar las fortalezas existentes en la organización y desarrollar nuevas capacidades orientadas al servicio y al socio, en función de ser la principal asociación del sector.

Proximidad

Ofreciendo a nuestros asociados un trato personalizado, profesional y de garantía, sincronizando con sus expectativas y objetivos, mostrando en todo momento una vocación de servicio.

Modernidad

Para ofrecer siempre una imagen, fresca, limpia y actual. Adecuada para una asociación del sector industrial cercana a las últimas novedades tecnológicas. Una marca bien aplicada es la base más sólida sobre la que se genera adhesión, rápida identificación y vinculación con un proyecto de futuro.

Marca alternativas.]

La gran variedad de aplicaciones que requerirán el uso de la imagen corporativa de *Anfagua* nos obliga a disponer de distintas alternativas gráficas para una correcta visualización de la marca. Para ello se han diseñado tres alternativas a la imagen principal cuyo uso se detalla a continuación:

Logotipo original

Es la marca principal que debe ser aplicada en todos los casos que no planteen problemas de legibilidad o incompatibilidades gráficas. Su uso tendrá prioridad sobre cualquiera de sus variantes, siendo ésta la imagen oficial de la asociación. Principalmente se utilizará sobre fondos claros.



Logotipo original

Logotipo original invertido

Es la alternativa que se debe utilizar sobre fondos oscuros o sobre el propio color corporativo a fin de facilitar su legibilidad y destacar su presencia.



Logotipo original invertido

Logotipo vertical

Es una alternativa directa y de sustitución del logotipo principal. Se reserva para aquellos casos en los que por razones de espacio reducido o distribución compleja el uso de la imagen original no se aprecie con claridad. En este caso se optó por destacar la "a" elevada como símbolo identificativo principal.



Logotipo vertical

Logotipo vertical invertido

Como en los casos anteriores, es la alternativa gráfica para situaciones de espacio reducido sobre fondos de colores oscuros. Es a su vez una alternativa idónea para subrayar la presencia del logotipo al tener una mancha mucho mayor que las anteriores versiones, lo que le dota mayor visibilidad y presencia.



Logotipo vertical invertido

Construcción gráfica de marca.]

Esta sección muestra las dimensiones y proporciones de la imagen corporativa de Anfagua, que deben ser respetadas en todos los casos.

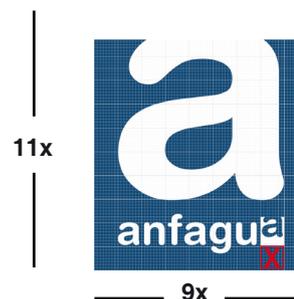
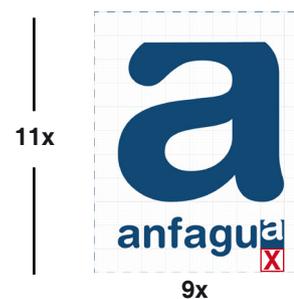
Logotipo principal

Se ciñe a unas proporciones de 8x de ancho por 1,5x de alto, teniendo como unidad X la anchura del símbolo “a”. A estas dimensiones hay que añadirle la zona de protección, que es el espacio reservado en torno a la imagen corporativa que asegura una correcta legibilidad del logo símbolo. Para el caso de Anfagua la distancia mínima se ha estipulado en 1X. De tal manera que el espacio total que requiere la identidad de Anfagua se basa en unas proporciones de 9x de ancho, por 3x de alto. Idéntica proporción es la que rige en el caso del logotipo principal invertido.

Logotipos verticales

En el caso del logotipo vertical la proporción varía en altura, ya que se ha añadido como símbolo representativo la “a” sobre el logotipo principal. En este caso la proporción es de 9x X 11x tal como ilustran las imágenes de la derecha.

El respeto de estas proporciones garantizará el correcto uso de la nueva identidad corporativa de la asociación, evitando distorsiones y desequilibrios gráficos.



Utilización cromática.]

Pruebas de visualización de la Identidad Corporativa sobre distintos fondos de color.

Sobre colores corporativos

anfagua 

anfagua 



Utilización cromática.]

Pruebas de visualización de la Identidad Corporativa en negativo.

Blanco y Negro

anfagua 

anfagua 



Utilización cromática.]

Pruebas de visualización de la Identidad Corporativa sobre distintos fondos de color.

Sobre fondos de distinto color

En este caso, la elección de la versión original o el negativo dependerá de la saturación y la claridad del fondo en el que vaya situado el logotipo. Sobre colores intensos y saturados se utilizará la versión en negativo, mientras que en situaciones de colores apagados funcionará mejor la versión en color.



Tipografía de la marca.]

Partiendo de la importancia identificativa que tiene la elección tipográfica para una empresa, a continuación se desglosan las tipografías utilizadas para la elaboración de la identidad corporativa de Anfagua.

anfagua 

Tipografía de la Identidad.-

Para la composición de la Marca de Identidad se ha utilizado una tipografía de palo seco Helvetica Rounded Black. La decisión se tomó debido a la contundencia de su mancha y a la redondez de sus trazos, que aportan visibilidad y evocan sutilmente las formas suaves del agua.

aQ

Helvetica Rounded Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

aQ

Helvetica Rounded Bolditalic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

aQ

Helvetica Rounded Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Tipografía de uso interno.]

Hace referencia a la familia tipográfica utilizada para elaborar toda la papelería oficial de la empresa, así como dossiers, notas de prensa, albaranes, facturas...

anfagua

Asociación Española de Fabricantes de Contenedores de Agua
Atala, 119 - 4º planta - 28009 Madrid
T: (+34) 91 578 54 66 - Fax: 91 435 16 40
www.anfagua.org - anfagua@anfagua.org



Tipografía Corporativa.-

La familia tipográfica corporativa de Anfagua es la Helvetica y en su ausencia la Myriad Pro con un tamaño de letra de 9 puntos y un interlineado de 13 pt. El color de texto base sería gris (70% de negro). Se procurará utilizar estas pautas en la medida de lo posible.

aQ

Helvetica Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

aQ

Helvetica Roman Italic
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

aQ

Helvetica Light
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Color Institucional.]

Se trata de los colores que marcan la identidad de la empresa y que crean un valor comunicativo de la institución que representan. En el caso de Anfagua se apostó por un color azul marino intenso, en clara referencia al agua. Este color se debe mantener inmutable a fin de mantener una identidad gráfica sólida. Para ello se debe aplicar siempre con exactitud en sus distintas variantes Pantone, RGB y CMYK.



C: 91 M:66 Y:20 K:5



R: 52 G:86 B: 133



PANTONE: 647C

Papelería corporativa

Tarjetas de visita.]



anfagua

Asociación Española de Fabricantes de Contadores de Agua
 Alcalá, 119 - 4ª Izda. - 28009 Madrid
 T. (+34) 91 575 54 66 - Fax: 91 435 16 40
 www.anfagua.org - anfagua@anfagua.org



70 mm

Papel Carta.]

100 mm

Nombre y apellidos del destinatario
 Institución / Empresa
 Dirección completa
 Código Postal

30 mm

15 mm

Sr. / Sra. :

El correo es uno de los actos más habituales de difusión de identidad de una institución, ya sea para la comunicación interna entre los distintos departamentos, o en relación con otras instituciones o con los propios ciudadanos.

Es por este motivo que el seguimiento de unas normas básicas en la composición de la correspondencia facilitará el mantenimiento de una imagen coherente dentro de Anfagua.

La familia tipográfica que deberá utilizarse será la *Hélvética* y en su ausencia la *Myriad Pro* con un tamaño de letra de 9 puntos y un interlineado de 13 pt. El color de texto base será gris (70% de negro).

El conjunto de la carta seguirá una alineación a la izquierda y la separación entre párrafos deberá marcarse por una línea en blanco. El texto del documento deberá comenzar por debajo de la marca de doblez, lo que facilitará el perfecto pliego para el sobre de formato americano.

El margen izquierdo será de 30mm, mientras que el margen derecho será de 15mm. El margen superior de los datos del destinatario será de 70mm respecto al borde de la hoja, mientras que el margen izquierdo será de 100mm,

Por último, la distancia mínima que se recomienda para la última línea del documento, donde se pondrá el lugar y la fecha será de 30mm respecto al borde inferior.

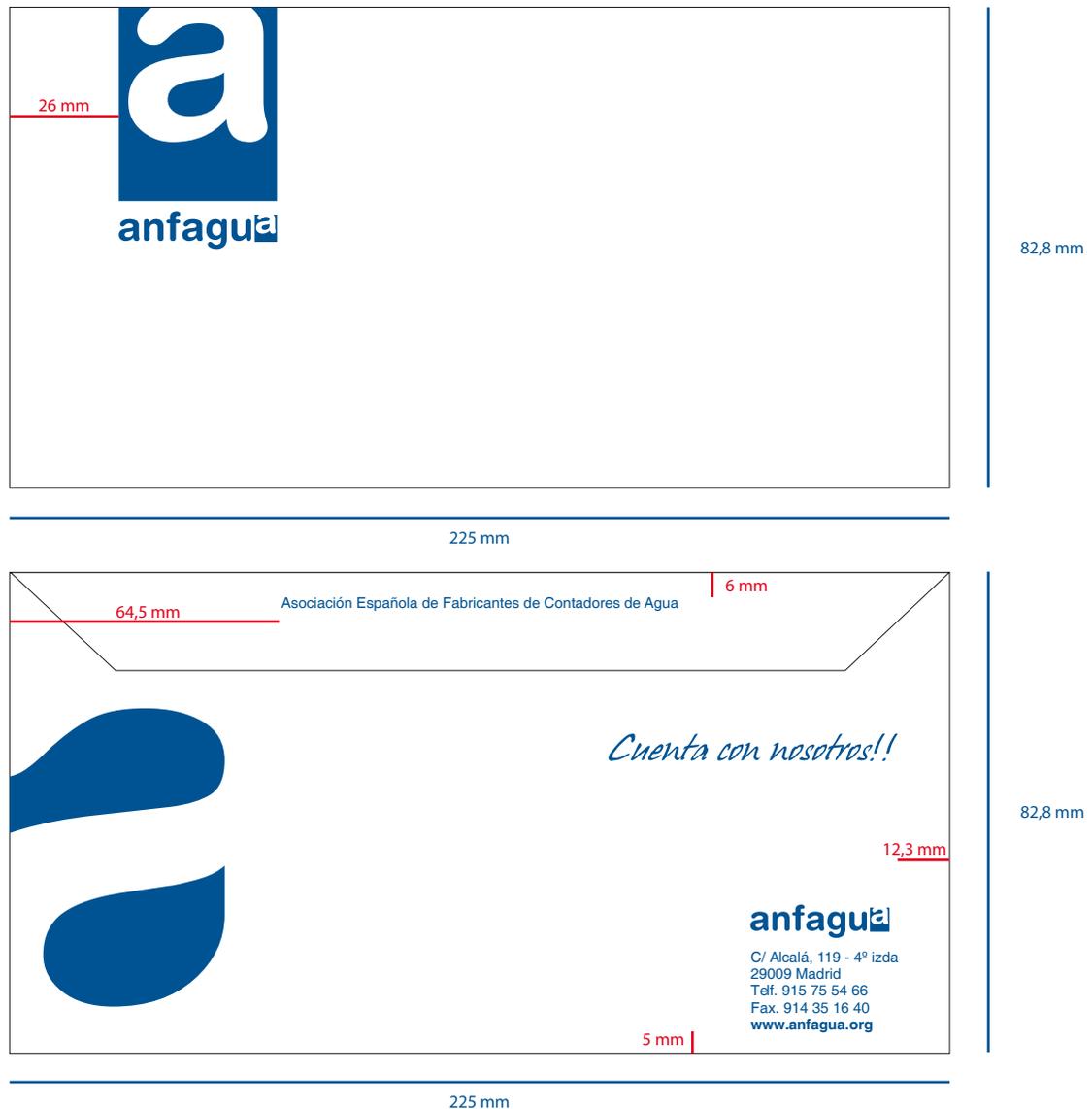
Atentamente,

Nombre, apellido apellido
 Cargo

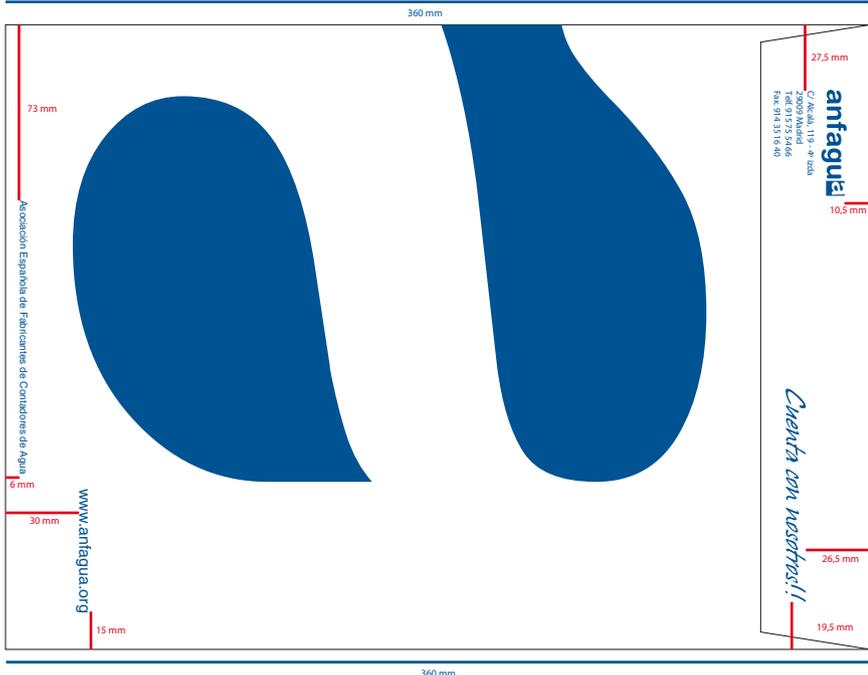
Madrid, 31 de marzo del 2011

30 mm

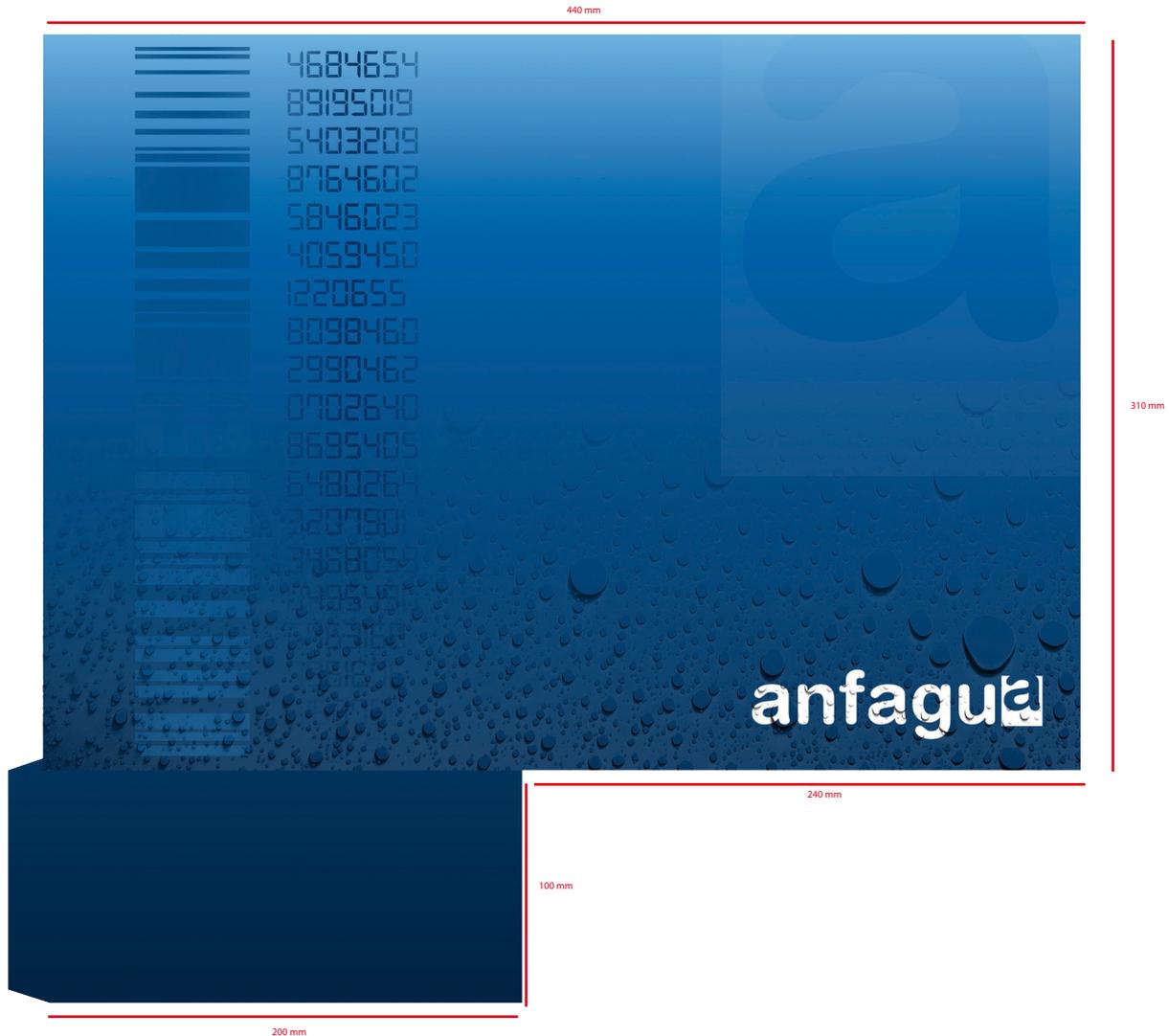
Sobres pequeños.]



Sobres grandes.]



Carpeta corporativa.]



Con Anfagua cada gota cuenta !!

anfagua