

SOLVEN

Smart Windows

Manual de identidad
corporativa

La finalidad de este manual es la de describir, de manera clara e inequívoca, la identidad corporativa de la marca Solven. Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

Su aplicación correcta asegura la consecución de una imagen homogénea y fácilmente identificable para Solven. Es un trabajo de equipo, en el que todos participamos para hacer de Solven una gran marca.

Este manual deberá actualizarse de forma regular adaptándonos a las nuevas necesidades que puedan surgir a lo largo del tiempo.

1.

Simbología básica

El correcto uso de los estándares de la imagen corporativa evita resultados no deseados en cualquier ámbito.

La marca Solven está construida sobre su imagotipo, pudiendo separar el uso de su logotipo e isotipo de la forma que se regula a continuación.

Además, el uso de color también está regulado, ofreciendo diferentes versiones dependiendo de la aplicación necesaria.

1.1

Imagotipo

El Isotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones.



1.2

Área de protección

Para asegurar la correcta visualización de la marca, se ha de respetar una distancia mínima respecto a otros elementos o textos.



1.3.1

Colores corporativos

Los colores representativos de la imagen corporativa deben utilizarse de forma concreta para mejorar la identificación de la marca.



CMYK: 2 / 92 / 100 / 2
RGB: 223 / 45 / 19
HTML: #de2d12



CMYK: 0 / 0 / 0 / 40
RGB: 178 / 178 / 178
HTML: #b2b2b1



CMYK: 80 / 70 / 54 / 75
RGB: 31 / 32 / 38
HTML: #1e1f26

1.3.2

Colores complementarios

Los colores complementarios deben utilizarse exclusivamente en los casos en los que sea necesario ampliar las gamas cromáticas.

Colores saturados

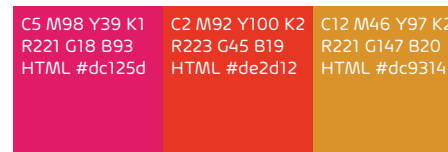


Color complementario

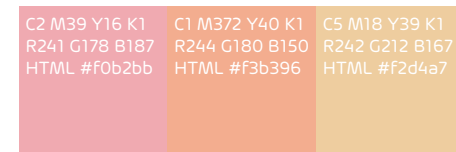
Colores desaturados



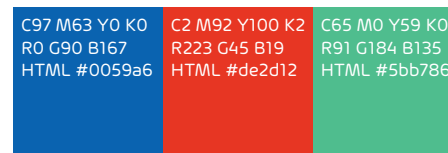
Color complementario



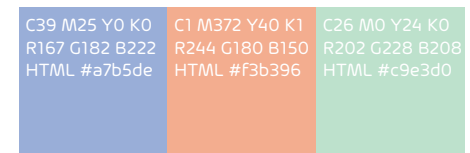
Colores análogos



Colores análogos



Color complementario dividido



Color complementario dividido

1.4.1

Tipografía corporativa

La tipografía corporativa es Arlon en sus versiones Regular y SemiBold. En los casos en los que no sea posible el uso de estas tipografías se utilizará la tipografía secundaria.

Para casos concretos se ha creado la tipografía SolvenBold.

Arlon Regular

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 (.:;%'"-_)

Arlon SemiBold

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 (.:;%'"-_)

SOLVENBOLD

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

1.4.2

Tipografía secundaria

Para textos donde el uso de la tipografía corporativa pueda ser un problema (p. ej. Web, APP, etc.), se deberá utilizar la tipografía Verdana.

Verdana Regular

A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X
Y Z

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 (.:,;%'"'-_)

Verdana Bold

**A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V
W X Y Z**

**a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 (.:,;%'"'-_)**

2.

Normas para el buen uso de la marca

El uso de la marca debe seguir unos principios básicos para conseguir un resultado reconocible a lo largo del tiempo.

La utilización de forma incorrecta de la identidad visual debilita su presencia y crea confusión, repercutiendo de forma negativa en el mensaje de la marca.

El uso de la imagen corporativa debe hacerse siempre siguiendo las siguientes normas y por personal adecuado que, además de comprender la importancia de esta, sea capaz de transmitir de forma estructurada el valor de la marca.

2.1

Aplicaciones correctas

Siempre que sea posible se debe utilizar la marca en su forma principal.

En los casos en los que la zona de aplicación no lo permita se debe hacer uso de sus versiones secundarias.

Versión principal



Versiones secundarias



2.2

Aplicaciones incorrectas

El logotipo tiene unas dimensiones y relaciones entre sus diferentes partes determinadas. Estas deben respetarse en todo momento para evitar un deterioro de la imagen corporativa.

Colores incorrectos



Porcentajes de color incorrectos



Deformación



Espacio incorrecto



Visualización parcial



Tipografía incorrecta



Posición incorrecta



Alineación incorrecta



2.3

Aplicaciones alternativas

Debido a la amplia gama de usos que deben resolverse con la imagen corporativa se han diseñado diferentes usos alternativos para la marca.

Marca sin eslogan



Isotipo aislado



Logotipo aislado



Logotipo aislado extendido



Reposicionamiento con eslogan



Reposicionamiento sin eslogan



Letra capital



