

Llibre de marca

v.1.0.

pimec

Aquest document reuneix els ingredients bàsics per al correcte ús i aplicació visual de la marca Pimec a tots els seus punts de contacte i futures aplicacions.

Ha estat ideat tenint en compte les necessitats de totes aquelles persones responsables d'interpretar, articular, comunicar i aplicar la marca en els diferents àmbits.

El correcte i consistent ús de la marca contribuirà que es compleixin els objectius de la seva clara identificació i reconeixement davant de la competència per part del nostre públic objectiu.

És un treball en equip, en què tots participem per fer de Pimec una gran marca.

Contingut	Logotips	4	Key Visual	36
	Símbol	13	Pattern	55
	Color	20	Direcció d'art	58
	Tipografia	23	Aplicacions	61
	Retícula base	31	Arquiteactura de marca	66

Logotips

Logotip principal

El logotip de Pimec es construeix a partir dels seus atributs de marca. Busca transmetre professionalitat amb un caràcter digital, sense perdre de vista les persones, que són les que realment impulsen i ajuden les empreses a créixer.

L'objectiu és crear una marca directa, clara i llegible, però amb una personalitat pròpia i memorable.

Dins la 'p' minúscula del nostre logotip s'amaga una 'P' majúscula, que simbolitza el creixement de les petites i mitjanes empreses cap a grans empreses, sempre amb el suport i l'impuls de Pimec.

pimec

Logotip principal

Logotip principal

Aquesta és la versió principal del logotip en positiu. No es modificarà en cap cas la forma, les proporcions, ni la composició de les parts.

NOTA: Les normes d'ús establertes en aquesta pàgina són vàlides per a totes les versions del logotip.

La manera correcta d'escriure la nostra marca és: **Pimec.**

pimec

Logotip principal

Aquesta és la versió principal del logotip en positiu. No es modificarà en cap cas la forma, les proporcions, ni la composició de les parts.

NOTA: Les normes d'ús establertes en aquesta pàgina són vàlides per a totes les versions del logotip.

La manera correcta d'escriure la nostra marca és: **Pimec**.

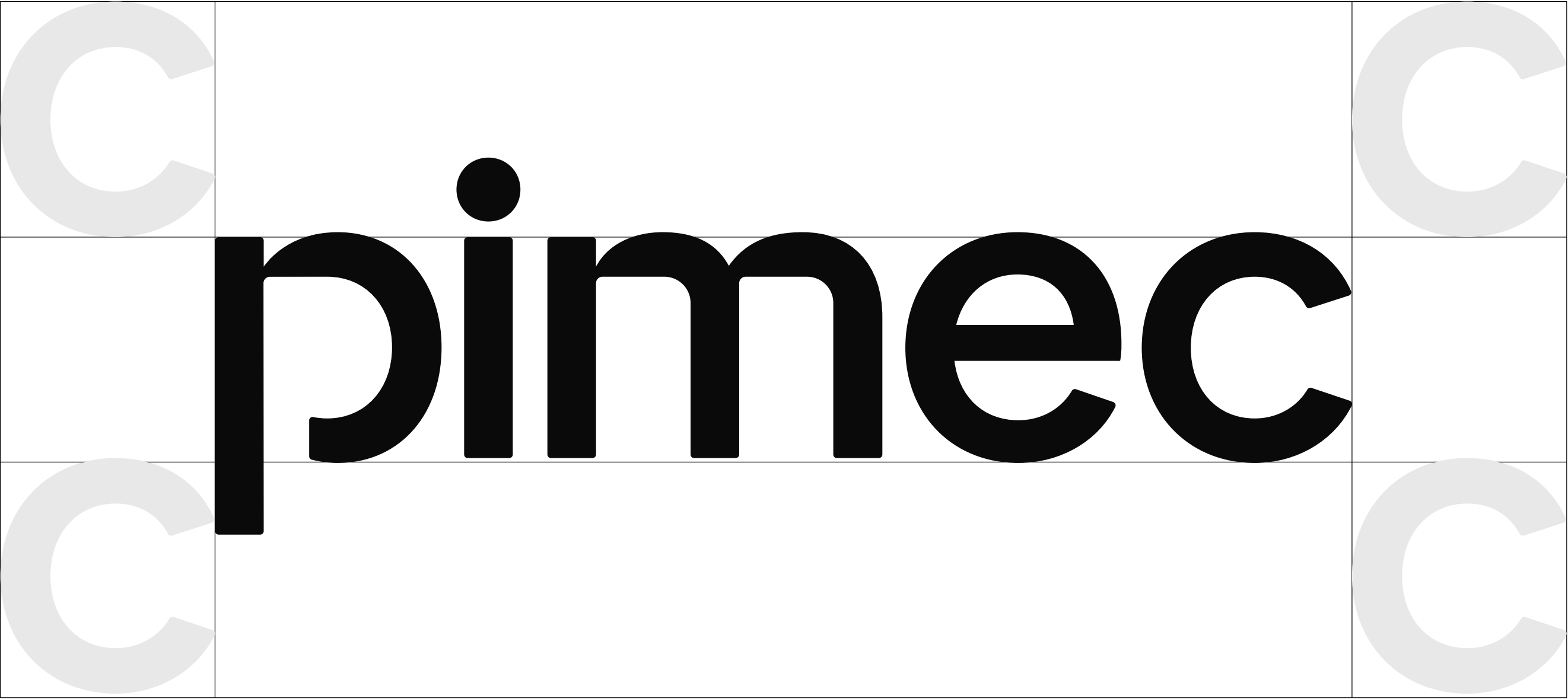
pimec

Àrea de seguretat i reduccions del logotip

Per lluir al màxim el nostre logotip i evitar que cap altre element envaeixi el seu espai, s'ha creat una àrea de seguretat perquè sempre destaquí.

Per garantir una major eficiència en entorns digitals i aplicacions impreses, el nostre logotip no es pot reproduir per sota de les mides definides.

Àrea de seguretat:



Grandària mínima imprès:



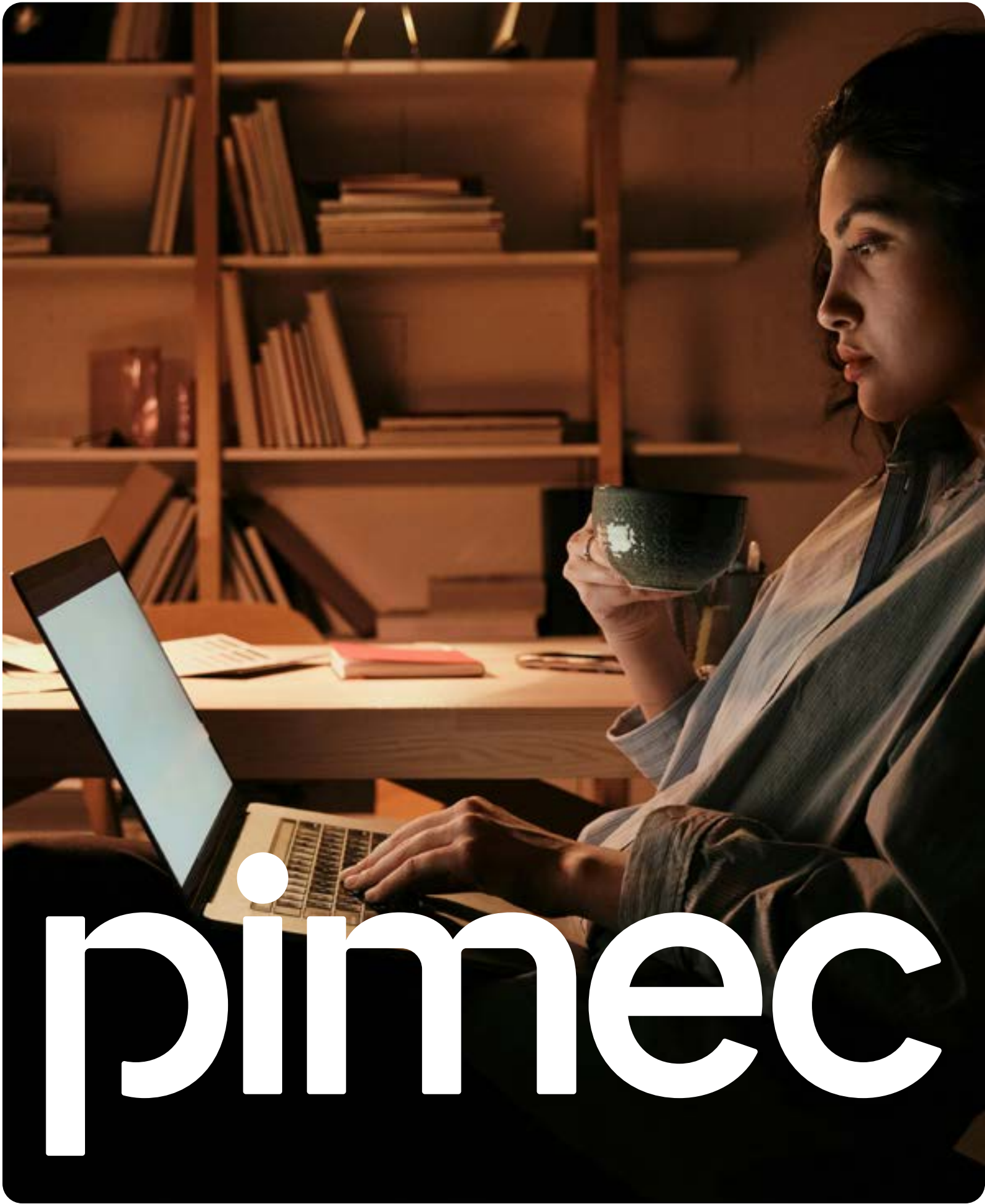
Grandària mínima digital:



Els fons fotogràfics poden causar problemes a l'hora d'aplicar el logotip; cal garantir la màxima llegibilitat possible. Per això, s'haurà d'utilitzar la versió que generi més contrast.



Els fons fotogràfics poden causar problemes a l'hora d'aplicar el logotip; cal garantir la màxima llegibilitat possible. Per això, s'haurà d'utilitzar la versió que generi més contrast.

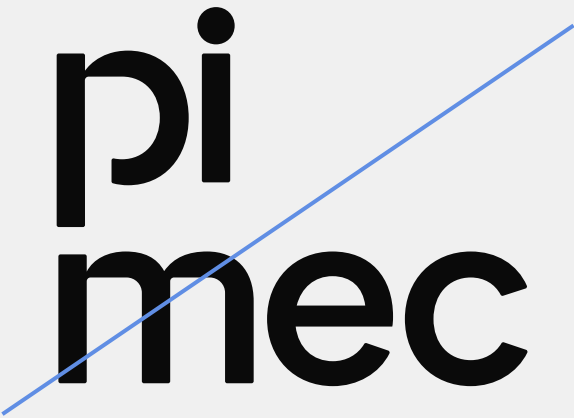


Usos incorrectes
del logotip

Color no aprovat segons manual



Versió no aprovada segons manual



Aplicació no aprovada segons manual



Deformació del logotip



Deformació del logotip



Versió no aprovada segons manual



Símbol

Símbol

Aquest és el nostre símbol en positiu.
No se’n modificarà en cap cas la forma,
les proporcions ni la composició de les
seves parts.

NOTA: Les normes d’ús establertes en
aquesta pàgina són vàlides per a totes
les versions del logotip.



Símbol

Aquest és el nostre símbol en positiu.
No se'n modificarà en cap cas la forma,
les proporcions ni la composició de les
seves parts.

NOTA: Les normes d'ús establertes en
aquesta pàgina són vàlides per a totes
les versions del logotip.

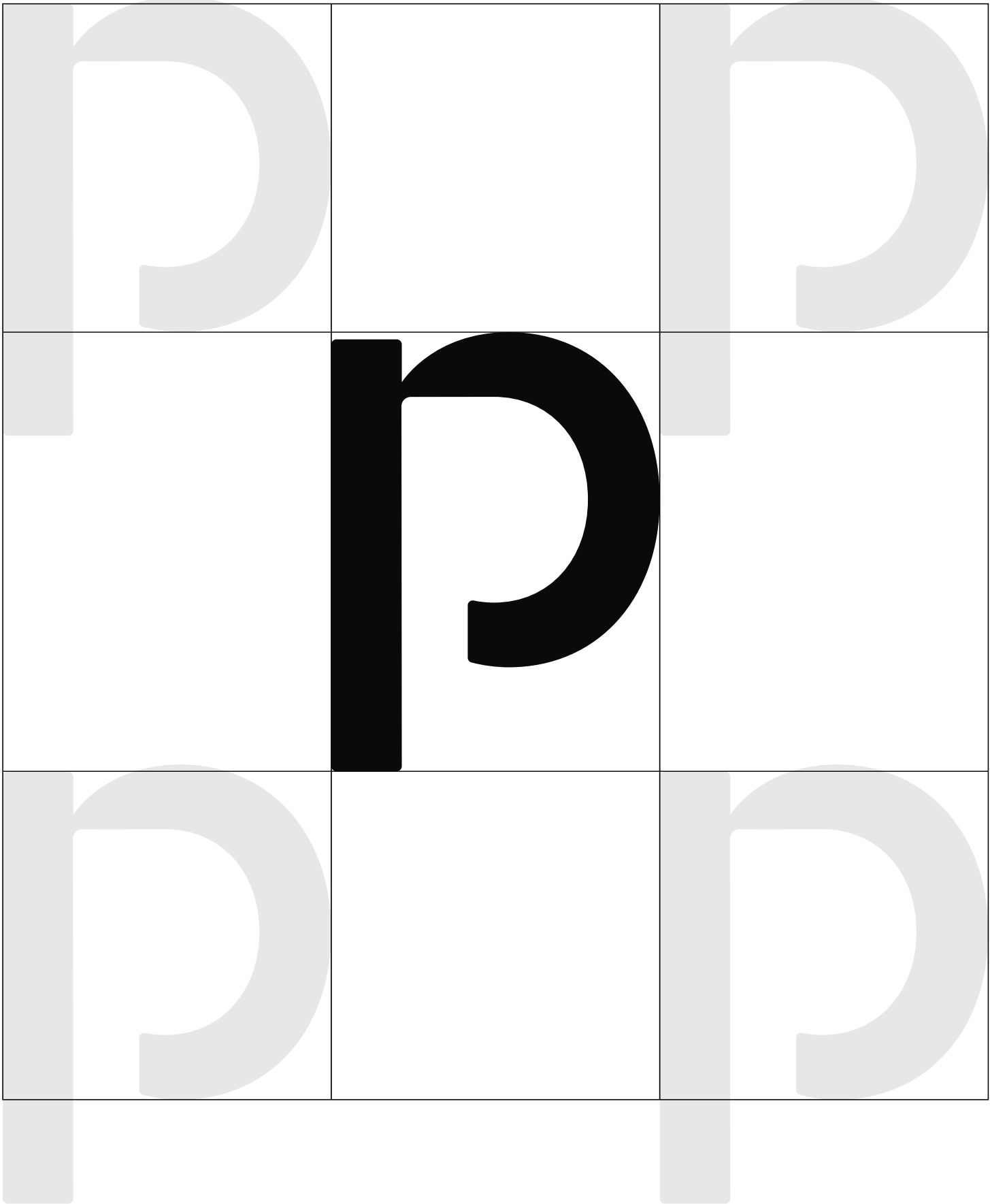


Àrea de seguretat i reduccions del Símbol

Per lluir al màxim el nostre logotip i evitar que cap altre element envaeixi el seu espai, s'ha creat una àrea de seguretat perquè sempre destaquí.

Per garantir una major eficiència en entorns digitals i aplicacions impreses, el nostre logotip no es pot reproduir per sota de les mides definides.

Àrea de seguretat



Grandària mínima impresa:



Grandària mínima digital:



Donada la gran varietat de fons on pot aplicar-se el logotip, s’haurà d’utilitzar la versió que generi més contrast, sempre sota la supervisió i prèvia aprovació del departament de marca de cada entitat.



Símbol en fons fotogràfics

Els fons fotogràfics poden causar problemes a l'hora d'aplicar el logotip; cal garantir la màxima llegibilitat possible. Per això, s'haurà d'utilitzar la versió que generi més contrast.



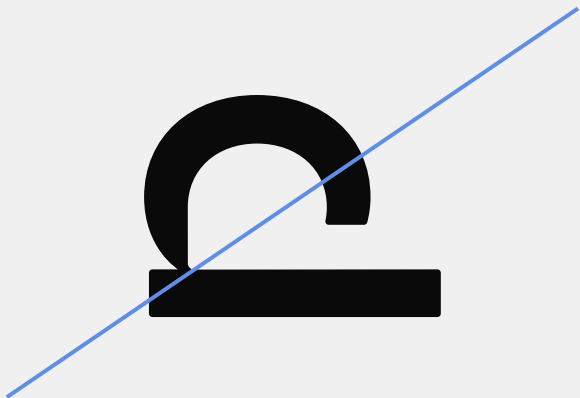
Color no aprovat segons manual



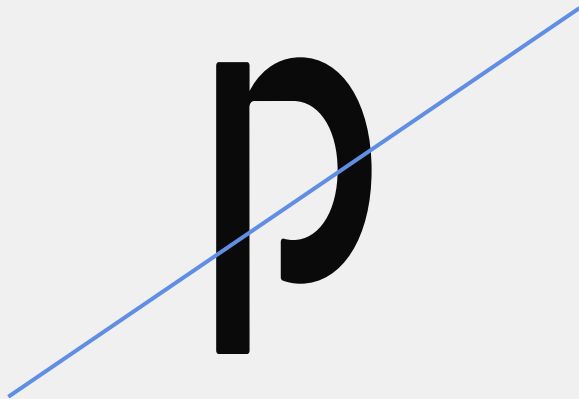
Versió no aprovada segons manual



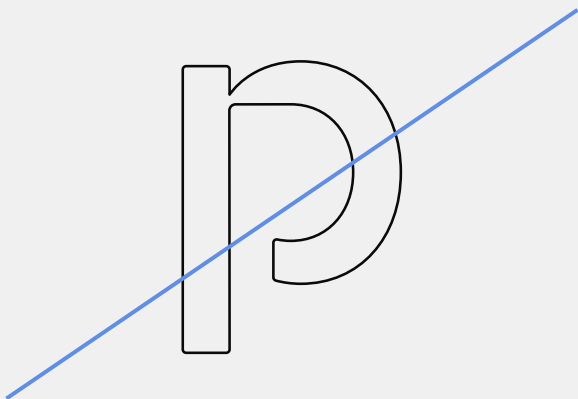
Aplicació no aprovada segons manual



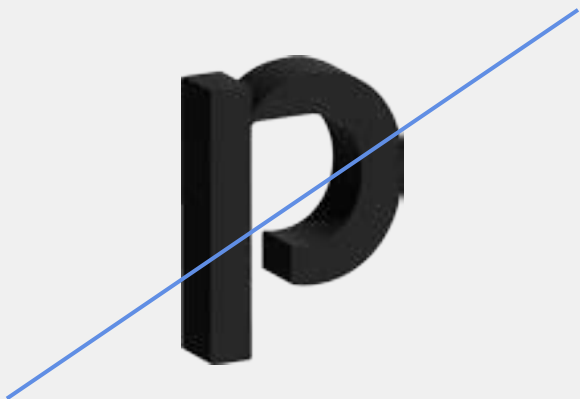
Deformació del símbol



Deformació del símbol



Versió no aprovada segons manual



Color

Color principal

Aquest és el color principal de la marca.

És un element essencial de la nostra identitat i el que permet que les nostres comunicacions siguin immediatament reconeixibles com a part de Pimec.

Juntament amb el blanc, és el color que tindrà més presència dins la marca.

HEX: #0a0a0a
RGB: 10/10/10
CMYK: 0/0/0/100
Pantone: Black 6C

Color
secundari

Els colors secundaris formen part de l’univers visual de la marca.

Aquests colors estan pensats per a accions de màrqueting i comunicacions «comercials». També són un bon recurs per utilitzar en accions de caràcter intern.

El rol dels colors secundaris és fer les peces més atractives, i el seu ús ha de ser menor que el del color principal. És important escollir bé els moments d’ús dels colors secundaris per evitar que acabin convertint-se en un color principal.

Nota: Mai no s'utilitzaran junts en una mateixa peça.

Albercoc

HEX: #fa9260
RGB: 250/146/96
CMYK: 0/44/60/0
Pantone: 6016C

Llima

HEX: #d7ef92
RGB: 215/239/146
CMYK: 15/0/53/0
Pantone: 372C

Tipografia

Tipografia principal

Tipografia

La tipografia és la veu del nostre missatge i reflecteix la personalitat i el caràcter de la nostra marca.

Per això, és important respectar-ne l'ús, sent consistents i coherents en els diferents punts de contacte.

NOTA: La tipografia de sistema que substitueix la nostra tipografia principal és la Georgia. La farem servir, per exemple, en textos de correus electrònics o presentacions de PPT externes.

A B C D E F G H I J K L M
N O P Q R S T U V W X Y Z
0 1 2 4 5 6 6 7 8 9 9
a b c d e f g h i j k l m o p q
r s t u u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

La nostra tipografia principal està reservada per a titulars, subtítols o destacats solts, i sempre la farem servir en Semibold.

Sempre
farem servir la
Reckless Neue
Semibold.

Tipografia

La mida mínima per utilitzar la tipografia principal és de 26 pt. És la mida mínima perquè la tipografia destaquí i reflecteixi la seva personalitat. Per sota de 26 pt, utilitzarem la tipografia secundària.

Reckless Neue

38 pt

El branding és molt més que un logotip o un disseny atractiu. És l'essència de com una marca es presenta al món, connecta i impacta amb la seva audiència. Una identitat ben definida és capaç de transcendir més enllà del producte o servei, convertint-se en una relació emocional.

26 pt

El branding és molt més que un logotip o un disseny atractiu. És l'essència de com una marca es presenta al món, connecta i impacta amb la seva audiència. Una identitat ben definida és capaç de transcendir més enllà del producte o servei, convertint-se en una relació emocional.

Tipografia secundària

Tipografia

S'ha definit una tipografia secundària per a blocs de text més extensos. L'objectiu d'aquesta tipografia és garantir una millor llegibilitat en entorns digitals i aportar un caràcter més digital i modern.

NOTA: La tipografia de sistema que substitueix Poppins és Arial.

L'utilitzarem, per exemple, per a textos de correus electrònics o presentacions de PPT externes.

Nom

Serie Regular

Poppins

Connecta.

Serie Bold

Connecta.

Visió general

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Tipografia

Gràcies als espais de la seva contraforma i als seus acabats rectes i minimalistes, la nostra tipografia secundària està preparada per utilitzar-se en mides mínimes en qualsevol circumstància.

Poppins

26 pt

El branding és molt més que un logotip o un disseny atractiu. És l'essència de com una marca es presenta al món, connecta i impacta amb la seva audiència. Una identitat ben definida és capaç de transcendir més enllà del producte o servei, convertint-se en una relació emocional.

18 pt

El branding és molt més que un logotip o un disseny atractiu. És l'essència de com una marca es presenta al món, connecta i impacta amb la seva audiència. Una identitat ben definida és capaç de transcendir més enllà del producte o servei, convertint-se en una relació emocional.

14 pt

El branding és molt més que un logotip o un disseny atractiu. És l'essència de com una marca es presenta al món, connecta i impacta amb la seva audiència. Una identitat ben definida és capaç de transcendir més enllà del producte o servei, convertint-se en una relació emocional.

10 pt

El branding és molt més que un logotip o un disseny atractiu. És l'essència de com una marca es presenta al món, connecta i impacta amb la seva audiència. Una identitat ben definida és capaç de transcendir més enllà del producte o servei, convertint-se en una relació emocional.

Retícula

Retícula bàsica

Per construir la retícula tindrem en compte tres aspectes: marges, columnes i medianil.

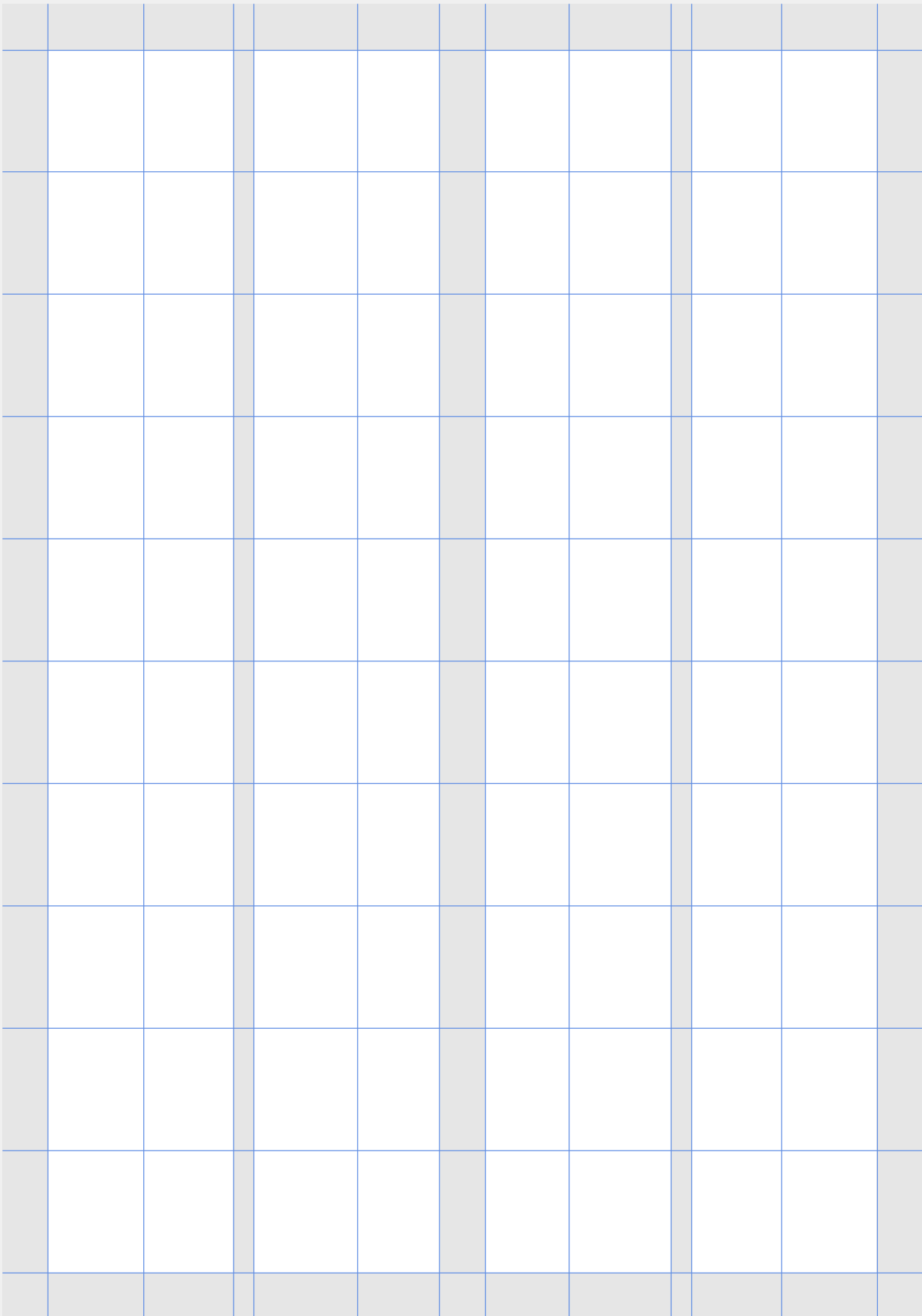
Es comença obtenint la proporció de l'amplada més estreta de la peça. Per exemple, en una peça vertical, l'amplada més estreta seria la part horitzontal. Per obtenir el marge, es calcula el 5% de la superfície, cosa que podem fer amb l'eina Escalar d'Illustrator.

Un cop obtingut el marge, podrem definir el medianil de la peça, que serà 1/2 de la mida del marge.

NOTA: Tenint en compte les necessitats en entorns digitals, caldrà fer una petita adaptació de la retícula per millorar la lectura.

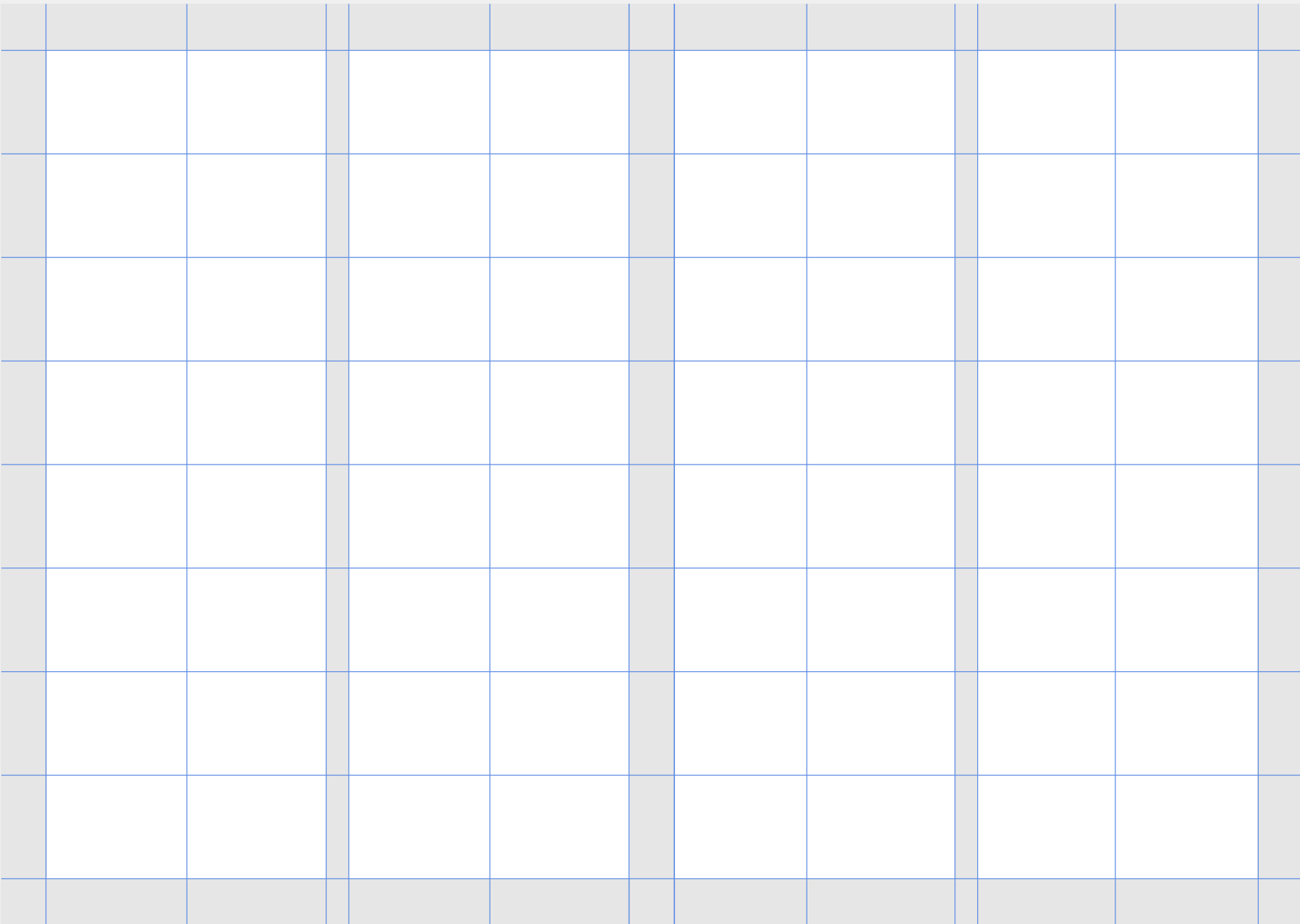
70x100mm

- Marges: 5% del costat més estret.
- Columnes: Quatre columnes.
- Medianil: 3% del costat més estret.



29,7x210mm

- Marges: 5% del costat més estret.
- Columnes: Columnes: Quatre columnes.
- Medianil Central: 3% del costat més estret.



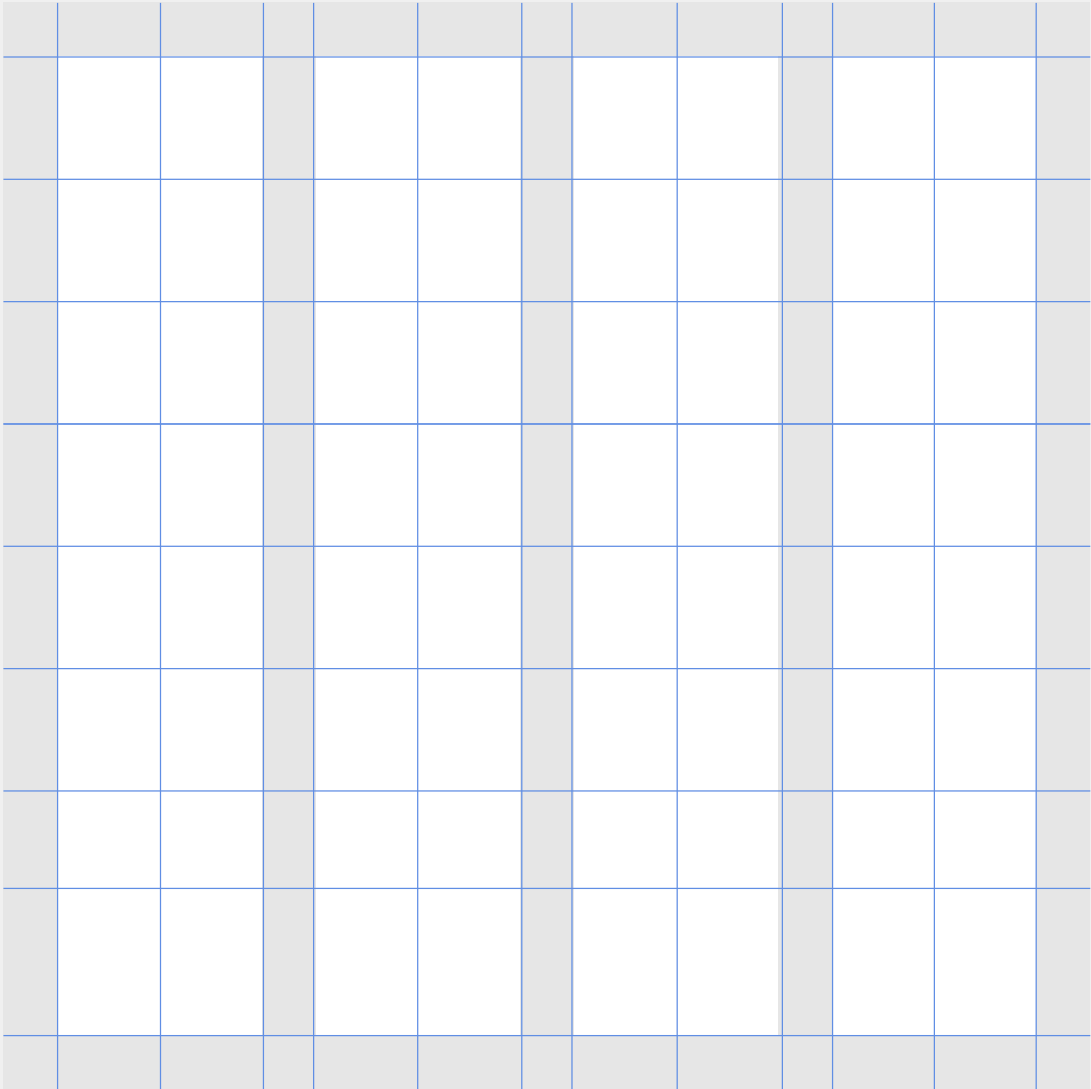
Retícula bàsica

Per assentar els diferents elements visuals sobre la retícula, es podran crear subdivisions parelles, tenint en compte que totes han de ser equidistants.

NOTA: Aquesta norma cobreix el 90% de les possibles aplicacions. En alguns casos, i sempre sota la supervisió del departament corporatiu, es podrà modificar la seva mida per adaptar-la a situacions concretes.

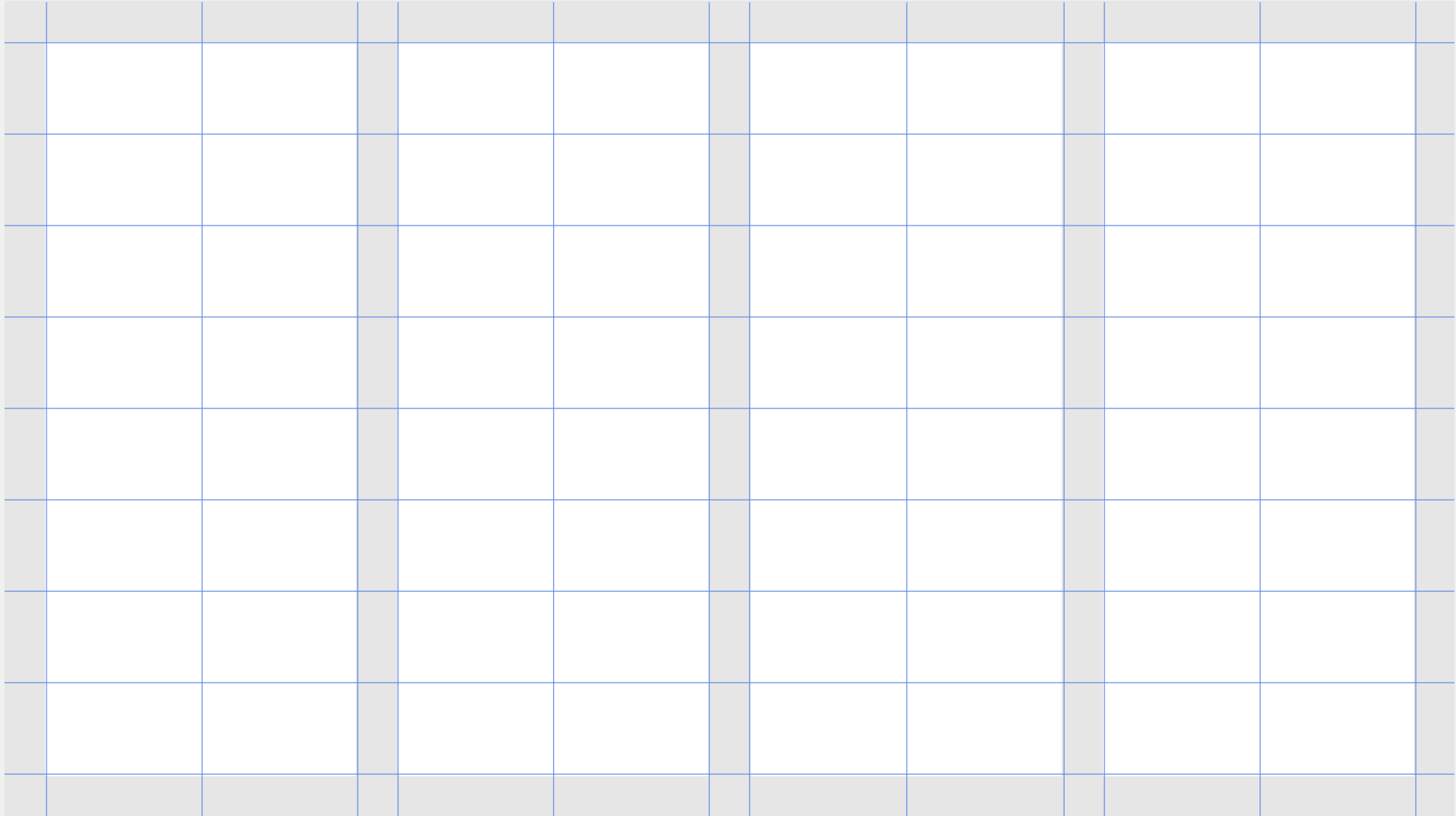
1080x1080px

- Marges: 5% de l'amplada.
- Columnes: Quatre columnes.
- Medianil: Igual que el marge.



1920x1080px

- Marges: 5% del costat més estret.
- Marges: Quatre columnes.
- Medianil: Igual que el marge.



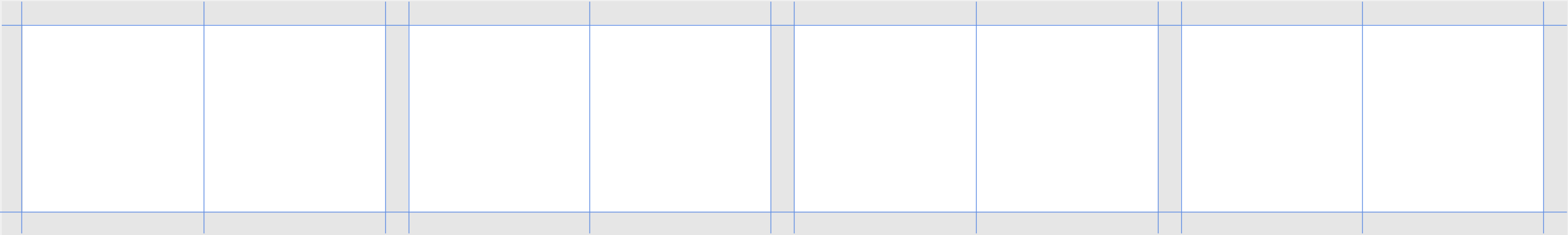
Retícula formats especials

Hi ha mides que surten dels formats més estandarditzats. El sistema es pot adaptar perfectament a aquestes situacions utilitzant els mateixos criteris d'ús que en els formats més habituals.

L'única diferència és el logotip, que en tot moment ocupa una mida més gran que en els formats més estandarditzats.

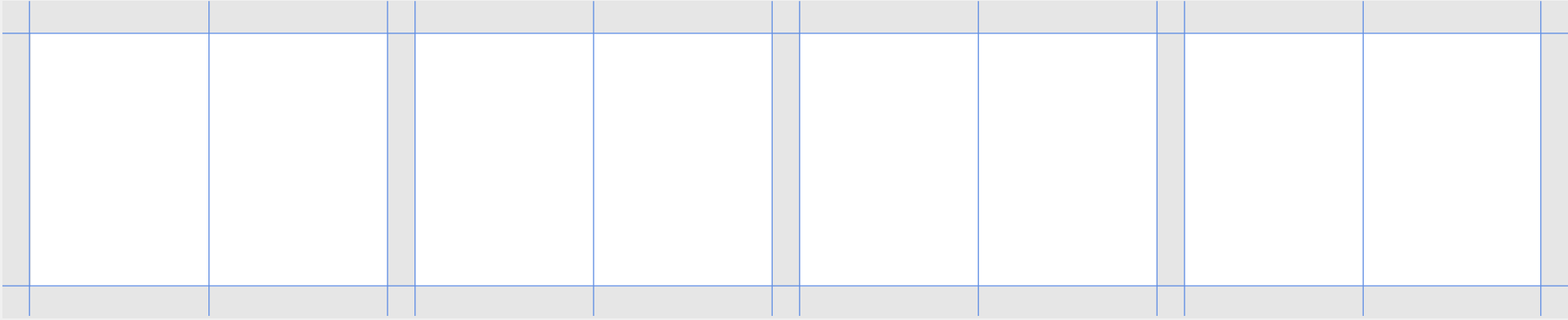
Súper
horizontal 1

- Marges: 10% del costat més estret.
- Columnes: Quatre columnes.
- Medianil: Igual que el marge.



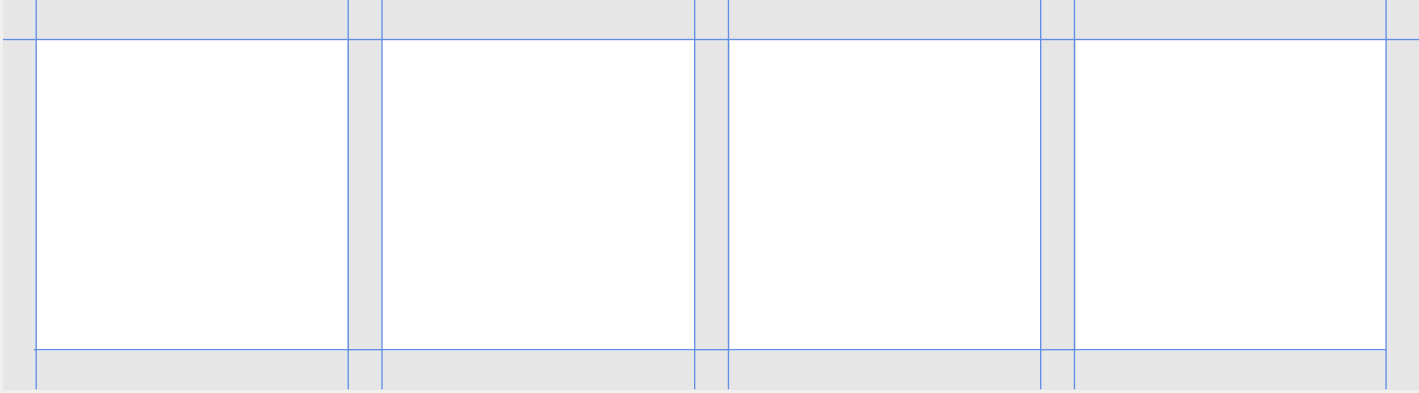
Súper
horizontal 2

- Marges: 10% del costat més estret.
- Columnes: Quatre columnes.
- Medianil: Igual que el marge.



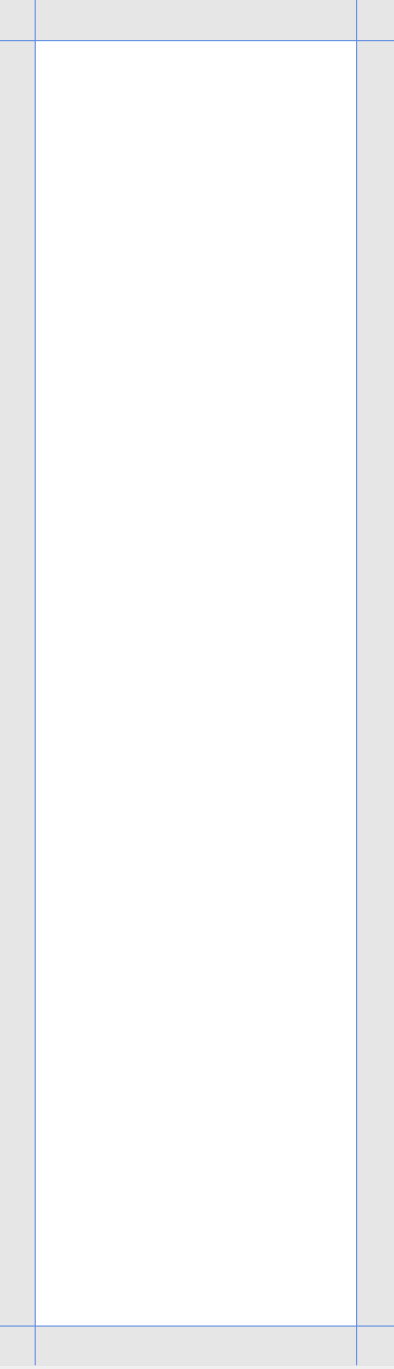
Súper
horizontal 3

- Marges: 10% del costat més estret.
- Columnes: Quatre columnes.
- Medianil: Igual que el marge.



Súper
vertical

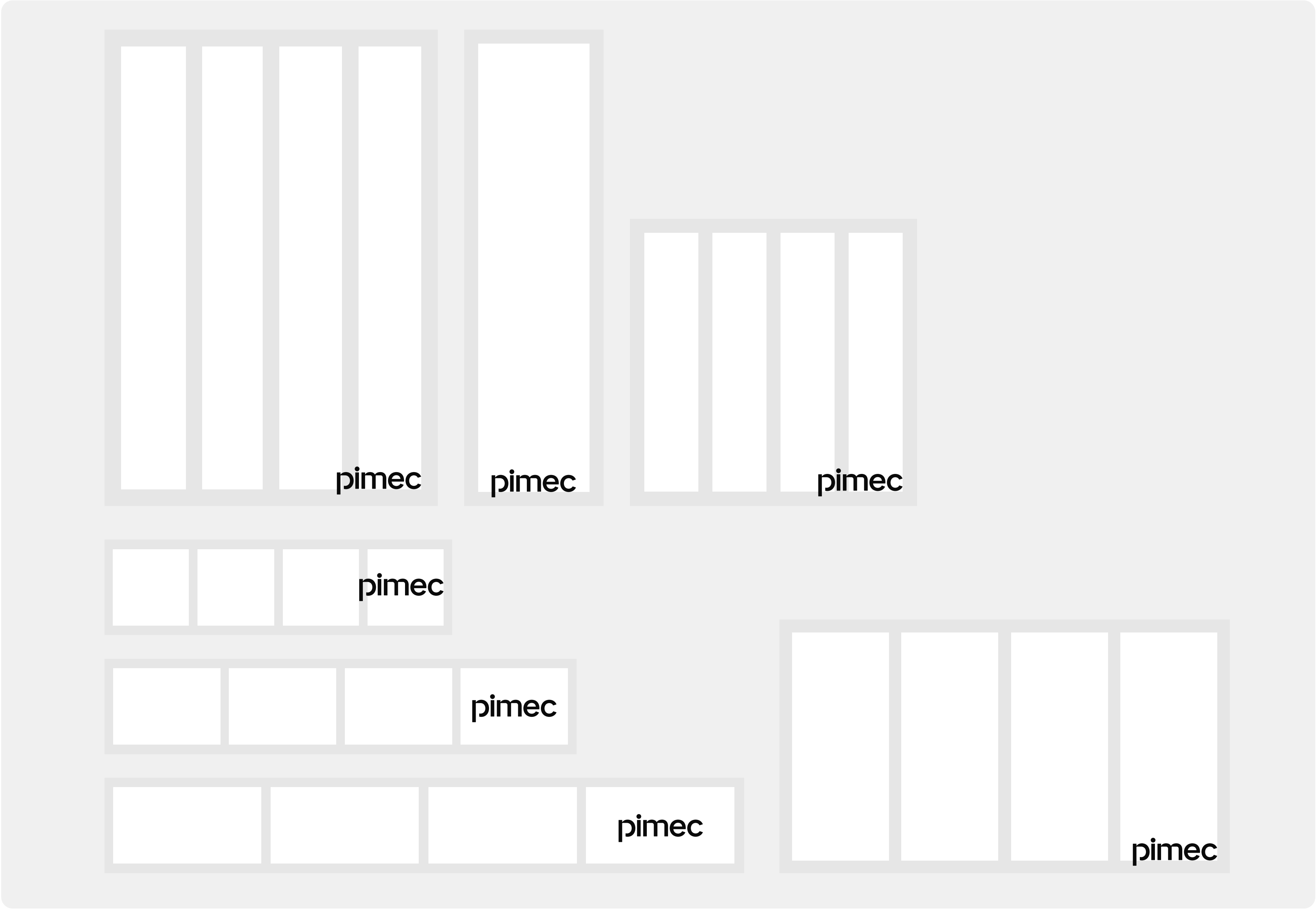
- Marges: 10% del costat més estret.
- Columnes: Una columna.
- Medianil: Igual que el marge.



Ubicació del logotip

Per mantenir una coherència i una pràctica habitual amb les nostres audiències, la marca només es podrà aplicar a les posicions definides en aquesta pàgina.

S'han estudiat les diferents posicions tenint en compte la distribució del contingut i els recursos de marca, per afavorir i protegir-ne l'aplicació.



©Pimec Tots els drets reservats