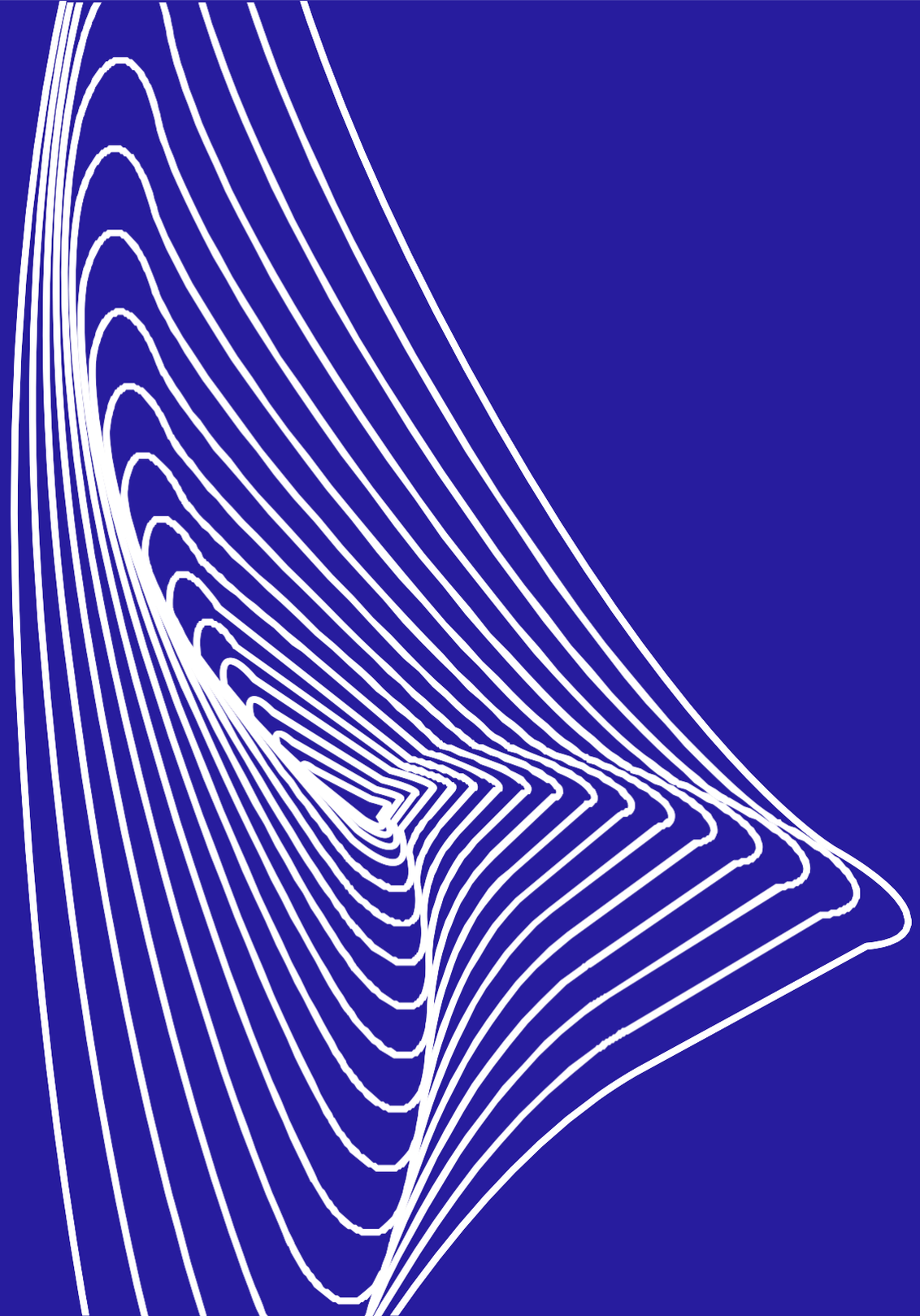
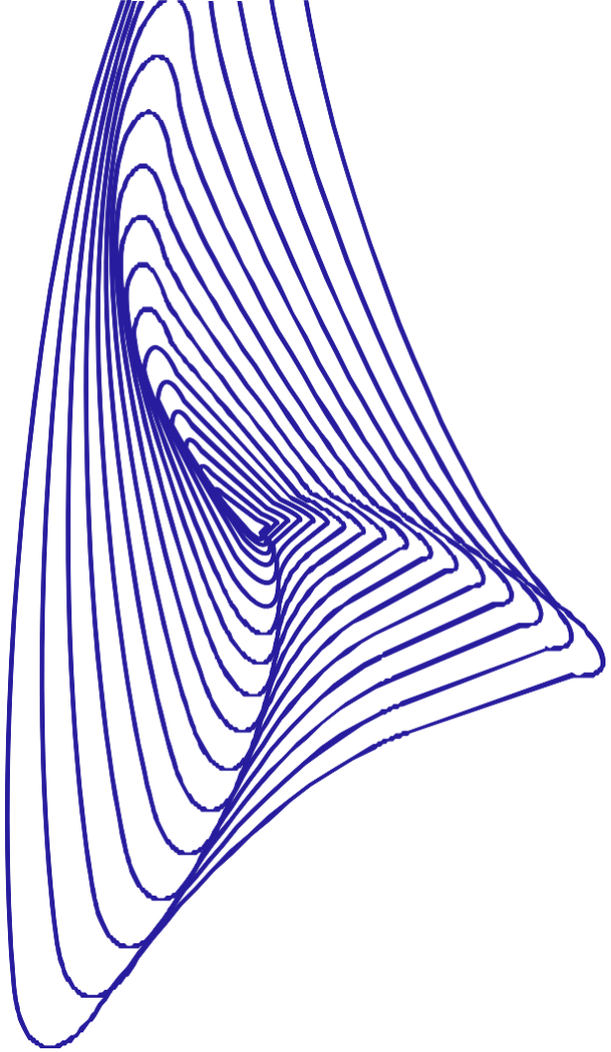


som vela

MANUAL
CORPORATIVO



Consideraciones generales

El concepto “SOM VELA”, es utilizado como claim de marca o firma de las diferentes piezas y campa ñas de las instituciones que reúne en su paraguas. Esto hace necesario contar con unas pautas generales para su uso, con el fin de facilitar una correcta aplicación de dichas marcas en todas las publicaciones, materiales promocionales y elementos de comunicación editados por los distintos organismos públicos asociados.

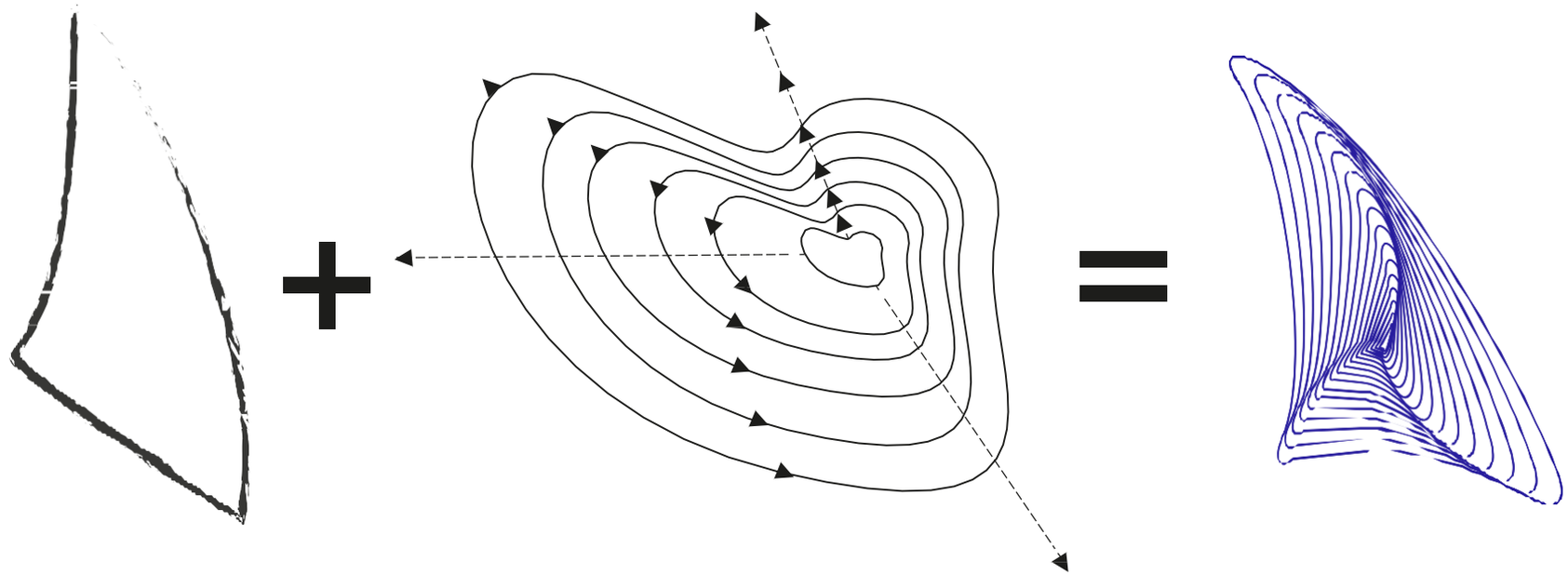
En este Manual se recoge la aplicación conjunta de las marcas y los objetivos que deben cumplir las normas de utilización:

1. Correcta utilización de la Identidad Corporativa de la marca.
Para ello es imprescindible que permanezcan inalterables los elementos que la conforman (color, tamaño, tipografías, proporción entre sus partes, etc.)

2. Máxima difusión.
La identidad corporativa se divulgará a través de los canales que las institucio nes utilicen de manera habitual para conectar con sus clientes.

3. Presencia destacada.

El objetivo prioritario es conseguir que la marca “SOM VELA” adquiera notoriedad, para ello deberá ocupar un lugar preferente dentro de los soportes con el fin de aumentar su impacto publicitario.



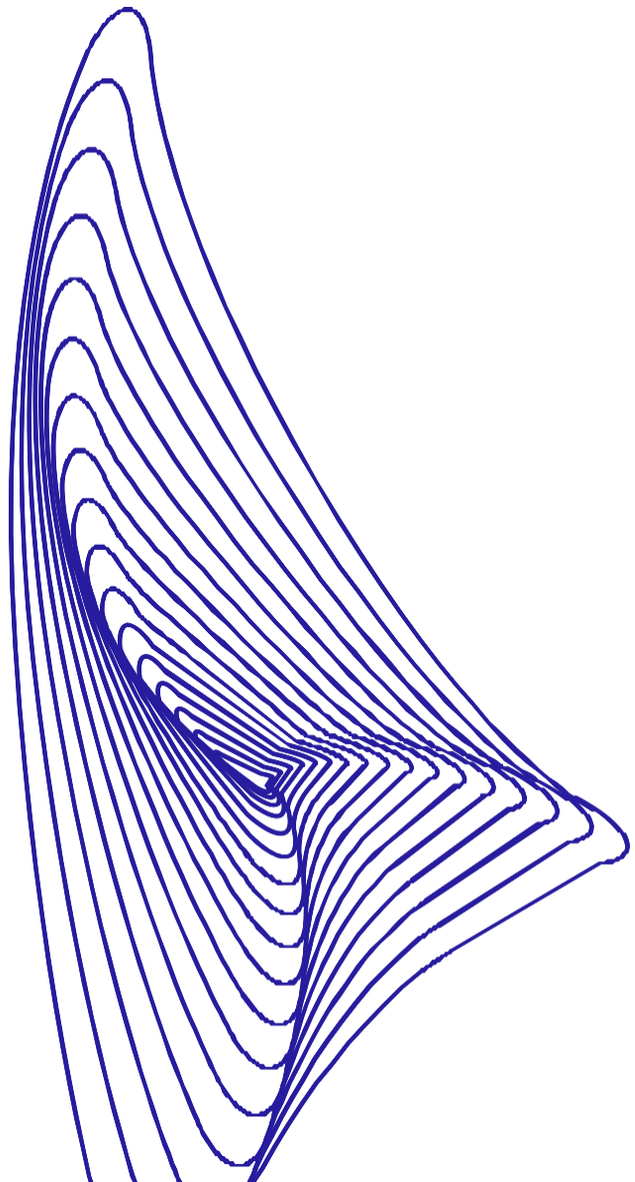
El símbolo de la marca “Som Vela” representa la geometría de las isobaras, la forma curva de la baluma de una vela, el centro vélico o punto donde actúa la fuerza generada por el viento en la vela, que coincide con el centro geométrico de la vela en cuestión.

Es una forma en diagonal que irradia dinamismo.
Una vela que se expresa de un modo fresco, elegante y moderno.

som vela

El deporte de la vela sólo se entiende por la conjunción del viento, la mar y el hombre.
Y aplicando los conocimientos adquiridos a lo largo de la historia y las nuevas tecnologías, conseguimos que una vela nos lleve cada vez más y más lejos.

Todos los que amamos este deporte “Som Vela” que empuja la pasión y las ganas de descubrir.

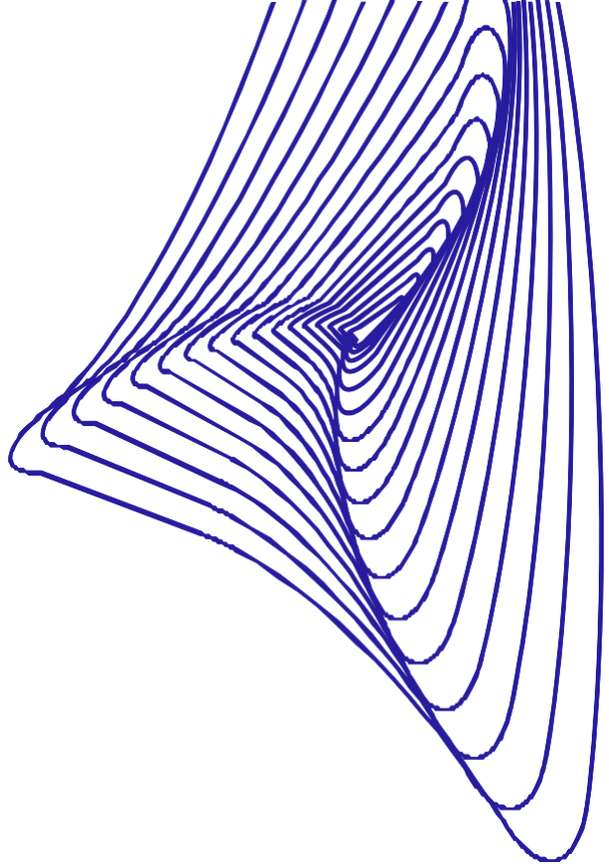


Índice

1. Manual Corporativo de «Som Vela»

2. Medios esenciales
   1. Publicidad exterior
      — Bandera, photocall, roller
      — Carteles y manga viento

3. Medios con esencialidad condicionada
   1. Papelería
   2. Trofeo
   3. Furgoneta



1. Manual Corporativo

Tamaño. Cada soporte tiene establecido un tamaño mínimo de marca que se definirá en las siguientes páginas. Los modelos de soporte escogidos poseen las medidas más habituales, en caso de variación de estas medidas se calculará un porcentaje, por definir, el tamaño de la marca “Som Vela”.

El tamaño mínimo del logotipo no podrá ser inferior al establecido para los distintos soportes; no obstante, si podrá superarlo.

El manual de Identidad Corporativa de la marca recoge la obligación de respetar el tamaño mínimo de reproducción establecido. Éste será de 15 mm.

Situación. La marca se situará en un lugar visible, encinma de la referencia institucional, atendiendo en todo momento a la perfecta legibiladad del conjunto. El símbolo puede ser utilizado aisladamente, como recurso gráfico. Respetando el tamaño mínimo, pero pudiendo variar la escala, orientación e intensidad de la mancha.

Orientación. La orientación del logotipo deberá concidir con el sentido de la lectura del resto del texto.

Color. El logotipo deberá aparecer en los colores indicados y especificados en el manual de aplicación de la marca.

Impresión. En este manual se incluyen versiones de la marca en tinta plana (Pantone), cuatricomía y a una tinta, con el fin de que se adapte a las necesidades del anunciante.

Modificaciones. En ningún caso, estará permitido alterar las proporciones de los elementos que conforman la marca, así como tampoco se podrá integrar cualquier otro elemento gráfico en el interior del área de reserva definida.

1. Color coporativo

El concepto “SOME VELA”, es utilizado como claim de marca o firma de las diferentes piezas y campañas de las instituciones que reúne en su paraguas.

Esto hace necesario contar con unas pautas generales para su uso.

Para marcar una clara diferenciación de los organismos a los que representa se utilizará un código de color distintivo para cada una. Se han empleado colores marineros que confieran personalidad y favorezcan la legibilidad. Y los colores corporativos son como sigue:

PANTONE Blue 072 C

C:100 M:79 Y:0 K:0

Websafe #000099

FEDERACIÓ
Vela Comunitat Valenciana

1. Marca a color

Positivo. La versión preferente de la marca es la reproducida en esta página, y se utilizará siempre que nos sea posible. Si bien, algunos soportes gráficos, que en su apartado correspondiente serán especificados,
serán preferiblemente la opción en negativo la que deberemos utilizar.

1. Marca en blanco y negro

Positivo.

1. Marca en blanco y negro

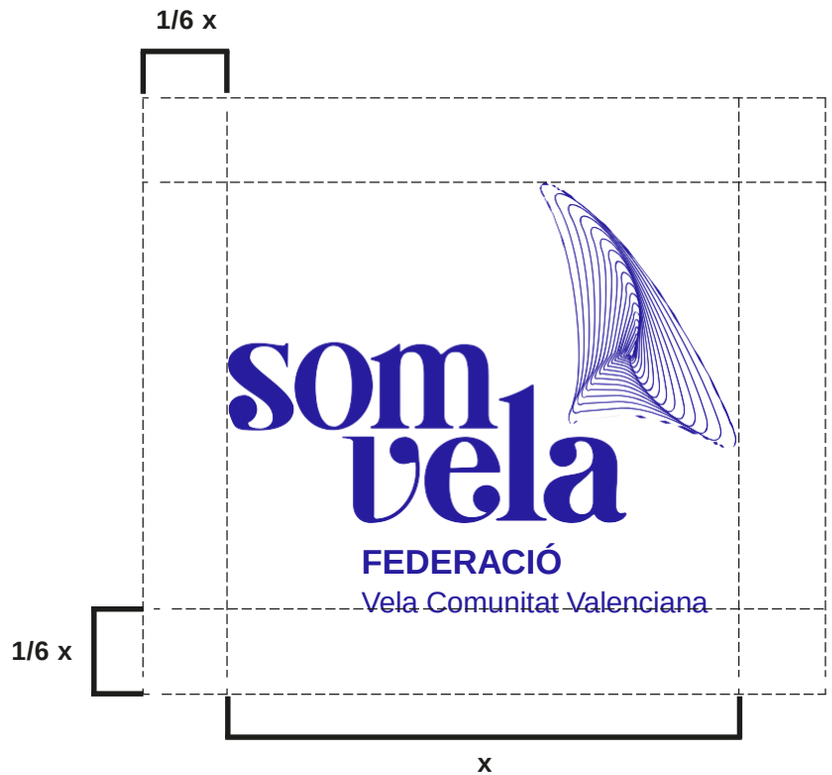
1. Marca a color

Negativo. Al utilizar la marza en negativo todos los colores se mantienen.

1. Área de reserva

Es un espacio imaginario que rodea el logo y que protegerá la imagen de cualquier distracción visual.
Este espacio no debe ser invadido por ningún elemento gráfico: textos, fotografías, dibujos, etc. El área queda definida por los márgenes mínimos expuestos en el ejemplo. El área prevista para el espacio será 1/6 X.

*Hemos utilizado el versión de la FEDERACIÓ, aunque sería aplicable al resto de opciones.



1. Test de reducción

Para conseguir una óptima reproducción de la Marca, y evitar alteraciones en su legibilidad (empastes, etc), se la ha sometido a un test de reducción.
Se ha comprobado que su legibilidad óptima como conjunto (símbolo + tipografía) comienza en un tamaño mínimo de 25 mm de alto.
De un modo excepcional, se contempla una versión horizontal y otra vertical, en la que se ha justificado y alterado la composición y proporción de los elementos para dar mayor visibilidad al nombre de la asociación, cuando las circunstancias lo requieran; consiguiendo un conjunto inferior en ancho o alto, según las versiones.

1. Tipografía corporativa

El logotipo “Som Vela” se ha basado en una tipografía Serif, si bien ha sido totalmente trazado, personalizado y modificado hasta desaparecer cualquier similitud. De trazos curvos, cuerpo redondeado y señalando los remates ondulados, hasta el punto de ofrecer una apariencia contundente, personal e icónica.

Para escribir el nombre de los organismos a los que está asociada la marca, se ha empleado una tipografía Helvética, que favorece la legibilidad, limpieza y una aspecto moderno.

Helvetica Neue Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 :.-¿?¡!%

Helvetica Neue Medium

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 :.-¿?¡!%

Helvetica Neue Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 :.-¿?¡!%

Helvetica Neue Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890 :.-¿?¡!%

2. Medios esenciales

2.2 Publicidad exterior

BANDERAS

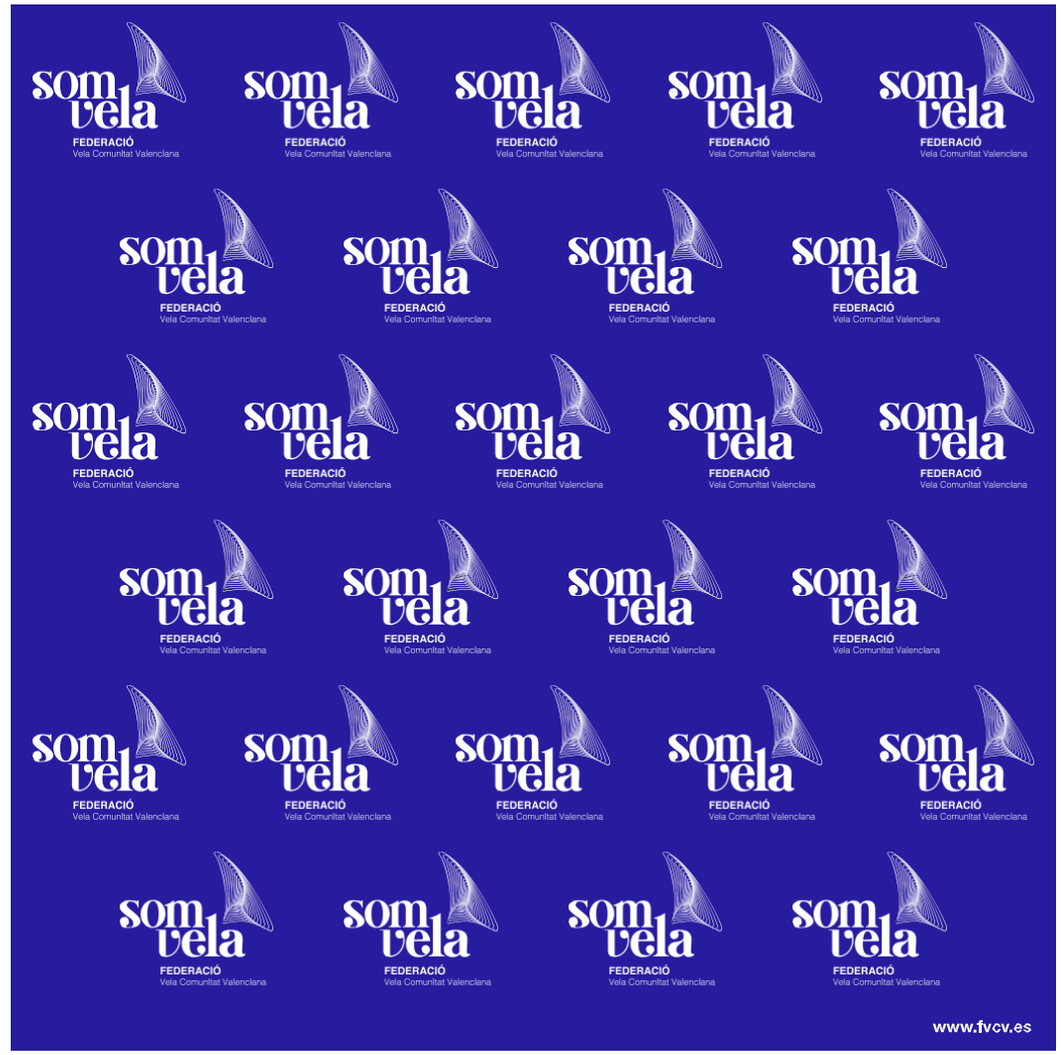
2. Medios esenciales

2.2 Publicidad exterior

MANGA DE VIENTO

2. Medios esenciales

2.2 Publicidad exterior



PHOTOCALL
2x2 metros

2. Medios esenciales

2.2 Publicidad exterior

ROLLER
2x1 metros

2. Medios esenciales

2.2 Publicidad exterior

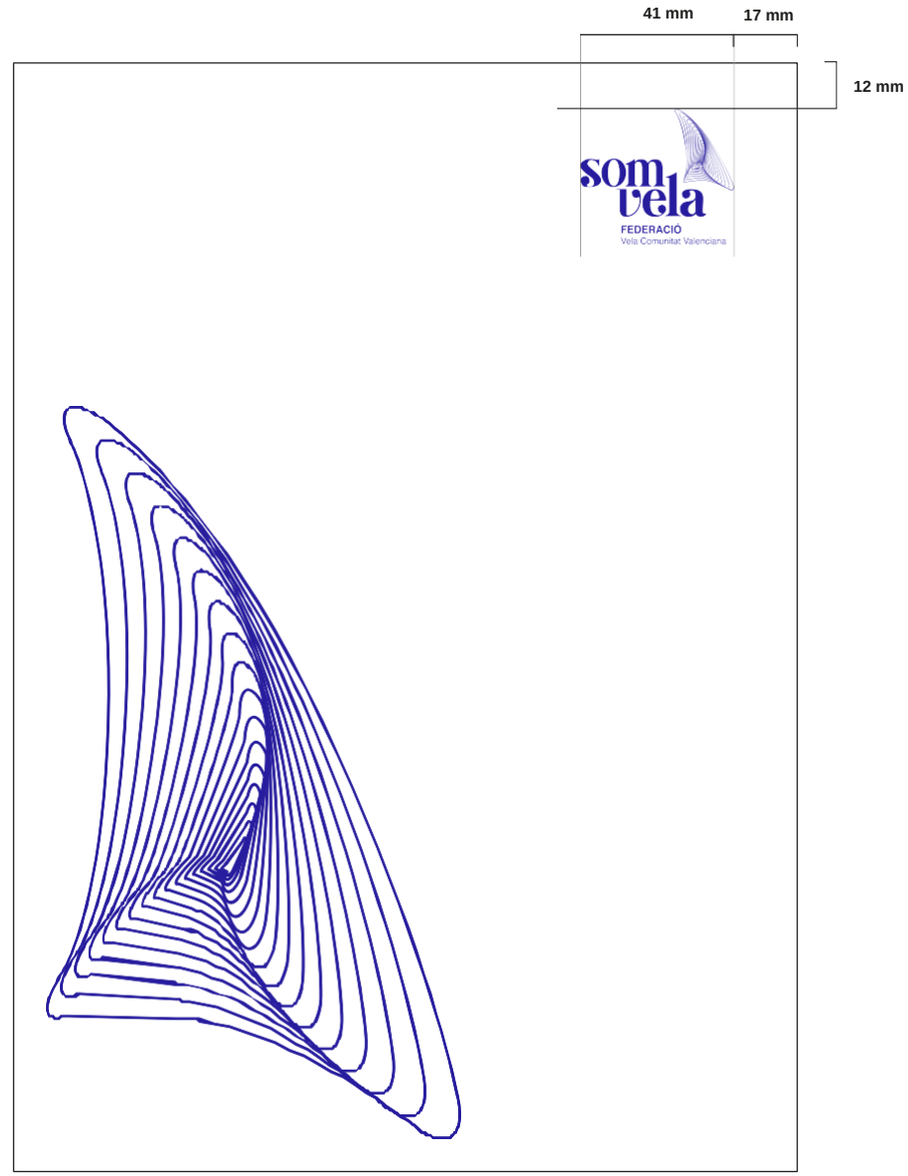
Vinilo rótulo fachada
396x96 cm

3. Medios con esencialidad condicionada

3.1 Papelería

Folio
297x210 cm

Pantone Blue 072 C
al 10% de opacidad



3. Medios con esencialidad condicionada

3.2 Trofeo

TROFEO
Es una propuesta, por lo que habría
que definir materiales, dimensiones
y demás pormenores

3. Medios con esencialidad condicionada

3.3 Furgoneta