GUÍA DE IDENTIDAD GRÁFICA

Red de Ciudades Industriales
DE ANDALUCÍA

SOBRE EL USO DE ESTA GUÍA

La utilización de las marcas "Red de Ciudades Industriales de Andalucía y Ciudad Industrial", en cualquiera de sus aplicaciones, deberá ceñirse estrictamente a lo establecido en esta Guía de Identidad Gráfica y al Manual de Diseño Gráfico de la Junta de Andalucía vigente.

01 **Marca Red de Ciudades Industriales de Andalucía**

1.1 Marca Principal
1.2 Versiones

02 **Marca Ciudad Industrial**

2.1 Marca Principal
2.2 Versiones
2.3 Versiones con denominación

03 **Área de Seguridad**

04 **Tamaños mínimos**

05 **Colores**

06 **Tipografías**

07 **Usos no permitidos**

08 **Convivencia con Junta de Andalucía**

09 **Estilo visual**

10 **Estudio**

11 **Aplicaciones**

11.1 Placa Externa

11.2 Roll up
a. Ciudad Industrial genérico
b. Ciudad Industrial específico
c. Red de Ciudades Industriales de Andalucía

11.3 Photocall

11.4 Atril

11.5 Usos Digitales
a. Portada Facebook
b. Portada Youtube

1.1
MARCA PRINCIPAL

Red de Ciudades
Industriales
DE ANDALUCÍA

1.2 VERSIONES

Dependiendo del uso de la marca en determinados soportes publicitarios es necesaria una versión horizontal.

1.2
VERSIONES

Dependiendo del uso de la marca en determinados soportes donde el imagotipo se repite, se utilizará la leyenda de la marca sin isotipo.

Red de Ciudades Industriales
DE ANDALUCÍA

Red de Ciudades Industriales
DE ANDALUCÍA

Red de Ciudades Industriales
DE ANDALUCÍA

Red de Ciudades Industriales
DE ANDALUCÍA

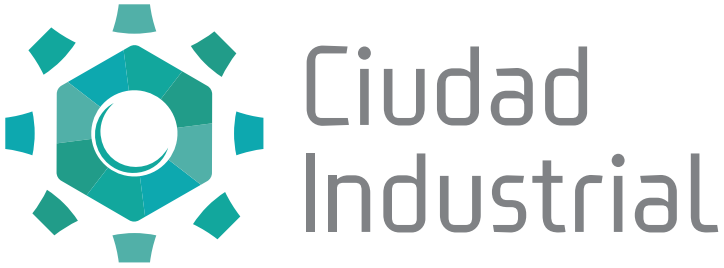
Red de Ciudades Industriales
DE ANDALUCÍA

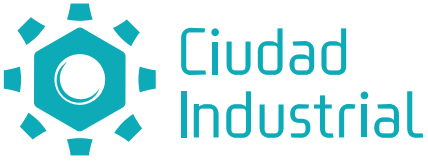
Red de Ciudades Industriales
DE ANDALUCÍA

2.1
MARCA PRINCIPAL

2.2
VERSIONES

Dependiendo del uso de la marca en determinados soportes publicitarios son necesarias estas dos versiones.





Ciudad Industrial

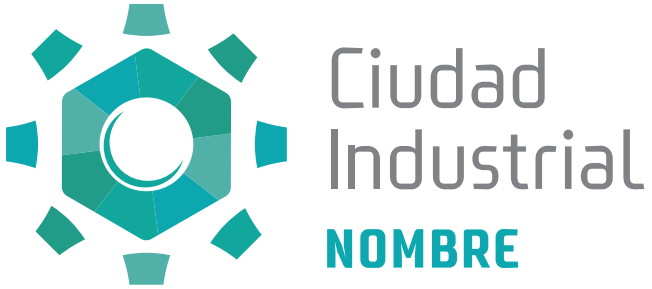
Ciudad Industrial

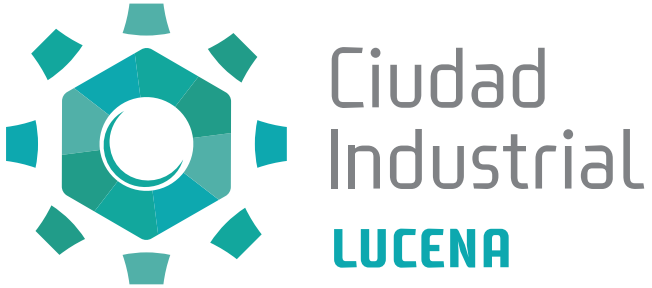
2.3 VERSIONES CON DENOMINACIÓN

Para la marca Ciudad Industrial con el nombre del municipio, serán las versiones secundarias las que pasan a ser versiones principales, ya que al incorporar una línea funcionan mejor.

Dependiendo de la longitud del texto utilizaremos una u otra versión, como se muestra en el ejemplo de abajo.

La tipografía utilizada es la Nakotica Barrow Bold, en color 01 (ver colores en el apartado 05 de esta guía).





03
ÁREA DE SEGURIDAD

La distancia mínima entre la marca y otros elementos gráficos nunca será inferior al área “a”.

Nota:

El área de seguridad “a” se aplica en todas las versiones de marca contenidas en esta guía.

04
TAMAÑOS MÍNIMOS

Es muy importante respetar la escalabilidad para que la marca tenga una buena visibilidad y lectura.

El tamaño mínimo está recomendado para soportes concretos como podrían ser un sello, láser o estampación, pero siempre que sea viable se deben utilizar escalas mayores.

VERTICAL COLOR

18 mm.

HORIZONTAL COLOR

26 mm.

VERTICAL NEGRO

16 mm.

HORIZONTAL NEGRO

24 mm.

VERTICAL COLOR

10 mm.

VERTICAL COLOR

22 mm.

HORIZONTAL COLOR

18 mm.

VERTICAL NEGRO

8 mm.

VERTICAL NEGRO

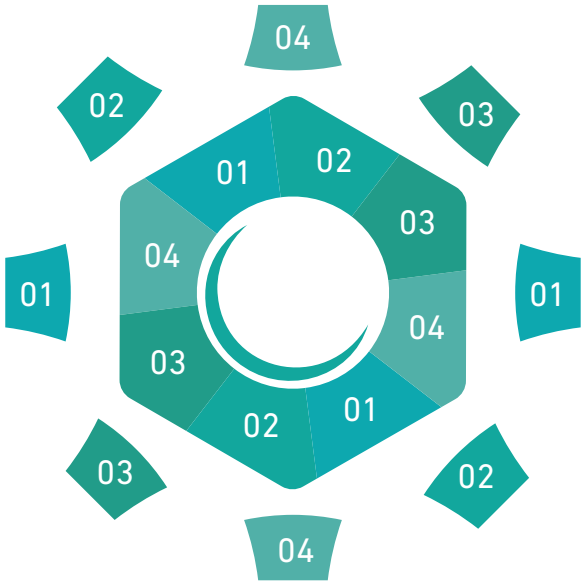
19 mm.

HORIZONTAL NEGRO

16 mm.

05
COLORES

El color es un valor determinante en la marca, por lo que se debe respetar siempre. La identidad visual y memorabilidad dependen en gran parte del cromatismo corporativo.



01

CMYK: 80 - 10 - 33 - 0
RGB: 0 - 162 - 175
WEB: #00a2af
PANTONE 7710 C

VERSIÓN MONOCROMO
PANTONE 7710 C

02

CMYK: 80 - 10 - 45 - 0
RGB: 0 - 161 - 154
WEB: #00a19a
PANTONE 7716 C

03

CMYK: 80 - 19 - 55 - 0
RGB: 24 - 151 - 133
WEB: #189785
PANTONE 7473 C

04

CMYK: 66 - 10 - 38 - 0
RGB: 87 - 174 - 169
WEB: #57aea9
PANTONE 7472 C

06
TIPOGRAFÍAS

La tipografía Nakotica Barrow se utilizará para textos publicitarios y especialmente para titulares.

Para el uso editorial se utilizará la familia tipográfica Roboto, ya que tiene una amplia gama de variantes condensadas e itálicas.

En caso de necesidad se pueden utilizar otras tipografías, siempre que sean de palo seco (sin serifa).

Nakotica Barrow Regular
ABCDEFGHYJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqrstuvwxyz
0123456789

Nakotica Barrow Light
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

Nakotica Barrow Medium
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

Nakotica Barrow Bold
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

Roboto Regular
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

Roboto Regular Italic
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

Roboto Medium
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

Roboto medium Italic
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

Roboto Bold
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

Roboto Bold Italic
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

Roboto Light Italic
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

Roboto Light Italic
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

Roboto Condensed
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

Roboto Condensed Italic
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

Roboto Bold Condensed
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

Roboto Bold Condensed Italic
ABCDEFGHYJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghyjklmnñopqr
stuvwxyz
0123456789

07
USOS NO PERMITIDOS

Cualquier cambio de color, disposición, escala, rotación, o distorsión que no esté recogido en esta guía de identidad gráfica se considera incorrecto. Solo es correcto el uso de la marca recogido en la sección 01 (marca principal) y 02 (versiones) de esta guía.

Nota:

El área de seguridad "a" se aplica en todas las versiones de marca contenidas en esta guía.

Cambio de color

Disposición de los elementos

Rotación de la marca

Escala de los elementos

Rotación del isotipo

Distorsión

08
CONVIVENCIA CON JUNTA DE ANDALUCÍA

Cuando la marca esté acompañada del imagotipo de la Junta de Andalucía, se respetarán las proporciones y las áreas especificadas en este apartado.

CONVIVENCIA 01

CONVIVENCIA 02

CONVIVENCIA 02

09
ESTILO VISUAL

El estilo visual será libre según la necesidad de cada campaña o estrategia de marketing, pero siempre respetando las pautas de la marca y las del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de Andalucía.

La aplicación de la marca se hará conforme a esta guía, teniendo especial cuidado en los apartados 05, 06, 07 y 08.

Se usarán las tipografía corporativas, especialmente en titulares y destacados.

Como recurso gráfico se puede utilizar el isotipo (símbolo de marca) para dar dinamismo e identidad a modo de transparencia, ornamento, etc.

Esta sección es una muestra orientativa de cómo se debe aplicar la marca.

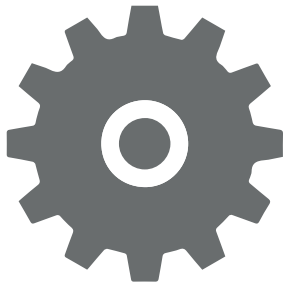
La casuística es tan amplia que en este apartado exponemos algunos mock-ups como muestras para entender la coherencia gráfica que debe tener la aplicación de la marca.

10
ESTUDIO

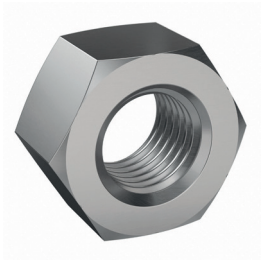
El isotipo (símbolo de marca) de la marca representa el sector industrial y la identidad andaluza.

En esta sección esquematizamos el proceso de creación del isotipo.

La parte tipográfica se ha construido con la tipografía Nakotica Barrow.



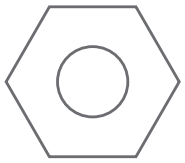
Engranaje: Es el símbolo más representativo de la industria.

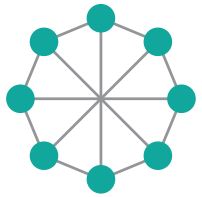


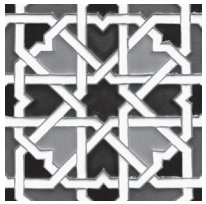
Presente en todos los sectores industriales, en herramientas, maquinaria, transporte, etc.

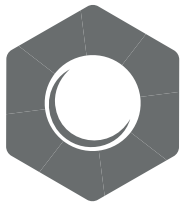
Red de ciudades, municipios, etc. Conexión.

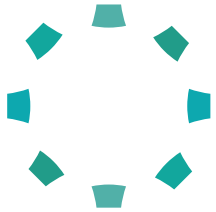
Motivo andalusí. Andalucía.

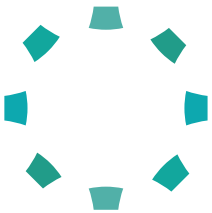












11
APLICACIONES

11.1 Placa externa

Material: Panel sandwich
Tamaño: 180 x 297 mm.
Grosor: 3 mm.

El material utilizado en la placa de exterior aporta modernidad, además de resistencia y durabilidad.

11
APLICACIONES

11.2 Roll-up

Material: Roll-up con Lona enrollable
Tamaño: 100 x 200 cm.

a. Ciudad Industrial Genérico

b. Ciudad Industrial Específico

c. Red de Ciudades Industriales de Andalucía

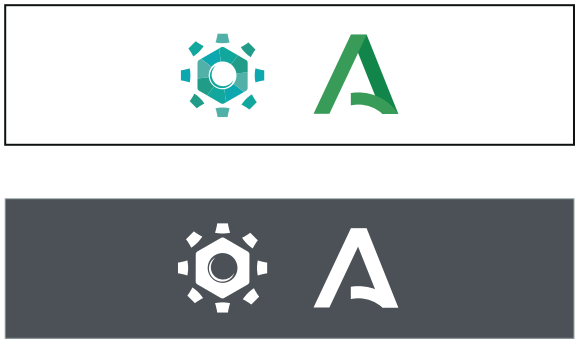
11
APLICACIONES

11.3 Photocall

Material: Pop-up con Lona
Tamaño: 300 x 226 cm.

11.4 Atril

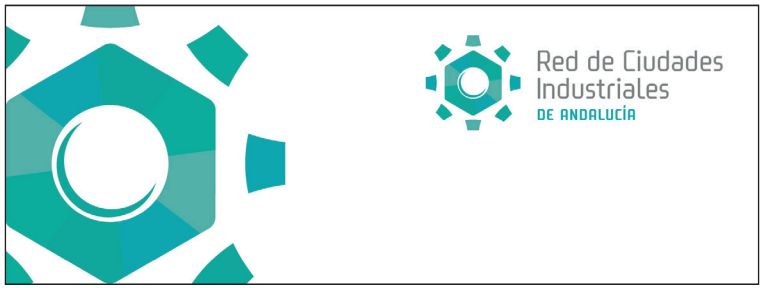
Este ejemplo se ha creado a partir del apartado 4.8.3. Atriles, del Manual de Identidad Corporativa de la Junta de la Andalucía, integrando la convivencia de los isotipos de las marcas en formato galleta de 570x140 mm.



11
APLICACIONES

11.5 Usos digitales

a. Portada Facebook. 851 x 315 px.



b. Portada Youtube. 2048x1152 px.

Creación de las marcas Red de Ciudades Industriales y Ciudad Industrial,
y desarrollo de Guía de Identidad Gráfica por **Por fin lunes S.L.**
porfinlunes.es