





El manual de Identidad (Lite) Corporativa recoge elementos constitutivos de la Identidad Visual de **Feria Zaragoza**

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 Feria Zaragoza necesita de una atención especial a las recomendaciones expuestas en este Manual, como documento que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión pública.

El Manual de la Marca debe ser por tanto una herramienta "viva" y presente en todas las aplicaciones de la marca corporativa, y su convivencia con sus Productos. Las directrices que contienen 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.

Se irán añadiendo "piezas" conforme vayan surgiendo necesidades.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

ÍNDICE

1. LA MARCA
2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN
3. EL COLOR
4. TIPOGRAFÍA
5. APLICACIONES
6. TERMINOLOGÍA

1. LA MARCA



Feria Zaragoza es una corporación, con una personalidad única.

Nuestro estilo de comunicación visual debe ayudar a transmitir el compromiso, la promesa que hacemos a cada una de nuestras audiencias.

Se ha creado para Feria Zaragoza una imagen corporativa que contiene todos los valores que queremos expresar a través de la marca.

Liderazgo

Capacidades orientadas al servicio y al cliente.

Proximidad

Mostrando en todo momento una vocación de servicio.

Compromiso

Visitar Feria Zaragoza debe ser una experiencia

Modernidad

Ofrecer siempre una imagen, fresca, limpia y actual.

Una marca bien aplicada es la base más sólida sobre la que se genera adhesión, rápida identificación y vinculación con un proyecto de futuro.

2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

LOGOTÍPO

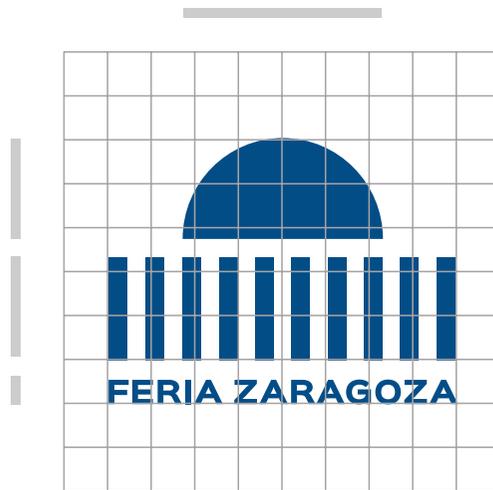


El restyling de logo actual evoluciona para solucionar mejoras en el reconocimiento de la marca.

Mejora en su “estabilidad” y “legibilidad”

Nos apoyamos en un reconocido skyline de Feria Zaragoza que mejora su impacto cuando aparece en cualquier comunicación junto a otras marcas

2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN



MODULACIÓN

Aseguramos la correcta proporción de la marca sobre cualquier soporte y medidas.

AREA DE PROTECCIÓN

Se ha establecido un área de protección en torno al logotipo. Este área deberá estar exenta de elementos gráficos que interfieran en su percepción y lectura de la marca.

La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "X", siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes).

2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN



El logotipo se puede presentar en tres versiones.

Version principal, versión horizontal y versión horizontal doble.



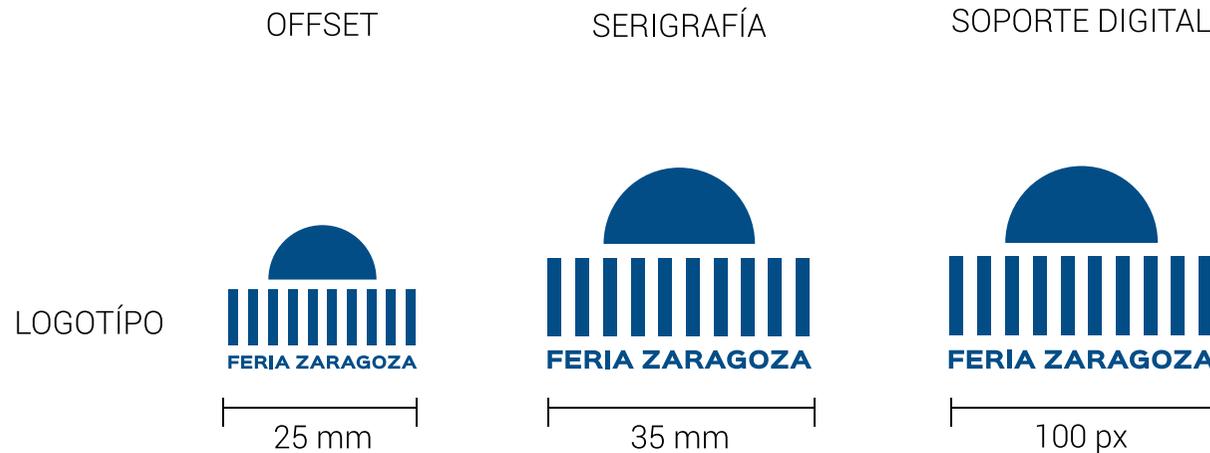
2. CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción offset de 25 mm. de largo y de 35mm. para serigrafía.

Para reproducción en pantalla se aconseja un tamaño mínimo de 100 pixeles de largo.

En sistemas con bajos valores de reproducción, (relieves, grabados...), se aconseja un mayor tamaño, atendiendo a criterios técnicos del sistema de reproducción y de legibilidad.



3. EL COLOR



Pantone 301 C
C100 · M67 · Y25 · K12
R0 · G73 · B135



Pantone 1795 C
C7 · M95 · Y82 · K1
R217 · G39 · B46



Pantone 143 C
C1 · M34 · Y85 · K0
R247 · G179 · B52

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

Colorimetría de Aragón



3. EL COLOR

Aplicaciones cromáticas



3. LA TIPOGRAFÍA

Sinkin Sans es una tipografía de forma sencilla, agradable, lujosa proporcionada y fácil de leer sans-serif.

Está diseñado con pequeñas muescas discretas, que se hunden en las verticales y en las intersecciones de los trazos, añaden luces a las esquinas congestionadas.

Las incisiones forman ángulos rectos que aparecen más nítidas y mejoran la definición de los tipos más intrincados

Sinkin Sans 800 black

aQ **ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890
!"%&/()=?¿;:.

5. APLICACIONES



5. APLICACIONES



5. APLICACIONES



Para lograr una mejor comprensión de esta Manual, se exponen a continuación las definiciones más comunes de los términos empleados.

IMAGEN CORPORATIVA

La percepción que una determinada persona o un colectivo tienen de una Entidad. Es la imagen mental ligada a una Corporación y a lo que ella representa.

IDENTIDAD CORPORATIVA

El conjunto de características específicas y personales de una Entidad, las cuales crean una forma perceptible y memorizable de sí misma y la diferencian de los demás entidades. El término Identidad Corporativa, por el que entendemos su carácter específico, implica todo lo que una empresa representa: sus productos, su comunicación, sus inmuebles...

IDENTIDAD VISUAL

La parte visible de la identidad de una empresa. A menudo se utilizan de manera indiscriminada Identidad Corporativa e Identidad Visual. No obstante, la primera se encuentra en un plano superior a la segunda.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Conjunto de normas que regulan el uso y aplicación de la Identidad Corporativa en el plano del diseño.

LOGOTIPO O MARCA

La conjunción de los distintos elementos que componen la identidad visual de la empresa: logotipo, símbolo/anagrama y color.

SÍMBOLO O ANAGRAMA

Elemento gráfico que simboliza la empresa y contribuye a mejorar su identificación.

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Tipo de letra que se utiliza de forma vinculante para escribir los textos relacionados con la Imagen Corporativa. La normalización de la tipografía es un factor adicional en todo programa de Identidad Visual. Busca conferir unidad y armonía en todas las presentaciones.

