

MANUAL D'IDENTITAT CORPORATIVA

MUSEU DE L'EMPORDÀ

—2018

MANUAL D'IDENTITAT CORPORATIVA

MUSEU DE L'EMPORDÀ

ÍNDEX

1. El logotip
2. El símbol
3. La marca
 - 3.1. La marca. Segell. Convivència
 - 3.2. La marca. Convivència Ajuntament
4. Les tipografies corporatives
5. Construcció del sistema de la marca
 - 5.1. Construcció del sistema de la marca. Estructura
 - 5.2. Construcció del sistema de la marca. Proporcions
 - 5.3. Construcció del sistema de la marca. Codi de colors
 - 5.4. Construcció del sistema de la marca. El fons
6. Papereria
7. Exemples

1. EL LOGOTIP

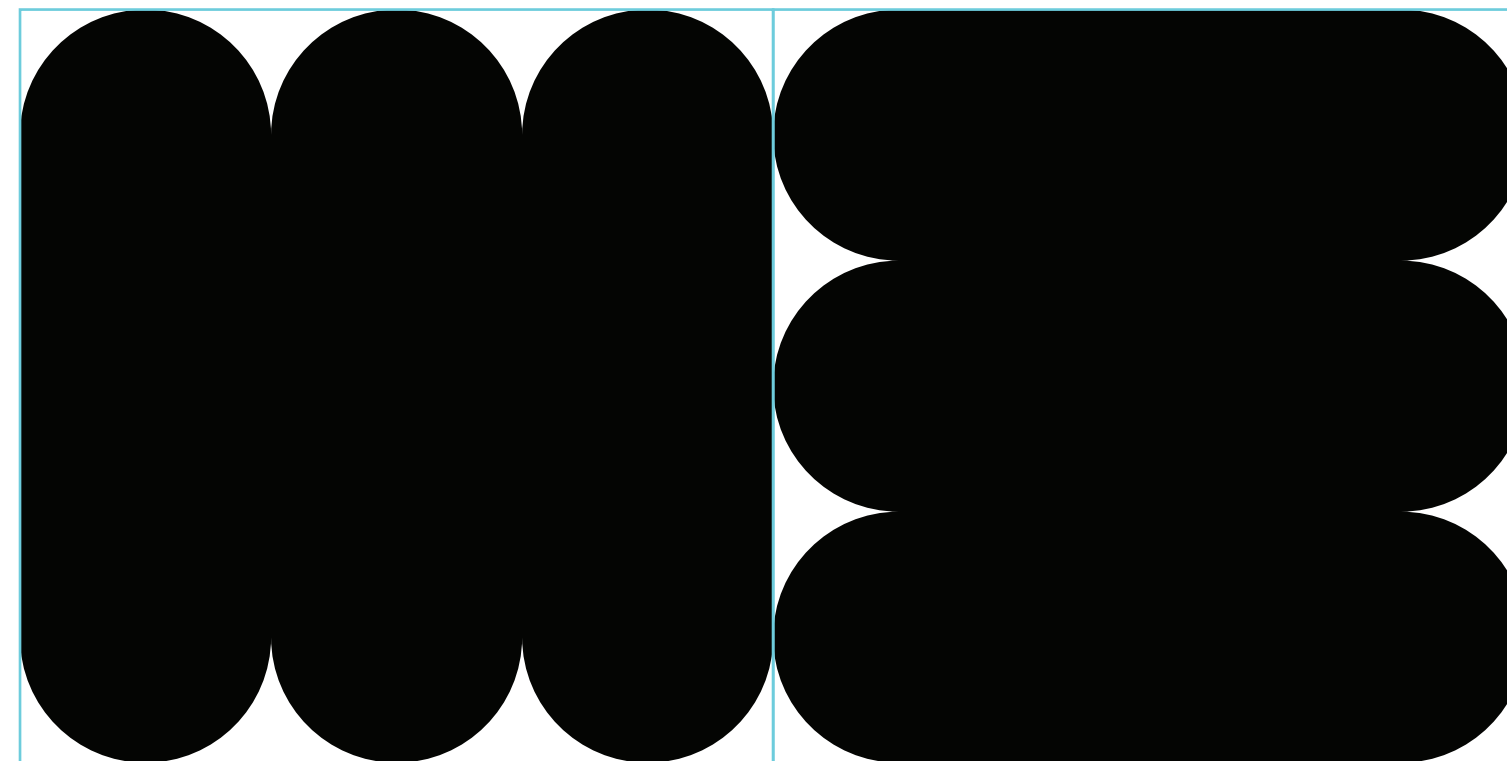
Està format en una sola línia.
Tot i que la base és la tipografia
Vag rounded, en el nom la M i la E
tenen caràcter simbòlic. L'accent i
l'apòstrof també han estat
modificats.

MUSEU DE L'EMPORDÀ

2. EL SÍMBOL

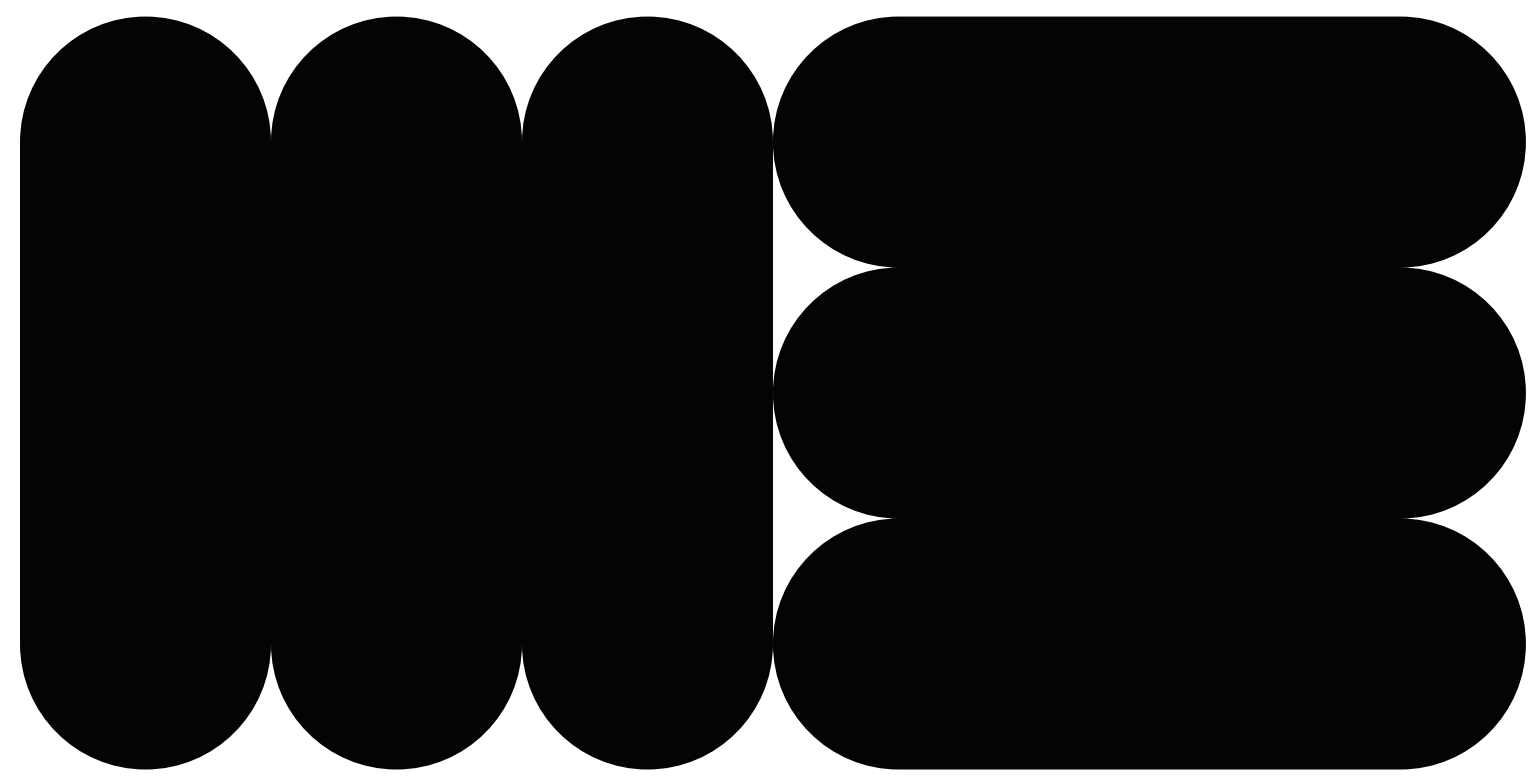
S'ha dissenyat a partir de la M i de la E modificant-ne la forma i els volums. Ocupen el mateix espai quadrat.

Pot funcionar en horitzontal o en vertical. Preferiblement en negre o blanc.



3. LA MARCA

És el conjunt de logotip i símbol.
On el pes visual està
preferiblement en el símbol.



MUSEU DE L'EMPORDÀ

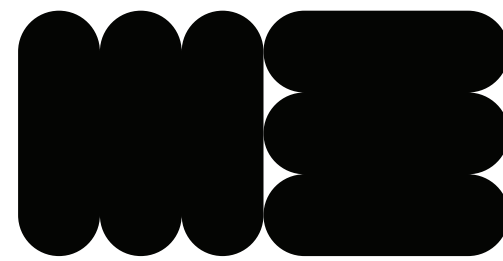
3.1. LA MARCA.

SEGELL. CONVIVÈNCIA

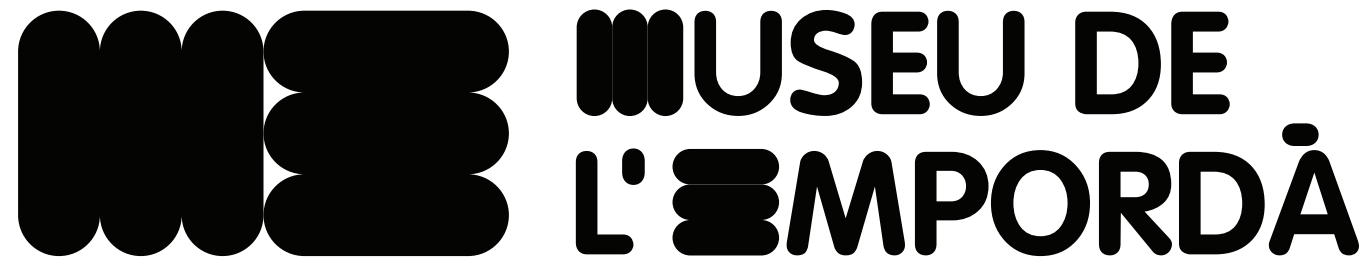
En necessitats molt concretes; per exemple avatars de xss, la marca es redueix al símbol ¹.

En versions de convivència amb altres marques o en tamany reduïts s'usarà la versió ²

1



2



3.2. LA MARCA.

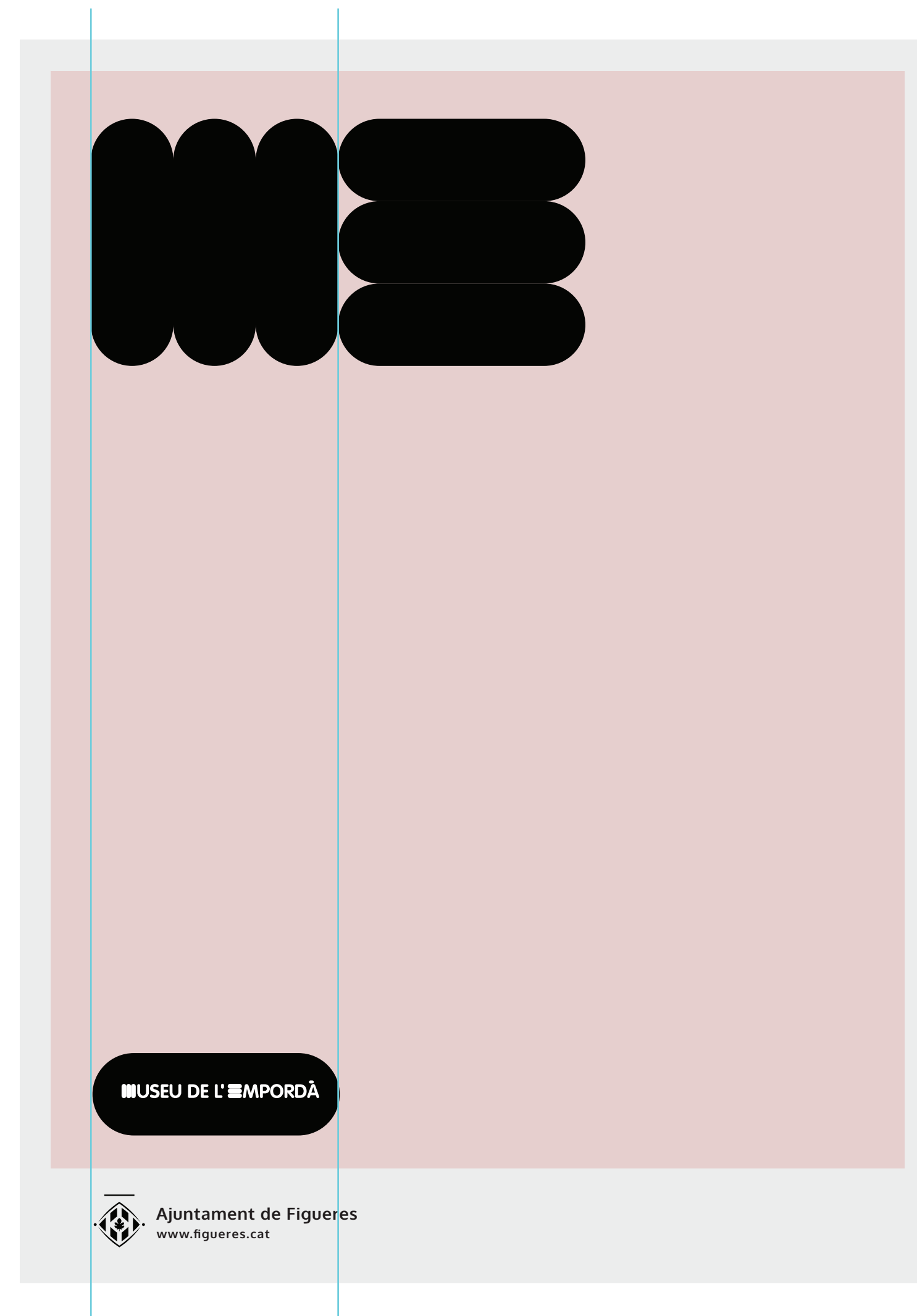
CONVIVÈNCIA AJUNTAMENT

Quan convisqui amb la marca de l'Ajuntament es farà d'aquesta manera:

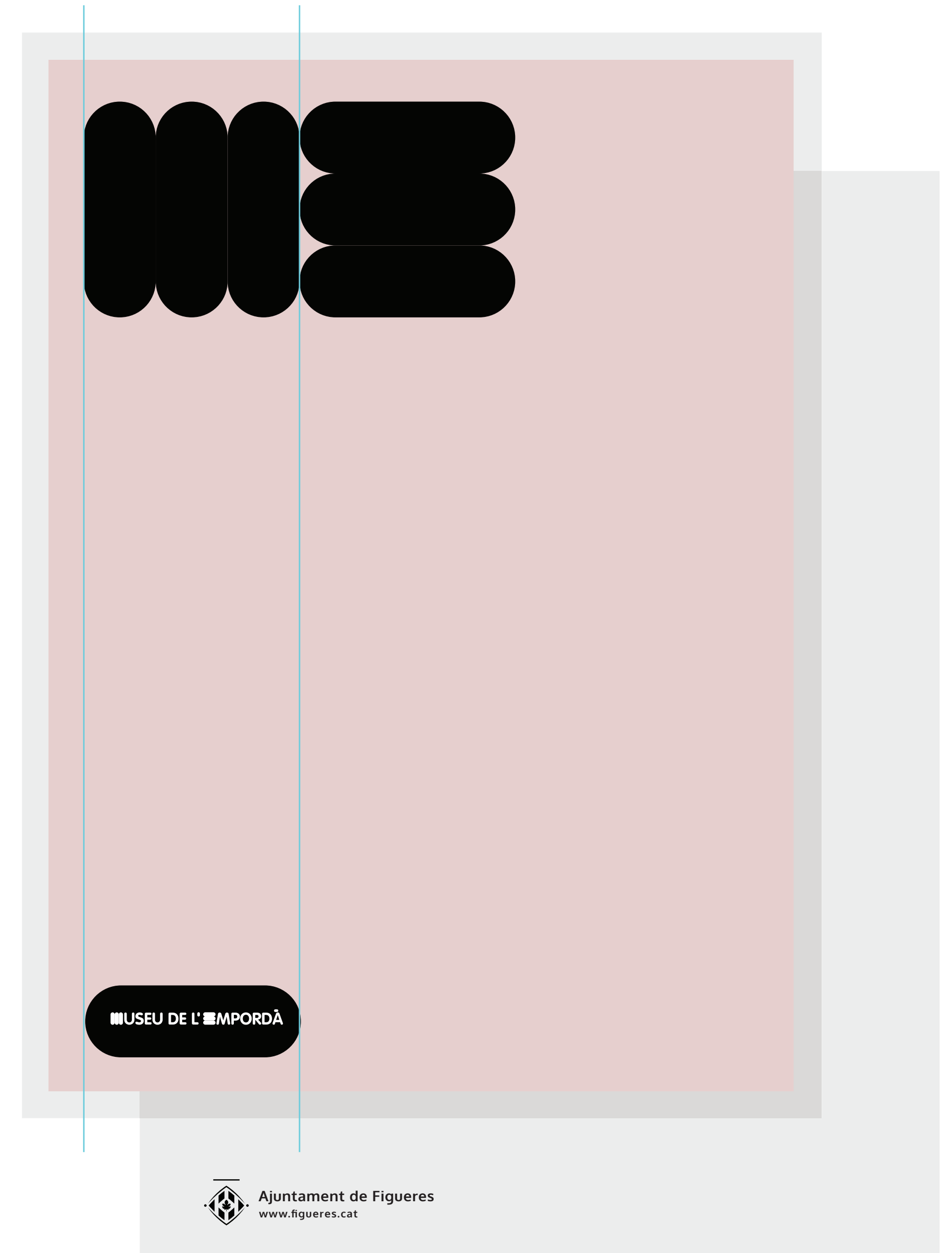
A banda esquerra en la mateixa columna que el logotip i la M, hi anirà la marca de l'Ajuntament de Figueres.

També s'ha de tenir en compte si la peça té una o dues cares.

Comunicació 1 cara



Comunicació 2 cares



4. TIPOGRAFIES CORPORATIVES

La marca s'ha dissenyat amb la *Vag rounded bold*; una tipografia de 1979 geomètrica amb acabaments arrodonits que denoten un tó proper i càlid.

Pels altres aspectes específics de la comunicació (dates, categories, etc.) també usarem la *bold*, mentre que pels grans titulars usem la seva versió *light*.

Vag rounded bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!"#\$%&/()=?¿

Vag rounded light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!"#\$%&/()=?¿

5. CONSTRUCCIÓ DEL SISTEMA DE LA MARCA

El sistema es construeix amb 5 elements fonamentals:

- el símbol ¹
- el logotip ²
- les pastilles complementàries ³
- el text titular ⁴
- el fons ⁵

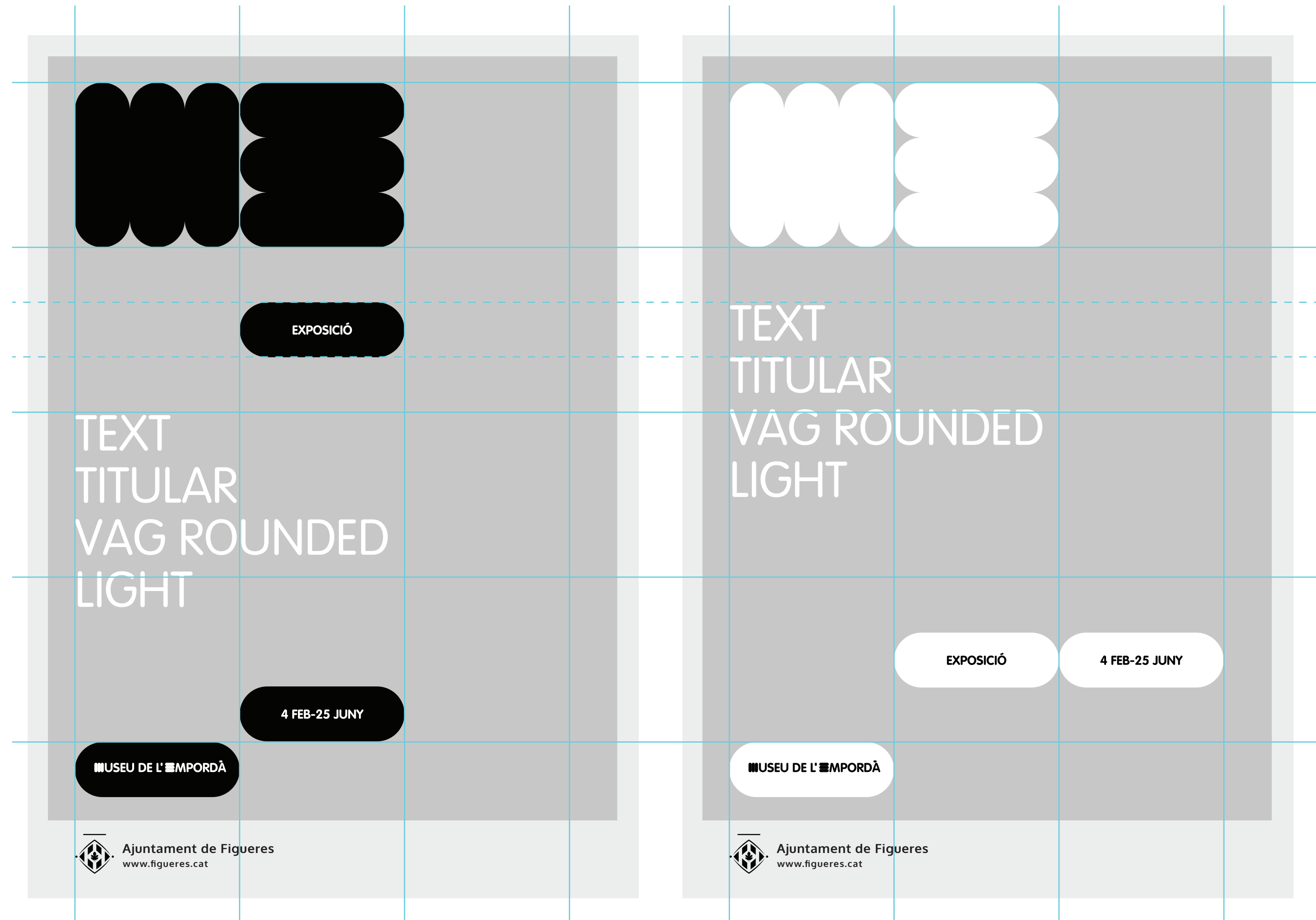
Aquests elements es situen a l'esquerra, excepte el fons que va centrat amb un marge blanc; i les pastilles complementàries que es situen en l'espai segons una quadrícula interna.



5.1. CONSTRUCCIÓ DEL SISTEMA DE LA MARCA. ESTRUCTURA

La quadrícula base s'estableix a partir dels mòduls del símbol, tant en el seu conjunt com en les seves parts.

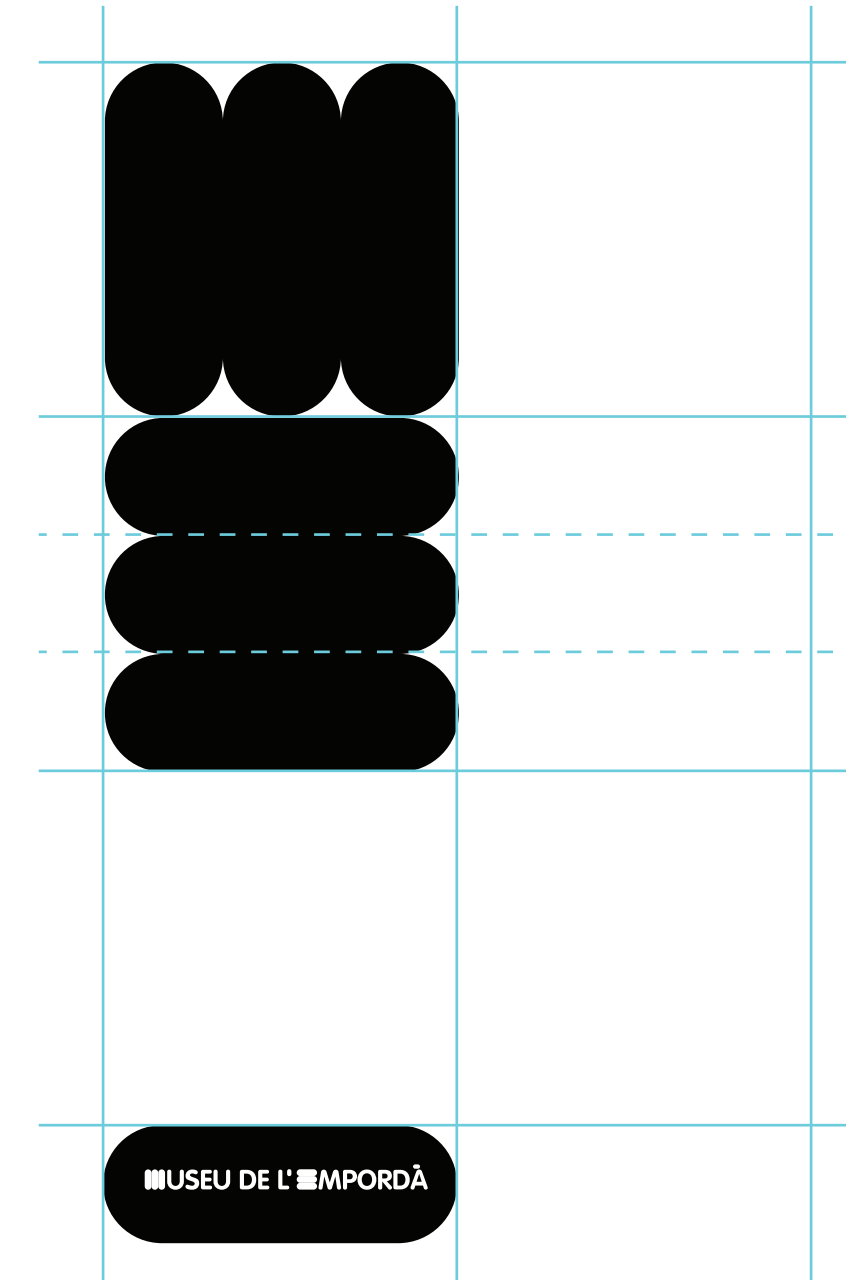
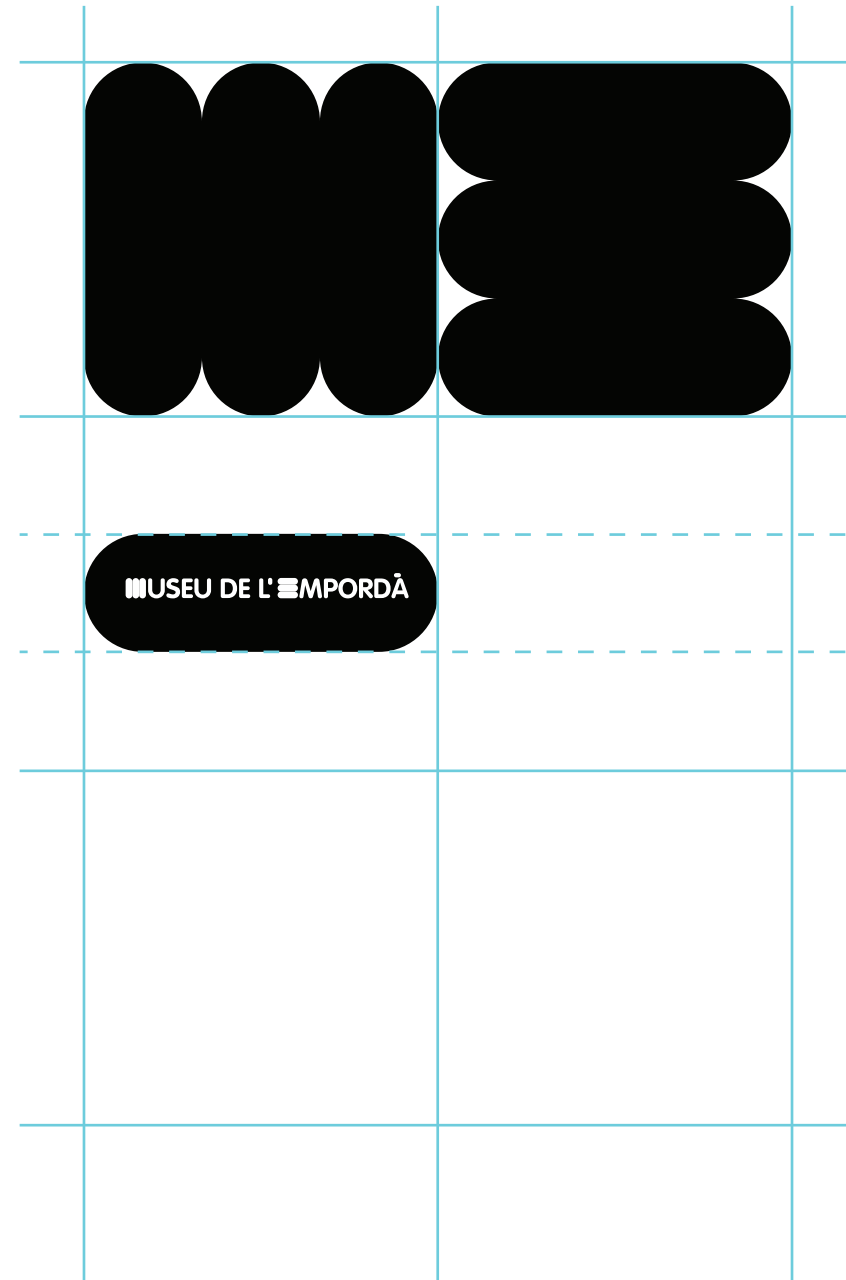
És interessant destacar que la diversitat en la col·locació de les pastilles complementàries dotarà al sistema de vivesa i dinamisme (especialment en les peces de comunicació).



**5.2. CONSTRUCCIÓ DEL SISTEMA
DE LA MARCA. PROPORCIONS**

La proporció entre símbol i logotip està marcada pel volum de la geometria de fons.
Principalment en dues opcions:
horitzontal i vertical.

Una excepcionalitat és treure el logotip de la forma geomètrica i atorgar-li més tamany (en especial a les peces corporatives).

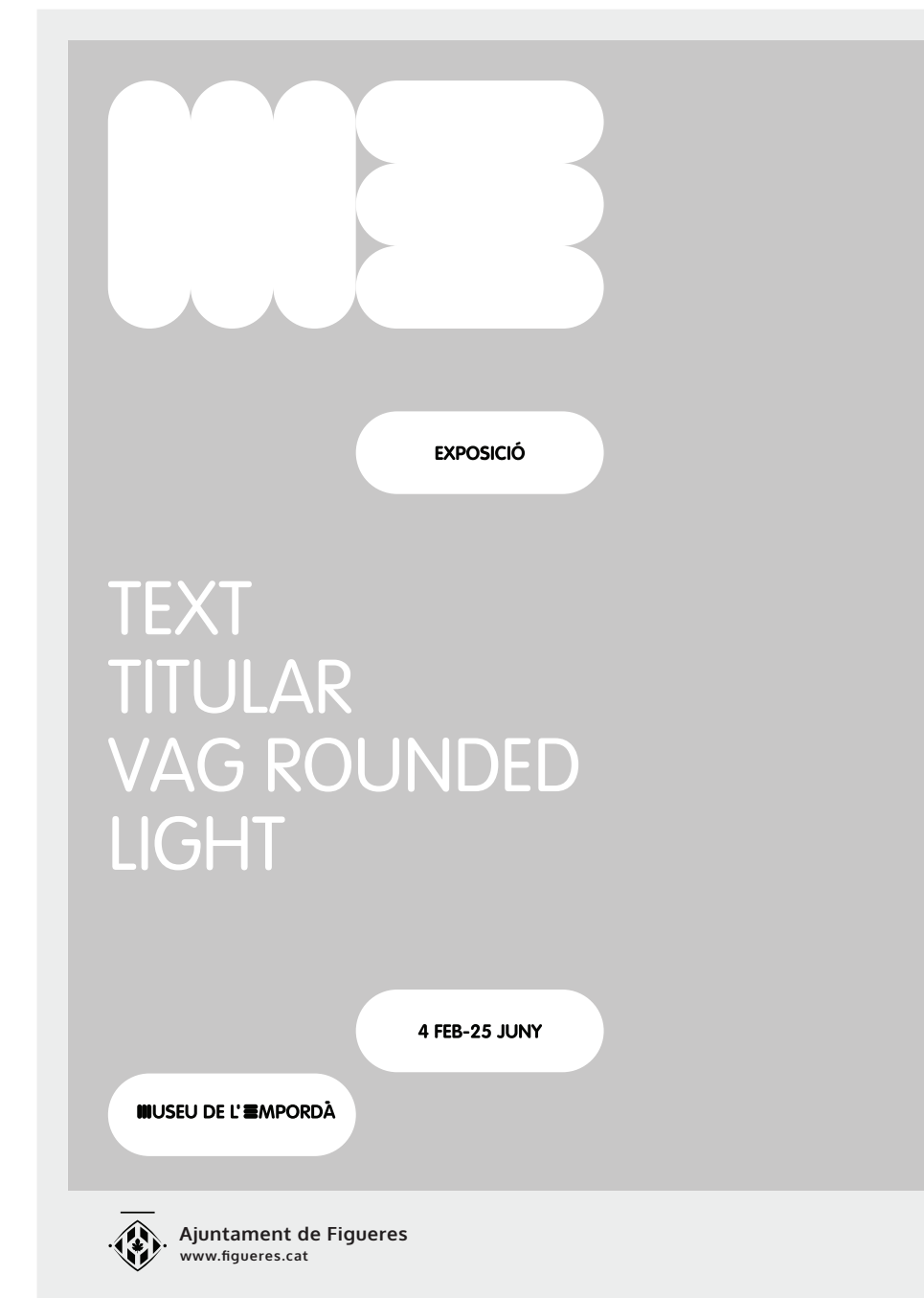


5.3. CONSTRUCCIÓ DEL SISTEMA DE LA MARCA. CODI DE COLORS

No hi ha un color principal ni secundari.

S'ha d'escollir la opció que més destaquï, la que millor lectura ofereixi, segons el fons que s'hagi triat.

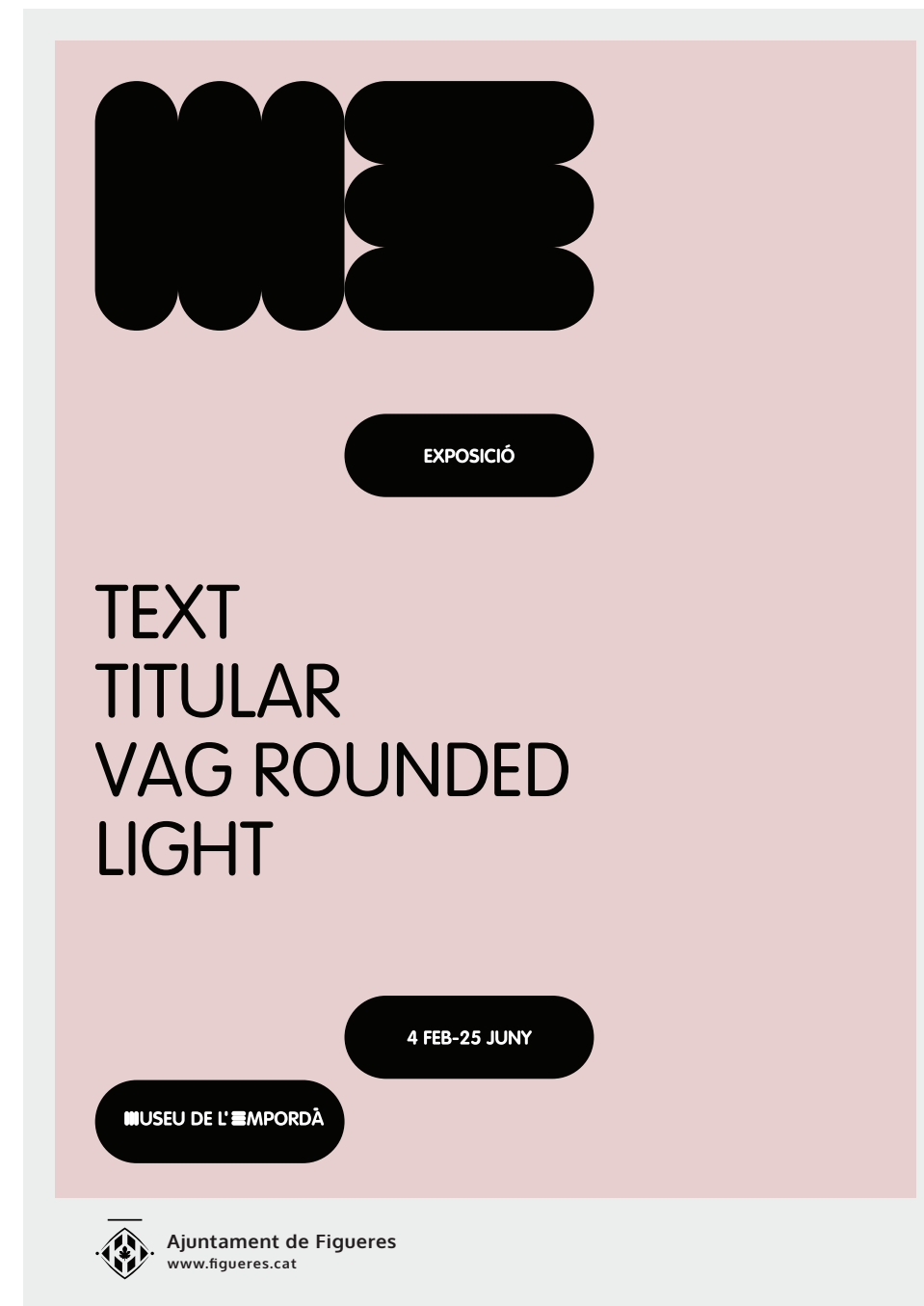
Principalment es farà servir l'opció de blanc o de negre; mentre que la de color es reservarà per necessitats específiques (per exemple activitats educatives per a la canalla).



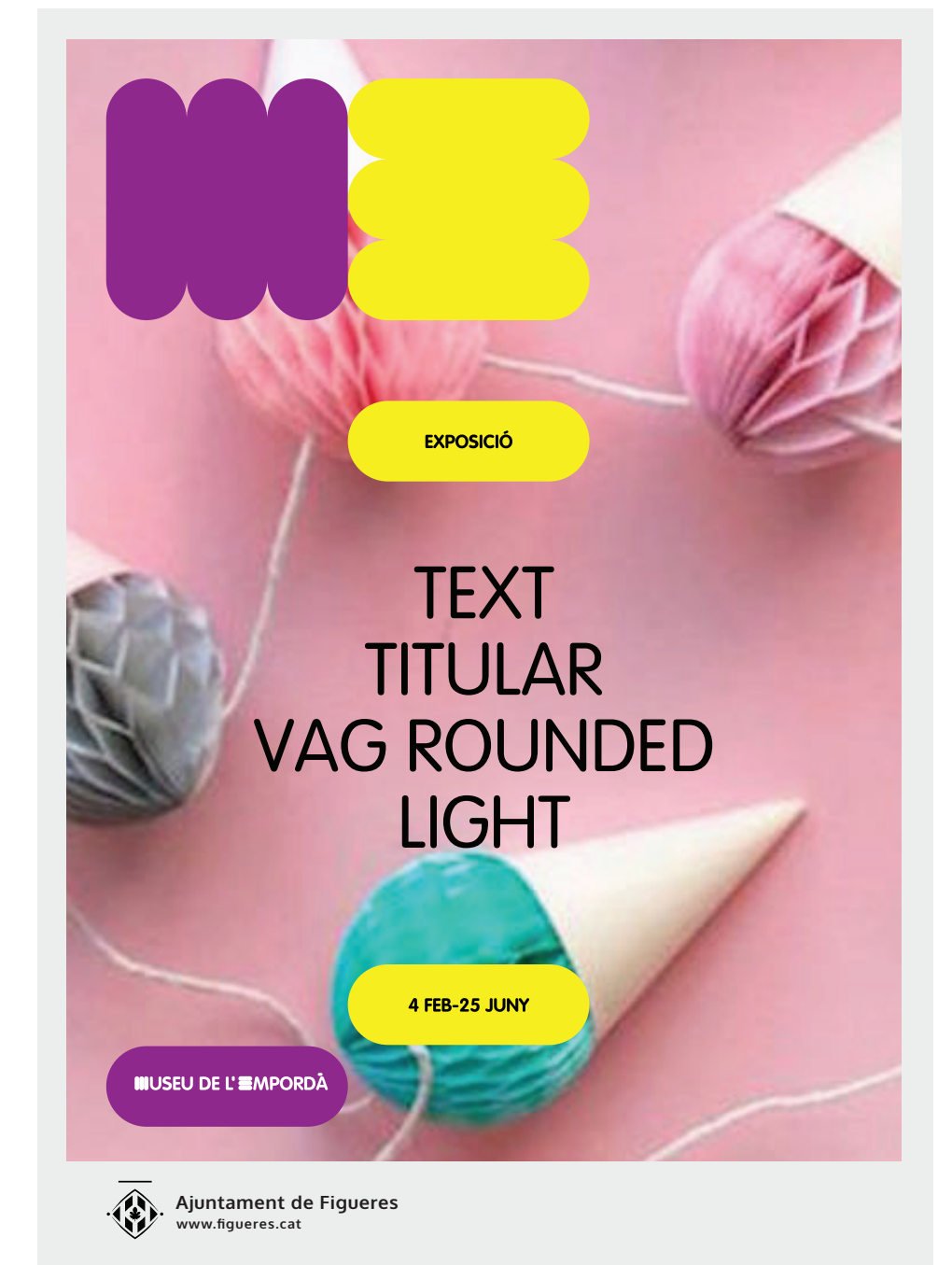
És un exemple però no és una proposta concreta de combinació possible de colors

5.4. CONSTRUCCIÓ DEL SISTEMA DE LA MARCA. EL FON

El fons és lliure, segons el que es vulgui transmetre a cada peça. Aquesta variació permet donar-li més riquesa i dinamisme a la marca i al seu sistema visual. Pot ser un color llis, una foto, una il·lustració realista, una foto amb tractament gràfic (per exemple amb una capa de color per afavorir-ne la lectura, etc.).



Exemple de foto amb tractament gràfic per sobre per a una millor llegibilitat.



MANUAL D'IDENTITAT CORPORATIVA

MUSEU DE L'EMPORDÀ

6. PAPERERIA

Targeta a 2 cares: 80x55 mm

Paper de carta DinA4

Sobre americà 220x110 mm

