

Manual de identidad visual





Significado de la identidad visual

Un trébol de cuatro hojas es una particularidad en la naturaleza, una particularidad con un significado positivo, ya que es símbolo de buena suerte, de mirar al futuro con optimismo.

Los cuatro pétalos simbolizan la unidad, el trabajo en común, pero también la diversidad (cada uno de ellos es de un color ligeramente diferente). Entre ellos, se destaca uno, que compone una P, lo que apunta a "Plena", pero también a "persona", a "peculiar", a "promesa".

Pero ante todo esos cuatro pétalos simbolizan la "Plena Inclusión": ese pétalo destacado, de mayor tamaño, representa a la persona con discapacidad intelectual que con sus características propias, está plenamente incluida. Sin ella, el trébol sigue siendo un trébol, pero es un trébol corriente. Con ella, se convierte en un trébol extraordinario, casi único, ese trébol que a cualquiera nos gustaría encontrarnos.

Logotipos corporativos

Versión principal positiva color

La versión horizontal de nuestro logotipo será la utilizaremos habitualmente salvo excepciones.



Versión secundaria positiva color

El uso de esta versión vertical queda restringido a piezas de formato marcadamente vertical (piezas cuyo alto sea cuatro veces mayor que el ancho de la misma).



Logotipos corporativos en escala de grises

Versión principal escala de grises



Versión secundaria escala de grises



Logotipos corporativos a una tinta

Versión positiva horizontal



Versión negativa horizontal



Versión positiva vertical



Versión negativa vertical



Área de seguridad

Versión principal

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al ancho de la letra "P" mayúscula de la palabra "Plena".



Versión secundaria

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al ancho de la letra "P" mayúscula de la palabra "Plena".



Tamaño mínimo

Versión principal

El tamaño mínimo al que se puede aplicar el logotipo horizontal es 18 mm de ancho.



Versión secundaria

El tamaño mínimo al que se puede aplicar el logotipo vertical es 12 mm de ancho.

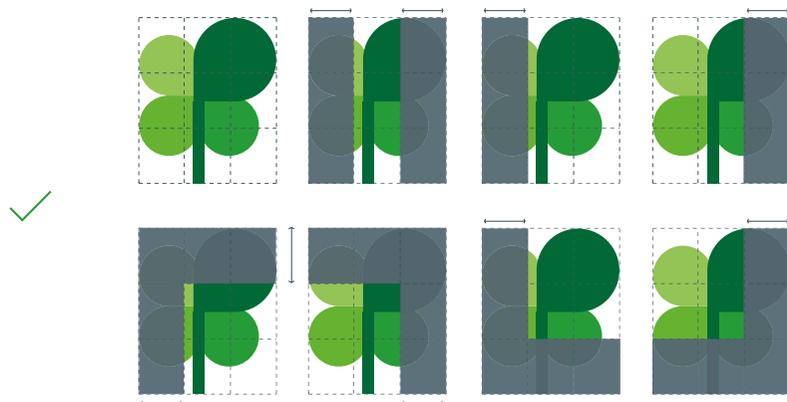


El símbolo; nuestro recurso gráfico

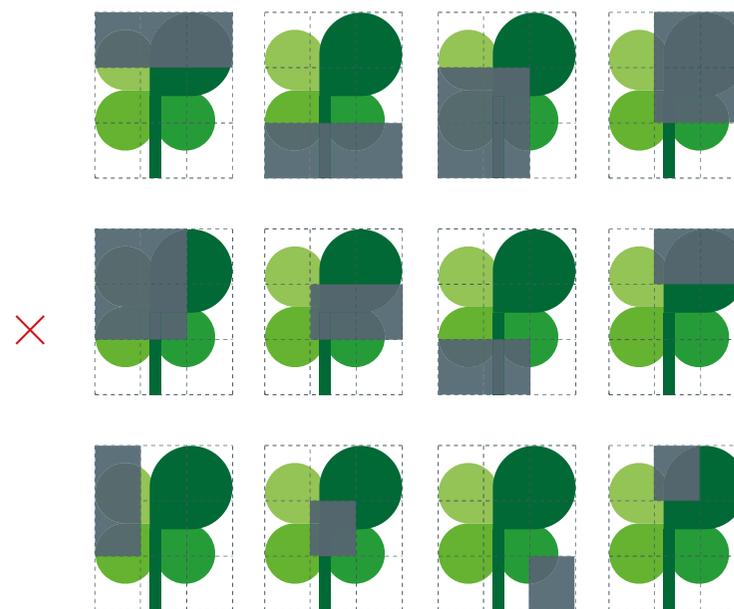
El símbolo es parte de nuestra identidad y lo usamos como recurso gráfico según la siguiente norma: lo podemos utilizar por completo pero si queremos cortarlo solo lo podremos hacer de forma vertical. Si el trébol se divide en una cuadrícula de 3 x 3, se pueden tomar porciones verticales de 1 x 3. Salvo en la cuadrícula 1 x 3 centrada, el trébol nunca podrá medir menos de 2/3 de la cuadrícula vertical.

Ver ejemplos en páginas 33, 37 y 41.

Versiones correctas.



Versiones incorrectas.



El símbolo; nuestro recurso gráfico

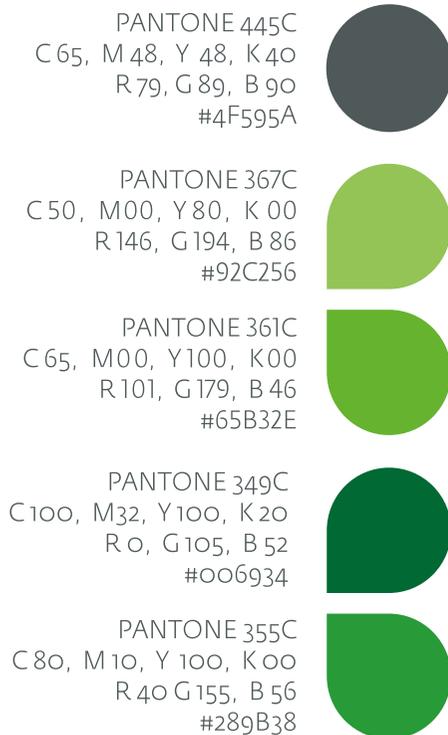
Otra forma de utilizar nuestro símbolo como recurso gráfico es estirando el tallo que junto con el pétalo superior derecho forma la letra "P" de nuestro símbolo. Las dos únicas normas que debemos cumplir para su utilización son: El tallo siempre debe llegar hasta el límite que tenga el formato y que siempre respetaremos las normas ya establecidas para la marca (tamaños mínimos, área de seguridad, etc...).



Paleta de color

Nuestra paleta de colores cuenta con colores primarios y secundarios. Los primarios son los colores de nuestro logotipo y los emplearemos en piezas corporativas o de marca; mientras que los secundarios se pueden utilizar en piezas de merchandising y publicidad como detalles o textos y siempre evitando que sean el color dominante. Excepcionalmente los podemos usar en algunas piezas de señalización.

Colores primarios.



Colores secundarios.

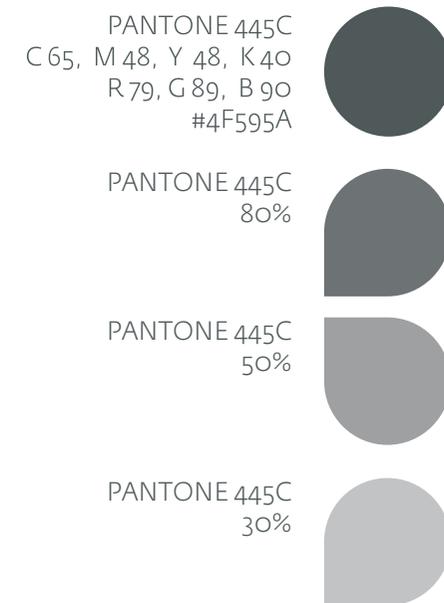


Paleta de color

Escala de grises

En caso de que la marca deba aplicarse en escala de grises (piezas en blanco y negro) estos son los porcentajes de opacidad que se deben utilizar.

La base de gris que utilizaremos es nuestro gris Pantone 445 C.



Tipografía Principal

La tipografía corporativa es la familia FS Fedra. Es de uso genérico en todos los soportes y piezas.

DESARROLLO
oportunidad
cercanía
ética
humana
TRANSPARENTE
abierta

Fedra Sans Pro Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !".\$%&/()=?;^*~Ç;:

Fedra Sans Pro Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !".\$%&/()=?;^*~Ç;:

Fedra Sans Pro Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !".\$%&/()=?;^*~Ç;:

Fedra Sans Pro Book Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !".\$%&/()=?;^*~Ç;:

Fedra Sans Pro Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !".\$%&/()=?;^*~Ç;:

Fedra Sans Pro Medium Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !".\$%&/()=?;^*~Ç;:

Fedra Sans Bold Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !".\$%&/()=?;^*~Ç;:

Fedra Sans Pro Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 !".\$%&/()=?;^*~Ç;:

Tipografía Secundaria

Para soportes o aplicaciones que, por razones técnicas, no permitan la utilización de la tipografía corporativa, por ejemplo en la página web o documentos editables Word, se utiliza la tipografía Arial.

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOP-
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstu-
vwxyz
0130456789\$%&/()
{ } ¡ ? ! ¡ = + < >

Arial Italic

*ABCDEFGHIJKLMNÑOP-
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstu-
vwxyz
0130456789\$%&/()
{ } ¡ ? ! ¡ = + < >*

Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOP-
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstu-
vwxyz
0130456789\$%&/()
{ } ¡ ? ! ¡ = + < >**

Arial Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNÑOP-
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstu-
vwxyz
0130456789\$%&/()
{ } ¡ ? ! ¡ = + < >***

Normas para el buen uso de la marca

Versiones correctas

Estas son las versiones correctas en caso de que la marca se aplique sobre fondos no corporativos o fondos en escala de grises.

Fondos con color no corporativo, se aplica la versión a una tinta en negativo.



Fondos claros de imágenes, se aplica la versión positiva a color.



Fondos oscuros de imágenes, se aplica la versión a una tinta en negativo.



Normas para el buen uso de la marca

Versiones incorrectas



No deformar la marca.



No girar la marca.



No inclinar la marca.



No cambiar los elementos de la marca.



No quitar elementos de la marca.



No agregar elementos a la marca.



No cambiar el color de la marca



No cambiar la tipografía de la marca.



No usar la marca sobre fondos que pueden confundir su lectura.



**Para más información póngase en contacto con nuestro
Departamento de Comunicación**

Avda. General Perón, 32, 1º. 28020. Madrid.
Tl: 915567413 / 649164316
comunicacion@plenainclusion.org
www.plenainclusion.org
Skype: comunicacionplenainclusion