AYUNTAMIENTO
ALMANSA

Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER)

*Una manera de hacer Europa*

UNIÓN EUROPEA

# MANUAL DE MARCA

## ALMANSA IMPULSA

SEPTIEMBRE 2017

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

MARCA

TIPOGRAFÍA

COLOR

PROPORCIONES

ÁREA DE RESPETO

TAMAÑO MÍNIMO

VARIANTES CROMÁTICAS

USO EN MEDIOS DIGITALES

CONVIVENCIA CON FEDER

# INTRODUCCIÓN

Almansa Impulsa es un proyecto cuyos objetivos principales son mejorar la atención al ciudadano, crear nuevas oportunidades de empleo y establecer nuevas estrategias de dinamización empresarial en la ciudad de Almansa. Además, el proyecto abarca también mejorar el municipio en otros ámbitos como el turismo, la cultura, la protección social, el urbanismo y la protección del medio ambiente.

Se trata, por tanto, de un cambio transversal en el modelo de ciudad que permitirá a Almansa convertirse en un municipio más amable, moderno y eficiente.

Con el fin de informar a todos los agentes implicados de los objetivos y actuaciones del Plan, se ha creado la marca “Almansa Impulsa”, que servirá para dar entidad al proyecto y poderlo comunicar adecuadamente.

Este manual presenta la marca Almansa Impulsa y unas pautas básicas para su correcta utilización.

# MARCA

Almansa Impulsa se basa en los tres objetivos estratégicos del proyecto: estimular la inversión empresarial, innovar como ciudad y apoyar a las personas.  La marca representa estos objetivos con círculos, que unidos, junto con el desplazamiento hacia la derecha de la palabra "impulsa", evocan cierta sensación de movimiento y avance.

La tipografía utilizada es una fuente palo seco con acabado redondeado en las terminaciones de las astas. El uso de esta tipografía pretende transmitir amabilidad, cercanía y accesbilidad del proyecto a la ciudadanía, en contraste con tipografías más clasicas, que podrían generar una mayor distancia institucional con el público.

Los colores utilizados parten de la gama cromática del escudo de Almansa que contiene azules y rojos, que han sido virados y matizados hacia tonos más contemporáneos. El azul oscuro representa valores como la confianza y serenidad asociada al mundo de los negocios, la empresa, el gris azulado puede asociarse a la idea de ciudad y, por último, los colores con tonos rosa y rojo relacionados con la calidez de las personas.

La marca Almansa Impulsa debe ir siempre junto al acrónimo EDUSI (Estrategias de Desarrollo Urbano Sostenible Integrado) como concepto que acompaña y describe el modelo estratégico al que se adhiere el proyecto de forma unívoca.

ALMANSA
IMPULSA
EDUSI

# TIPOGRAFÍA

La tipografía utilizada en el logotipo es Quicksand. Se trata de una tipografía originalmente pensada para titulares, sin serifas y con terminaciones reondeadas. Esta tipografía está disponible en diferentes pesos:  light, regular, medium y bold, siendo la variante regular la utilizada en logotipo.

La tipografía Quicksand tiene licencia de uso Open Font License y está disponible para su uso y descarga a través de Google Fonts.

https://fonts.google.com/specimen/Quicksand

Esta tipografía debe ser utilizada principalmente para titulares y se complementa con la tipografía Source Sans Pro, que es una tipografía sin serifa pero de terminaciones regulares, lo que ayuda a generar cierto contraste con la tipografía principal.

La tipografía Source Sans Pro también se ofrece bajo licencia Open Font Licence y está disponible en Google Fonts.

https://fonts.google.com/specimen/Source+Sans+Pro

Quicksand Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
.!?&€0123456789

Soruce Sans Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
.!?&€0123456789

Soruce Sans Pro Bold

**ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ**
**abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz**
**.!?&€0123456789**

# COLOR

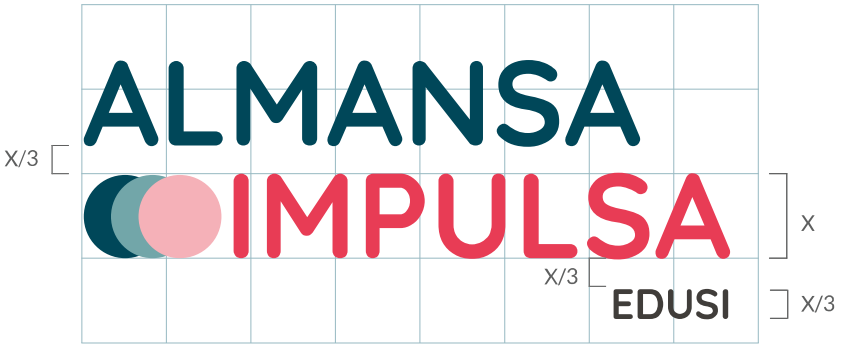
La marca incluye una variedad amplia de colores que, como se ha indicado anteriormente, representan los diferentes aspectos o ámbitos del proyecto.

En la tabla se indican los valores RGB/HEX, CMYK y Pantone (aproximado) para su correcta utilización en diferentes sorportes.

| | RGB/HEX | CMYK | PANTONE |
|---|---|---|---|
| | 28-72-89 / #1C4859 | C100 M54 Y44 K39 | 302 U |
| | 131-165-167 / #83A5A | C59 M20 Y33 K3 | 5493 U |
| | 228-176-183 / #E4B0B7 | C0 M40 Y18 K0 | 495 U |
| | 201-62-85 / #C93E55 | C0 M87 Y54 K0 | 206 U |
| | 67-64-61 / #43403D | C62 M56 Y56 K59 | Neutral Black U |

# PROPORCIONES

Mantener las proporciones de los diferentes elementos de la marca es vital para su correcta percepción.  Se indica, sobre una retícula, cuáles son las proporciones adecuadas, en base al tamaño x de la tipografía principal. Con esta guía será posible que la marca se reproduzca con fidelidad independientemente del tamaño, soporte o método de reproducción.



# ÁREA DE RESPETO

El área de respeto delimita el espacio mínimo óptimo para la correcta aplicación de la marca. Esté área nunca debe incluir otros elementos gráficos tales como titulares, textos o imágenes para preservar la legibilidad y reconocimiento de la marca.

El espacio mínimo requerido está definido por la mitad de la altura "x" indicada.

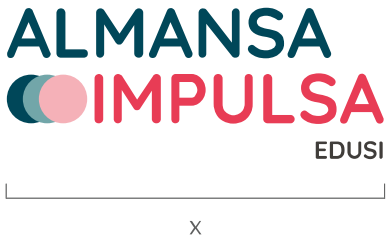
# TAMAÑO MÍNIMO

Se establece un tamaño mínimo de reproducción de la marca con el objetivo de asegurar su integridad. Este tamaño ha sido ajustado para asegurar que la marca sea reproducida correctamente.

En este caso el tamaño mínimo viene marcado por la legibilidad del texto “EDUSI”.

Por debajo de este tamaño la legibilidad y la identificación de la marca puede ver secomprometidos, por lo que no resulta recomendable.

Cuando se utilicen técnicas de impresión de baja calidad se recomienda utilizar la marca en tamaño más grande.




Pantalla x = 140 px
Impresión x = 50 mm

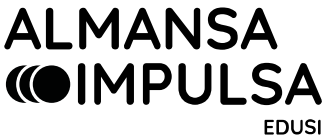
# VARIANTES CROMÁTICAS

La versión principal de la marca es la presentada inicialmente, es decir, con tintas planas y en positivo. Esta versión principal  es la que se recomienda utilizar de forma habitual. Sin embargo, en casos excepcionales, la marca podría ser utilizada en invertido sobre los propios colores corporativos.

# VARIANTES CROMÁTICAS

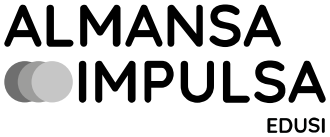
Cuando no sea posible la reproducción de la marca en color se puede hacer uso de las versiones auxiliares a una tinta  y en escala de grises.

versión una tinta positivo




versión una tinta invertido

versión escala de grises positivo




versión escala de grises invertido

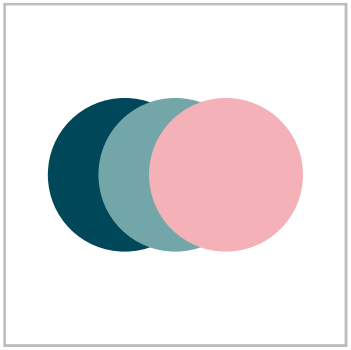
escala de grises de referencia

CMYK: 100K  CMYK: 70K  CMYK: 50K  CMYK: 30K

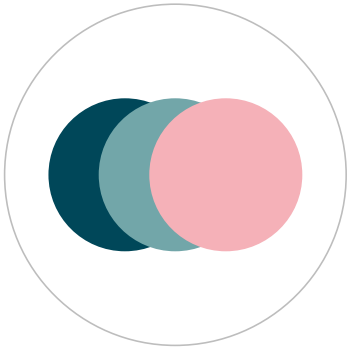
# USO EN MEDIOS DIGITALES

Cuando se utilice la marca en Internet se deben utilizar los colores en sus valores RGB y respetar el tamaño mínimo de aplicación.

Para tamaños extremadamente reducidos, como avatares de redes sociales, en los que la marca debe ir a un tamaño tan pequeña que resulte ilegible, se puede utilizar de forma excepcional, el isotipo  que forman los cícrulos de forma aislada.



128px



128px

64px

64px

32px

32px

# CONVIVENCIA CON FEDER

La marca Almansa Impulsa debe ir siempre acompañada de la marca FEDER y la frase “Una manera de hacer Europa”. En cada material de comunicación, se estudiará la mejor forma de aplicarlo, siguiendo las directrices marcadas por el uso de la marca FEDER en su website.

ALMANSA IMPULSA EDUSI

UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de Desarrollo Regional

*“Una manera de hacer Europa”*

# MANUAL DE MARCA

## ALMANSA IMPULSA

SEPTIEMBRE 2017