

visit

Pontevedra

Este manual básico de Identidad Corporativa debe entenderse como una referencia de las normas gráficas que **Visit Pontevedra** pone a disposición de los usuarios para facilitar la aplicación de la nueva identidad corporativa y logotipo.

El uso de este manual deberá ser respetado en cualquier aplicación que se haga de los elementos de identidad de **Visit Pontevedra**.

No será válida la manipulación de los elementos contenidos en este manual, ni el uso de otros elementos que no sean definidos expresamente.

A continuación se explicará la línea gráfica utilizada con todos los datos necesarios para que un diseñador no tenga problema en ampliar esta identidad si fuera necesario.

Índice

1. Marca

- 1.1 Logotipo
- 1.2 Construcción
- 1.3 Versiones cromáticas
- 1.4 Disposición alternativa
- 1.5 Usos incorrectos del logotipo

2. Colores

- 2.1 Colores de la marca
- 2.2 Colores complementarios

3. Tipografía

- 3.1 Tipografía de la marca
- 3.2 Tipografía complementaria

LOGOFORMA

La composición del imagotipo ha sido el resultado de la mezcla de dos elementos representativos.

Por un lado una forma floral que representa la frescura y comodidad del turismo de Pontevedra, para lo cual se ha optado por una flor de camelia, abundante en nuestra ciudad y símbolo de la singularidad de nuestro turismo.

Además se ha colocado en primer plano la silueta del río Lérez a su paso por la ciudad de Pontevedra con el fin de añadir un toque de la personalidad y forma de ser de la ciudad.



visit
Pontevedra



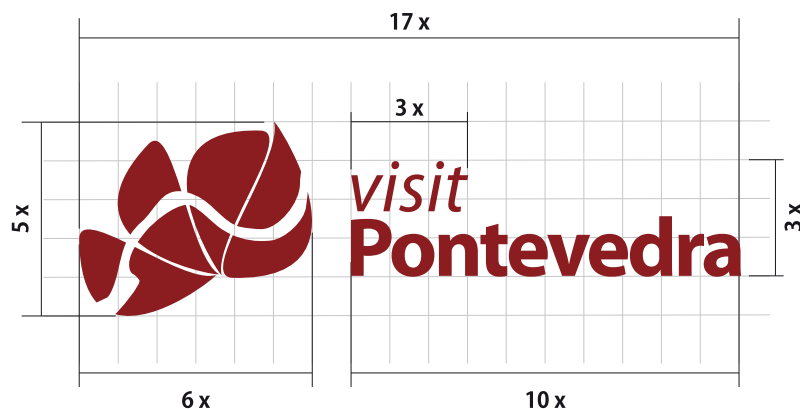
COLORES

En la elección de la gama de colores se han buscado tonalidades que representen un estado positivo, emocional y energético.

Se han elegido los tonos rojo-morado por aportar un gran atractivo, fuerza y dinamismo de los que son característicos el turismo de Pontevedra.

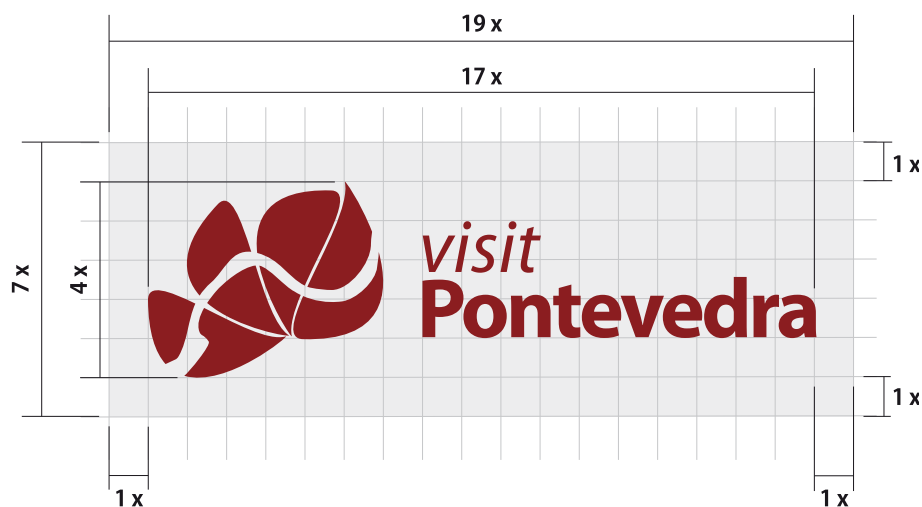
La selección de varios tonos proporciona calidez y diferenciación, dos de los conceptos más importantes a transmitir.

Construcción



Por medio del plano técnico del logotipo y de sus partes es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos.

Zona de Protección



El área de seguridad se refiere al espacio que hay que dejar alrededor de la marca sin que ningún otro elemento rebese este límite y así evitar la contaminación visual del logotipo.

Tamaño mínimo



El tamaño mínimo de reproducción indica el tamaño menor en el que se puede representar la marca para su adecuada lectura.

Versiones cromáticas

Según las características técnicas del trabajo podrán utilizarse distintas versiones para la reproducción de la marca.

Versión blanco y negro



visit
Pontevedra

Versión 1 color



visit
Pontevedra



visit
Pontevedra

Versión 2 colores



Versión todo color



Versión negativo



Disposición alternativa

En caso de que la disposición principal no cubra las necesidades específicas de la aplicación se deberá utilizar la disposición alternativa.

Disposición alternativa



Usos correctos del logotipo

Usos correctos del logotipo



Siempre que sea posible se usará el logotipo sobre fondo blanco, sin embargo se podrán utilizar otros colores siempre que la diferencia de brillo entre el color de fondo y el color principal del logo sea mayor a 125.

El valor del brillo de un color se puede calcular mediante la siguiente fórmula:
Brillo = ((Rojo x 299) + (Verde x 587) + (Azul x 114)) / 1000.

Cuando el color de fondo tenga un brillo similar al del fondo se preferirá la utilización de la forma negativa del logotipo.

Usos incorrectos del logotipo

En ningún caso se usará el logotipo con sus medidas desproporcionadas o en disposiciones diferentes a las presentadas en este manual.

Distorsiones



Disposiciones no válidas



En ningún caso se usará el logotipo sobre fondo con un brillo similar al de los colores del logotipo.

Fondos color



Colores principales

Se utilizarán los colores principales siempre que sea posible, admitiendo la reproducción en color negro o blanco (negativo) cuando la aplicación lo requiera.

Colores principales



100% Pantone 186 C
C:13 M:100 Y:85 K:4
R:204 G:0 B:51
WebSafe: #CC0033



100% Pantone 506 C
C:41 M:76 Y:68 K:43
R:105 G:56 B:53
WebSafe: #663333

Colores secundarios



80% Pantone 186 C
C:10 M:89 Y:62 K:1
R:217 G:67 B:85
#D94355



80% Pantone 506 C
C:0 M:27 Y:21 K:40
R:154 G:84 B:100
#9A5464

Los colores secundarios se utilizarán como acompañamiento cromático a los colores principales. Se utilizarán también en la reproducción del logotipo a todo color.

Tipografía de la marca

Se utilizará la tipografía primaria **Myriad Pro** siempre que el medio lo permita. Se prestará especial atención a la legibilidad y visibilidad de los textos.

Tipografía primaria

Myriad Pro

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

!"#\$%&'()*+,-./:;<=>?@[^_`|~€

Tipografía complementaria (web, textos, ...)

Tahoma

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789

!"#\$%&'()*+,-./:;<=>?@[^_`|~€

En caso de que la tipografía primaria no esté disponible (al no ser fuente de sistema) se utilizará la letra **Tahoma** como tipografía alternativa.

Pontevedra 2009