



# SUMARI

## 01. Elements base d'identitat

### 01.01 Marca d'identitat

- 01.01.01 Terminologia bàsica
- 01.01.02 Marca. Versió principal
- 01.01.03 Símbol
- 01.01.04 Logotip
- 01.01.05 Marca. Variacions de color
- 01.01.06 Àrea de protecció i grandària mínima
- 01.01.07 Marca. Versió horitzontal i vertical
- 01.01.08 Espai cromàtic
- 01.01.09 Colors primaris
- 01.01.10 Colors secundaris
- 01.01.11 Color monocromàtic
- 01.01.12 Reproducció de la marca sobre fons corporatius
- 01.01.13 Reproducció de la marca sobre fons de diferents intensitats
- 01.01.14 Tipografia corporativa
- 01.01.15 Tipografia d'ús general
- 01.01.16 Usos incorrectes de la marca

### 01.02 Convivència de la marca

- 01.02.01. Introducció
- 01.02.02. Convivència de marca en entorn propi

## 04. Impresos

- 04.01 Acreditació

## 02. Estratègia de marca

### 02.01 Descriptors

- 02.01.01 Introducció
- 02.01.02 Exemples
- 02.01.03. Configuració horitzontal i vertical. Àmbits d'aplicació

## 03. Papereria

- 03.01 Paper de carta. Estructura general.
- 03.02 Targeta de visita.
- 03.03 Sobre DL
- 03.04 Sobre C6
- 03.05 Sobre 250x190mm
- 03.06 Signatura de correu electrònic
- 03.07 Signatura de correu electrònic amb xarxes socials

## 01. Elements base d'identitat

### 01.01 Marca d'identitat

- 01.01.01 Terminologia bàsica
- 01.01.02 Marca. Versió principal
- 01.01.03 Símbol
- 01.01.04 Logotip
- 01.01.05 Marca. Variacions de color
- 01.01.06 Àrea de protecció i grandària mínima
- 01.01.07 Marca. Versió horitzontal i vertical
- 01.01.08 Espai cromàtic
- 01.01.09 Colors primaris
- 01.01.10 Colors secundaris
- 01.01.11 Color monocromàtic
- 01.01.12 Reproducció de la marca sobre fons corporatius
- 01.01.13 Reproducció de la marca sobre fons de diferents intensitats
- 01.01.14 Tipografia corporativa
- 01.01.15 Tipografia d'ús general
- 01.01.16 Usos incorrectes de la marca

### 01.02 Convivència de la marca

- 01.02.01. Introducció
- 01.02.02. Convivència de marca en entorn propi

## 04. Impresos

- 04.01 Acreditació
- 

## 02. Estratègia de marca

### 02.01 Descriptors

- 02.01.01 Introducció
- 02.01.02 Exemples
- 02.01.03. Configuració horitzontal i vertical. Àmbits d'aplicació

## 03. Papereria

- 03.01 Paper de carta. Estructura general.
- 03.02 Targeta de visita.
- 03.03 Sobre DL
- 03.04 Sobre C6
- 03.05 Sobre 250x190mm
- 03.06 Signatura de correu electrònic
- 03.07 Signatura de correu electrònic amb xarxes socials

---

## 01. Elements base d'identitat

---

Al llarg d'aquest apartat es presenten els elements bàsics d'identitat de La Marca Sabadell que regeixen la seva identitat visual corporativa i constitueixen l'eix vertebrador de la imatge gràfica adoptada per la institució.

Aquest manual és la base de consulta per tot el que intervingui en la realització d'eines d'imatge o suports de comunicació.

## 01. Elements base d'identitat

### 01.01 Marca d'identitat

#### 01.01.01.Terminologia bàsica

En aquest epígraf, s'especifiquen les denominacions tècniques que s'utilitzen al llarg d'aquest manual i les definicions corresponents.



**Símbol**  
Signe gràfic identificatiu i representatiu del grup

Marca



**SABADELL**  
és

**Logotip**  
Disseny tipogràfic en dominació de la marca



**Colors Corporatius**  
Element corporatiu amb la capacitat de comunicar els atributs, serveixen de suport per donar dimensió i dinamisme a la resta d'elements base de la identitat.

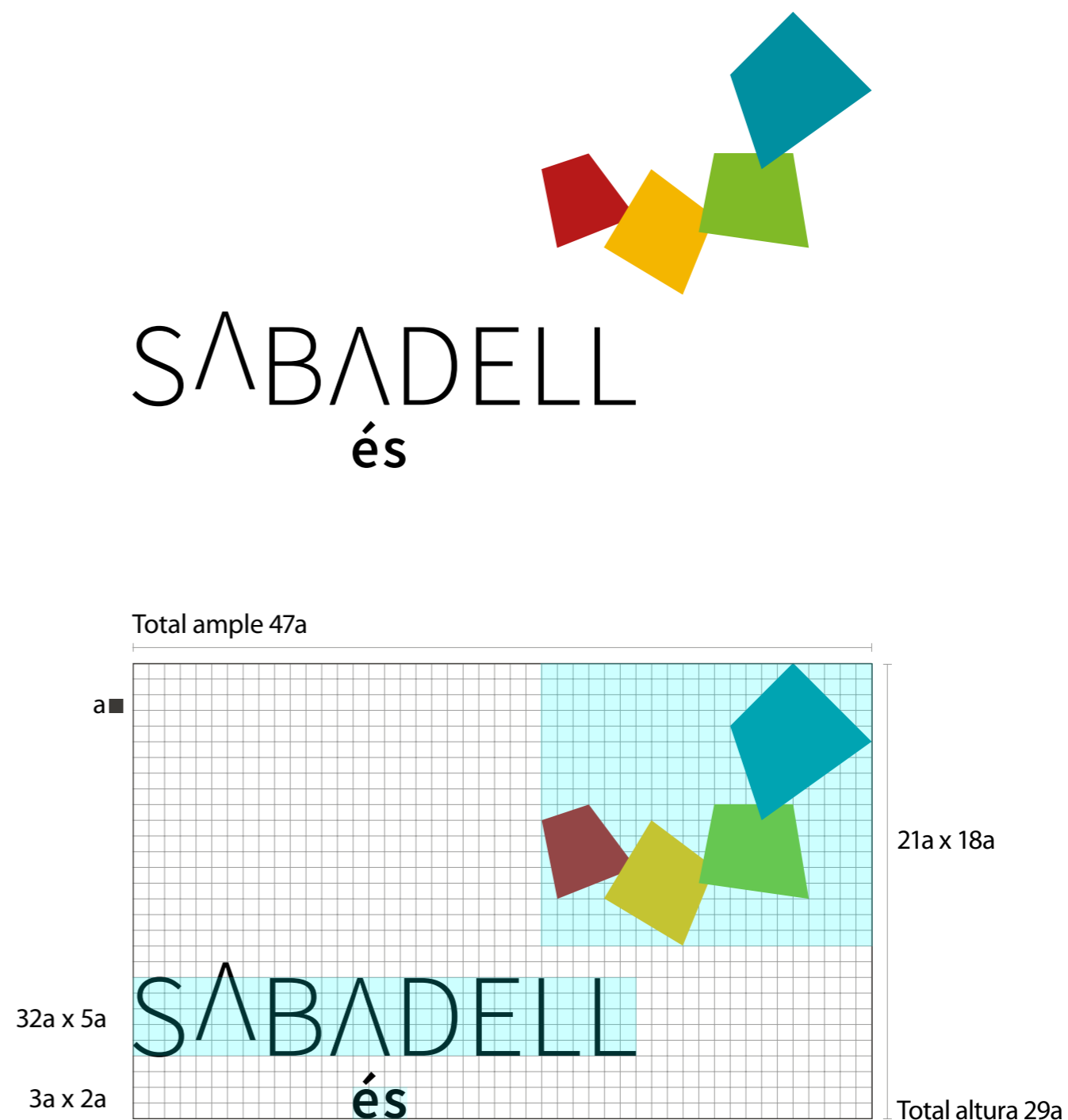
## 01. Elements base d'identitat

01.01 Marca d'identitat

01.01.02 Marca. Versió principal

La marca és l'element principal d'identitat corporativa i presenta, en una combinació estructural normalitzada, el símbol dels requadres i el logotip.

Les cotes que regeixen la construcció gràfica de la marca estan calculades en funció de les mesures "a".



## 01. Elements base d'identitat

### 01.01 Marca d'identitat

### 01.01.03 Símbol

Els quatre requadres són el signe gràfic més identificatiu i representatiu de la identitat, que juntament amb el logotip formen la marca del grup. Com a norma general, el símbol ha d'anar sempre acompanyat del logotip en la seva estructura de marca i no s'aplicarà de forma independent.

#### **Reproducció cromàtica**

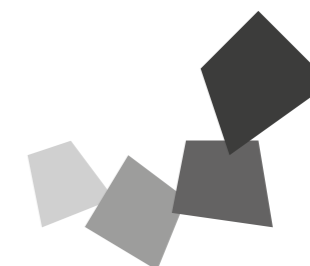
El símbol es reproduirà prioritàriament en quadricromia o RGB (mitjans digitals). Quan per limitacions del suport no pugués anar en els seus colors, s'aplicarà el color corporatiu, Pantone 7711 C, o en negre, en aquest ordre de preferència.



#### Reproducció en color



#### Reproducció monocromàtica



## 01. Elements base d'identitat

01.01 Marca d'identitat

01.01.04 Logotip

És la denominació verbal de l'empresa. Per a la seva composició s'ha escollit una tipografia específica amb la finalitat de que ressaltin els valors propis. El seu dissenyador és Paul D. Hunt. Els seus caràcters transmeten dinamisme pel seu traçat tendint cap a l'angle superior dret. D'altra banda, l'ús del caràcter A sense l'interior proporciona a la lletra un rasge distintiu que emet potència. Així doncs, amés a més l'utilització de les majúscules es degut a la realització per a fer un recla, aquí esta sabadell.

### *Reproducció cromàtica*

El logotip es reproduirà sempre Pantone 7711C, en negre, o en blanc, depenent del color de fons del suport sobre el qual s'apliqui.



SABADELL

SABADELL

SABADELL



## 01. Elements base d'identitat

01.01 Marca d'identitat

01.01.05 Marca. Variacions de color.

La marca es reproduirà preferentment en els seus colors, és a dir, el logotip en negre i el símbol, en els quatre colors escollits. La versió monocromàtica s'utilitzarà en aquells casos en què els suports que, per les seves característiques, requereixin la utilització d'una sola tinta i la versió monocromàtica en negre s'aplicarà únicament per imperatius tècnics i cromàtics.

Reproducció en color



Reproducció monocromàtica



Reproducció monocromàtica en negre



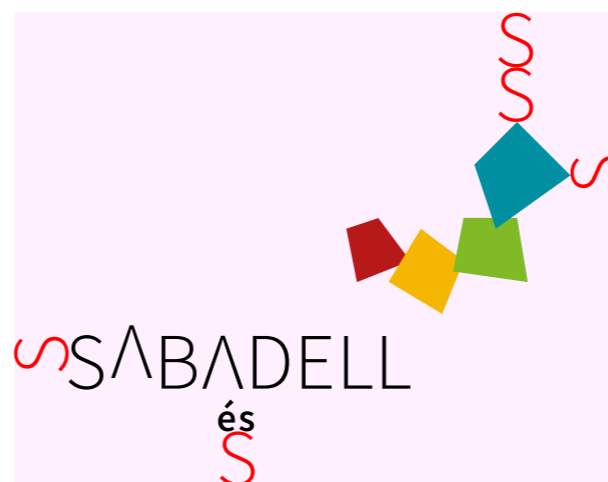
## 01. Elements base d'identitat

### 01.01 Marca d'identitat

### 01.01.06 Àrea de protecció i grandària mínima

#### Àrea de protecció

Amb l'objectiu de preservar la correcta visualització i llegibilitat de la marca enfront d'altres elements que es relacionen amb ella, com a fotografies, textos, marques, etc. es reservarà, al voltant de la mateixa, amb l'alçada del caràcter "S" majúscula, utilitzant dues a la part superior, com es pot observar en la il·lustració 1. Quan no sigui possible reservar l'àrea preferencial, s'aplicarà l'espai mínim establert que correspon a la lletra "s" de la paraula és utilitzant l'amplada d'aquesta en la zona de reserva dreta i esquerra, i utilitzant l'altura de la mateixa en la part superior i inferior del logotip, com s'observa en la il·lustració 2.



1



2

#### Grandària mínima

Per garantir l'òptima llegibilitat tant de la marca com del logotip, s'ha establert una grandària mínima de reproducció, 2'5 cm per sota d'aquestes mesures, no podrà utilitzar-se la marca en la seva versió principal.



## 01. Elements base d'identitat

01.01 Marca d'identitat

01.01.07 Marca. Versió horitzontal i vertical

La versió horitzontal i vertical de la marca s'aplicarà en suports de comunicació, que per les seves característiques requereixin una grandària de símbol o configuració de la marca diferent de la versió principal establerta com a marca preferent. La reproducció cromàtica d'aquestes versions es regeix per les mateixes normatives que la versió principal.

### *Marca. Versió horitzontal*

S'utilitzarà, exclusivament, en aquells espais de format horitzontal, per permetre que la marca desenvolupi unes dimensions majors que les que s'obtingrien aplicant la versió principal.

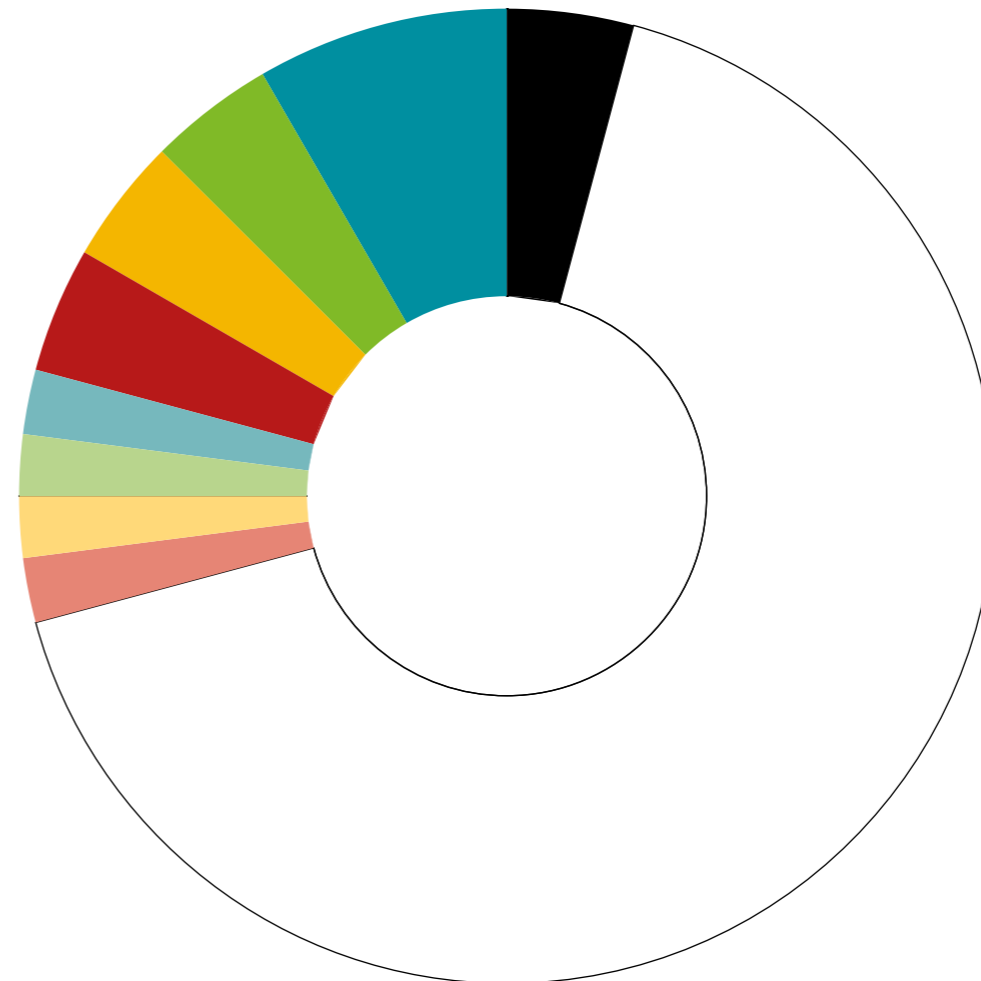
### *Marca. Versió vertical*

És un format de marca restringit als espais verticals, la seva fi és destacar dins del seu entorn. Només s'aplicarà si el resultat és millor, quant a dimensions i notorietat, que l'obtingut si s'apliqués la versió principal.

\* L'àrea de protecció de la versió, tant en horitzontal, com en la vertical, es duran a terme de la mateixa manera que en el logotip forma, tal i com s'especifica a la pàgina anterior.



S'ha establert un espai cromàtic sobre el qual s'assenta tota la imatge visual del grup, on els elements d'identitat destaquen creant un estil gràfic i cromàtic diferenciador, que transmeti neteja i amplitud.



# 01. Elements base d'identitat

## 01.01 Marca d'identitat

## 01.01.09 Colors primaris

En aquest epígraf es faciliten els codis de color Pantone, així com la seva correspondència en relació amb altres materials com a pintura, vinils adhesius, colors digitals i colors impresos. També es faciliten els colors al 100% d'intensitat i el degradat en percentatges, des del 90% al 10%, com a referència de les diferents intensitats de color.

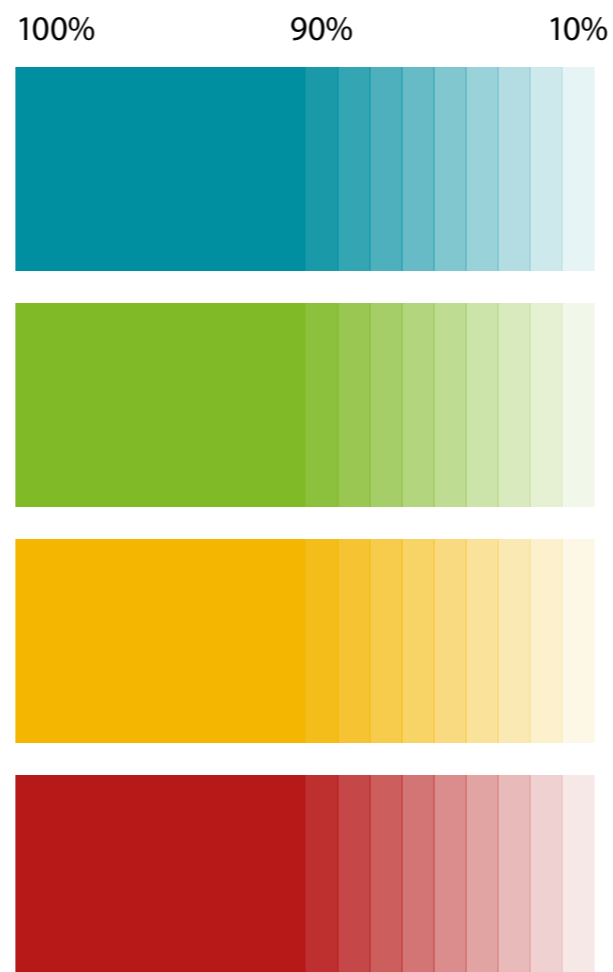
Ús dels diferents codis i correspondències de color

### Impressió

Els codis de color Pantone i CMYK (quadricromia) s'utilitzaran per a impressió en sistemes *offset*, serigrafia i sistemes d'impressió digital d'injecció de tinta i làser.

### Color digital

Aquests codis estan indicats per als suports que utilitzen la llum per a la composició dels colors, tal és el cas de les pantalles i monitors. S'utilitzaran en web, ofimàtica, televisió, etc.



### Impressió

Pantone 7711C  
CMYK 100% Cian  
0% Magenta  
29% Groc  
13% Negre

Pantone 368C  
CMYK 57% Cian  
0% Magenta  
100% Groc  
0% Negre

Pantone 7408C  
CMYK 4% Cian  
31% Magenta  
98% Groc  
0% Negre

Pantone 7626C  
CMYK 19% Cian  
100% Magenta  
99% Groc  
11% Negre

### Color digital

HTML: #008F9F  
RGB 0% Red  
140% Green  
163% Blue

HTML: #93b93b  
RGB 147% Red  
185% Green  
59% Blue

HTML: #e4b423  
RGB 228% Red  
180% Green  
35% Blue

HTML: #9c1e1e  
RGB 156% Red  
30% Green  
30% Blue

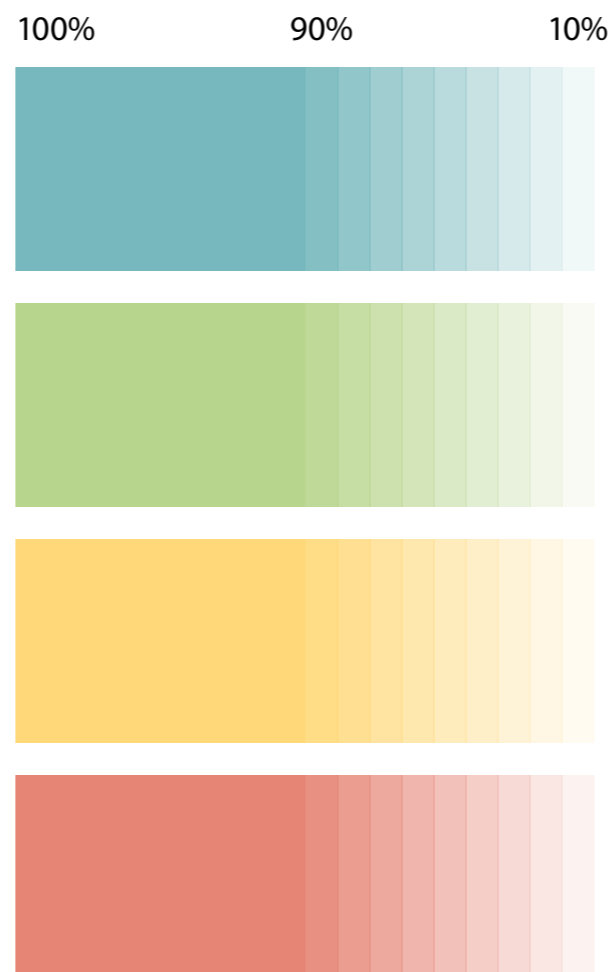
# 01. Elements base d'identitat

## 01.01 Marca d'identitat

### 01.01.10 Colors secundaris

Els colors secundaris aporten un suport cromàtic als suports de comunicació. Com s'aprecia a l'espai cromàtic, el seu ús és moderat, té l'objectiu de dinamitzar sense ser protagonista.

Com a referència de les diferents intensitats de color, es faciliten els colors al 100% i el degradat en percentatges, des del 90% al 10% d'intensitat.



#### Impressió

- Pantone 630C  
CMYK 53% Cian  
0% Magenta  
15% Groc  
7% Negre
- Pantone 7486C  
CMYK 35% Cian  
0% Magenta  
56% Groc  
0% Negre
- Pantone 1215C  
CMYK 0% Cian  
16% Magenta  
61% Groc  
0% Negre
- Pantone 486C  
CMYK 0% Cian  
57% Magenta  
47% Groc  
6% Negre

#### Color digital

- HTML: #90bfce  
RGB 144% Red  
191% Green  
206% Blue
- HTML: #c0d490  
RGB 192% Red  
212% Green  
144% Blue
- HTML: #f5d87e  
RGB 245% Red  
216% Green  
216% Blue
- HTML: #cf8475  
RGB 207% Red  
132% Green  
117% Blue

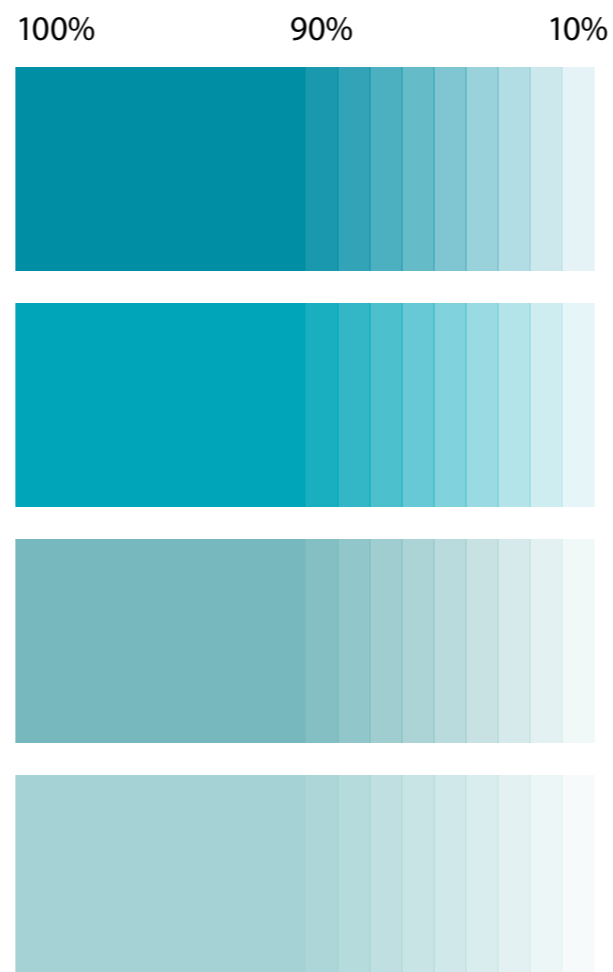
# 01. Elements base d'identitat

## 01.01 Marca d'identitat









### 01.01.11 Color monocromàtic

Els colors monocromàtics aporten una tinta als suports de comunicació. Com s'aprecia a l'espai cromàtic, el seu ús és moderat, també té l'objectiu de dinamitzar sense ser protagonista.









Com a referència de les diferents intensitats de color, es faciliten els colors al 100% i el degradat en percentatges, des del 90% al 10% d'intensitat.



#### Impressió

-  Pantone 7711C  
 CMYK 100% Cian  
0% Magenta  
29% Groc  
13% Negre
-  Pantone 7710C  
 CMYK 77% Cian  
0% Magenta  
22% Groc  
10% Negre
-  Pantone 630C  
 CMYK 53% Cian  
0% Magenta  
15% Groc  
7% Negre
-  Pantone 7464C  
 CMYK 38% Cian  
0% Magenta  
16% Groc  
5% Negre

#### Color digital

-  HTML: #008F9F  
 RGB 0% Red  
140% Green  
163% Blue
-  HTML: #54a3b8  
 RGB 84% Red  
163% Green  
184% Blue
-  HTML: #90bfce  
 RGB 144% Red  
191% Green  
206% Blue
-  HTML: #b1d0d3  
 RGB 177% Red  
208% Green  
211% Blue

## 01. Elements base d'identitat

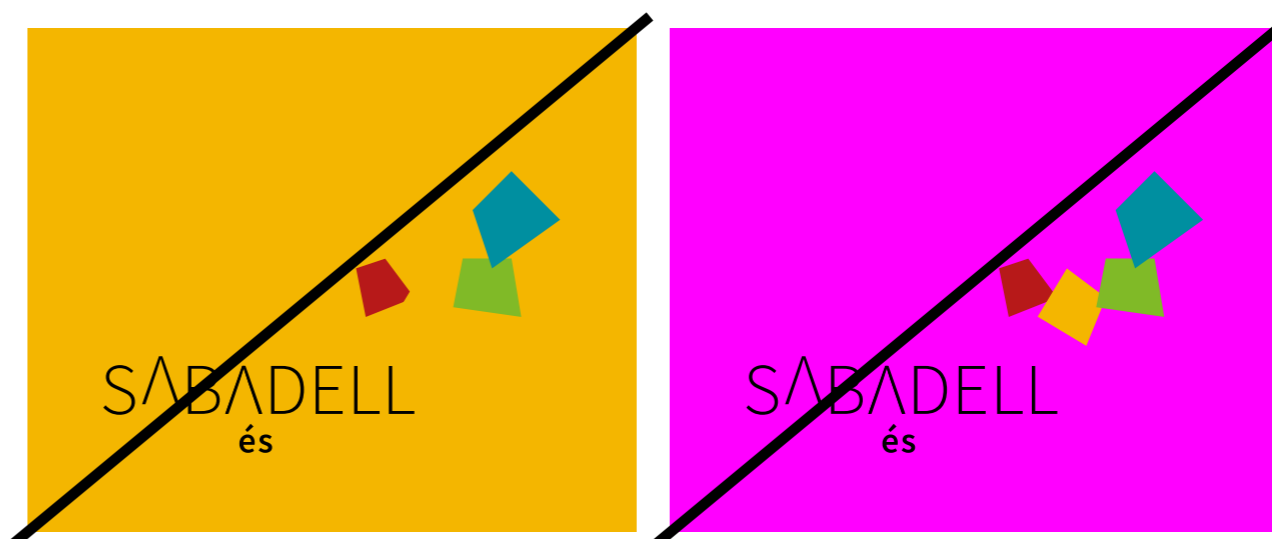
### 01.01 Marca d'identitat

#### 01.01.12 Reproducció de la marca sobre fons corporatius

Quan la marca es reproduueixi sobre fons de color, s'evitarà l'efecte de requadrar la marca deixant més marge a la part superior per tal de dinamitzar la figura.



Com s'observa en la il·lustració, la marca no pot reproduir-se sobre els fons de colors corporatius, primaris o secundaris per raons de visibilitat, contrast o harmonies de color, així com colors amb molta potència com en la imatge de la dreta.





## 01. Elements base d'identitat

La marca es pot reproduir sobre fons de diferents intensitats o sobre fons fotogràfics, sempre que destaquí i conservi l'adequat contrast harmònic.

El logotip es reproduirà en els colors corporatius o en blanc depenent del grau de saturació del fons. El símbol sempre es reproduirà en els seus colors.

### 01.01 Marca d'identitat

#### 01.01.13 Reproducció de la marca sobre fons de diferents intensitats

Reproducció de diferents intensitats de color

Intensitats clares



Intensitats mitges



Intensitats fosques



Negre



És la denominació verbal de l'empresa. Per a la seva composició s'ha escollit una tipografia específica amb la finalitat de què ressaltin els valors propis. El seu dissenyador és Paul D. Hunt. Els seus caràcters transmeten dinamisme pel seu traçat tendint cap a l'angle superior dret. D'altra banda, l'ús del caràcter A sense l'interior proporciona a la lletra un signe distintiu que emet potència. Així doncs, la utilització de les majúscules, és a causa de la realització per a fer un reclam.



Source Sans Pro (OTF) Light

ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmno  
pqrstuvwxyz  
1234567890.,:;!¿?'()  
/&%\$#@

La tipografia és un element fonamental en tota comunicació escrita. L'ús d'una determinada tipografia és important per crear i mantenir un estil i unitat gràfica en tots els elements d'imatge i comunicació visual. La família tipogràfica Arial és seleccionada per a tots els suports de comunicació, i s'utilitzarà en tot tipus d'impressió, senyalització, etc.

Amb l'objectiu d'establir un criteri coordinat i homogeni en les comunicacions, en el camp de l'ofimàtica i en l'entorn web, s'estableix l'ús de la mateixa tipografia, que està disponible en els equips informàtics de sobretaula.

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñop  
qrstuvwxyz  
1234567890.,:;!¿?'()  
/&%\$#@

*Arial Italic*

*ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñop  
qrstuvwxyz  
1234567890.,:;!¿?'()  
/&%\$#@*

Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñop  
qrstuvwxyz  
1234567890.,:;!¿?'()  
/&%\$#@**

*Arial Bold Italic*

***ABCDEFGHIJKLMN  
ÑOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnñop  
qrstuvwxyz  
1234567890.,:;!¿?'()  
/&%\$#@***

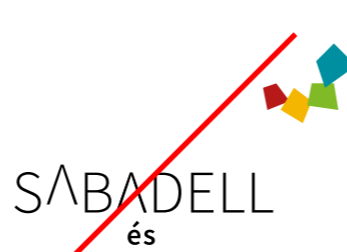
## 01. Elements base d'identitat

### 01.01 Marca d'identitat

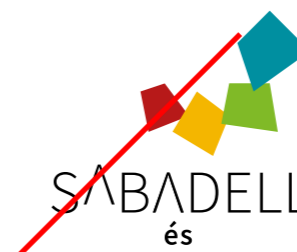
### 01.01.16 Usos incorrectes de la marca

A continuació es mostren algunes construccions incorrectes de la marca com a exemple d'incompliment de les pautes expressades en el present manual.

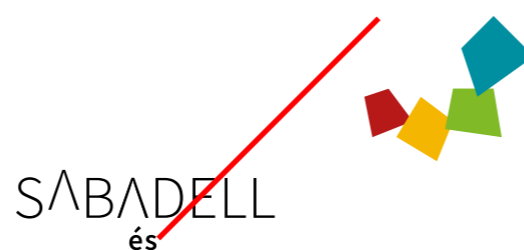
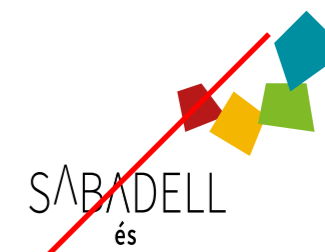
Usos incorrectes de la configuració gràfica



No es pot alterar la relació dimensional entre el logotip i el símbol



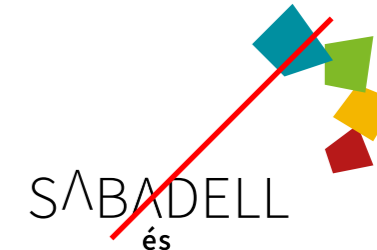
No es pot alinear el logotip. No es pot deformar cap element de la marca



No es pot separar el logotip del símbol



No es poden afegir símbols

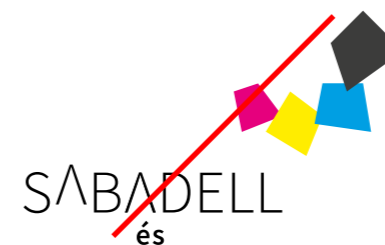


Ni modificar la rotació dels símbol

Usos incorrectes de la configuració cromàtica



No es pot alterar el color del logotip



No es pot canviar combinacions de color



No es pot traçar ni el logotip ni el símbol



No es poden variar els colors del símbol, ni afegir-li efectes



No es pot associar el símbol a una altra paraula

La marca Sabadell duu a terme diferents accions de comunicació en col·laboració amb altres empreses, institucions o organitzacions on la marca ha d'aparèixer amb suficient rellevància gràfica amb la finalitat de projectar una bona imatge pública.

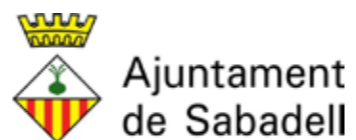
Al llarg d'aquests epígrafs es tracten els criteris de convivència i d'identificació conjunta en entorns propis, on es pot controlar la grandària i ubicació.

## 01. Elements base d'identitat

### 01.02 Convivència de la Marca

#### 01.02.02. Convivència de marca en entorns propis

En funció del tipus de comunicació se seleccionarà la versió de la marca més adequada amb la finalitat d'aconseguir la major representativitat visual. Així doncs, quan la marca hagi de conviure, en el mateix plànol visual, amb altres marques, aquestes hauran de mantenir un "pes òptic" similar.



## 01. Elements base d'identitat

### 01.01 Marca d'identitat

- 01.01.01 Terminologia bàsica
- 01.01.02 Marca. Versió principal
- 01.01.03 Símbol
- 01.01.04 Logotip
- 01.01.05 Marca. Variacions de color
- 01.01.06 Àrea de protecció i grandària mínima
- 01.01.07 Marca. Versió horitzontal i vertical
- 01.01.08 Espai cromàtic
- 01.01.09 Colors primaris
- 01.01.10 Colors secundaris
- 01.01.11 Color monocromàtic
- 01.01.12 Reproducció de la marca sobre fons corporatius
- 01.01.13 Reproducció de la marca sobre fons de diferents intensitats
- 01.01.14 Tipografia corporativa
- 01.01.15 Tipografia d'ús general
- 01.01.16 Usos incorrectes de la marca

### 01.02 Convivència de la marca

- 01.02.01. Introducció
- 01.02.02. Convivència de marca en entorn propi

## 04. Impresos

### 04.01 Acreditació

## 02. Estratègia de marca

### 02.01 Descriptors

- 02.01.01 Introducció
- 02.01.02 Exemples
- 02.01.03. Configuració horitzontal i vertical. Àmbits d'aplicació

## 03. Papereria

- 03.01 Paper de carta. Estructura general.
- 03.02 Targeta de visita.
- 03.03 Sobre DL
- 03.04 Sobre C6
- 03.05 Sobre 250x190mm
- 03.06 Signatura de correu electrònic
- 03.07 Signatura de correu electrònic amb xarxes socials



---

## 02. Estratègia de marca

---

L'estratègia d'arquitectura consisteix a operar sota una única marca matriu. Aquesta arquitectura monolítica pretén articular un sistema en el qual la marca es relacioni amb totes les seves gràfiques associades d'identitat des d'una posició de privilegi.

S'han definit solucions d'identitat per a cadascuna de les necessitats de les gràfiques associades del grup.

## 02. Estratègia de marca

### 02.01 Descriptors

#### 02.01.01 Introducció

El descriptor especifica l'àrea de negoci o el nom de l'empresa en transició. Es presenta en una combinació estructural normalitzada de distàncies i proporcions en la seva relació amb la marca.

## és COMERÇ

### Descriptor

Compost amb la mateixa tipografia que el logotip: Source Sants. Consta de la primera paraula en minúscula i de pes regular (és), mentre que s'afegeix la paraula COMERÇ amb majúscula i utilitzant un pes SemiBold.

Marca



SABADELL  
és

### Logotip

La marca és l'element principal de la identitat corporativa que presenta, en una combinació estructural normalitzada, el logotip i el símbol.



Colors Corporatius

---

## 02. Estratègia de marca

---

02.01 Descriptors

02.01.02 Exemples

---

Es mostra a continuació els diferents exemples de descriptors.

SABADELL  
és COMERÇ

SABADELL  
és SMART

Vocabulari a emprar

és **ESPORT**  
és **COMERÇ**  
és **SALUT**  
és **INNOVACIÓ**  
és **CULTURA**

## 02. Estratègia de marca

### 02.01 Descriptors

#### 02.01.03. Configuració horitzontal i vertical. Àmbits d'aplicació

El descriptor s'incorporarà en la marca emprant l'espai en blanc existent darrere de l'és adherint-se a la marca i acabant-la de completar en l'àmbit d'ús.



\*El sistema de descriptors no es pot aplicar a tots els suports de la identitat, en aquest apartat s'esmenta, de forma genèrica, les àrees on s'haurà d'incorporar el descriptor i aquelles l'estructura de les quals no permet aquesta aplicació.

Els àmbits d'aplicació dels descriptors, tant de negoci com de transició, s'engloben en aquells elements de l'àmbit dels documents. Només quan es parli de l'element en qüestió (ex: comerç) serà quan es pugui reproduir el logotip amb el descriptor. Com a normativa, es pot reproduir únicament el logotip.

## 01. Elements base d'identitat

### 01.01 Marca d'identitat

- 01.01.01 Terminologia bàsica
- 01.01.02 Marca. Versió principal
- 01.01.03 Símbol
- 01.01.04 Logotip
- 01.01.05 Marca. Variacions de color
- 01.01.06 Àrea de protecció i grandària mínima
- 01.01.07 Marca. Versió horitzontal i vertical
- 01.01.08 Espai cromàtic
- 01.01.09 Colors primaris
- 01.01.10 Colors secundaris
- 01.01.11 Color monocromàtic
- 01.01.12 Reproducció de la marca sobre fons corporatius
- 01.01.13 Reproducció de la marca sobre fons de diferents intensitats
- 01.01.14 Tipografia corporativa
- 01.01.15 Tipografia d'ús general
- 01.01.16 Usos incorrectes de la marca

### 01.02 Convivència de la marca

- 01.02.01. Introducció
- 01.02.02. Convivència de marca en entorn propi

## 04. Impresos

### 04.01 Acreditació

## 02. Estratègia de marca

### 02.01 Descriptors

- 02.01.01 Introducció
- 02.01.02 Exemples
- 02.01.03. Configuració horitzontal i vertical. Àmbits d'aplicació

## 03. Papereria

- 03.01 Paper de carta. Estructura general.
  - 03.02 Targeta de visita.
  - 03.03 Sobre DL
  - 03.04 Sobre C6
  - 03.05 Sobre 250x190mm
  - 03.06 Signatura de correu electrònic
  - 03.07 Signatura de correu electrònic amb xarxes socials
-

---

## 03. Papereria

---

Tots els elements que componen la papereria són transmissors d'imatge i constitueixen un instrument prioritari en la comunicació constant de la identitat, per això, és especialment important la cura i control d'aquest suport.

## 03. Papereria

En els exemples il·lustratius de la plantilla de carta de Word d'aquesta pàgina es faciliten les cotes de la posició dels elements d'imatge i textos així com les pautes per realitzar un mecanografiat adequat al disseny de la primera fulla.

El text es compondrà en la tipografia corporativa Arial, en un cos 10 pt. amb una interlinea de 12 pt. i un espai entre paràgrafs de dues tornades.

En aquest epígraf es presenta l'estructura general del paper de carta així com les cotes de la posició dels elements.

La segona fulla portarà únicament la marca i la línia de plegat, ambdues se situaran en la mateixa posició que en la primera fulla.

### **Format**

DIN A4 (210x297mm)

### **Composició tipogràfica:**

Nom i cognoms:

Arial Bold, cos 9/10,8 pt.

Càrrec:

Arial Regular, cos 9/10,8 pt.

Denominació de l'adreça i unitat:

Arial Regular, cos a 7,5/9,5 pt.

Dades de registre:

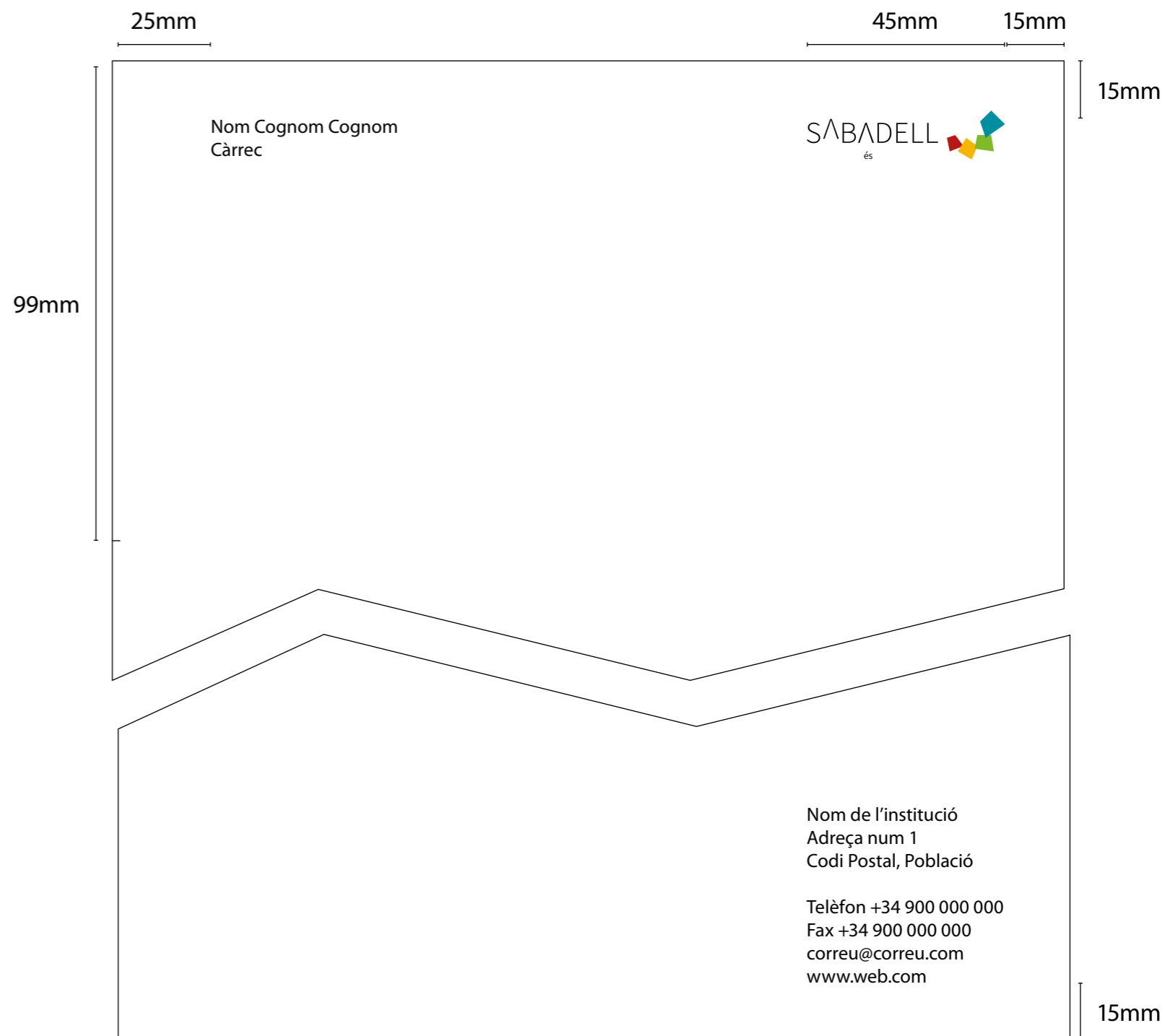
Arial Regular, cos a 7,5/9,5 pt.

Dades de contacte:

Arial Regular, cos a 7,5/9,5 pt.

El color del text serà preferentment en negre.

### 03.01 Paper de carta. Estructura General



## 03. Papereria

### Format

85 x 54 mm.

### Composició tipogràfica

Nom i cognoms

Arial Bold, cos 9/10,8 pt.

Càrrec:

Arial Regular, cos 9/10,8 pt.

Dades de contacte i informació de l'empresa

Arial Regular, cos 7,5/8,5 pt.

espai entre paràgrafs 3 pt.

### Paper

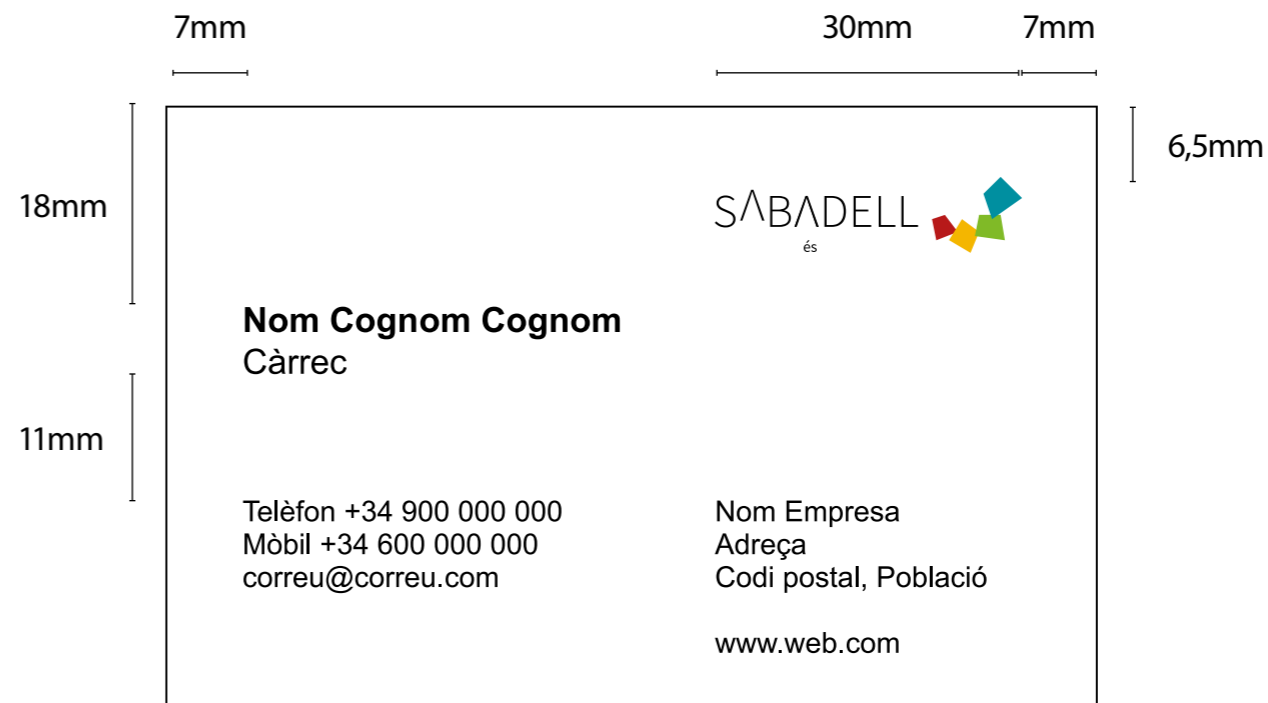
Paper Matte blanc offset,  
315 gr/m<sup>2</sup>.

### Reproducció cromàtica

Símbol i icones: quadricromia

Logotip i textos: negre

## 03.02 Targeta de visita





## 03. Papereria

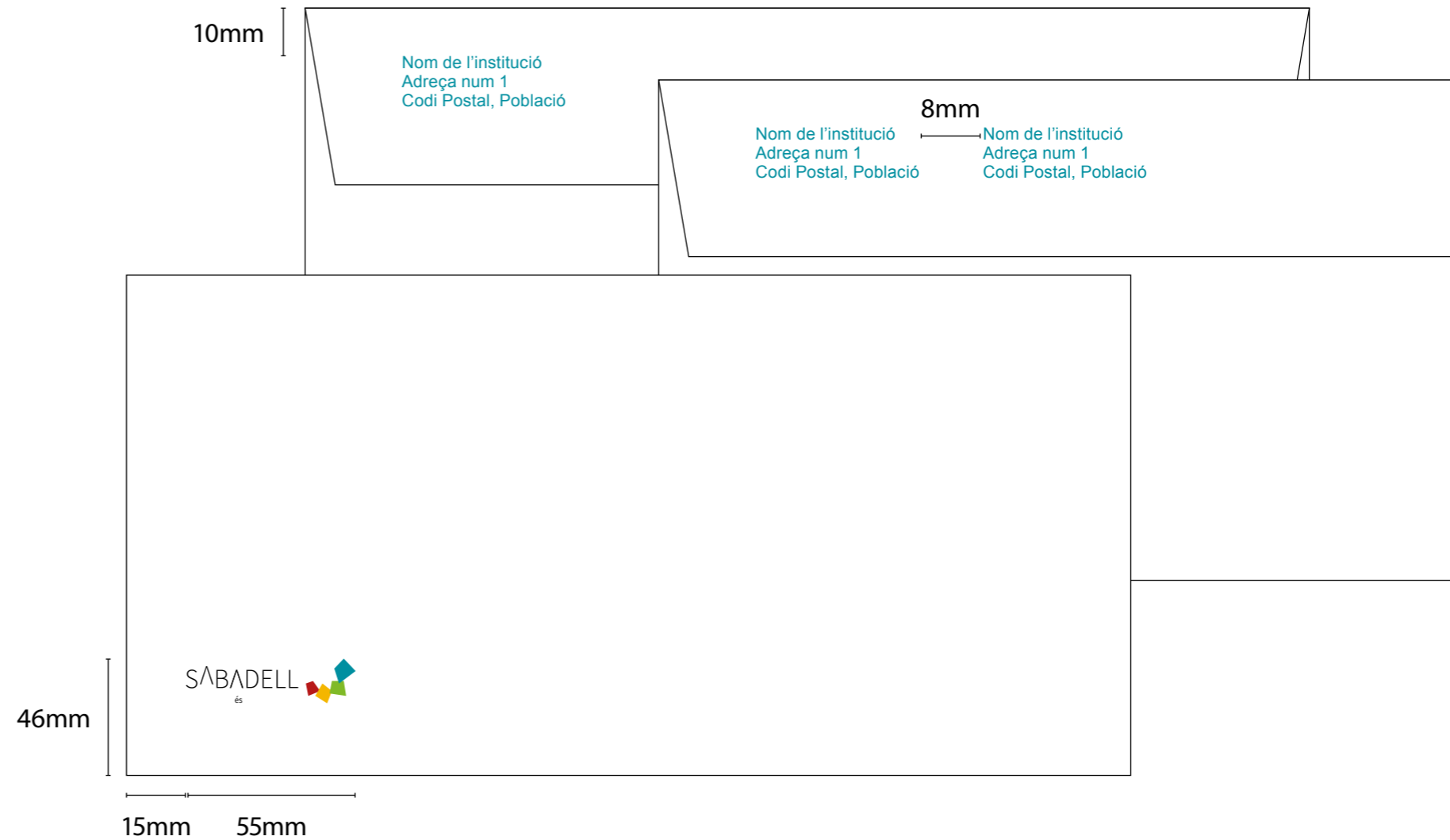
### 03.03 Sobre DIN DL

#### Composició tipogràfica

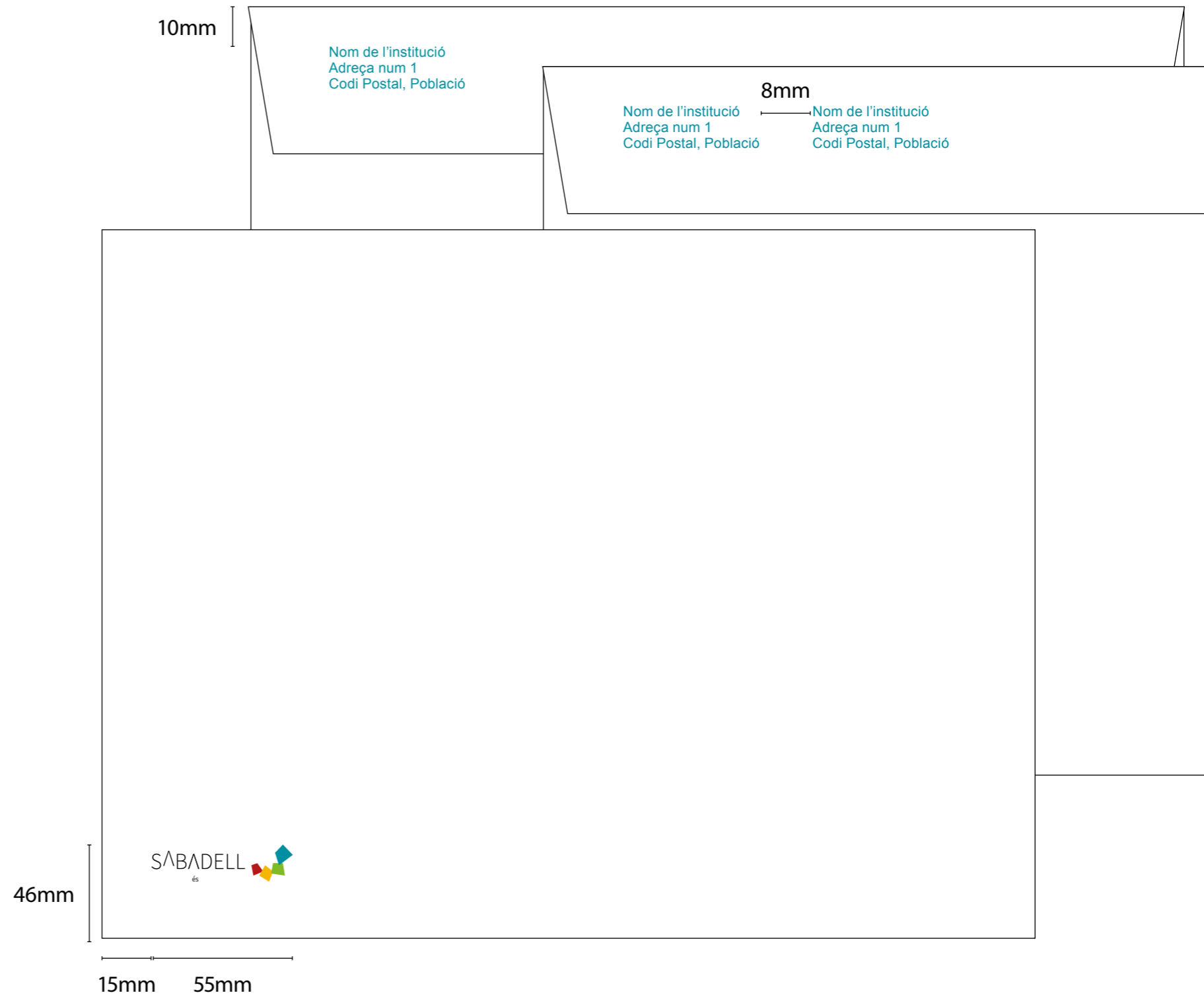
Dades de contacte:  
Arial Regular, cos 9/10,8 pt.

#### Reproducció cromàtica

Símbol: quadricromia  
Logotip i textos: negre







## 03. Papereria

És molt important que totes les comunicacions emeses a través de la marca tinguin una uniformitat d'imatge.

Per això es presenta en aquesta pàgina la signatura de correu electrònic amb aquesta fitada en grandàries i ubicació.

### **Composició tipogràfica**

Nom i cognoms:

Arial negreta, cos 9/11 pt.

Color:

Blau, Pantone 7711C

Altres dades:

Arial. Cos 9/11 pt. Espai després de 5 pt.

Color:

Blau, Pantone 7711C

## 03.06 Signatura de correu electrònic

Estimat senyor/a;

Re plabo. Nis suntet maxim autatatemqui vent ullibus aciendit lit andentia dit laborrovidel incimusto dolest aligeniste nullest aut quid eos qui velest quost dolut od enihic temolor am ant latur, offic totatit volorporibus ditaepuda abo. Ut et es quam et a sita delicae magnam dus aritati totatem que di tem ventescil eate et asseri accae delit molorpores susanda is volorepellit labore, cus, optam este molendipiet explitatum sint magnimus, ut hillaut enistrupam velis autem. Sed que vel mi, eatur ra vero doluptia quodipsape sam laut et quunt.

Ga. Odia assit haribus, quamus mod ex eum quosto dusanto elitest, voluptas nonsec-tetus.

Gendit estorum, qui comnimini rest pre, nobitat emquature nobis veratem venit abo.

Nam, nissequi ut dendae et volorum sendis rem fugite nonecae. Rit, sapiend itinimos et et aboritibusam del ipsapicit ea nonet dolecte necto esed molores nam venim



**Nom Cognom Cognom**

Càrrec

Telèfon +34 900 000 000

Fax +34 900 000 000

correu@correu.com

www.web.com

Nom de l'institució

Adreça num 1

Codi Postal, Població

## 03. Papereria

En aquest epígraf es mostra la ubicació i grandàries de les xarxes socials en la signatura del correu electrònic.

S'empra la mateixa composició visualitzada en l'apartat anterior.

### **Composició tipogràfica**

Nom i cognoms:

Arial negreta, cos 9/11 pt.

Color:

Blau, Pantone 7711C

Altres dades:

Arial. Cos 9/11 pt. Espai després de 5 pt.

Color:

Blau, Pantone 7711C

## 03.07 Signatura de correu electrònic amb xarxes socials

Estimat senyor/a;

Re plabo. Nis suntet maxim autatatemqui vent ullibus aciendit lit andentia dit laborrovidel incimusto dolest aligeniste nullest aut quid eos qui velest quost dolut od enihic temolor am ant latur, offic totatit volorporibus ditaepuda abo. Ut et es quam et a sita delicae magnam dus aritati totatem que di tem ventescil eate et asseri accae delit molorpores susanda is volorepellit labore, cus, optam este molendipiet explitatum sint magnimus, ut hillaut enistrupam velis autem. Sed que vel mi, eatur ra vero doluptia quodipsape sam laut et quunt.

Ga. Odia assit haribus, quamus mod ex eum quosto dusanto elitest, voluptas nonsec-tetus.

Gendit estorum, qui comnimini rest pre, nobitat emquature nobis veratem venit abo.

Nam, nissequi ut dendae et volorum sendis rem fugite nonecae. Rit, sapiend itinimos et et aboritibusam del ipsapicit ea nonet dolecte necto esed molores nam venim



**Nom Cognom Cognom**

Càrrec

Telèfon +34 900 000 000

Fax +34 900 000 000

correu@correu.com

www.web.com

Nom de l'institució

Adreça num 1

Codi Postal, Població



facebook/Nomdelainstitució



@Nomdelainstitució

## 01. Elements base d'identitat

### 01.01 Marca d'identitat

- 01.01.01 Terminologia bàsica
- 01.01.02 Marca. Versió principal
- 01.01.03 Símbol
- 01.01.04 Logotip
- 01.01.05 Marca. Variacions de color
- 01.01.06 Àrea de protecció i grandària mínima
- 01.01.07 Marca. Versió horitzontal i vertical
- 01.01.08 Espai cromàtic
- 01.01.09 Colors primaris
- 01.01.10 Colors secundaris
- 01.01.11 Color monocromàtic
- 01.01.12 Reproducció de la marca sobre fons corporatius
- 01.01.13 Reproducció de la marca sobre fons de diferents intensitats
- 01.01.14 Tipografia corporativa
- 01.01.15 Tipografia d'ús general
- 01.01.16 Usos incorrectes de la marca

### 01.02 Convivència de la marca

- 01.02.01. Introducció
- 01.02.02. Convivència de marca en entorn propi

## 04. Impresos

### 04.01 Acreditació

## 02. Estratègia de marca

### 02.01 Descriptors

- 02.01.01 Introducció
- 02.01.02 Exemples
- 02.01.03. Configuració horitzontal i vertical. Àmbits d'aplicació

## 03. Papereria

- 03.01 Paper de carta. Estructura general.
  - 03.02 Targeta de visita.
  - 03.03 Sobre DL
  - 03.04 Sobre C6
  - 03.05 Sobre 250x190mm
  - 03.06 Signatura de correu electrònic
  - 03.07 Signatura de correu electrònic amb xarxes socials
-

---

## 04. Impresos

---

Igual que la papereria, els impresos actuen com a element portador de la imatge visual corporativa de l'empresa. És molt important definir uns criteris estables de disseny i composició per obtenir una comunicació visual homogènia i coordinada, procurant la màxima qualitat en la seva realització, tant en sistemes d'impressió tradicional com a informàtics.

## 04. Impresos

### 04.01 Acreditació

#### Composició tipogràfica

Nom i cognoms:

Arial negreta, cos 10/12 pt.

Numero d'identitat:

Arial regular, cos 10/12 pt.

Color:

Negre

Altres dades:

Arial. Cos 10/12 pt. centrat dins la caixa de color Blau,  
Pantone 7711C.

