



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVO

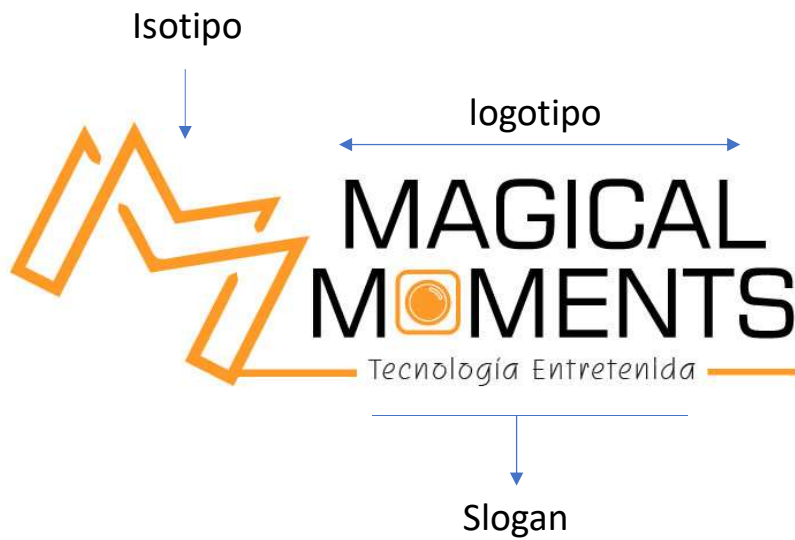


El manual de identidad corporativa recoge los elementos que conforman la Identidad Visual de MAGICAL MOMENTS y sus aplicaciones.

Como elementos de identidad visual establecemos las pautas de construcción, el uso de las tipografías y las aplicaciones cromáticas de la marca.

Con este Manual se logra la identidad visual de la empresa y su objetivo es incrementar el grado de recordación y posicionamiento de cada uno de sus elementos regidos por las recomendaciones expuestas en este manual, que nos garantiza una unidad de criterios en nuestra comunicación y difusión comercial.

El manual de la marca debe ser por tanto una herramienta viva y presente en todas las aplicaciones de la empresa, las indicaciones que contiene este manual no pretenden restringir la creatividad de MAGICAL MOMENTS, sino ser una base que abra nuevas formas creativas e innovadoras de comunicar su propia esencia. En caso de dudas se recomienda consultar con el autor del manual, y lo expuesto aquí debe respetarse y aplicarse.



- Se plantea utilizar EL isotipo de forma geométrica con movimiento y profundidad, representando dos letras “M “ y donde la línea de base soporta el logotipo (texto) y el slogan (frase de valor) creando equilibrio y composición de la pieza gráfica.
- Otra lectura es que el borde de una de las letras M, apunta hacia la palabra “Magical Moments”, en la cuál se utiliza un tipografía elegante.
- En cuanto a los colores basado en la psicología del marketing, naranjo representa confianza, calidez, cercanía, emoción y entusiasmo, valores y conceptos que la empresa representa. El negro por tanto es seriedad y elegancia.

CONSTRUCCIÓN Y APLICACIÓN

Se entiende como zona de seguridad al espacio que debe existir alrededor del logotipo o marca sin que ningún otro elemento lo rebase o interfiera, consiguiendo así una correcta visualización del mismo. Definir una zona de seguridad para el logotipo o marca asegura la independencia visual del mismo respecto a otros elementos gráficos que pudieran acompañarlo, facilitando de esta forma su inmediata identificación.



USO MÍNIMO DEL LOGO

Se entiende como el menor tamaño al que puede ser reproducido el logotipo conservando su adecuada visibilidad. Este tamaño mínimo será diferente según el soporte sea on-line o impreso.

Tamaño mínimo para soporte Online

Tamaño mínimo para impreso



TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual. Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse constante

Tipografía: Square 721 BT

ABCDEFGHIJKLMNOP
 OPQRSTUVWXYZÀÅ
 abcdefghijklmnopqrs
 tuvwxxyzàåéîõøü&12
 34567890(\$£€. ,!?)

44

Tipografía: Squire Regular

SquireD Regular

Hello world

1234567890

by fontsgreek.com

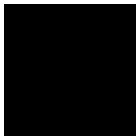
LOS COLORES

El color define un escenario de valores concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.

A continuación la definición de los colores:



Web: # ff9933
C: 0 M: 56 Y: 84 K: 0



Web: # 000000
C:100 M:100 Y: 100 K: 100

USOS CORRECTOS DE LA IMAGEN CORPORATIVA



Original



Positivo



Fondo negro y color



Negativo

APLICACIONES

Tarjeta de presentación



POLERAS



