

Manual de identidad corporativa



CIHEAM
ZARAGOZA

Índice

A. Simbología básica

- A.1 Logotipo corporativo
- A.2 Tamaño mínimo y área de respeto
- A.3 Colores corporativos
- A.4 Tipografías

B. Normas para el buen uso de la marca

- B.1 Aplicaciones correctas e incorrectas
- B.2 Expresión textual de la marca
- B.3 Lemas
- B.4 Pictogramas CAPMED

A.

Simbología básica

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca CIHEAM Zaragoza se tienen que seguir una serie de normas genéricas. La marca CIHEAM Zaragoza está construida a base de un símbolo, un logotipo y colores corporativos que se deberán respetar para su correcto uso.

A1 Logotipo corporativo

El logotipo es el identificador de la marca de uso común en todas las aplicaciones. El logotipo del CIHEAM está formado por el símbolo y acrónimo del CIHEAM y también puede incluir el nombre desarrollado en inglés o en francés.

En el caso de los Institutos está formado por el símbolo y acrónimo del CIHEAM acompañado de la ubicación geográfica, en este caso Zaragoza.

El logotipo del CIHEAM y de los institutos cuenta con versiones en azul (principal), blanco y negro.

4



Además, se podrá utilizar el logotipo en horizontal cuando se ajuste mejor en en soporte en el que se deba incluir o se considere que encaja mejor con el resto de logotipos.

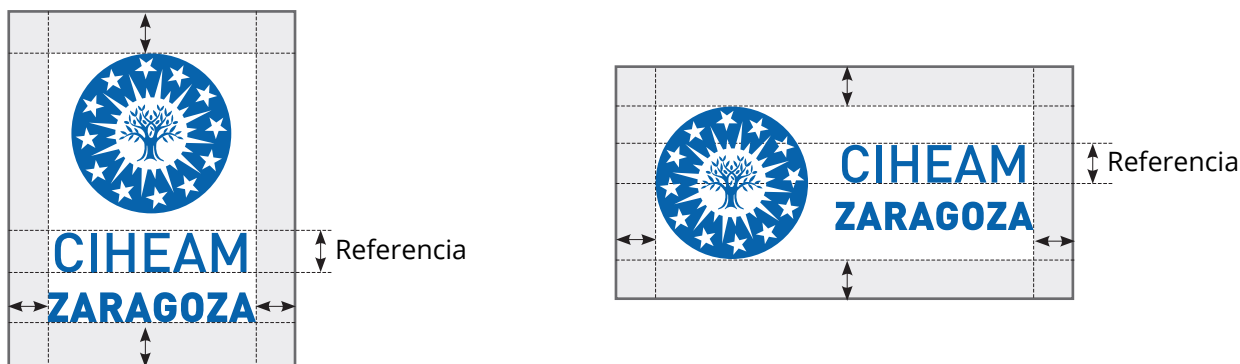


Asimismo, se puede utilizar el símbolo del CIHEAM sin el acrónimo como elemento gráfico de identidad corporativa, al igual que el olivo fuera del logo.



A2 Tamaño mínimo y área de respeto

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 a la altura de la letra C de CIHEAM.



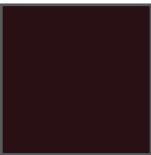
El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 20 mm de ancho en el logotipo vertical y 38 mm en el caso del horizontal.



A3 Colores corporativos

Las referencias de color del CIHEAM Zaragoza son los Pantones aquí especificados.

Colores primarios: Son los colores dominantes de los elementos gráficos y documentos. Se pueden emplear con variaciones de hasta el 20% para diagramas, recuadros y gráficas que presenten datos.

	90%	80%	70%	60%	50%	40%	30%	20%
 Pantone 2935C R:1 / G:82 / B:100 C:98 / M:59 / Y:0 / K:5 HTML: #0D4E8F								
 Pantone 349C R:50 / G:28 / B:28 C:0 / M:41 / Y:43 / K:80 HTML: #321C1C								
 Pantone 7724C R:0 / G:151 / B:106 C:92 / M:0 / Y:64 / K:10 HTML: #00976A								
 Pantone 143C R:248 / G:174 / B:55 C:0 / M:38 / Y:94 / K:0 HTML: #F8AE37								
 Pantone 2229C R:0 / G:155 / B:183 C:78 / M:18 / Y:23 / K:2 HTML: #009BB7								
 Pantone 1935C R:197 / G:0 / B:56 C:15 / M:100 / Y:70 / K:6 HTML: #C50038								

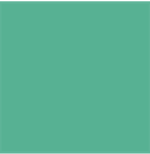
Colores secundarios: Se utilizarán ocasionalmente para complementar la presentación de información y hacer referencia a los elementos del Mediterráneo.



R:104 / G:90 / B:60
C:49 / M:48 / Y:72 / K:43
HTML: #685A3C



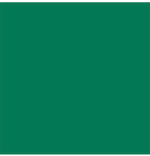
R:154 / G:136 / B:97
C:36 / M:36 / Y:61 / K:20
HTML: #9A8861



R:100 / G:177 / B:148
C:60 / M:0 / Y:47 / K:10
HTML: #64B194



R:70 / G:180 / B:103
C:71 / M:0 / Y:73 / K:0
HTML: #46B467



R:0 / G:116 / B:79
C:85 / M:0 / Y:70 / K:40
HTML: #00744F



R:16 / G:178 / B:196
C:77 / M:0 / Y:25 / K:0
HTML: #10B2C4



R:0 / G:110 / B:126
C:100 / M:0 / Y:30 / K:40
HTML: #006E7E



R:168 / G:33 / B:86
C:0 / M:92 / Y:20 / K:36
HTML: #A82156



R:133 / G:18 / B:51
C:30 / M:100 / Y:59 / K:33
HTML: #851233

A4 Tipografías

Para **títulos o epígrafes** se utilizará la tipografía META o, en su defecto, Fira Sans. Para soportes o aplicaciones que, por razones técnicas no permiten la utilización de la tipografía corporativa, por ejemplo en la página web, se utilizará la tipografía Lucida Sans o Lucida Grande.

META NORMAL

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

META BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

FIRA SANS REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

FIRA SANS BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Lucida Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Lucida Grande Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Lucida Sans Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890*

Lucida Grande Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

Lucida Sans Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

La tipografía corporativa para el **texto** es DIN o, en su defecto, Open Sans. Para soportes o aplicaciones que, por razones técnicas no permiten la utilización de la tipografía corporativa, por ejemplo en la página web, se utilizará la tipografía Arial.

DIN Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

DIN Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

DIN Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

DIN Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Open Sans Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Arial Narrow

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Open Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Arial Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

12

Open Sans Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890*

Arial Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890*

Open Sans Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

Arial Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

B.

Normas para el buen uso de la marca

Con el objetivo de no debilitar el mensaje visual de la marca es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación. Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios. Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

B1 Aplicaciones correctas e incorrectas

Uso de logotipo sobre fondo de color

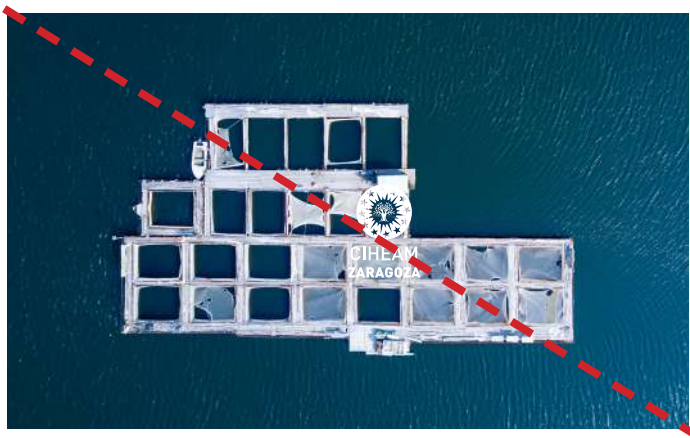
Siempre que sea posible se utilizará el logo en color azul. Si el color de fondo no permite que haya suficiente contraste se optará por la versión en blanco.

14

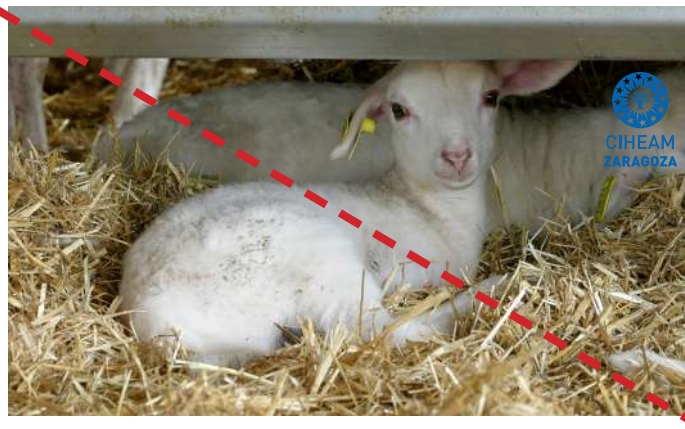


Uso de logotipo sobre imágenes

El logotipo se puede utilizar sobre imágenes (fotografías o texturas) siempre que haya contraste suficiente y la complejidad de la imagen no impida la legibilidad del logotipo ni distorsione el mensaje ni la composición.



Si la imagen es compleja o no hay contraste suficiente se podrá utilizar el logotipo sobre un fondo de color con hasta un 20% de transparencia.



El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas que vienen determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún caso se harán modificaciones de color ni de las proporciones.

Aplicación incorrecta color



Deformación



B2 Expresión textual de la marca

La marca CIHEAM Zaragoza se escribirá tal y como se muestra en el ejemplo y siempre acompañada del artículo (“el CIHEAM Zaragoza”). En ningún caso se podrá variar esta forma de escribirla.

Escritura correcta:

Ejemplo de cómo se escribe el CIHEAM Zaragoza

18

Escritura incorrecta:

~~Ejemplo de cómo **no** se escribe el CIHEAM ZARAGOZA~~

~~Ejemplo de cómo **no** se escribe CIHEAM Zaragoza~~

~~Ejemplo de cómo **no** se escribe la marca Ciheam Zaragoza~~

Ejemplo de cómo **no** se escribe la marca CIHEAM-Zaragoza

B3 Lemas

Para acompañar textos relativos a diferentes actividades o reuniones se podrán utilizar los lemas del CIHEAM y del CIHEAM Zaragoza.

Lema CIHEAM:

Sharing Knowledge, Feeding the Future

Partager la connaissance, Nourrir le futur

Lema CIHEAM Zaragoza:

Más de 50 años promoviendo la cooperación y el desarrollo en el Mediterráneo en agricultura, pesca, alimentación, medioambiente y medio rural

Over 50 years promoting cooperation and development across the Mediterranean in agriculture, fisheries, food, environment and the rural world

Plus de 50 ans à promouvoir la coopération et le développement en Méditerranée en matière d'agriculture, de pêche, d'alimentation, d'environnement et de milieu rural

B4 Pictogramas CAPMED

El Plan de Acción para el Mediterráneo 2025 (PACMED 2025) se ha diseñado con el fin de promover las actividades de cooperación del CIHEAM basándose en las 15 prioridades temáticas de su Agenda Estratégica 2025.

Los 4 pilares del CAPMED 2025 tienen asociados colores y pictogramas. Dichos pictogramas pueden usarse en color y en blanco sobre cuadrado y círculo de color.

Protección del planeta

Seguridad alimentaria y nutricional

20



Desarrollo inclusivo

Crisis y resiliencia



CIHEAM Zaragoza

Av. Montañana 1005, 50059 – Zaragoza (España)

www.iamz.ciheam.org

(+34) 976 71 60 00 / iamz@iamz.ciheam.org

