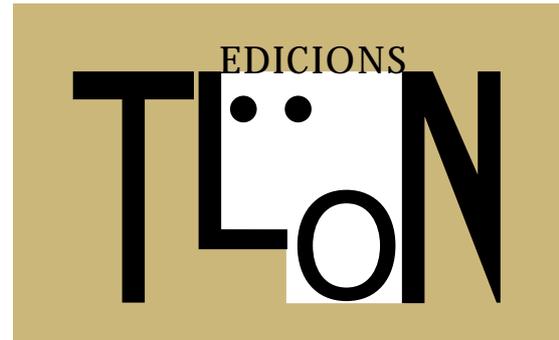


El logotipo

El logotipo es una creación industrial adaptada a los sistemas de comunicación de masas, es un punto de llamada óptico.

El logotipo creado deja la elección entre dos soluciones, la imagen y la palabra. Los contactos entre las letras que se han convertido a trazado (partimos de la fuente Frutiger) y se han anulado puntos, ofrece una tipografía con caracteres no existentes a la disposición pública es otro recurso que contribuye a caracterizar el nombre de la editorial.

Hemos creado mediante operaciones de distribución en el espacio una palabra visualmente expresiva, en esta disposición espacial aparece el hombre en términos genéricos.



Es esta segunda imagen superpuesta a la palabra la que provoca la coherencia del logotipo, es una figura subyacente mostrada y escondida a la vez completamente incorporada que suministra a la palabra un elemento poderosamente atractivo.

En los impresos que decidimos que sean de certacalidad el logotipo necesita de un espacio propio, una forma geométrica simple junto con la escritura que circunda la palabra.



El simple símbolo visual es el rectángulo, así es más fácil de focalizar y distinguir. El logotipo de TOLON presenta una doble lectura alternativa: imagen y palabra dándole un carácter relevante por relación a los demás elementos visuales.



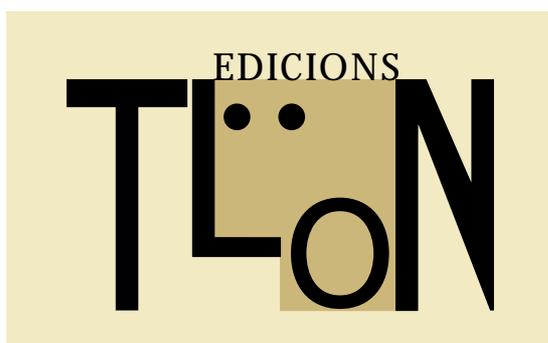
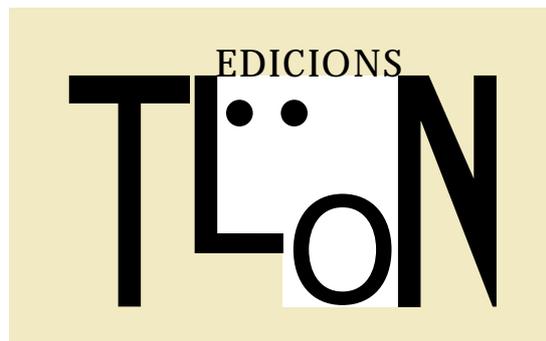
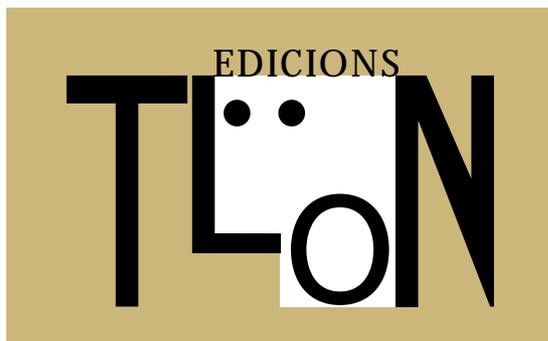
Estudio del positivo y negativo

En la papelería destinada a mailings, impresos de difusión, utilizaremos la marca corporativa a un solo color, negro sobre fondo blanco o negro y gris sobre fondo blanco. Cuando apliquemos este supuesto eliminaremos el símbolo visual del rectángulo.

El diseño de este logotipo tiene variedad de combinaciones que dependerán del tipo de soporte, calidad, tipo de aplicación, costes, etc.

Otra forma de aplicación es mediante el positivo pero en este supuesto anexionamos el rectángulo que le confiere potencia, es decir que lo refuerza.

El logotipo a color _____



Para alcanzar una relevancia bien notoria, el logotipo necesita de un espacio propio, una forma geométrica simple junto con la escritura que circunda la palabra así es mas facil de focalizar.

El logotipo tiene una correlación expresiva muy clara, es un nexo, un elemento asociativo con la editorial que identifica y con los atributos de la firma que debe reforzar (modernidad, dinamismo, potencia).

El color es un atributo más, que determina los calificativos enumerados, hemos utilizado:

Pantone yellow 131 CVC

Pantone 9020 CVC

Pantone 4515 CVC

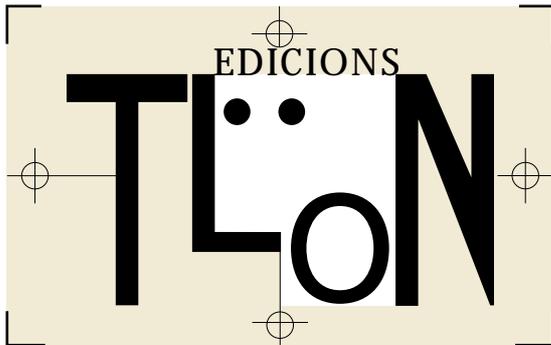
Pantone 4525 CVC

Pantone 4535 CVC

Pantone 4545 CVc

El logotipo

Cuando la marca aparece en cualquiera de sus versiones la protegeremos en todo su perímetro con unos espacios para evitar que sea invadida por los textos, fotografías, etc.



La carta

Tamaño y formato

El papel de carta corresponde al formato estandar DIN A4 (210x297mm).

En el tipo de papel para carta ofrecemos dos opciones:

Papel Opale marfil de 100 gramos destinado a aplicaciones de calidad.

Papel Creator 80,90 gramos destinado a la línea económica por ejemplo cartas destinadas a mailings proveedores etc., en este supuesto el logotipo de la editorial será el positivo, es decir solo negro sobre fondo blanco y la pastilla 10% de negro.

En la línea de calidad donde el gramaje del soporte es mayor incluimos además las líneas de doblez. Estas líneas están situadas a 105 mm (la primera) y a 210 mm (la segunda) para facilitar el lugar exacto para doblar la carta que posteriormente introduciremos en el sobre.

La dirección de la editorial está compuesta con la fuente Agaramond cuerpo 8 e interlineado 10.

En esta línea de calidad el color utilizado en las pastillas y el soporte del logotipo es el pantone 4515 y la cara del logotipo será la ausencia del color que vendrá determinado por el color del papel es decir color marfil.



R.M. BCN. T5.191.L.4.500 Sec.2ª F94 - H.63.763 Ins 1ª - C.I.F. A-08750286

Añadiremos a pie de página el registro mercantil utilizaremos la fuente Futura y un cuerpo 7.

Consta de los siguientes datos: R.M. BCN T5 191.L.4500, sección 2ª F 94 H63763 ins 1ª CIF A-08750286

La tarjeta

Tamaño y formato

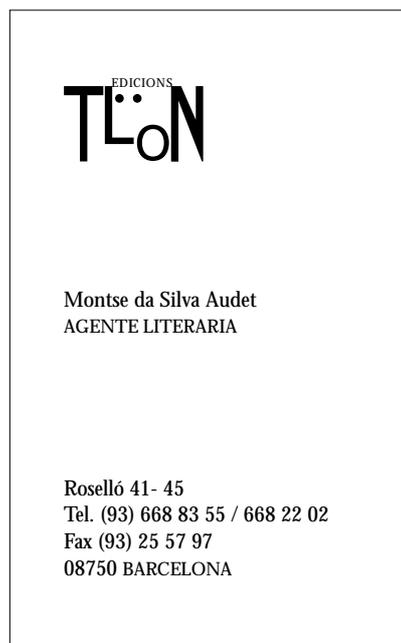
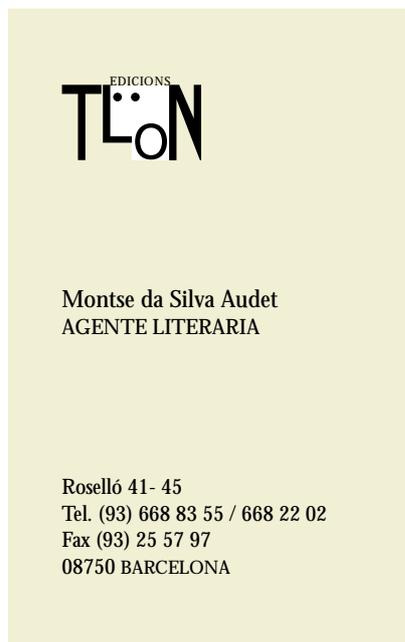
El tamaño seleccionado es el de la tarjeta de crédito 53 mm x 85.

El formato es rectangular prolongado.

El papel utilizado es beige de 220 gramos Galgo verjurado.

Tendremos dos líneas a seguir que aplicaremos a toda la papelería, una línea de calidad y una línea más económica (carece de colores) y el logotipo es el positivo sobre fondo blanco.

Fuente utilizada Agaramond, cuerpo 8 interlineado 10.



El sobre

Tamaño y formato

Las dimensiones del sobre son de 220 x 110 sin ventana, este tipo de sobre se denomina también sobre americano.

En el tipo de papel para carta ofrecemos dos opciones:

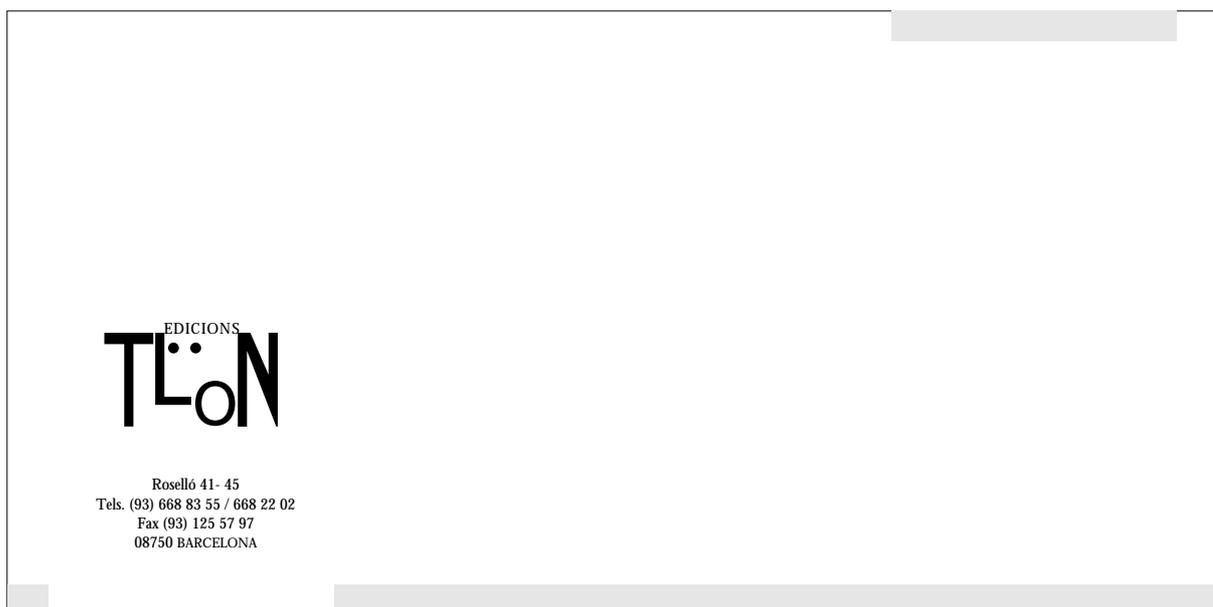
Papel Opalè marfil de 120 gramos destinado a aplicaciones de calidad.

Papel Creator 120 gramos blanco en este supuesto el logotipo de la editorial será el positivo, es decir solo negro sobre fondo blanco.

El color utilizado en las pastillas del sobre blanco es un matiz del 10% de negro.

En el sobre de calidad el logotipo lo situamos dentro de un rectángulo de 105 x 51.5 mm que tiene como función reforzar; sostener el logotipo y la dirección además de unir armonicamente los demás elementos; pastillas. La dirección de la editorial esta compuesta con la fuente Agaramond cuerpo 8 e interlineado 10 y alineación centeada. Todos los elementos que sostiene el rectángulo se encuentran centrados.

En está línea de calidad el color utilizado en las pastillas y el soporte del logotipo es el pantone 4515 y la cara del logotipo sera la ausencia del color que vendra determinado por el color del papel es decir color marfil.



La factura

Tamaño y formato

Las dimensiones de la factura corresponden a un DIN-A4.

El soporte de la factura papel blanco Creator de 80 gramos.

Establecemos dos matices así mantenemos la coherencia para toda la papelería. En la línea de calidad el logotipo y la pastilla tendrán el mismo color que el papel, sobre, tarjeta, es decir marfil. Especificamos que el logotipo no se sostiene sobre ningún elemento, es la propia "cara" que se circunda entre los caracteres que mediante el color atrae la atención visual.

En la línea económica se utilizará un matiz del 10% del negro para los elementos indicados anteriormente: pastilla y cara.

La dirección de la editorial se encontrará centrada al logotipo, utilizaremos la fuente Agaramond cuerpo 9 e interlineado 11, alineación centrada.

El logotipo y la editorial se colocarán en la parte superior izquierda manteniendo los márgenes de 20 mm a la izquierda y 20 mm de cabecera.

La fuente utilizada en todos los elementos que conforman la factura, excepto la dirección, es Futura book de cuerpo 9 e interlineado 11.

No olvidaremos de incluir los datos del registro mercantil que se compondrán en Futura cuerpo 7.



Roselló 41-45
Tel. (93) 688 83 55
688 22 02
Fax (93) 125 57 97
08750 BARCELONA

Factura	Fecha	Cod. cte.	C.I.F./ D.N.I	Representante

Artículo	Cantidad	Descripción	Precio	Portes	Importe

R.M. BCN. T5.101.L4.500 - Sec. 2ª. FM4 - H.03.703 Ins 1ª - C.I.F. A. 08758286

Forma de pago

Entidad

Nº de cuenta



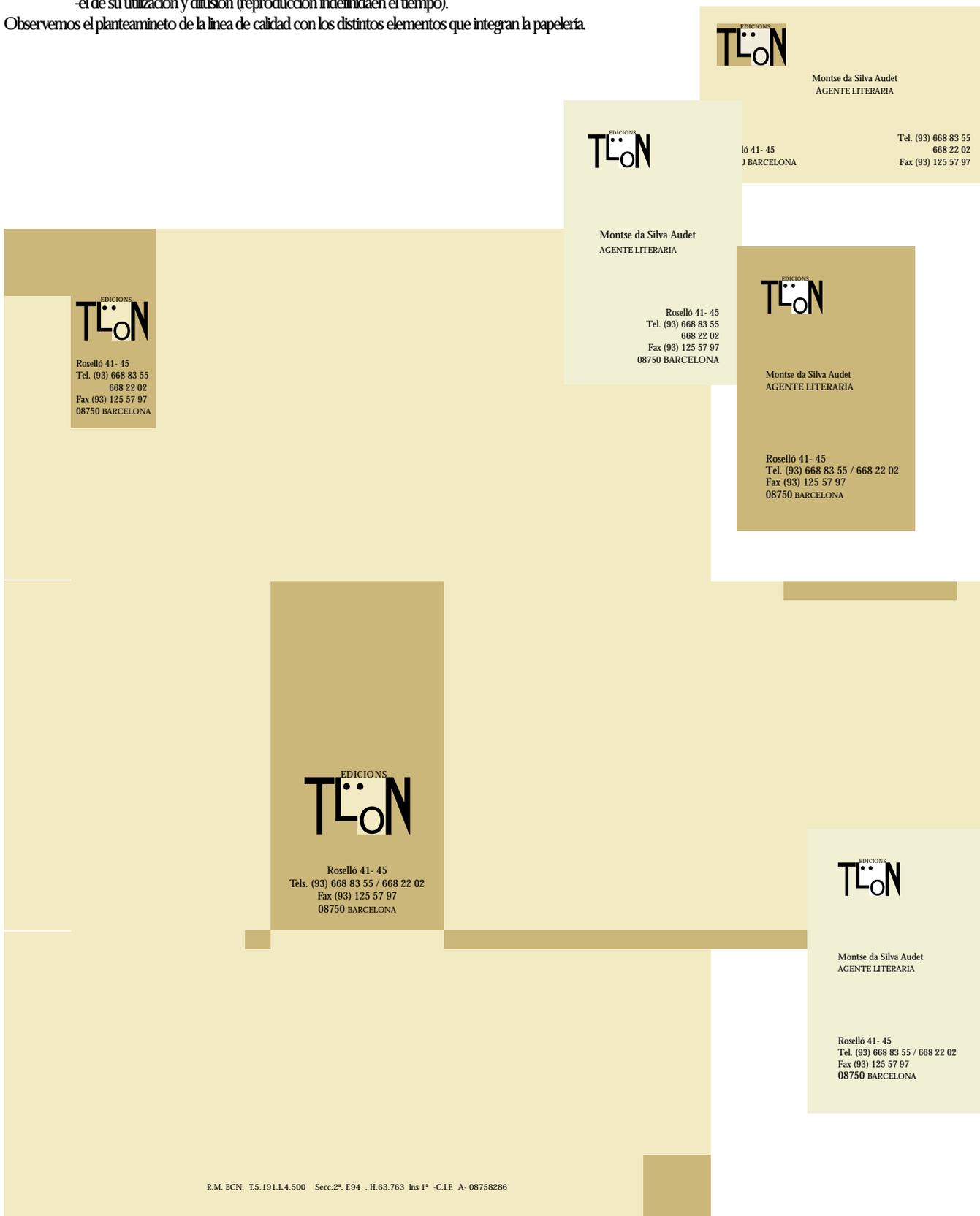
Visión general de la papelería

Color

En la identidad corporativa se observan dos acepciones:

- el de su construcción gráfica (concepción, creación, diseño)
- el de su utilización y difusión (reproducción indefinida en el tiempo).

Observemos el planteamiento de la línea de calidad con los distintos elementos que integran la papelería.



Visión general de la papelería

Blanco

Observemos el planteamiento de la línea económica con los distintos elementos que integran la papelería.

