

REFUGE
PATOU

— haven spot —

0. ÍNDICE

1. Introducción	3
2. La marca	6
3. Color	13
4. Normas de uso	16
5. Aplicaciones	21

1. INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

¿QUÉ ES Y PARA QUÉ SIRVE ESTE MANUAL?

Este manual es el punto de partida obligatorio para cualquier uso que se haga de la identidad visual de Refuge Patou. Respetar las indicaciones que a continuación se detallan permitirá que la imagen de la marca sea homogénea y coherente en todas sus aplicaciones.

Aspectos como el tamaño mínimo, la distancia de seguridad, el color o la tipografía son fundamentales para mantener íntegra la identidad a lo largo del tiempo.

PROCESO CREATIVO

Para crear la imagen de Refuge Patou hemos trabajado sobre el concepto de “punto de refugio”, poniendo el énfasis en la idea de que es un espacio para compartir y crear, en el que se conecta con el entorno natural, se relaja el ritmo de la vida y se deja atrás todo lo superfluo.

2. LA MARCA

2. LA MARCA



Imagen 1. Símbolo de la marca Refuge Patou

2.1. EL SÍMBOLO

El icono de Refuge Patou está formado por dos triángulos solapados que comparten espacio y fusionan sus colores. La figura resultante representa a las montañas, lugar donde se ubica el refugio, y transmite la idea de “lugar para crear y compartir” con sencillez, en consonancia con la realidad que se encuentra la persona que visita el refugio: una austeridad que le hace conectar con la naturaleza y le aporta bienestar.

Su uso en solitario se detallará en el punto 2.6 del presente documento.

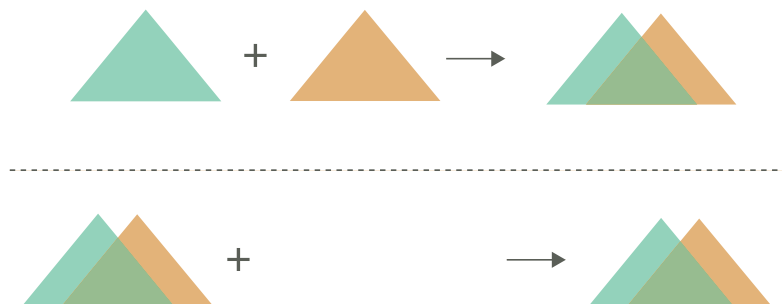


Imagen 2. Proceso creativo · construcción del símbolo

REFUGE
PATOU
 — haven spot —

Imagen 3. Parte tipográfica.

2.2. EL LOGOTIPO

La parte tipográfica se ha trabajado en tres alturas. El tipo de letra es de trazo recto, sencilla y fácil de aplicar. La palabra Patou se resalta en negrita, pues es el alma de la marca. Las dos primeras líneas, que corresponden con el *namig*, ocupan el mismo espacio y encajan gracias al amplio espaciado de sus caracteres. El logotipo se remata con el *claim* o lema “haven spot”, que se traduce al castellano como “punto de refugio” y cuyas connotaciones delimitan qué tipo de espacio es Refuge Patou. El lema se presenta en un tamaño menor, con menos espaciado y enmarcado con dos líneas que refuerzan su importancia y lo integran en el conjunto. El color es un gris oscuro que contrasta con las gamas de colores del icono y aporta un punto de sobriedad.

La parte tipográfica se puede usar de manera independiente, prescindiendo del símbolo, de forma excepcional. Su uso en solitario se detallará en el punto 2.6 del presente documento.



Imagen 4. El conjunto de la marca. Versión 1 - preferente.

2.3. EL CONJUNTO DE LA MARCA

La versión íntegra de la marca define la identidad de Refuge Patou. Tipografía e icono se integran en un conjunto compacto, de fácil lectura y aplicación. Su sencillez encierra una gran capacidad para transmitir los valores del refugio.

Siempre que sea posible se deberá representar la marca al completo manteniendo unidos el símbolo y el logotipo.



Imagen 5. Versión secundaria · Gama cromática secundaria

2.4. LAS VERSIONES

Se establece la versión 1 (ver 2.3 - imagen 4) como preferente, pero se ha creado una versión secundaria en la que se cambia la gama cromática del icono para ampliar su aplicación a color sobre diferentes soportes. La parte tipográfica pasa a estar en negro en vez de en gris.

La versión preferente presenta colores luminosos y más fácilmente relacionables con la naturaleza (azul - cielo/agua; verde - bosque; amarillo - luz) y la versión secundaria adopta gamas más intensas, también relacionadas con el entorno natural pero menos evidentes (morado-cordilleras lejanas; naranja y rojo - tierra / rocas).

REFUGE
PATOU

— haven spot —

REFUGE
PATOU

— haven spot —

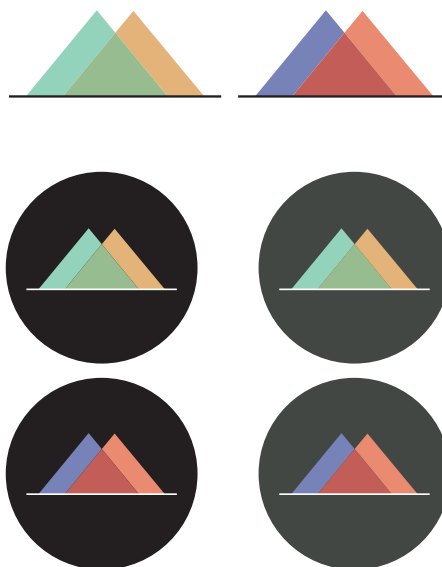


Imagen 6. Tipografía aislada.

Icono en solitario.

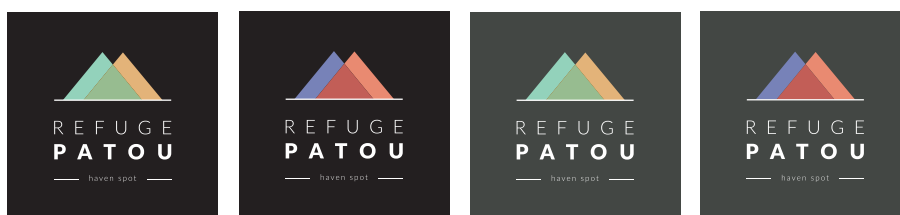


Imagen 7. Versiones en positivo sobre fondo negro y gris corporativo.

2.5. LAS VERSIONES. Usos excepcionales.

Se contemplan dos versiones en las que se separan los elementos del conjunto de la marca; por una parte una que presenta solo el símbolo y por otra, la tipografía aislada. Ambas versiones están diseñadas para usos excepcionales, a decisión del cliente, siempre que se respeten los criterios para su reproducción estipulados en este manual.

También se contemplan versiones positivas de la marca al completo, con los elementos negros y grises cambiados a blanco, para usarlas sobre fondo negro o gris corporativo. Se podrá utilizar la marca completa sobre fondos de otros colores de manera excepcional en el caso de la aplicación en ropa, pero se deberá valorar en cada caso concreto su viabilidad.

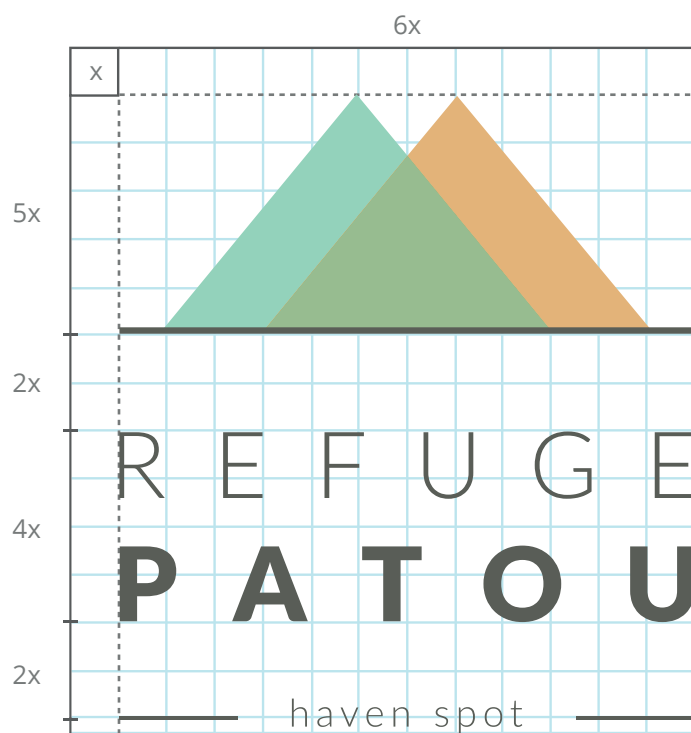


Imagen 8. Construcción de la marca.

2.6. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA.

En este apartado se detallan las proporciones de todos los elementos que conforman la marca.

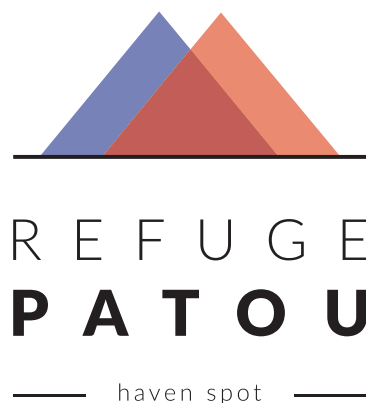
Las dimensiones y distancias que aquí se exponen deberán respetarse siempre a la hora de reproducir la marca.

3. EL COLOR

3. EL COLOR



	CMYK 42, 0, 33, 0 RGB 162, 211, 188 HEX. #A2D3BC
	CMYK 41, 9, 51, 3 RGB 164, 192, 145 HEX. #A4C091
	CMYK 8, 29, 56, 3 RGB 231, 185, 124 HEX. #E7B97C
	CMYK 56, 44, 53, 37 RGB 100, 100, 91 HEX. #64645B



	CMYK 57, 47, 5, 0 RGB 127, 133, 186 HEX. #7F85BA
	CMYK 18, 73, 62, 7 RGB 197, 91, 83 HEX. #C55B53
	CMYK 6, 55, 53, 0 RGB 232, 139, 114 HEX. #E88B72
	CMYK 0, 0, 0, 100 RGB 29, 29, 27 HEX. #1D1D1B

Imagen 9. Códigos de color.

3.1. GAMA CROMÁTICA

Se han determinado dos gamas cromáticas distintas correspondientes a la versión preferente y a la secundaria. En la versión 1 los colores corporativos son gamas de azul, verde y amarillo, y el gris oscuro. En la versión 2 los colores corporativos son gamas de morado, rojo y naranja, y el negro.



Imagen 10. Versiones a una tinta

3.2. VERSIONES A UNA TINTA

Solo se contempla la reproducción de la marca a una tinta en negro y en el gris corporativo sobre fondo blanco. Su uso en positivo se contempla de forma excepcional solo sobre soportes de color negro o de un gris lo más parecido posible al corporativo.

4. NORMAS DE USO

4. NORMAS DE USO

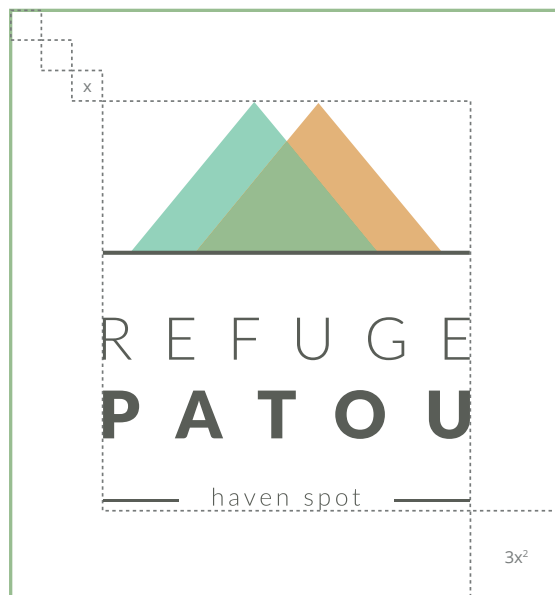


Imagen 11. Distancia de seguridad

4.1. DISTANCIA DE SEGURIDAD

Se establece un área de seguridad en la que no se podrá situar ningún elemento.



Imagen 12. Tamaño mínimo de reproducción.

4.2. TAMAÑO MÍNIMO DE REPRODUCCIÓN

Para la correcta reproducción de la marca en cualquiera de sus versiones, nunca debería ser reproducida a tamaños inferiores a los detallados en la imagen 12. Se ha tenido en cuenta tanto la representación física (mm) como la digital (px).

En caso de tener que aplicar la marca en espacios muy reducidos, se puede recurrir a los usos excepcionales detallados en este manual (punto 2.5 - imagen 6).

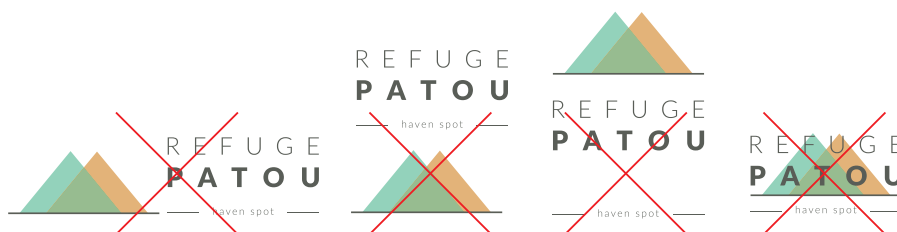


Imagen 13. Usos incorrectos / no permitidos: Ejemplos de **alteración de elementos**

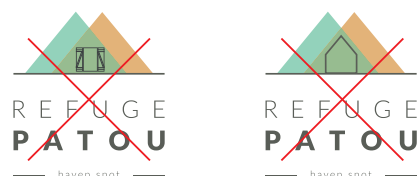


Imagen 14. Usos incorrectos / no permitidos: **Añadir elementos al ícono**



Imagen 15. Usos incorrectos / no permitidos: **Cambios en la tipografía o en el texto**



Imagen 16. Usos incorrectos / no permitidos: **Efectos, rotaciones o distorsiones**



Imagen 17. Usos incorrectos / no permitidos: **alteraciones de los colores**

4.3. USOS INCORRECTOS

No está permitida la alteración o supresión de elementos, ni las alteraciones tipográficas, de proporciones o de color. Tampoco lo está la rotación o inclinación, ni el uso de sombreados ni de efectos. Un mal uso de la marca gráfica supondrá un deterioro de la imagen y la pérdida de credibilidad del conjunto de la marca.

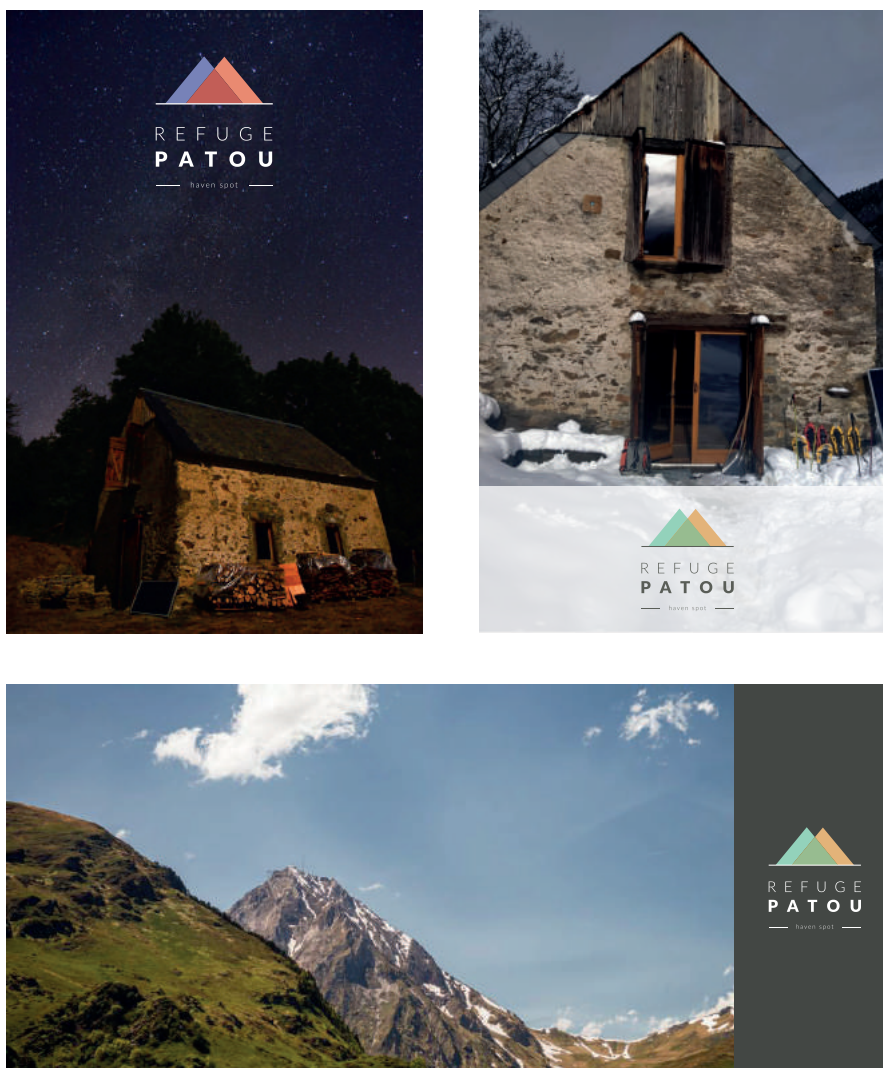


Imagen 17. Ejemplos de convivencia de la marca con imágenes.

4.4. CONVIVENCIA CON IMÁGENES

Si la imagen presenta multitud de detalles o un fondo de un color que dificulta la visibilidad de la marca, optaremos por reservar un espacio utilizando un fondo liso de color blanco, negro o gris corporativo y sobre él se colocará el logotipo a color.

En caso de que contemos con un fondo blanco, negro o gris lo más parecido posible al corporativo podremos reproducir la marca a todo color también o a una tinta.

Cuando el espacio reservado de la imagen sea gris o negro o el fondo de la fotografía sea oscuro se utilizará la versión en positivo (2.5 - imagen 7)

5. APLICACIONES

5. APLICACIONES

Las aplicaciones de la marca son muy extensas (papelería, artículos de merchandising, rotulación, señalización de espacios, redes sociales, web, publicidad, cartelería, etc) y en el diseño de todas ellas se recomienda seguir exhaustivamente los usos correctos de la marca gráfica estipulados en esta guía, así como respetar los colores, las proporciones y la tipografía del logotipo indicados.

A continuación detallamos las aplicaciones en ropa y el diseño de dos modelos de tarjeta de visita incluidas. Las demás aplicaciones que vayan surgiendo se contemplarán a parte.



Imagen 18. Referencia para la aplicación en forros polares, chaquetas y camisetas.

5.1 APLICACIÓN EN ROPA

Se aplicará la marca en cualquiera de las versiones completas, tanto en la parte delantera como en la trasera, alternando la versión primaria y secundaria y sus opciones en positivo (blanco) en función del color de la ropa. El tamaño del archivo se deberá ajustar en función de la talla y el espacios disponible en cada prenda, pero el resultado final deberá asemejarse al máximo al de la imagen 18.



Anverso

Reverso

Imagen 19. Tarjetas de visita a tamaño real 85 x 55 mm. Versión principal.

5.2. TARJETAS DE VISITA

Se han diseñado dos modelos de tarjetas de visita, uno utilizando la versión primaria y otro la secundaria, con la misma disposición de elementos. El tamaño de las tarjetas será el estándar rectangular de 85 mm x 55 mm y se optará por un papel mate de gramaje de entre 300 y 350 g. La impresión será a todo color y a dos caras, tal y como se muestran en los diseños. Los archivos incluyen 3 mm de sangre en todos los márgenes.



Vediau d'Aura. Bigòrra.



Vediau d'Aura. Bigòrra.

Imagen 20. Marca completa con la dirección. Versiones principal y secundaria.



Imagen 21. Ejemplo de la aplicación de la marca completa con la dirección.

5.3. APLICACIONES DE LA MARCA COMPLETA CON LA DIRECCIÓN

Se han preparado los archivos de la marca completa con la dirección para usos excepcionales, a aplicar según las necesidades del cliente.

Diseño realizado por:
Tándem Comunicación y Diseño S.L.



www.tandem-comunicacion.com



info@tandem-comunicacion.com



[TandemComunicacionAgencia](#)



Tándem Comunicación y Diseño S.L. 2022
Todos los derechos de autor reservados