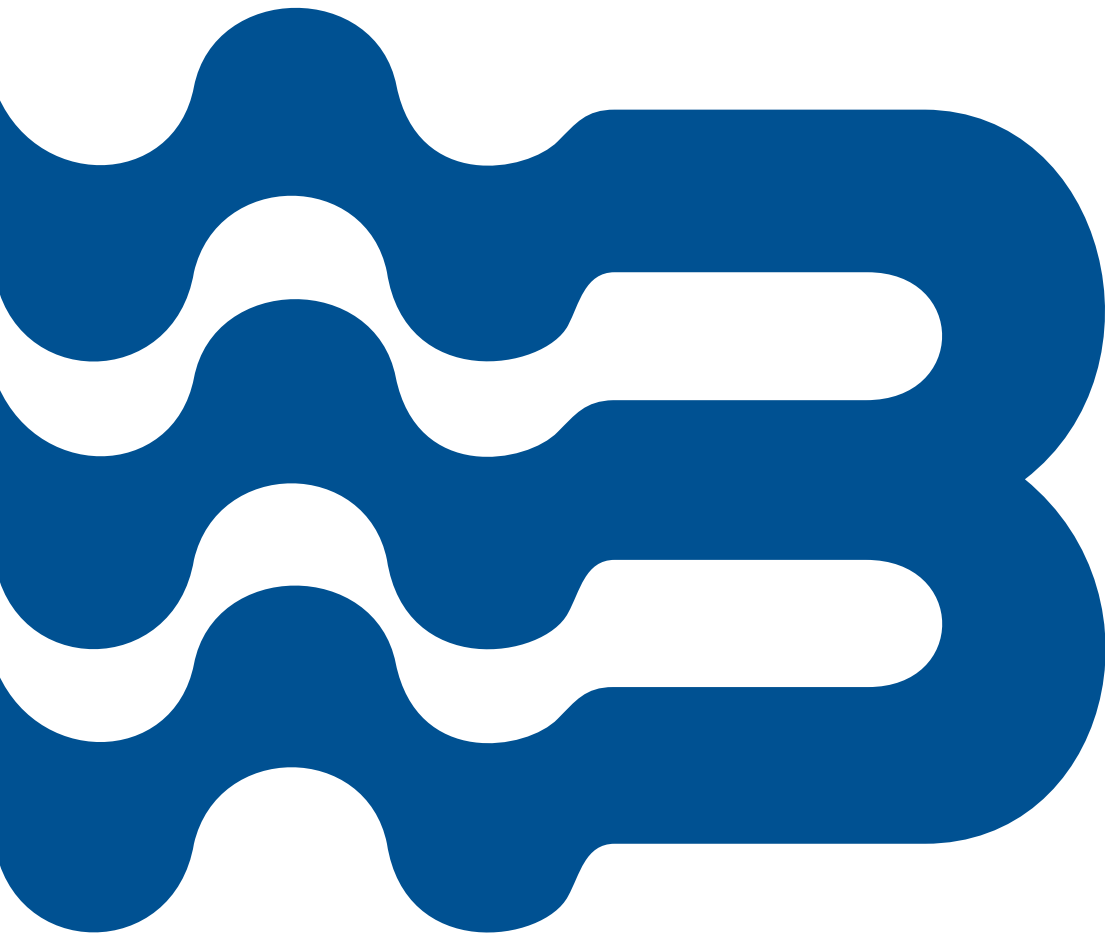

Manual de
identidad
corporativa



Dentro del ámbito de responsabilidad social, la marca Agbar tendrá un rol específico para cada una de las marcas. El rol de estas marcas ha de ser el de aportar valor y prestigio a la marca Agbar. Por tanto su relación visual ha de ser clara y directa; 100% Agbar.

Los símbolos de las marcas Agbar Fundación y Agbar Museo de las Aguas conviven con el símbolo de Agbar y son, junto con éste, el identificador más importante de que dispone la empresa.

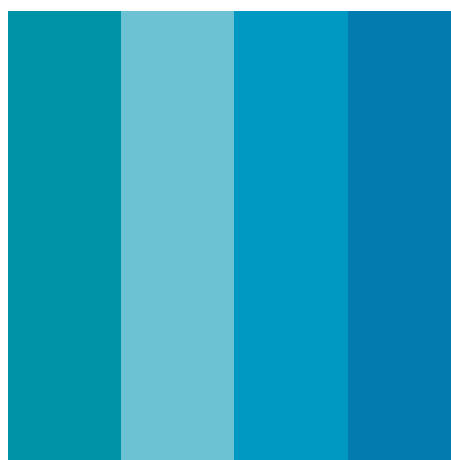
El tamaño y la proporción entre éstos no pueden ser modificadas bajo ningún concepto.

Marcas divulgación social

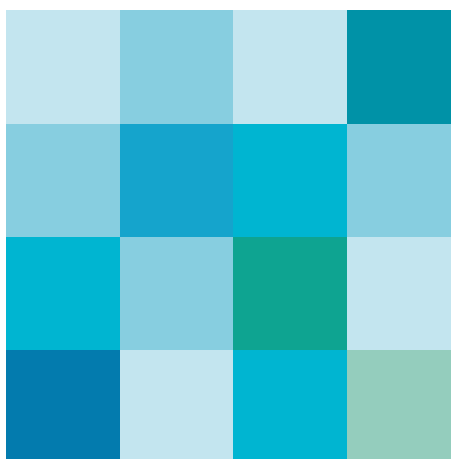
4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.1 El símbolo

Agbar Fundación



Agbar Museo de las Aguas



El logotipo nunca tiene
que ser modificado o
reemplazado por tipografías
de características similares.

**Marcas
divulgación social**

4.1
ELEMENTOS BÁSICOS
DE LA MARCA

4.1.2
El logotipo

Agbar
Fundación

Agbar
Museo
de las Aguas

La marcas de Agbar Fundación y Agbar Museo de las Aguas consisten en la suma de dos elementos inseparables el logotipo y el símbolo.

La relación y la disposición de éstos no pueden ser modificadas bajo ningún concepto.

La medida mínima de reproducción aconsejada para la versión principal es de 5 mm de altura.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.3 La marca Agbar Fundación



La marca de Agbar Museo de las Aguas consiste en la suma de dos elementos inseparables el logotipo y el símbolo.

La relación y la disposición de éstos no pueden ser modificadas bajo ningún concepto.

Agbar Museo de las Aguas dispone de una versión horizontal, esta versión se empleará en aquellos casos en los que el diseño requiera una composición horizontal.

La medida mínima de reproducción aconsejada para la versión principal es de 5 mm de altura respecto al símbolo..

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.4 La marca Agbar Museo de las Aguas



La marcas de Agbar
Fundación y Agbar Museo
de las Aguas tienen su
versión principal tanto en
castellano como en catalán.

**Marcas
divulgación social**

4.1
ELEMENTOS BÁSICOS
DE LA MARCA

4.1.5
La marca idiomas



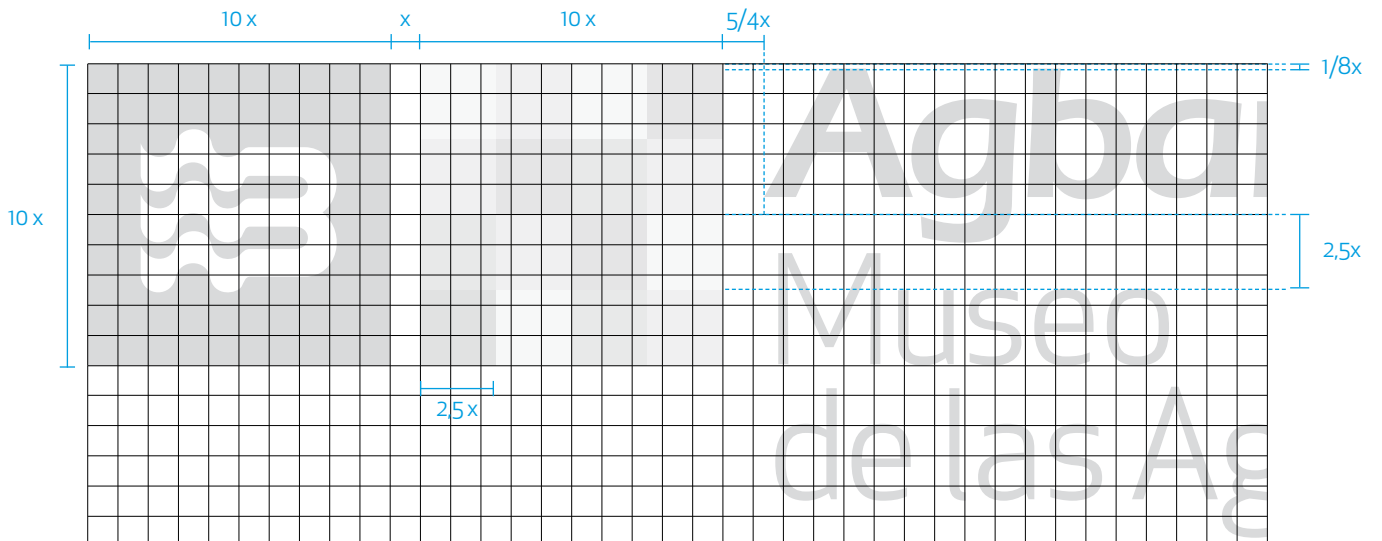
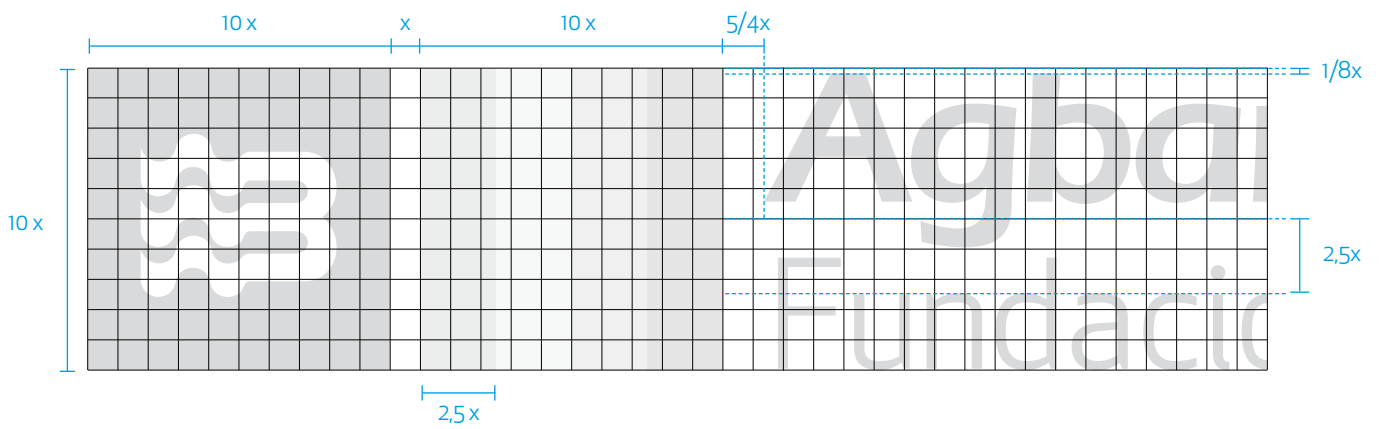
En esta página se explica la construcción de la marca y la relación entre el símbolo y el logotipo de Agbar Fundación y Agbar Museo de las Aguas.

Estas proporciones no se podrán alterar bajo ningún concepto.

**Marcas
divulgación social**

**4.1
ELEMENTOS BÁSICOS
DE LA MARCA**

**4.1.6
Construcción
de la marcas**



La marca es el elemento principal de la identidad visual de Agbar Fundación y Agbar Museo de las Aguas. No se permite en ningún caso su modificación formal. En esta página se muestran algunos usos incorrectos.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.7 Usos incorrectos de la marca



No cambiar la proporción

No añadir elementos gráficos adicionales

No deformar la marca

Las marcas de divulgación social disponen de un área de protección que tiene como función impedir que cualquier elemento (imágenes, tipografía, márgenes u otros) interfiera en su legibilidad y correcta reproducción.

En este caso tomaremos la altura de la barra que contiene el símbolo Agbar como medida de referencia "x". El área de protección será el doble de dicha altura.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.8 Área de protección



1. Marca sobre fondo de color:

a) La posición de la marca respeta el área de protección.

b) La posición de la marca no respeta el área de protección. La marca está ubicada demasiado cerca del margen izquierdo.

2. Marca con tipografía:

a) La posición de la marca respeta el área de protección.

b) La posición de la marca no respeta el área de protección. La tipografía está demasiado pegada a la marca.

3. Marca sobre fotografía:

a) La posición de la marca respeta el área de protección. Los elementos del fondo fotográfico no interfieren en el área de protección de la marca.

b) La posición de la marca no respeta el área de protección. Los elementos del fondo fotográfico interfieren en el área de protección de la marca y dificultan la percepción correcta.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

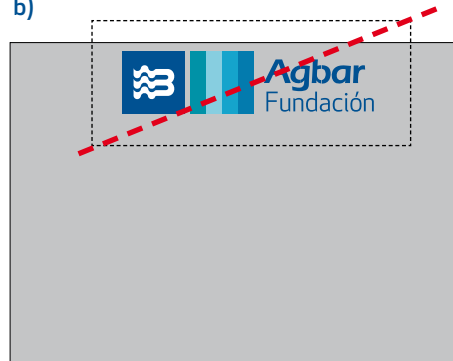
4.1.9 Área de protección ejemplos

1. Marca sobre fondo de color:

a)



b)



2. Marca con tipografía:

a)



b)



3. Marca sobre fondo fotográfico:

a)



b)



En esta página se muestran las versiones en positivo y en negativo. Se utilizará la versión en positivo cuando la marca se aplique sobre colores claros, para conseguir una buena visibilidad, y la versión en negativo cuando la marca se aplique sobre colores oscuros.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.10 Declinaciones cromáticas: Agbar Fundación



La reproducción de la marca sobre fondos de imagen se permite en la versión blanca, negra o color siempre que, por contraste, se separe visualmente del fondo, garantizando por completo su lectura y percepción correcta.

Es preferible aplicar la marca en su versión blanca, aunque si el fondo es muy claro y no hay suficiente contraste con la marca, ésta se aplicará en versión negra.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.11 Declinaciones cromáticas.
Aplicaciones sobre fondos no corporativos.
Agbar Fundación



La reproducción de la marca sobre fondos de color se permite en la versión principal siempre que, por contraste, se separe visualmente del fondo, garantizando por completo su lectura y percepción correcta.

Es preferible aplicar la marca en su versión principal, aunque si el fondo es muy oscuro y no hay suficiente contraste con la marca, ésta se aplicará en la versión negativa blanco y negro usando en el símbolo un tramado del color de fondo.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.12 Declinaciones cromáticas. Aplicaciones sobre fondos no corporativos. Agbar Fundación



En esta página se muestran las versiones en positivo y en negativo. Se utilizará la versión en positivo cuando la marca se aplique sobre colores claros, para conseguir un buena visibilidad, y la versión en negativo cuando la marca se aplique sobre colores oscuros.

**Marcas
divulgación social**

**4.1
ELEMENTOS BÁSICOS
DE LA MARCA**

**4.1.13
Declinaciones
cromáticas: Agbar
Museo de las Aguas**



La reproducción de la marca sobre fondos de imagen se permite en la versión blanca, negra o color siempre que, por contraste, se separe visualmente del fondo, garantizando por completo su lectura y percepción correcta.

Es preferible aplicar la marca en su versión blanca, aunque si el fondo es muy claro y no hay suficiente contraste con la marca, ésta se aplicará en versión negra.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.14 Declinaciones cromáticas. Aplicaciones sobre fondos no corporativos. Agbar Museo de las Aguas



La reproducción de la marca sobre fondos de color se permite en la versión principal siempre que, por contraste, se separe visualmente del fondo, garantizando por completo su lectura y percepción correcta.

Es preferible aplicar la marca en su versión principal, aunque si el fondo es muy oscuro y no hay suficiente contraste con la marca, ésta se aplicará en la versión negativa blanco y negro usando en el símbolo un tramado del color de fondo.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.15 Declinaciones cromáticas. Aplicaciones sobre fondos no corporativos. Agbar Museo de las Aguas



El Pantone 294 es el color corporativo de las marcas Agbar Fundación y Agbar Museo de las Aguas.

Se utilizará tanto para reproducir la marca como para elementos de papelería y comunicación.

Este color se aplica en las siguientes versiones según el método que se utilice para su reproducción.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.16 Color corporativo

PANTONE 294 U

Para la impresión en papeles no estucados

PANTONE 294 C

Para la impresión en papeles estucados

100%C 69%M 7%Y 30%K

Valores para la reproducción en cuatricromía

Ro G60 B110

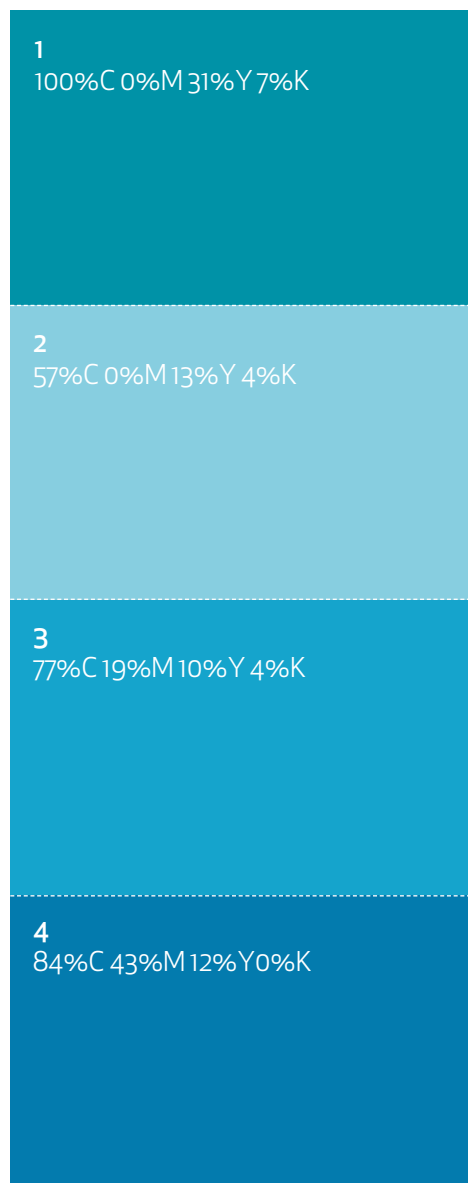
Valores para pantalla

La marca Agbar Fundación se compone además de otros cuatro colores corporativos que deberán ser reproducidos en cuatricromía tal como se muestra a continuación.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.17 Color corporativo Agbar Fundación



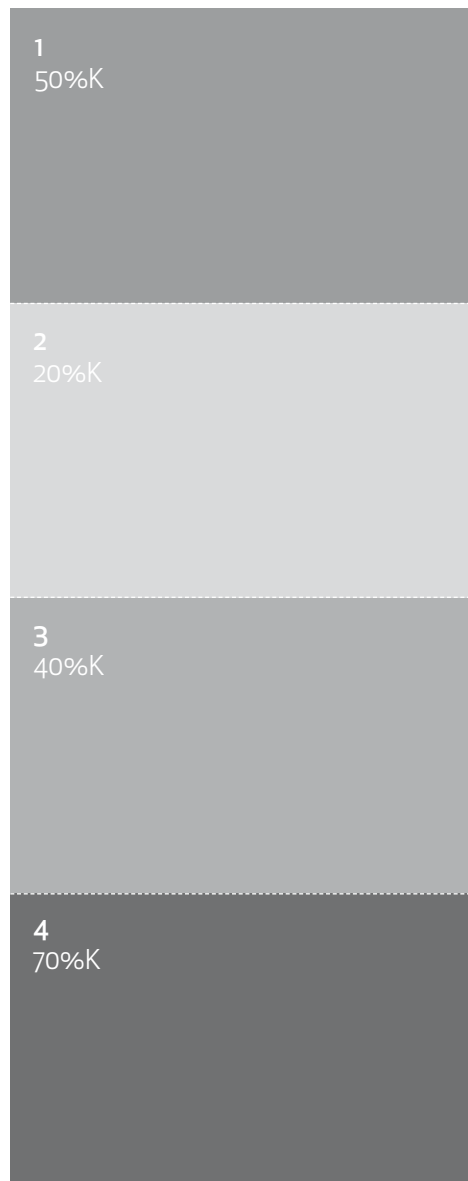
En esta página se muestra la traducción en porcentaje de negro de los colores mencionados en la página anterior.

Se utilizará en aquellos casos en los que la marca Agbar Fundación tenga que ser reproducida a una sola tinta.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.18 Color corporativo Agbar Fundación



La marca Agbar Museo de las Aguas se compone además de otros ocho colores corporativos que deberán ser reproducidos en cuatricromía tal como se muestra a continuación.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.19 Color corporativo Agbar Museo de las Aguas

1 28%C 0%M 50%Y 0%K	2 57%C 0%M 13%Y 4%K
3 100%C 0%M 31%Y 7%K	4 77%C 19%M 10%Y 4%K
5 73%C 0%M 15%Y 0%K	6 78%C 7%M 49%Y 0%K
7 84%C 43%M 12%Y 0%K	8 47%C 1%M 30%Y 0%K

1	2	1	3
2	4	5	2
5	2	6	1
7	1	5	8

En esta página se muestra la traducción en porcentaje de negro de los colores mencionados en la página anterior.

Se utilizará en aquellos casos en los que la marca Agbar Museo de las Aguas tenga que ser reproducida a una sola tinta.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.20 Color corporativo Agbar Museo de las Aguas



1	2	1	3
2	3	4	2
4	2	3	1
5	1	4	2

Los colores complementarios de las marcas Agbar Fundación y Agbar Museo de las Aguas son el Pantone Process Cyan y el Pantone Cool Gray 6.

La marca nunca deberá reproducirse en estos colores, ya que únicamente se utilizarán para aplicaciones de papelería y comunicación.

Estos colores se aplican en las siguientes versiones según el método que se utilice para su reproducción.

Marcas divulgación social

4.1 ELEMENTOS BÁSICOS DE LA MARCA

4.1.21 Color complementario

PANTONE Process Cyan U
Para la impresión en papeles no estucados

PANTONE Process Cyan C
Para la impresión en papeles estucados

100%C 0%M 0%Y 0%K
Valores para la reproducción en cuatricromía

R0 G159 B223
Valores para pantalla

PANTONE Cool Gray 6 U
Para la impresión en papeles no estucados

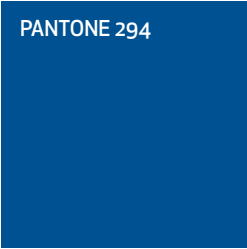
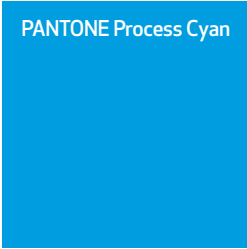
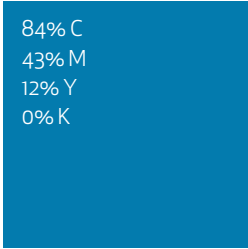
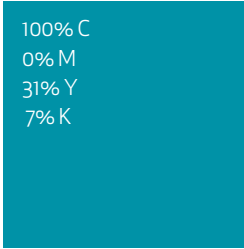
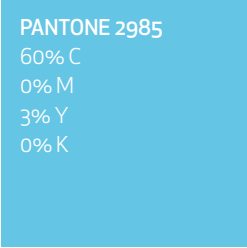
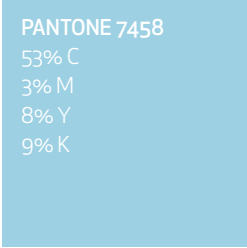
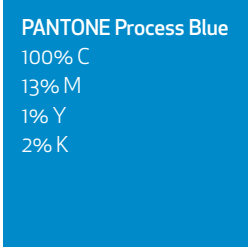
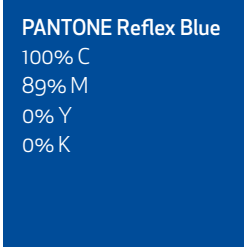
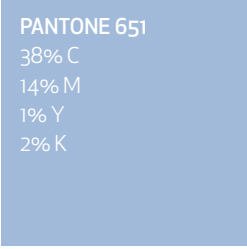
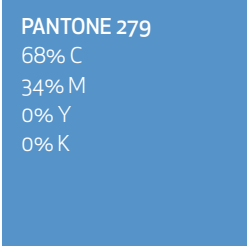
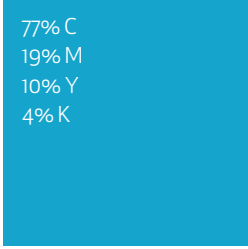
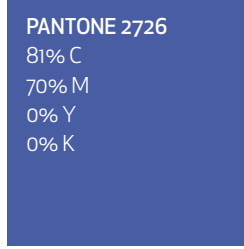
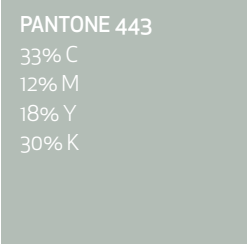
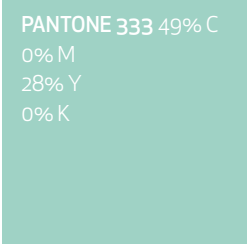
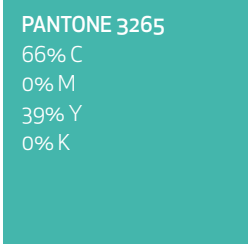
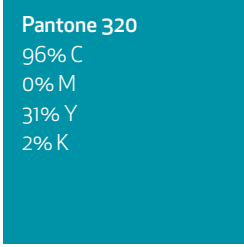
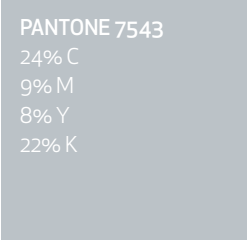
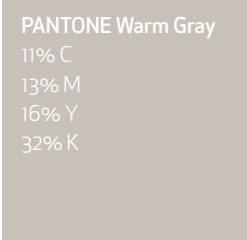
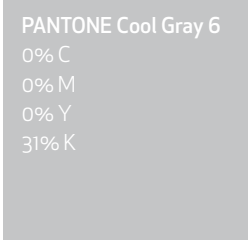
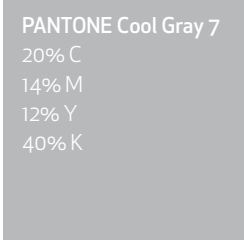
PANTONE Cool Gray 6 C
Para la impresión en papeles estucados

33%C 12%M 18%Y 30%K
Valores para la reproducción en cuatricromía

R162 G172 B171
Valores para pantalla

A continuación se recomienda una gama cromática de tonos azules y grises.

Su uso está reservado exclusivamente para material de comunicación.

 <p>PANTONE 294</p>	 <p>PANTONE Process Cyan</p>	 <p>84% C 43% M 12% Y 0% K</p>	 <p>100% C 0% M 31% Y 7% K</p>
 <p>PANTONE 2985 60% C 0% M 3% Y 0% K</p>	 <p>PANTONE 7458 53% C 3% M 8% Y 9% K</p>	 <p>PANTONE Process Blue 100% C 13% M 1% Y 2% K</p>	 <p>PANTONE Reflex Blue 100% C 89% M 0% Y 0% K</p>
 <p>PANTONE 651 38% C 14% M 1% Y 2% K</p>	 <p>PANTONE 279 68% C 34% M 0% Y 0% K</p>	 <p>77% C 19% M 10% Y 4% K</p>	 <p>PANTONE 2726 81% C 70% M 0% Y 0% K</p>
 <p>PANTONE 443 33% C 12% M 18% Y 30% K</p>	 <p>PANTONE 333 49% C 0% M 28% Y 0% K</p>	 <p>PANTONE 3265 66% C 0% M 39% Y 0% K</p>	 <p>Pantone 320 96% C 0% M 31% Y 2% K</p>
 <p>PANTONE 7543 24% C 9% M 8% Y 22% K</p>	 <p>PANTONE Warm Gray 11% C 13% M 16% Y 32% K</p>	 <p>PANTONE Cool Gray 6 0% C 0% M 0% Y 31% K</p>	 <p>PANTONE Cool Gray 7 20% C 14% M 12% Y 40% K</p>

En los casos en que la marca se tenga que reproducir a una sola tinta con colores no corporativos, se recomienda usar colores con tonalidades azules (similares a los del ejemplo inferior).

En ningún caso se deberá reproducir la marca en tonalidades que estén fuera de la gama recomendada.

Su uso está reservado exclusivamente para material de comunicación.

Marcas divulgación social

4.1
ELEMENTOS BÁSICOS
DE LA MARCA

4.1.23
Colores no corporativos:
Agbar Fundación



En los casos en que la marca se tenga que reproducir a una sola tinta con colores no corporativos, se recomienda usar colores con tonalidades azules (similares a los del ejemplo inferior).

En ningún caso se deberá reproducir la marca en tonalidades que estén fuera de la gama recomendada.

Marcas divulgación social

4.1
ELEMENTOS BÁSICOS
DE LA MARCA

4.1.24
Colores no corporativos:
Agbar Museo de las Aguas



La tipografía principal que acompañará a las marcas de divulgación social es la Apex New.

Se utilizará tanto para componer los textos de las aplicaciones de papelería como para publicaciones y elementos de comunicación.

**Marcas
divulgación social**

4.1
ELEMENTOS BÁSICOS
DE LA MARCA

4.1.25
Tipografía principal

Apex New Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890j!?,@oa,,:-+"*><**

Apex New Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890j!?,@oa,,:-+"*><

Apex New Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890j!?,@oa,,:-+"*><

La familia Apex también se compone de una versión Serif.

Esta versión no se utilizará para elementos de papelería. Podrá emplearse como complemento a la Apex New para publicaciones y elementos de comunicación.

**Marcas
divulgación social**

4.1
ELEMENTOS BÁSICOS
DE LA MARCA

4.1.26
Tipografía principal

Apex Serif Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¡!¿@oa,.,:;-+”*><**

Apex Serif Medium

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¡!¿@oa,.,:;-+”*><**

Apex Serif Book

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890¡!¿@oa,.,:;-+”*><**

La tipografía alternativa de las marcas corporativas es la Tahoma.

Al ser una tipografía de sistema, se utilizará en aquellos casos en los que no pueda utilizarse la Apex por limitaciones técnicas (e-mail, web, powerpoints...).

Tahoma Regular

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890i!?!@oa,.,;:-+”*><

Tahoma Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890i!?!@oa,.,;:-+”*><