



PREMIOS
ICOVV

ILUSTRE COLEGIO
OFICIAL · DE
VETERINARIOS
DE · VALENCIA

0. ÍNDICE

1. Introducción	3
2. La marca	6
3. Color	13
4. Normas de uso	15
5. Aplicaciones	20

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 los Premios ICOVV, del Ilustre Colegio Oficial de Veterinarios de Valencia. 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.

2. LA MARCA

2. LA MARCA



Imagen 4. Símbolo de la marca Premios ICOVV

2.1. EL SÍMBOLO

El icono de los Premios ICOVV muestra un libro abierto como metáfora de compartir conocimiento, haciendo alusión directa a la finalidad divulgativa del concurso.

El elemento base con el que hemos trabajado ha sido la letra V, haciendo un guiño a la disciplina veterinaria. Triplicando esta letra creamos las hojas del libro, que queda dividido en tres bloques, en representación de las tres categorías de los premios. La línea de la base cierra este icono, simulando las portadas. Las tres uves, a su vez, presentan la introducción de los colores corporativos que servirán para diferenciar las tres categorías de los premios en futuras aplicaciones de la marca.

El uso en solitario del icono se detallará en el punto 2.4 del presente documento.



Imagen 5. Proceso creativo · construcción del símbolo

PREMIOS | ILUSTRE COLEGIO
ICOVV | OFICIAL DE
VETERINARIOS
DE VALENCIA

Imagen 6. Parte tipográfica.

2.2. EL LOGOTIPO

La parte tipográfica se ha trabajado en dos alturas, dando el mayor protagonismo a la palabra ICOVV. La tipografía elegida es la misma que se utiliza en la identidad visual del ICOVV, de trazo recto, con un acabado puntiagudo, y de fácil lectura.

En la primera altura la palabra PREMIOS utiliza el color gris corporativo del ICOVV, mientras que en la segunda altura, la palabra ICOVV se introduce con un gris más oscuro.

El nombre de la marca se complementa con la denominación del organismo que convoca los premios, haciendo uso de la parte tipográfica de su identidad visual, uniéndola a la imagen de los premios. Su integración se hace utilizando una línea recta entre los elementos de las dos identidades fusionadas.

La parte tipográfica se puede usar de manera independiente, prescindiendo del símbolo, en determinadas aplicaciones. Su uso en solitario se detallará en el punto 2.5 del presente documento.

También se contempla la posibilidad de dividir el conjunto tipográfico y hacer uso de la parte que hace referencia a los Premios, de forma excepcional

PREMIOS
ICOVV

Imagen 7. División del conjunto tipográfico. Parte tipográfica Premios ICOVV



Imagen 8. El conjunto de la marca. Versión 1 - preferente.

2.3. EL CONJUNTO DE LA MARCA

El conjunto de la marca define la identidad de los Premios ICOVV. Tipografía e icono se integran en un conjunto compacto y de fácil lectura.

El diseño de este conjunto responde a la necesidad de conectar la nueva marca creada para dar visibilidad a los Premios con la identidad original del ICOVV y siempre que sea posible deberá representarse al completo, en su versión preferente (ver imagen 8).



Imagen 9. Versión secundaria · Vertical

2.4. LAS VERSIONES.

Se establece la versión 1 (ver imagen 8 - página 8) como preferente, pero se han creado una versión secundaria para adaptar la marca a espacios verticales (imagen 9).

También se permitirá el uso de la marca completa prescindiendo de la descripción del ICOVV (Ilustre Colegio Oficial de Veterinarios de Valencia), cuando el soporte donde se vaya a aplicarse lo requiera (ver imagen 10).



Imagen10. Versión secundaria · sin descripción.

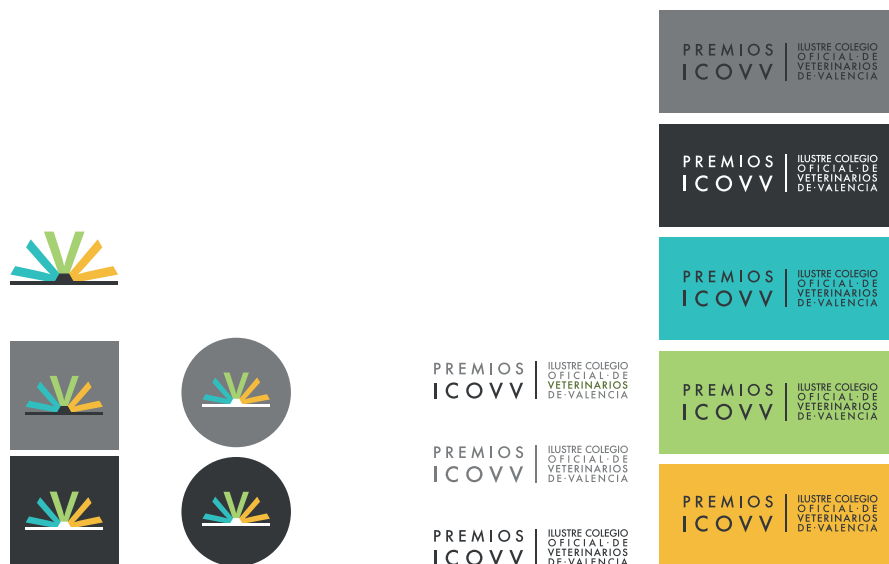


Imagen 11. Icono aislado.

Imagen 12. Conjunto tipográfico aislado.

2.5. LAS VERSIONES. Usos excepcionales

Se han creado distintas versiones para ampliar la aplicación de la marca sobre diferentes espacios y soportes. De esta forma se contempla la separación de los elementos del conjunto de la marca: por una parte presentando solo el símbolo y, por otra, la tipografía aislada (ver imágenes 11 y 12).

En el caso del conjunto tipográfico aislado se recogen aplicaciones sobre distintos fondos corporativos, y en el caso del icono, con modificaciones en el color de la base del símbolo, utilizando el blanco en su aplicación sobre fondo gris oscuro.

En el punto 3 del presente manual se detallan estas alternativas de color.

Por último, está permitido el uso de la tipografía dividida, prescindiendo de la parte extraída de la identidad visual del ICOVV: Ilustre Colegio Oficial de Veterinarios de Valencia (ver imagen 7- página 7).

Todas estas versiones están diseñadas para usos excepcionales, a decisión del cliente, siempre que se respeten los criterios para su reproducción estipulados en este manual.

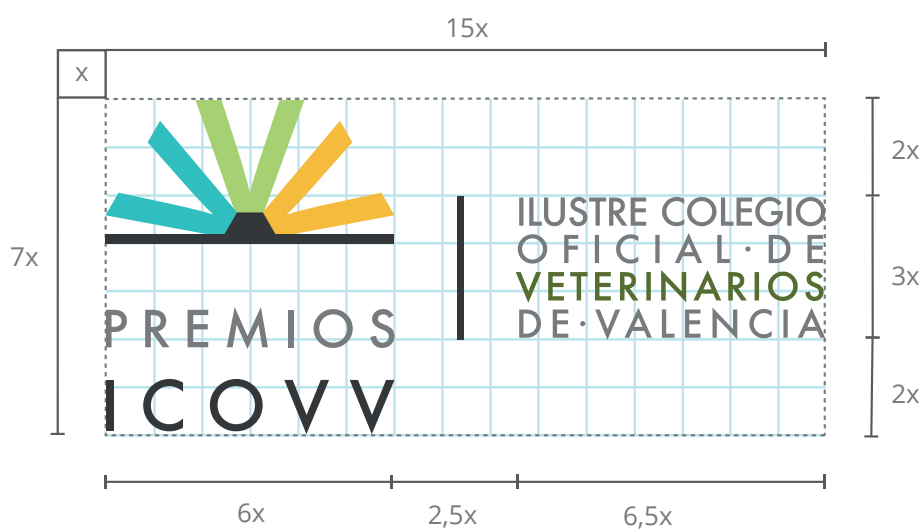


Imagen 13. Construcción de la marca.

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



ILUSTRE COLEGIO
OFICIAL DE
VETERINARIOS
DE VALENCIA

CMYK 66, 56, 54, 59
RGB 61, 62, 61
HEX. #3d3e3d



CMYK 68, 0, 30, 0
RGB 63, 185, 189
HEX. #3fb9bd



CMYK 39, 0, 72, 0
RGB 176, 207, 103
HEX. #b0cf67



CMYK 4, 28, 87, 0
RGB 245, 189, 46
HEX. #f5bd2e



CMYK 48, 38, 38, 19
RGB 131, 131, 131
HEX. #838383



CMYK 66, 36, 100, 25
RGB 91, 112, 39
HEX. #5b7027

Imagen 14. Códigos de color.

3.1. GAMA CROMÁTICA

Se han determinado cuatro colores corporativos que se unen a la gama corporativa de ICOVV, protagonizada por el gris y el verde militar.

De esta forma, el icono cuenta con la combinación de un gris muy oscuro con tres tonos vivos de las gamas del verde, azul y naranja. Con esta elección conseguimos comunicar proactividad y cercanía sin dejar de lado la trayectoria y seriedad del ICOVV. La tipografía aúna dos grises, el de siempre, corporativo del ICOVV, y el nuevo, más oscuro.

La marca está diseñada para reproducirse a todo color, salvo en los usos excepcionales contemplados en el punto 2.5 de este manual y en casos excepcionales, en los que se optará por el negro, cuando no haya otra alternativa posible (ej. Fax).

4. NORMAS DE USO

4. NORMAS DE USO



Imagen 15. Distancia de seguridad.

4.1. DISTANCIA DE SEGURIDAD

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

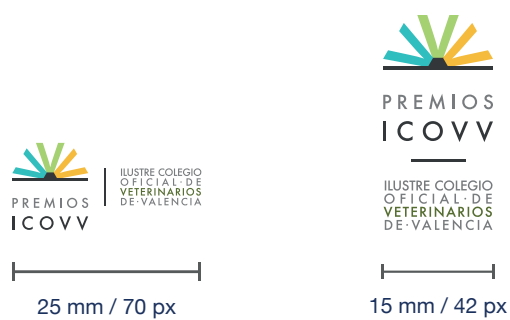


Imagen 16. Tamaño mínimo de reproducción.

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 15. 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 de la aplicación del icono aislado, detallados en este manual (punto 2.4 - imagen 9).



Imagen 17. Usos incorrectos / no permitidos: Ejemplos de **alteración de elementos**



Imagen 18. Usos incorrectos / no permitidos: **Añadir elementos al icono**



Imagen 19. Usos incorrectos / no permitidos: **Cambios en la tipografía o en el texto**



Imagen 20. Usos incorrectos / no permitidos: **Efectos, rotaciones o distorsiones**



Imagen 21. 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 22. 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, se reservará un espacio utilizando un fondo de color corporativo o de color blanco, al que se le puede aplicar opacidad. Para ajustar la marca al espacio se puede recurrir a los usos excepcionales, aplicando el conjunto tipográfico aislado o el icono aislado.

En caso de que contemos con un fondo de un solo color que no dificulte su visibilidad podremos reproducir la marca a todo color sobre él.

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.

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



www.tandem-comunicacion.com



info@tandem-comunicacion.com



[TandemComunicacionAgencia](https://www.facebook.com/TandemComunicacionAgencia)



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