

**MANUAL DE
IDENTIDAD
CORPORATIVA 2007**



INTRODUCCIÓN

En la actualidad, inmersos en el mundo de la imagen y las marcas, se hace innegable la necesidad para nuestra empresa de contar con un lenguaje propio que permita comunicarnos con nuestros clientes.

En este escenario, la identidad corporativa cobra un protagonismo absoluto al reafirmar la imagen de la empresa, transmitir la cultura y valores corporativos y mejorar la comunicación de la organización.

Este manual recoge todas las visualizaciones previsibles de la marca Vilsa Grupo Inmobiliario y establece unas directrices que regulan la marca y sus aplicaciones de una forma sencilla y coherente.

Su aplicación correcta en los casos contemplados, dependerá del criterio del Departamento de Marketing para conseguir una óptima legibilidad e identificación de la identidad visual.

MARCA

La marca sella e identifica a la empresa. Es el signo material que permite distinguirla de las demás, dotándola de personalidad única y evitando plagios. La marca debe transmitir el carácter de la empresa.

La marca de Vilsa Grupo Inmobiliario está formada por el logotipo, el símbolo y una firma tipográfica. La articulación entre los dos primeros será prioritariamente horizontal, mientras que en el caso del tercero será vertical.



SÍMBOLO

El símbolo es la formalización gráfica de un concepto o idea, es decir, de los aspectos que Vilsa Grupo Inmobiliario quiere destacar en su posicionamiento en el mercado.

La V, diseñada con trazos dinámicos, representa el carácter de una empresa dinámica y dotada de vida. Además, la V es la letra inicial de vivienda, la materia prima con la que la empresa desarrolla su actividad principal.



LOGOTIPO

Es el elemento tipográfico que acompaña al símbolo para formar la marca, es decir, es la visualización gráfica del sonido. La separación entre sus caracteres no puede ser alterada en ningún caso.

VILSA es la expresión gráfica de la contracción de Villapalos y Sánchez, apellidos de los socios fundadores y propietarios de Vilsa Grupo Inmobiliario. El diseño del logotipo aparece estirado ya que representa la aspiración de crecimiento constante de la empresa.



VILSA

FIRMA TIPOGRÁFICA

La firma tipográfica acota al símbolo y al logotipo, a la vez que firma y sella a la empresa como un grupo inmobiliario. El empleo de la tipografía Times New Roman

se debe a su carácter de seriedad y oficialidad al ser una de las tipografías más usadas a nivel empresarial.

Grupo Inmobiliario

REDUCCIONES

El comportamiento de la marca en reducciones puede calificarse excelente, ya que mantiene la

representatividad de la misma aún a escalas muy reducidas.



VERSIONES MONOCROMÁTICAS

En determinadas ocasiones no podrá utilizarse la versión a color de la marca, recurriendo en estos casos a alguna de las versiones monocromáticas que se detallan

a continuación. El comportamiento de la marca es óptimo en su versión monocromática, tanto en variante positiva como negativa.



TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

Nuestra marca emplea como tipografía corporativa principal la fuente AvantGarde BK BT. Esta tipografía, de rasgos verticales y sencillos pretende reflejar el carácter de crecimiento continuo y ascendente de la empresa

La utilización de negrita en este tipografía tiene como finalidad dotar de un carácter consistente y sostenido al crecimiento de la empresa.

La tipografía AvantGarde BK BT se usará exclusivamente para el Logotipo de Vilsa, ya que al formar parte de la marca, su utilización para otros finalidades podría crear confusión. La separación entre sus caracteres no puede ser alterada en ningún caso.

El logotipo que actúa como firma de la marca emplea la tipografía corporativa Times New Roman, una de las fuentes más usadas por su sencillez y legibilidad.

COLORES CORPORATIVOS

El color corporativo de Vilsa Grupo Inmobiliario es el verde y ha sido obtenido del código Pantone

(Pantone 347) siendo el más adecuado para imprimir cualquier material impreso.

Tinta directa: Pantone 347
CMYK: 100-0-79-9
RGB-RVA: 0-158-96

