

Guía básica de aplicación de marca

Versión 1.0
13 de Septiembre 2012



Esta guía resume de manera práctica las características técnicas fundamentales de la marca Repsol. Debe servirnos como guía rigurosa para la producción de todo tipo de elementos relacionados con ésta.

ÍNDICE

1. Logotipo	4
1.1 Logotipo	5
1.2 Optimización del logotipo	6
1.3 Construcción del logotipo	7
1.4 Versiones a color	8
1.5 Versiones especiales	9
1.6 Matriz de aplicación	10
1.7 Área de reserva	12
1.8 Tamaño mínimo	13
1.9 Usos incorrectos	14
2. Elementos Básicos	15
2.1 Colores	16
2.2 Tipografía Repsol	17
2.3 Estilo fotográfico	19

1. Logotipo

La principal novedad en la nueva dimensión de la marca Repsol es que se apoya en dos pilares: el logotipo y la Identidad Visual; y ambos son imprescindibles para una correcta utilización de la marca.

A continuación presentamos todas sus versiones, proporciones y usos para garantizar que su aplicación sea siempre coherente y de calidad.

1.1 logotipo

El logotipo está formado por dos elementos: el **wordmark** [nombre de la marca Repsol] y el **símbolo** [imagen que acompaña al nombre]. El nombre representa el lado más racional de la marca, destacando su solidez y legado histórico. El símbolo por su parte refleja el lado más emocional y joven de la compañía, resaltando una ilusión renovada.



1.2 Optimización del logotipo

El proceso de rediseño del nuevo símbolo aporta un efecto volumétrico que consolida los antiguos apéndices cortados a la derecha e izquierda en un solo elemento, sólido y consistente, al rodear éstos la característica esfera de Repsol. En consecuencia, se produce un efecto abrazo que dota de un mayor sentido a toda su estructura.

Además este efecto, unido a los 12 grados que ya poseía la esfera, da como resultado un símbolo que expresa al mismo tiempo la energía interna, el dinamismo y el avance constante. Al expresarse en tres dimensiones, la personalidad del símbolo adquiere gran calidad sensorial, trasladando mayor cercanía e ilusión. Un nuevo logro es la sensación de transparencia y energía al intercambiar el azul por el blanco.

Manteniendo los colores característicos así como el *wordmark* propio de la marca anterior, el **nuevo símbolo** revitaliza nuestra expresión, mostrándola **multidimensional, involucradora, más joven, vital y dinámica**.



REPSOL

REPSOL

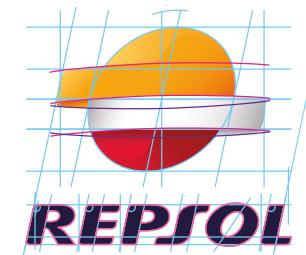
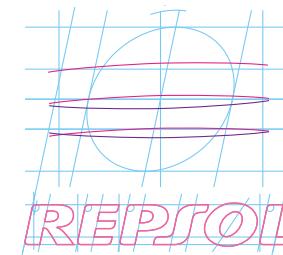
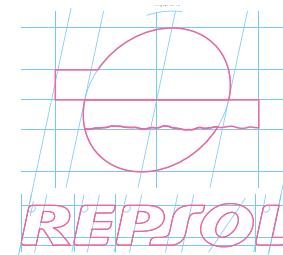
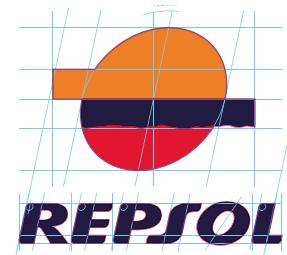
1.3 Construcción del logotipo

El nuevo logotipo parte de la estructura original, pero ha sido sometido a un tratamiento de optimización tanto a nivel de símbolo, como cromático.

Aquí puedes ver las proporciones con las que se construye el logotipo Repsol. Para su reproducción, emplea siempre los artes finales originales y no modifiques nunca su contenido.



Logotipo anterior



Nuevo logotipo

1.4 Versiones a color

Versión principal

Es la versión que por su disposición, denominamos “vertical”. La hemos elegido como versión principal ya que potencia la visibilidad del símbolo que es nuestro elemento más notorio y con más personalidad.

La versión principal siempre se debe aplicar como primera opción. Sólo en aquellos casos en los que el formato lo exija se podrá aplicar el logotipo en su versión secundaria u horizontal.

Versión principal



AF_REPSOL_VP_POS_CMYK.eps

Versión principal en negativo



AF_REPSOL_VP_POS_CMYK.eps

Versión secundaria u horizontal

Aplicaremos la versión horizontal de la marca en aquellos casos en los que la legibilidad o visibilidad de la versión principal se vean comprometidas. Se recomienda utilizar esta versión en caso de aplicaciones de formatos horizontales reducidos.

Versión secundaria u horizontal



AF_REPSOL_VS_POS_CMYK.eps

Versión secundaria en negativo



AF_REPSOL_VS_NEG_CMYK.eps

1.5 Versiones especiales

Versión principal en escala de grises

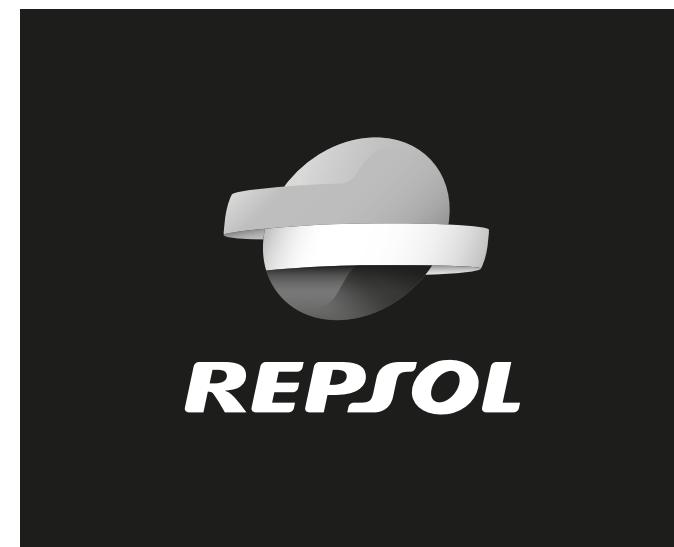
Nuestro logotipo en su versión monocromática se aplicará en aquellos casos en los que no sea posible reproducir la versión principal en cuatricromía.

Versión principal en escala de grises



AF_REPSOL_VP_POS_GRIS.eps

Versión principal en escala de grises en negativo



AF_REPSOL_VP_NEG_GRIS.eps

Versión horizontal en escala de grises

La versión monocromática del logotipo se aplicará en aquellos casos en los que la legibilidad y visibilidad de la versión vertical se vean comprometidas.

Versión secundaria en escala de grises



AF_REPSOL_VS_POS_GRIS.eps

Versión secundaria en escala de grises en negativo



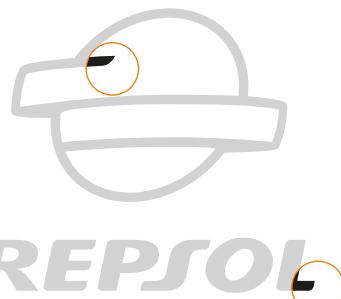
AF_REPSOL_VS_NEG_GRIS.eps

1.5 Versiones especiales

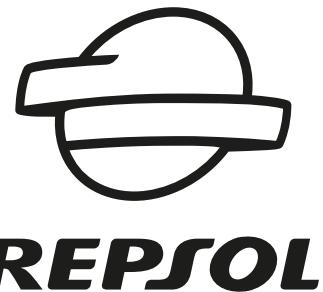
Versión a línea

Esta versión se aplicará en aquellos casos en los que se tengan que utilizar técnicas de reproducción especiales y que por tanto no permitan el uso en color ni en escala de grises.

El grosor de la línea viene definido por la altura horizontal de la "L" de Repsol. De esta manera la marca respeta las proporciones en todas sus formas.

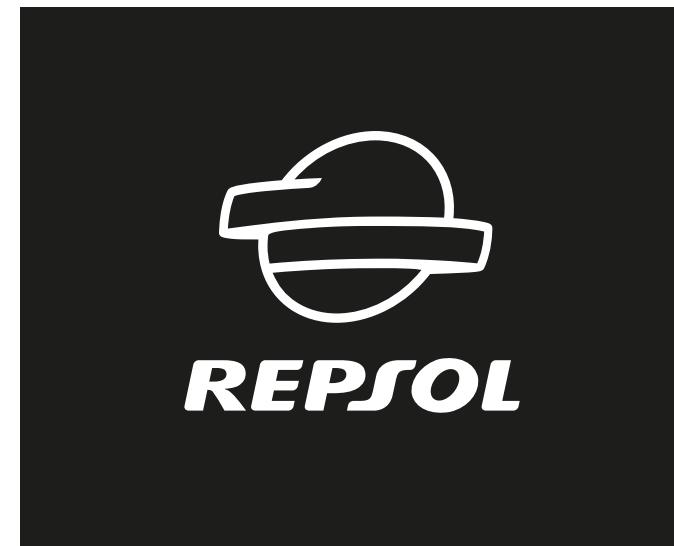


Versión principal a línea



AF_REPSOL_VP_POS_LINEA.eps

Versión principal a línea en negativo



AF_REPSOL_VP_POS_LINEA.eps

Versión secundaria a línea



AF_REPSOL_VS_POS_LINEA.eps

Versión secundaria a línea en negativo



AF_REPSOL_VS_NEG_LINEA.eps

1.6 Matriz de aplicación

Logotipo sobre fondos de color

Nuestro logotipo funciona con una única versión para todos los fondos, tanto gráficos como fotográficos y además mantiene una buena legibilidad cuando se aplica sobre los colores corporativos de la marca (naranja, azul, rojo y blanco).

Sólo se variará el color del *wordmark* a blanco en aquellos casos en los que el color de fondo sea muy oscuro de manera que no comprometa su visibilidad y/o legibilidad.

* Se recomienda no aplicar el logotipo en versión principal sobre fondo rojo corporativo.

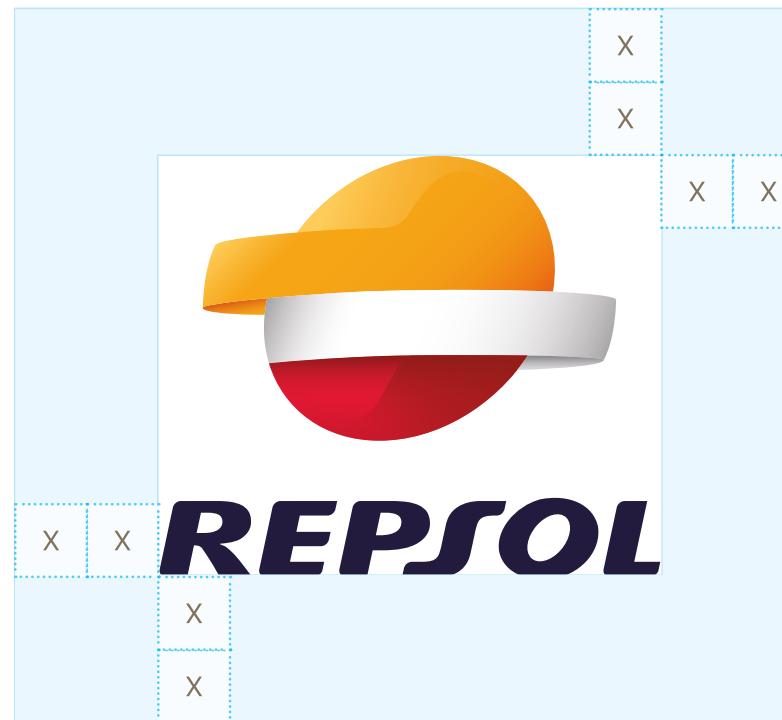
	Versión a color	Versión a color en negativo	Versión en escala de grises	Versión a línea
Fondo blanco corporativo				
Fondo azul corporativo				
Fondo naranja corporativo				
Fondo rojo corporativo	 *			
Fondo negro				
Fondo fotográfico a color				
Fondo fotográfico a escala de grises				

1.7 Área de reserva

Debemos respetar la marca y su visibilidad a través de su área de reserva o perímetro de seguridad. Éste se delimita tomando como referencia la altura de la "R" del wordmark. Con su tamaño crearemos un cuadrado que nos servirá como unidad de medida y a la que llamaremos X. El área vendrá definida por dos X.

Este espacio nunca debe reducirse ni ser invadido por elementos adyacentes, ya sean textos, fotografías u otras marcas.

AF_REPSOL_RESERVA_VP_POS_CMYK.eps



1.8 Tamaño mínimo

El logotipo siempre debe ser reproducido a un tamaño que permita su perfecta legibilidad. Para ello se recomienda que nunca se reduzca por debajo de las medidas indicadas a continuación en ninguna de sus versiones.

En caso de que el formato o tamaño del soporte no nos permita utilizar la versión principal o la horizontal aplicaremos, de forma excepcional, el *wordmark* a un tamaño mínimo de 10 mm.

El mismo tamaño mínimo aplica en la versión a línea.



Versión a color



Ancho 10 mm

Versión a línea



Ancho 10 mm



Ancho 25,6 mm



Ancho 25,6 mm

REPSOL

Ancho 10 mm

1.9 Usos incorrectos

Existen unas pautas claras a seguir en la utilización del logotipo Repsol.

Cualquier modificación del mismo no está permitida. A todos los efectos, el logotipo es un arte final que no podemos modificar.



No utilices el símbolo solo



No modifiques la tipografía



No modifiques las distancias entre wordmark y símbolo



No alteres las proporciones entre los dos elementos del logotipo



No añadas elementos al logotipo



No modifiques el orden de los elementos



No modifiques la apariencia del logotipo



No modifiques los colores del logotipo



No añadas ningún efecto



No modifiques las versiones



No alteres el grosor de la línea



No rellenes el hueco que genera la línea

2. Elementos Básicos

El nuevo logotipo solo podrá ser utilizado en entornos donde se aplique la nueva Identidad Visual. De esta manera la aplicación correcta del nuevo logotipo es una condición necesaria pero no suficiente para la correcta aplicación de la marca.

La identidad visual de Repsol cuenta con tres elementos básicos: **colores, tipografía Repsol y estilo fotográfico**. Éstos la dotan de una nueva personalidad, reforzando el lado más expresivo de la marca.

A través de ellos, conseguiremos una expresión única y consistente en todas nuestras comunicaciones.

2.1 Colores

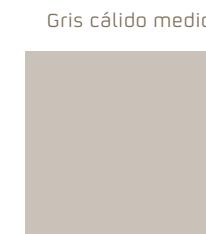
PANTONE / CMYK / RGB / HTML

Repsol no se define por un solo color. Nuestra personalidad es la unión de 4 colores corporativos que vienen definidos por la versión principal del logotipo de Repsol.

Recuerda que éste siempre se reproduce en cuatricromía.



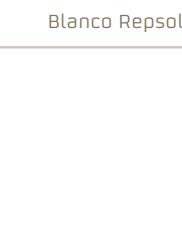
PANTONE WARM GREY 2C
C6 M7 Y10 K11
R203 G196 B188
HTML #CBC4BC



PANTONE WARM GREY 5C
C11 M13 Y16 K32
R172 G163 B154
HTML #ACA39A



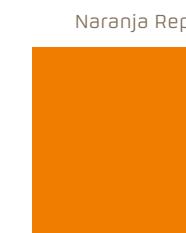
PANTONE WARM GREY 11C
C26 M36 Y38 K68
R110 G98 B89
HTML #6E6259



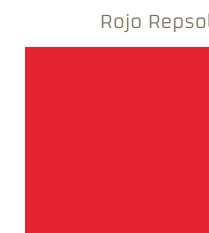
BLANCO
C0 M0 Y0 K0
R255 G255 B255
HTML #FFFFFF



PANTONE 282C
C100 M80 Y0 K70
R4 G30 B66
HTML #041E42



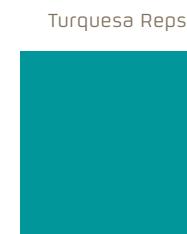
PANTONE 151C
C0 M60 Y100 K0
R255 G130 B0
HTML #FF8200



PANTONE 185C
C0 M95 Y80 K0
R228 G0 B43
HTML #E4002B

COLORES PRINCIPALES REPSOL

COLORES SECUNDARIOS REPSOL



PANTONE 7712C
C100 M0 Y28 K20
R0 G148 B148
HTML #008598



PANTONE 302C
C100 M48 Y12 K58
R0 G59 B92
HTML #003B5C



PANTONE 1235C
C0 M32 Y87 K0
R255 G184 B28
HTML #FFB81C

2.2 Tipografía Repsol

Repsol también tiene una nueva manera de escribir. Al igual que se ha optimizado el logotipo y los colores, se ha desarrollado un trabajo tipográfico personalizado y único que es fiel reflejo de los nuevos valores de la compañía.

Vemos en el resultado que la nueva tipografía denominada "Repsol" está asentada sobre una base sólida. Su diseño técnico, claro y moderno, nos habla de una marca inteligente, experta y visionaria. Sus rasgos redondeados reflejan el carácter cercano, humano y comprometido de la marca.

A B C D E F G H I J
K L M N Ñ O P R S
T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
@ & \$ € ? ! # ; , .

2.2 Tipografía Repsol

Se ha desarrollado una familia tipográfica propia que recoge la personalidad de Repsol contemplando diferentes pesos que utilizaremos dependiendo de la necesidad de comunicación, aportando versatilidad sin perder identificación.

Esta tipografía convivirá con otra mucho más funcional, simple y versátil, la Arial. Su función será para uso administrativo e interno para documentos de word, Excel o Power Point, entre otros.

Aa

Espíritu
corporativo

Repsol Light

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ!¡?¿#/@&\$€
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz0123456789

Aa

Repsol Light Italic

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ!¡?¿#/@&\$€
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz0123456789

Aa

Repsol Regular

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ!¡?¿#/@&\$€
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz0123456789

Aa

Espíritu de
competición

Repsol Italic

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ!¡?¿#/@&\$€
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz0123456789

Aa

Espíritu
joven

Repsol Bold

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ!¡?¿#/@&\$€
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz0123456789

Repsol Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ!¡?¿#/@&\$€
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz0123456789

Repsol Stencil

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ!¡?¿#/@&\$€
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz0123456789

Repsol Outline

ABCDEFGHIJKLMÑOPQRSTUVWXYZ!¡?¿#/@&\$€
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz0123456789

2.3 Estilo fotográfico

Utilizamos tres perspectivas que nos ayudan a comunicar conceptos diferentes.

Macro mundo: panorámicas

Humana: retratos

Micro mundo: detalles



Macro mundo: Repsol es el ente protector que ampara, facilita y se anticipa a dar soluciones para el bienestar de las personas. Logramos reflejar esta condición de la marca utilizando imágenes de ángulos elevados con un amplio grado de visión. Es la faceta más global e institucional de la compañía.



Humana: Repsol es una empresa integrada por personas que ofrece soluciones adaptadas a ellas. Aquí mostramos el lado más humano y cercano de Repsol. Personas de diferentes ámbitos (científicos, técnicos, doméstico...) con actitud optimista y abierta. Es también la faceta más fresca y vivaz de la marca.



Micro mundo: Repsol actúa globalmente pero los resultados los vivimos y apreciamos las personas en nuestro día a día. Son los detalles que hacen la vida mejor. Imágenes que muestran de forma concreta el beneficio o el sentimiento que produce la acción de Repsol. Es la faceta más cercana, tangible y humana de la marca.



2.3 Estilo fotográfico

Estilo fotográfico y color

Siempre viraremos los colores hacia las tonalidades más próximas dentro de la paleta de colores Repsol. Hay que tener en cuenta que deberán tener más peso en las fotografías los colores principales y en segundo término los secundarios.

Nuestros colores están presentes en la tonalidad de las fotografías.



Si tienes cualquier duda sobre el contenido de esta guía o sobre la aplicación del logotipo en casos no contemplados aquí, por favor, contacta con el equipo de Gestión de Marca e Identidad Corporativa ó envía tu consulta al buzón:

MARCA E IDENTIDAD CORPORATIVA,
marc@repsol.com

Gracias.

