



Rediseño de la identidad visual y señalética
de la red de Metro de Sevilla

Víctor González Schumann

2º Diseño y edición de publicaciones
impresas y multimedia

La siguiente presentación está destinada a la explicación del rediseño de la identidad corporativa para la Red de Metro de Sevilla.

1.

¿Por qué el rediseño?

1.

¿Por qué el rediseño?

2.

¿Para qué el rediseño?

1.

¿Por qué el rediseño?

2.

¿Para qué el rediseño?

3.

El rediseño

1.

¿Por qué el rediseño?

La actual marca de la Red de Metro de Sevilla fue presentada en 2009 cuando se inauguró el proyecto.

El diseño original presentado en 2004 sufrió una serie de cambios respecto al actual que se implantó en 2009.

El diseño original fue modificado según los criterios de la Junta de Andalucía, implantando su color corporativo, marca y tipografía.



El diseño original fue modificado según los criterios de la Junta de Andalucía, implantando su color corporativo, marca y tipografía.



El diseño original fue modificado según los criterios de la Junta de Andalucía, implantando su color corporativo, marca y tipografía.



2.

¿Para qué el rediseño?

La identidad visual no transmite los valores actuales de la empresa, se ha quedado obsoleta.

La empresa ha evolucionado y su marca no, por tanto se siente la necesidad de dar frescura y un nuevo atractivo a la imagen.



Metro de Sevilla



3.

El rediseño



Introducción

Este manual se ha desarrollado para garantizar que los elementos gráficos que conforman la identidad visual del Metro de Sevilla, como el imagotipo, los colores, la tipografía y la arquitectura de diseño sean empleados de forma correcta y coherente en todas sus aplicaciones. Las pautas que recoge este manual nos indican cómo utilizar y combinar los distintos elementos para mantener la coherencia visual y tienen como objetivo la diferenciación competitiva de la marca y la normalización de su uso. Esta herramienta ayuda a entender la idea, los valores y la personalidad de la marca, por ello es muy importante leer su contenido y aplicarlo.

A.

Simbología básica

- A.01** Imagotipo corporativo
- A.02** Construcción logotipo
- A.03** Área de respeto
- A.04** Color corporativo
- A.05** Tipografía corporativa

B.

Normas para el buen uso de la marca

- B.01** Versiones correctas
- B.02** Aplicaciones correctas
- B.03** Aplicaciones incorrectas

C.

Aplicaciones de la marca

- C.01** Papelería corporativa
- C.02** Papelería alta dirección
- C.03** Carpeta corporativa
- C.04** Fax
- C.05** Comunicado interno
- C.06** Nota de prensa
- C.07** Señalética
- C.08** Billetera
- C.09** Web/App
- C.10** Uniformidad

A.

Simbología básica

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca Metro de Sevilla se tienen que seguir una serie de normas genéricas.

La marca Metro de Sevilla está construida a base de un símbolo, un logotipo y colores corporativos que se deberán respetar por su uso correcto.

A.01

Imagotipo corporativo

La marca Metro de Sevilla está formada por dos elementos. El símbolo compuesto por dos trazos formando visualmente la letra M y el nombre,

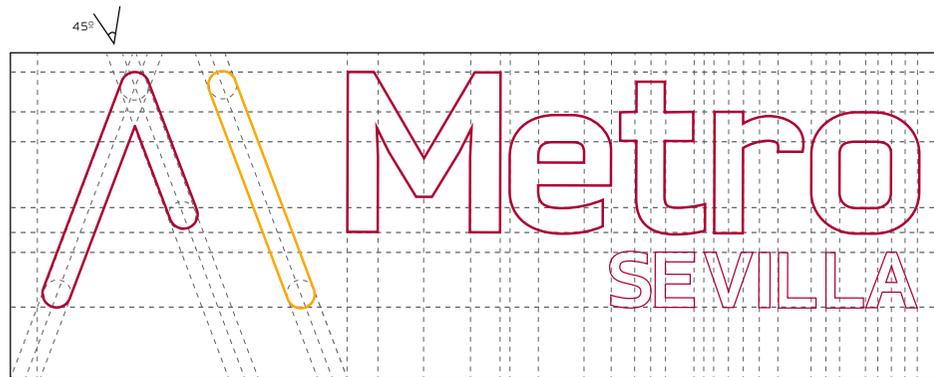
Este es el identificador de la marca en todas las aplicaciones.



A.02

Construcción imagotipo

El imagotipo se desarrolla en una retícula conformada por líneas horizontales y a 90° y 45° respectivamente. Los ángulos y remates de sus elementos apuntan en varias direcciones para expresar dinamismo y multidireccionalidad.



A.03

Área de respeto

El área de respeto óptimo para cualquier aplicación debe ser de 3 centímetros por cada lado del rectángulo delimitador.

Para asegurar la óptima aplicación y percepción de la marca en todos los soportes y formatos, se ha determinado este área de respeto que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al símbolo del propio logotipo.

El tamaño mínimo al que el logotipo puede ser reproducido es a 38 mm de ancho



A.04

Colores corporativos

Las referencias de color son los Pantones aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro.

Este es uno de los colores principales de la marca.



PANTONE 207 C

CMYK: 5-100-48-22

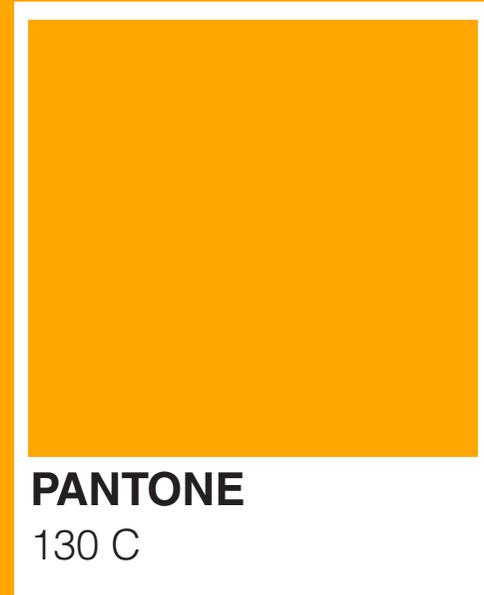
RGB: 165-0-52

HEX/HTML: A50034

A.04

Colores corporativos

Este es el segundo color principal de la marca.



PANTONE
130 C

PANTONE 130 C

CMYK: 0-32-100-0

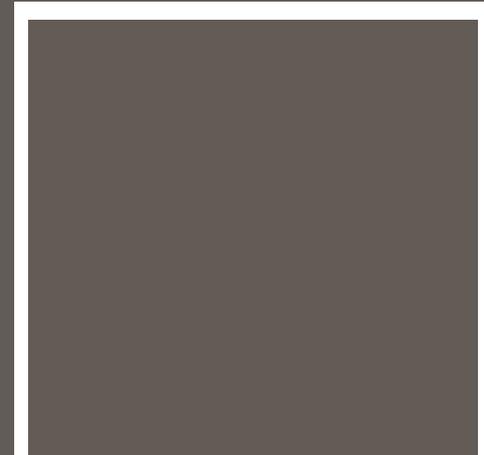
RGB: 242-169-0

HEX/HTML: F2A900

A.04

Colores corporativos

Este color pertenece a los colores secundarios, empleado para aplicaciones menos costosas que empleen escala de grises.



PANTONE

Warm Gray 11C

PANTONE WARM GRAY 11C

CMYK: 26-36-38-68

RGB: 110-98-89

HEX/HTML: 6E6259

A.05

Tipografía corporativa

La tipografía corporativa es la familia Coupe en sus versiones Regular y Bold. Esta será la utilizada por los estudios y agencias de diseño.

Esta es la tipografía empleada para el logotipo de la marca, así como toda la cartelería.

Coupe Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 (.:;&%)

Coupe Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 (.:;&%)

B.

Normas para el buen uso de la marca

Para evitar resultados indeseados de la marca Metro de Sevilla se tiene que seguir una serie de normas.

Con el objetivo de no debilitar el mensaje visual de la marca es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación. El valor de una marca depende en gran medida de la disciplina en su aplicación.

Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público tiene de sus valores y servicios.

Ordenar y aplicar de forma correcta el logotipo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.

B.01

Versiones correctas

Se debe usar como primera opción en cualquier pieza gráfica la versión principal. Su carácter descriptivo permite fácilmente entender la razón social de la organización.

La opción secundaria es empleada para lugares donde necesite una atención más precisa.

La versión con solo el isotipo se emplea para usar repeticiones, señalética, redes sociales.



B.01

Versiones correctas

Existen variaciones en la que se puede utilizar el color principal. Por razones técnicas, o por costos, es posible reproducir el logotipo y el isotipo a una sola tinta en cuyos casos es recomendable trabajar con colores Pantone. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en escala de grises.



Versión principal monocromo



Versión principal monocromo negativo



Versión principal color secundario negativo

B.02

Aplicaciones correctas

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones. Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.



Fondo de color no corporativo



Fondo de color no corporativo



Fondo fotográfico claro



Fondo fotográfico claro



Fondo fotográfico oscuro

B.03

Aplicaciones incorrectas

El logotipo tiene unas medidas y proporciones relativas determinadas por los criterios de composición, jerarquía y funcionalidad. En ningún caso se harán modificaciones de estos tamaños y proporciones.



Alteración de color completa



Alteración de la tipografía



Deformación



Distribución incorrecta



Distribución incorrecta

C.

Aplicaciones de la marca

Se recomienda un especial cuidado en evitar usos no correctos que afectan a la imagen de la identidad corporativa.

C.01

Papeleria corporativa

Aplicación de la marca Metro de Sevilla en la papelería corporativa.





Luis Perez Gil

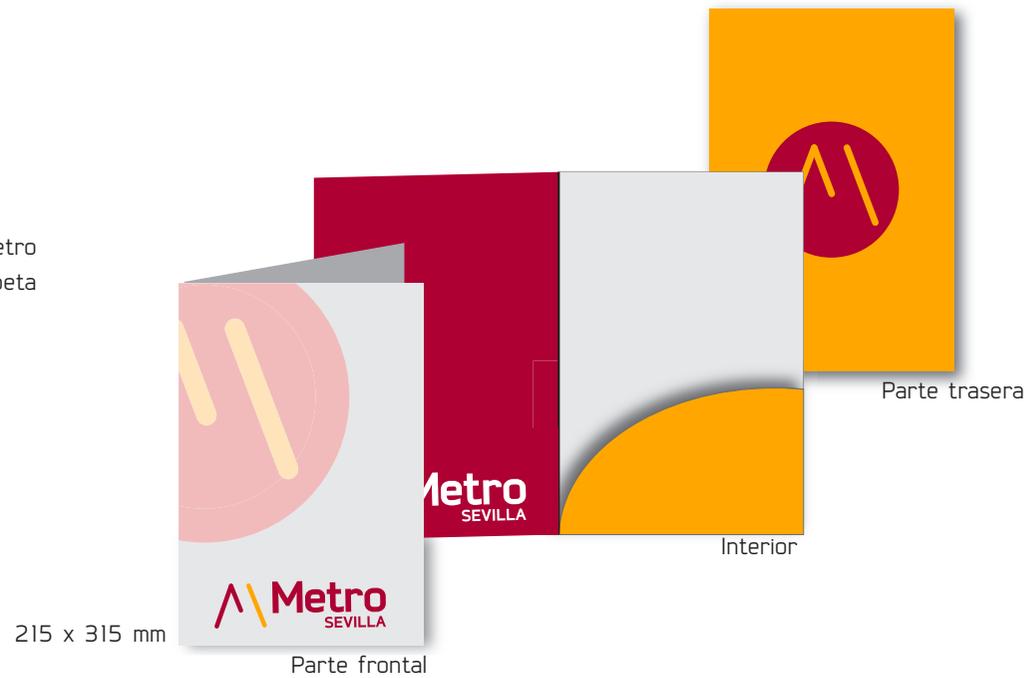
Jefe de sector

luispegi@metrodesevilla.es

C.03

Carpeta corporativa

Aplicación de la marca Metro de Sevilla en la carpeta corporativa.



C.04

Fax

Aplicación de la marca Metro de Sevilla en hoja para fax.



A4

C.05

Comunicado interno

Aplicación de la marca Metro de Sevilla en hoja para fax.

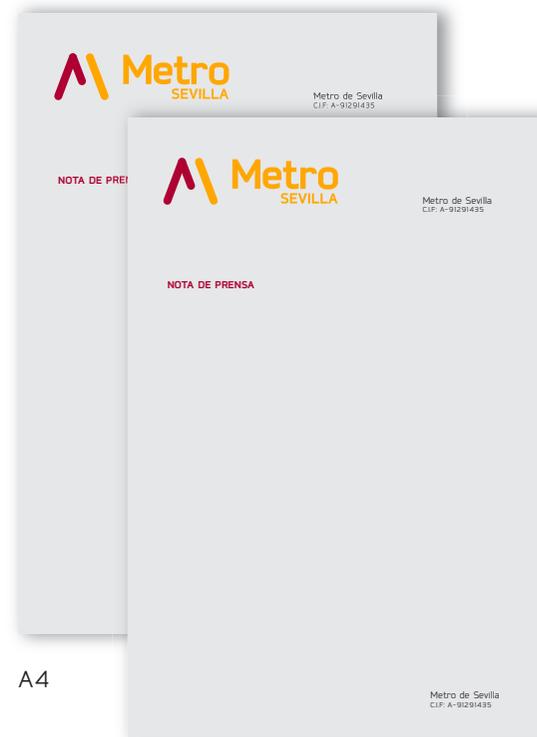


A4

C.06

Nota de prensa

Aplicación de la marca Metro de Sevilla en una nota de prensa.



A4

C.07

Señalética

Aplicación de la marca Metro de Sevilla y colores corporativos en diversos elementos señaléticos.

El tamaño de cada aplicación de señalética variará según el emplazamiento, generalmente en múltiplos de 50mm



Señalética ubicación andén

- | | |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  Estación |  Ascensor |
|  Estación frontera |  Escaleras |
|  Autobús |  Punto información |
|  Parking |  Salida de emergencia |
|  Estación de tren |  Billetera |

Tamaño señales: 50mm x 50mm
100mm x 100mm
200mm x 200mm



Señalética nombre estación



Señalética salida + info



Señalética salida

C.07

Señalética

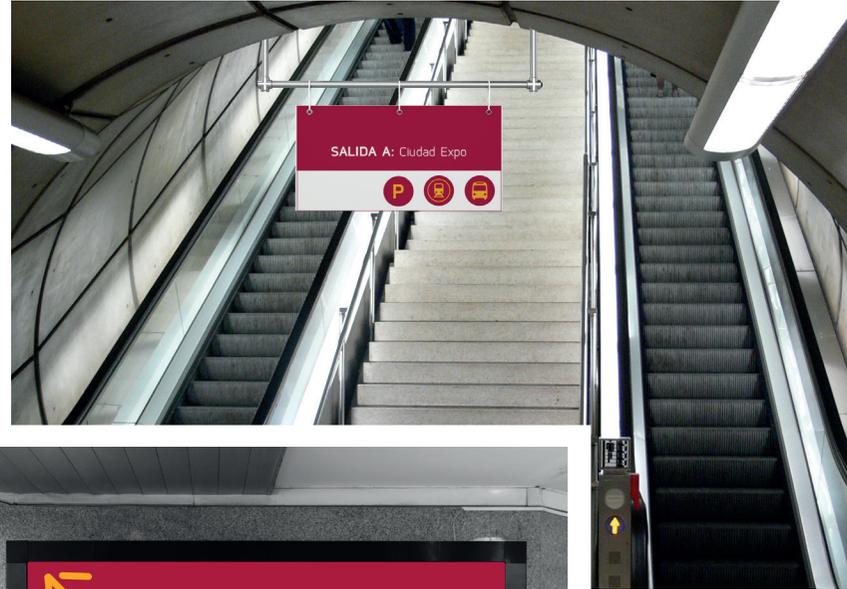
Aplicación de la marca Metro de Sevilla en mockups.



C.07

Señalética

Aplicación de la marca Metro de Sevilla en mockups.



C.07

Señalética

Aplicación de la marca Metro de Sevilla en mockups.





Puerta de Jerez



 Metro
SEVILLA



Ascensor



0911



C.08

Billetera

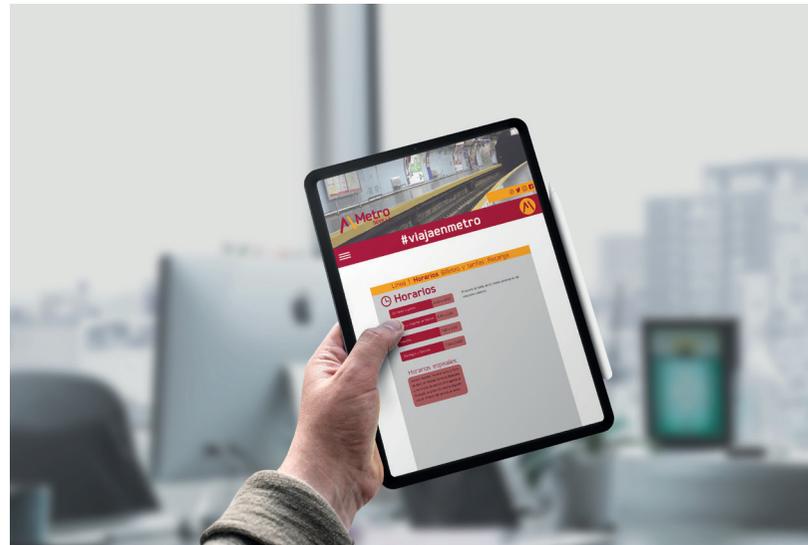
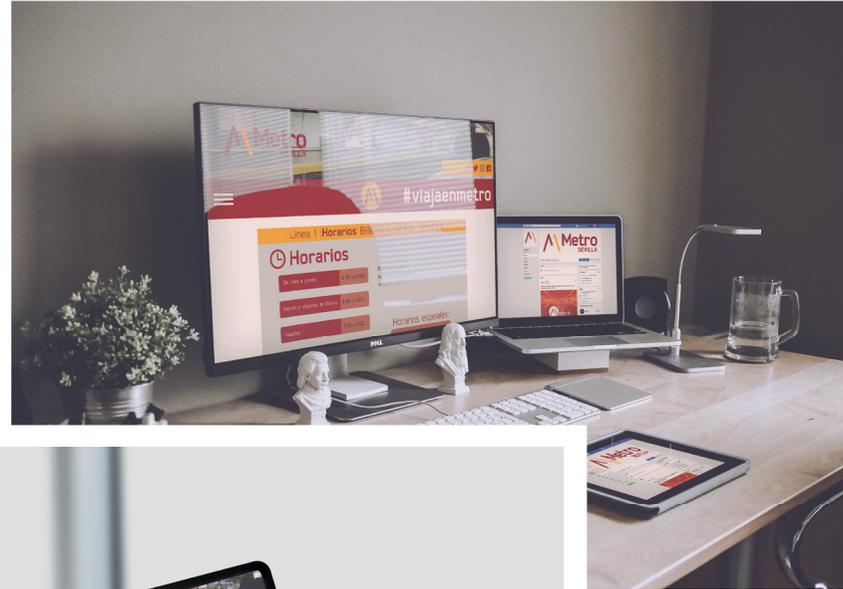
Aplicación de la marca Metro de Sevilla en los billetes, con variación de color.



C.09

Web/App

Aplicación de la marca Metro de Sevilla en mockups.



C.10

Uniformidad

Aplicación de la marca Metro de Sevilla en uniformidad de personal.



Revisores



Limpieza
Mecánicos



Conductores
Personal de servicio
Información



Mantenimiento
Resto de personal

Línea 1

-  Estación
-  Estación frontera entre zonas
-  Autobus transbordos
-  Aparcamientos
-  Estación de tren
-  Zona 1
-  Zona 2/3

