

ongeo

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



oneo
somos tus alas

ÍNDICE

1. ONEO: NUEVOS HORIZONTES	6
2. LA MARCA Y EL SISTEMA VISUAL	7
2.1. LA MARCA	8
2.1.1. CONSTRUCCIÓN GRÁFICA DE LA MARCA	8
2.1.2. LOGOTIPO PRINCIPAL	10
2.1.3. VARIANTES DEL LOGOTIPO	11
2.1.4. POSITIVO Y NEGATIVO	12
2.1.5. LOGOTIPO Y CLAIM	13
2.2. ESCALA DE REDUCCIÓN	14
2.3. OPCIONES DE APLICACIÓN	15
2.3.1. ESPACIO RESERVADO	16
2.3.2. PARTICIONES DEL LOGOTIPO	17
3. COLORES CORPORATIVOS	18
3.1. TABLA DE CONVERSIONES DE COLOR	19
3.2. APLICACIÓN DE LOS COLORES	20
4. TIPOGRAFÍA	21
5. USOS INCORRECTOS DE LA MARCA	23
5.1. APLICACIONES SOBRE FONDOS DE COLOR	23
6. PAPELERÍA	25
7. MARKETING	34
7.1. PUBLICIDAD	34
7.2. MERCHANDISING	38
8. ARQUIGRAFÍA	41
9. APLICACIONES ESPECIALES	43

1. ONEO: NUEVOS HORIZONTES

Oneo, la nueva aerolínea líder en Europa, nace de la fusión de Iberia y British Airways. Nuestra flota transportará millones de pasajeros y abarcará miles de destinos en todo el mundo, ofreciendo un servicio de calidad, exclusivo y decidido a mirar hacia el futuro.

Este manual es un documento de carácter normativo que presentará, describirá y explicará los signos que definen nuestra identidad corporativa.

El objeto de este manual es presentar a la compañía y velar por la coherencia de la imagen y de la marca a lo largo del tiempo, teniendo en cuenta las distintas situaciones posibles.

Este manual debe ser consultado por todos aquellos profesionales que tengan la responsabilidad de aplicar la imagen de Oneo.

Las piezas no definidas en este manual se realizarán respetando los criterios generales y el estilo marcados por éste.

2. LA MARCA Y EL SISTEMA VISUAL

Oneo esta intentando ir un paso más allá en el sector del transporte aéreo. Para ello nuestro compromiso es darle al pasajero un servicio cercano, distinguido. En definitiva, hacer de su viaje una experiencia especial.

Para transmitir nuestros valores hemos creado una marca sencilla, reconocible que transmite limpieza, discreción. Los principales atributos sobre los que se apoya la marca son: diseño, exclusividad y distinción.

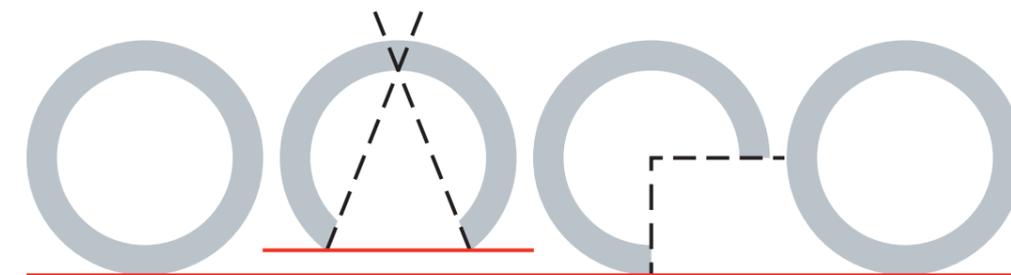
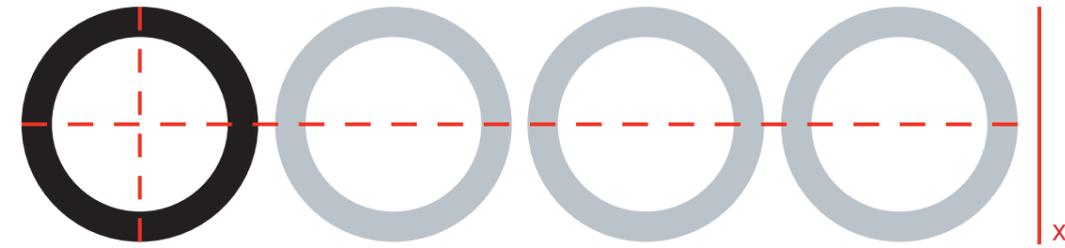
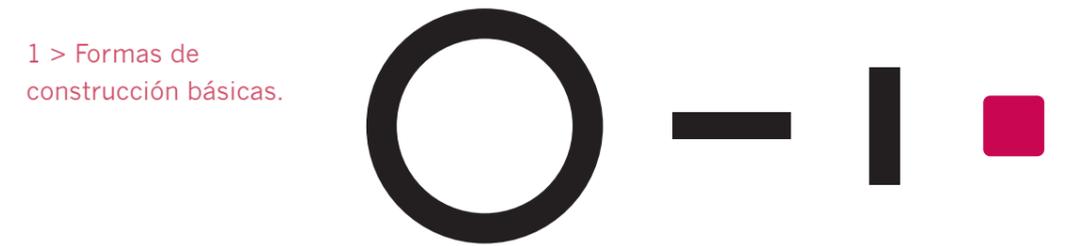
El logotipo también ha sido desarrollado para otorgar modernidad y seguridad a la compañía así como cercanía hacia sus clientes.



2.1. La marca

2.1.1. Construcción de la marca

Para elaborar el diseño de la marca se han utilizado tres elementos gráficos: circunferencia, rectángulo y cuadrado redondeado. La forma base de la que se ha partido para crear las letras ha sido la circunferencia. A la cual se le ha asignado un grosor específico en el borde, dando lugar a la primera letra, la "o". A partir de esta "o" y con esta forma circular de base, se han ido formando el resto de las letras, las cuales han tenido que ser modificadas y combinadas con una forma rectangular para crear los trazos de la "e" y la "n".



4 > Incorporación del segundo elemento gráfico. Como vemos en este diseño, la "n" también debe ser modificada para que visualmente encaje en la misma altura que el resto de las letras.

5 > Modificación de la "n" mediante un corte horizontal, a la mitad de la circunferencia, y la adicción de dos rectángulos basados en el grosor de la circunferencia y actuando como trazos verticales.

6 > Mejora óptica de la letra "n" e incorporación del detalle final: al acortar los trazos verticales de dicha letra engañamos al ojo para hacer ver que la "n" se apoya en la misma base que los demás caracteres, de lo contrario, parecería que estos trazos se caen hacia abajo, ya que al ser una letra abierta en su base crea un espacio de salida visual.



2.1.2. Logotipo principal

Logotipo principal sobre fondo blanco y fondo negro.

>>



2.1.3. Variantes del logotipo

El logo se podrá utilizar con los fondos de los colores corporativos, cambiando el color coincidente con el color de fondo predeterminado, es decir, el blanco.

>>



2.1.4. Positivo y Negativo

En logo no se aplicará en escala de grises. Para imágenes en blanco y negro, la marca ira con una pastilla en negro 100% y el logo en blanco 100% y viceversa.

>>

Positivo



Negativo



2.1.5. Logotipo y Claim

SITUACIÓN DEL CLAIM

Opción 1 >

En español "somos tus alas": Bajo la marca oneo, a una distancia equivalente a la mitad del cuerpo de la letra "o", y centrado.

En inglés "your wings": Bajo la marca oneo, a una distancia equivalente a la mitad del cuerpo de la letra "o", y justificado a la derecha.

Opción 2 >

En Español y en inglés: bajo la marca, justificado a la derecha y a una distancia equivalente a la altura del elemento gráfico cuadrado que acompaña a la letra "e".

Opción 1 >

oneo

somos tus alas

oneo

your wings

Opción 2 >

oneo

somos tus alas

oneo

your wings

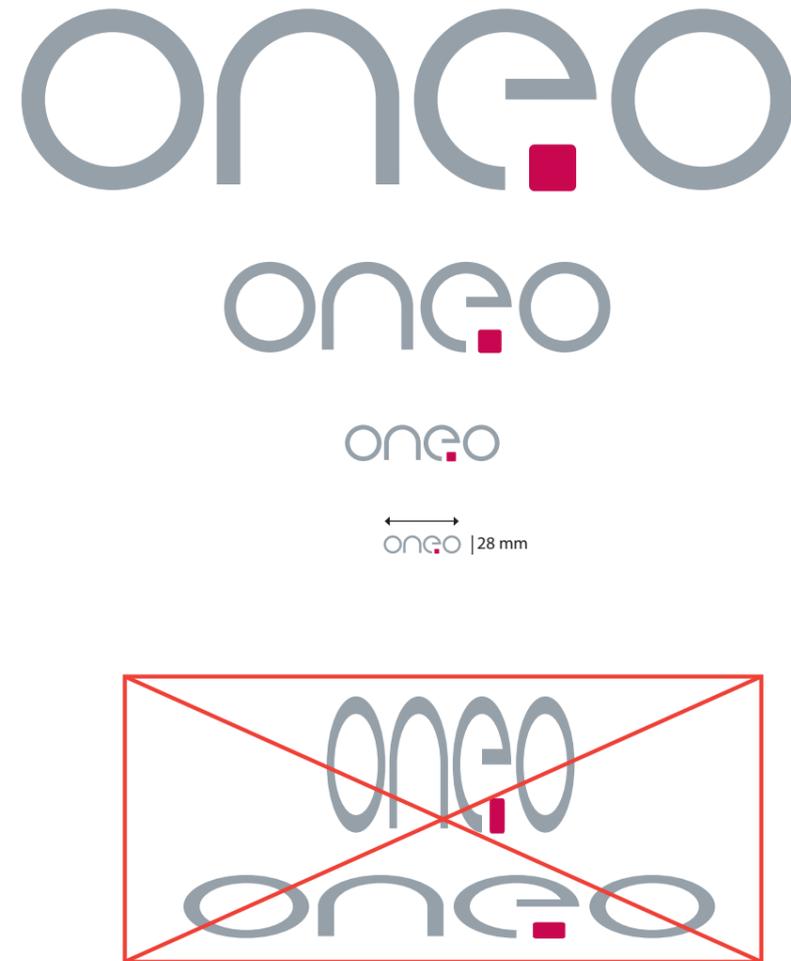
2.2. Escala de reducción

Para mantener la identidad visual y la correcta legibilidad de la marca existen unos tamaños mínimos.

La marca no se podrá reducir más 10,8 mm de largo y 28 mm de ancho. Tampoco se admitirá cualquier tipo de achatamiento o estiramiento, o cualquier tipo de deformación que estropeen la imagen de la marca.

En todo caso, la reducción debe hacerse a escala para no modificar la marca.

>>



2.3. Opciones de aplicación

Las disposiciones con las que se aplicará la marca serán de manera horizontal o con un giro vertical de 90°, rechazando cualquier otra posición siempre que no sea estrictamente necesario.

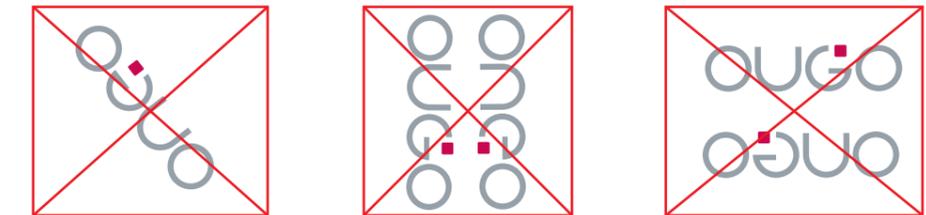
La marca podrá aplicarse en cualquier dirección siempre que se lea de izquierda a derecha y de abajo hacia arriba, pero la marca jamás deberá aplicarse volteada, tanto vertical como horizontalmente.

>>

Correcto >



Incorrecto >



2.3.1. Espacio reservado

El área de protección de la marca es un espacio de seguridad que le rodea y no debe ser invadida por ningún elemento gráfico. Es importante respetar este margen ya que asegura la óptima visualización de la marca.

>>



2.3.2. Particiones del logotipo

El logotipo sólo podrá ser dividido por la mitad de las letras "O" en el sentido vertical, y nunca horizontalmente o de otra manera.

En cuanto al elemento gráfico del punto, no se podrá separar nunca de la letra "e" ni variar su posición.

>>

En el caso de querer partir el logo para usarlo en otras aplicaciones solo se podrá hacer de la siguiente manera: deben aparecer todas la letras y no se podrá cortar por más de la mitad de la letra, respetando así la correcta legibilidad del mismo.

Únicos usos permitidos:

Opción A >



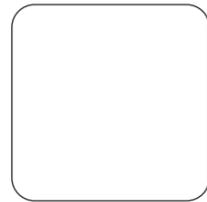
Opción B >



Opción C >



3. COLORES CORPORATIVOS



Seguridad
Limpieza



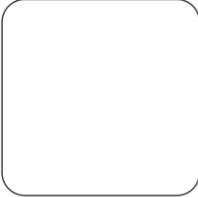
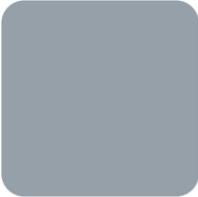
Tecnología
Elegancia



Cercanía
Modernidad

3.1. Tabla de conversión de color

Los colores Pantone y Cuatricromía están dentro del sector de las artes gráficas. El color RGB es el standard para cualquier tipo de pantalla. Los colores RAL pertenecen al sector del diseño industrial y arquitectura. No se debe emplear ningún otro color que no sean los colores corporativos.

muestra	PANTONE	CMYK	RGB	RAL
	Blanco	C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0	R: 255 G: 255 B: 255	9003 Signal Weib
	Soalid Coated 7544 C	C: 10 M: 1 Y: 0 K: 40	R: 163 G: 171 B: 177	7000 Fehgran
	Soalid Coated 7426 C	C: 0 M: 100 Y: 45 K: 18	R: 197 G: 0 B: 73	3027 Himbeerrot

3.2. Aplicación de los colores

El código cromático por el que nos registremos será el mismo que el empleado en el logo a color con sus distintas variantes.

Ejemplos de aplicación de los colores sobre uniformes.

>>



4. TIPOGRAFÍA

TIPOGRAFÍA PRINCIPAL News Gothic MT

Oneo, no sólo desea transmitir sus valores de marca a través de formas gráficas y colores, sino también a través de la tipografía. Por este motivo se ha elegido la familia de fuentes News Gothic MT para el manual y la gráfica en general, y de igual manera esta fuente es la recomendada para las diversas piezas publicitarias.

Para textos impresos con ordenadores personales que no dispongan de dicha tipografía se usará la fuente Helvetica.

News Gothic MT
Regular >>

ACDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVW
abcdefghijklmnñopqr
stuvwxyz
123467890

News Gothic MT
Bold >>

**ACDEFGHIJKLMNOP
QRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqr
stuvwxyz
123467890**

News Gothic MT
Italic >>

*ACDEFGHIJKLMNOPQR
STUVW
abcdefghijklmnñopqrstu
vwxyz
123467890*

TIPOGRAFÍA SECUNDARIA Rotis Serif

La tipografía que se usará para los documentos de texto extenso será la fuente Rotis Serif.

Rotis 55 >> A C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R
S T U V W
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u
v w x y z
1 2 3 4 6 7 8 9 0

Rotis Serif 56 Italic >> A C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R
S T U V W
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t
u v w x y z
1 2 3 4 6 7 8 9 0

Rotis Serif 65 Bold >> A C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R
S T U V W
a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t
u v w x y z
1 2 3 4 6 7 8 9 0

5. USOS INCORRECTOS DE LA MARCA

5.1. Aplicaciones sobre fondos

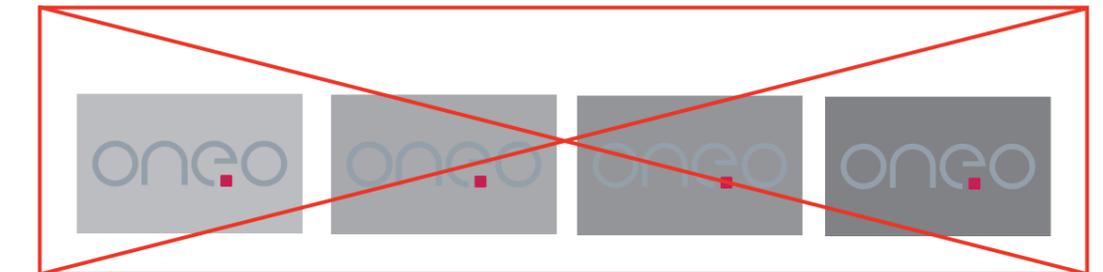
FONDOS GRISES

Cuando la marca se aplique sobre fondos negros con un matiz igual o mayor de un 70%, o menores de 10%, los colores corporativos se mantendrán, para darle mayor visibilidad a la marca.

Correcto >



Incorrecto >



FONDOS A COLOR

La marca se aplicará sobre fondos de color de un matiz de igual o menor valor de un matiz del 20%, en el caso de mayor matiz, la marca irá incluida dentro de una pastilla o banda blanca, para que la visibilidad de ésta no se vea afectada.

Para los demás casos de aplicación sobre fondos de color, se aplicará una pastilla blanca.

Correcto

Marca sobre fondo de color al 20% de matiz >



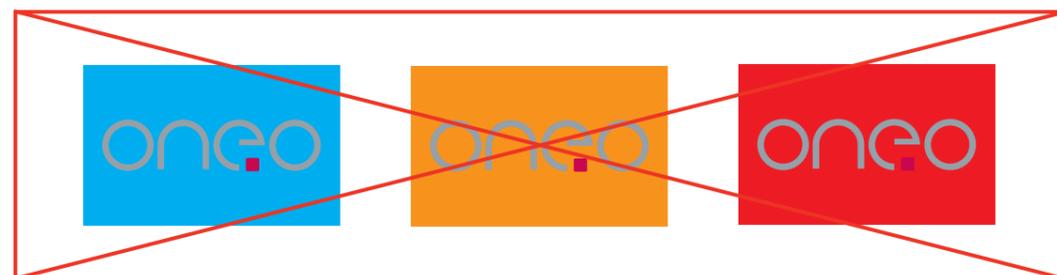
Correcto

Pastilla blanca sobre fondo de color al 100% de matiz >



Incorrecto

Marca sobre fondo de color al 100% de matiz >



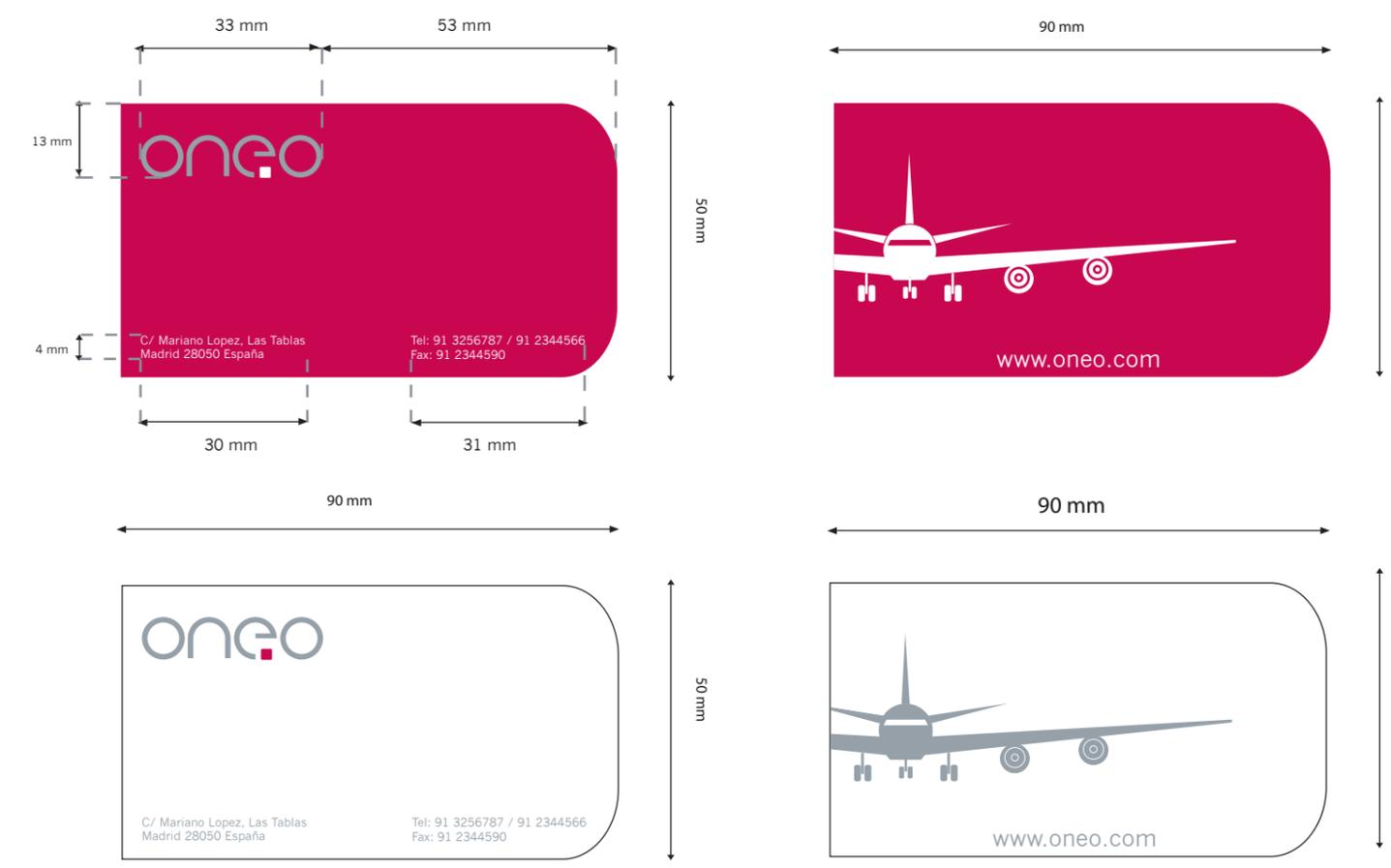
6. PAPELERÍA

En este apartado la marca se traslada a piezas de comunicación concretas, donde su diseño transmite la personalidad corporativa de la misma.

A continuación se muestran los diversos diseños para todos los elementos del departamento de secretariado de la empresa Oneo y su correspondiente papelería interna y externa.

>>

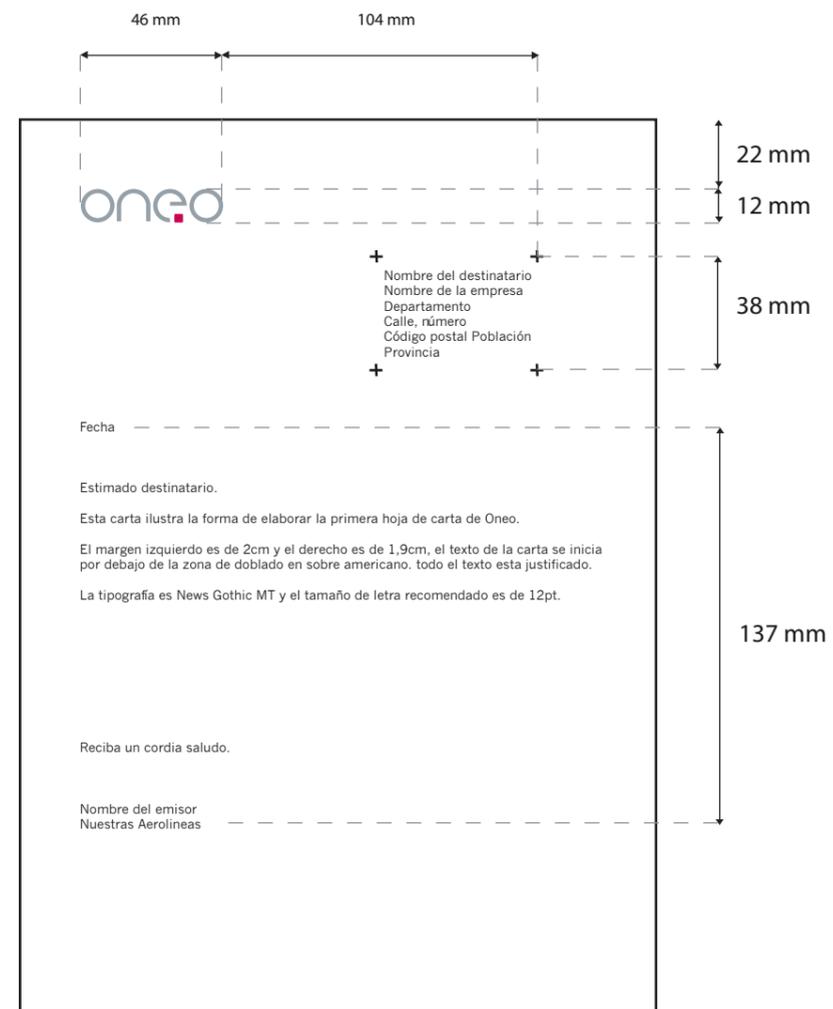
Tarjeta personal >



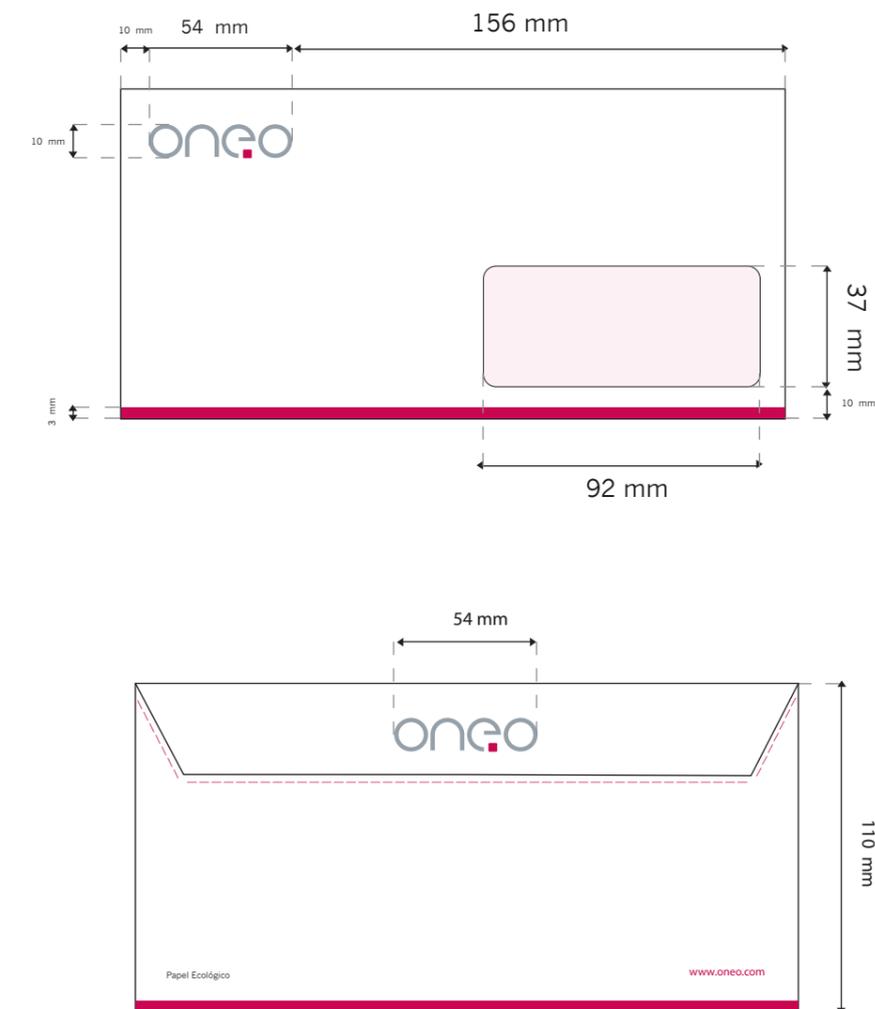
Tarjetón >



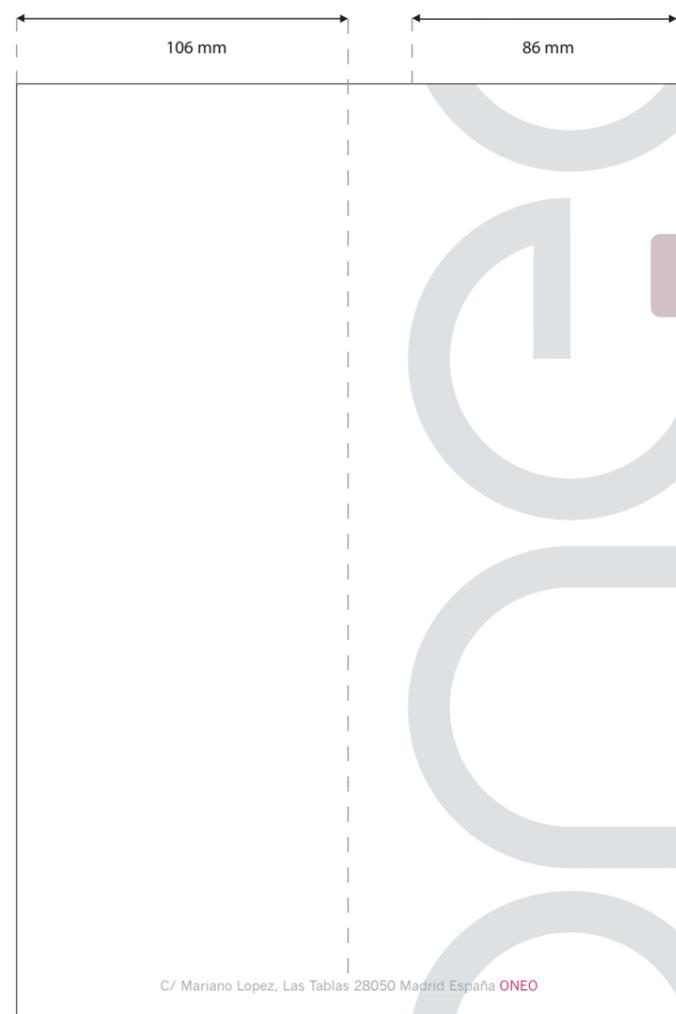
Hoja carta >



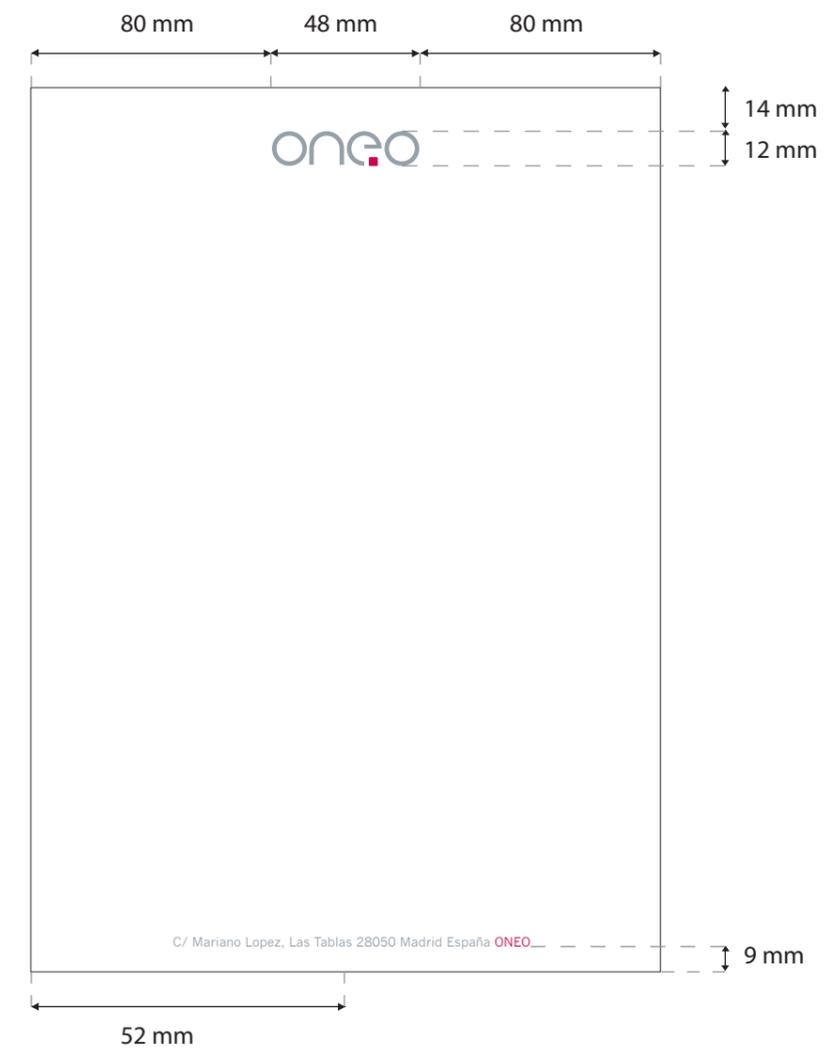
Sobre americano >



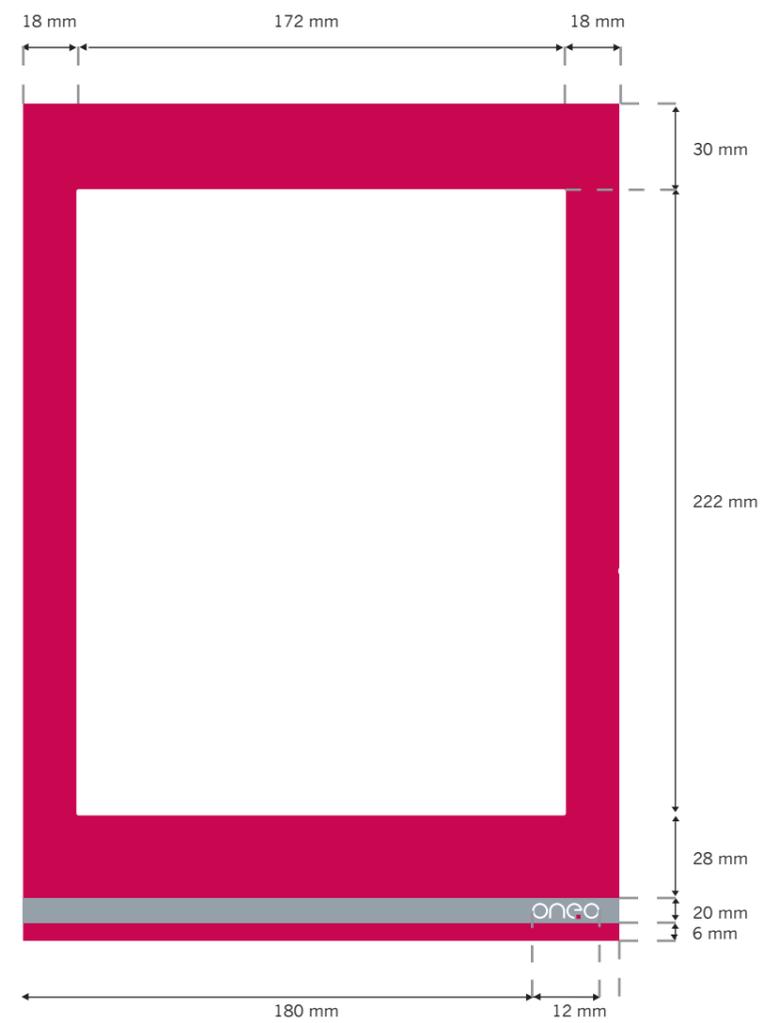
Hoja DIN A-4
Papelería externa
Modelo A >



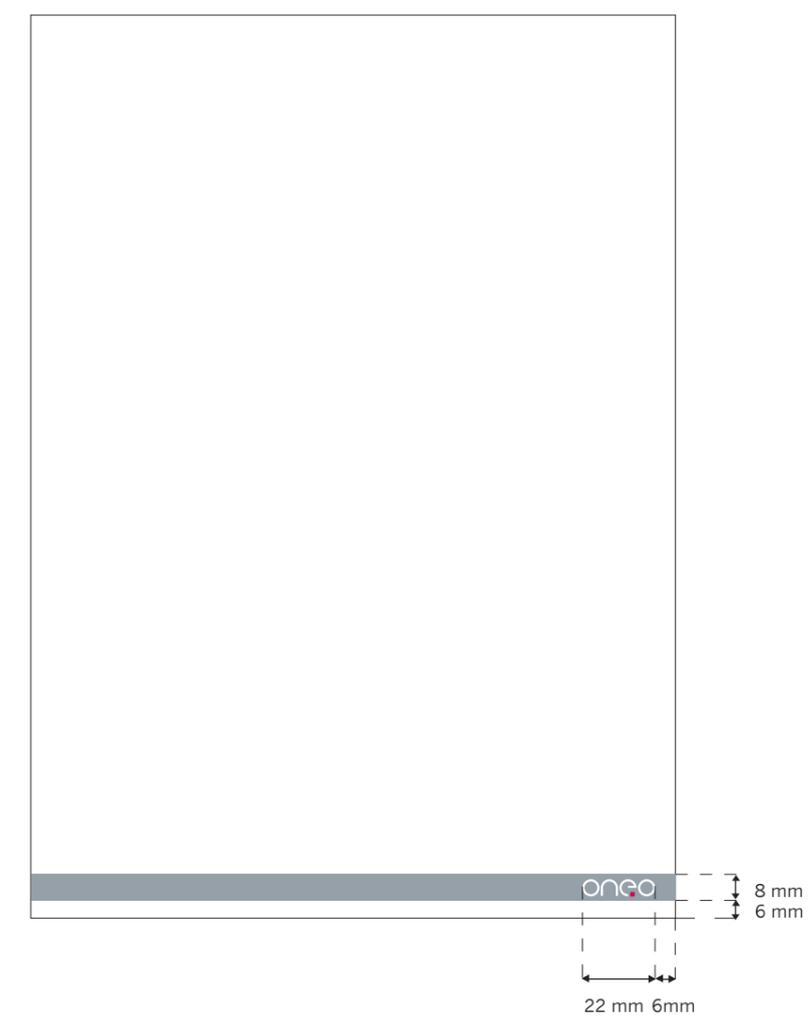
Hoja DIN A-4
Papelería externa
Modelo B >



Hoja DIN A-4
Papelería interna
Modelo A >



Hoja DIN A-4
Papelería interna
Modelo B >



7. MARKETING

7.1. Publicidad

A continuación detallamos las opciones válidas a la hora de realizar las publicidades correspondientes:

FALDÓN

Hemos utilizado como primera opción colocar el Logo y el Slogan de la campaña en la parte inferior derecha del cartel. Este sería el caso preferido para su colocación, aunque damos otras opciones que se muestran en el ejemplo. Estos aparecen a un 80% de opacidad en la parte superior e izquierda de la pieza.

>>



>>

MEDIA PÁGINA

En este caso la opción elegida sería el Logo alineado en la parte inferior derecha y el Slogan a su izquierda. Así damos espacio suficiente para una mejor adaptación de la pieza. Las otras formas de implementación del Logo y el Slogan se muestran como ejemplo en el documento adjunto a un 80% de opacidad.

ROBAPÁGINAS

Para el robapáginas el Logo y el Slogan se colocarán simétricamente en la parte inferior de la pieza, así Conseguimos una mejor composición del cartel. Para otros casos se podrá utilizar la parte superior a ambos lados, izquierda y derecha.

> Siempre se tendrá que respetar las distancias mínimas entre el Logo y Logo & claim con los demás elementos que componen la pieza. También cuando utilicemos una pastilla sobre el Logo en los casos que anteriormente hemos explicado en el manual.

> Siempre se utilizará la familia tipográfica New Gothic MT en Negrita para el Títular y el Logo en sus variantes para Ingles y Español.

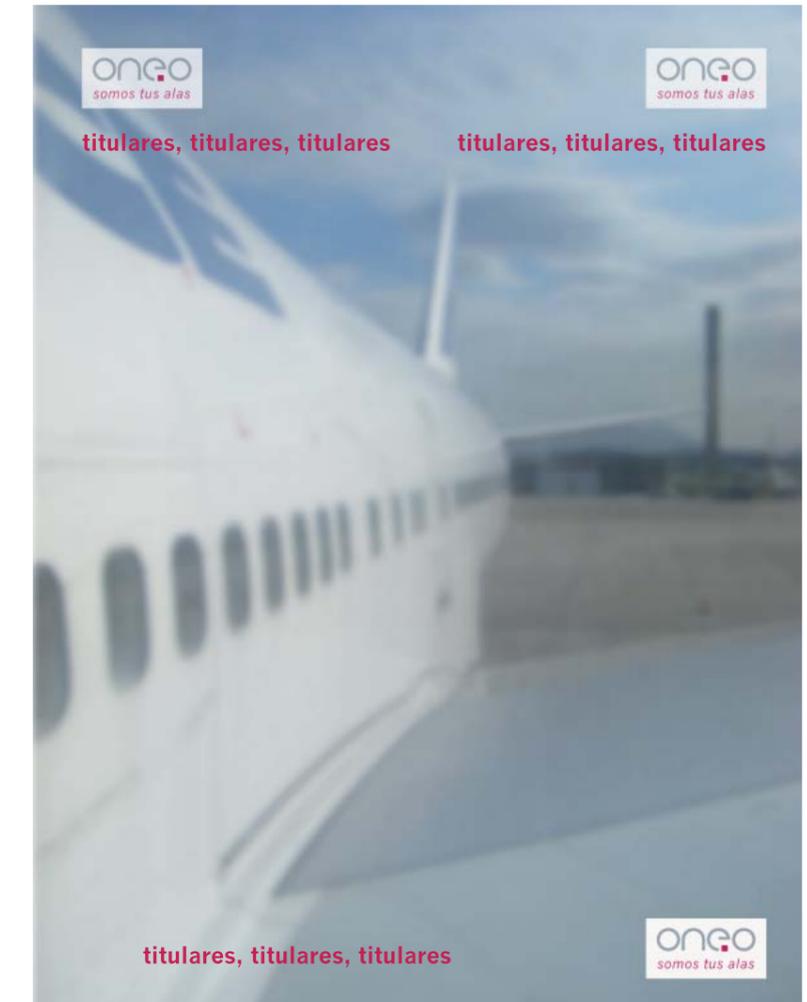
>>



PÁGINA ENTERA

Como podemos observar en este caso utilizamos una nueva forma de implementación, el Logo en la parte inferior derecha y el Slogan por debajo de la mitad de la página. De esta manera damos más libertad de posición, aunque siempre respetando nuestra línea publicitaria. Otra forma de utilización sería colocarlos sucesivamente en la parte superior derecha.

>>



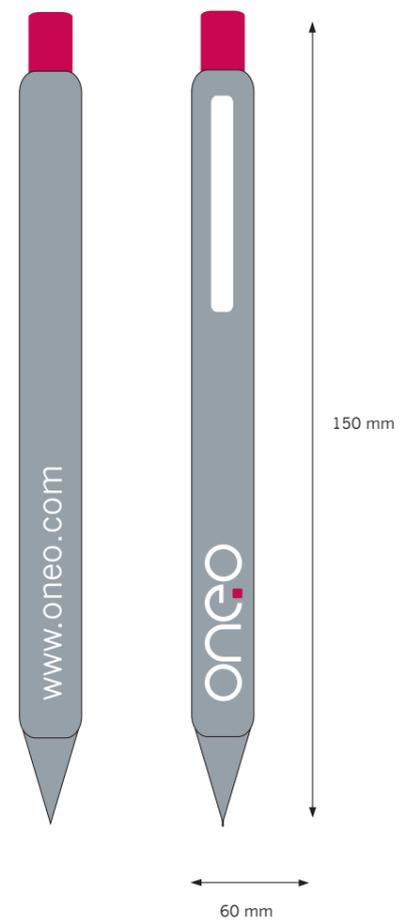
7.2. Merchandising

El merchandising de la marca va creado para crear un estilo de comunicación propio dirigido a la sociedad.

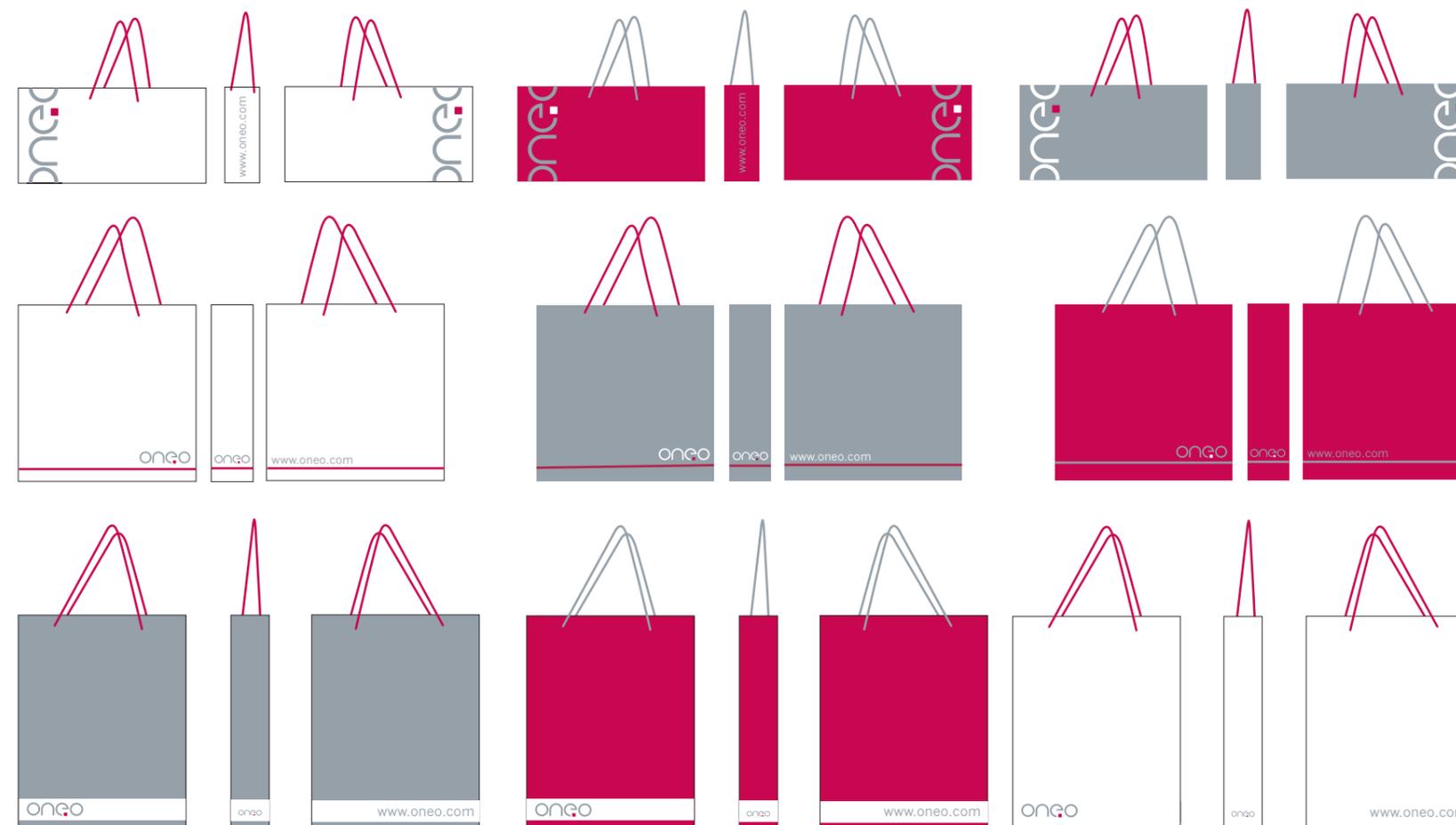
A continuación se muestran algunos ejemplos comunes de merchandising con la correcta aplicación de la marca Oneo, para mayor información consultar el apartado 5.3. *Disposición de la marca.*

>>

Bolígrafo >



Bolsas >



Taza >



8. ARQUIGRAFÍA

La incorporación de la marca con la arquitectura, se realizará siempre usando los colores corporativos y respetando las normas de aplicación, para mayor información consultar los siguientes apartados:

- 2.3. OPCIONES DE APLICACIÓN
- 2.3.1. ESPACIO RESERVADO
- 2.3.2. PARTICIONES DEL LOGOTIPO
- 3.2. APLICACIÓN DE LOS COLORES
- 5. USOS INCORRECTOS DE LA MARCA
- 5.1. APLICACIONES SOBRE FONDOS DE COLOR

Ejemplos de aplicación sobre arquitectura efímera >>





9. APLICACIONES ESPECIALES

Firma electrónica >

Prueba Mail

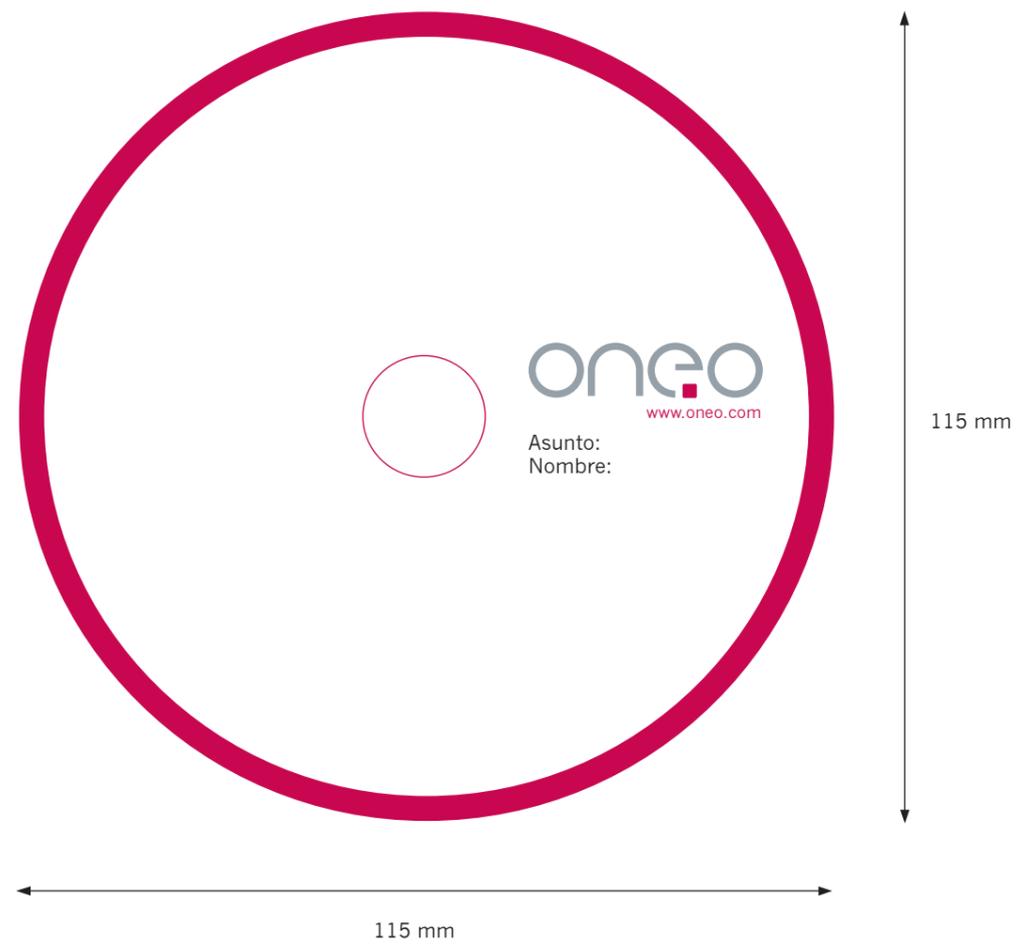
Este es un tipo de hoja de prueba para los mails de la compañía.
A continuación se muestra la firma corporativa.

Mariano Lopez Fausto
Director General Coordinación y RRPP
Tlf: 91.733.9255 / 690.560.190
www.oneo.com
oneo

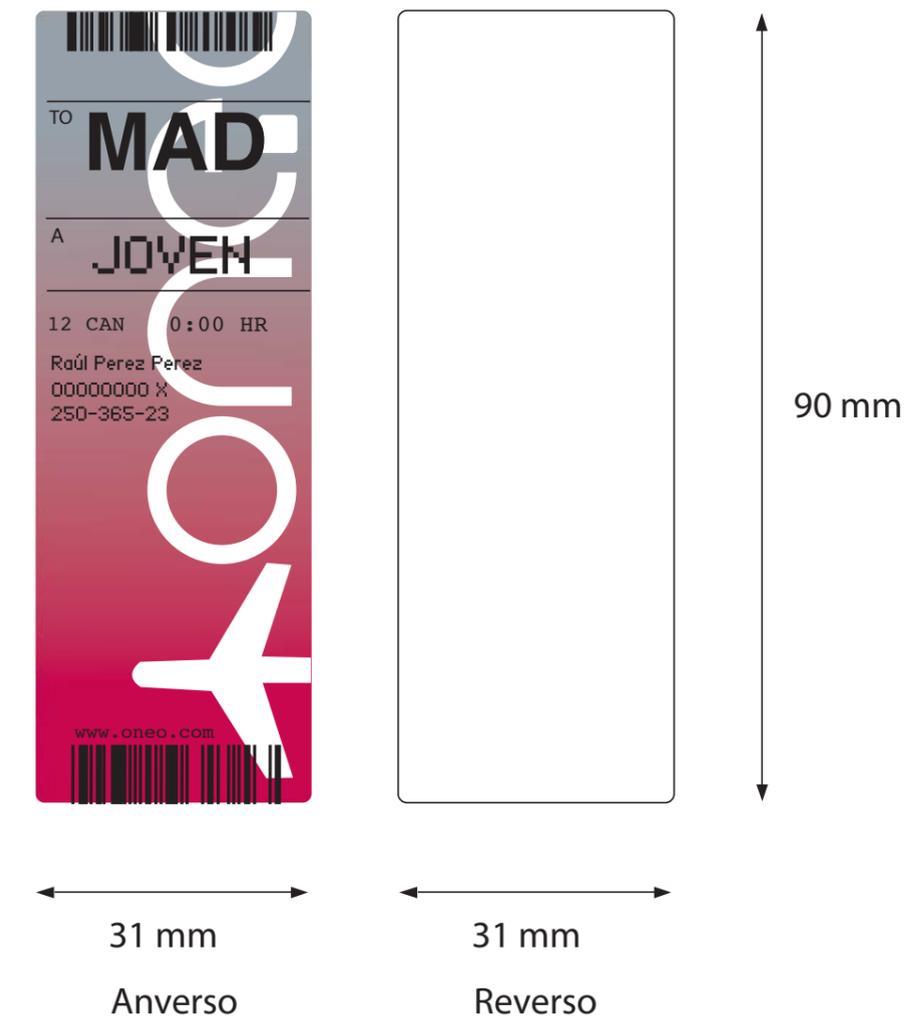
Internet Email Confidentiality footer
Este mensaje y cualquier fichero adjunto esta dirigido unicamente a sus destinatarios y pueden contener informacion confidencial. Si usted considera que ha recibido este correo electronico por error (por asunto, por remitente o por cualquier otra causa), le informamos que cualquier revision, alteracion, impresion copia o transmision de este mensaje o de cualquier fichero adjunto esta prohibida y puede constituir un acto ilegal. Por favor, notifiquele el error al remitente respondiendo a este e-mail y elimine el mensaje y su contenido inmediatamente.

This e-mail and any files transmitted with it are intended soley for the use of the intended recipients and may contain confidential information. If it appears (from the subject matter or address information or otherwise) that you received this email in error, please note that any review, dissemination, disclosure, alteration, printing, copying or transmission of this e-mail or any file transmitted with it is prohibited and may be unlawful.
Please notify us by return email and delete this email and its contents immediately

CD / DVD >



Carnet joven >



Carnet VIP en metacrilato >



Billete de viaje >



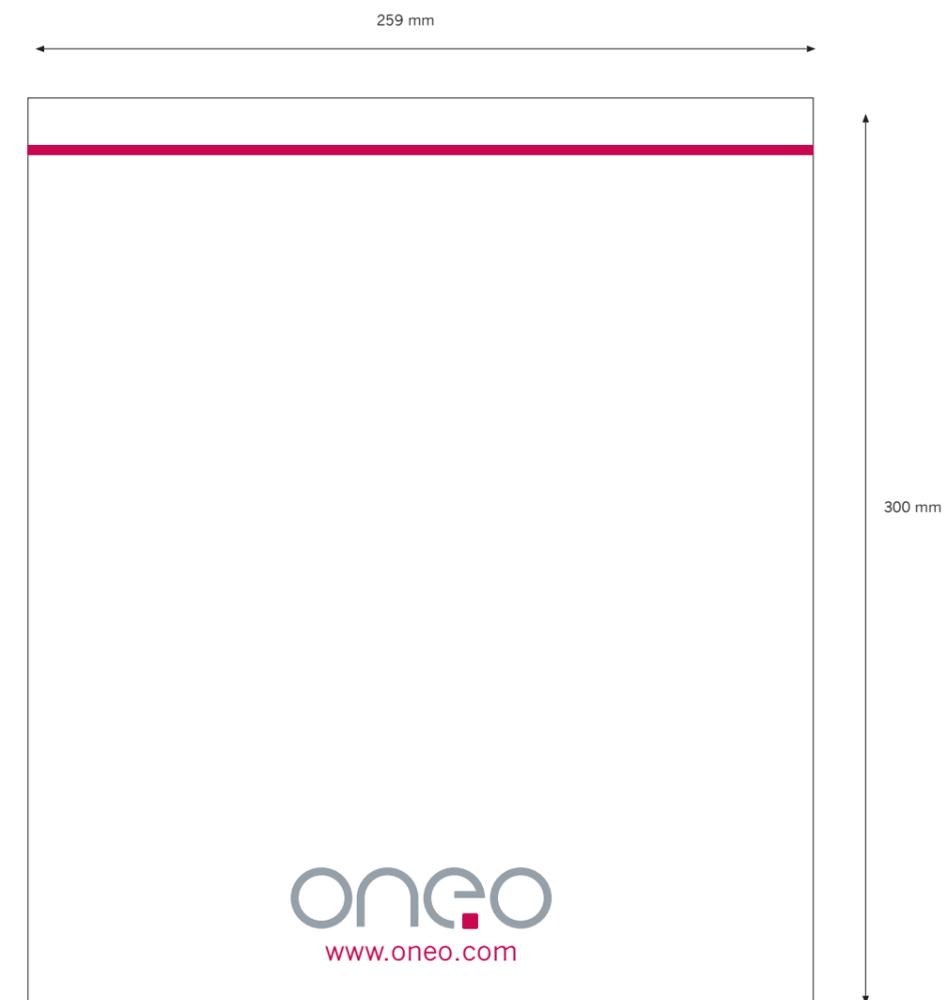
Sobre guarda-billete >



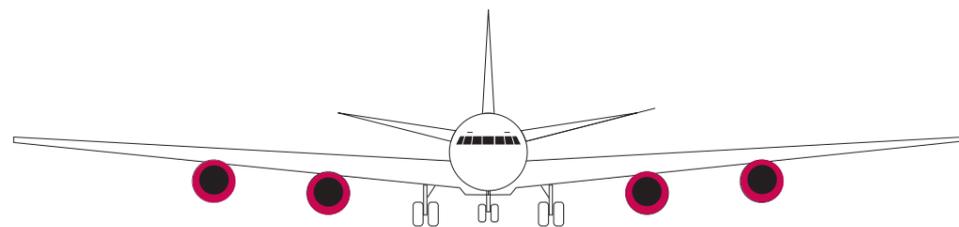
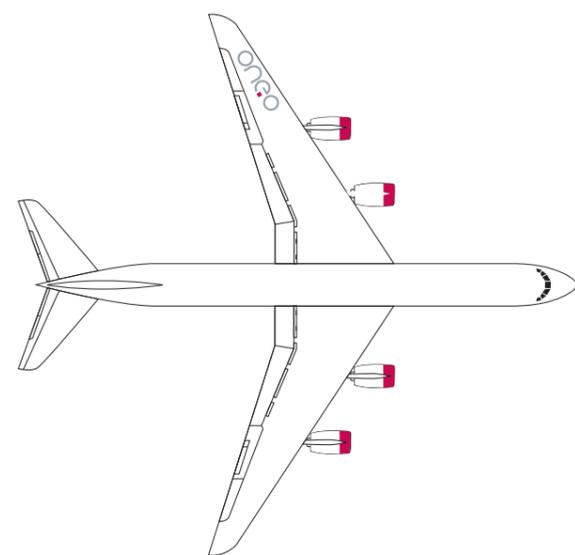
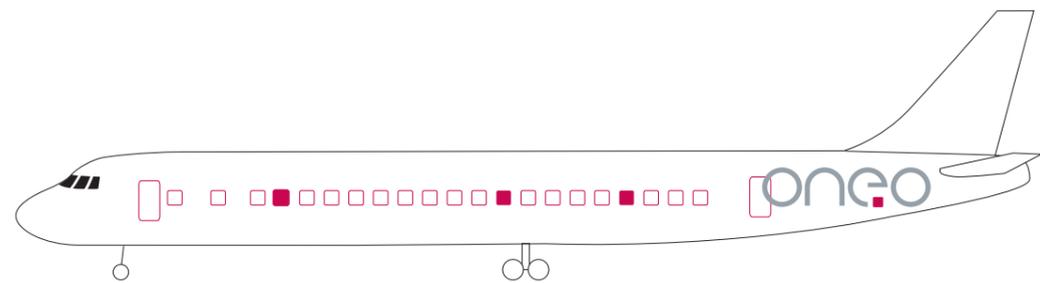
Maletas >



Reposa cabezas >



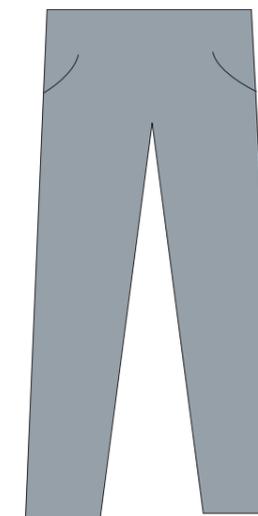
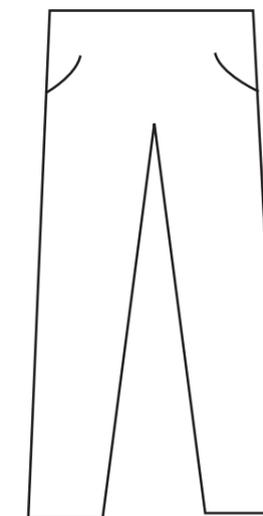
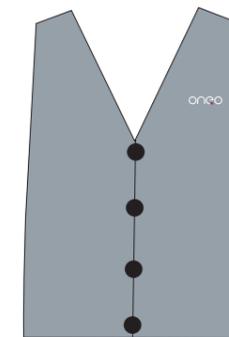
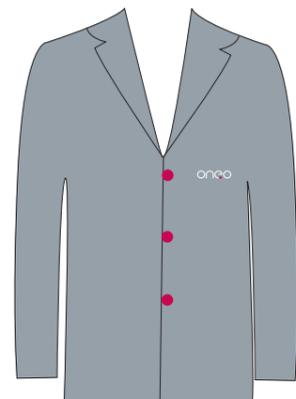
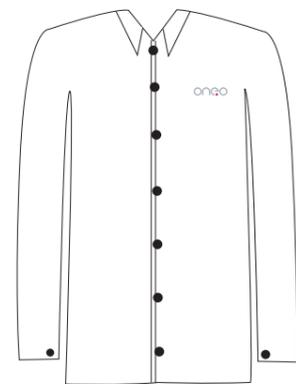
Aviones
Modelo A-340 300 >



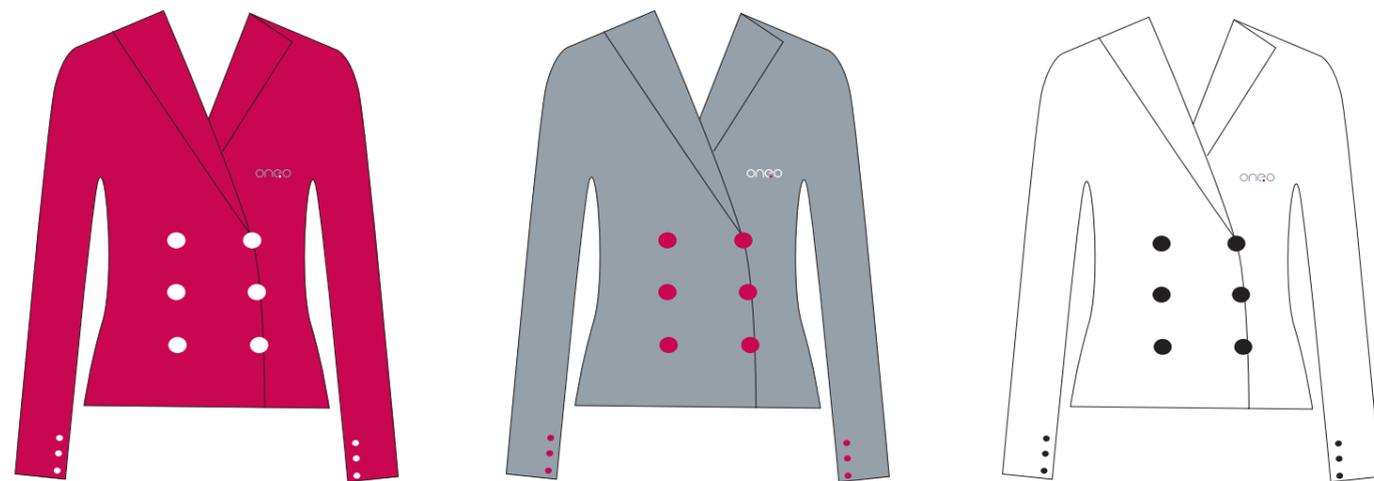
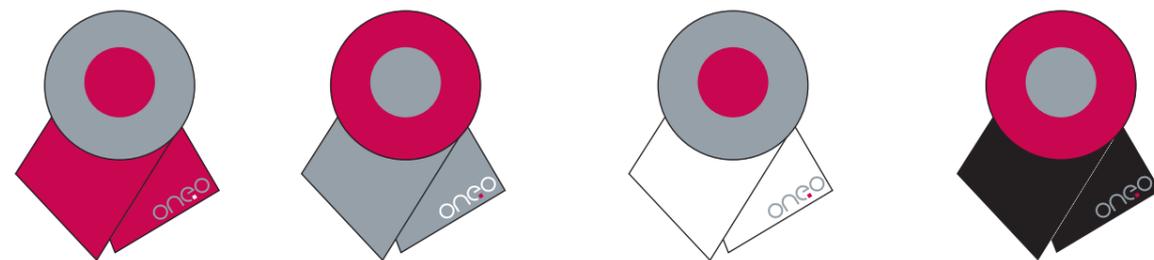
Aviones
Modelo Airbus >



Vestuario masculino >



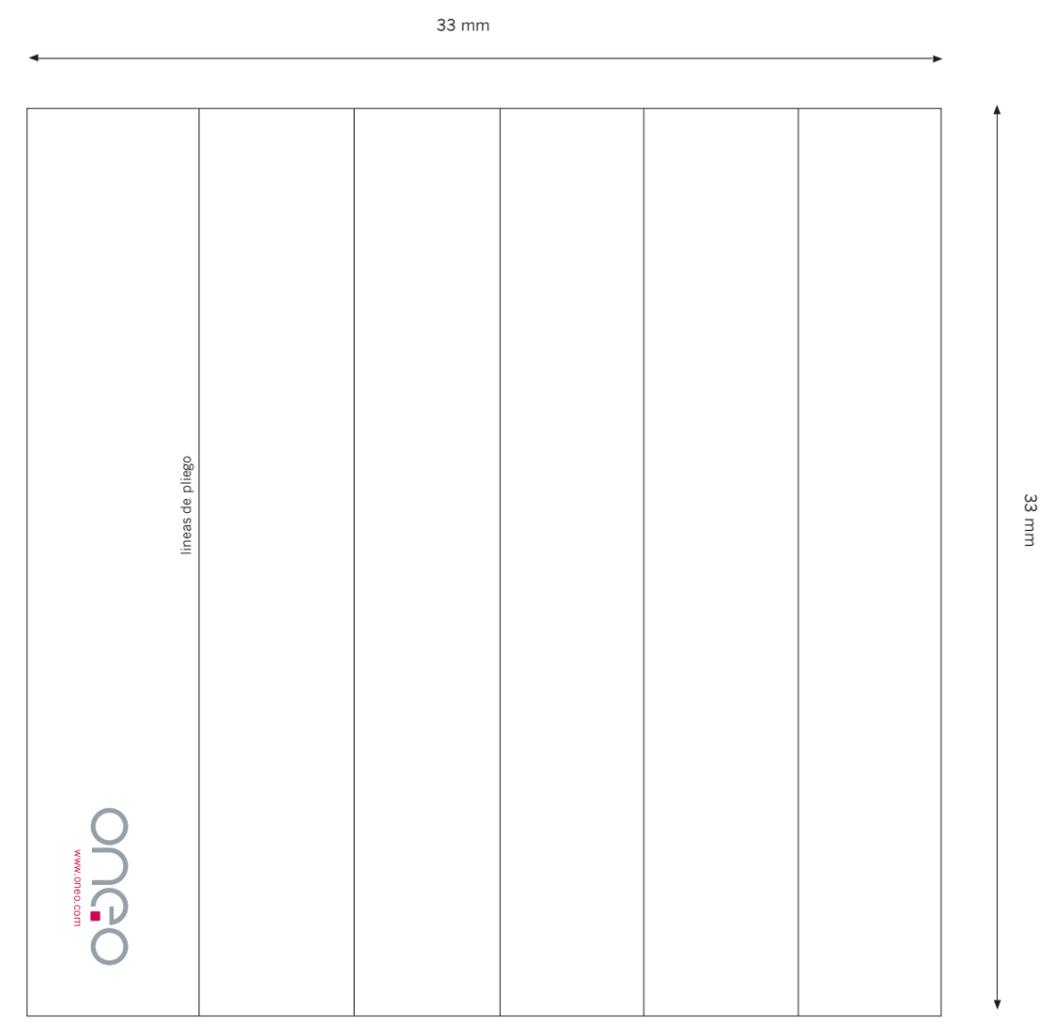
Vestuario femenino >



Bandeja para servir los alimentos >

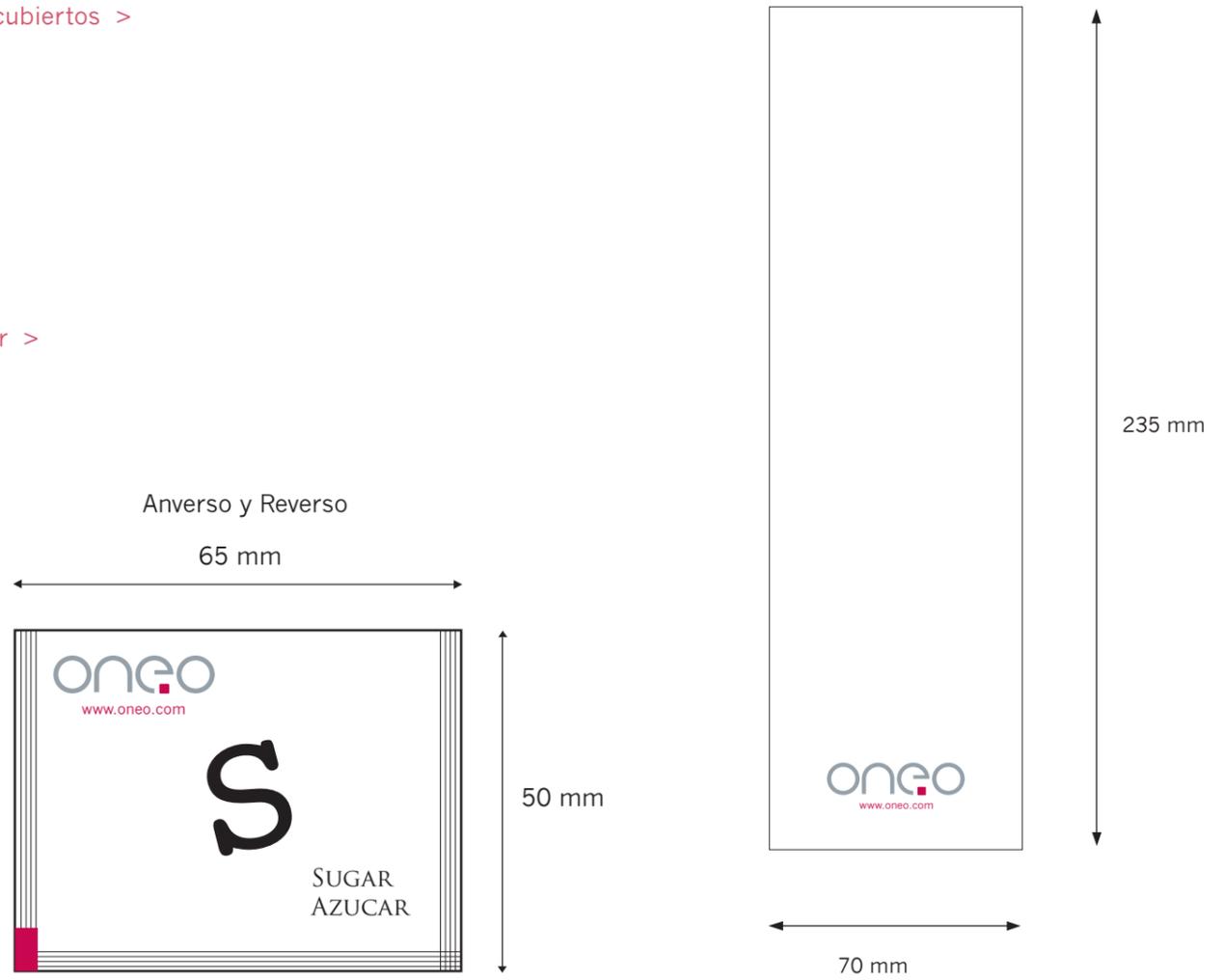


Servilleta >



Bolsa para los cubiertos >

Sobre de azúcar >



MATERIAL GRÁFICO INCLUIDO EN EL CD ADJUNTO
ARCHIVOS JPG / ESP

- > Logotipo principal a color
- > Logotipo en positivo
- > Logotipo en negativo
- > Logotipo & Claim opción 1
- > Logotipo & Claim opción 2
- > Tipografía principal: News Gothic MT
- > Tipografía secundaria: Rotis Serif

www.oneo.com



www.oneo.com
