



Identidad corporativa
Plena inclusión

Este documento resume el Manual de Identidad Corporativa de Plena inclusión. En él se recogen las pautas técnicas para la aplicación de la marca y colores corporativos a las distintas organizaciones: confederación, federaciones, asociaciones, centros y fundaciones.

La identidad corporativa tiene un objetivo primordial: la identificación visual de las entidades y su reconocimiento como miembros de una estructura.

Una correcta aplicación de las normas de identidad aportará a la organización:

- **Cohesión y sentido de pertenencia.** Necesarios ambos para que nuestras entidades recorran un camino en coherencia con su misión y valores y para que generen mediante la unión y el intercambio un impulso que nos mantenga en constante evolución.
- **Posicionamiento.** Solo mediante la identificación conseguiremos ser reconocidos socialmente. Y los símbolos son elementos imprescindibles para lograrlo. Ellos son la firma de la organización, ellos son su rostro.



Significado de la identidad visual



Un trébol de cuatro hojas es una particularidad en la naturaleza, una particularidad con un significado positivo, ya que es símbolo de buena suerte, de mirar al futuro con optimismo.

Los cuatro pétalos simbolizan la unidad, el trabajo en común, pero también la diversidad (cada uno de ellos es de un color ligeramente diferente). Entre ellos, se destaca uno, que compone una P, lo que apunta a "Plena", pero también a "persona", a "peculiar", a "promesa"...

Pero ante todo esos 4 pétalos simbolizan la "Plena Inclusión": ese pétalo destacado, de mayor tamaño, representa a la persona con discapacidad intelectual que –con sus características propias–, está plenamente incluida. Sin ella, el trébol sigue siendo un trébol, pero es un trébol corriente. Con ella, se convierte en un trébol extraordinario, casi único, ese trébol que a cualquiera nos gustaría encontrarlos".

Logotipos corporativos

Versión principal

La versión horizontal de nuestro logotipo será la que utilizaremos habitualmente salvo excepciones.



Versión secundaria

El uso de esta versión vertical queda restringido a piezas de formato marcadamente vertical (piezas cuyo alto sea cuatro veces mayor que el ancho de la misma).



Área de seguridad - Tamaño mínimo

Versión principal

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al ancho de la letra "P" mayúscula de la palabra "Plena".



Versión secundaria

Para asegurar la óptima aplicación y percepción del logotipo en todos los soportes y formatos, se ha determinado un área de seguridad que establece una distancia mínima respecto a los textos y elementos gráficos equivalente al ancho de la letra "P" mayúscula de la palabra "Plena".



Paleta de color

Nuestra paleta de colores cuenta con colores primarios y secundarios. Los primarios son los colores de nuestro logotipo y los emplearemos en piezas corporativas o de marca; mientras que los secundarios se pueden utilizar en piezas de *merchandising* y publicidad como detalles o textos y siempre evitando que sean el color dominante. Excepcionalmente los podemos usar en algunas piezas de señalización.

Colores primarios

PANTONE 367C
C-50, M-0, Y-80, K-0
R-146, G-194, B-86
#92C256



PANTONE 361C
C-65, M-0, Y-100, K-0
R-101, G-179, B-46
#65B32E



PANTONE 349C
C-100, M-32, Y-100, K-20
R-0, G-105, B-52
#006934

PANTONE 355C
C-80, M-10, Y-100, K-0
R-40, G-155, B-56
#289B38

PANTONE 445C
C-65, M-48, Y-48, K-40
R-79, G-89, B-90
#4F595A

Colores secundarios

PANTONE 1655C
C-0, M-63, Y-91, K-0
R-239, G-119, B-35
#EF723



PANTONE 299C
C-85, M-19, Y-0, K-0
R-0, G-152, B-216
#0098D8



Escala de grises

En caso de que la marca deba aplicarse en escala de grises (piezas en blanco y negro) estos son los porcentajes de opacidad que se deben utilizar.

La base de gris que utilizaremos es nuestro gris Pantone 445 C.



Logotipos corporativos a una tinta

Versión positiva horizontal



Versión negativa horizontal



Versión positiva vertical



Versión negativa vertical



Tipografías

Principal

La tipografía corporativa es la familia FS Fedra, será la tipografía de uso genérico y obligada en todos los soportes y documentos, ya sean internos o externos

Fedra Sans Pro Light

Fedra Sans Pro Light Italic

Fedra Sans Pro Book

Fedra Sans Pro Book Italic

Fedra Sans Pro Medium

Fedra Sans Pro Medium Italic

Fedra Sans Pro Bold

Fedra Sans Pro Bold Italic

Secundaria

Para soportes o aplicaciones que, por razones técnicas, no permitan la utilización de la tipografía corporativa, por ejemplo en la página web o documentos editables Word, se utiliza la tipografía Arial.

Arial Regular

Arial Italic

Arial Bold

Arial Bold Italic

Arquitectura - Federaciones y Asociaciones

Cuando se incorpora la federación junto con la marca Plena inclusión el límite son las últimas dos letras de la palabra PLENA duplicadas.

Esta prohibido pasar de este espacio pues el peso de la marca se balancea hacia la derecha.



Cuando una federación quiere asumir la identidad visual y nombre de Plena inclusión, la construcción de la marca se hará añadiendo el nombre de la localidad o población de la asociación, en peso medium, entre el nombre de la marca y el de la federación a la que pertenece que irá en book.



Cuando la asociación opte por mantener su identidad corporativa la relación con Plena inclusión es una nueva forma de *co-branding*. La medida límite de altura es el pétalo que crea la letra "P" del símbolo. Los logotipos no podrán sobrepasar esta medida. La distancia entre los dos logotipos es la misma medida mencionada antes.





Avda. General Perón, 32, 1º 28020 Madrid

Tfno.: 915567413 / 649164316

comunicacion@plenainclusion.org

www.plenainclusion.org