

# MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA



# INTRODUCCIÓN AL MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Este manual es un documento de carácter normativo que presenta, describe y explica los signos básicos que definen la identidad visual corporativa de Rieju, así como la aplicación de los mismos en algunos soportes a través de los que se manifiesta. El conjunto de todas estas aplicaciones conforman el manual de identidad corporativa.

El objetivo básico de este manual es conseguir una identidad corporativa coherente, clara, sinérgica y que proyecte adecuadamente la imagen de la entidad hacia el futuro.

Se pretende que este documento sea muy práctico y que actúe como referencia obligada para las personas que intervengan de alguna manera en la creación o en el diseño de cualquier documento, anuncio o comunicación de la Rieju, tanto si es interno como sí es externo.

Se incluyen las normas de diseño, de construcción y de aplicación de los elementos básicos de una manera basta flexible porque estas normas se puedan adaptar fácilmente a las necesidades que se planteen en torno a un proyecto gráfico concreto o de los apoyos que puedan aparecer en el futuro.

El resto del material incluido en este manual establece, en unos casos piezas totalmente definidos como la papelería y normas genéricas de otros como es el caso de la señalética, publicidad, etc.

Las piezas no definidas en este Manual se realizarán respetando los criterios generales y el estilo marcado por este.

Su uso es obligatorio por todos los departamentos de la empresa en la definición de elementos gráficos de comunicación. Así como para los proveedores de soportes gráficos, como: publicistas, diseñadores gráficos, impresores, creadores audiovisuales, etc.





# SÍMBOLOS DE IDENTIDAD DE MARCA



1/ **LA MARCA**

# LA MARCA

La marca de Rieju se compone de 3 elementos de construcción básicos. El símbolo, el logotipo y el claim de marca. Dichos elementos no pueden ser modificados bajo ningún concepto, a excepción de los señalados en este manual de identidad corporativa.

Preferentemente utilizaremos la versión tipográfica de la marca en todos los elementos de comunicación que sea posible. La normativa de aplicación de los elementos de la marca en los diferentes elementos será descrito en un capítulo posterior (XXXX) en este manual.

### Presentación restyling de marca para Rieju

Planteamos un rediseño de la marca sutil pero eficiente, con tal de mejorar su lectura y reconocimiento en todos soportes y conceptos de actuación de la identidad corporativa de Rieju.

Para el rediseño, hemos mejorado la geometría general de la marca, tanto del símbolo como del logotipo.

Versión marca horizontal

Símbolo



Marca tipográfica

**RIEJU**

FOR EVERYDAY ADVENTURE

Píe de marca

### **El logotipo**

La tipografía de la palabra Rieju ha sido rediseñada en exclusiva para la identidad visual corporativa de la empresa, la parte tipográfica del logotipo no puede ser modificada ni reemplazada por tipografías similares.

Versión de marca preferente

---

**RIEJU**



### El símbolo

Por cuestiones estratégicas marcadas por el departamento de marketing del grupo, el símbolo de la marca Rieju se ha mantenido igual que la versión anterior.

Símbolo de marca

---



### **El símbolo**

En algunos elementos de comunicación visual utilizaremos el símbolo junto la url web del grupo.

Símbolo de marca

---



**WWW.RIEJUMOTO.COM**

### Declinaciones cromáticas de la marca

La marca de Rieju cuenta con unas declinaciones cromáticas para casos de limitaciones de reproducción o de soporte.



**RIEJU**



**RIEJU**



### Declinaciones cromáticas de la marca

La marca de Rieju cuenta con unas declinaciones cromáticas para casos de limitaciones de reproducción o de soporte.



**RIEJU**



**RIEJU**



### Area de protección de la marca

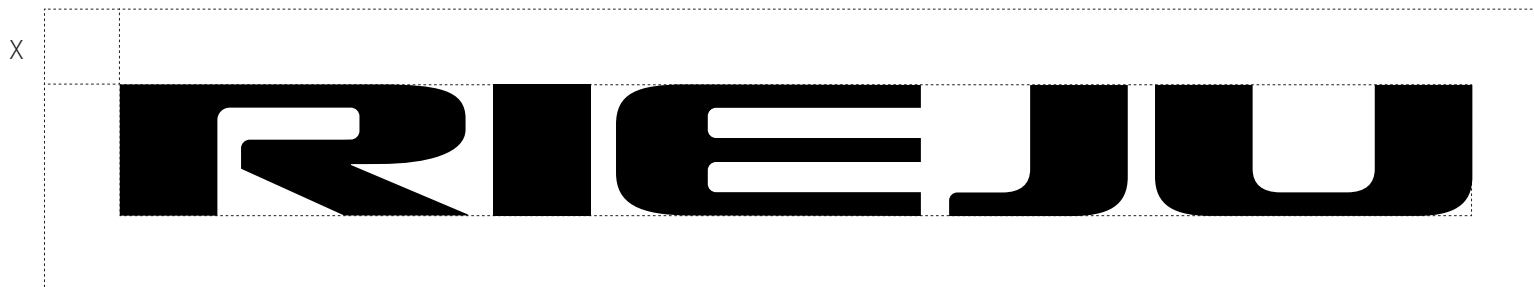
Alrededor de la marca se delimita una zona de protección que impide la inclusión de cualquier elemento gráfico que altere o desvirtúe la identidad de la marca.





### **Area de protección de la marca**

Alrededor de la marca se delimita una zona de protección que impide la inclusión de cualquier elemento grafico que altere o desvirtúe la identidad de la marca.



### **Area de protección del símbolo**

Alrededor de símbolo también se delimita una zona de protección que impide la inclusión de cualquier elemento gráfico que altere o desvirtúe la identidad de la marca.



### **Area de protección del símbolo**

Alrededor de símbolo también se delimita una zona de protección que impide la inclusión de cualquier elemento gráfico que altere o desvirtúe la identidad de la marca.

X





## 2/ **COLORES** CORPORATIVOS

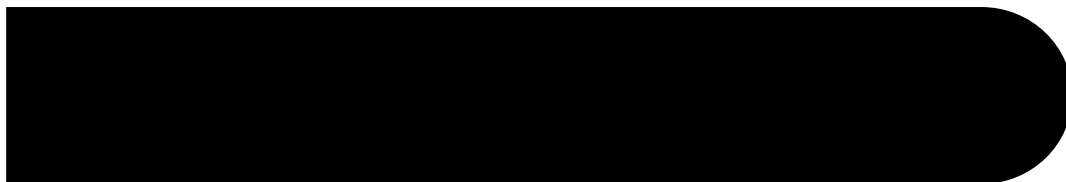
### La marca, colores corporativos

La gráfica corporativa de Rieju cuenta con un conjunto de colores que configuran su imagen cromática. Estos colores se agrupan en tres series: corporativos, secundarios y de prestigio.



#### PANTONE 185 C

CMYK: Cian: 0% / Magenta: 100% / Yellow: 78% Black: 0%  
RGB: Red: 224 % / Green: 0% / Blue 52%  
HTML: E00034



#### PANTONE BLACK C

CMYK: Cian: 0% / Magenta:0% / Yellow: 0% Black: 100%  
RGB: Red: 30 % / Green: 30% / Blue 30%  
HTML: 1E1E1E



## Colores secundarios y de prestigio

Estos los colores se agrupan en tres series: corporativos, secundarios y de prestigio.



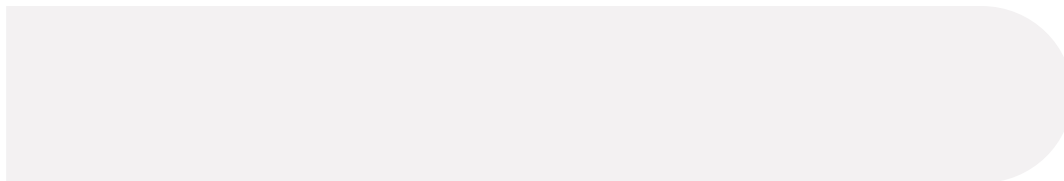
### PANTONE METALLIC 871 C

---

CMYK: Cian: 40% / Magenta: 40% / Yellow: 70% Black: 30%

RGB: Red: 224 % / Green: 0% / Blue 52%

HTML: 85754E



### PANTONE 422 C

---

CMYK: Cian: 5% / Magenta:5% / Yellow: 5% Black: 30%

RGB: Red: 5 % / Green: 5% / Blue5%

HTML: 9EA1A2



# 3/ **TIPOGRAFÍA** CORPORATIVA

### **Tipografía corporativa**

La tipografía es uno de los signos básicos de la imagen corporativa de Rieju, junto con el logotipo y el color. Identifica y cohesiona toda la comunicación de la empresa. Es su forma de expresión.

Y se usará en todas las piezas de comunicación, exceptuando los documentos de autoedición.

### Tipografía preferente

La tipografía utilizada para todas las aplicaciones en general es la EXO en todas sus variantes. Esta tipografía también se utiliza, por ejemplo, en documentos internos, memorias, papel comercial, manuales...

Exo light

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Exo medium

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Exo bold

---

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**0123456789**

Exo light italic

---

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*0123456789*

Exo medium italic

---

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*0123456789*

Exo bold italic

---

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***0123456789***

### Tipografía auxiliar para elementos de comunicación visual

Para elementos y visuales comerciales de comunicación visual utilizaremos la familia tipográfica Bebas Neue en todas sus variantes.

Bebas Neue think

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

Bebas Neue light

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

Bebas Neue book

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

Bebas Neue regular

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

Bebas Neue bold

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789

### Tipografía auxiliar para elementos y publicaciones digitales

Para elementos y publicaciones digitales de la comunicación del grupo utilizaremos la familia tipográfica helvética en todas sus variantes.

Helvética light

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Helvética light italic

---

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789*

Helvética regular

---

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

Helvética italic

---

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789*

Helvética bold

---

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789**

Helvética bold italic

---

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789***





# CÓDIGO GRÁFICO CORPORATIVO

### **Código gráfico corporativo general**

Para construir una imagen coherente, solida y singular, acorde con el resto de elementos de la identidad corporativa de la nueva imagen de Rieju, en este capítulo definiremos un código grafico general, para aplicar a los diferentes elementos de comunicación visual del grupo.

Para garantizar una correcta utilización del código se ha creado una pauta aproximada de como y cuando utilizar los colores, tipografía y recursos gráficos corporativos.



### Código gráfico corporativo general

El código gráfico corporativo lo forman 4 elementos

1. El logotipo de Rieju aplicado en la parte superior del visual.
2. Los degradados multiplicados de manera sutil en la imagen de producto/concepto del visual.
3. La tipografía corporativa con el nombre de producto o claim del concepto.
4. Símbolo Rieju y web en el footer de los visuales.

Como se puede apreciar en el visual, la simplicidad y contundencia de los recursos y las formas generan una imagen muy singular dinámica y vanguardista, que es la que queremos que transmita la marca.



**DEGRADADOS**

Multiplicados con el  
fondo 80%

**TEXTO PRODUCTO / CLAIM**

Tipografía Bebas Neue Bold

**TEXTO PRODUCTO / CLAIM**

Tipografía Bebas Neue Bold

**RIEJU**

**MARCA RIEJU**

**DEGRADADOS**

Multiplicados con el  
fondo 80%

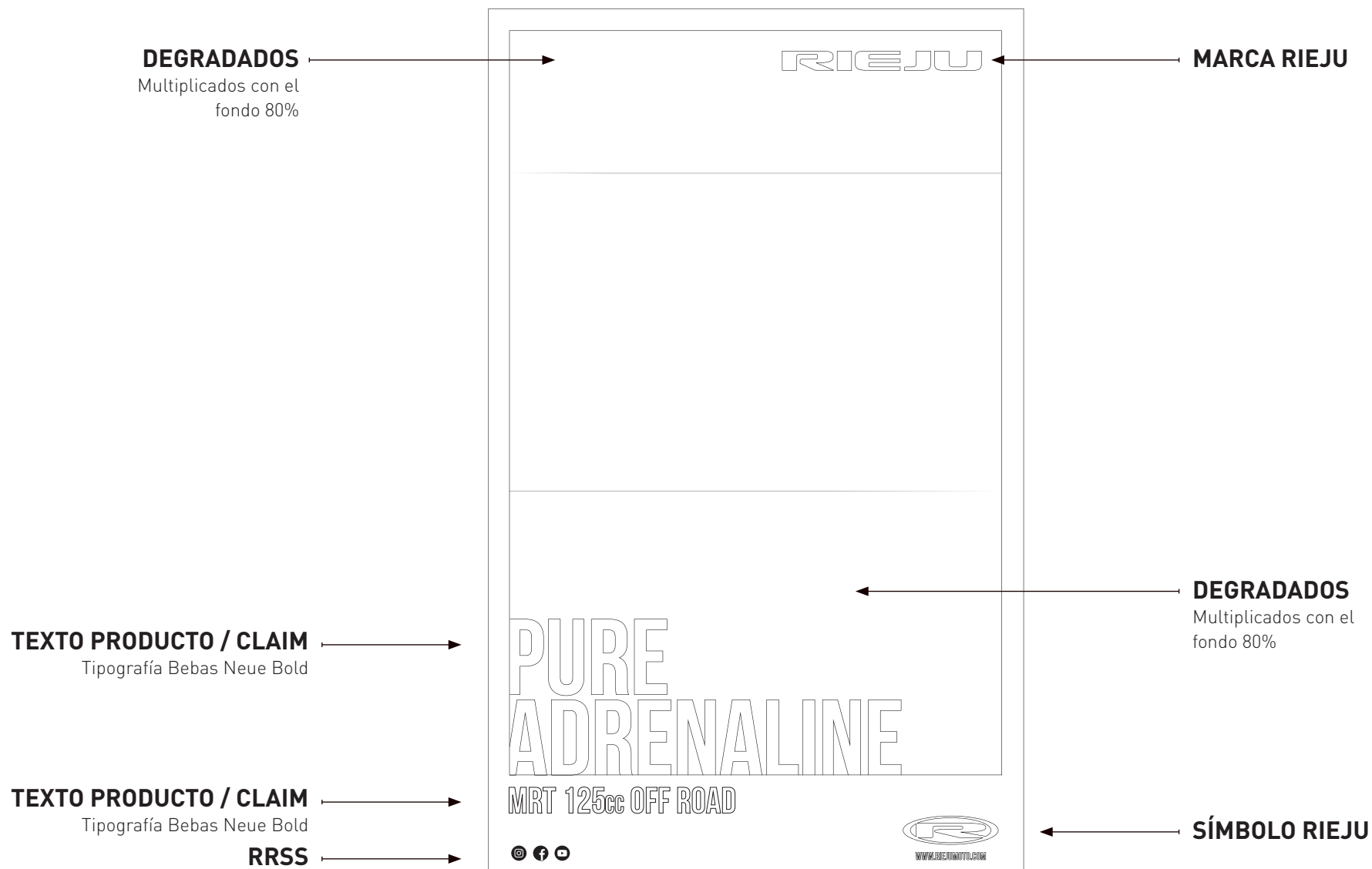
**PURE  
ADRENALINE**

**MRT 125cc OFF ROAD**



WWW.RIEJUMOTO.COM

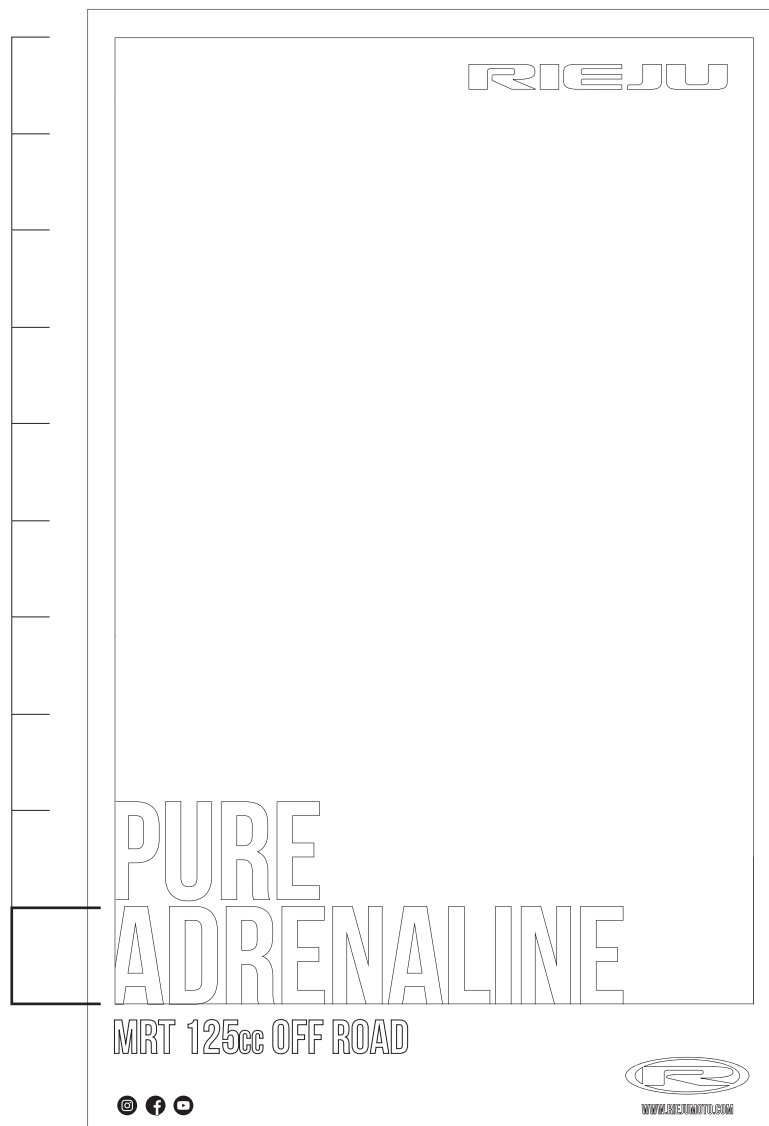
**SÍMBOLO RIEJU**



**Retícula de construcción /  
Relación medida texto  
en visuales verticales**

**Relación medida texto en  
visuales verticales (1/10)**

Tipografía Bebas Neue Bold



**Retícula de construcción / Relación medida texto  
en visuales horizontales**

**Relación medida texto en vi-  
suales horizontales (1/6)**

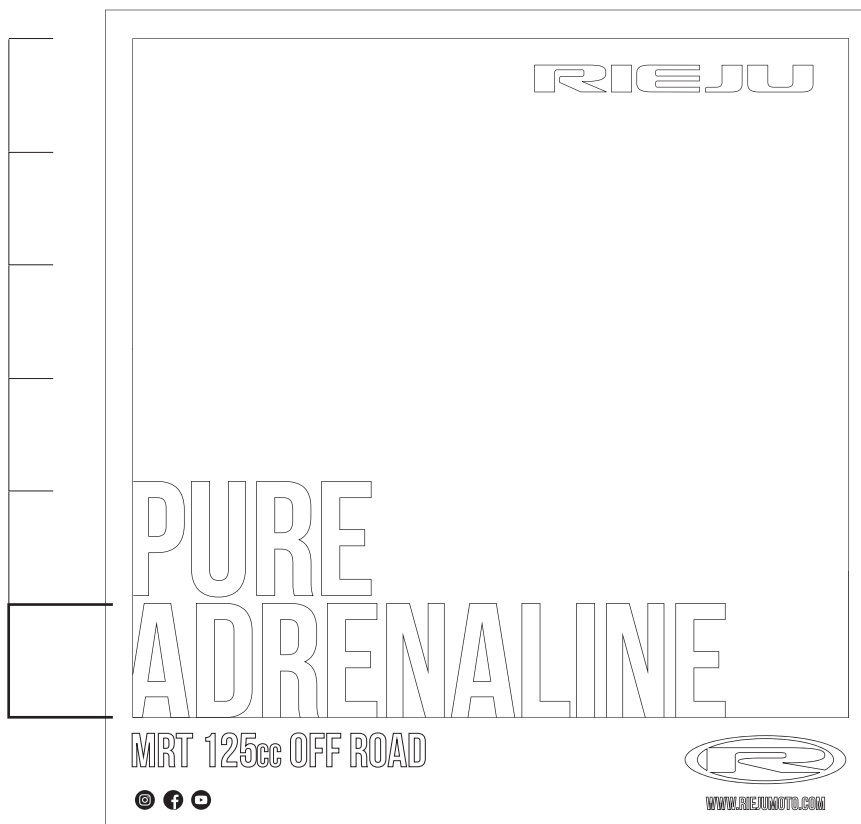
Tipografía Bebas Neue Bold



**Retícula de construcción / Relación medida texto en visuales square**

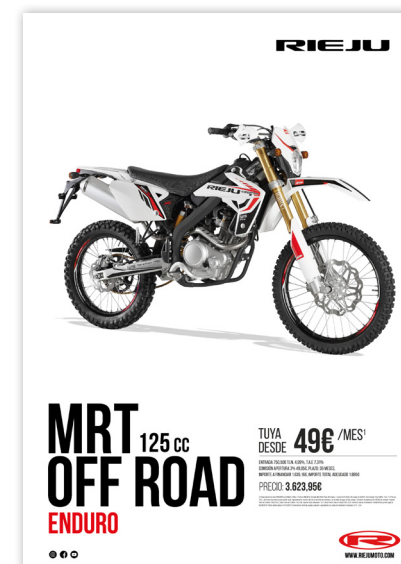
**Relación medida texto en visuales square (1/6)**

Tipografía Bebas Neue Bold





## Ejemplo de visuales



## Ejemplo de visuales

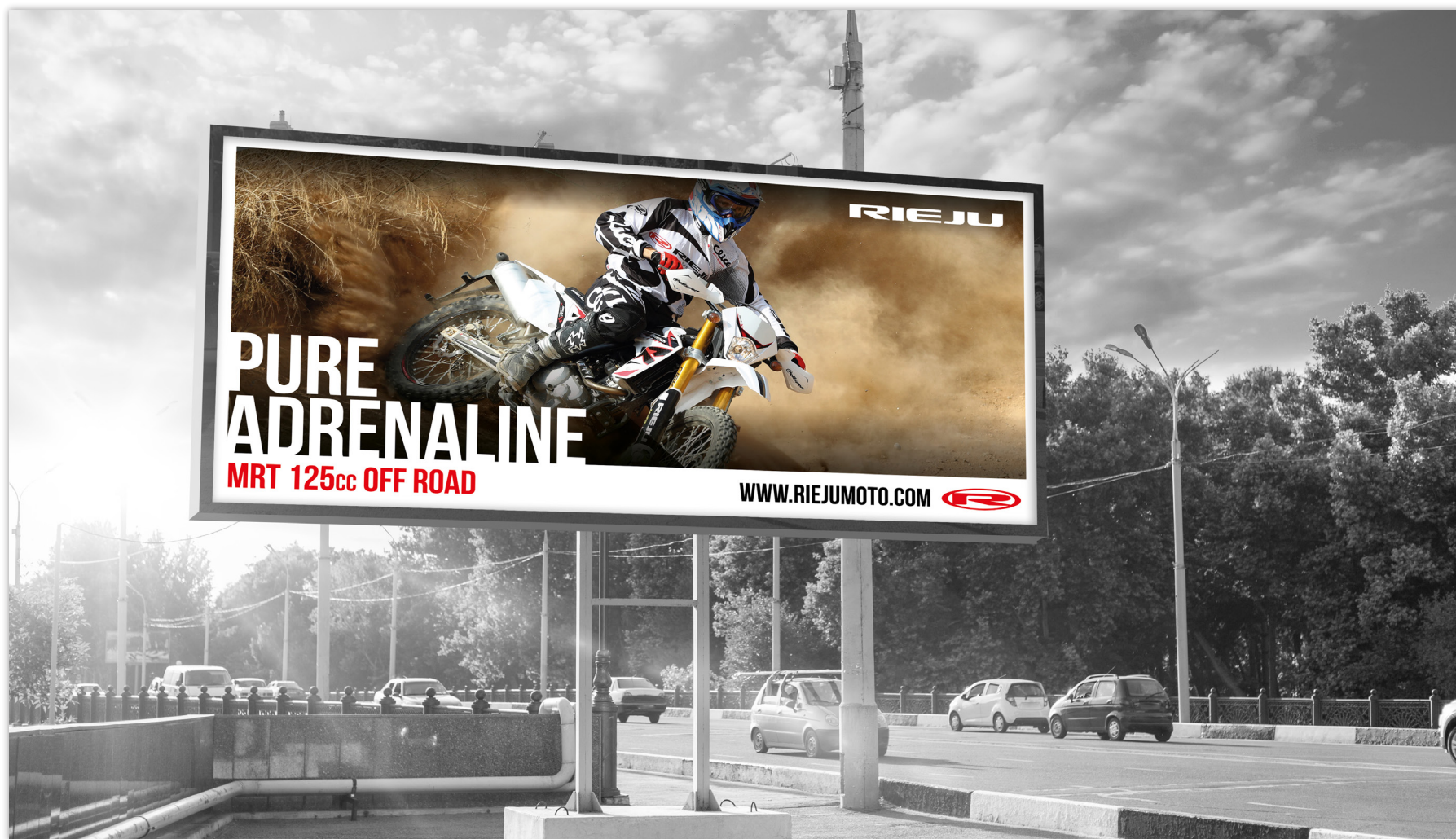




Ejemplo de del código gráfico aplicado a tres conceptos de productos



### Ejemplo billboard

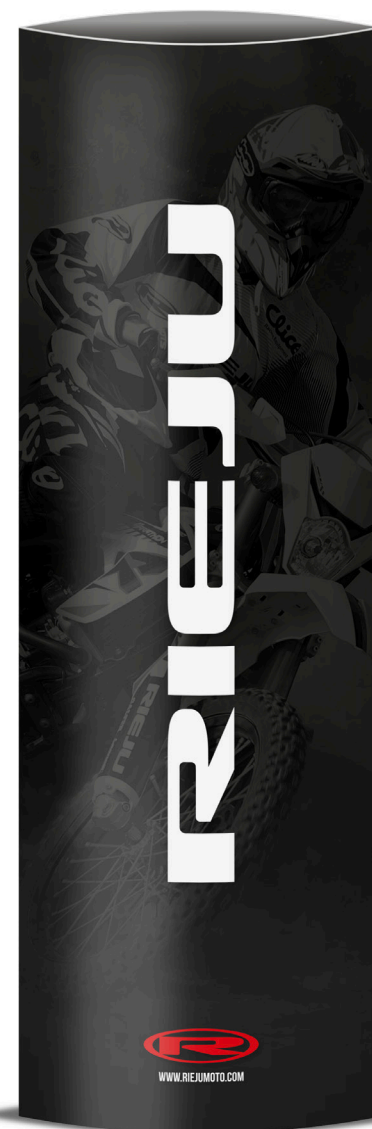




### Ejemplo mupi en marquesina



Totem elíptico









### Ejemplos de portada de catálogo de producto



Ejemplo de portada  
Strada 125 cc



Ejemplo de portada  
MRT 125 cc





# ELEMENTOS DE COMUNICACIÓN GRÁFICA



“ESTABLECER **UNA CORRECTA LÍNEA DE COMUNICACIÓN GRÁFICA** REFUERZA LA IMAGEN DE LA MARCA DANDO HOMOGENEIDAD Y COHERENCIA AL DISCURSO Y A LOS CONCEPTOS QUE REPRESENTA, POTENCIANDO SU RECONOCIMIENTO, **Y POR TANTO SU VALOR.**”



# FIRMAS **DIGITALES**

## EJEMPLO DE FIRMA DIGITAL



### **Ignasi Boadas**

Dpto. Marketing

Rieju S.A.

Avda. Empordà s/n  
Polígono Industrial Pont del Príncep  
17469 Vilamallà (GIRONA, SPAIN)  
T. +34 972 500 850  
[www.riejumoto.com](http://www.riejumoto.com)



Rieju S.A.

Avda. Empordà s/n  
Polígono Industrial Pont del Príncep  
17469 Vilamallà (GIRONA, SPAIN)  
T. +34 972 500 850  
[www.riejumoto.com](http://www.riejumoto.com)

## EJEMPLO DE FIRMA DIGITAL



### Ignasi Boadas

Dpto. Marketing  
Rieju S.A.

Avda. Empordà s/n  
Polígono Industrial Pont del Príncep  
17469 Vilamallà (GIRONA, SPAIN)  
T. +34 972 500 850  
[www.riejumoto.com](http://www.riejumoto.com)



### Tipografía auxiliar

Al ser un elemento digital  
utilizaremos la tipografía auxiliar  
Helvetica en sus diferentes  
variantes.



# PAPELERÍA CORPORATIVA **BÁSICA**

## Papelería corporativa básica



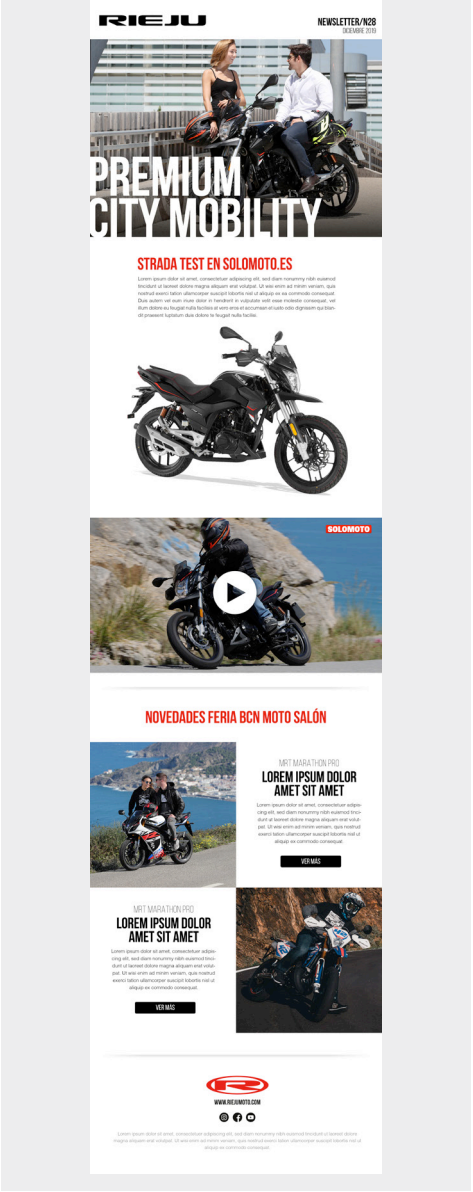
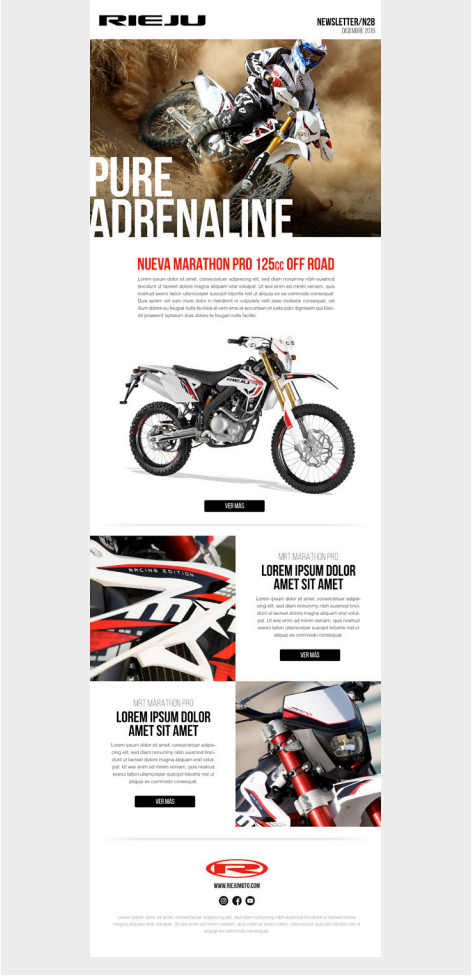


# LÍNEA GRÁFICA DE COMUNICACIÓN EN **RRSS**



NEWSLETTER RIEJU

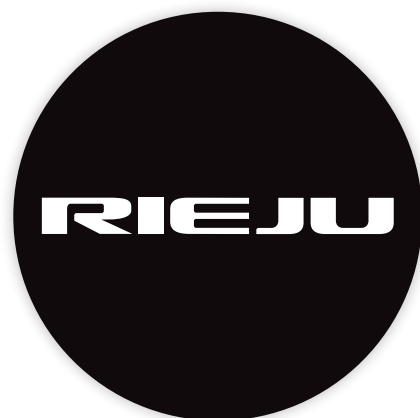
Muestras de newsletters para ser editadas  
en la plataforma mailchimp





**FOTOS PERFIL PARA RRSS**

INSTAGRAM, FACEBOOK, TWITTER, YOU TUBE



## **Código grafico para entradas RRSS-INSTAGRAM**

Para construir una imagen coherente, solida y singular, acorde con el resto de elementos de la identidad corporativa de la nueva imagen de Rieju, en este capítulo definiremos un código grafico, para aplicar a las publicaciones de la empresa en instagram.

Por el momento estructuraremos las entradas en 5 tipologías diferentes, más adelante si por las necesidades de comunicación/estrategias de marketing, se necesitan nuevas tipologías se realizaran, siempre siguiendo las bases establecidas en este manual.

## Tipología de publicación 1. simple sin elemento de diseño

1 módulo instagram



### 1 módulo instagram simple para foto sinelemento de diseño

Para este tipo de publicaciones, dejaremos la foto del fondo en escala de grises y la foto del piloto y de la moto al color a un -40% de saturación

## Tipología de publicación 2. simple CONCEPTO

1 módulo instagram



### 1 módulo instagram simple para foto y claim de concepto

Para este tipo de publicaciones, en la medida que sea posible tenemos que intentar que las imágenes o vídeos sean de la mejor calidad posible, para mantener la armonía e identidad gráfica del feed o layout del mosaico de la cuenta de instagram.

### Tipología de publicación 3. simple PRODUCTO

1 módulo instagram



#### 1 módulo instagram simple para foto de producto de estudio

Para este tipo de publicaciones, en la medida que sea posible tenemos que intentar que las imágenes o vídeos sean de la mejor calidad posible, para mantener la armonía e identidad gráfica del feed o layout del mosaico de la cuenta de instagram.



### Tipología de publicación 4. simple MENSAJE

1 módulo instagram



#### 1 módulo instagram simple para post de mensaje

Para este tipo de publicaciones, en la medida que sea posible tenemos trabajar mensajes simples pero contundentes y con cierta carga conceptual,

### Tipología de publicación 5. simple Partner

1 módulo instagram



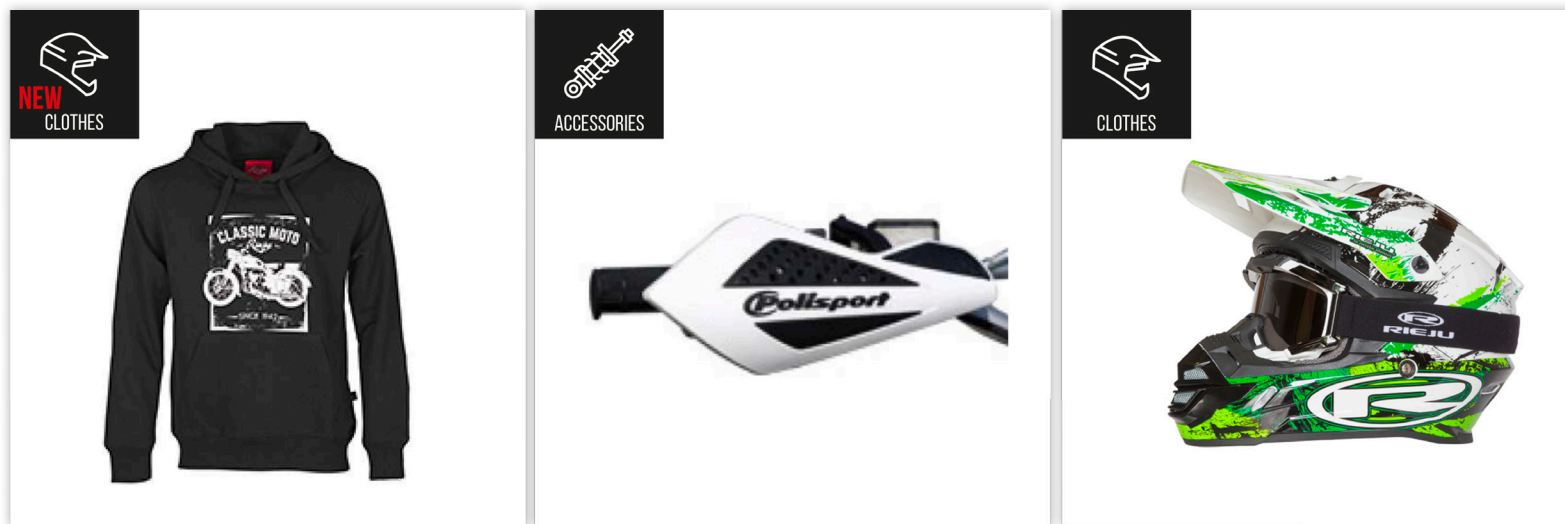
#### Estructura para la presentacion de partners

Presentamos una tipología de layout para la preentación de marcas partner de Rieju



### Tipología de publicación 6. Foto de accesorios / ropa

1 módulo instagram.



#### 1 módulo instagram simple para fotos de productos

Ejemplo de layout para la presentación de los productos (ropa y accesorios) sobre fondo blanco.

## Tipología de publicación 6. Foto de accesorios / ropa en contexto

1 módulo instagram.

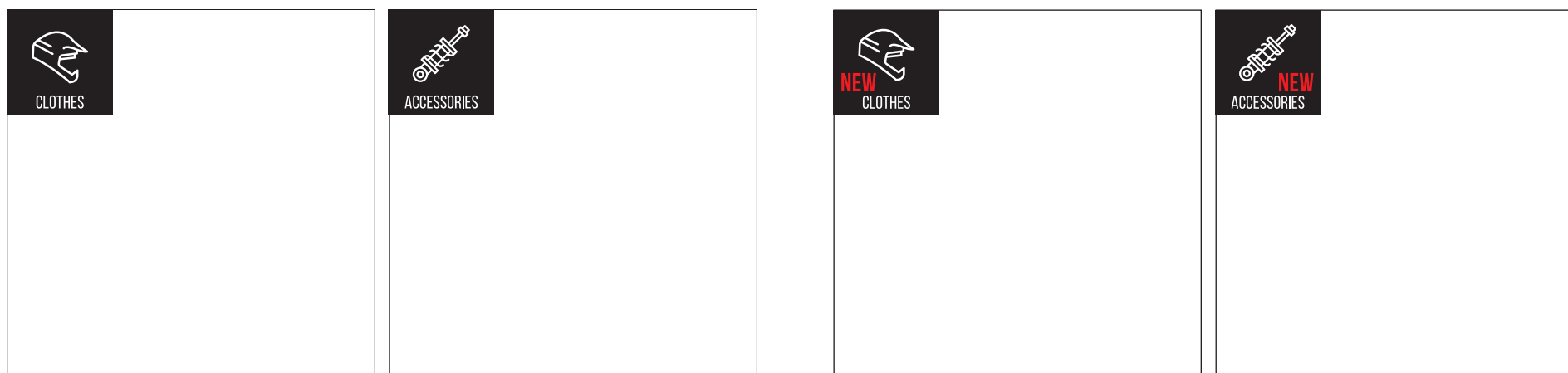


### 1 módulo instagram simple para fotos de productos

Ejemplo de layout para la presentación de los productos (ropa y accesorios) sobre fondo blanco.

## Tipología de publicación 6. Foto de accesorios / ropa

1 módulo instagram.



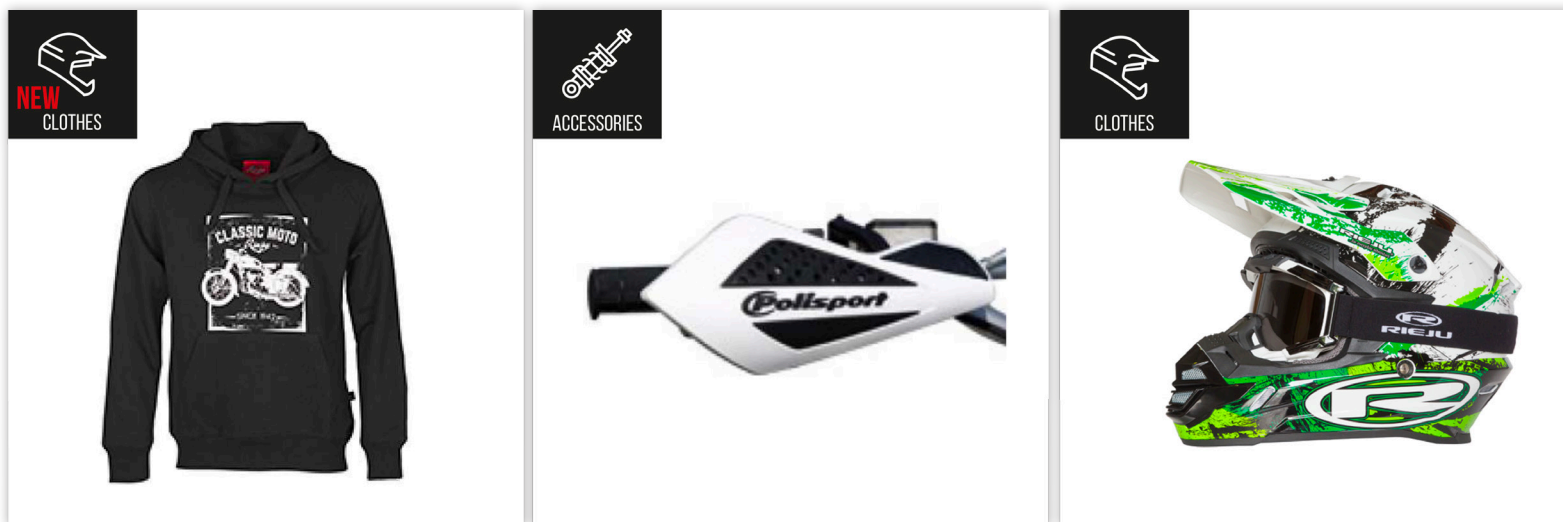
### Iconografía accesorios y ropa

Iconografía para incluir en el diseño de los módulos de ropa y accesorios

### Tipología de publicación 6. Foto de accesorios / ropa en contexto

1 módulo instagram.

Fotos con un 40% menos de saturación de color



#### 1 módulo instagram simple para fotos de models clásicos

Utilizando un layout parecido al de la foto de estudio de producto cambiamos el logotipo de Rieju y la saturación de la imagen.

### Tipología de publicación 7. Foto de modelos clásicos

1 módulo instagram.

Fotos con un 40% menos de saturación de color



#### 1 módulo instagram simple para fotos de modelos clásicos

Utilizando un layout parecido al de la foto de estudio de producto cambiamos el logotipo de Rieju y la saturación de la imagen.

### Tipología de publicación 8. triple “producto en contexto”

3 módulo instagram



#### 3 módulos instagram

Para este tipo de publicaciones, planteamos la presentación del producto en su contexto. Hemos de buscar fotos espectaculares, similares a la del ejemplo, con gran carga conceptual y con un punto aspiracional para el target de cliente a las que van dirigidas.



### Tipología de publicación triple “producto en contexto”

Layout del módulo de información





## Tipología de publicación 9. superfoto

9 módulo instagram



### 9 módulos instagram

Para eventos, lanzamientos o acciones especiales que decida el departamento de marketing, se puede plantear la 4 opción de publicación. Un post de nueve módulos.

No se tiene de abusar de este recurso, para no saturar al seguidor.

### **Burbujas perfil instagram**

Ejemplo de las burbujas instagram stories



OFF ROAD



SUPERMOTARD



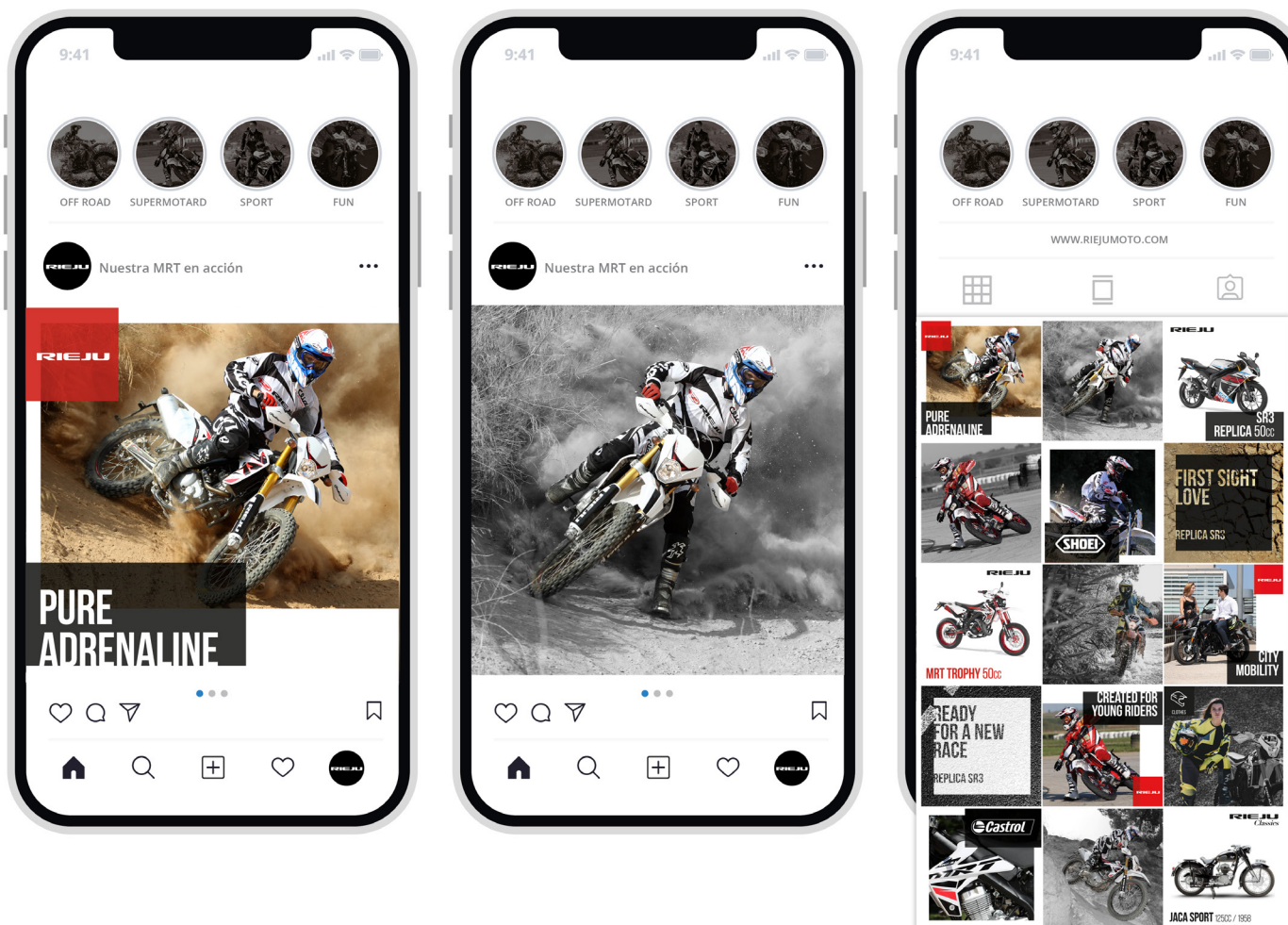
SPORT



FUN

## FEED / LAYOUT

### INSTAGRAM



USO DE LAS TIPOLOGÍAS

Normas para la variedad de entradas en el feed:

- La tipología más habitual será la número 1
- Las tipologías 8 i 9 serán muy puntuales
- Las tipologías de 2 a la 7, se publicarán con un mínimo de dos de la misma tipología.

		Tipología
Tipología		

Siempre 3 líneas de separación en el feed entre tipologías iguales