



MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

 **RIEJU**
FOR EVERYDAY ADVENTURE



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 a 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.



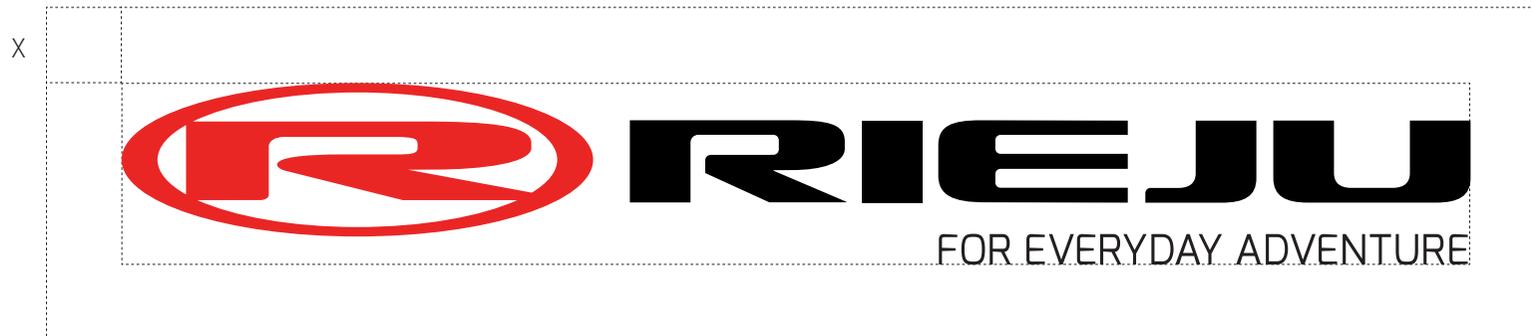
Declinaciones cromáticas de la marca

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



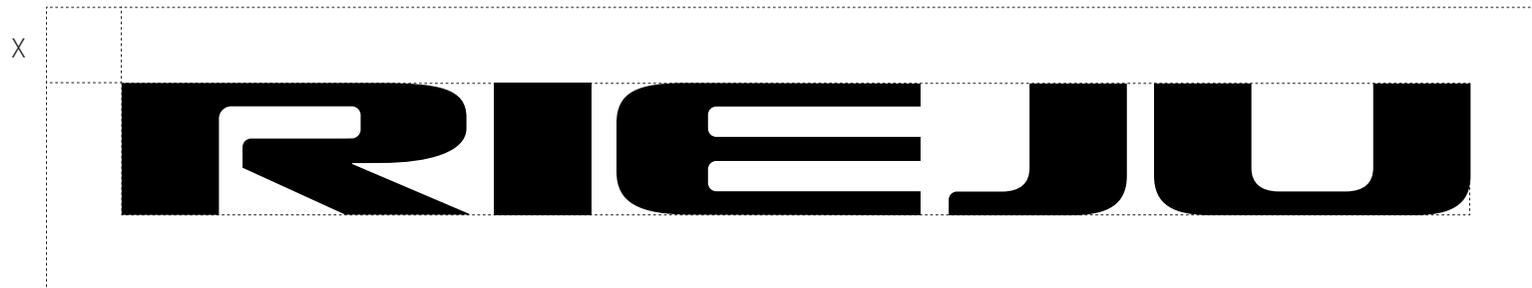
Área de protección de la marca

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.



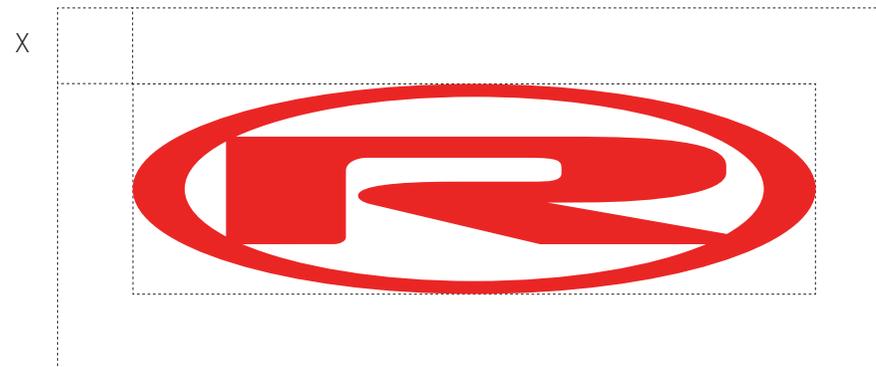
Area de protección de la marca

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.



Área 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.





2/ **COLORES**
CORPORATIVOS

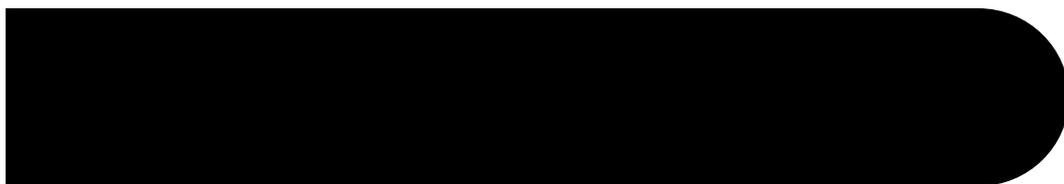
La marca, colores corporativos

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

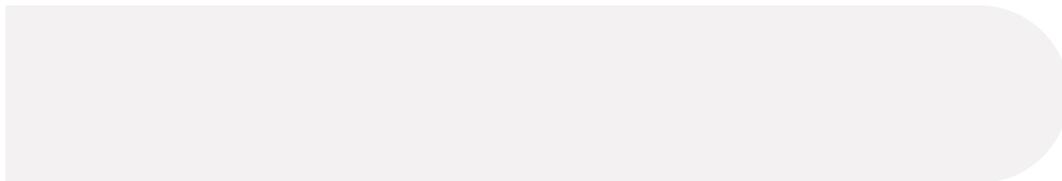
Colores secundarios y de prestigio

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%



MARCA RIEJU



DEGRADADOS

Multiplicados con el fondo 80%

TEXTO PRODUCTO / CLAIM

Tipografía Bebas Neue Bold



TEXTO PRODUCTO / CLAIM

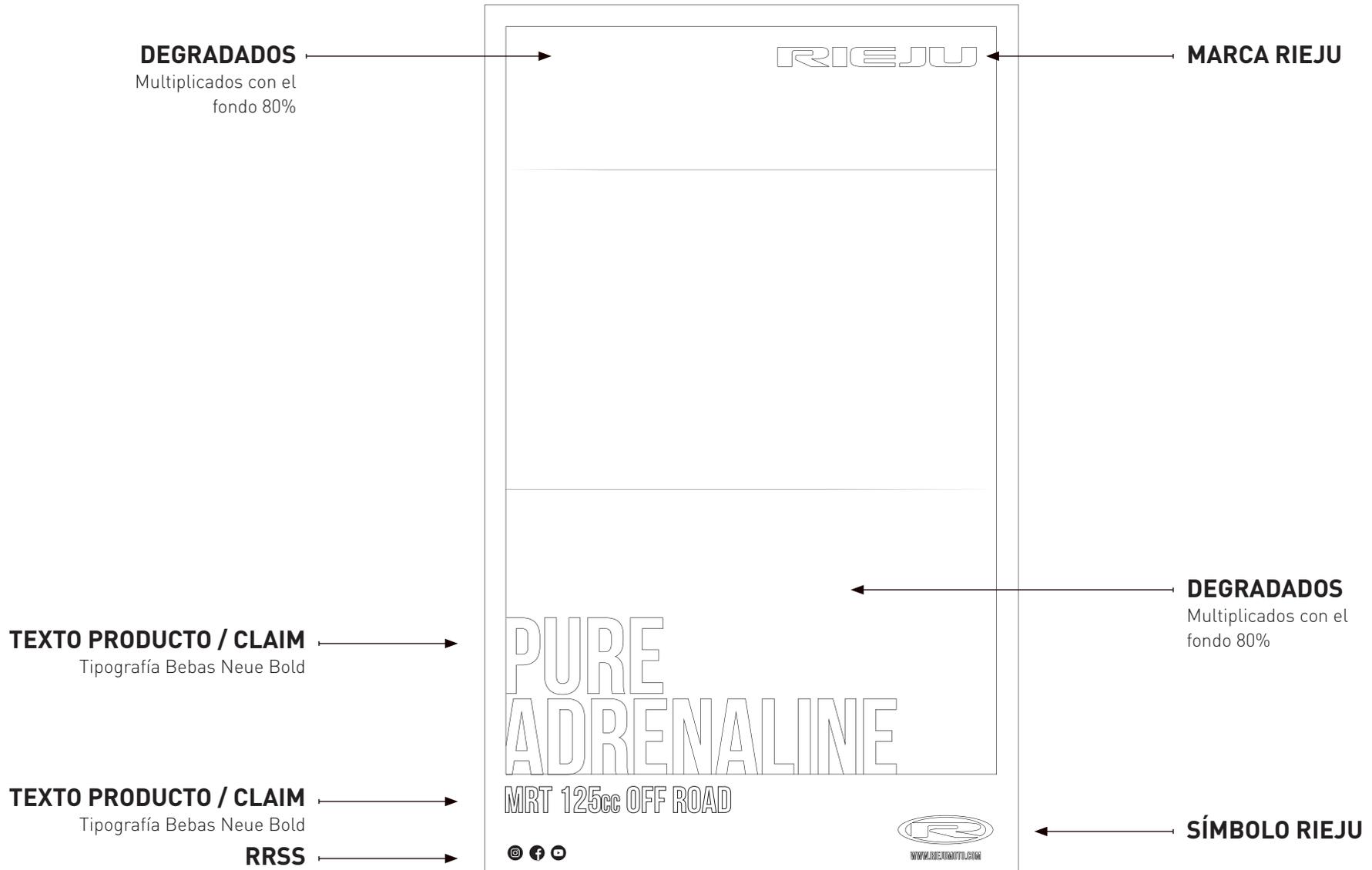
Tipografía Bebas Neue Bold



SÍMBOLO RIEJU



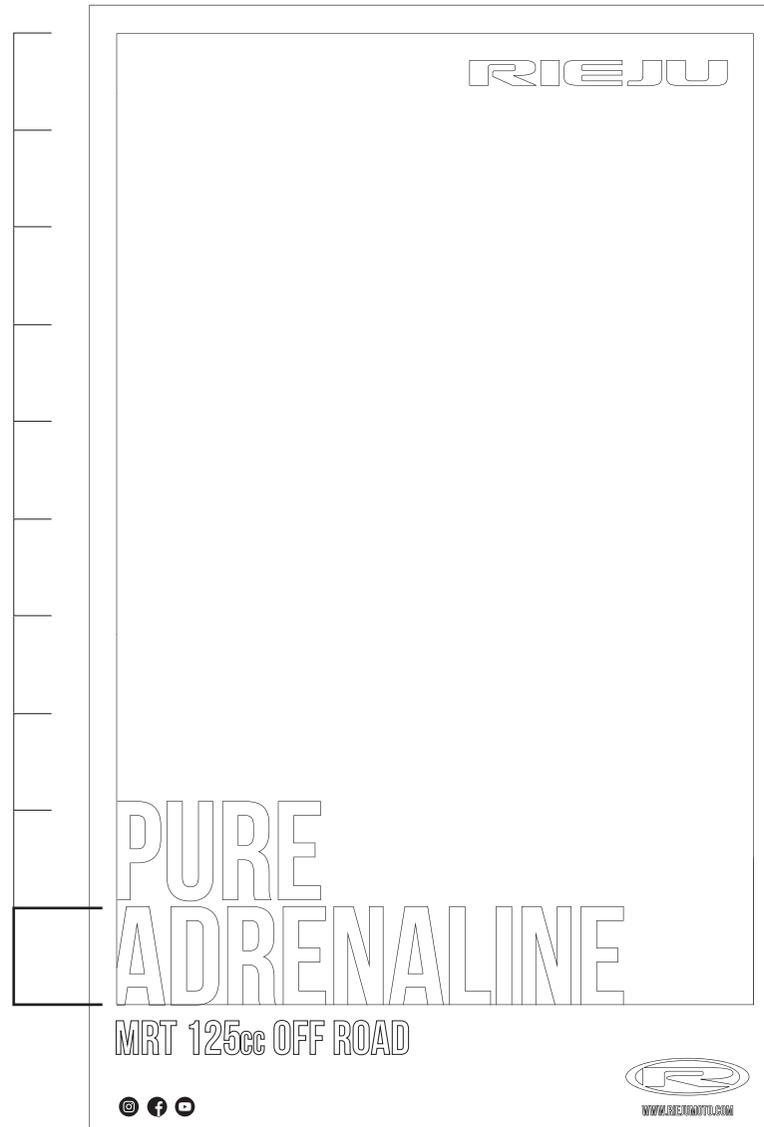
WWW.RIEJUMOTO.COM



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

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

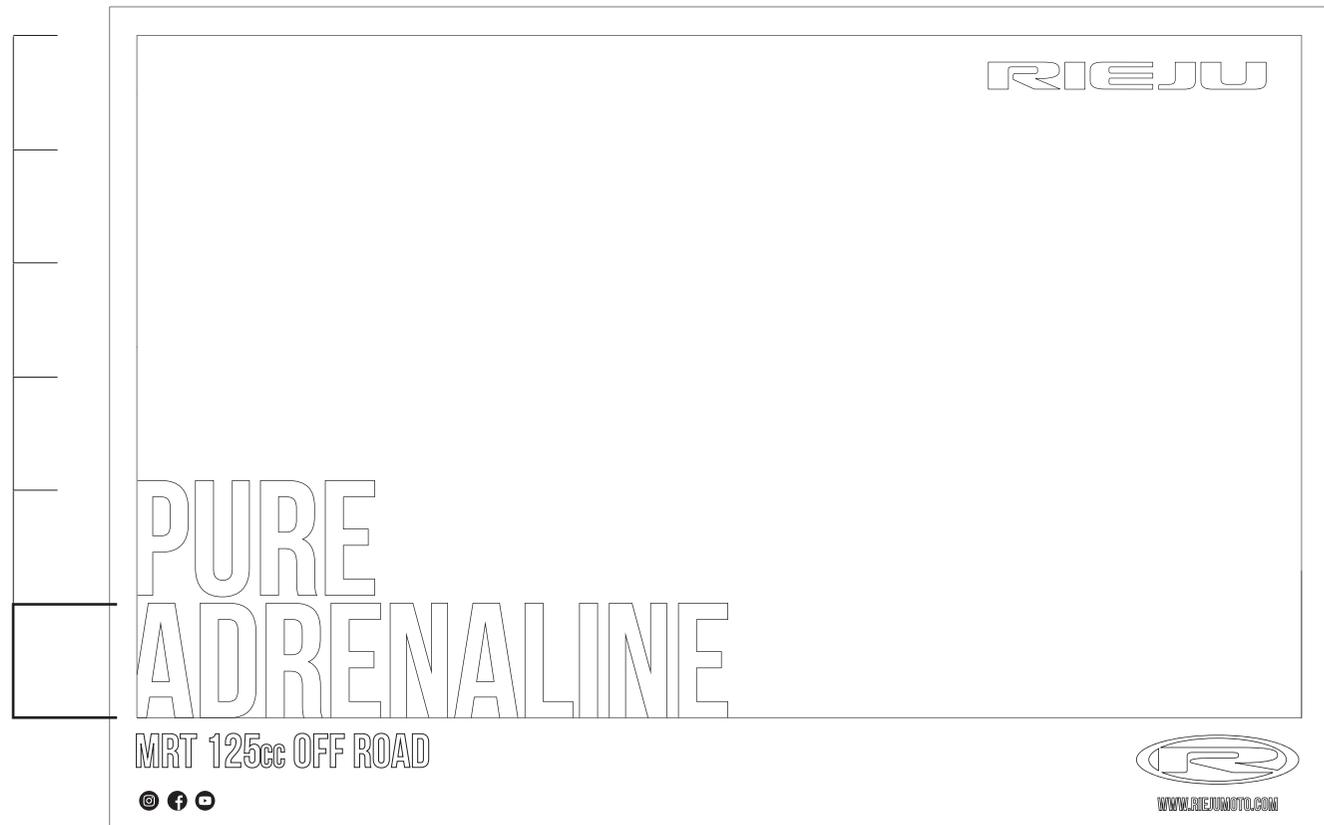
Tipografía Bebas Neue Bold



Retícula de construcción / Relación medida texto en visuales horizontales

Relación medida texto en visuales horizontales (1/6)

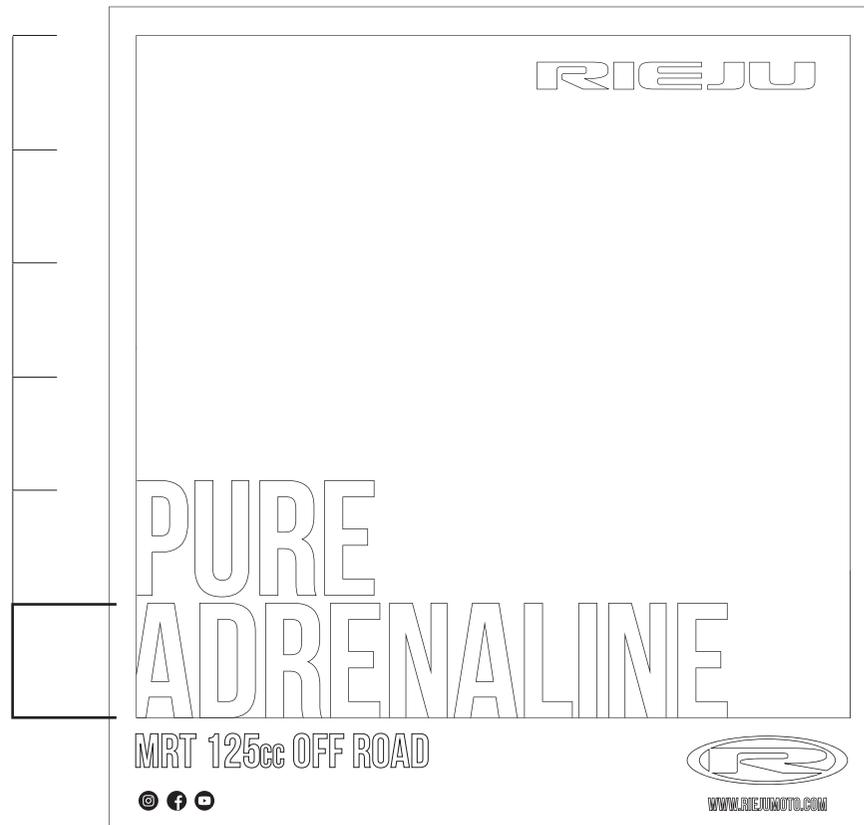
Tipografía Bebas Neue Bold



Retícula de construcción / Relación medida texto en visuales square

Relación medida texto en visuales square (1/6)

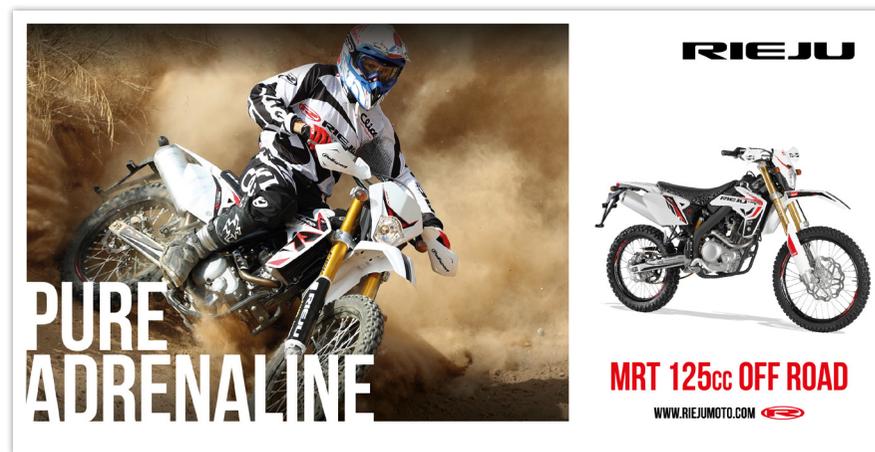
Tipografía Bebas Neue Bold



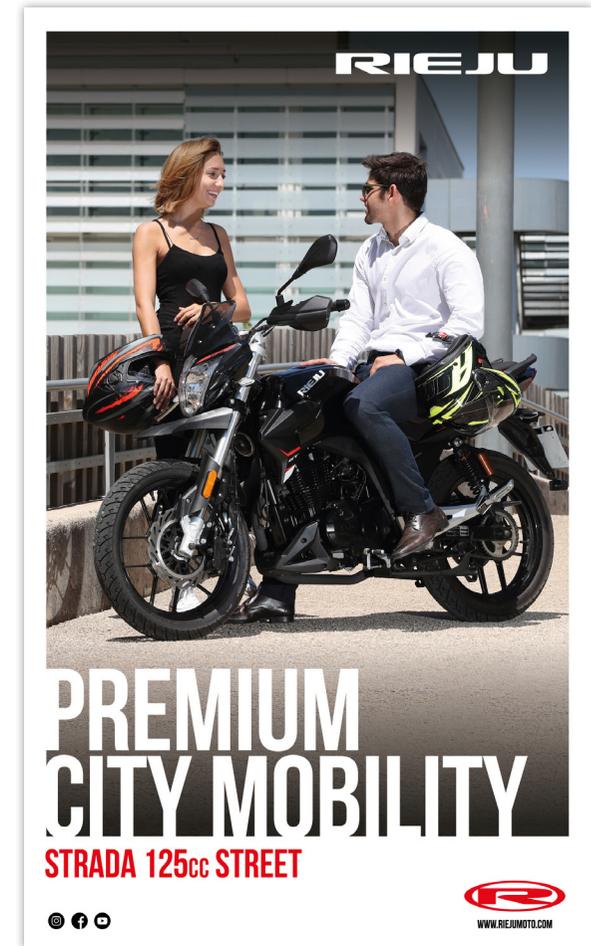
Ejemplo de visuales



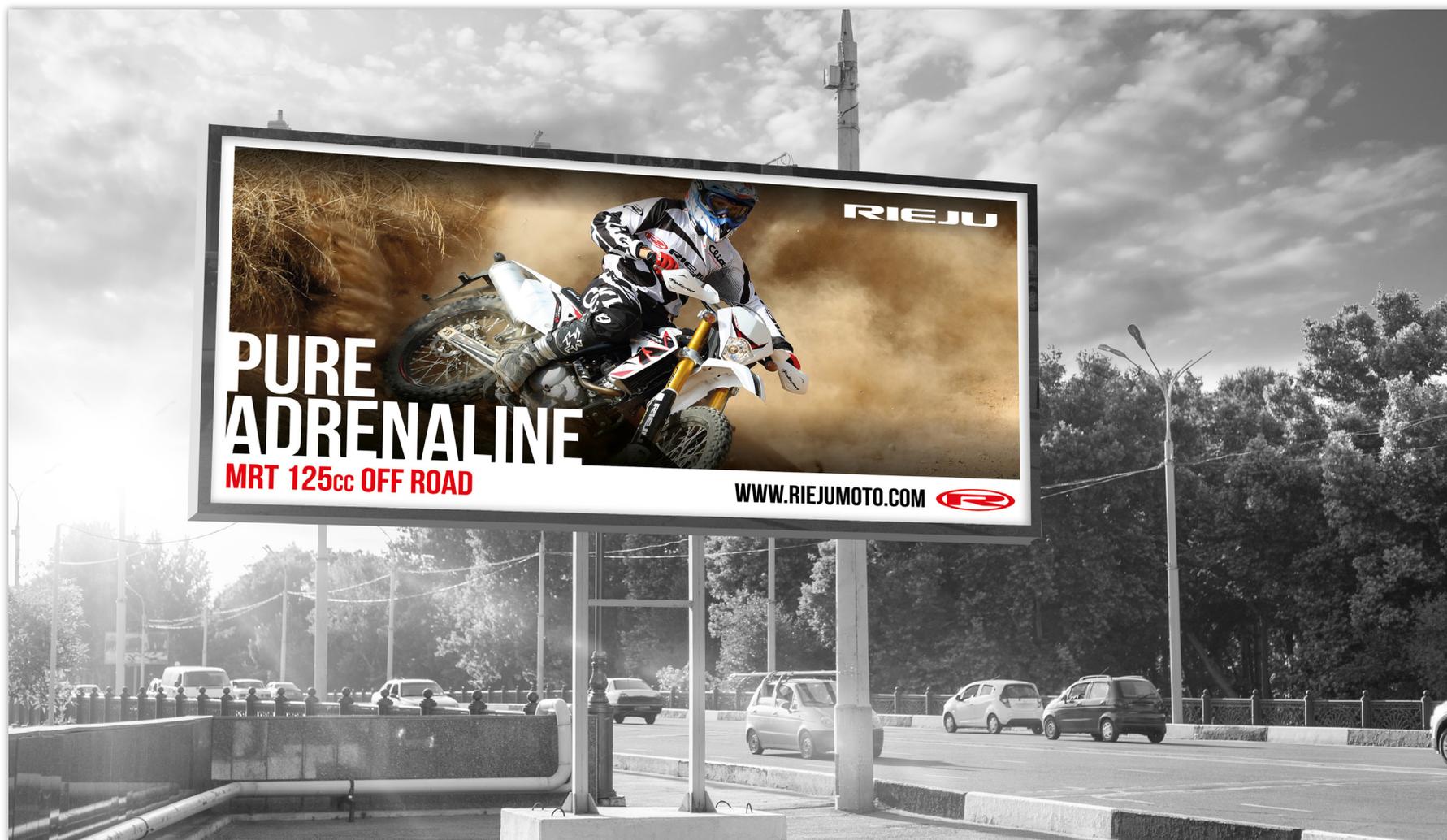
Ejemplo de visuales



Ejemplo de del código gráfico aplicado a tres conceptos de productos



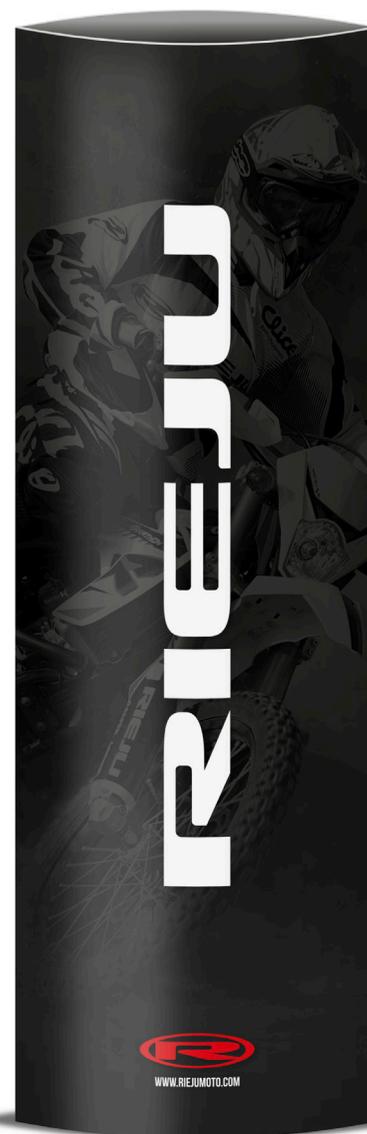
Ejemplo billboard



Ejemplo mupi en marquesina



Totem eliptico







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 Vilamalla (GIRONA, SPAIN)

T. +34 972 500 850

www.riejumoto.com



Rieju S.A.

Avda. Empordà s/n
Polígono Industrial Pont del Príncep
17469 Vilamalla (GIRONA, SPAIN)

T. +34 972 500 850

www.riejumoto.com

EJEMPLO DE FIRMA DIGITAL



Ignasi Boadas

Dpto. Marketing
Rieju S.A.

Avda. Empordà s/n
Polígono Industrial Pont del Príncep
17469 Vilamalla (GIRONA, SPAIN)
T. +34 972 500 850
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

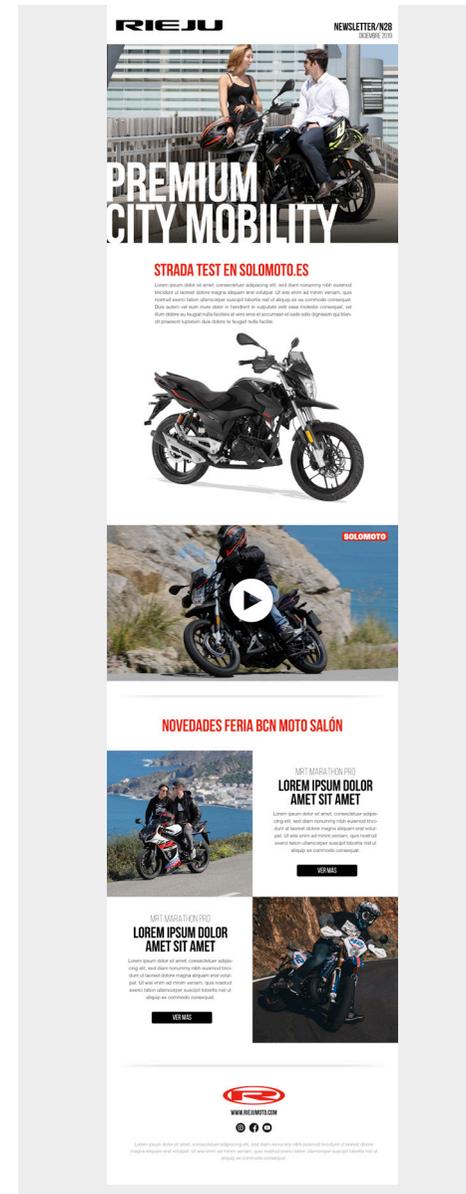
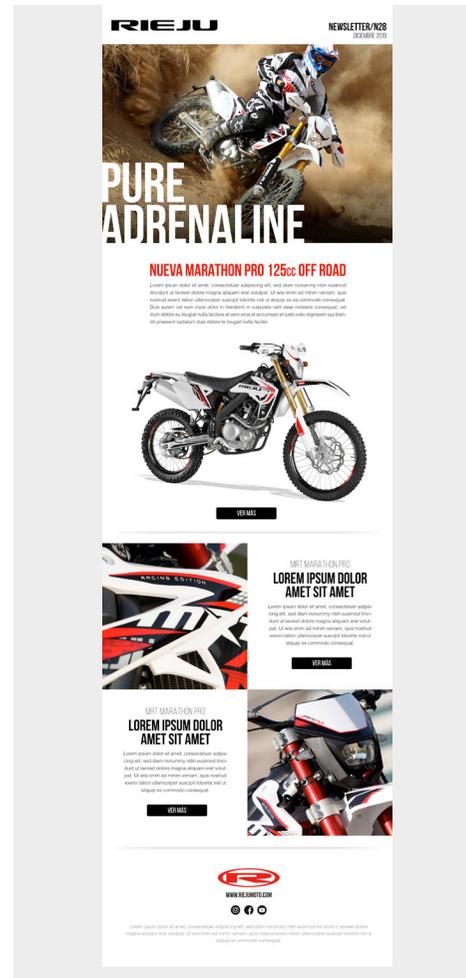




LÍNEA GRÁFICA DE COMUNICACIÓN EN **RRSS**

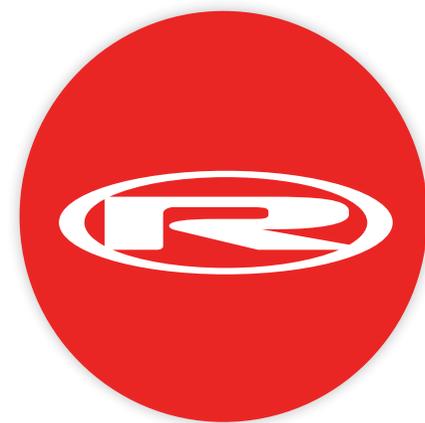
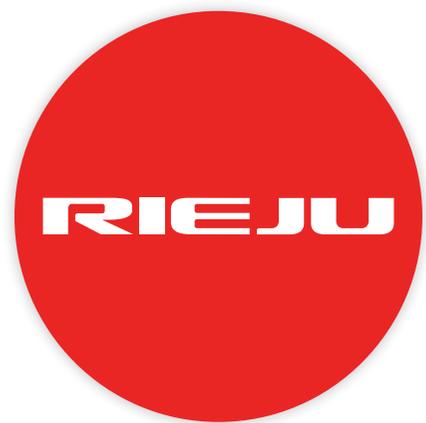
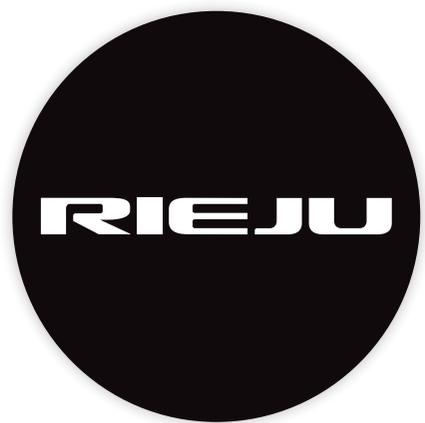
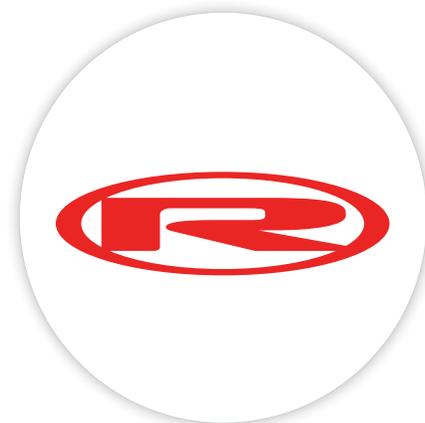
NEWSLETTER RIEJU

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

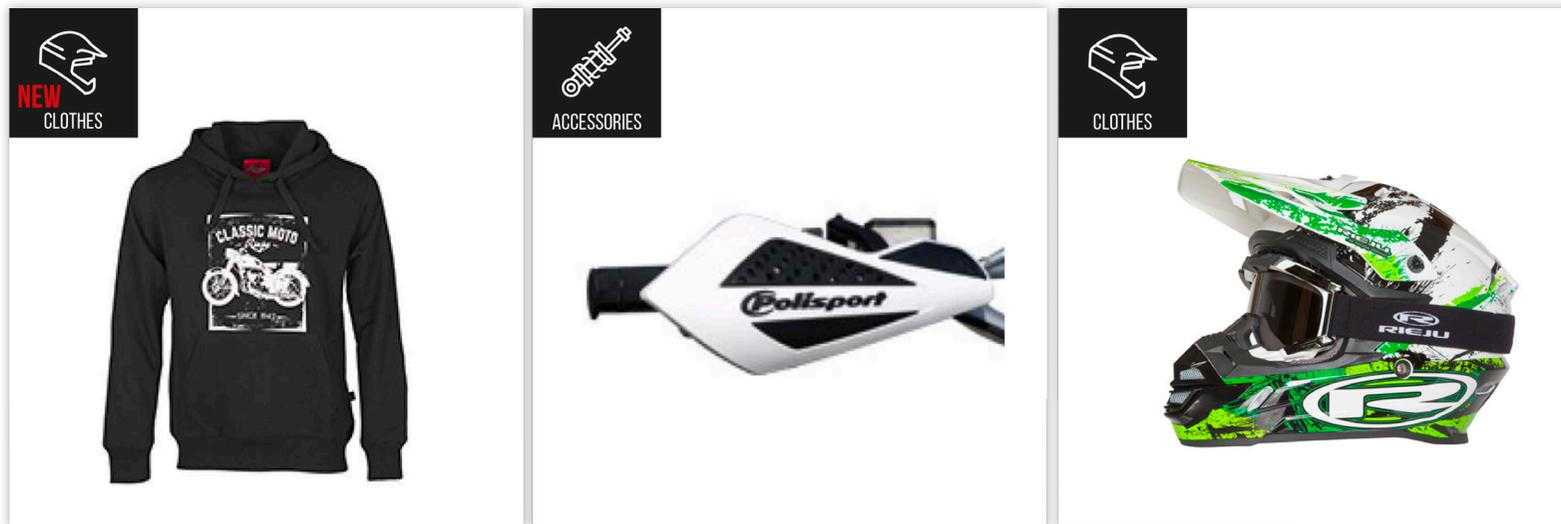


Estructura para la presentación de partners

Presentamos una tipología de layout para la presentación 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.

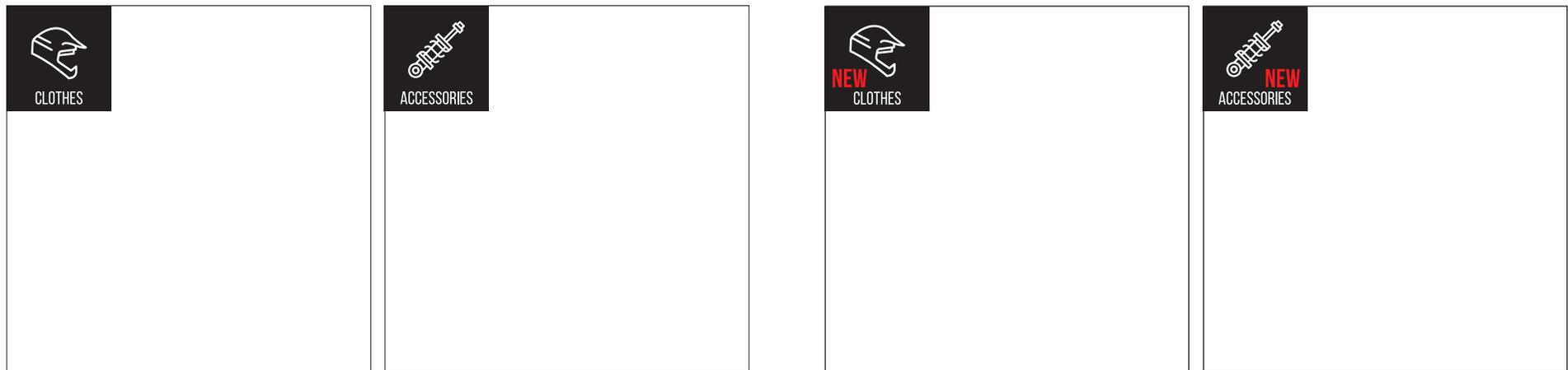


1 módulo instagram simple para fotos de productos

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.



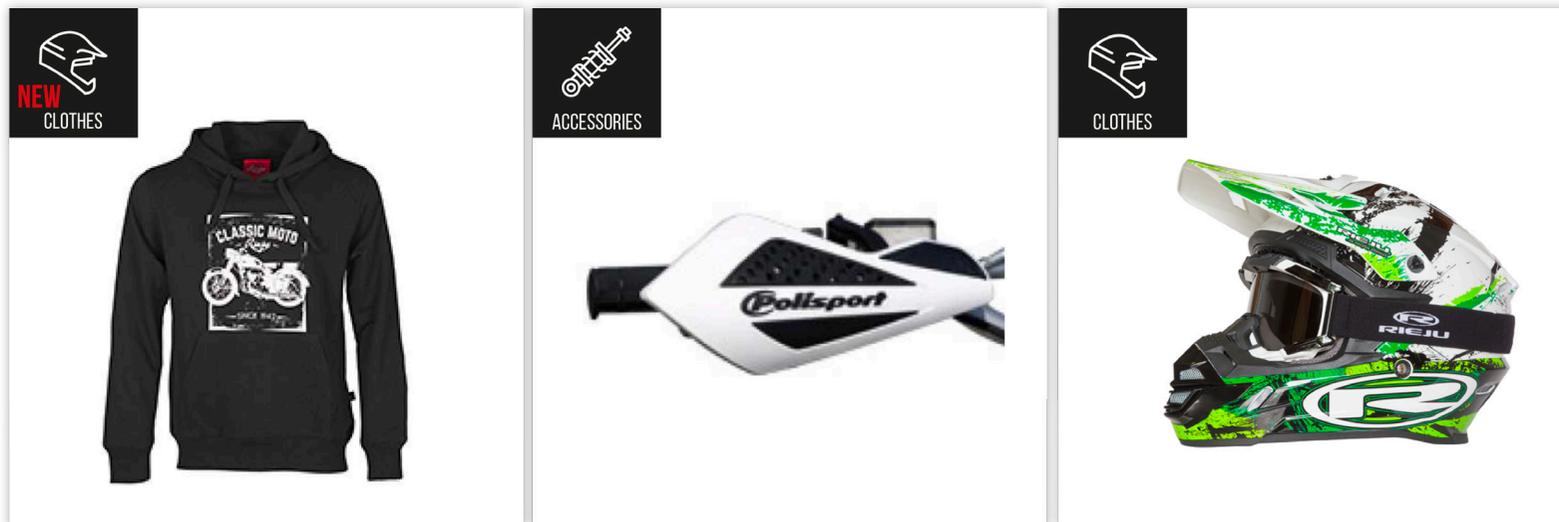
Iconografía accesorios y ropa

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 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 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, plantemos 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



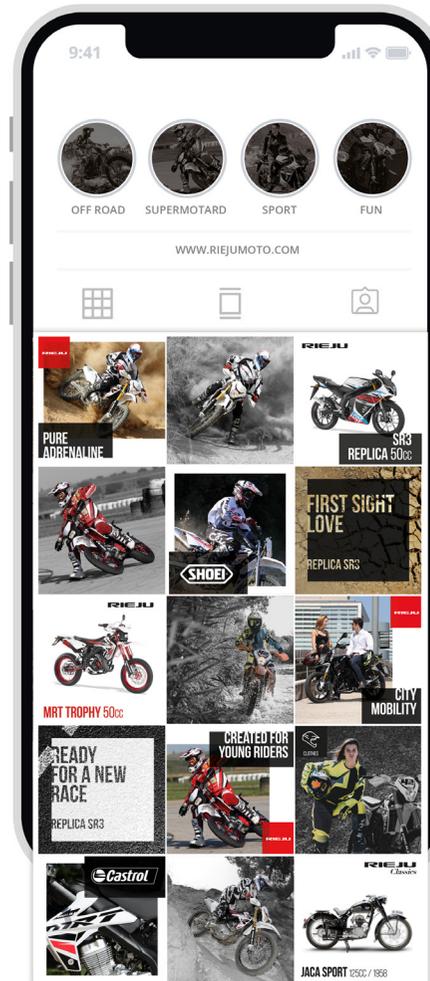
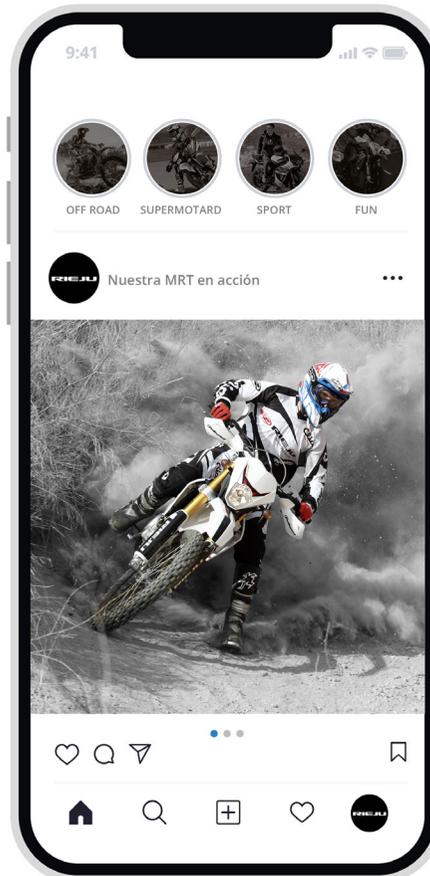
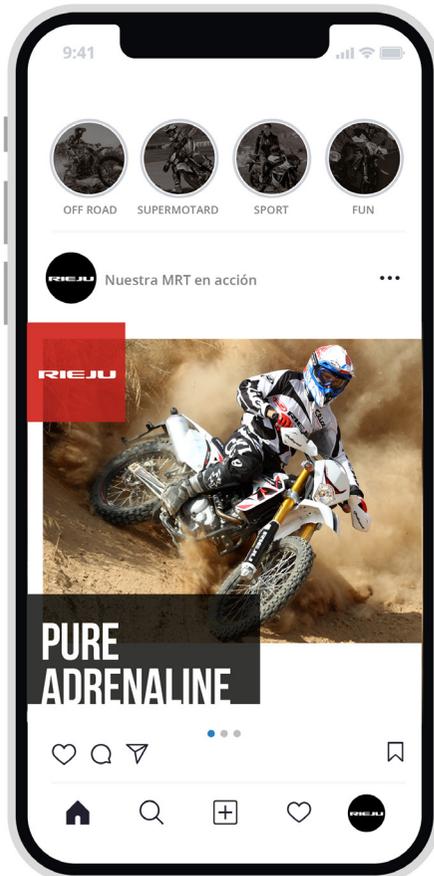
SPORT



FUN

FEED / LAYOUT

INSTAGRAM



USO DE LAS TIPOLOGÍAS

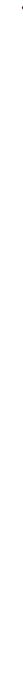
Normas para la variedad de entradas en el feed:

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