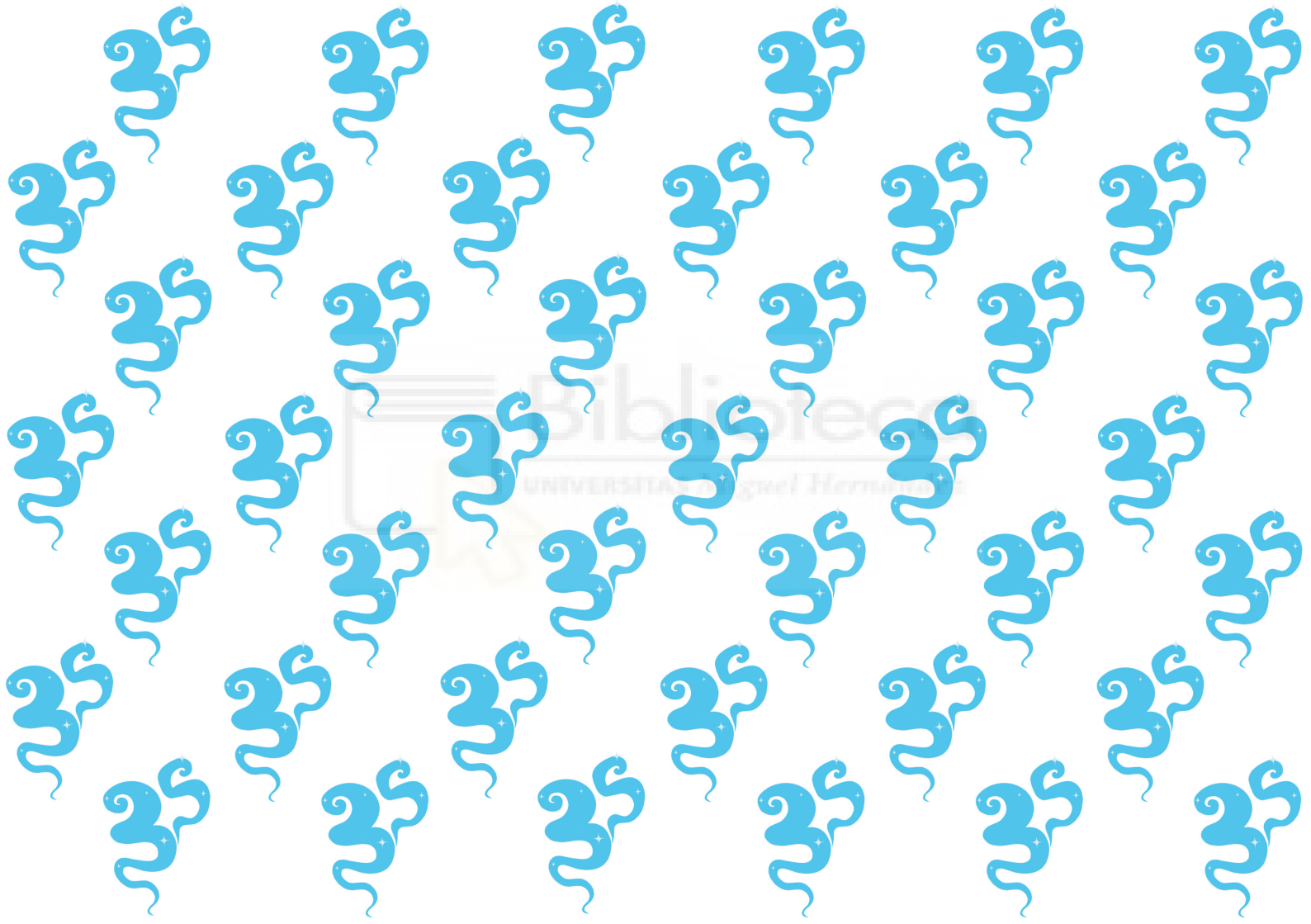
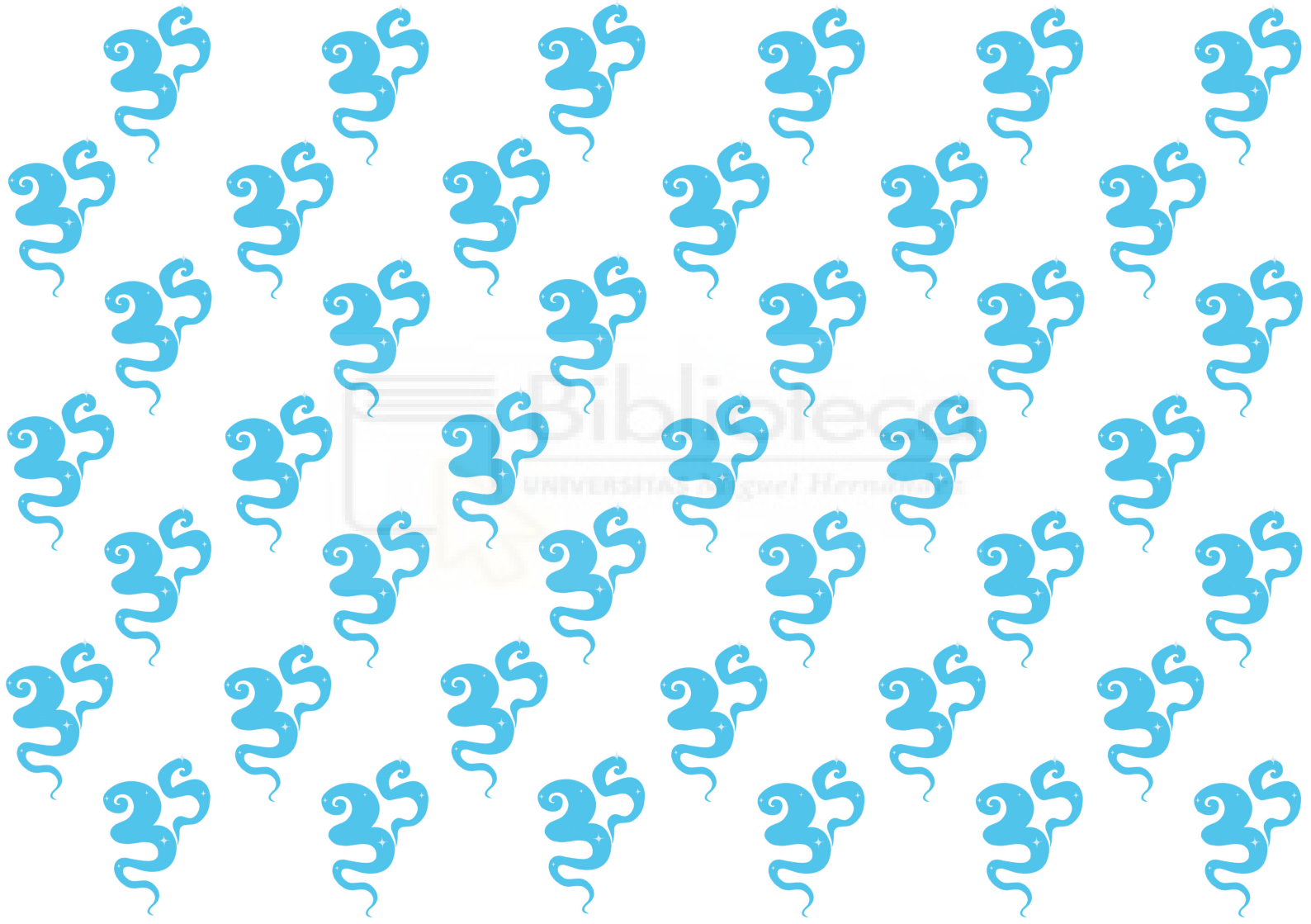


35 years of magic

Manual de identidad visual corporativa











Aitana Raquel
Rivera González

aitana.raque@hotmail.com

Trabajo Final de Grado

Tutor: David Trujillo Ruiz

Grado en BB.AA.

Universidad Miguel Hernández

Índice

Capítulo I / Identidad corporativa

Justificación	11
Carta de identidad visual	13

Capítulo II / Programación de la identidad visual corporativa

2.1 Constantes universales	17
2.2 Normativa gráfica	
2.2.1 Tamaños mínimos	22
2.2.2 Área de respeto	23
2.2.3 Rejilla de construcción	26
2.2.4 Tipografías corporativas	28
2.2.5 Colores corporativos	29
2.2.6 Versiones cromáticas	30
2.3 Usos incorreptos	33

Capítulo III / Aplicaciones

3.1 Papelería	39
3.2 Productos a la venta	43
3.3 Ilustraciones	47





Capítulo I / Identidad Corporativa



Este manual contiene de manera organizada el correcto uso de los elementos de la Identidad Visual Corporativa del logo para el evento de **35° aniversario de Disneyland París** y su distribución tanto de forma física como digital.

Tras un periodo de desarrollo, en este manual se recoge una serie de normas que deben ser seguidas para poder garantizar la reproducción adecuada de la identidad visual desarrollada para el evento tematizado en la película de 1992 *Aladdín*, que comparte aniversario con el propio parque.

Además, junto a las normas se adjuntan aplicaciones que pueden ser utilizadas por parte de la organización del evento.

Se tendrán que seguir las normas aquí establecidas y en caso de dudas frente a la utilización de cualquier aspecto comprendido o no dentro de este manual, se deberá consultar al creador del mismo.

The place were dreams come true.

Disneyland París forma parte del gran imperio de parques temáticos **The Walt Disney Company**, que consta de 14 parques repartidos por tres continentes y cuatro países: en EE.UU. puedes visitar Disney World en Orlando, Florida (4 parques temáticos: Magic Kingdom, Epcot, Animal Kingdom y Hollywood Studios, y 2 parques acuáticos) y Disneyland en Anaheim, California (2 parques temáticos); En Japón puedes visitar Tokyo Disney Resort (Tokyo Disneyland y Tokyo DisneySea); en Francia está el parque en el que se centra este manual, Disneyland París (Disneyland y Walt Disney Studios); y por último, en China puedes visitar el Hong Kong Disneyland o el Shanghai Disney Resort.

La máxima en los parques Disney es el de mantener la magia, la ilusión y los sueños vivos, tanto para los más pequeños como para los adultos. En Disneyland todo es alegría e ilusión, es un lugar en el que los más pequeños conocen a sus personajes favoritos y los adultos recuerdan sus infancias.



Capítulo II / Programación de la identidad visual corporativa



2.1 Constantes universales

Identificador principal

Articulación principal / Logosímbolo



El logosímbolo hace referencia a dos elementos principales de la película en la que está inspirada el evento: la lámpara mágica y al personaje del Genio, con el humo.

La numeración 35 simula ser el humo que expulsa la lámpara, y el nombre del parque está escrito con sus tipografías oficiales.

Identificador secundario

Articulación secundaria / Logosímbolo secundario



El logosímbolo secundario está diseñado para ser usado en diseños en los que el identificador principal no sea la mejor opción, como en las ilustraciones, en la que este logosímbolo favoreciera a la composición de la ilustración.

Identificador secundario

Articulación secundaria / Logosímbolo secundario
monocromático



Al igual que el logosímbolo secundario, el monocromático está diseñado para ser usado en diseños en los que el identificador principal y el secundario no sean la mejor opción, como en las ilustraciones, en la que este logosímbolo favoreciera a la composición de la ilustración.

Identificador secundario

Favicon



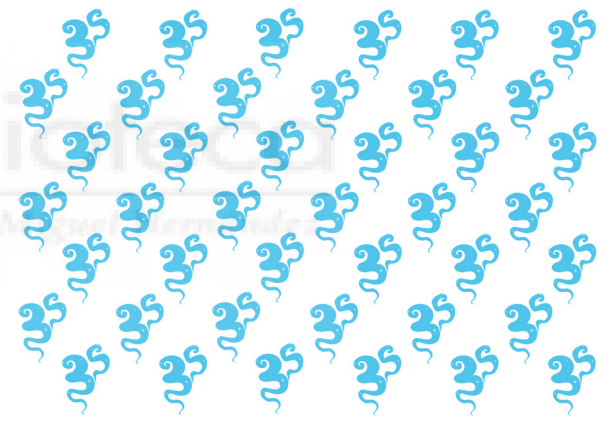
El favicon será el símbolo que aparecerá en la barra de navegación y aplicaciones para telefonía móvil.

Cabe destacar que la circunferencia que rodea al logo es simplemente orientativa, ya que esta desaparecerá cuando se vaya a hacer uso del favicon.



Identificador secundario

Indiana



La indiana es un estampado de una parte del logo principal y del secundario (y de su versión monocroma) siguiendo un patrón de repetición.

Las indianas serán usadas para fabricar papeles de regalo para las tiendas del parque y para su uso en en diferentes aplicaciones.

2.1 Normativa gráfica

2.2.1 Tamaños mínimos

Los tamaños mínimos que se especifican y se acotan en esta norma se consideran como la dimensión mínima en la que se puede representar cada imagen del sistema de identidad visual respectivamente conservando una adecuada legibilidad. Estas dimensiones aquí expuestas se respetarán en todo momento, es decir, que no serán reproducidas en tamaños inferiores a estos descritos.

IDENTIFICADOR PRINCIPAL
ARTICULACIÓN PRINCIPAL

PANTALLA 72 PPI



128 px



71 px



28 px

IMPRESIÓN 300 PPI



55 mm



30 mm

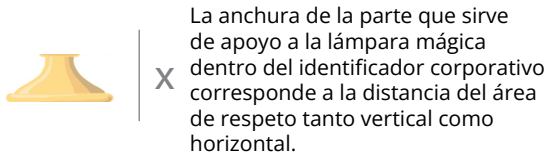


15 mm

2.2.2 Área de respeto

Logosímbolo

El área de respeto o área de protección, es la equivalencia al espacio establecido entre el identificador corporativo y los elementos externos que se posicionarán alrededor del mismo. Este espacio deberá ser respetado, permaneciendo de esta manera siempre libre, para evitar cualquier tipo de ruido visual que interrumpa su visibilidad o lectura.



Logosímbolo secundario

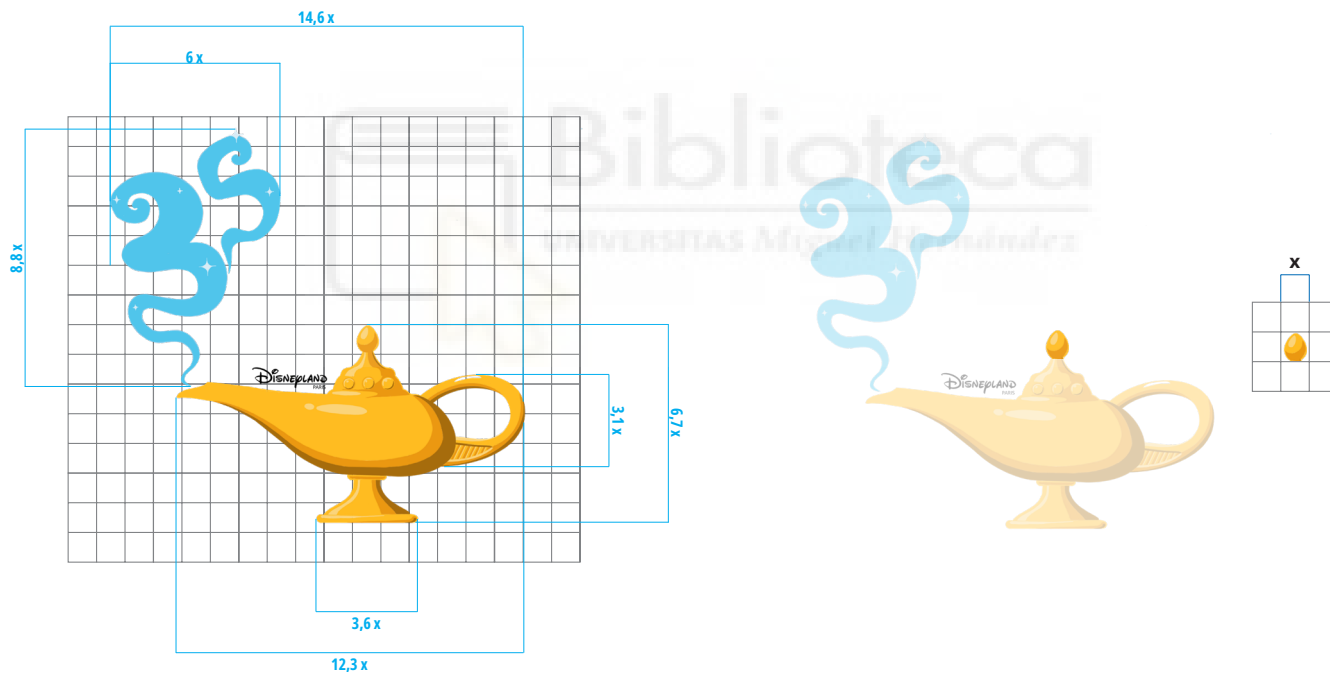


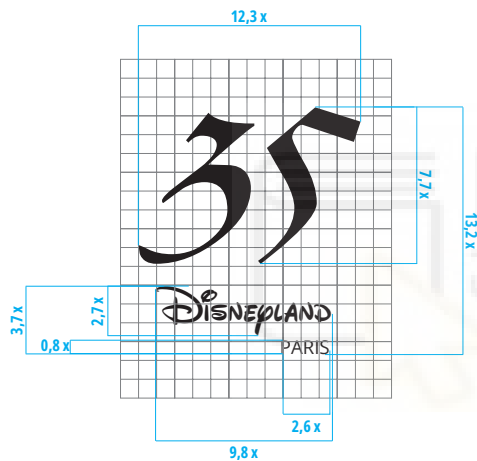
X

La letra D de Disneyland dentro del identificador corporativo corresponde a la distancia del área de respeto tanto vertical como horizontal.

2.2.3 Rejilla de construcción

Logosímbolo





La rejilla de construcción constituye las proporciones del identificador cuando este no pueda representarse a través de medios reprofotográficos.

La posición y los tamaños de los que están dotados todos los elementos constitutivos quedan acotados y establecidos mediante este esquema que se muestra a continuación. Por ende estas medidas serán invariables y proporcionales y no podrán cambiarse.



2.2.4 Tipografías corporativas

Principal

A laddin

Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ¡ ! ¿ ? < > . , ; : @

Secundarias

WALTOGRAPH

REGULAR

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ¡ ! ¿ ? < > . , ; : @

Open Sans

Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 ¡ ! ¿ ? < > . , ; : @

El sistema de identidad visual del evento del 35° aniversario se constituye por una tipografía principal y dos secundarias.

La tipografía Aladdin se debe usar únicamente para la reproducción de lo logotipo secundario.

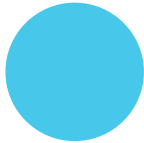
Las tipografía Waltograph y Open Sans se deben usar como

subtítulos para ambos logotipos, que conformarían el nombre de la empresa: Disneyland Paris.

La tipografía Open Sans también se utilizarían para los documentos oficiales que la empresa produjera, como este manual.

2.2.5 Colores corporativos

Colores principales

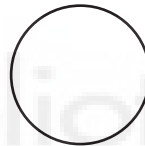


C: 60 M: 0 Y: 5 K: 0
R: 93 G: 197 B:234
#5dc5ea

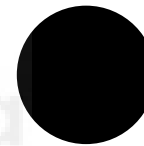


C: 3 M: 37 Y: 89 K: 0
R: 243 G: 171 B: 42
#f3ab2a

Colores secundarios



C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 255 G: 255 B: 255
#ffffff



C: 100 M: 100 Y: 100 K: 100
R: 0 G: 0 B: 0
#000000

El sistema de identidad visual del evento de 35ª aniversario de Disneyland Paris se constituye por dos colores principales y dos secundarios.

En todos los casos posibles se utilizarán los colores del logotipo principal, pero si por conveniencias estéticas fuera necesario, se obtaría por la utilización de los colores del logotipo secundario (en la versión que más favorezca su uso).

2.2.6 Versiones cromáticas

Indiana



Favicon



C: 60 M: 0 Y: 5 K: 0
R: 93 G: 197 B:234
#5dc5ea

C: 3 M: 37 Y: 89 K: 0
R: 243 G: 171 B: 42
#f3ab2a

Articulación principal / Logosímbolo



Aquí se describen las versiones cromáticas de aplicación con respecto al sistema de identificadores corporativos principales y sus articulaciones secundarias. Se determinan en previsión a las diferentes necesidades de aplicación que puedan suceder en base a restricciones en cuanto a las reproducciones del color o la compatibilidad con otras imágenes en los soportes que se crean convenientes.

Articulación secundaria / Logosímbolo
secundario

C: 100 M: 100 Y: 100 K: 100
R: 0 G: 0 B: 0
#000000

Indiana



Favicon



Versión monocromática

C: 0 M: 0 Y: 0 K: 0
R: 255 G: 255 B: 255
#ffffff

C: 100 M: 100 Y: 100 K: 100
R: 0 G: 0 B: 0
#000000

Indiana



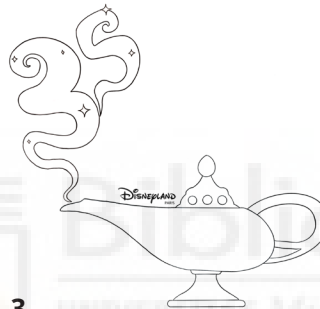
Favicon



2.3 Usos incorrectos



1.



3.



4.



2.



5.

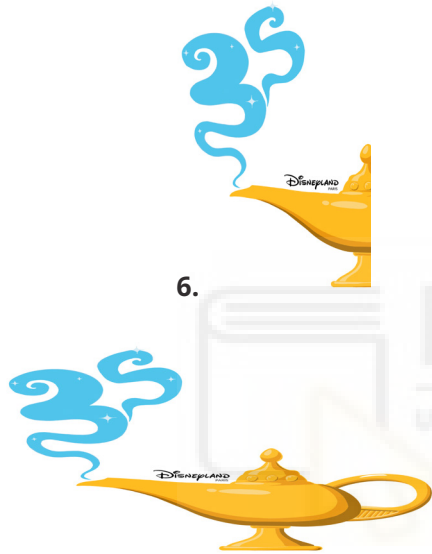
1. Alterar la disposición de las partes integrantes de un identificador.

2. Cambiar las proporciones entre las partes de un identificador.

3. Utilizar la línea para representar cualquier identificador.

4. Sustituir la tipografía corporativa del logotipo por otra.

5. Girar el identificador corporativo.



6. La fragmentación de cualquier identificador corporativo. La fragmentación no está autorizada en ninguno de los logotipos.

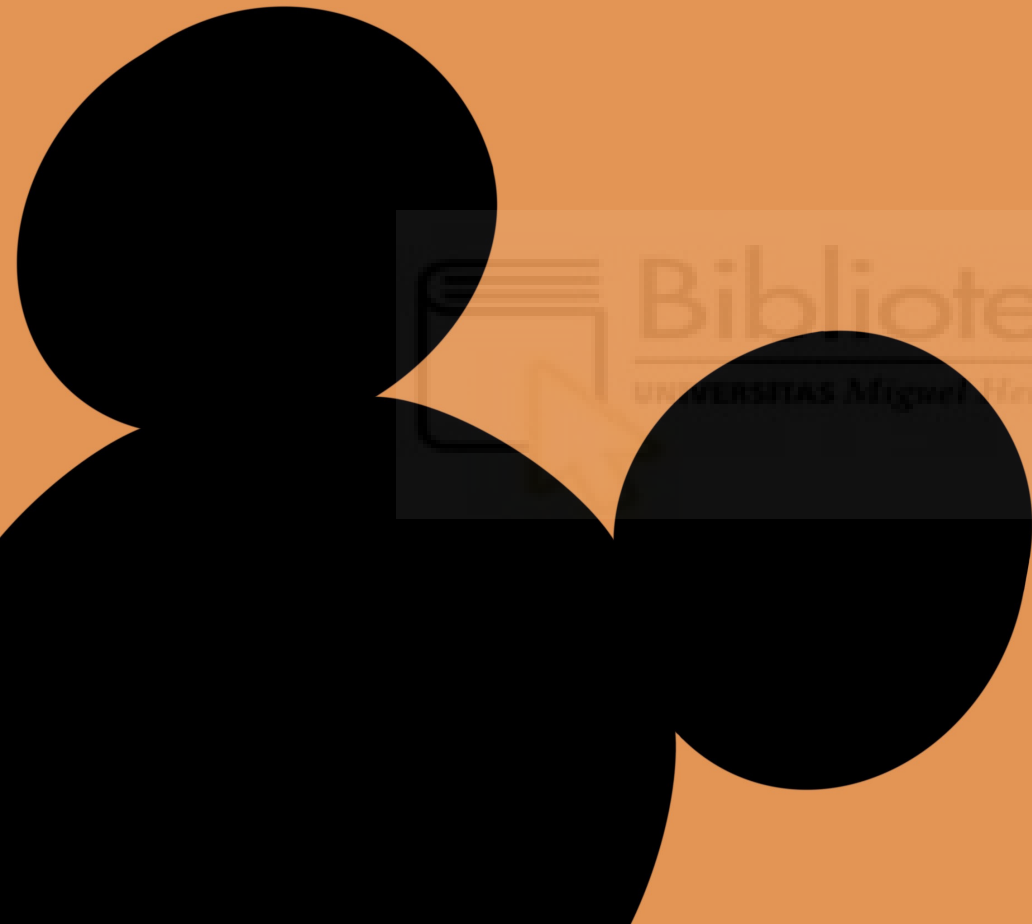
7. No respetar los colores corporativos definidos en las cartas de color.

Biblioteca
UNIVERSITAS Miguel Hernández



8. Distorsionar el identificador corporativo.

9. Suprimir alguna parte del logotipo.



Capítulo III / Aplicaciones



Tarjeta de información

Las tarjetas serán todas a doble cara.
La parte delantera de la tarjeta poseerá el logosímbolo principal, mientras que la trasera estará decorada por la indiana de dicho logosímbolo.



Manual de identidad visual / Sistema de aplicaciones

Carta informativa / Factura



Euro Disney S.C.A. · Marne-la-Vallée
Isla de Francia · Francia

5 de junio, 2023

Am quam acidendus, illaborectur si dolupti oruntis audis ab inctiis dolorecepted quisci volum que omniscim non rero is ulla sum facere vellam fuga dolutpa tibersperio. Nam ratem quo esentiasit lanihic isniti-bia niminciendae nosae eostiatincim eos qui blam qui aboria ipid quam sinventis sequam fuga venihici odios andae inctota is ped quatits maximilitat veles debis et labori cumquat umquametElent que vidi odi volioriam que nihil molutpa distrum qui conseni molutpatem vit quos venist, ni aut rerferunt aria dipitatat.

Ut qui res quisit voluptis dolumquam es et dis vendenisci ut fuga. Aquí tet rehenihillam faccum ipsum vel-laut quaerfe ribeaquaspe dit officae perum, quidignis porrore ndionesermm dolutpa turios delecaeperro cum aut ut faccae secest opta quis dolutpas alit fuga. Alis dunt int, nemodio eossit, qui dolor sitatit omno digendam que aut hillab illaut officatur sit eaquia queapedis ad ma samusanis simincis nusaacetatqui volorehenet adiciatis sequi deruptatit, quuntota event ut ipsant accum quid et larcus, conseni hicidelestrum etur aliqui aut laut volupti busdae et dem quatatem quasimin providioris delland ipsanda nientitia dias es pe et ulla sim vel inctiorem untem dolore orporio nsedlips untestrum in ea simagnis endi restiur, volor at.

Cesequia quunt. Fictatur, ilibusam corecae consend aecture natur rerum quist la dolutpa tiosapelite optaspe rspicae rferum imus, quam dis explita simpora sit lant.

La Directora,



Euro Disney S.C.A.
Marne-la-Vallée
Isla de Francia (Francia)
912 158 655

FACTURA [N.º] [SELECCIONAR FECHA]

FACTURAR A	ENVIAR A	INSTRUCCIONES
[Nombre]	Igual que el destinatario	[Agregar instrucciones adicionales]
[Dirección]		
[Ciudad, código postal]		

CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	PRECIO UNITARIO	TOTAL

SUBTOTAL

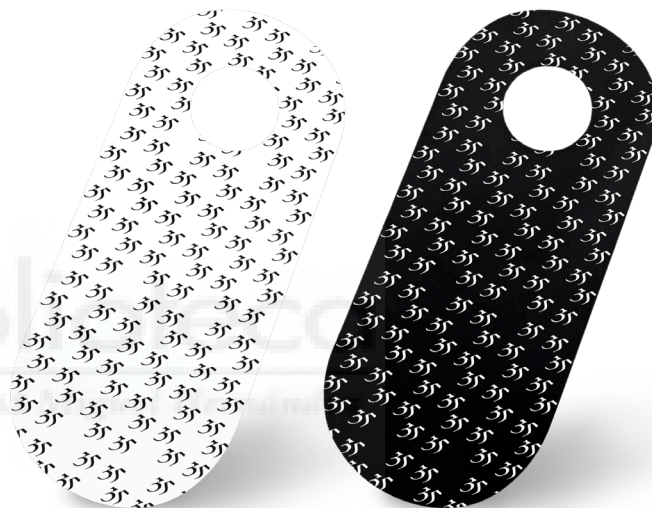
IMPUESTOS SOBRE LAS VENTAS

ENVÍO Y TRANSPORTE

TOTAL A PAGAR EL
[SELECCIONAR FECHA]

Gracias por ser cliente nuestro.

Carteles



Estos carteles personalizados exclusivamente para los distintos hoteles que posee el parque tienen como fin avisar si el cliente desea que limpien su habitación o por el contrario no quiere que nadie entre.

Se entregaría este cartel con una nota explicativa de que el dorso con la indiana con el fondo blanco significa que pueden entrar y el dorso con la indiana con el fondo negro que no.

Manual de identidad visual / Sistema de aplicaciones

Etiqueta textil



3.2 Productos a la venta









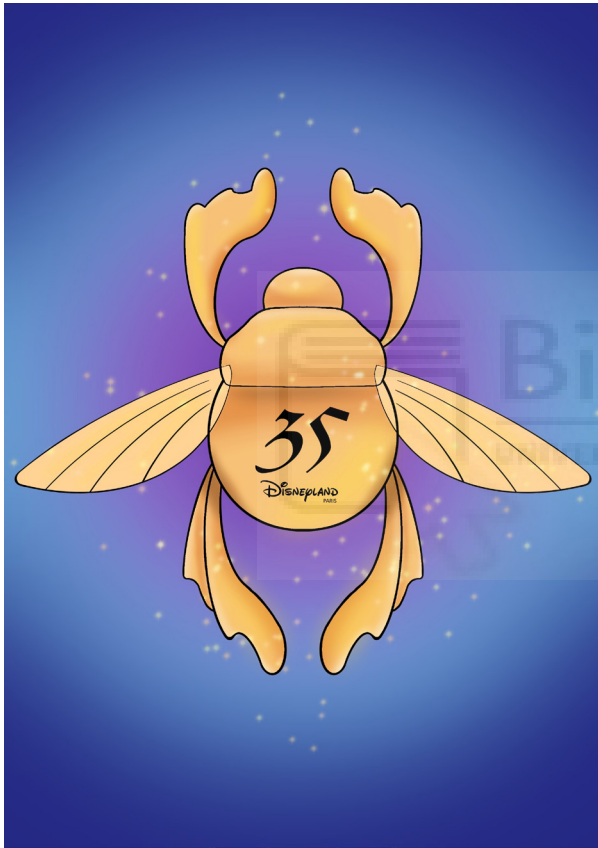
Biblioteca
UNIVERSITAS Miguel Hernández

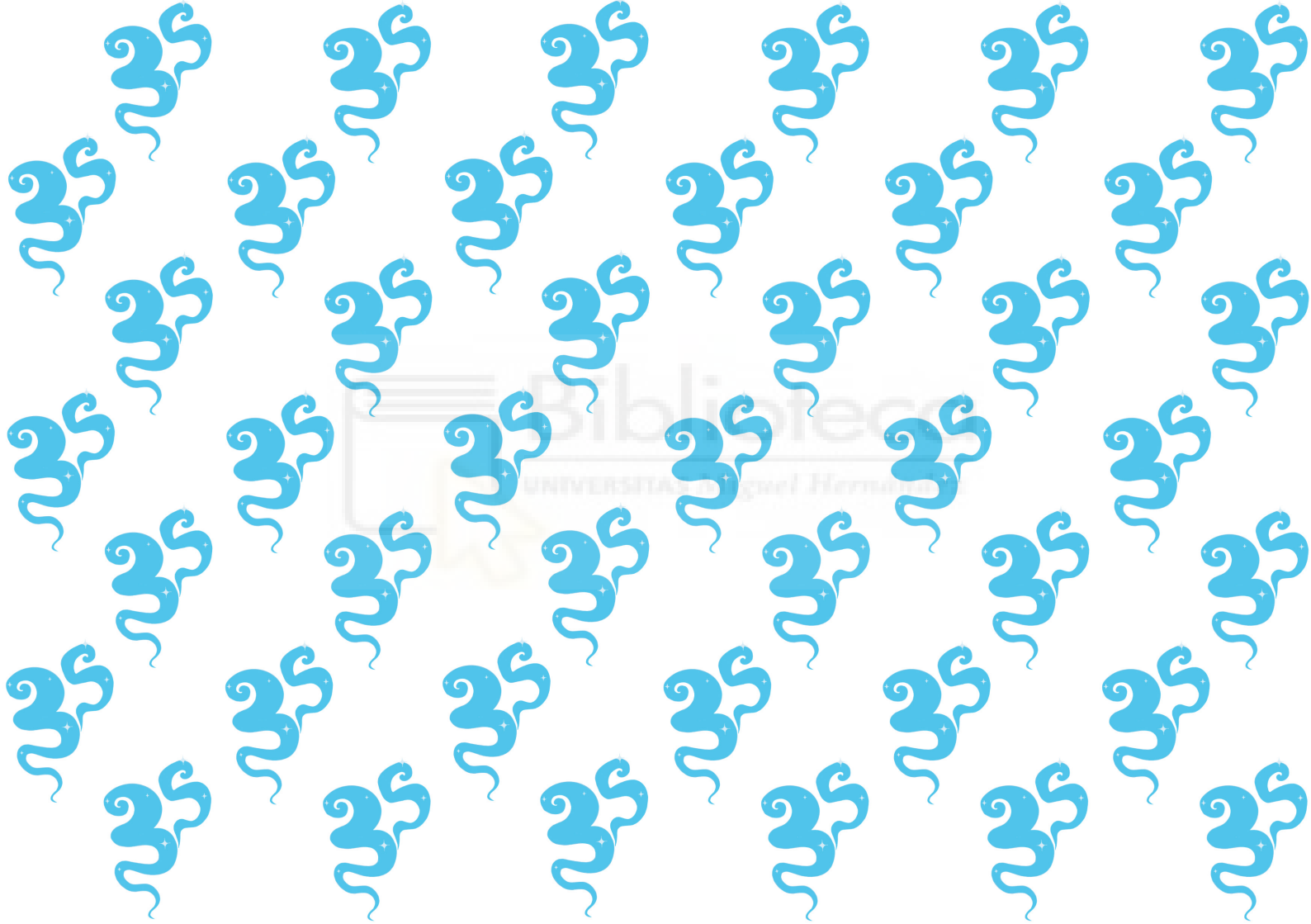
3.2 Ilustraciones

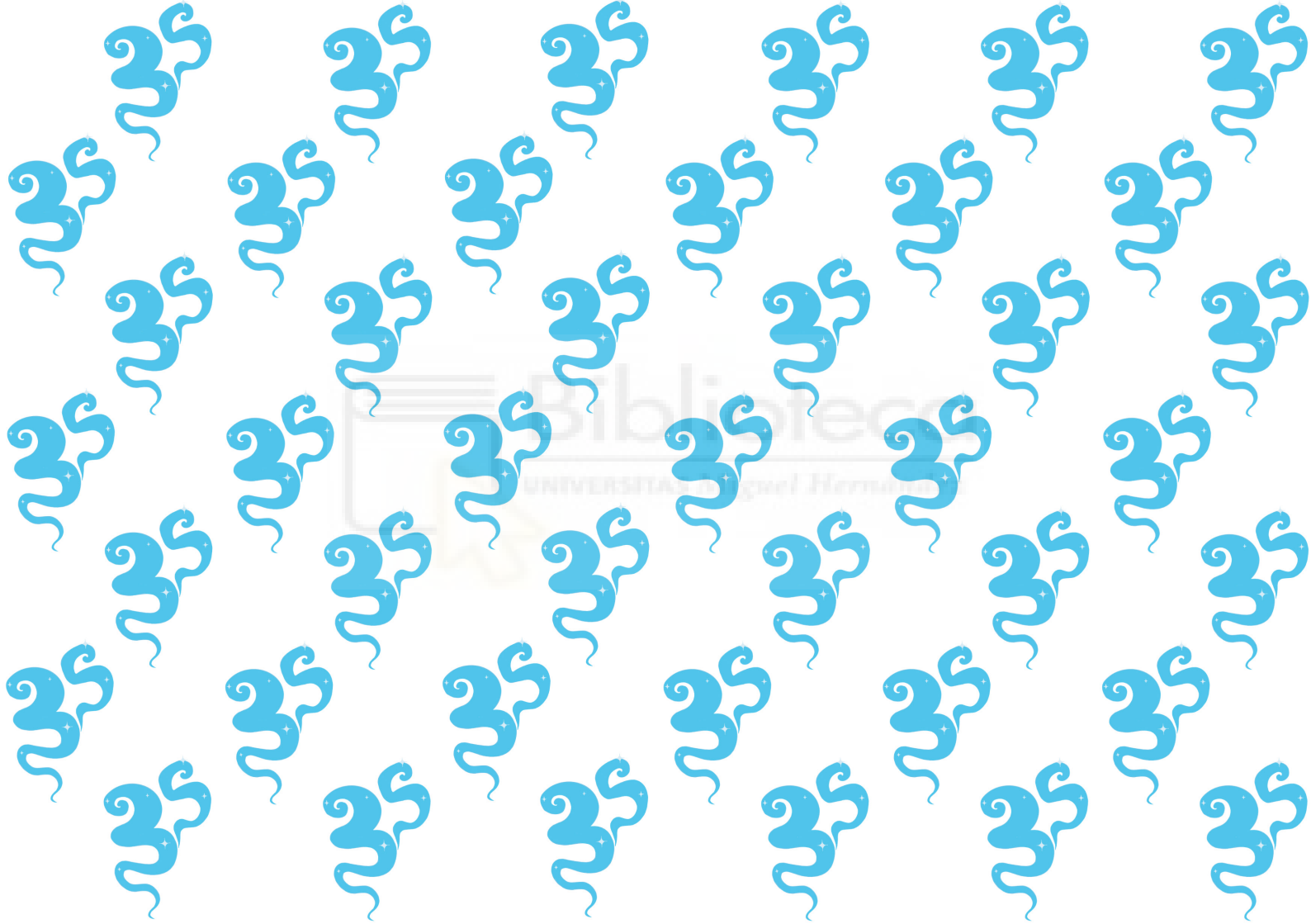














MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA