

# 21M

UN PLAN DE GRAN RELEVANCIA SOCIAL

# ÍNDICE

---

<b>1.</b> Manual de identidad corporativa .....	3
<b>2.</b> Comunicación: Como presentar o prxecto 2M: .....	5
<b>3.</b> Logotipo .....	6
<b>3.1.</b> Marca gráfica principal .....	7
<b>3.2.</b> Proporción .....	8
<b>3.3.</b> Área de protección .....	9
<b>3.4.</b> Tamaño mínimo .....	10
<b>3.5.</b> Cores .....	11
<b>4.</b> Uso con fotografías .....	12
<b>5.</b> Usos incorrectos .....	13
<b>6.</b> Convivencias con outras marcas .....	14
<b>7.</b> Tipografía .....	15
<b>8.</b> Aplicacións .....	16

# 1. MANUAL DE IDENTIDADE CORPORATIVA 2M

Este manual de identidade corporativa responde aos criterios que se fixan na súa presentación oficial o día 1 de decembro de 2023, polo que se aproba o uso dos elementos básicos da identidade corporativa polo *Clúster da Industria do Deporte e o Benestar de Galicia*.

**Neste documento inclúense os aspectos constitutivos da identidade visual que conforman a imaxe corporativa do proxecto 2M** (Dous Millóns) creada polo *Clúster da Industria do Deporte e o Benestar de Galicia*, e ten por obxecto a definición e **regulamento dos usos e aplicacións dos símbolos corporativos de 2M**.

Os elementos básicos desta identidade son: o logotipo, elemento que actuará como unidade mínima de identificación, o imagotipo corporativo formado pola expresión “Un Plan de Gran Relevancia Social” e a tipografía Montserrat (Regular), que é pública e accesible a todo o mundo.



UN PLAN DE GRAN RELEVANCIA SOCIAL

O manual de identidade corporativa é un documento de uso ineludible na aplicación dos elementos de identidade corporativa que nel se definen, dado o seu carácter normativo. Pero sobre todo, é una **guía de consulta á que se debe acudir para garantir o bo uso da imaxe gráfica de 2M** e de de todas as marcas que forman parte da súa contorna.

O seguimento das pautas reunidas neste manual sobre os usos permitidos e non permitidos de logotipo e imagotipo garante que non se distorsionará a identidade visual de 2M, así como as normas de convivencia con logotipos e identidades pertencentes a outros entes e organismos integrantes do sector.

Todas as reproducións que se fagan dos diferentes elementos do manual deberán ser sempre copia fiel do orixinal e das súas posibles versións, e produciranse sempre coa mellor calidade que ofrezca o soporte no que se plasmen, sexa impresión, en pantalla, etc.

As pezas non definidas neste manual realizaranse respectando os criterios xerais e o estilo marcado por este.

O seu uso é obrigado para todos os organismos colaboradores co *Clúster da Industria do Deporte e o Benestar de Galicia* na definición de elementos gráficos de comunicación, así como para os fornecedores de soportes gráficos, como: axencias de publicidade, estudos de deseño gráfico, imprentas, creadores audiovisuais, etc.

## **2. COMUNICACIÓN: COMO PRESENTAR O PROXECTO 2M:**

“O **Plan 2 Millóns** é un proxecto impulsado polo *Clúster Galego da Industria do Deporte* e o *Benestar* que ten por obxectivo chegar aos 2 millóns de galegos e galegas que practiquen deporte con regularidade.

Activando a 700.000 persoas antes de 2030 Galicia conseguirá ser a comunidade cunha maior taxa de práctica deportiva e impactará directamente na economía da nosa terra, aforrando 700 millóns en gastos sanitarios e xerando máis de 2.000 postos de traballo.”

### 3. LOGOTIPO

A **unidade mínima de identificación** é o logotipo elaborado a partir da frase “Dous Millóns”, sintetizada en “2M” e construída sobre a base da tipografía “**At Hauss Aero**”.

Este elemento debe ser un estándar aplicable de forma coherente e consistente cun obxectivo único e claro: garantir o maior recoñecemento de 2M.

The image shows the logo '2M' in a white, bold, sans-serif font. The '2' has a horizontal bar at the bottom, and the 'M' has a distinctive shape with a small gap between the two vertical strokes. The logo is centered on a solid blue background.The image shows the logo '2M' in a blue, bold, sans-serif font. The '2' has a horizontal bar at the bottom, and the 'M' has a distinctive shape with a small gap between the two vertical strokes. The logo is centered on a white background.

## 3.1. MARCA GRÁFICA PRINCIPAL

O **identificador básico de 2M** é o imagotipo, que combina o logotipo co claim de “Un Plan de Gran Relevancia Social” coa tipografía corporativa — Montserrat — constituíndo a marca gráfica principal baixo un sistema de agregación moi sinxelo, aplicable a toda a arquitectura corporativa.

A relación entre os dous elementos — bloque máis texto na parte inferior — outórgalle á composición, xunto coa cor e a forma, un nivel de pregnancia que o fai rapidamente recoñecible pola cidadanía.

**A verbalización de “Un Plan de Gran Relevancia Social” nunca deberá aparecer sen o logotipo.**

Logotipo



UN PLAN DE GRAN RELEVANCIA SOCIAL

Imagotipo

## 3.2. PROPORCIONES

Unha composición con proporcións ópticas.

As relacións entre elementos toman como módulo de referencia o tamaño do claim, seguindo unha serie de corrección para lograr unha lectura máis orgánica e sinxela, á vez que se busca unha maior retención de atención.





### **3.3. ÁREA DE PROTECCIÓN**

**A distancia mínima que non se debe invadir.**

O espazo arredor da marca que deberá ser respectado e que non poderá ser ocupado por outro elemento tomará como referencia o espazo interior que separa os elementos do logotipo de 2M.



### 3.4. O TAMAÑO MÍNIMO

#### Altura mínima que se debe respectar.

Establecer un tamaño mínimo axudará a garantir a visibilización e lexibilidade da marca e as súas declinacións.



**2M** | Tamaño mínimo logotipo 5mm / 20px

### 3.5. CORES

A versión da marca principal aplicarase en cor sempre que se poida e só sobre fondos brancos. A cor principal da identidade é (R:8 G:111 B:181), pero a cor podese adaptar a distintas cores para encaixar noutros ámbitos sempre e cando o modelo da cor HSB (Hue Saturation Brightness), sexa de entre 0% e o 46%.

A versión en negativo non sofre ningún tipo de variación, só o cambio de cor a branco.

De xeito preferente, a marca gráfica aplicarase en negativo sobre a cor institucional ou, no seu caso, da cor corporativo secundario.



## 4. USO CON FOTOGRAFÍAS

Con fondos fotográficos blancos o brillo do fondo debe garantir o adecuado contraste da cor corporativa á hora de aplicar a versión en cor corporativa.

Con fondos fotográficos a cor deberá aplicarse a versión da marca gráfica principal en negativo.



## 5. USOS INCORRECTOS

### O que non hai que facer.

Para manter a consistencia da marca principal e o uso da mesma, non se permitirá o emprego de cores que non sexan o azul corporativo ou a versión en branco e negro, tampoco se admitirán filetes, cambios de orientación, forma, posición, proporción e marxes entre os elementos.

Non modificar proporcións nin forma.



Non modificar espaciados e marxes entre os elementos.



Non utilizar trazos no logotipo.



Non utilizar outras tonalidades que non sexan as corporativas.

## 6. CONVIVENCIA CON OUTRAS MARCAS

A marca principal como módulo de posicionamento en relación a outros organismos.

Para resolver onde vai a marca de 2M cando ten que convivir con outras institucións ou marcas, emplearase un criterio de posición e tamaño único: igual proporción e libre orden.

As marcas coas que conviva nunca superarán en altura ou anchura o alto ou ancho do logotipo. Entre as marcas a separación será a separación mínima de protección, xa indicada na pax.8.



## 7. TIPOGRAFÍA

### Montserrat

(Regular, **Black & Black Italic**)

“Los viejos carteles y letreros del tradicional barrio de Montserrat de Buenos Aires inspiraron a Julieta Ulanovsky para diseñar esta tipografía y rescatar la belleza de la tipografía urbana surgida en la primera mitad del siglo XX. A medida que el desarrollo urbano cambie ese lugar, nunca volverá a su forma original y perderá para siempre los diseños que son tan especiales y únicos. Las letras que inspiraron este proyecto tienen trabajo, dedicación, mimo, color, contraste, luz y vida, ¡día y noche! Estos son los tipos que hacen que la ciudad se vea tan hermosa. El Proyecto Montserrat nació con la idea de rescatar lo que hay en Montserrat y liberarlo.”

El proyecto Montserrat está dirigido por Julieta Ulanovsky, una diseñadora tipográfica radicada en Buenos Aires, Argentina.

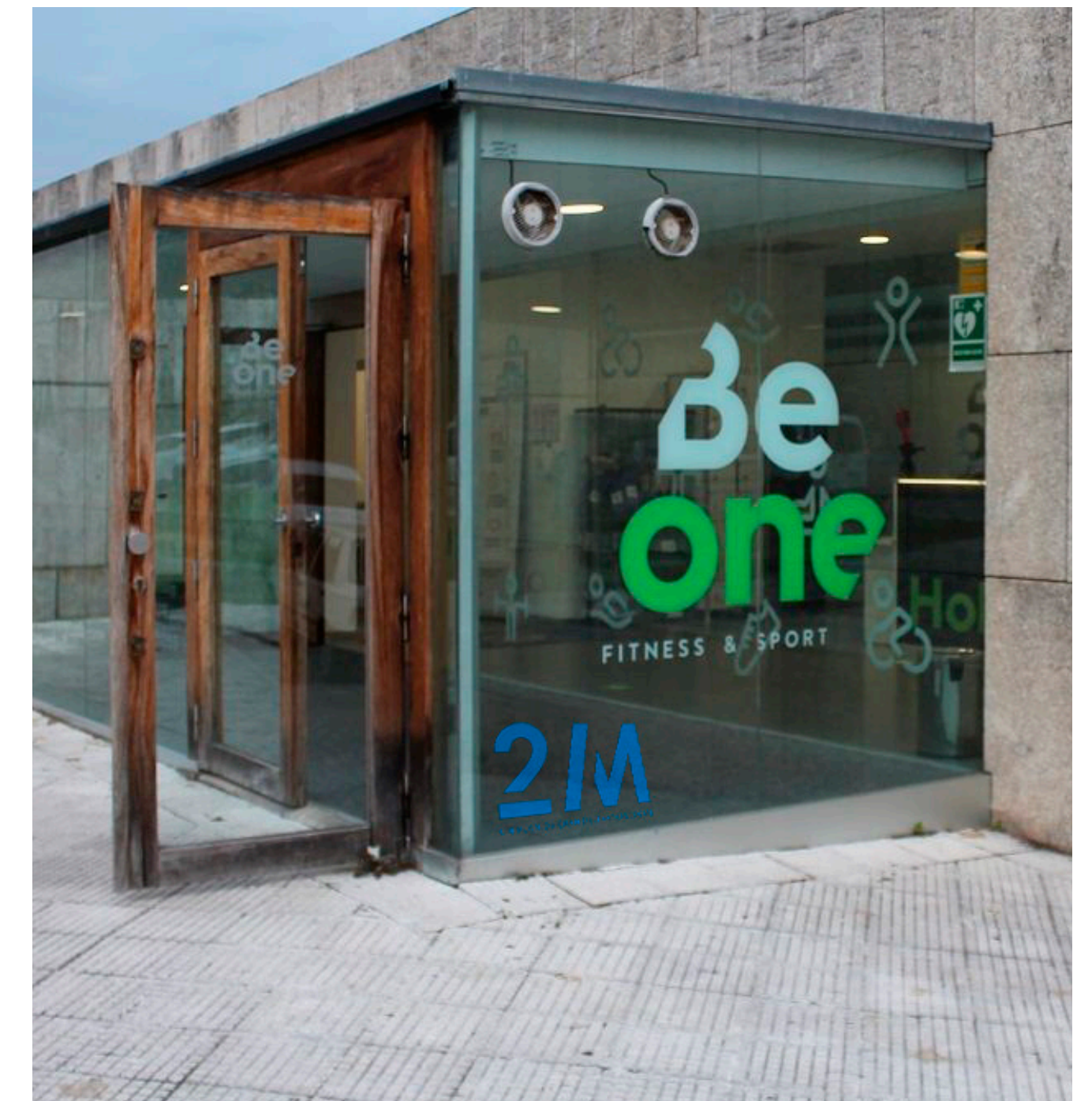


## 8. APLICACIONES

Onde podo colocar o logo 2M?

Podelo agregar a porta do teu centro deportivo, o cartel do teu evento deportivo, as túas equipacións...

A continuación podes observar algúns exemplos:





# 21M

UN PLAN DE GRAN RELEVANCIA SOCIAL