Le guide
de marque

zabala
INNOVATION

Introduction

Dans un sens le plus large, une marque est la perception que les gens ont d'une organisation. Tout comme les êtres humains, les entreprises s'expriment à travers leur personnalité, construite sur les bases solides de leur mission, leur vision et leurs valeurs. Une marque honnête reflète et met en valeur la réalité de l'organisation qu'elle représente, sans artifices. L'image que les autres ont d'une marque est ce que nous appelons « l'identité » et elle se compose de ce que la marque montre (l'identité visuelle), de ce qu'elle dit (l'identité verbale) et de ce qu'elle fait (ses produits, services et activités).

Zabala Innovation est une marque internationale, présente dans différents pays, et maintient une reconnaissance univoque basée sur différents véhicules de communication. Ce guide rassemble les normes d'utilisation et de reproduction de l'identité verbale et visuelle de la marque dans différents médias, afin de faciliter sa compréhension et sa mise en œuvre.

Notre marque

Une marque solide est essentielle pour se démarquer sur le marché. Pour y parvenir, il faut développer des caractéristiques distinctives et cohérentes dans tous les points de contact. Pour ce faire, il est important de comprendre d'abord qui nous sommes, ce que nous faisons et quel message nous voulons transmettre à notre public.

Pourquoi sommes-nous Zabala Innovation?

Zabala est le nom de famille de Jose María Zabala, président et fondateur de Zabala Innovation.

Zabala dirige cette entreprise familiale de Navarre qui, depuis trois décennies, cherche à promouvoir l'innovation en tant que facteur clé de la compétitivité des entreprises et des organisations. Elle a obtenu le statut d'entreprise leader en gestion de l'innovation et joue un rôle d'interlocuteur pertinent pour les entreprises, les centres technologiques et les universités auprès des institutions nationales et européennes qui promeuvent les politiques et les programmes de R&D.

« Zabala ,» « l'innovation » et « Europe » sont des termes indissociables de l'histoire de cette entreprise qui réunit aujourd'hui plus de 450 professionnels experts (ingénieurs agronomes, diplômés en pharmaceutique, en chimie, ingénieurs industriels dans leurs différentes branches, ingénieurs en informatique, ingénieurs en télécommunications...) entre ses bureaux de Pampelune, Madrid, Barcelone, Séville, Valence, Vigo, Bilbao, Saragosse, Bruxelles, Paris, Bordeaux, Lisbonne et Londres.

Les origines de Zabala Innovation débutent en 1986, lorsque José María Zabala (Oteiza, 1947) obtient un diplôme d'ingénieur chimiste à l'Université catholique de Louvain (Belgique) et un doctorat en sciences naturelles appliquées. Tout en préparant son doctorat, il est également chercheur dans l'un des laboratoires de l'université pour le compte d'une entreprise locale.

Après une expérience dans une entreprise privée en tant que directeur de la recherche et du développement technologique, il rejoint l'administration régionale en Espagne, au département de l'industrie, où il collabore à la rédaction du premier règlement sur les aides à la R&D, inclus dans le décret de 1982.

En 1986, José María Zabala créé Asesoría Industrial Zabala dans sa propre maison : entre deux tréteaux et une planche, un téléphone et le soutien fondamental de sa femme, Lia. Azkoyen est son premier client, suivi par Viscofan et MTorres, entre autres, des entreprises innovantes de Navarre, qui sont devenus aujourd'hui de grandes entreprises.
L'Europe fait partie de l'ADN de l'entreprise depuis ses débuts, coïncidant avec l'entrée de l'Espagne dans le Marché commun.

La croissance et l'expansion

2000 : Asesoría Zabala s'installe dans un bureau à Pampelune, et à cette époque compte une vingtaine d'employés. Ses clients ne se situent plus exclusivement en Navarre et se diversifient.

En 2003, elle ouvre un bureau à Bruxelles, une décision déterminante associée à la création d'un département pour les projets européens. Le personnel se voit doubler (54 employés) et l'expansion se poursuit avec l'ouverture du bureau de Madrid (en 2005), suivi par le bureau de Barcelone (2007), Séville (2009), Vigo et Valence (2010) ; Paris (2016) et Bordeaux (2019).

Aujourd'hui, Zabala Innovation est une entreprise leader dans le management de l'innovation.

Notre raison d'être

Mission

Nous sommes engagés auprès de nos CLIENTS, nous les aidons à INNOVER dans un marché MONDIAL, nous anticipons leurs besoins avec loyauté et efficacité. Nous sommes une référence en matière de GESTION et de FINANCEMENT PUBLIC des PROJETS de R&D, Grâce à notre expérience avec des entreprises leaders, personne ne connaît les ÉCOSYSTÈMES D'INNOVATION comme Zabala Innovation : les universités, les centres technologiques et de recherche, les unités de R&D, les sociétés d'investissement, les administrations... Nous favorisons les ALLIANCES STRATÉGIQUES entre les agents de ce RÉSEAU pour créer de la VALEUR. Nous pensons qu'il existe une opportunité historique pour que l'Europe mène la transformation vers un monde plus SOCIAL et DURABLE, avec plus d'ÉGALITÉ, au service de tous les citoyens. Les objectifs de développement durable sont les piliers de nos activités. Nous réussissons, car chez Zabala Innovation, les INDIVIDUS sont importants. Faire partie de Zabala Innovation nous offre l'opportunité de nous développer en tant que professionnels et de contribuer à la société à laquelle nous appartenons.

Vision

Nos racines sont notre CULTURE et nos VALEURS, notre ENGAGEMENT envers les besoins de nos CLIENTS. Nous sommes devenus des LEADERS, et nous continuerons à croître de manière durable, si nous prenons soin de nos RACINES. Pour ce faire, nous devons relever de nouveaux défis : un monde de plus en plus globalisé, l'impact des nouvelles TECHNOLOGIES dans une société qui exige la DURABILITÉ, l'ÉQUITÉ et l'équilibre avec l'ENVIRONNEMENT. L'arbre Zabala Innovation prend soin de ses branches consolidées. D'autres branches ont récemment surgis (l'ouverture de nouveaux bureaux, l'innovation sociale, les appels d'offres...) et nous en générerons de nouveaux (les stratégies d'innovation...) Nous avons appris à faire de chaque projet une réussite, maintenant c'est à nous de nous occuper de l'ÉCOSYSTÈME.

Valeurs

La confiance : Faire confiance aux autres et mériter la confiance de tous.

L'intégrité : Respecter les clients, les fournisseurs, la société et l'environnement.

La coopération : Travailler en équipe pour apporter des idées qui profitent à l'entreprise, aux clients et aux fournisseurs.

L'innovation : Encourager et gérer le changement en prenant des initiatives et des risques, avec modération. Acquérir et partager des connaissances.

L'engagement : Respecter tous les engagements et accords de la société acquis librement.

La liberté et la responsabilité : Vivre en liberté tout en acceptant la responsabilité, ainsi que les résultats et les conséquences de ses actions.

Nos « 10 commandements »

1. Intégrer l'innovation dans la stratégie de l'entreprise.
2. Mener le processus d’innovation depuis la direction de l’entreprise.
3. Toujours innover en tenant compte du marché.
4. Faire face aux risques.
5. Déléguer et se concentrer sur le « savoir-faire. »
6. Innover de manière planifiée.
7. Formaliser les idées dans des projets d'innovation.
8. Coopérer avec les entreprises et les organismes de recherche.
9. Allouer des ressources matérielles et humaines raisonnables.
10. Être prêt pour l'avenir en intégrant la culture de l'innovation dans l'entreprise.

L’identité visuelle

Notre identité visuelle démontre notre engagement envers les personnes et la valeur de la coopération, à travers une construction modulaire dans laquelle chaque élément est important. Les éléments formels tels que la palette de couleurs ou les typographies reflètent notre vocation innovante et notre esprit clair et direct.

Résumé des éléments de notre identité visuelle

Logotype

zabala
INNOVATION

Isotype

Typographie

Aa

Aa

Couleur

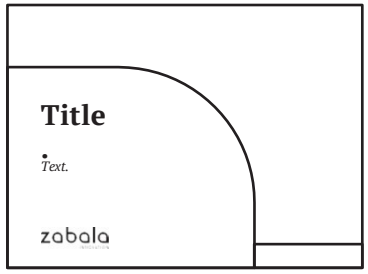
Ce qui change :

- Netteté du logo
- Isotype indépendant
- Caractère à empattement complémentaire
- Simplification des formes
- Le rouge et le bleu pour l'essentiel
- Réticulation orthogonale avec des formes courbes
- Nos propres illustrations

Photographie

Illustration

Graphique



Logo

L'élément visuel le plus identifiable est le logo, sur lequel se basent les autres éléments qui composent l'identité visuelle. Afin de maintenir sa valeur et sa reconnaissance, une série de règles ont été établies pour guider son utilisation.

Résumé du logo

Le logo Zabala Innovation est envisagé de plusieurs façons afin de répondre à tous les besoins.

Logo principal :
Il se compose de 2 éléments, le nom ZABALA et le slogan INNOVATION. Il s'agit de la présentation principale et son utilisation doit être appliquée chaque fois que possible.

Logo sans slogan:
Lorsque cela n'est pas possible pour des raisons de lisibilité ou de reproduction du texte, la version sans slogan sera utilisée.

Isotype:
L'isotype est l'élément visuel destiné à présenter la marque dans les cas où l'espace est limité, comme l'image de profil sur les réseaux sociaux, les icônes d'application et le favicon de site web. Il est également largement utilisé pour le renforcement de la marque, comme élément de renforcement de la marque dans les documents d'entreprise où le logo principal est déjà présent. De même, dans des cas exceptionnels, il peut également être appliqué comme merchandising.

Logo principal

Logo sans slogan

Isotype

Logo principal

Typographie:
Zabala Innovation a adopté une typographie ad hoc basée sur la géométrie. En ce sens, la police Poppins est utilisé comme typographie principale dans le slogan, devenant ainsi un lien de la marque..

Coleur:
La présentation principale de la marque, dans la mesure du possible, doit être en rouge, au cas où elle ne pourrait pas être appliquée, elle passerait en blanc. Pour le slogan, la présentation principale serait en bleu foncé, dans le cas contraire, il passerait en blanc.

Marque dénominative:
Dans tout type de texte, l'entreprise sera nommée Zabala Innovation, en évitant d'utiliser uniquement ZABALA ou Zabala Innovation Consulting.

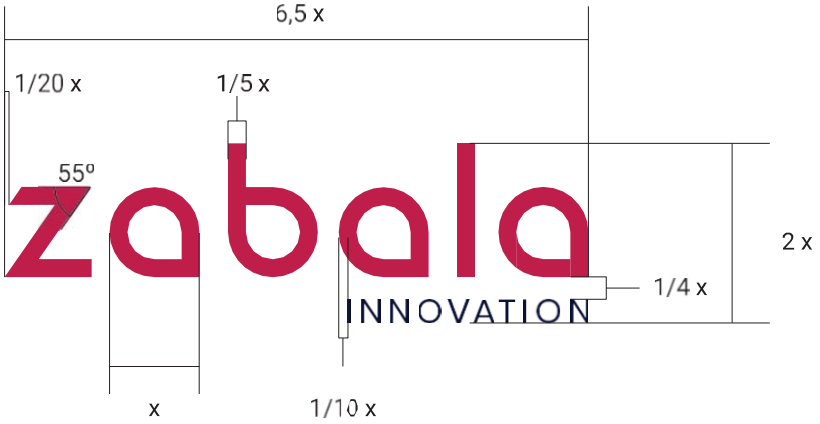
Construction du logo principal

Construction et proportion:
L'importance formelle de la lettre "a" transcende la construction du logo. En partant de la largeur de la lettre "a", les proportions sont établies pour une lisibilité et un équilibre optimal.

Zone de protection:
L'espace de protection du périmètre du logo doit être d'au moins 1x.

Positionnement:
Pour maintenir la cohérence, le logo Zabala Innovation peut être placé dans n'importe quel coin d'une mise en page, de préférence en haut à gauche et en bas à gauche et à droite. Utilisez le coin supérieur
droit le moins possible. La distance à laquelle il doit être placé doit être d'au moins 1x.

Construction et proportion



Zone de protection

Positionnement

Logo sans slogan

La nuance de la couleur est la même que celle de la couleur principale. L'utilisation principale doit se faire en rouge et lorsque ce n'est pas possible en blanc. Pour les zones de construction et de protection, la largeur de "a" est le x à partir duquel elle est fournie.

zabala

zabala

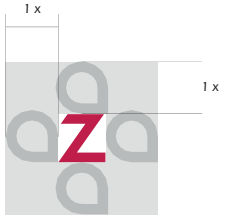
Isotype

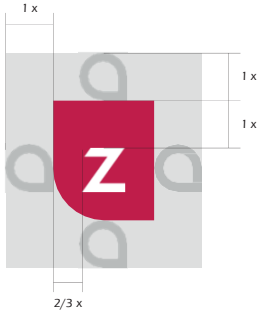
Deux formes d’isotype sont proposées :

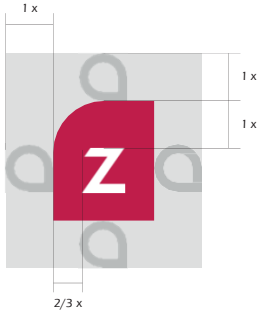
Z isolé:
Le "z" extrait du logo est la version réduite, son utilisation est un renforcement et un rappel dans les éléments où le logo principal est déjà apparu.

Z inscrit:
La deuxième option est le "z" inscrit dans une forme et est conçu pour apparaître dans les marges supérieures ou inférieures en atteignant le bord. Il y a 2 variantes, quand il est placé dans la marge supérieure il faut utiliser l'option de la courbe en dessous du "z" et quand il va dans la marge inférieure celle de la courbe dans la partie supérieure.la courbe en haut. Si vous l'appliquez à des documents destinés à être imprimés sur des imprimantes multifonctions, tenez compte des marges de l'imprimante afin de ne pas obtenir une mauvaise impression.

Zone de protection :
Les zones de protection interne et externe sont établies aux valeurs de "a".



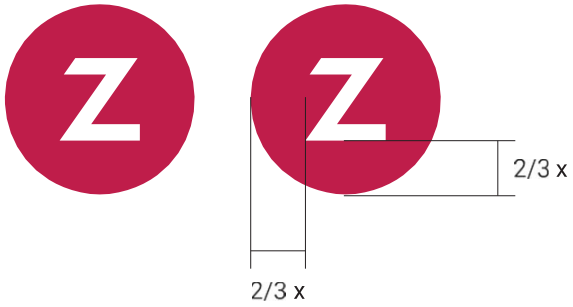


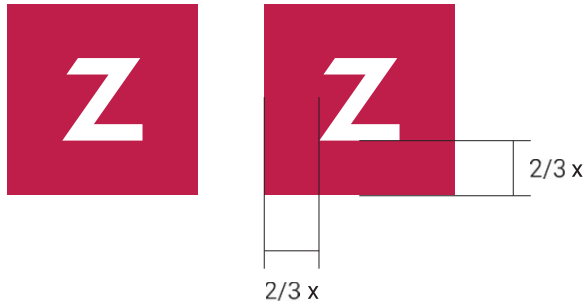


Avatars

Afin d'assurer la cohérence sur toutes les plateformes, un avatar unique de Zabala Innovation a été créé sur la base de l'isotype avec un fond rouge et le "z" en blanc.

Échelle et positionnement :
L'isotype est centré horizontalement et verticalement, tant dans la forme carrée que dans la forme circulaire. Le diagramme de droite montre comment mettre le logo à l'échelle pour obtenir une zone tampon cohérente à différentes tailles.





Tailles :
Le tableau suivant indique la taille et la forme requises de l'image de profil Zabala Innovation pour chaque réseau social :

- Facebook 180 x 180 (Carré ou circulaire)
- Twitter 400 x 400 (circulaire)
- LinkedIn 400 x 400 (Carré ou circulaire)
- Pinterest 165 x 165 (Carré)
- Instagram 110 x 110 (Circulaire)
- YouTube 800 x 800 (Carré)

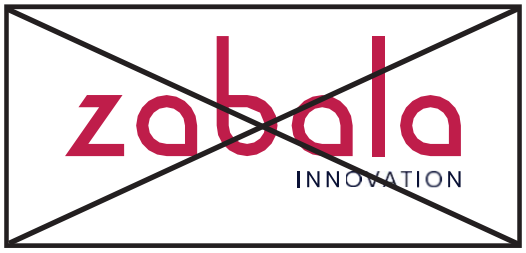
Réduction minimale

	Impreso	*Digital*
	2 x 7,7 mm	105 x 33 px
	15 x 3,43 mm	-
	3 x 3,09 mm	21 x 22 px
	4,5 x 5,34 mm	67 x 79 px
	5 x 5 mm	16 x 16 px

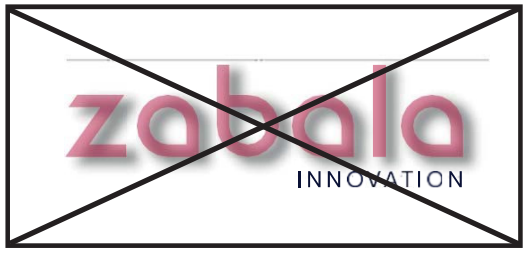
Les différentes versions de la marque doivent conserver leur lisibilité dans les différents formats dans lesquels elles sont appliquées. Vous devez donc tenir compte de la taille par rapport au support et de la distance à laquelle elle sera vue.

Usages non permis

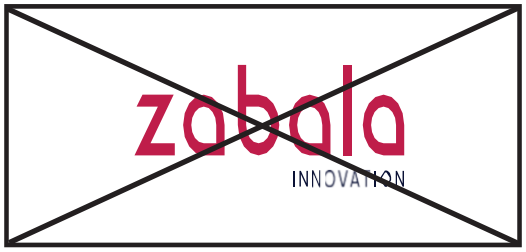
Alteration de la construction



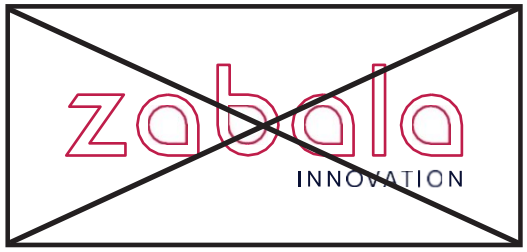
Ombres et changement s d'opacité



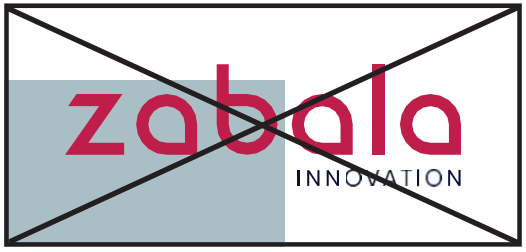
Déformations ou courbes



Logo ‘en ligne’

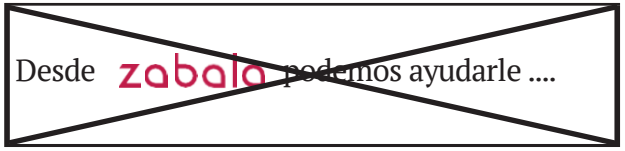


Dissimulation

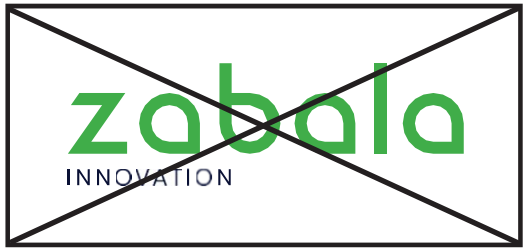


Changements compositionnelles

Usage du logo en tant que texte



Changement de couleur



Coleur

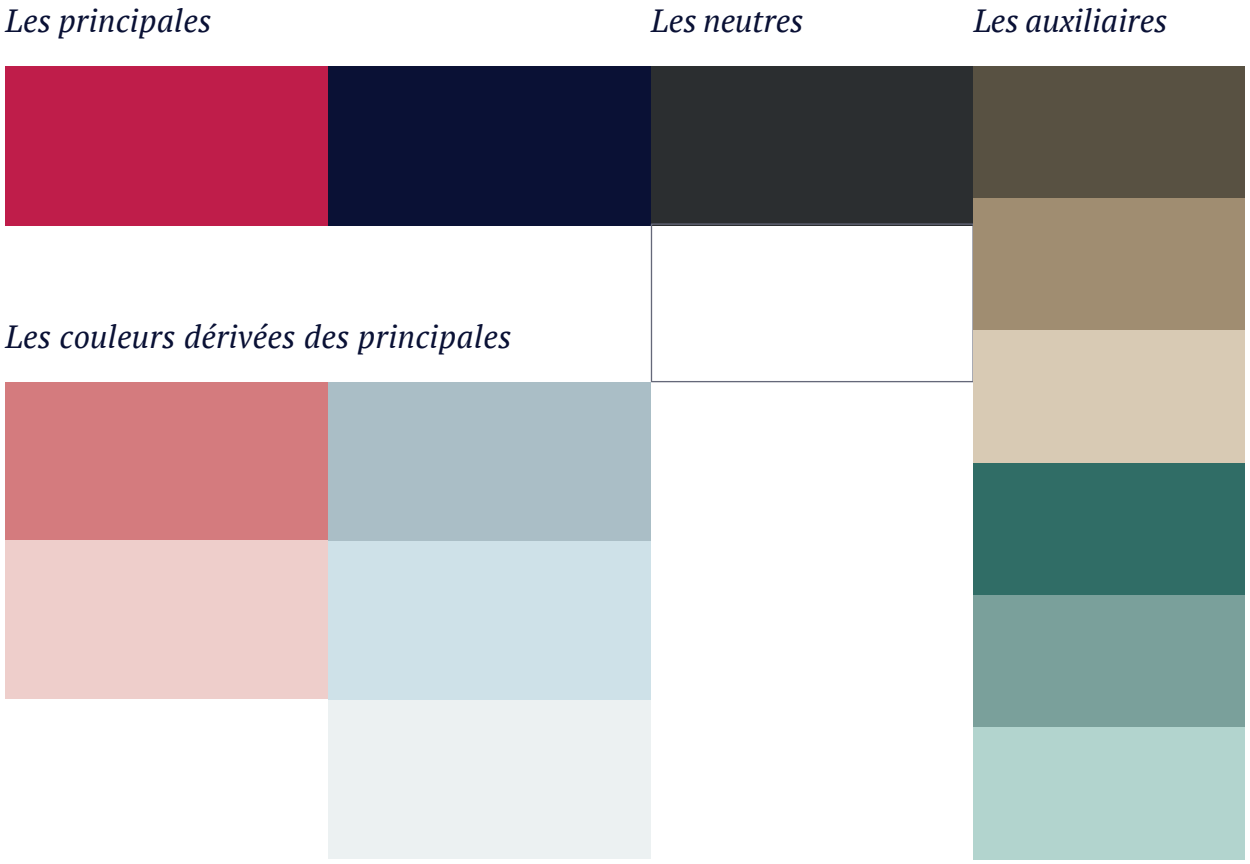
La gamme de couleurs de ZAA a été imaginé afin d'adapter sa flexibilité à un usage simple et facile.

Résumé du système de couleur

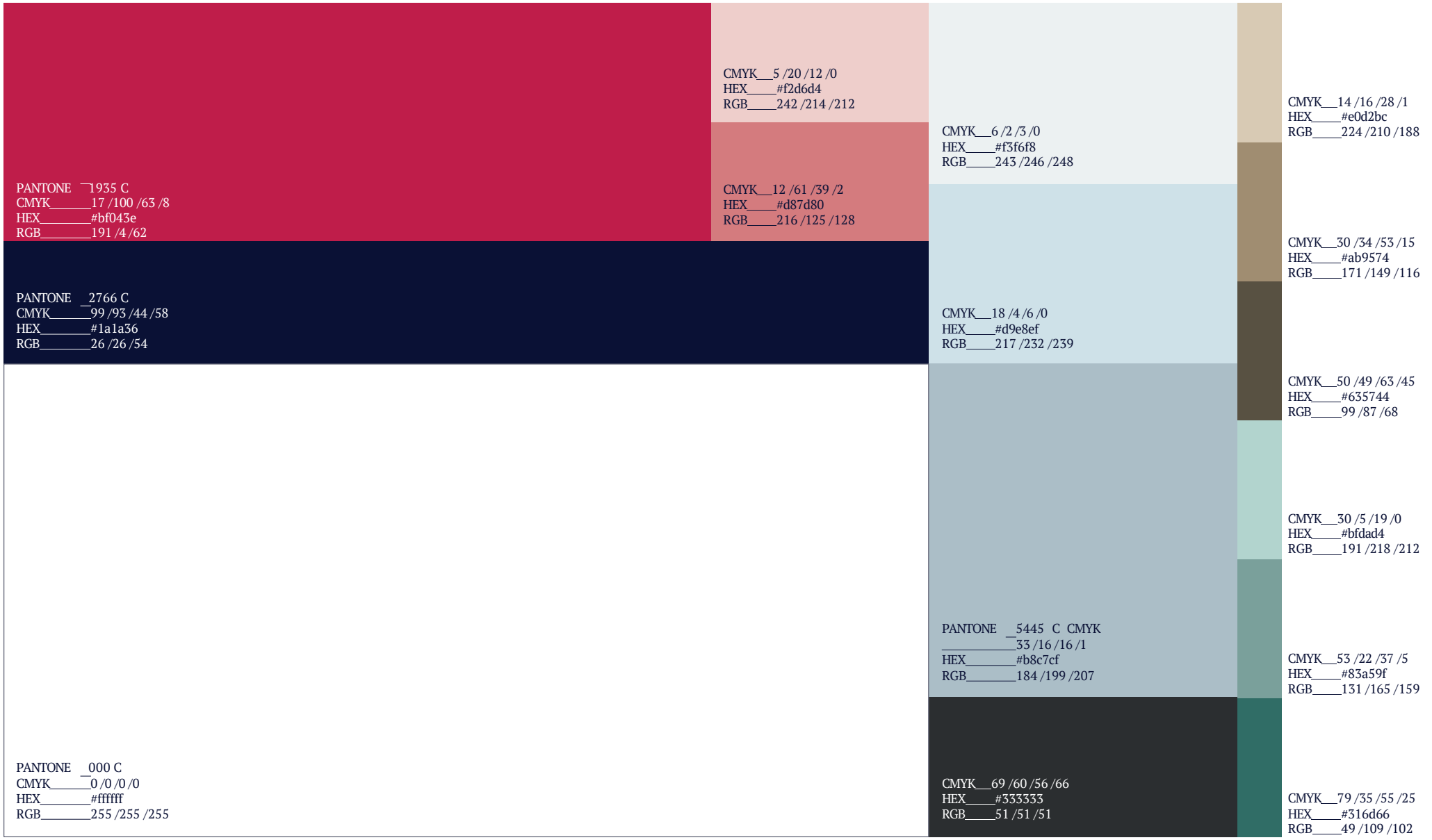
Il est important de maintenir un sens hiérarchique et équilibré qui transmet l'harmonie lors de l'utilisation des différentes palettes de couleurs. Le système de couleurs Zabala Innovation est flexible, et est structuré comme suit :

Les couleurs principales : elles apportent distinction et caractère à la marque. Le rouge est utilisé principalement dans le logo, les titres et les couvertures, le bleu dans les sous-titres et les illustrations. Le bleu doit toujours apparaître avec le rouge.

- Les dérivés des principaux : utiles en tant que ressource flexible et polyvalente. Complémentaire pour les fonds, graphiques, tableaux, onglets... de l'utilisation de la couleur dans les fonds, onglets, tableaux...
- Les neutres: le blanc pour les fonds et gris foncé pour le texte sur blanc.
- Les auxiliaires: utilisation exclusive pour les graphiques où il faut plus de variété que ceux dérivés des principaux.



Proportion chromatique



Usages de la couleur pour le logo principal

Positif

* Sur les fonds gris, utilisez le logo avec votre combinaison principale.

Négatifs

1 tinte

Utilisation exceptionnelle de la couleur dans le logo principal

Noir

* Pour les applications qui ne permettent pas la couleur ou en cas de coexistence dans une grille de logo.

Gris

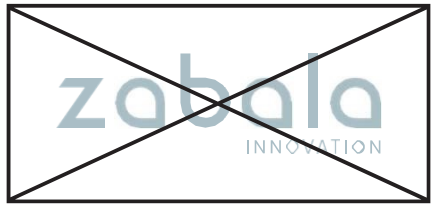
* Pour les applications qui n'autorisent pas la couleur, comme les annonces dans les journaux.

Mauvaise utilisation de la couleur dans le logo principal

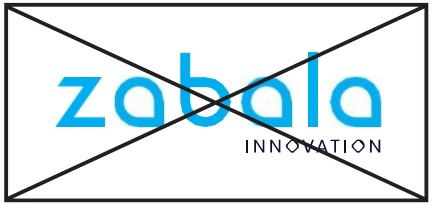
Positif

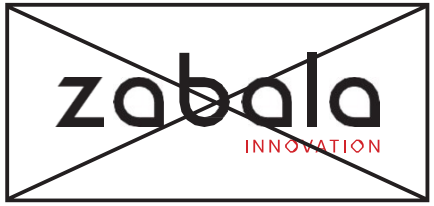
Négatif

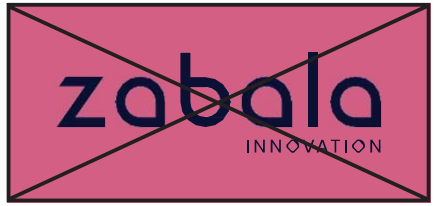
1 tinte



Changer les couleurs de façon aléatoire







Les couleurs dans le thème Microsoft Office

— *Les couleurs principales*

(codes couleur à l'intérieur)

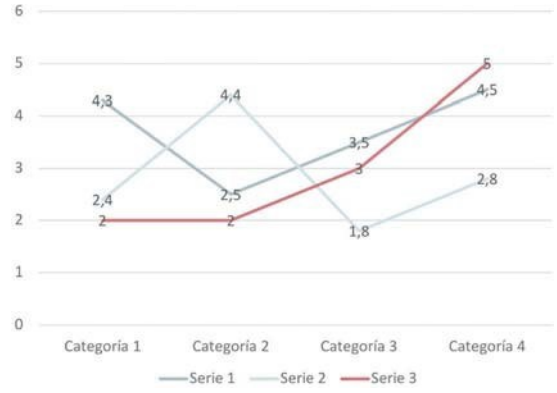
— *Les couleurs dérivées des principales*

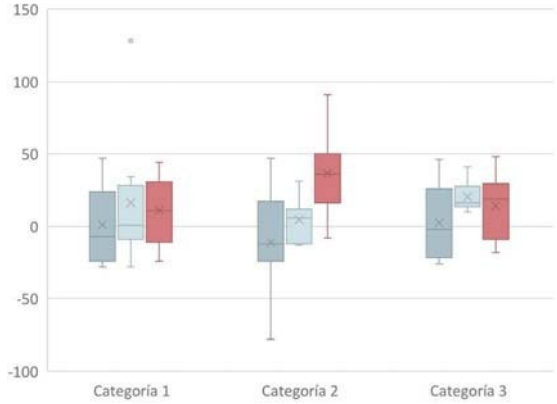
(il les fait automatiquement).

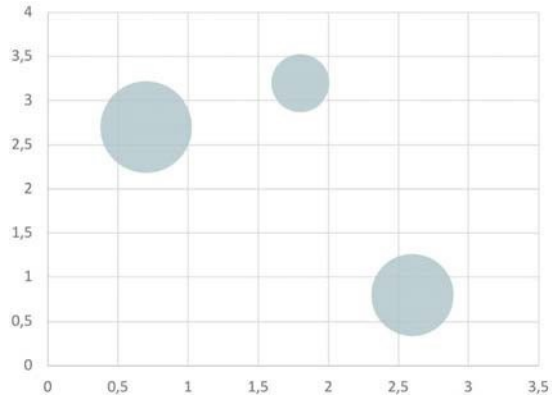
— *Les options monochromatiques.*

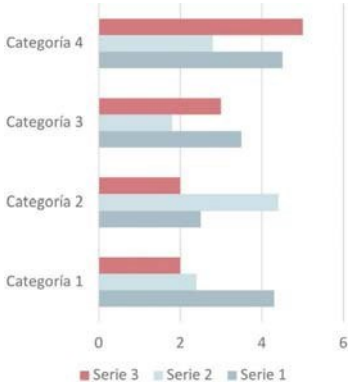
Généré automatiquement pour s'appliquer aux graphiques.

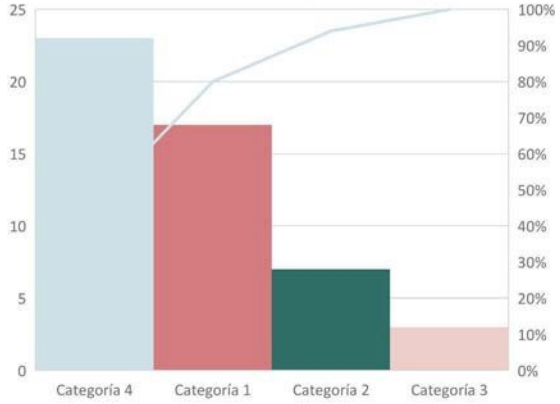
Couleurs dans la représentation des données

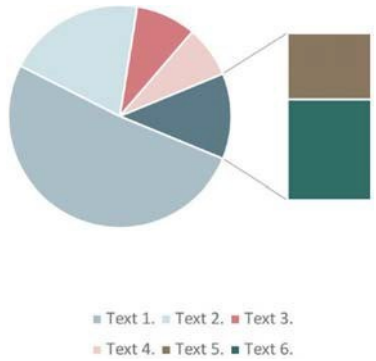












Utilisez en priorité les 4 premières couleurs d'accentuation (les 2 gris et les 2 variantes de rouge) avec les dérivés générés par le système. Si vous avez besoin de plus d'options ou d'un plus grand contraste, incluez les couleurs d'accentuation verte et brune et leurs dérivés.

Typographie

Les lettres, les mots et les textes sont le véhicule du message, et c'est dans les caractéristiques typographiques que s'exprime la personnalité de la marque. Une bonne sélection typographique permet d'établir une relation avec les valeurs et de susciter l'intérêt.

Polices d'entreprise

La combinaison d'un caractère géométrique à bâton sec avec un caractère à empattement apporte innovation et modernité de manière humaine.

Les caractères d'entreprise proposés sont Poppins, en accord avec le caractère du logo, et en complément du PT Serif. Les deux polices peuvent être téléchargées gratuitement sur Google Font.

Les poids utilisés sont : Poppins :

- Régulier : pour le slogan
- Support : pour les titres
- Gras : dans les titres

PT Serif:

- Regulier: corps de texte.
- Italic: souligné.

Poppins

Impacto **Modernidad** **Frescura**

Regulier

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890 !@#$%&*

Moyen

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890 !@#$%&*

Gras

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890 !@#$%&*

PT Serif

Humanidad Elegancia Seriedad

Régulier

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
1234567890 !@#$%&*

Italique

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
*1234567890 !@#$%&**

Hiérarchie typographique

Titres spéciaux POPPINS BOLD

*Appliquez aux titres pertinents, très courts et à caractère spécial.

La ligne ne peut contenir qu'un seul mot et dépend de ce que vous voulez mettre en évidence.

Lorem Ipsum Dolor

Sous-titre
POPPINS MEDIUM

VESTIBULUM ANTE

Titre
POPPINS BOLD

Lorem ipsum dolor sit amet

Souligné
PT SERIF ITALIC

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc ut dictum nunc.

Corps de texte
PT SERIF REGULAR

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nunc ut dictum nunc, blandit tincidunt quam. Vivamus condimentum auctor odio, id porttitor justo. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia curae; Donec scelerisque lacus ac tellus vestibulum luctus.

Polices de caractères du système

Typographie pour Microsoft:
Tw Cen MT + Times New Roman

Typographie du système:
Verdana + Times New Roman

Pour les cas où les polices d'entreprise génèrent des conflits, il est proposé :

- Polices pour Microsoft : disponibles dans la bibliothèque de Microsoft. Utilisation exclusive en cas de problèmes avec les polices d'entreprise.
- Polices système : utilisation exclusive pour les bulletins d'information..

Les principes typographiques

Afin de maintenir la cohérence et de garantir la lisibilité des communications, les principes suivants sont établis :

Alignement du texte

La disposition des textes doit être alignée à gauche ou justifiée. Évitez les textes centrés ou alignés à droite qui peuvent rendre la lecture difficile.

Espacement et suivi des lignes

Pour garantir un espacement correct, un interlignage de 160 % est suggéré pour le texte continu. Pour les titres, la fourchette est plus large, de 90 % pour les grands titres, 120-140 % pour les titres moyens à 180 % pour les petits titres.

En ce qui concerne le suivi, en règle générale, conservez le réglage par défaut de la typographie.

Boîte haute et basse

Pour que les communications soient claires, simples et lisibles, il est conseillé d'utiliser des minuscules.

Les points forts doivent être en italique et en minuscules.

Pour aider le lecteur à trouver l'information dans les différentes communications, on peut appliquer aux textes une disposition de type titre, avec la première lettre en majuscule.

La signature

Notre signature est le résultat de notre proposition de valeur et de notre idée de marque. En très peu de mots, nous pouvons transmettre nos valeurs, ambitions et messages clés.

Le résultat de la mission, de la vision et des valeurs est l'affirmation de Zabala Innovation : l'innovation fonctionne. A l'occasion de cet anniversaire et en raison de l'effet de COVID- 19, il a évolué avec l'intention de renforcer le caractère humain : Together Innovation Works.

Deux représentations vous sont proposer :

- comme titre : sur la page d'accueil, ou diapositive au début d'une présentation.
- comme hashtag : comme hashtag de clôture sur la couverture arrière des présentations et des invitations ou au dos des cartes.

Innovation Works

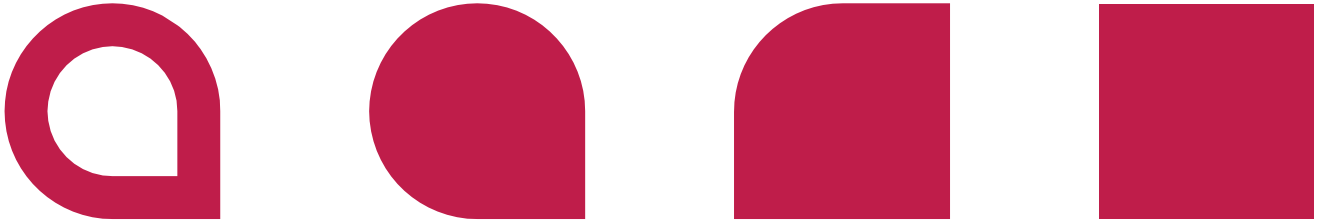
Together

#InnovationWorks

La charte graphique

Grâce aux formes géométriques, notre marque reste reconnaissable même en l'absence de logo. Cela nous donne la flexibilité de la mettre en place dans différents médias et supports.

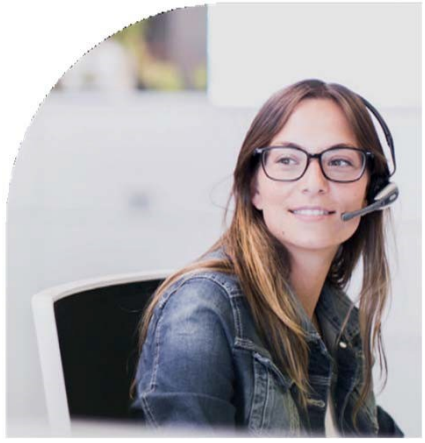
Graphique



Le style visuel de Zabala Innovation est basé sur la simplification de la lettre "a" du logotype, la transformant en une forme et réduisant la courbe à l'un des coins. Cette simplification permet de combiner des formes orthogonales et courbes, ce qui donne une combinaison souple, ordonnée et pur.

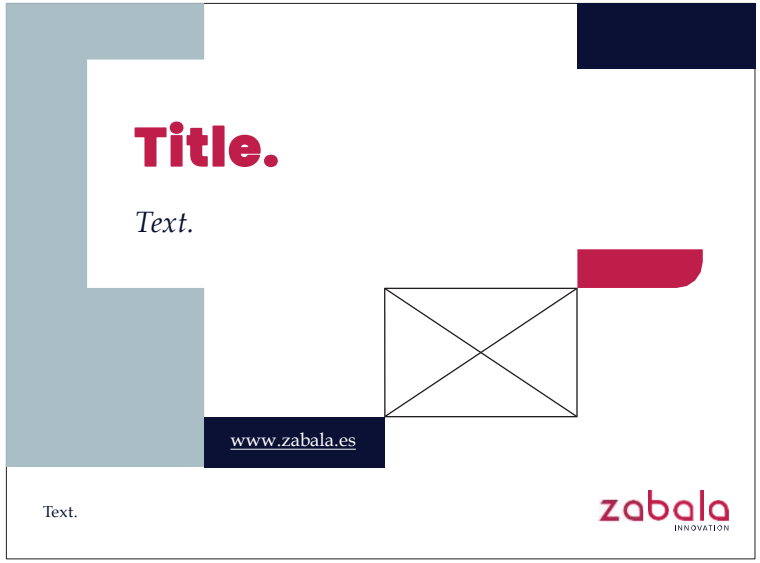
De cette façon, le "a", seule voyelle du logo, devient le fil conducteur de la marque.

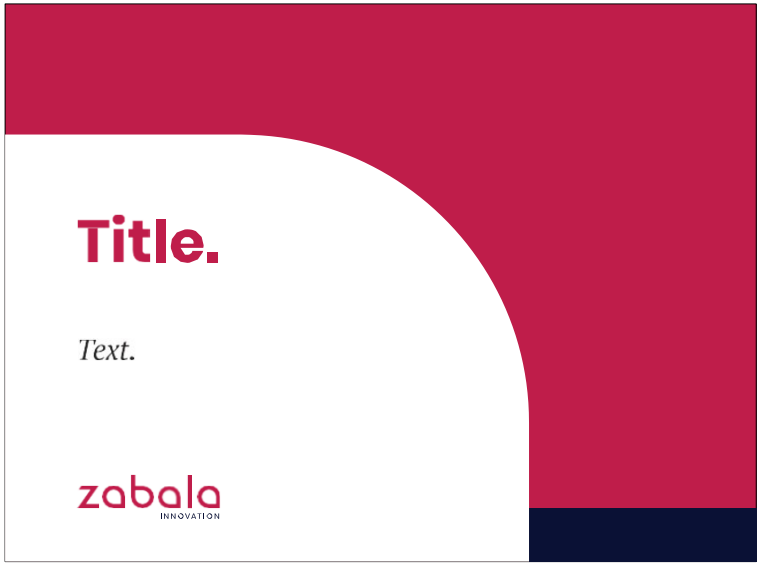
Avec cette forme, vous pouvez camoufler une image et générer des espaces blancs en superposant des formes pour inclure du texte.



Lorem ipsum dolor sit amet.

Graphique





Un système modulaire donne un sentiment de netteté et de contrôle. La réticulation des espaces est obtenue par l'utilisation de masses de couleurs orthogonales et de formes dérivées du "a" du logo.

Un système modulaire non statique est proposé, dont les éléments peuvent être déplacés librement pour s'adapter aux différents besoins.

Photographie

Notre propre langage photographique nous aide à construire une marque reconnaissable et homogène. Cela comprend le choix des motifs, le cadrage, l'éclairage, le traitement ultérieur des couleurs, etc.

Résumé du système photographique

La photographie de Zabala Innovation doit transmettre les valeurs de la marque (Confiance - Intégrité - Coopération - Innovation - Engagement - Liberté et Responsabilité).Innovation - Engagement - Liberté et Responsabilité). Par conséquent, qu'il s'agisse d'images de stock ou de sessions personnalisées, les images doivent respecter une série de principes généraux d'exécution et de contenu, à savoir des principes généraux d'exécution et de contenu qui garantissent la transmission du message de la marque de manière cohérente :

- Utilisez les retouches avec parcimonie.
- Des arrière-plans épurés.
- Couleurs neutres en arrière-plan.
- Images d'un groupe en train de travailler.
- Les personnes doivent transmettre leur professionnalisme, en se comportant de manière naturelle et confiante. La tenue doit être formelle et de couleur neutre.

Vous devez éviter :

- Des images artificiellement retouchées.
- Environnements à faible luminosité.
- Arrière-plans complexes ou environnements encombrés.
- Situations forcées.

Photographie des employés

L'équipe humaine de Zabala Innovation est un atout à valoriser et sa photographie sera travaillée aux différents niveaux suivants :

- des prises de vue générales pour des photos de groupe d'entreprise.
- des photos de l'équipe travaillant pour capturer l'instant, de vraies personnes dans leurs activités quotidiennes.
- plan moyen ou plan moyen-court pour les portraits. L'attitude doit montrer la sécurité et la confiance d'une manière proche et agréable.

Photographie des bâtiments et des installations

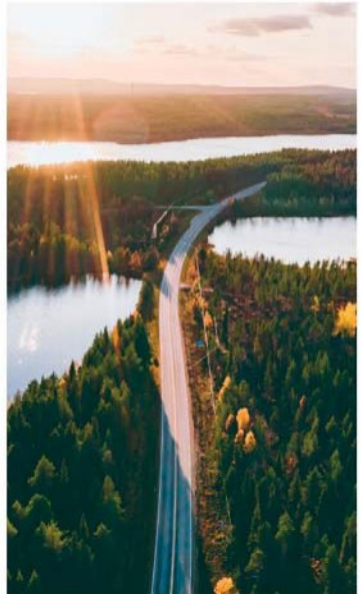
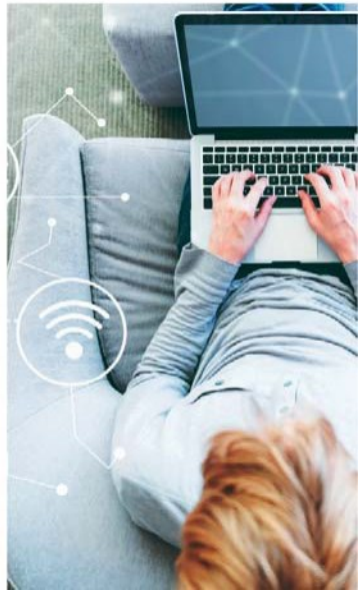
Pour la photographie des sites, nous recherchons des plans d'ensemble dans lesquels les lignes architecturales des installations sont perçues comme des points de fuite, générant une plus grande profondeur. Les différents éléments corporels seront photographiés au premier plan, en recherchant également les volumes et la profondeur.

Images d’archive

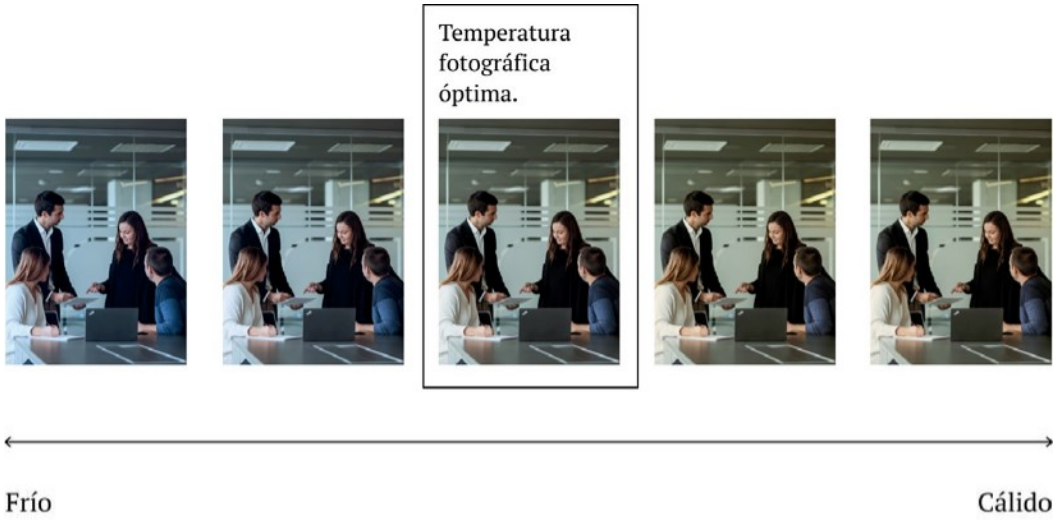
La sélection des images d'archive a une hiérarchie différente en fonction de leur utilisation :

- Les images d'archive qui ont du poids ou de l'importance, comme les couvertures de présentation, les couvertures de vidéo ou les différents héros du web. Dans ces cas, l'intention est de capter l'attention et les couleurs seront légèrement plus saturées et plus contrastées. Le cadrage sera large avec des plans généraux ou des plans de détail et dans les deux cas, nous rechercherons les lignes de fuite et la rotondité architecturale.

- Les images d'archives utilisées comme support, en accompagnement des textes. La saturation et la luminosité doivent être neutres. Le cadrage peut aller des plans généraux aux plans de détail.

Edition de photos

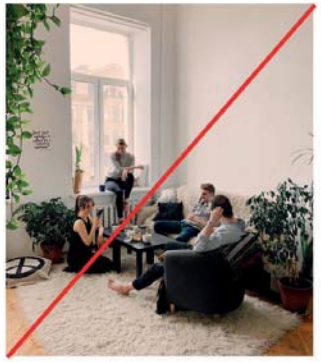


Les images montrent toujours une lumière douce et neutre. Il s'agit de photographies aux couleurs naturelles, peu retouchées, mais évitant les tons froids typiques de l'éclairage fluorescent.

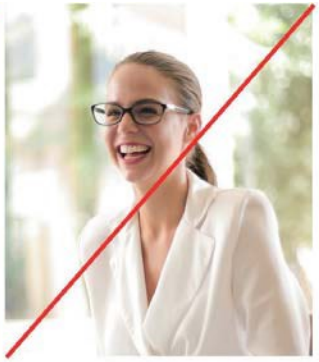
Lorsqu'il est nécessaire d'ajouter des glacis pour égaliser les portraits, ils doivent être de préférence d'un noir pur avec une transparence de 25%.

Mauvais usage

La photographie de Zabala Innovation transmet le naturel et, en ce sens, évite toujours les montages excessifs. Les images au cadrage forcé, à la saturation excessive ou déficiente, les images sombres ou éclairées artificiellement ne font pas partie du langage, pas plus que les photographies en noir et blanc, ni les images découpées superposées sur d'autres fonds. Les images complexes comportant une grande quantité de détails ainsi que les expressions faciales exagérées et les attitudes trop officielles ou formelles ne conviennent pas.



Actitud demasiado informal.

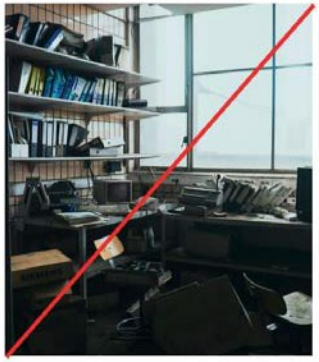


Expresión excesiva.

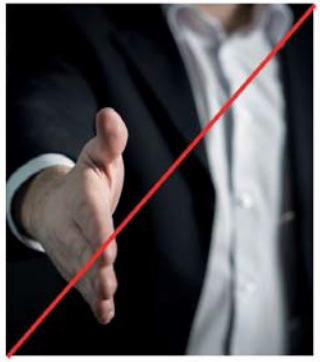
Retratos sin mirar a cámara.

Iluminación y retoque artificial.

Complejidad.



Oscuridad y desorden.



Imágenes muy oscuras y demasiado formales.

Blanco y negro o saturación baja.

Illustration

Les illustrations jouent un rôle important dans notre identité visuelle. Ils nous permettent de transmettre des thèmes, des idées et des domaines de manière rapide, tout en générant une reconnaissance de la marque.

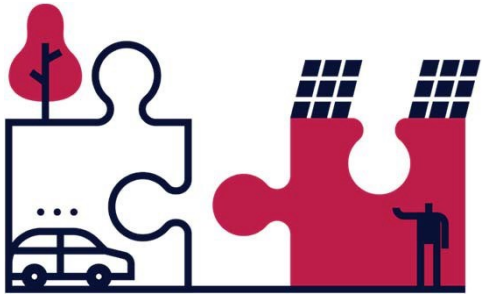
Résumé du style d'illustration

Le style des illustrations, en plus de l'image de marque, est un élément fonctionnel, puisqu'il aide à la compréhension du contenu. Ils illustrent des thèmes, des idées et des sous une forme abrégée. qui transmet l'information rapidement. En aucun cas, les illustrations ne sont utilisées comme simple décoration ou pour des motifs.

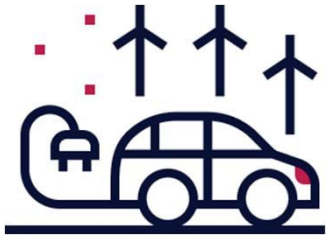
La création d'illustrations suit le principe de style suivant :

- Associer des formes orthogonales et courbes.
- Les icônes doivent être construites pour communiquer en évitant les détails décoratifs.
- L'illustration est réalisée avec des traits uniformément épais et de petits détails en masse.

Illustration complexe

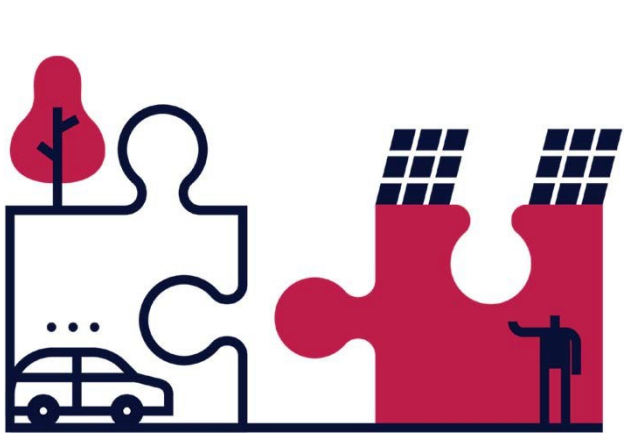


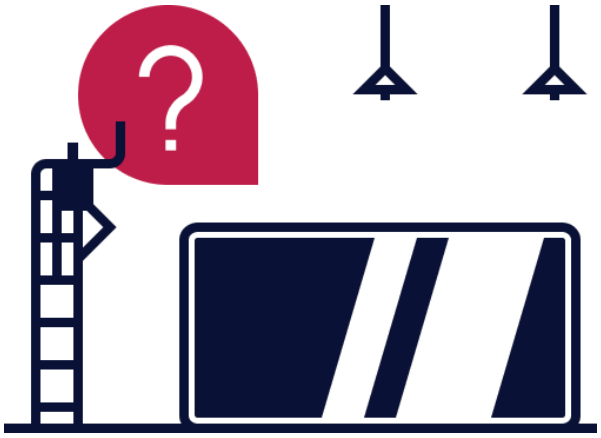
Microillustrations pour les domaines

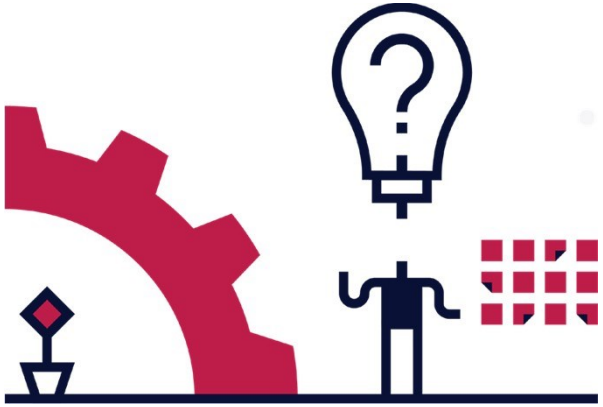


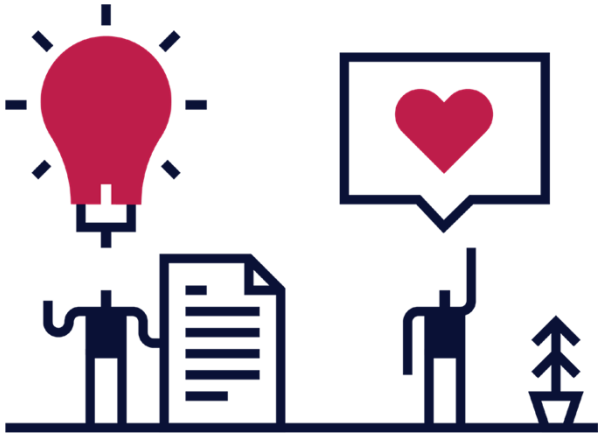
Iconographie des domaines

Les illustrations complexes







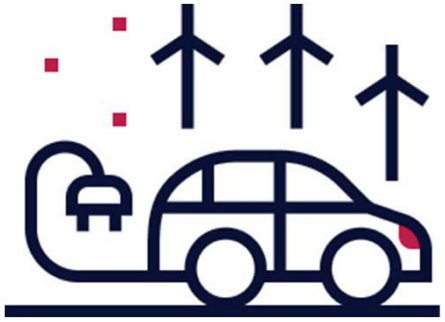


Il s'agit du niveau d'illustration le plus complexe, dans lequel des plans de couleur rouge sont ajoutés pour représenter des zones complètes de l'activité. La proportion d'occupation devrait représenter environ 40 à 60 % de la demande, qu'elle soit imprimée ou numérique.

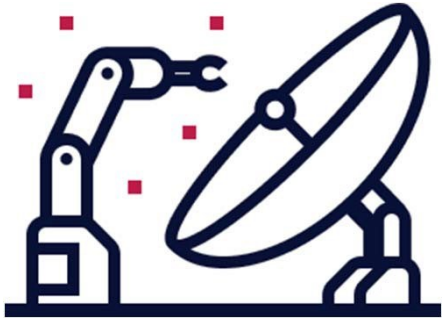
Microillustrations des domaines

Au deuxième niveau de complexité se trouvent les micro illustrations, des illustrations simples et synthétiques qui reflètent les valeurs et les activités de l'entreprise, dans lesquelles le bleu est la couleur principale et le rouge souligne les petits détails.

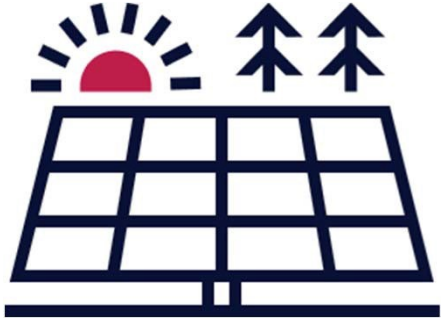
Santé, agroalimentaire et bioéconomie



Energie et mobilité



Industrie et aérospatial

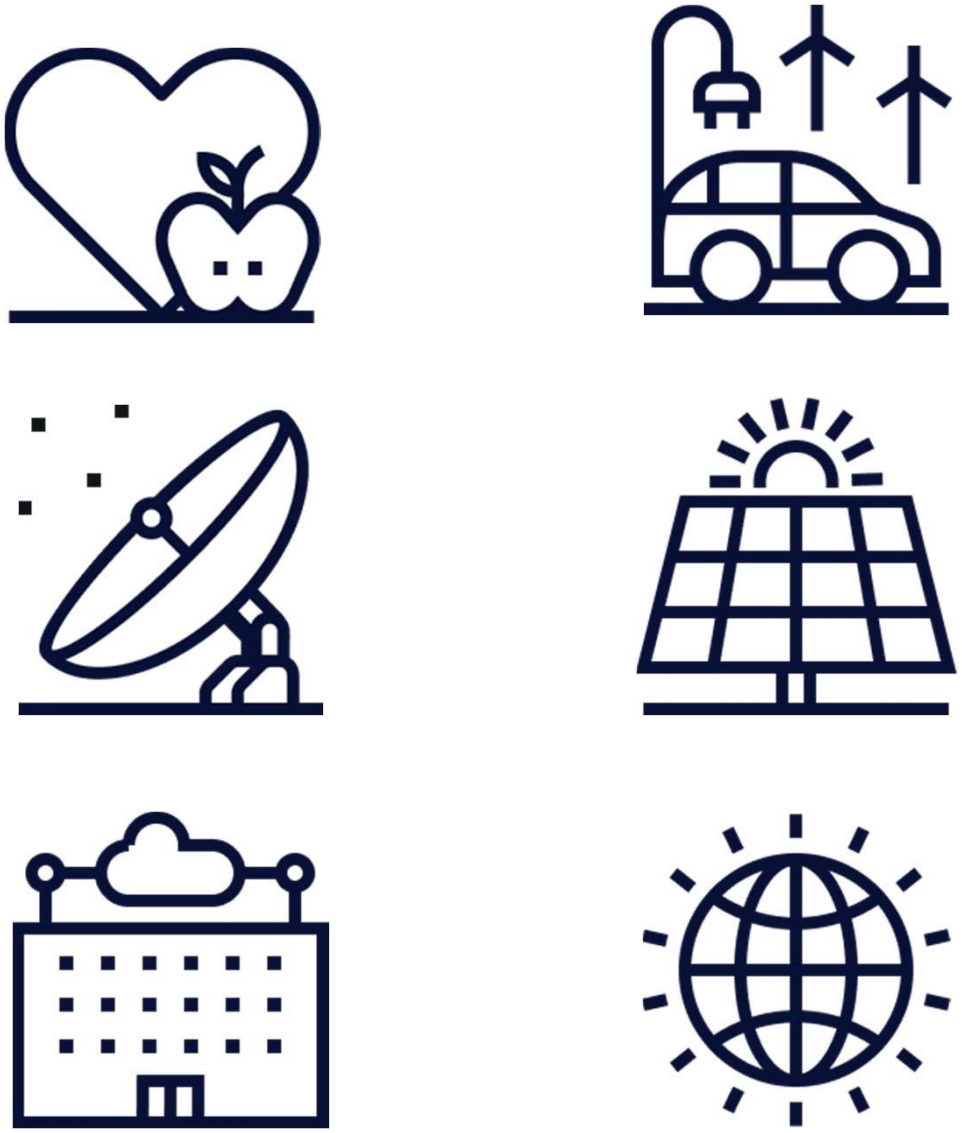


Climat, ressources naturelles et environnement

Transformation digitale

Innovation sociale

Le système iconographique

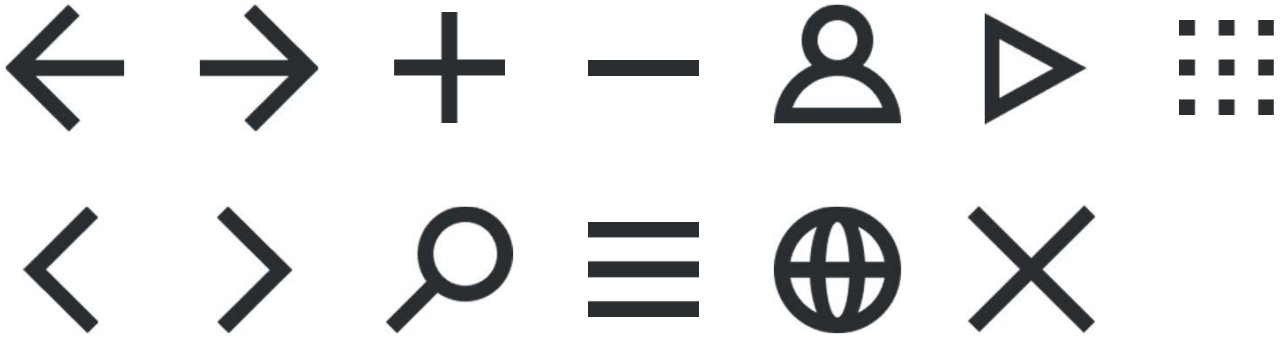


Le niveau d'illustration le plus simple est formé par un système iconographique, résultat de la synthèse de micro-illustrations, qui représente également des concepts simples ou des valeurs commerciales. Ils sont conçus pour être appliqués dans des tailles plus petites.

Pictogrammes

Les pictogrammes, les icônes et, en général, tous les éléments significatifs et interactifs que nous utiliserons dans les canaux numériques constituent une partie importante de l'identité visuelle, et l'un des moyens les plus directs de parvenir à la différenciation de la marque.

Les pictogrammes



Les éléments graphiques qui définissent les interactions que l'utilisateur peut effectuer au sein du site web. Ils conservent le style des lignes épaisses, des extrémités carrées et des formes géométriques.

35e anniversaire

L'anniversaire de notre entreprise est un moment idéal pour communiquer avec le public et faire connaitre notre message, tant en interne (employés, partenaires et conseil d'administration) qu'en externe (clients, fournisseurs et partenaires).

Logo du 35e anniversaire

Les anniversaires sont l'occasion de :

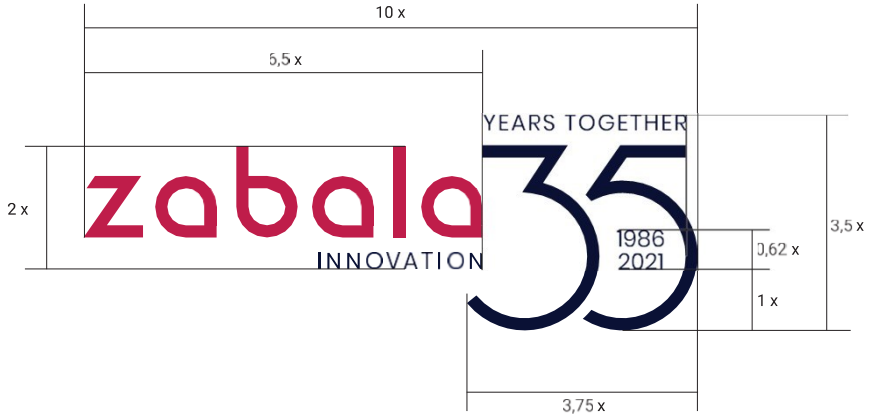
- Raconter l'histoire et les origines de l'entreprise.
- Mettre en lumière les valeurs qui ont permis à l'entreprise d'arriver là où elle est aujourd'hui.
- Rappeler l'essence et l'engagement social
- Remercier pour le soutien reçu
- Parler d'un avenir commun

À l'occasion du 35e anniversaire, une signature a été conçu, pouvant être appliquée à côté du logo principal et indépendamment, ce qui permet une plus grande flexibilité pour sa mise en place sur les différents supports évoqués durant la célébration.

Le logo du 35e anniversaire conserve l'essence des courbes ainsi que les formes orthogonales et les diagonales obliques du logo original.

Construction du logo pour le 35e anniversaire

Construction et proportions



Zone de protection

Construction et proportions:
Comme dans le logo principal, l'importance formelle de la lettre "a" transcende la construction du logo du 35e anniversaire. En partant de la largeur de la lettre "a", les proportions sont établies pour une lisibilité et un équilibre optimal.

Zone de protection:
L'espace de protection du périmètre du logo doit être d'au moins 1x.

Positionnement:
Les directives de positionnement sont les mêmes que pour le logo principal.

Together

#InnovationWorks

Pampelune (siège social) · Barcelone · Bilbao · Bruxelles · Bordeaux · Lisbonne
Londres · Madrid · Paris · Séville · Valence · Vigo · Saragosse

www.zabala.fr