



REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE GOLF

MANUAL DE MARCA





ÍNDICE

A MANUAL DE MARCA **RFEG**

1. PLANIMETRÍA RETICULAR	Pág.1
2. ÁREA DE SEGURIDAD	Pág.1
3. USOS CORRECTOS	Pág.2
4. USOS INCORRECTOS	Pág.2
5. TAMAÑOS MÍNIMOS	Pág.3
6. OTROS USOS	Pág.3
7. COLORES CORPORATIVOS	Pág.4
8. TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS	Pág.4

B MANUAL DE MARCA **EQUIPOS NACIONALES**

1. PLANIMETRÍA RETICULAR	Pág.6
2. ÁREA DE SEGURIDAD	Pág.6
3. USOS CORRECTOS	Pág.7
4. TAMAÑOS MÍNIMOS	Pág.7
5. COLORES CORPORATIVOS	Pág.8
6. TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS	Pág.8

C MANUAL DE MARCA **CENTRO NACIONAL DE GOLF**

1. PLANIMETRÍA RETICULAR	Pág.10
2. ÁREA DE SEGURIDAD	Pág.10
3. USOS CORRECTOS	Pág.11
4. TAMAÑOS MÍNIMOS	Pág.11
5. COLORES CORPORATIVOS	Pág.12
6. TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS	Pág.12

D MANUAL DE MARCA **ESCUELA NACIONAL BLUME**

1. PLANIMETRÍA RETICULAR	Pág.14
2. ÁREA DE SEGURIDAD	Pág.14
3. USOS CORRECTOS	Pág.15
4. TAMAÑOS MÍNIMOS	Pág.15
5. COLORES CORPORATIVOS	Pág.16
6. TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS	Pág.16

E MANUAL DE MARCA **PROSPAIN TEAM**

1. PLANIMETRÍA RETICULAR	Pág.18
2. ÁREA DE SEGURIDAD	Pág.18
3. USOS CORRECTOS	Pág.19
4. TAMAÑOS MÍNIMOS	Pág.19
5. COLORES CORPORATIVOS	Pág.20
6. TIPOGRAFÍAS CORPORATIVAS	Pág.20

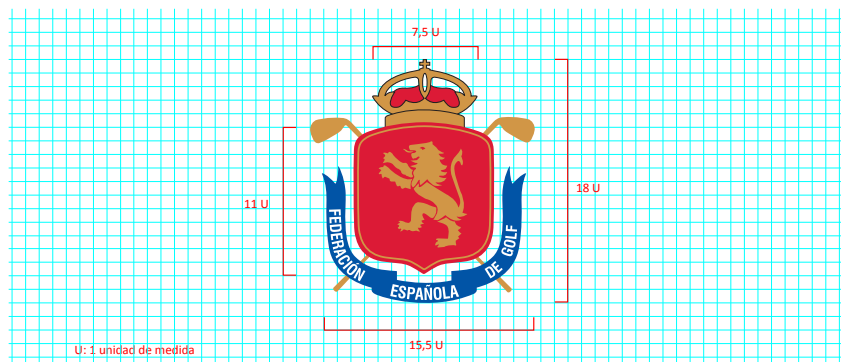


REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE GOLF

MANUAL DE MARCA

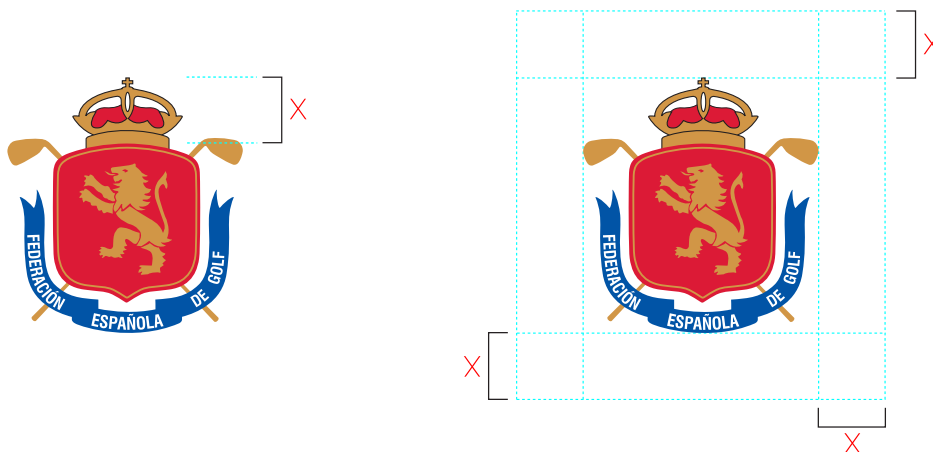
1 PLANIMETRÍA RETICULAR

Por medio del plano técnico del logotipo es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos. La U equivale a una proporción constante entre las distintas partes que componen el logotipo.



2 ÁREA DE SEGURIDAD

El área de seguridad se refiere al espacio que hay que dejar alrededor de la marca sin que ningún otro elemento rebase este límite para evitar la contaminación visual del logotipo.





REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE GOLF

MANUAL DE MARCA

3 USOS CORRECTOS

Los usos correctos del logotipo establecen la normativa de aplicación del mismo, con el fin de establecer un correcto uso de la marca. Siempre que sea posible se usará el logotipo en su aplicación principal a color, es decir, logotipo en color sobre fondo blanco.

Uso prioritario a color.



Uso Premium en tinta dorada.



Uso Premium en tinta plata.



Uso sobre color corporativo



Uso en escala de grises.



4 USOS INCORRECTOS

A continuación se detallan los usos incorrectos del logotipo que deberán siempre ser evitados.

Se desaconseja el uso del logo principal sobre fondo con color corporativo



Se desaconseja el uso del logo parcialmente, inclinado o con cualquier tipo de resalte.



Se desaconseja el uso del logo en cualquier color no corporativo, con cualquier deformación, con cualquier elemento que invada el area de protección o dentro de cualquier contenedor no especificado.



Se desaconseja el uso del logo sobre cualquier imagen que no permita distinguir el logo en su totalidad.





REAL FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE GOLF

MANUAL DE MARCA

5 TAMAÑOS MÍNIMOS

El tamaño mínimo de reproducción de la marca indica el tamaño menor en el que se puede representar el logo para su adecuada lectura. Variará en función de su reproducción para web o imprenta.



*Uso recomendado para una tamaño de pantalla de 1024x768 con una resolución de 72 ppp.

6 OTROS USOS

CON DENOMINACIÓN. El logotipo tiene la posibilidad de aparecer con denominación horizontal o vertical.



CON TEXTO EDITABLE. El logotipo tiene la posibilidad de combinarse con texto editable (solo textos destacables).



DENOMINACIÓN COLOR ALTERNATIVO. Para usos específicos se usará el texto de denominación con color azul corporativo.



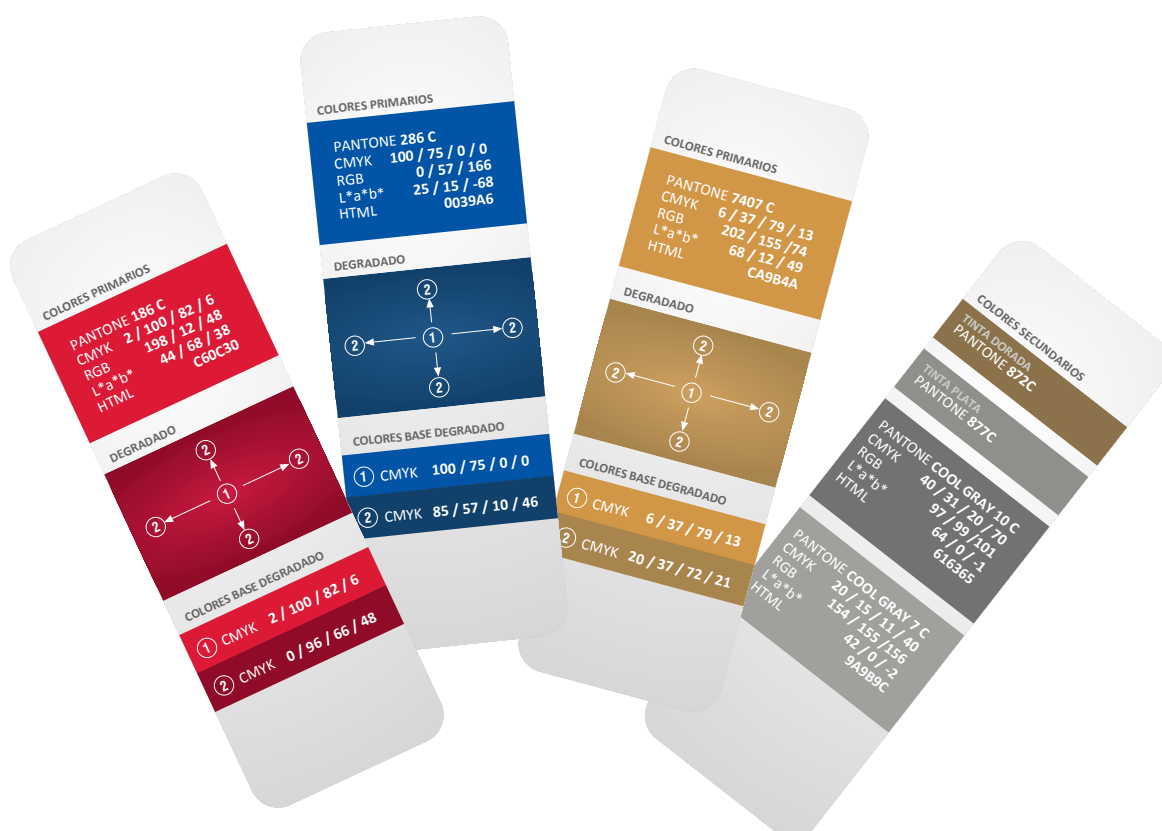
PARA BORDADOS. Para su reproducción en bordados se utilizará una versión específica del logo.





7 COLORES CORPORATIVOS

Los colores corporativos se dividen en dos grupos: colores primarios y secundarios, ambos conforman una paleta de color funcional y atractiva. La paleta de colores primarios se usará como tono principal y la paleta de colores secundarios se utilizará para usos premium (tinta dorada y tinta plata) y para maquetación de textos (Cool Gray).



8 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía corporativa para los dos medios, offline y online, es la **Calibrí** en sus dos variantes, Regular y Bold. Esta tipografía se adapta al medio en cuanto a la legibilidad, claridad y neutralidad, además de ser una tipografía de sistema que facilita su uso en soportes digitales.

Calibrí Bold. Titulares.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
! " \$ % & ' () = ? @ \ * ^ # , . : ;
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Calibrí Regular. Body-copy.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
! " \$ % & ' () = ? @ \ * ^ # , . : ;
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



EQUIPOS NACIONALES

MANUAL DE MARCA



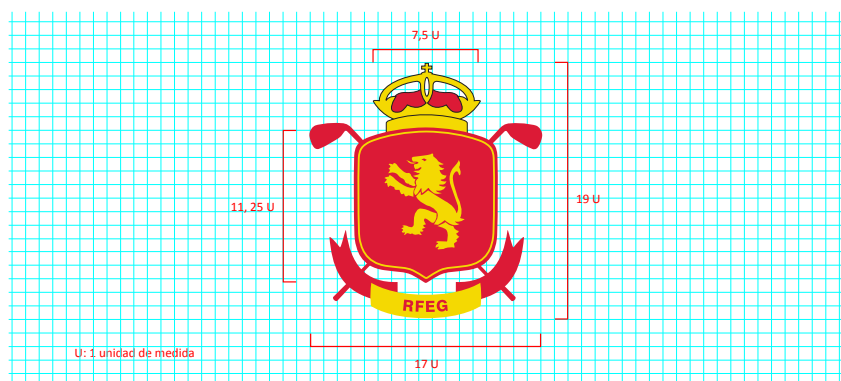


EQUIPOS NACIONALES

MANUAL DE MARCA

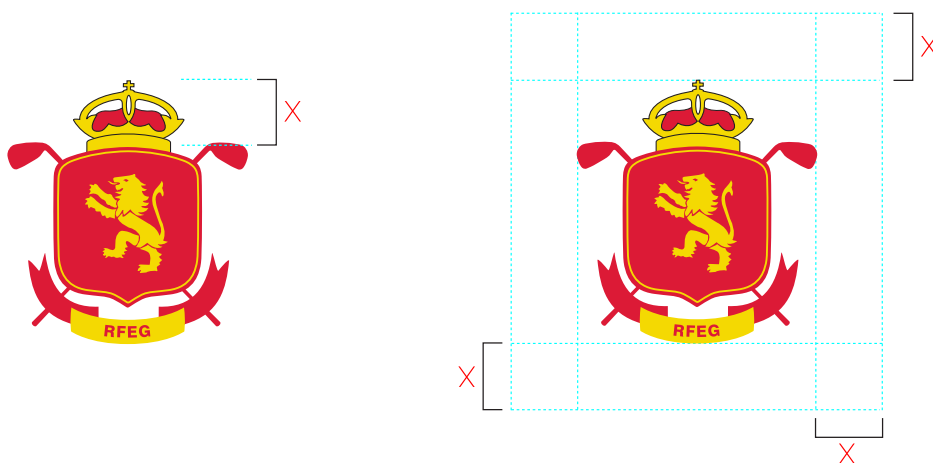
1 PLANIMETRÍA RETICULAR

Por medio del plano técnico del logotipo es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos. La U equivale a una proporción constante entre las distintas partes que componen el logotipo.



2 ÁREA DE SEGURIDAD

El área de seguridad se refiere al espacio que hay que dejar alrededor de la marca sin que ningún otro elemento rebase este límite para evitar la contaminación visual del logotipo.





EQUIPOS NACIONALES

MANUAL DE MARCA

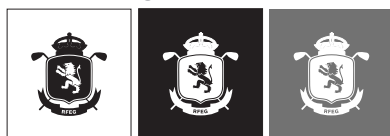
3 USOS CORRECTOS

Los usos correctos del logotipo establecen la normativa de aplicación del mismo, con el fin de establecer un correcto uso de la marca. Siempre que sea posible se usará el logotipo en su aplicación principal a color, es decir, logotipo en color sobre fondo blanco.

Uso prioritario a color.



Uso en escala de grises.



4 TAMAÑOS MÍNIMOS

El tamaño mínimo de reproducción de la marca indica el tamaño menor en el que se puede representar el logo para su adecuada lectura. Variará en función de su reproducción para web o imprenta.



*Uso recomendado para una tamaño de pantalla de 1024x768 con una resolución de 72 ppp.

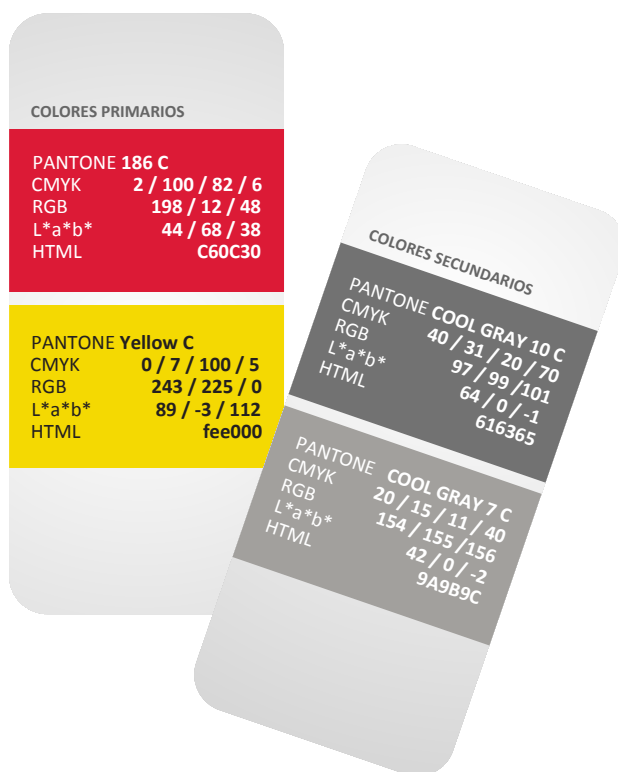


EQUIPOS NACIONALES

MANUAL DE MARCA

5 COLORES CORPORATIVOS

Los colores corporativos se dividen en dos grupos: colores primarios y secundarios, ambos conforman una paleta de color funcional y atractiva. La paleta de colores primarios se usará como tono principal y la paleta de colores secundarios se utilizará para maquetación de textos (Cool Gray).



6 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía corporativa para los dos medios, offline y online, es la **Calibrí** en sus dos variantes, Regular y Bold. Esta tipografía se adapta al medio en cuanto a la legibilidad, claridad y neutralidad, además de ser una tipografía de sistema que facilita su uso en soportes digitales.

Calibrí Bold. Titulares.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
! " ' . \$ % & / () = ? @ \ * ^ # , ; : ;

Calibrí Regular. Body-copy.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0
! " ' . \$ % & / () = ? @ \ * ^ # , ; : ;



CENTRO NACIONAL DE GOLF

MANUAL DE MARCA





CENTRO NACIONAL DE GOLF

MANUAL DE MARCA

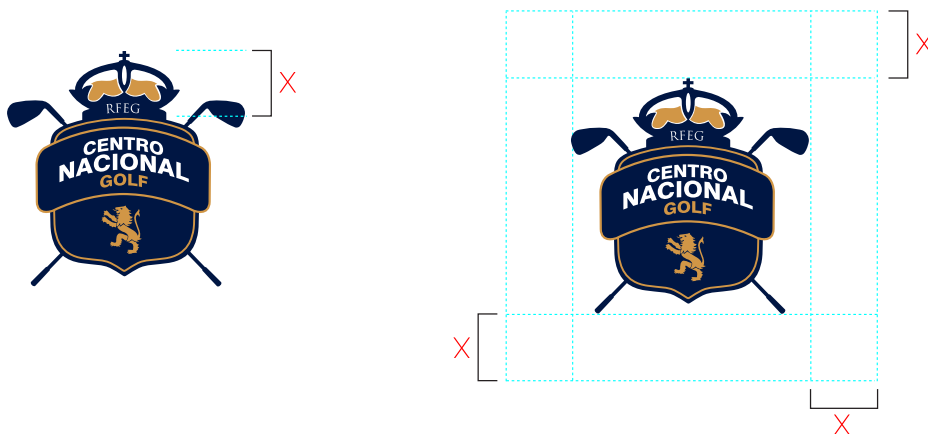
1 PLANIMETRÍA RETICULAR

Por medio del plano técnico del logotipo es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos. La U equivale a una proporción constante entre las distintas partes que componen el logotipo.



2 ÁREA DE SEGURIDAD

El área de seguridad se refiere al espacio que hay que dejar alrededor de la marca sin que ningún otro elemento rebase este límite para evitar la contaminación visual del logotipo.





CENTRO NACIONAL DE GOLF

MANUAL DE MARCA

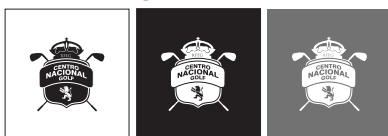
3 USOS CORRECTOS

Los usos correctos del logotipo establecen la normativa de aplicación del mismo, con el fin de establecer un correcto uso de la marca. Siempre que sea posible se usará el logotipo en su aplicación principal a color, es decir, logotipo en color sobre fondo blanco.

Uso prioritario a color.



Uso en escala de grises.



4 TAMAÑOS MÍNIMOS

El tamaño mínimo de reproducción de la marca indica el tamaño menor en el que se puede representar el logo para su adecuada lectura. Variará en función de su reproducción para web o imprenta.



1,5 cm



*100 px

*Uso recomendado para una tamaño de pantalla de 1024x768 con una resolución de 72 ppp.

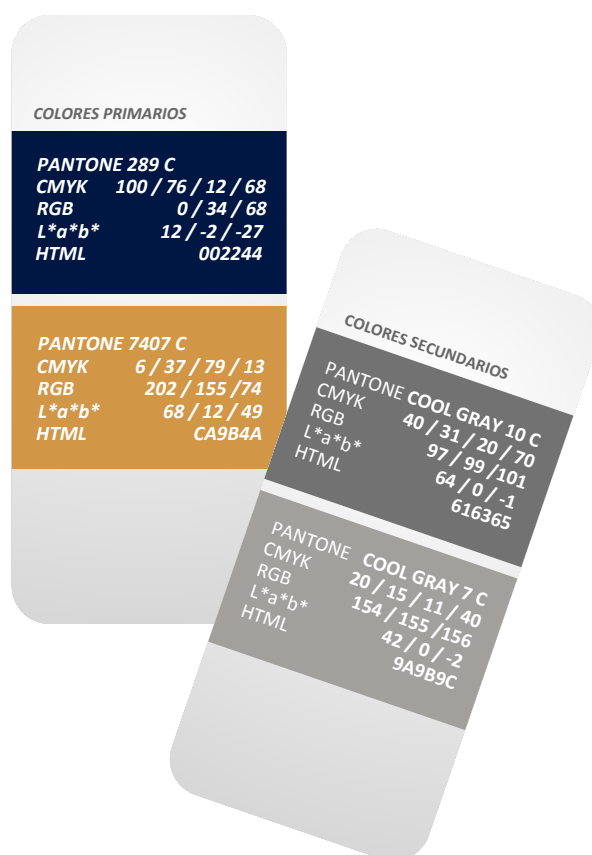


CENTRO NACIONAL DE GOLF

MANUAL DE MARCA

5 COLORES CORPORATIVOS

Los colores corporativos se dividen en dos grupos: colores primarios y secundarios, ambos conforman una paleta de color funcional y atractiva. La paleta de colores primarios se usará como tono principal y la paleta de colores secundarios se utilizará para maquetación de textos (Cool Gray).



6 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía corporativa para los dos medios, offline y online, es la **Calibrí** en sus dos variantes, Regular y Bold. Esta tipografía se adapta al medio en cuanto a la legibilidad, claridad y neutralidad, además de ser una tipografía de sistema que facilita su uso en soportes digitales.

Calibrí Bold. Titulares.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
! " ' . \$ % & / () = ? ¡ @ \ * ^ # , ; :
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Calibrí Regular. Body-copy.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
! " ' . \$ % & / () = ? ¡ @ \ * ^ # , ; :
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



ESCUELA NACIONAL BLUME

MANUAL DE MARCA



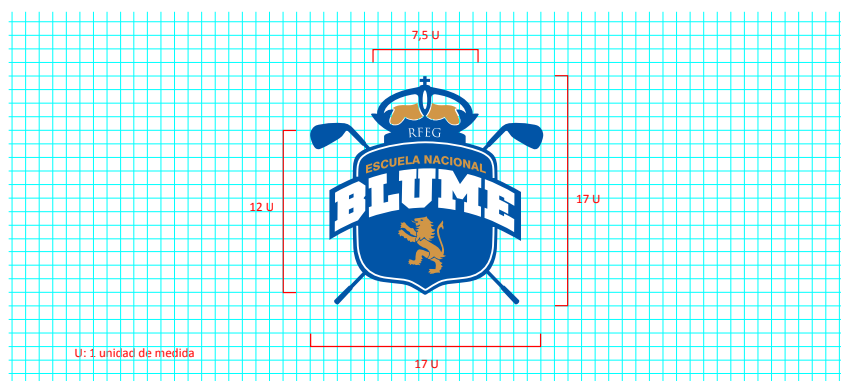


ESCUELA NACIONAL BLUME

MANUAL DE MARCA

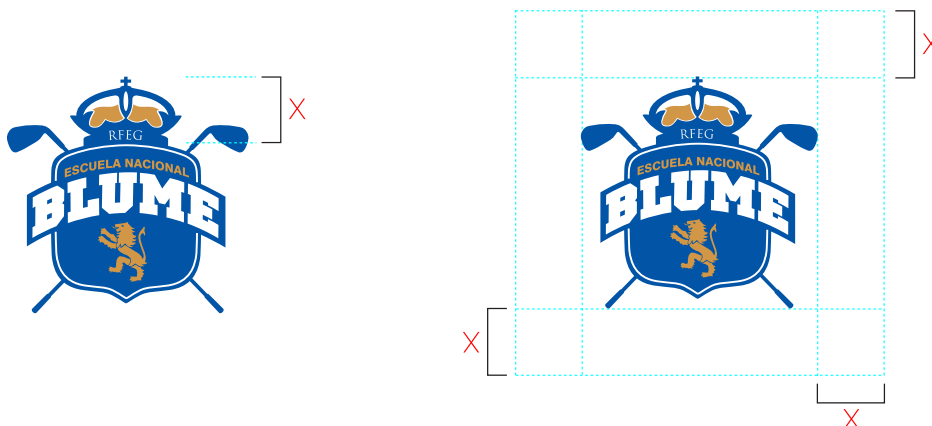
1 PLANIMETRÍA RETICULAR

Por medio del plano técnico del logotipo es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos. La U equivale a una proporción constante entre las distintas partes que componen el logotipo.



2 ÁREA DE SEGURIDAD

El área de seguridad se refiere al espacio que hay que dejar alrededor de la marca sin que ningún otro elemento rebase este límite para evitar la contaminación visual del logotipo.





ESCUELA NACIONAL BLUME

MANUAL DE MARCA

3 USOS CORRECTOS

Los usos correctos del logotipo establecen la normativa de aplicación del mismo, con el fin de establecer un correcto uso de la marca. Siempre que sea posible se usará el logotipo en su aplicación principal a color, es decir, logotipo en color sobre fondo blanco.

Uso prioritario a color.



Uso en escala de grises.



4 TAMAÑOS MÍNIMOS

El tamaño mínimo de reproducción de la marca indica el tamaño menor en el que se puede representar el logo para su adecuada lectura. Variará en función de su reproducción para web o imprenta.

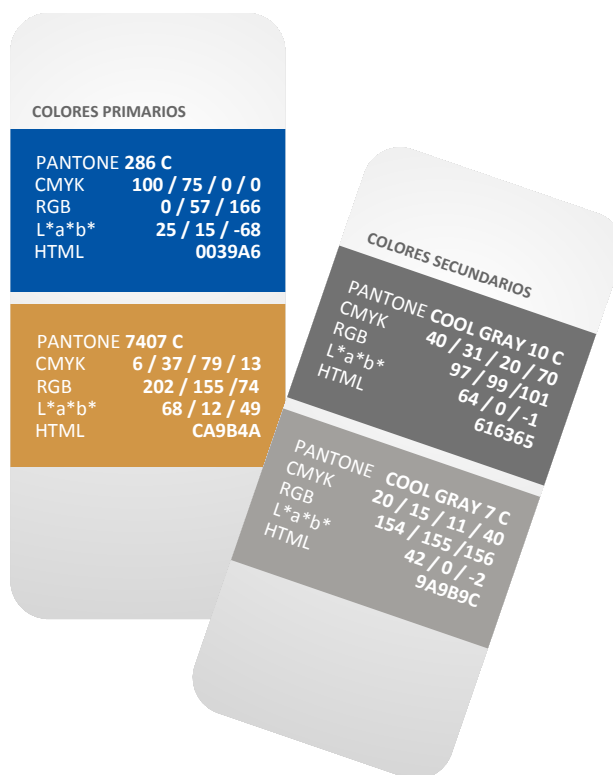


*Uso recomendado para una tamaño de pantalla de 1024x768 con una resolución de 72 ppp.



5 COLORES CORPORATIVOS

Los colores corporativos se dividen en dos grupos: colores primarios y secundarios, ambos conforman una paleta de color funcional y atractiva. La paleta de colores primarios se usará como tono principal y la paleta de colores secundarios se utilizará para maquetación de textos (Cool Gray).



6 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía corporativa para los dos medios, offline y online, es la **Calibrí** en sus dos variantes, Regular y Bold. Esta tipografía se adapta al medio en cuanto a la legibilidad, claridad y neutralidad, además de ser una tipografía de sistema que facilita su uso en soportes digitales.

Calibrí Bold. Titulares.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
! " ' . \$ % & / () = ? ¡ @ \ * ^ # , ;
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Calibrí Regular. Body-copy.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
! " ' . \$ % & / () = ? ¡ @ \ * ^ # , ;
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0



PROSPAIN TEAM

MANUAL DE MARCA



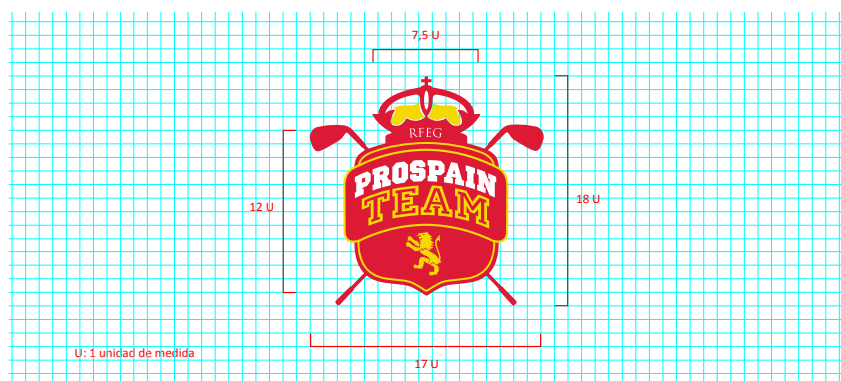


PROSPAIN TEAM

MANUAL DE MARCA

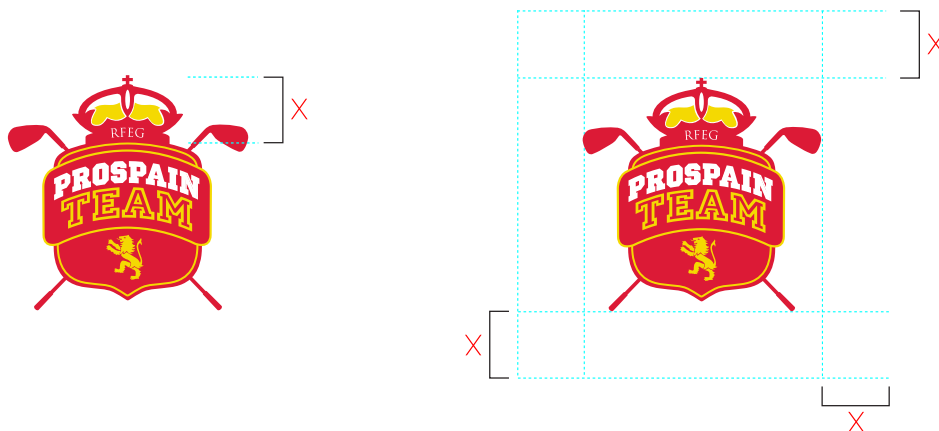
1 PLANIMETRÍA RETICULAR

Por medio del plano técnico del logotipo es posible mantener fielmente las proporciones de los elementos de identidad en las diferentes aplicaciones y formatos. La U equivale a una proporción constante entre las distintas partes que componen el logotipo.



2 ÁREA DE SEGURIDAD

El área de seguridad se refiere al espacio que hay que dejar alrededor de la marca sin que ningún otro elemento rebase este límite para evitar la contaminación visual del logotipo.





PROSPAIN TEAM

MANUAL DE MARCA

3 USOS CORRECTOS

Los usos correctos del logotipo establecen la normativa de aplicación del mismo, con el fin de establecer un correcto uso de la marca. Siempre que sea posible se usará el logotipo en su aplicación principal a color, es decir, logotipo en color sobre fondo blanco.

Uso prioritario a color.



Uso en escala de grises.



4 TAMAÑOS MÍNIMOS

El tamaño mínimo de reproducción de la marca indica el tamaño menor en el que se puede representar el logo para su adecuada lectura. Variará en función de su reproducción para web o imprenta.



*Uso recomendado para una tamaño de pantalla de 1024x768 con una resolución de 72 ppp.

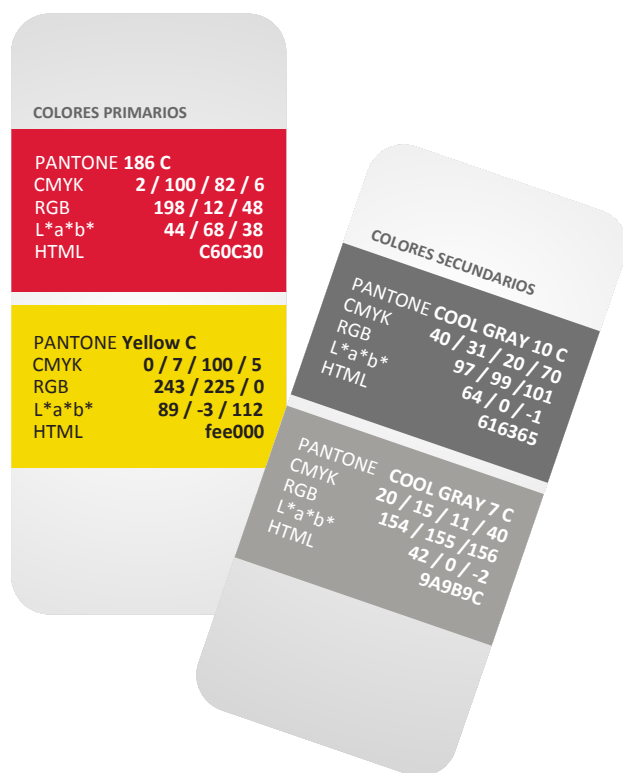


PROSPAIN TEAM

MANUAL DE MARCA

5 COLORES CORPORATIVOS

Los colores corporativos se dividen en dos grupos: colores primarios y secundarios, ambos conforman una paleta de color funcional y atractiva. La paleta de colores primarios se usará como tono principal y la paleta de colores secundarios se utilizará para maquetación de textos (Cool Gray).



6 TIPOGRAFÍA CORPORATIVA

La tipografía corporativa para los dos medios, offline y online, es la **Calibrí** en sus dos variantes, Regular y Bold. Esta tipografía se adapta al medio en cuanto a la legibilidad, claridad y neutralidad, además de ser una tipografía de sistema que facilita su uso en soportes digitales.

Calibrí Bold. Titulares.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
! " ' . \$ % & / () = ? ¡ @ \ * ^ # , ; :
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

Calibrí Regular. Body-copy.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
! " ' . \$ % & / () = ? ¡ @ \ * ^ # , ; :
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0

