

Manual d'ús del logotip
identificador dels
**establiments de
venda directa**



**Govern
de les Illes Balears**

Conselleria de Medi Ambient,
Agricultura i Pesca



TONISALOM.com

© **Toni Salom Caldés**

Tel.: 669 86 00 61 / 871 80 38 28

A/e: estudi@tonisalom.com

www.tonisalom.com

ÍNDEX

Manual d'ús del logotip identificador dels establiments de venda directa

00 INTRODUCCIÓ. Memòria gràfica	4
---------------------------------	---

01 ELEMENTS BÀSICS D'IDENTITAT

1.1 Logotip i símbol	5
1.2 Variacions acceptades i variacions no recomanables	6
1.3 Gamma cromàtica	8
1.4 Tipografies	11

02 ETIQUETATGE

2.1 Etiquetes adhesives de PVC	12
2.2 Aplicació als ous	15
2.3 Aplicació als formatges	16
2.4 Aplicació als embotits	17
2.5 El logotip a les bosses i les caixes	18

03 PUBLICITAT

3.1 Anuncis horitzontals per a premsa escrita i digital	19
3.2 Anuncis verticals per a premsa escrita i digital	20
3.3 Anuncis en premsa escrita i digital sobre fons fotogràfic	21

04 SENYALITZACIÓ

4.1 Retolació a la carretera	22
4.2 Senyalització a les explotacions agràries	23

05 EL LOGOTIP A INTERNET

5.1 Web pròpia: estètica bàsica i aplicació per a dispositius mòbils	24
5.2 Webs de productors i explotacions agràries	25
5.3 Perfil Venda directa a les xarxes socials	26

INTRODUCCIÓ

Memòria gràfica

L'ús d'una imatge gràfica fàcilment identificable i que indiqui fàcilment on es troba situada l'explotació agrària pot ajudar a augmentar les vendes.

Una ràpida identificació del que es ven és molt important ja que les explotacions agràries poden ser poc visibles i s'ha d'aconseguir que el consumidor que passa per la carretera entengui el missatge en unes dècimes de segon. Per això s'ha considerat essencial crear una imatge atractiva estèticament, però sobretot molt funcional.

El logotip per identificar els establiments i productes de venda directa sintetitza dos aspectes prioritaris:

1. Identifica l'explotació agrària perquè el consumidor final pugui trobar el lloc de venda

L'ús de l'indicador de localització (molt utilitzat a Internet per indicar on hi ha un negoci) no només s'aplica al logotip; es pot utilitzar físicament i a mida gegant en la senyalització de l'explotació i també sobre un mapa en línia que ubiqui l'explotació agrària.

2. Identifica que el producte és fresc

El producte de què disposa l'agricultor té un valor afegit molt important, ja que passa d'estar al camp a les mans del consumidor. Més fresc impossible.



Indicador de localització



Producte fresc

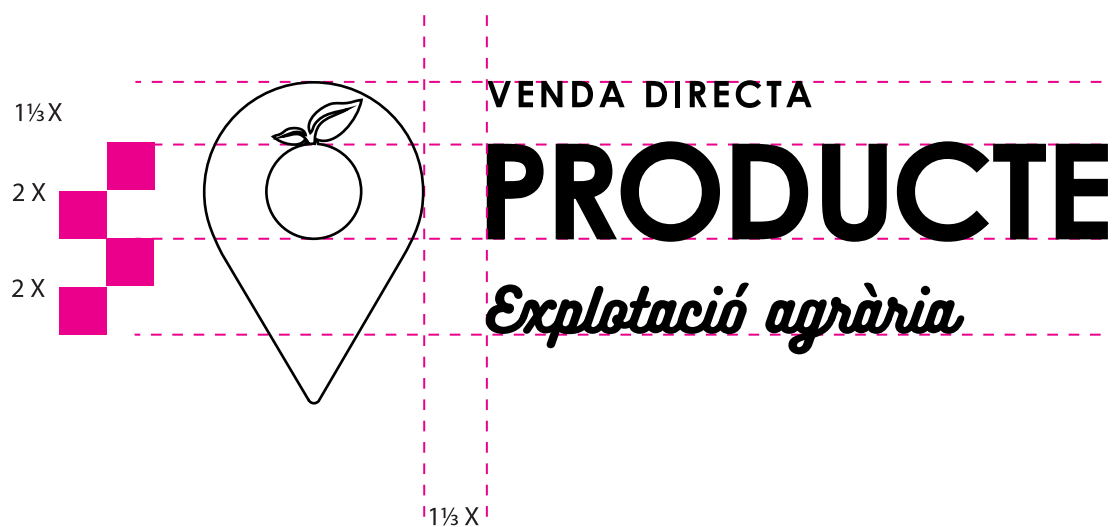
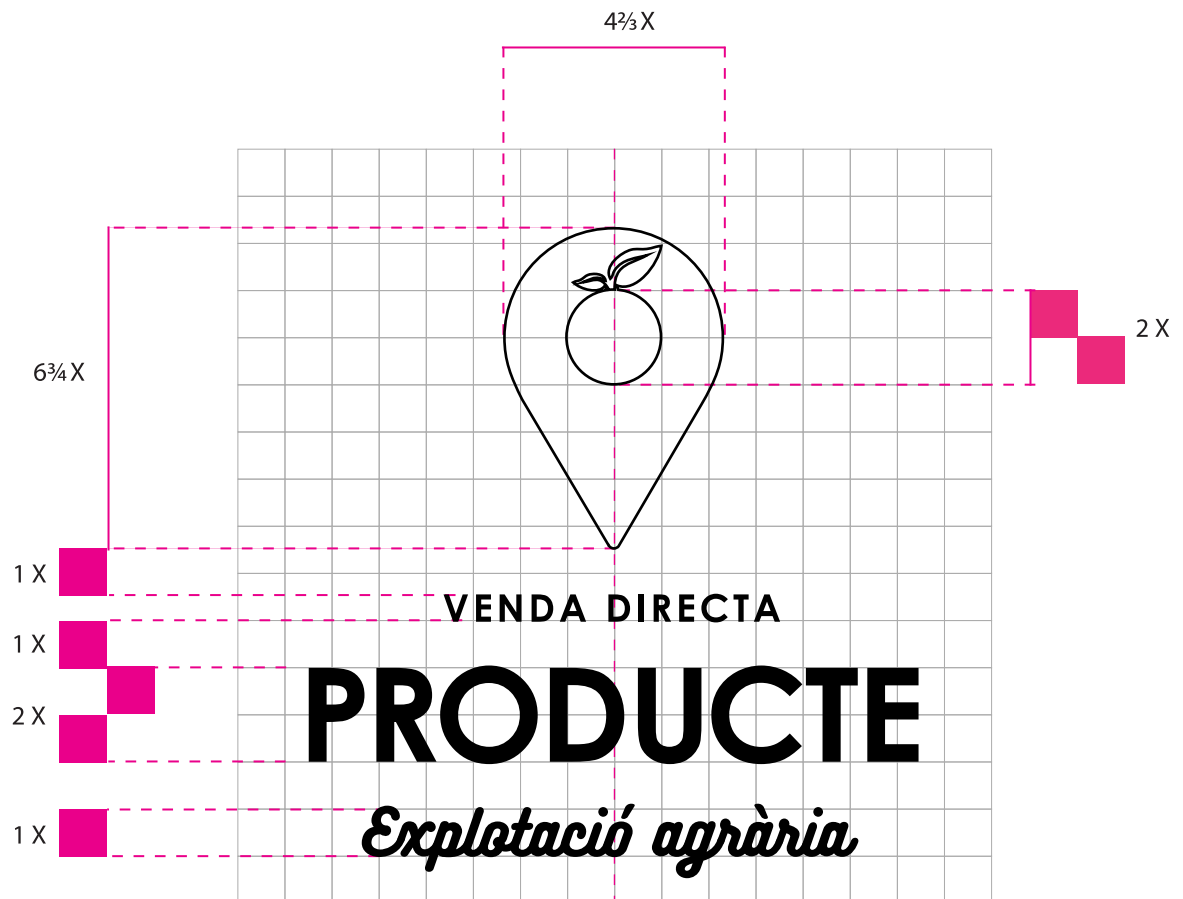


Explotació agrària / Venda directa



01 ELEMENTS BÀSICS D'IDENTITAT

1.1 Logotip i símbol



01 ELEMENTS BÀSICS D'IDENTITAT

1.2 Variacions acceptades i variacions no recomanables



El títol *Venda directa* és un reforç comercial necessari. El conjunt substituiria el clàssic i funcional "Aquí venem taronges", o expressions similars.

El títol principal, i per tant el més gros, ha de ser el del producte que es vol comercialitzar.

Es proposen tres variacions del títol principal que es descriuen a la pàgina següent.

El nom del productor o de l'explotació agrària es col·loca més a baix, amb la tipografia auxiliar.



01 ELEMENTS BÀSICS D'IDENTITAT

1.2 Variacions acceptades i variacions no recomanables

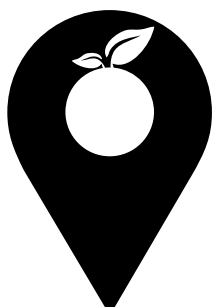
Es proposen tres variacions per al títol principal del logotip:

1. Fer ús de l'aliment en concret. Ex: taronges.
2. Utilitzar la categoria d'aliment. Ex: fruita.
3. Indicar la paraula *aliments* per no destacar-ne un sobre els altres.

El nom de l'explotació agrària continua a baix, amb la tipografia auxiliar i en cursiva.

Cada productor o elaborador pot triar quina variació li interessa més per al seu cas concret segons el producte que entén que és el principal reclam del seu negoci.

1.

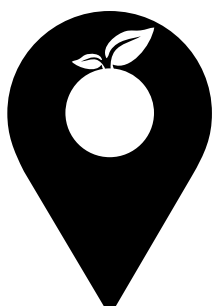


VENDA DIRECTA

TARONGES

Explotació agrària

2.

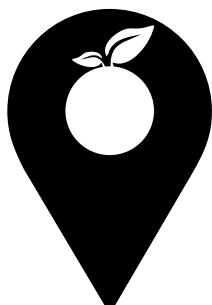


VENDA DIRECTA

FRUITA

Explotació agrària

3.



VENDA DIRECTA

ALIMENTS

Explotació agrària

01 ELEMENTS BÀSICS D'IDENTITAT

1.3 Gamma cromàtica



VENDA DIRECTA

TARONGES

L'Hort d'en Ros

Aplicació monocromàtica en color principal
(Pantone 354 C)



VENDA DIRECTA

TARONGES

L'Hort d'en Ros

Logotip en B/N, a una tinta, positiu



VENDA DIRECTA

TARONGES

L'Hort d'en Ros

Logotip a dues tintes, positiu



VENDA DIRECTA

TARONGES

L'Hort d'en Ros

Logotip a dues tintes (negre + Pantone 354 C),
positiu amb ombra posterior (30 % negre)



VENDA DIRECTA

TARONGES

L'Hort d'en Ros

Logotip a una tinta (negre), positiu



VENDA DIRECTA

TARONGES

L'Hort d'en Ros

Logotip a una tinta (negre),
positiu amb ombra posterior (30 % negre)

01 ELEMENTS BÀSICS D'IDENTITAT

1.3 Gamma cromàtica



Logotip en B/N, a una tinta, positiu sobre fons gris (20 %)



Logotip en B/N, a dues tintes sobre fons gris (50 %)



Logotip en B/N, a una tinta sobre fons negre



El gris del símbol i del nom de l'explotació agrària pot servir per destacar els títols de *Venda directa* i del producte.

Als diaris, quan es contracti un anunci en blanc i negre pot ser una bona opció.

Logotip a dues tintes sobre color Pantone 354 C



Logotip blanc sobre color Pantone 354 C



Logotip blanc i color Pantone 354 C sobre fons negre



01 ELEMENTS BÀSICS D'IDENTITAT

1.3 Gamma cromàtica

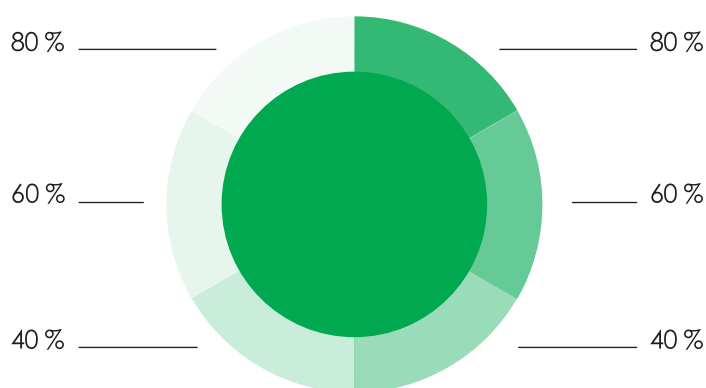


A causa de la baixa visibilitat no es recomana la reproducció del logotip sencer en mides inferiors a 1 cm. En canvi, el símbol pot aguantar bé en mides inferiors.



ELEMENTS BÀSICS D'IDENTITAT / COLORS PRINCIPALS/ Codis cromàtics

En determinats suports gràfics no és possible usar la marca amb els colors principals. Per això es fa la previsió d'una o dues tintes o colors (per exemple, per a la premsa escrita).



Codi Pantone: **Pantone 354 C**

Quadricromia: C: 95, M: 0, Y: 100 B: 0
RGB: R0, G: 174, B:66
Hexadecimal: #00ae42
(web)

01 ELEMENTS BÀSICS D'IDENTITAT

1.4 Tipografies

Tipografia principal: Century Gothic Bold

aAbBcC
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz,.-?!+*
0123456789

Tipografia auxiliar: Bukhari Script Regular

aAbBcC
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz,.-?!+**
0123456789

ÀREA DE PROTECCIÓ

Per assegurar l'aplicació i la percepció òptimes del logotip en tots els suports i formats, s'ha determinat una àrea de seguretat que estableix una distància mínima respecte dels textos i dels elements gràfics equivalent al percentatge indicat del símbol del logotip.



Nota: l'espaiat entre lletres s'ha ajustat de manera arbitrària, lletra a lletra. Per a la resta de reproduccions, amb altres paraules es pot utilitzar Century Gothic, amb un espaiat aproximat de 5.

02 ETIQUETATGE

2.1 ETIQUETES ADHESIVES DE PVC

Es preveuen tres tipus d'adhesius, dels quals cada productor o elaborador pot triar els que cregui convenients per a les seves necessitats.

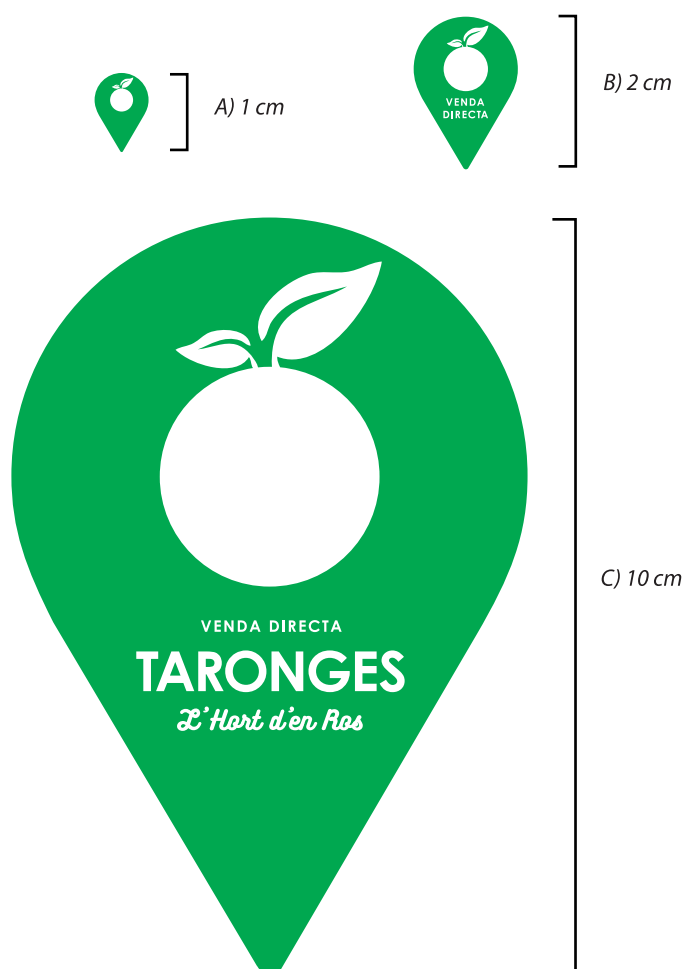
Tipus d'adhesius:

A) D'un centímetre de llargada: només amb el símbol.

B) De dos centímetres, amb la inscripció *Venda directa*. Aquesta versió es recomana per als envasos de productes com formatge, llet, oli, etc.

C) De 10 cm, amb informació del productor i el tipus de producte. Aquesta versió pot ser també de 20 cm per a altres aplicacions.

El cos de la tipografia ha de ser com s'indica en les imatges, tant en mides com en espaiats. Cal respectar les indicacions ja que qualsevol distorsió o canvi tipogràfic pot anar en detriment de la marca i d'una bona visualització.



02 ETIQUETATGE

2.1 ETIQUETES ADHESIVES DE PVC

En alguns casos, pot ser que el productor o elaborador vulgui reservar només una part de la producció per a la *venda directa* i la resta la destini a altres canals de comercialització. Per això el distintiu *Venda directa* es presenta com una opció afegida sobre les etiquetes ja existents.

La col·locació preferent és sobre l'etiqueta de davant, solapant-ne la meitat però sense tapar la informació.



Adhesiu tipus B de 2 cm d'alt



02 ETIQUETATGE

2.1 ETIQUETES ADHESIVES DE PVC

Per a vins es recomana col·locar l'adhesiu a la part superior dreta. També es pot col·locar a la part inferior dreta, segons el disseny.

La mateixa recomanació val per als envasos de llet o d'oli, en què es pot col·locar a la part inferior.



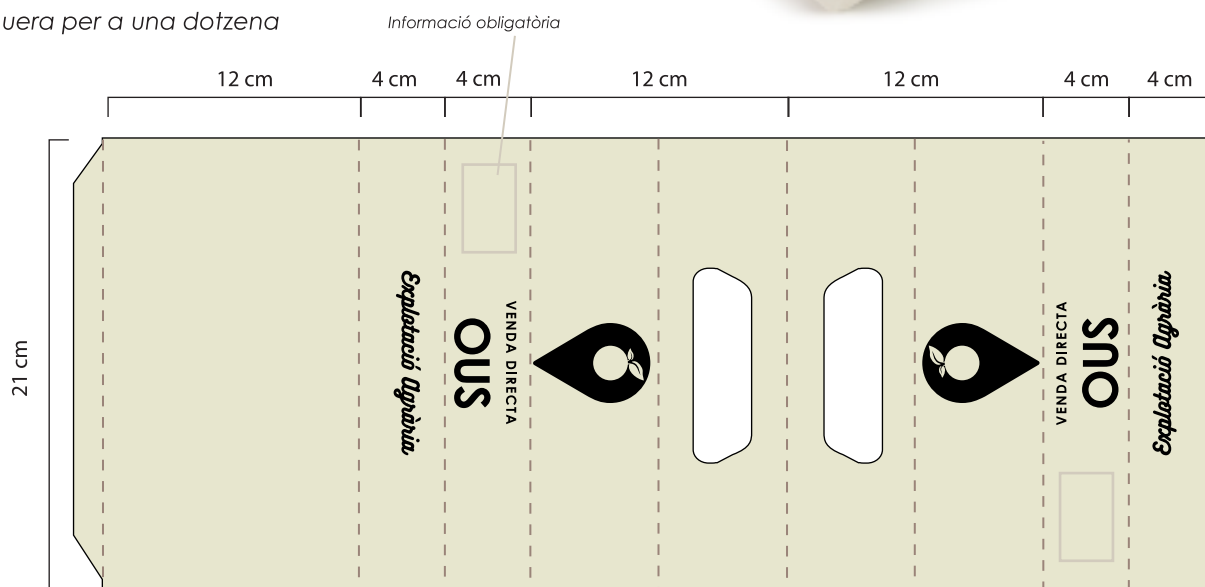
02 ETIQUETATGE

2.2 APLICACIÓ ALS OUS

Es presenten dues opcions: la primera consisteix a col·locar l'adhesiu de 10 cm damunt les oueres (tipus C), i la segona, a utilitzar un cartró encunyat i doblegat per les línies discontinues, un envàs de baix cost i alhora funcional que incorpora el logotip a la solapa. Pot ser útil tant per transportar oueres de 6 com de 12 unitats.



Ouera per a una dotzena



Ouera per a mitja dotzena



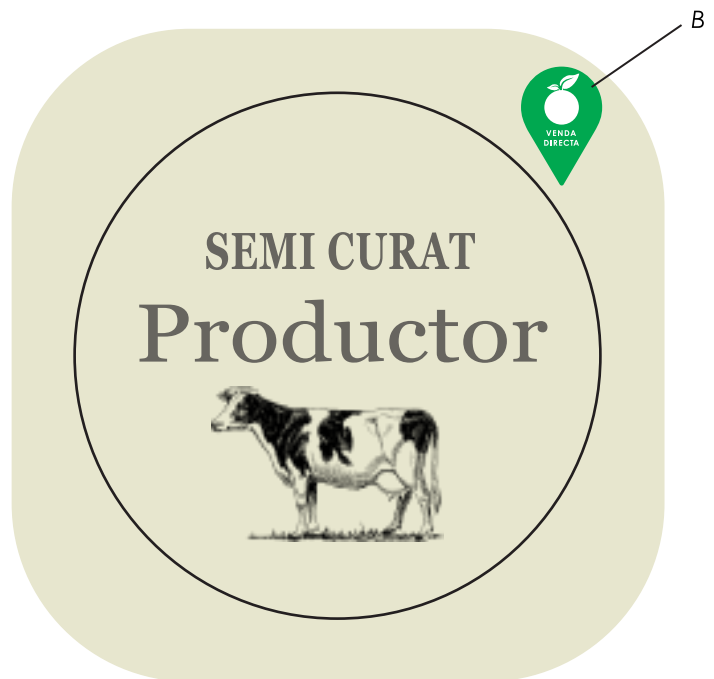
02 ETIQUETATGE

2.3 APLICACIÓ ALS FORMATGES

L'ús del logotip als formatges és també bastant lliure, i dependrà de les necessitats del productor o elaborador.

Es poden donar dos supòsits, que s'utilitzi el logotip prèviament imprès a l'envàs o bé que s'enganxi a l'envàs un adhesiu tipus B.

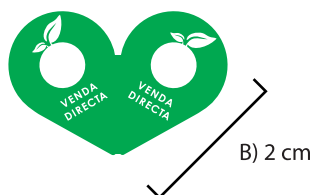
En ambdós casos es recomana incorporar la versió del logotip que conté la menció *Venda directa*, i col·locar el logotip a la part superior dreta de la cara frontal.



02 ETIQUETATGE

2.4 APLICACIÓ ALS EMBOTITS

En aquest cas l'adhesiu pot ser de la mateixa mida que la resta de tipus B, però en forma de díptic per poder-lo doblegar per la meitat i fixar-lo a la corda de l'embotit.



02 ETIQUETATGE

2.5 EL LOGOTIP A LES BOSSES I LES CAIXES

El logotip es pot imprimir a dues tintes directament sobre les bosses de cartó kraft. També es pot usar un adhesiu de tipus C, com a l'exemple de la capsa de fruita.



03 PUBLICITAT

3.1 Anuncis horitzontals per a premsa escrita i digital

Els anuncis de format horitzontal tenen el format del logotip justificat a l'esquerra, deixant el símbol en el centre per fer-lo més visible. La informació de contacte també apareix justificada i en línia amb el logotip.

A continuació, es presenten quatre exemples d'algunes possibilitats del mateix anunci amb unes mides aleatòries.

Bàner horitzontal en color



Bàner horitzontal en color a una tinta

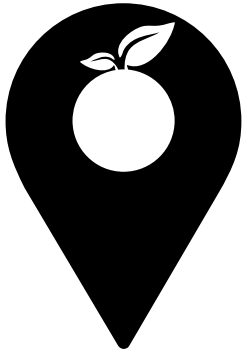


03 PUBLICITAT

3.2 Anuncis verticals per a premsa escrita i digital

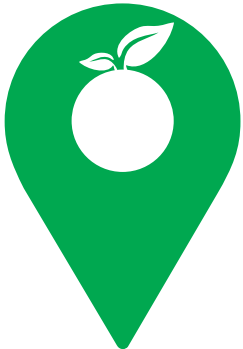
Els anuncis de format vertical no proposen una variant del logotip, simplement s'ha magnificat el símbol per augmentar l'impacte en la premsa, però quan s'ha d'usar només el logotip cal tornar a les especificacions i a les mides que s'indiquen en la construcció del logotip del primer punt del manual.

Sempre que sigui possible les fotografies han de mostrar el productor, l'explotació agrària o un primer pla dels productes. També es preveu la possibilitat de fer ús de fotografies de llibres.



VENDA DIRECTA
TARONGES
Ca'n Tarongí

Ctra. Vella de Bunyola, 123
(abans de la ctra. de Santa Maria)
07110 Bunyola. Obert de 8h a 15 h.
Tel.: 971 101010 Mòbil: 666 999 666
www.tarongestarongi.net



VENDA DIRECTA
TARONGES
Ca'n Tarongí

Ctra. Vella de Bunyola, 123
(abans de la ctra. de Santa Maria)
07110 Bunyola. Obert de 8h a 15 h.
Tel.: 971 101010 Mòbil: 666 999 666
www.tarongestarongi.net



VENDA DIRECTA
SINDRIA
San Xlepasseta

Carrer Ciutat, 52 A
(abans de la ctra. de Santa Maria)
07110 Petra. Obert de 8h a 15 h.
Tel.: 971 101010 Mòbil: 666 999 666
www.canllepasseta.com



03 PUBLICITAT

3.3. Anuncis en premsa escrita i digital sobre fons fotogràfic

Aquest és un exemple de logotip aplicat sobre una fotografia creant un anunci per ser reproduït en quadricromia. A la part inferior s'ha fet una reserva per poder col·locar la pàgina web del productor, la qual ha d'indicar tan clarament com sigui possible la ubicació de l'explotació agrària, els horaris i també els productes que hi podem trobar.



VENDA DIRECTA

SINDRIA

San Llepasseteta

www.sonllepasseta.com

04 SENYALITZACIÓ

4.1 Retolació a la carretera

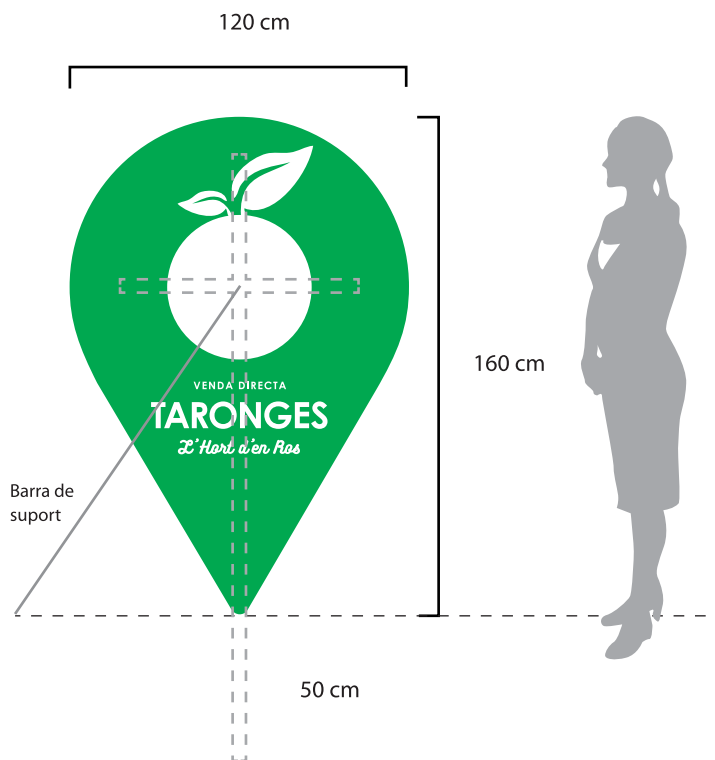
Com hem dit, sovint les explotacions agràries estan condicionades per la localització. Per això els rètols i la senyalització poden ser molt importants perquè el consumidor pugui trobar fàcilment la botiga o l'espai de venda directa.

Com podem veure a la fotografia, el mateix logotip pot incorporar la llegenda dels aliments que hi podem trobar.

Informació tècnica

Monòlit amb forma corpòria de 160 x 120 cm. Estructura interior fabricada amb tub de ferro soldat de 200 cm d'alt x 100 cm d'ample, en forma de creu i amb suport posterior.

Logotip folrat amb Dibond imprès i laminat de protecció. Muntatge ancorat al terra o sobre un suport apropiat (a la fotografia es veu una manera fàcil i econòmica de col·locar el monòlit, i que, a més, pot cridar l'atenció).



04 SENYALITZACIÓ

4.2 Senyalització a les explotacions agràries

Especificacions en rètols

El monòlit explicat es pot utilitzar sobre una solera de formigó tan visible com sigui possible per als clients potencials. A l'entrada de les explotacions agràries s'hi ha de col·locar un indicador per ajudar el client potencial a saber que ha trobat el que cercava.

Informació tècnica

Placa individual amb unes mides recomanades d'entre vuitanta cm i un metre d'alt. Estructura posterior per ancorar a la paret. Impressió solvent d'alta qualitat amb laminat de protecció i suport de 3 mm de gruix.



80/100 cm
(mida recomanable)



05 EL LOGOTIP A INTERNET

5.1 Web pròpia: estètica bàsica i aplicació per a dispositius mòbils

Promoció i difusió en línia

Els mitjans tecnològics ofereixen un ventall enorme de possibilitats. Per exemple: la venda en línia dels productes, la localització per GPS de cada explotació agrària perquè el consumidor pugui ubicar-la amb facilitat, la fidelització dels clients mitjançant compres periòdiques de productes, etc.

És important remarcar que l'estètica bàsica del disseny web s'ha d'adaptar als telèfons i d'altres dispositius mòbils. A continuació es presenta un exemple de web.

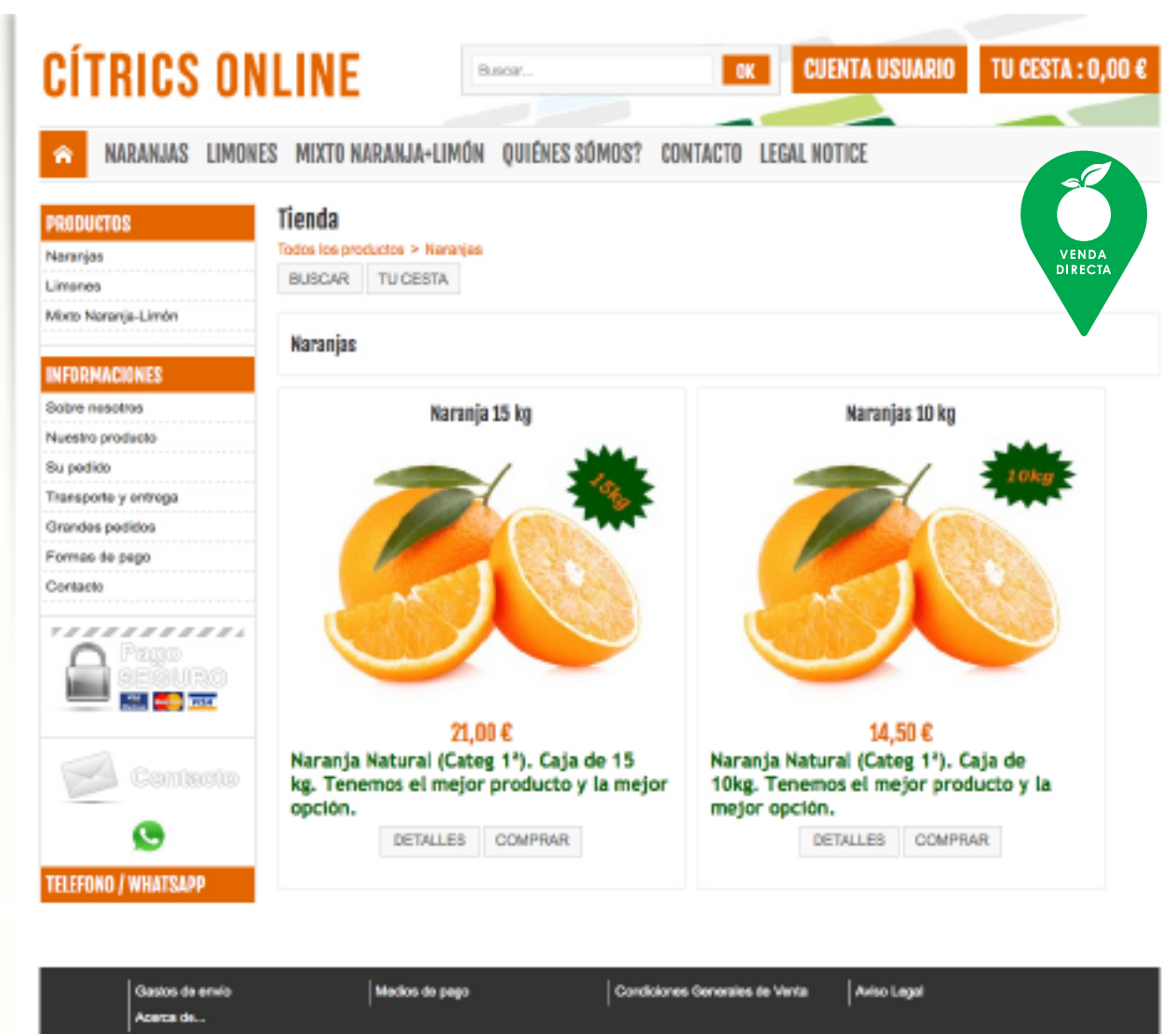


05 EL LOGOTIP A INTERNET

5.2 Webs de productors i explotacions agràries

Logotip a les web dels productors o de les explotacions agràries

Es preveu un logotip que es pot descarregar per col·locar-lo a la pàgina d'inici, que s'ha de posar preferentment a la part superior dreta, encara que la ubicació és opcional, segons el disseny de la pàgina web.



05 EL LOGOTIP A INTERNET

5.3 Perfil de Venda directa a les xarxes socials

Perfils a les xarxes socials

A les xarxes socials la idea és aconseguir un grup de clients, potencials o de fet, i identificar-ne les necessitats per informar-los dels serveis i els productes de les explotacions agràries. Per tant, el punt de vista es desplaça al comprador, i el perfil juga en benefici de la venda directa en conjunt.

Aquí es proposa una imatge del perfil inicial, però com que és un mitjà molt viu i diari, el fons hauria d'anar variant periòdicament. Hi podem veure un exemple de perfil de Facebook i de Twitter, però n'hi hauria d'haver d'altres, que haurien de tenir una estètica comuna i unes línies de comunicació semblants.



