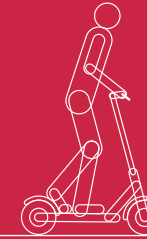
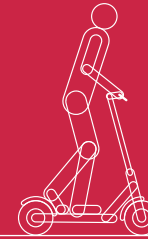
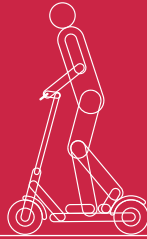




MEUTECTM

identidad

0.- intro

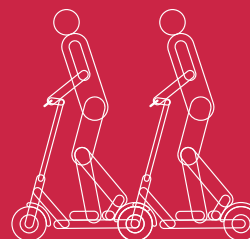
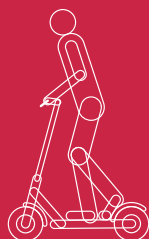


Con la premisa de una expansión de negocio a través de fórmulas como la franquicia, desarrollamos una imagen de marca conceptual, moderna y potente que resulte atractiva tanto para los clientes como para futuros inversores. Una imagen abierta que represente los servicios ofrecidos en la actualidad y además permita nuevos desarrollos de negocio.

A continuación se detallan los elementos constitutivos de la identidad visual, acompañados de las recomendaciones necesarias para garantizar uniformidad y favorecer la consolidación de la imagen de marca.

Bienvenidos a un nuevo MEUTEK. Esperamos que os guste tanto como a nosotros.

1.- filosofía



PROFESIONALIDAD

“Característica de la persona que desempeña un trabajo con pericia, aplicación, seriedad, honradez y eficacia, o del trabajo así desempeñado.”

FORTALEZA

“Capacidad de una cosa para sostener, soportar o resistir algo”.

DINAMISMO

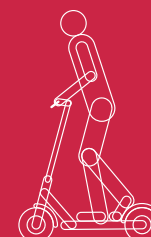
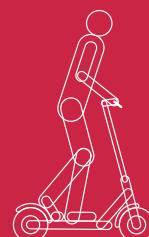
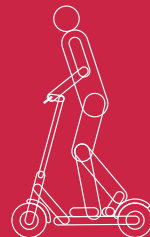
“Cualidad de las cosas, empresas o actividades que tienen actividad, movimiento e innovación y que están en constante transformación o la hacen posible.”

SOSTENIBILIDAD

“Característica del desarrollo que asegura las necesidades del presente sin comprometer las necesidades de futuras generaciones”.



2.- colores



Pantone: 199 C
RGB: 209/0/36
CMYK: 14/98/71/3

- Visibilidad
- Calidez
- Energía
- Dinamismo
- Agresividad
- Vitalidad
- Deportividad
- Revolución



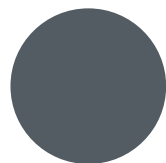
Pantone: 11-4002 Powered Sugar
RGB: 255/255/255
CMYK: 0/0/0/0

- Luminosidad
- Limpieza



Pantone: Cool grey 1 C
RGB: 211/208/205
CMYK: 16/12/10/1

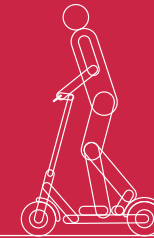
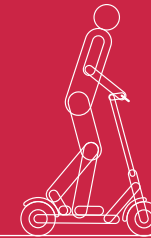
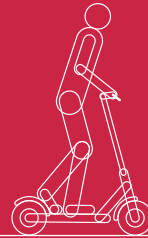
- Calidad
- Fortaleza
- Resistencia
- Solidez



Pantone: Cool grey 11 C
RGB: 67/68/72
CMYK: 60/46/42/35

- Neutralidad
- Tenacidad
- Tranquilidad

3.- logotipo



La representación visual de la marca se construye en la modalidad de imagotipo (tipografía + elemento pictográfico) ya que consideramos conveniente que al nombre le acompañe una imagen que facilite la visibilidad, la identificación y el recuerdo.

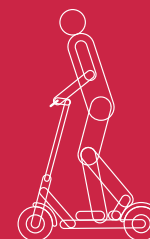
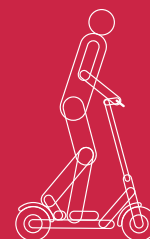
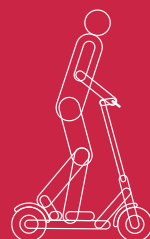
La tipografía base utilizada para la construcción es 'Sea-Dog expanded'. Con ella la marca resulta legible y encontramos tanto los valores a transmitir (punto 1) como el futurismo y el toque "racing" que facilitarán la asociación de la marca con las nuevas formas de movilidad.

Normas para su uso correcto:

- La tipografía y el elemento pictográfico son indivisibles y no deberán aparecer por separado.
- El logotipo irá en color blanco sobre fondo rojo.
- Deberemos respetar la distancia de protección mínima.



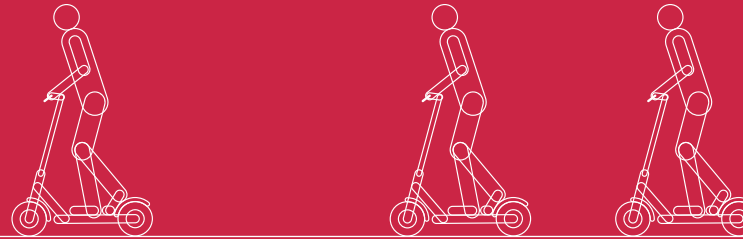
4.- construcción



distancia de protección mínima 2x



5.- refuerzo



Para fortalecer la marca y facilitar la comunicación introducimos los siguientes elementos:

TIPOGRAFÍA CORPORATIVA ÚNICA:

Barlow condensed.

Podremos utilizar todas sus variantes a conveniencia.

IMAGEN COMPLEMENTARIA:

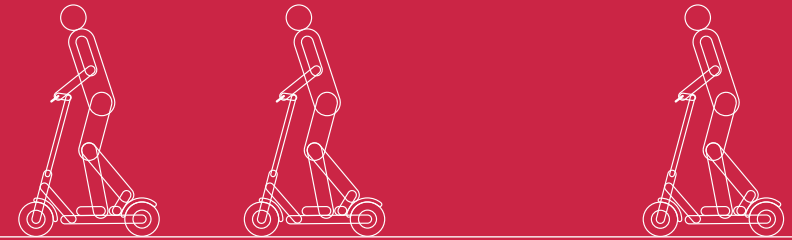
El embajador. Creamos un dibujo "embajador". Un humanoide de aspecto electrónico y articulado que circula con un vehículo de sus mismas características. Simboliza la movilidad eléctrica urbana. Es dinámico, futurista y sin género.

CONCEPTO / SLOGAN:

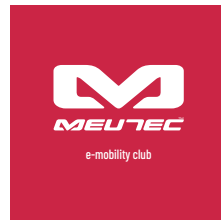
e-mobility club.

e-mobility es un nuevo anglicismo utilizado para referirnos a la movilidad eléctrica urbana. Define la actividad de la empresa de forma amplia, sencilla, fresca y moderna. Integramos al cliente mediante el concepto club, un lugar donde se comparte información y se promueve la cultura de la movilidad sostenible. Fidelicemos a los clientes (socios) a la marca / red de establecimientos con descuentos, promociones especiales, servicios complementarios, etc.

6.- aplicaciones



REDES SOCIALES:



ADHESIVOS REFLECTANTES:

