



Brand Guidelines

Este manual describe las reglas básicas de la identidad visual de **TOSKANI**GLOBAL, así como de las submarcas **TOSKANI** y **TOSKANIMED** y presenta tanto los elementos básicos como el principio de diseño en detalle.

Es necesario que **TOSKANI**GLOBAL utilice un lenguaje visual uniforme en sus comunicaciones globales. Sólo así se podrá transmitir con éxito un perfil inconfundible que establezca identificación, despierte interés y genere un alto valor de reconocimiento.

Contenido

1 Valores de la marca

- 1.1 Misión, Visión
Qué es lo que nos mueve

2 Identidad visual

- 2.1 Logotipo principal
- 2.2 Jerarquía de la marca
- 2.3 Submarcas y logotipos
- 2.4 Código cromático
- 2.5 Criterios de reproducción
- 2.6 Variantes no aceptadas
- 2.7 Tipografía corporativa
- 2.8 Aplicaciones corporativas

3 Concepto “Layers of Beauty”

- 3.1 Significado
- 3.2 Logotipo
- 3.3 Criterios de aplicación

4 Submarca TOSKANI

5 Submarca TOSKANIMED

1

Valores de la marca

A continuación, definimos los valores de la marca y qué propósito hay tras ellos.

- 1.1 Misión, Visión.
Qué es lo que nos mueve.

1.1

Misión

TOSKANIGLOBAL brinda a los profesionales productos de la más alta calidad para llevar a cabo tratamientos seguros, eficaces y efectivos.

Visión

Nuestro objetivo es proporcionar soluciones innovadoras en tratamientos dermocosméticos y médico-estéticos para el cuidado integral de la piel. Ofrecemos una gama completa de productos que actúan en las diferentes capas de la piel, promoviendo resultados naturales y una mejora real en la salud cutánea.

Qué es lo que nos mueve

+ Calidad farmacéutica

en los ingredientes activos de nuestros productos y un sistema de calidad implantado en todos los procesos de la compañía.

+ Innovación

en fórmulas diseñadas y desarrolladas para lograr soluciones integrales a base de principios activos de avanzada tecnología (péptidos biomiméticos, sistemas de entrega transdérmica, ácido hialurónico de 3.000 kDa,...).

+ Seguridad

Todos nuestros productos están sometidos a los controles más exhaustivos para que su aplicación, sea efectiva para el profesional médico y segura para el paciente.

+ Eficacia

Los resultados de los estudios clínicos realizados durante años avalan nuestros productos.

+ Respeto

por encima de todo a los profesionales, pacientes y clientes.

+ Sostenibilidad

y cuidado del medio ambiente.

2

Identidad visual

Es importante aplicar y respetar las normas básicas de diseño establecidas en este manual para que perdure la imagen de la marca.

- 2.1 Logotipo principal
- 2.2 Jerarquía de la marca
- 2.3 Submarcas y logotipos
- 2.4 Código cromático
- 2.5 Criterios de reproducción
- 2.6 Variantes no aceptadas
- 2.7 Tipografía corporativa
- 2.8 Aplicaciones corporativas

2.1 Logotipo principal

El logotipo de la marca es un elemento gráfico importante y debe utilizarse de forma coherente y adecuada en todos los medios.

Su composición tipográfica no debe ser alterada bajo nungún concepto.

Se compone de la marca denominativa, combinada con un cuadrado verde como punto distintivo.



2.2 Jerarquía de la marca

La marca **TOSKANI**GLOBAL será la mención general para las comunicaciones corporativas, siendo de uso exclusivo por la empresa matriz.

TOSKANIGLOBAL tiene 2 divisiones, una para cosmética y otra para médica.



2.3 Submarcas y logotipos

División Cosmética

Este es el logotipo de la marca **TOSKANI** que representa la división de cosmética y debe utilizarse de forma coherente y adecuada en todos los medios.

Su composición tipográfica no debe ser alterada bajo nungún concepto.

Se compone de la marca denominativa, combinada con un cuadrado, el color negro describe su identidad.



2.3 Submarcas y logotipos

División Médica

Este es el logotipo de la marca **TOSKANIMED** que representa la división de médica y debe utilizarse de forma coherente y adecuada en todos los medios.

Su composición tipográfica no debe ser alterada bajo nungún concepto.

Se compone de la marca denominativa, combinada con un cuadrado degradado plateado como punto distintivo.



2.4 Código cromático

El código cromático está formado por dos colores, el verde Pantone 583 C para el símbolo y el Pantone Black C para el logotipo, no siendo posible alterar los mismos.

Cuenta con un tercer color como apoyo para otras aplicaciones.

Se indican las equivalencias a los principales sistemas de color.

Color principal



Pantone 583 C
C.35 M.11 Y.99 K.1
R.184 G.190 B.20
#B8BE14

Color secundario



Pantone Black C
C.30 M.0 Y.0 K.100
R.45 G.42 B.38
#2D2926

Color terciario



80% Pantone Black C
C.59 M.51 Y.53 K.48
R.82 G.79 B.75
#524F4B

2.5 Criterios de reproducción

El logotipo no debe reproducirse nunca a un tamaño inferior del estipulado en este manual, con el fin de preservar la buena lectura de todos los elementos que la conforman.

Se establece una área de protección que no debe ser invadida por ningún elemento gráfico para preservar, en todas las circunstancias previsibles, una óptima lectura de los conjuntos corporativos.

Reproducción mínima



Área de protección



2.5 Variantes no aceptadas

La capacidad de generar nuevas variantes de marca transgrediendo las normas del manual es infinita.

Todos los ejemplos de uso del logotipo en esta página son incorrectos. Los logotipos no pueden ser descompuestos y deben ser utilizados tal como se muestra en este manual.

Nunca debe ser distorsionado de ninguna manera y está estrictamente prohibido utilizarlo con colores que no aparezcan en la sección de “Código cromático”.

Deformar los elementos de la identidad



Aplicar colores no corporativos



Alterar las distancias y eliminar elementos



Colocar verticalmente el logotipo



Crear líneas de los elementos de la identidad



2.6 Tipografía corporativa

Principal

La fuente principal será la familia **Helvetica Neue**.

Pudiendose utilizar en función de las necesidades de aplicación cualquier variante de la familia.



Helvetica Neue

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Bold Italic

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)***

Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)*

Light italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)*

Thin italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)*

2.6 Tipografía corporativa

Secundaria

La fuente secundaria será la familia **Baskerville**.

Esta tipografía debe utilizarse como fuente de apoyo. En caso de que necesitemos contraste o ritmo al usar la fuente principal Helvetica Neue. Pudiendose utilizar en función de las necesidades de aplicación cualquier variante de la familia.

No utilizar nunca en sustitución de la tipografía principal.

Baskerville

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Light italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)



DESCARGAR
TIPOGRAFÍA

2.7 Aplicaciones corporativas

Tarjeta personal

Pauta para la composición de la tarjeta personal de TOSKANIGLOBAL.

Cara

Logotipo
Ancho 35 mm

6 mm

40 mm

6 mm

6 mm

20 mm

6 mm

85 mm

John Smith

Cargo

+34 000 000 000

j.smith@toskani.com

Narcís Monturiol, 24

Pol. Ind. Can Magre

08187 Sta. Eulàlia de Ronçana

Barcelona · Spain

toskani.com

Nombre Apellido

Helvetica Neue 75 Bold 8 pt

Cargo

Helvetica Neue 45 Light 7 pt

Datos de contacto

Helvetica Neue 55 Roman 7 pt

Datos de la empresa

Helvetica Neue 45 Light 6,5 pt

Web

Helvetica Neue 75 Bold 7 pt

55 mm

Dorso

3 mm

29 mm

6 mm

36 mm

TOSKANIGLOBAL

Color fondo

C.60 M.50 Y.40 K.70

2.7 Aplicaciones corporativas

Presentación PPT

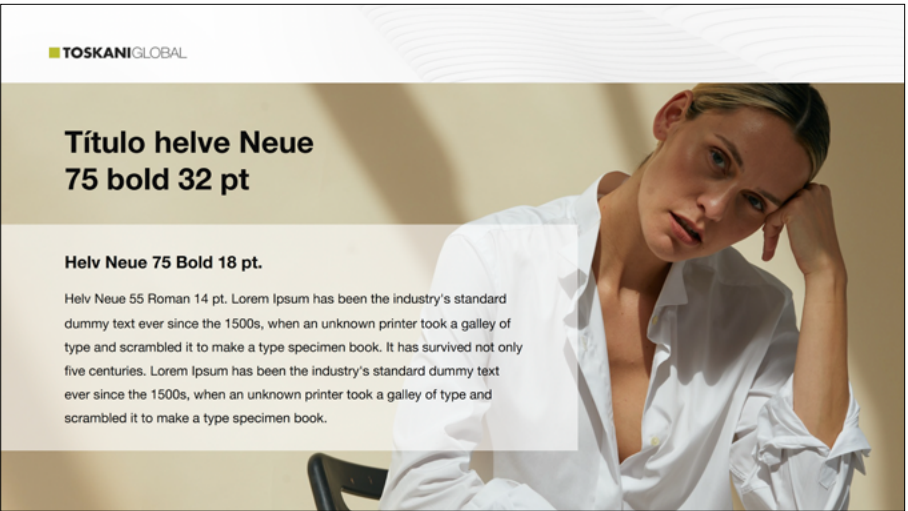
Descripción general de las diapositivas maestras.

Los modelos A y B, se utilizarán de portada principal y de capítulo.

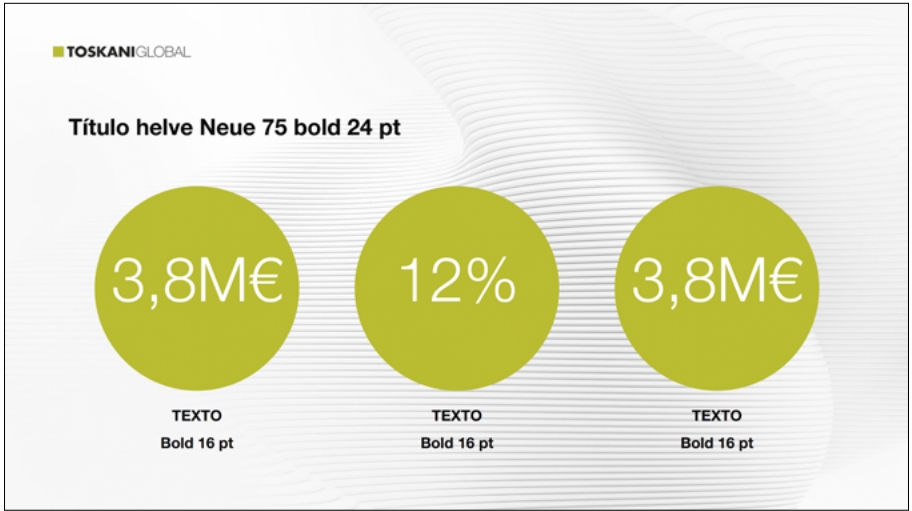
Los modelos C y D son slides internas para contenidos varios.



A



B



C



D

↓
DESCARGAR
PPT

2.7 Aplicaciones corporativas

Firma de correo electrónico

Pauta para la composición de la firma del correo electrónico.

Nombre y apellido
Helvetica Bold 8 pt
Cargo
Helvetica Regular 8 pt

Marca
Helvetica Bold 8 pt
Teléfono/Web
Helvetica Regular 8 pt

Logotipo

Iconos
Redes sociales

Nombre Apellido
Cargo empresa
Tel. +34 000 00 00 00
email@toskani.com
www.toskani.com

TOSKANI

f

@

in

▶

TOSKANI MED

f

@

in

▶

= 11 px

= 17 px

Banner
440×163 px

Línea 2 pt

Texto legal
Helvetica light 5 pt



In accordance with the provisions of Organic Law 3/2018 on the Protection of Personal Data and Guarantee of Digital Rights, GDPR 2016/679, and Law 34/2002 on Information Society Services and Electronic Commerce, we inform you that your data will be incorporated into a data processing system owned by TOSKANI, S.L. in order to meet the commitments arising from our commercial relationship. TOSKANI, S.L. informs you that your data will not be disclosed to third parties and will only be stored for the period strictly necessary to fulfil the purposes mentioned above and to comply with legislation in force. The information included in this e-mail is CONFIDENTIAL and is for the intended recipient only. If you receive this message and you are not the intended recipient, please notify us immediately by this same route and delete the message along with any attached files without processing it further. You can exercise your rights of access, rectification, limitation of processing, deletion, and opposition by addressing your request to PASSATGE CIUTADANS 4, 08005-BARCELONA or info@toskani.com, as well as by contacting the relevant supervisory authority (SPANISH DATA PROTECTION AGENCY) to submit any claims deemed appropriate. In compliance with Law 34/2002 of 11 July on Information Society Services and Electronic Commerce, we inform you that you can withdraw at any time, easily and free of charge, your consent to receive e-mails from our company by sending an e-mail with your request to: info@toskani.com

3

Concepto

“Layers of Beauty”

Los conceptos que usamos para comunicarnos nos ayudan a transmitir los valores y el propósito de nuestra marca.

Es importante aplicar de una forma correcta y minuciosa este concepto para conseguir nuestro objetivo.

- 3.1 Significado
- 3.2 Logotipo
- 3.3 Criterios de aplicación

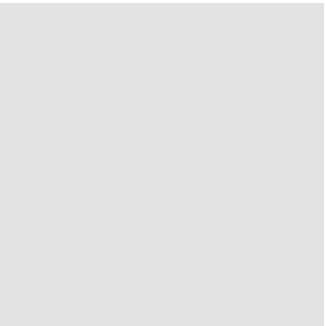
3.1 Significado

El significado del concepto “Layers of Beauty” se define por la propia composición de la piel y a su vez para la utilización de nuestros productos segun su aplicación, en las diferentes capas de la piel, con el objetivo de ofrecer el máximo cuidado a los pacientes y el mejor producto a los profesionales.

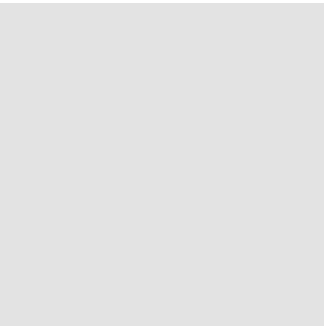
Las tres capas de la piel quedan representadas por tres cuadros, pudiendo ser rectangulos para algunas aplicaciones.

Los colores a aplicar en estos cuadros, dependerán del producto en el cual se aplique el concepto.

LAYERS
OF BEAUTY



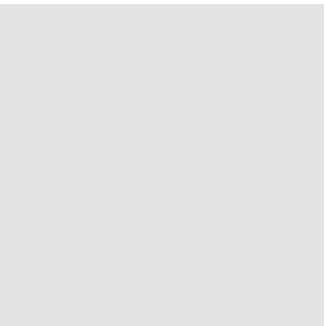
Epidermis



Dermis

Papilar

Reticular



Hipodermis

3.2 Logotipo

El logotipo que identifica el concepto “Layers of Beauty”, es invariable en cuanto a su estructura y color.

Color K. 100%.

LAYERS
OF BEAUTY



DESCARGAR
LOGOTIPO

3.3 Criterios de aplicación.

El criterio a seguir en la aplicación del concepto “Layers of Beauty”, es el que se muestra a continuación.

Ejemplo de aplicación en portada de un catálogo de producto de TOSKANIMED.



Aplicación en productos para la Epidermis.

Aplicación en productos para la Dermis.

Aplicación en productos para la Hipodermis.

Inicio de imagen

x
x

LAYERS OF BEAUTY

100% color

Fondo blanco
50% Transparencia
Línea 100% naranja

Fondo blanco
50% Transparencia
Línea 100% naranja

LAYERS OF BEAUTY

Fondo blanco
50% Transparencia
Línea 100% naranja

100% color

Fondo blanco
50% Transparencia
Línea 100% naranja

LAYERS OF BEAUTY

Fondo blanco
50% Transparencia
Línea 100% naranja

Fondo blanco
50% Transparencia
Línea 100% naranja

100% color

3.3 Criterios de aplicación.

Packaging

El criterio a seguir en la aplicación de las “Layers of Beauty”, es el que se muestra a continuación, como ejemplo, para el diseño de los packs de producto.

El logotipo que define el concepto no se aplica en estos casos.

Los cuadros se transforman en franjas que mantienen la estructura de capas definida anteriormente.

En los packs y elementos gráficos vinculados con estos, la franja naranja representa la capa donde actúa el producto siendo de colors gris las otras capas.

En la impresión de los packs, para reforzar el concepto, se usará una tinta UVI brillo para destacar las franjas por encima de los fondos.

Aplicación en productos para la Epidermis.	Aplicación en productos para la Dermis.	Aplicación en productos para la Hipodermis.
100% color	Fondo K.15	Fondo K.15
Fondo K.15	100% color	Fondo K.15
Fondo K.15	Fondo K.15	100% color



4



Toskani es una marca que ofrece soluciones 360° y tratamientos profesionales para todo tipo de pieles y problemáticas. Tiene una amplia gama de soluciones para el cuidado de la piel, incluyendo productos para la mesoterapia, peelings y cosméticos avanzados diseñados para mejorar la apariencia y salud de la piel.

- 4.1 Logotipo
- 4.2 Logotipo + Baseline
- 4.3 Código cromático
- 4.4 Criterios de reproducción
- 4.5 Variantes no aceptadas
- 4.6 Aplicaciones corporativas
- 4.7 Stands

4.1 Logotipo

El logotipo de la marca es un elemento gráfico importante y debe utilizarse de forma coherente y adecuada en todos los medios, su composición tipográfica no debe ser alterada bajo nungún concepto.

Se compone de la marca denominativa, combinada con un cuadrado negro como punto distintivo.



DESCARGAR
LOGOTIPO

4.2 Logotipo + Baseline

El conjunto corporativo se presenta con el baseline incorporado. Las proporciones entre los elementos del conjunto corporativo no deben ser alteradas.



DESCARGAR
LOGOTIPO

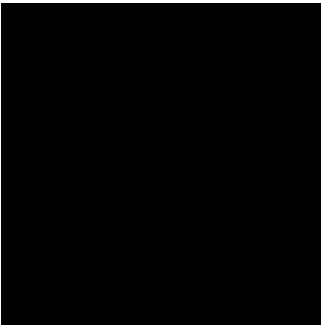
4.3 Código cromático

El color principal para Toskani será Pantone Black C.

Por otro lado, el color secundario será el gris, Pantone Cool Gray 9 C, así como el blanco.

También tendremos un par de opciones de colores terciarios como apoyo y para detalles concretos.

Color principal

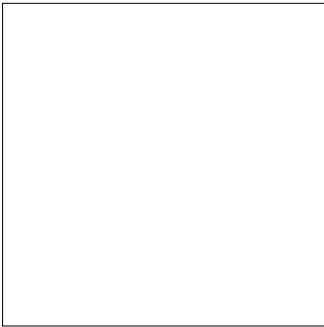


Pantone Black C
C.30 M.0 Y.0 K.100
R.45 G.42 B.38
#2D2926

Colores secundarios



Pantone Cool Gray 9 C
C.53 M.42 Y.39 K.23
R.118 G.119 B.122
#76777A



Blanco
C.0 M.0 Y.0 K.0
R.255 G.255 B.255
#FFFFFF

Colores terciarios



80% Pantone Cool Gray 9 C
C.45 M.35 Y.33 K.13
R.143 G.144 B.147
#8F9093



60% Pantone Cool Gray 9 C
C.38 M.27 Y.27 K.6
R.170 G.171 B.173
#AAABAD

4.3 Código cromático

La identidad corporativa siempre se aplicará en su versión positiva, sobre fondos blancos o muy claros, y en blanco, sobre fondos negros o muy oscuros.

No se deben alterar los colores ni crear nuevas versiones cromáticas que no se reflejen en este manual.

Versión en positivo



Versión en negativo



4.3 Código cromático

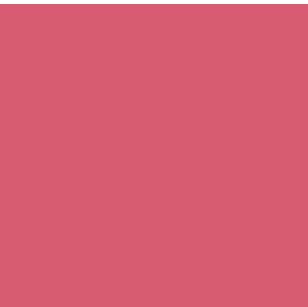
En packaging

Los colores de apoyo se usarán únicamente para el diseño del packaging de **TOSKANI**.

Para mantener la consistencia de la marca y la conciencia de marca, no está permitido usar ningún otro color que no esté en esta paleta.

La aplicación de colores por categorías puede cambiar y combinarse a medida que se añaden categorías de productos. **TOSKANI** mantendrá tonos más cálidos para estar más cerca del consumidor.

BODY CARE



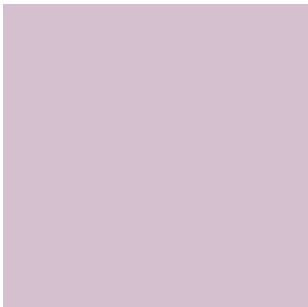
Pantone 702 C
C.11 M.75 Y.39 K.2
R.215 G.92 B.114
#D75C72

AOX



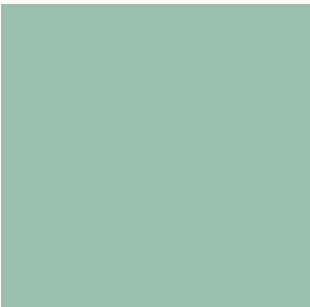
Pantone 5145 C
C.42 M.56 Y.24 K.6
R.158 G.120 B.148
#9D7793

REPAIR



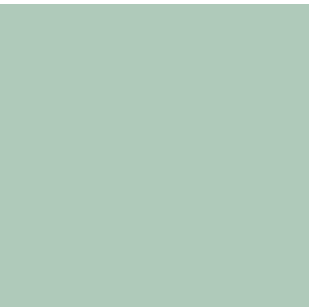
Pantone 5165 C
C.19 M.27 Y.12 K.0
R.213 G.192 B.206
#D4C0CD

PURIFYNG



Pantone 558 C
C.45 M.13 Y.37 K.0
R.156 G.190 B.172
#9BBDAB

ESSENTIALS



Pantone 559 C
C.37 M.10 Y.31 K.0
R.175 G.202 B.186
#AFC9B9

RADIANCE



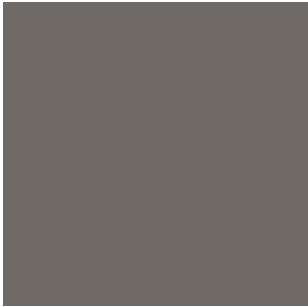
Pantone 155 C
C.5 M.20 Y.42 K.0
R.244 G.210 B.161
#F3D1A0

ANTI-AGEING



Pantone 550 C
C.49 M.16 Y.17 K.1
R.141 G.184 B.202
#8DB8CA

MESOJECTGUN



60% Pantone Black C
C.40 M.37 Y.37 K.45
R.112 G.106 B.103
#706966

NIGHT



Pantone Black C
C.30 M.0 Y.0 K.100
R.45 G.42 B.38
#2D2926

4.4 Criterios de reproducción

La identidad corporativa no debe reproducirse nunca a un tamaño inferior del estipulado en este manual, con el fin de preservar la buena lectura de todos los elementos que la conforman.

Se establece una área de protección que no debe ser invadida por ningún elemento gráfico para preservar, en todas las circunstancias previsibles, una óptima lectura de los conjuntos corporativos.

Reproducción mínima



Área de protección



4.5 Variantes no aceptadas

La capacidad de generar nuevas variantes de marca transgrediendo las normas del manual es infinita.

Aquí se ejemplifican algunas interpretaciones de la marca fuera de la normativa. Estos son algunos ejemplos que deben evitarse.

Deformar los elementos de la identidad



Aplicar colores no corporativos



Alterar las distancias entre los elementos



Incluir el simbolo difuminado



Eliminar elementos de la identidad



4.6 Aplicaciones corporativas

Tarjeta personal

Pauta para la composición de la tarjeta personal.

Cara



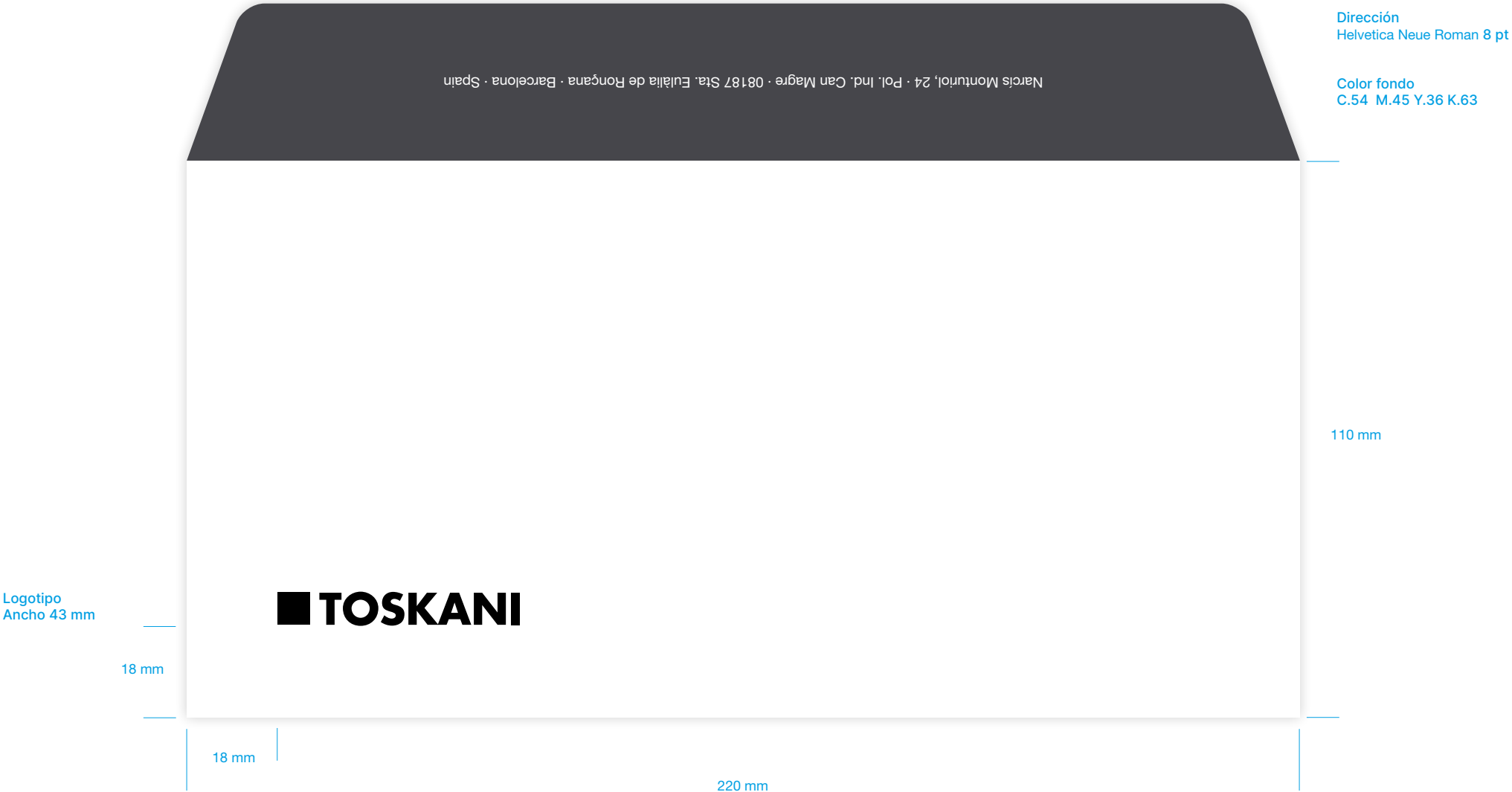
Dorso



4.6 Aplicaciones corporativas

Papelería

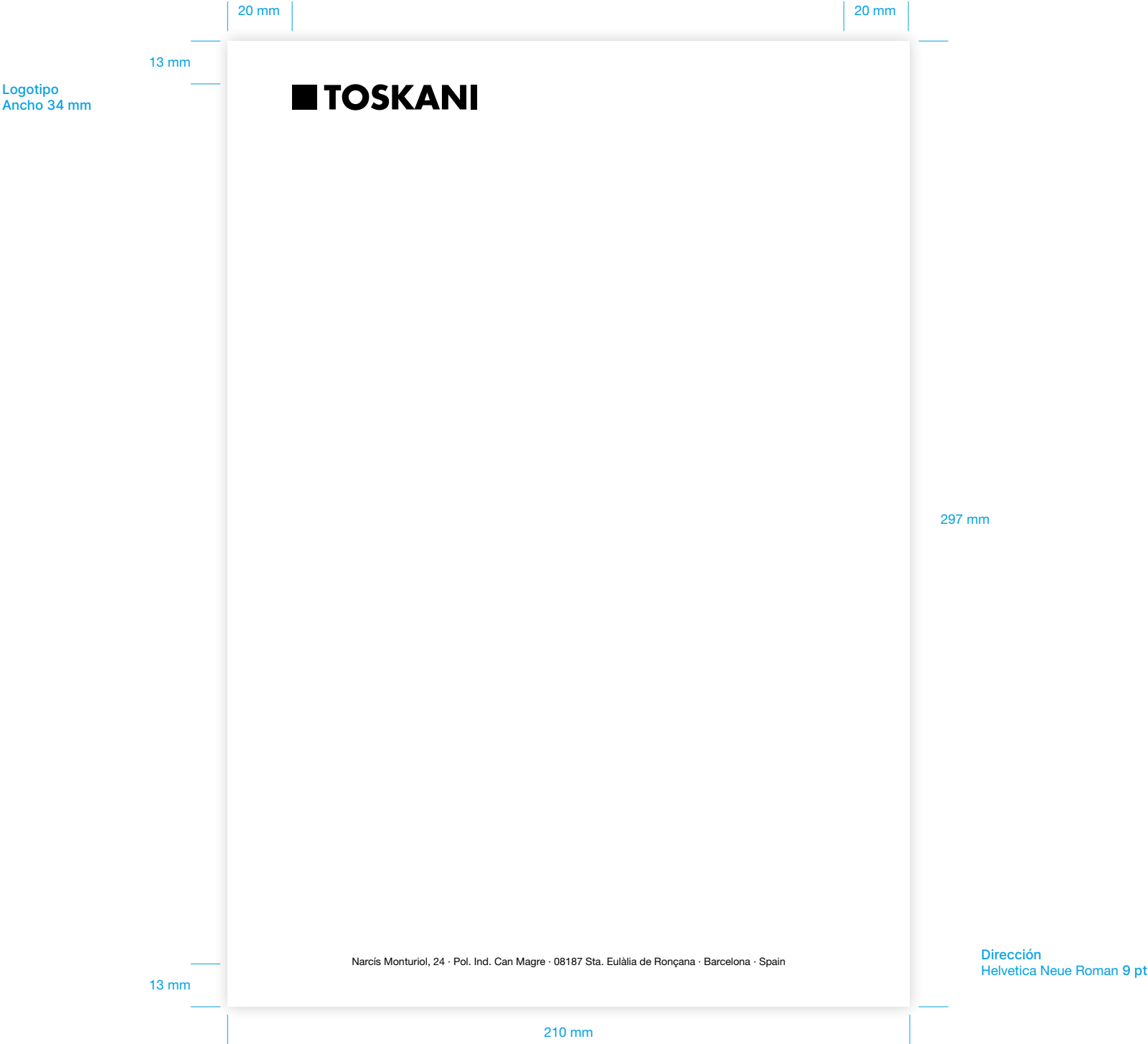
Pauta para la composición del sobre formato americano.



4.6 Aplicaciones corporativas

Papelería

Pauta para la composición del papel de carta A4.



4.6 Aplicaciones corporativas

Presentación PPT

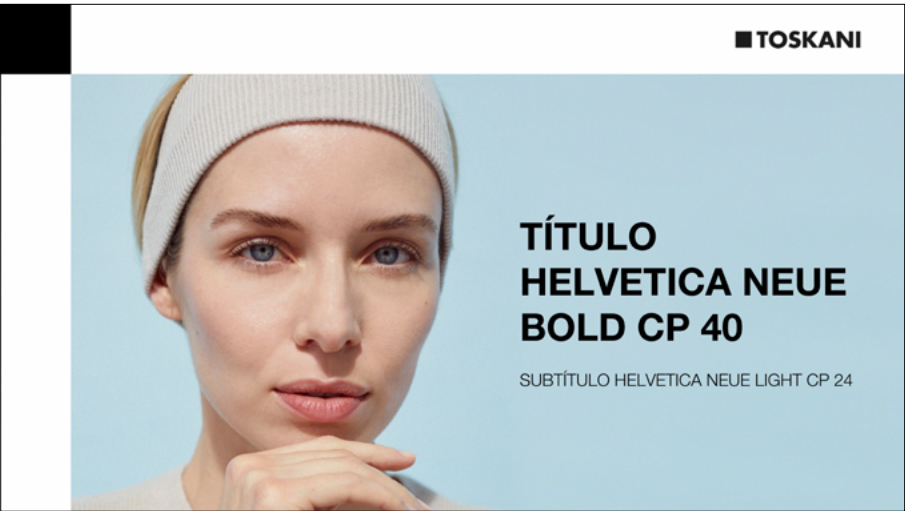
Descripción general de las diapositivas maestras.

Los modelos A y B, se utilizarán de portadas de capítulo.

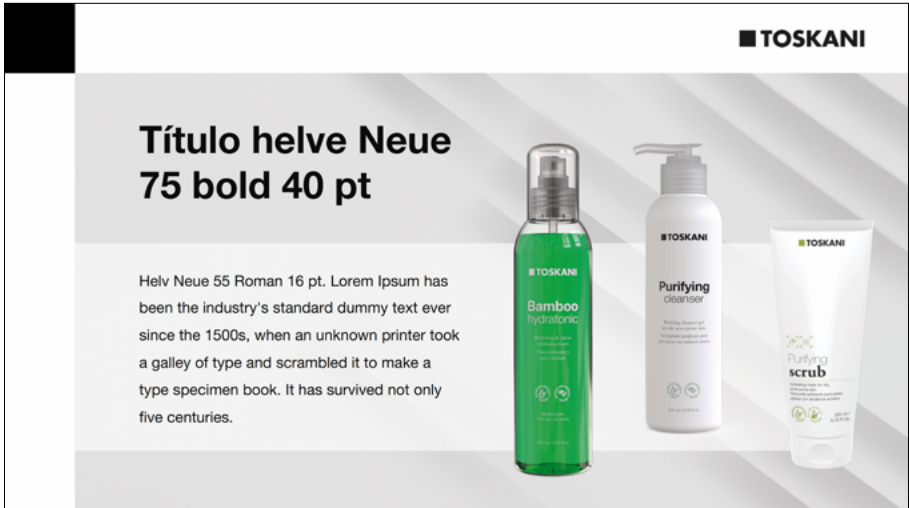
Los modelos C y D son slides internas para contenidos varios.



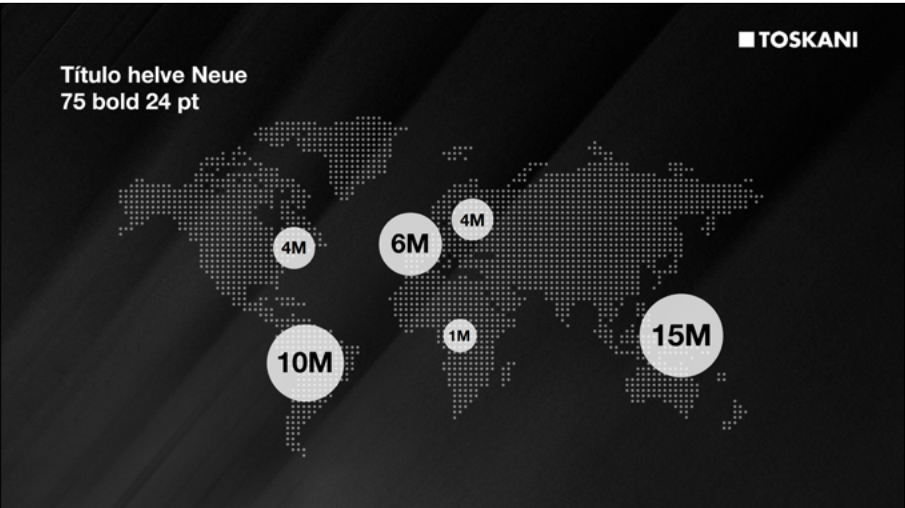
A



B



C



D

↓
DESCARGAR
PPT

4.6 Aplicaciones corporativas

Firma de correo electrónico

Pauta para la composición de la firma del correo electrónico con banner.

Nombre y apellido
Helvetica Bold 8 pt
Cargo
Helvetica Regular 8 pt
Teléfono
Helvetica Regular 8 pt
Web
Helvetica Bold 8 pt

Logotipo
Ancho 78 px

Iconos
Redes sociales

Nombre Apellido
Cargo empresa

Tel. +34 93 844 78 25 / Ext. 000
www.toskani.com

■TOSKANI = 11 px
f i in v = 14 px

Banner
600×240 px



Texto legal
Helvetica light 5 pt

In accordance with the provisions of Organic Law 3/2018 on the Protection of Personal Data and Guarantee of Digital Rights, GDPR 2016/679, and Law 34/2002 on Information Society Services and Electronic Commerce, we inform you that your data will be incorporated into a data processing system owned by TOSKANI, S.L. in order to meet the commitments arising from our commercial relationship. TOSKANI, S.L. informs you that your data will not be disclosed to third parties and will only be stored for the period strictly necessary to fulfil the purposes mentioned above and to comply with legislation in force. The information included in this e-mail is CONFIDENTIAL and is for the intended recipient only. If you receive this message and you are not the intended recipient, please notify us immediately by this same route and delete the message along with any attached files without processing it further. You can exercise your rights of access, rectification, limitation of processing, deletion, and opposition by addressing your request to PASSATGE CIUTADANS 4, 08005-BARCELONA or info@toskani.com, as well as by contacting the relevant supervisory authority (SPANISH DATA PROTECTION AGENCY) to submit any claims deemed appropriate. In compliance with Law 34/2002 of 11 July on Information Society Services and Electronic Commerce, we inform you that you can withdraw at any time, easily and free of charge, your consent to receive e-mails from our company by sending an e-mail with your request to: info@toskani.com

4.6 Aplicaciones corporativas

Redes sociales

Imagen de perfil RRSS.

Imagen de perfil
300×300 px



Fondo color blanco
Logotipo negro



Fondo Negro
Logotipo blanco



DESCARGAR
IMÁGENES

4.6 Aplicaciones corporativas

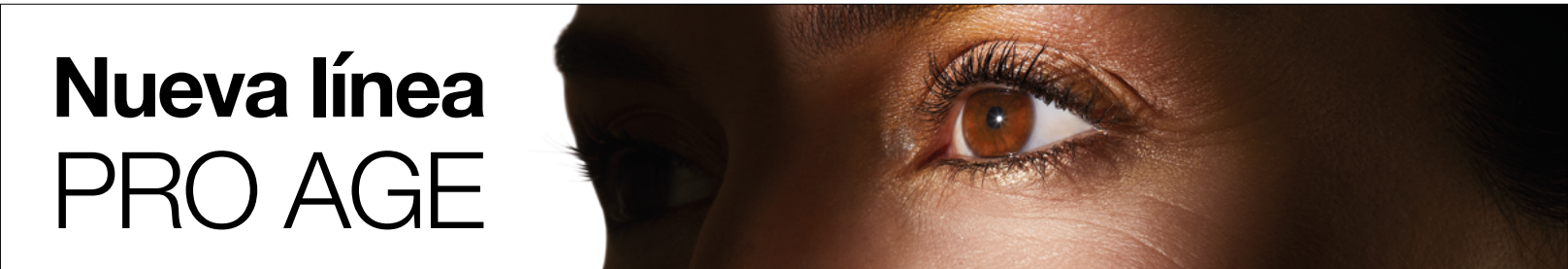
Imagen de portada RRSS

La imagen de portada debe seguir las pautas de proporción establecidas en este documento, pudiendo variar el contenido, ejemplos de aplicación.

Portada de perfil
Facebook
820×312 px



Portada de perfil
LinkedIn
1128 × 191px



4.7 Stands

Para la decoración de los stands se deberá tener en cuenta los valores cromáticos descritos en este manual.

El color principal general para la estructura será blanco, incluyendo elementos en negro.

Buscando una armonía entre todos los elementos, para mantener y destacar los valores de la marca.



5



Marca que brinda a los profesionales médicos productos de la más alta calidad para llevar a cabo tratamientos seguros, eficaces y efectivos.

- 5.1 Logotipo
- 5.2 Logotipo + Baseline
- 5.3 Código cromático
- 5.4 Criterios de reproducción
- 5.5 Variantes no aceptadas
- 5.6 Tipografía corporativa
- 5.7 Aplicaciones corporativas
- 5.8 Stands

5.1 Logotipo

El logotipo de la marca es un elemento gráfico importante y debe utilizarse de forma coherente y adecuada en todos los medios, su composición tipográfica no debe ser alterada bajo ningún concepto.

Se compone de la marca denominativa, combinada con un cuadrado degradado plateado como punto distintivo.



DESCARGAR
LOGOTIPO

5.2 Logotipo + Baseline

El conjunto corporativo se presenta con el baseline incorporado. Las proporciones entre los elementos del conjunto corporativo no deben ser alteradas.




DESCARGAR
LOGOTIPO

5.3 Código cromático

El código cromático está formado por dos colores, el Pantone 877 C para el símbolo y el Pantone Black C para el logotipo, no siendo posible alterar los mismos.

Cuenta con el blanco y el naranja como colores terciarios de apoyo para otras aplicaciones y para detalles concretos.

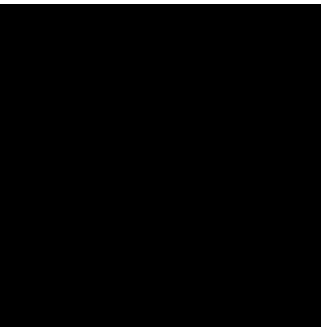
Se indican las equivalencias a los principales sistemas de color.

Color principal



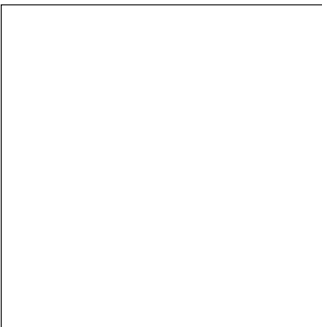
Pantone 877C
C.46 M.34 Y.35 K.12
R.142 G.144 B.145
#8E9091

Color secundario



Pantone Black C
C.30 M.0 Y.0 K.100
R.45 G.42 B.38
#2D2926

Colores terciarios

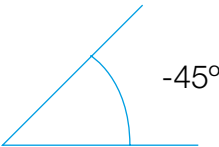
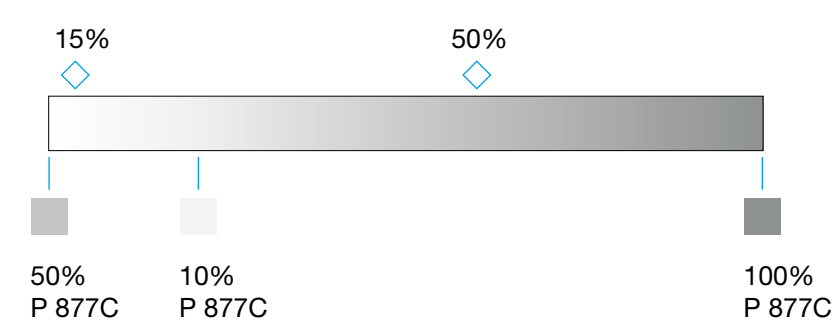


Blanco
C.0 M.0 Y.0 K.0
R.255 G.255 B.255
#FFFFFF



Pantone 137 C
C.0 M.45 Y.100 K.0
R.222 G.159 B.0
#DE9F00

Estas son las indicaciones para la construcción del degradado del símbolo.



5.3 Código cromático

La identidad corporativa siempre se aplicará en su versión positiva, sobre fondos blancos o muy claros, y en blanco, sobre fondos negros o muy oscuros.

La versión BN se aplicará cuando no sea posible la reproducción en más de una tinta o las características del proyecto lo requieran.

No se deben alterar los colores ni crear nuevas versiones cromáticas que no se reflejen en este manual.

Versión en color



Versión en negativo



Versión BN



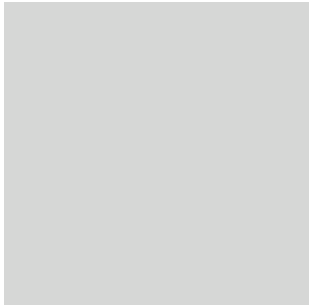
5.3 Código cromático

En packaging

Los colores de apoyo se usarán únicamente para el diseño del packaging de **TOSKANIMED**.

Para mantener la consistencia y la conciencia de marca, no está permitido usar ningún otro color que no esté en esta paleta.

TOSKANIMED siempre tenderá hacia una paleta de colores metalizados para darle un aspecto más técnico y cercano al tono profesional médico.

HA3	SKIN ARCHITECT FILLER	BOOST COMPLEX	PEELINGS	HAIR
				
Pantone 8161 C Metalizado	Pantone 877 C Metalizado	Pantone 10393 C Metalizado	Pantone Cool Gray 1 C Metalizado	Pantone 8024 C Metalizado

5.4 Criterios de reproducción

La identidad corporativa no debe reproducirse nunca a un tamaño inferior del estipulado en este manual, con el fin de preservar la buena lectura de todos los elementos que la conforman.

Se establece una área de protección que no debe ser invadida por ningún elemento gráfico para preservar, en todas las circunstancias previsibles, una óptima lectura de los conjuntos corporativos.

Reproducción mínima



Área de protección



5.5 Variantes no aceptadas

La capacidad de generar nuevas variantes de marca transgrediendo las normas del manual es infinita.

Aquí se ejemplifican algunas interpretaciones de la marca fuera de la normativa. Estos son algunos ejemplos que deben evitarse.

Deformar los elementos de la identidad



Aplicar colores no corporativos



Alterar las distancias entre los elementos



Incluir el país del distribuidor



Eliminar elementos de la identidad



5.6 Tipografía corporativa

Exclusivamente para uso en catálogos

La fuente **Suisse Intl** se establece como tipografía corporativa para uso exclusivo en catálogos de la marca **TOSKANIMED**.

Pudiendose utilizar en función de las necesidades de aplicación cualquier variante de la familia.



Suisse Intl

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Thin

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Light italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

Thin italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789 (.,;:&%)

5.7 Aplicaciones corporativas

Tarjeta personal

Pauta para la composición de la tarjeta personal.

Cara

Logotipo
Ancho 32 mm

6 mm

40 mm

6 mm

6 mm

20 mm

6 mm

85 mm

John Smith
Cargo

TOSKANI MED

+34 000 000 000
j.smith@toskani.com
toskani.com

Narcís Monturiol, 24
Pol. Ind. Can Magre
08187 Sta. Eulàlia de Ronçana
Barcelona · Spain

Nombre Apellido
Helvetica Neue 75 Bold 8 pt
Cargo
Helvetica Neue 45 Light 7 pt

Datos de contacto
Helvetica Neue 55 Roman 7 pt
Web
Helvetica Neue 75 Bold 7 pt

Datos de la empresa
Helvetica Neue 45 Light 6,5 pt

55 mm

Dorso

Logotipo
Ancho 49 mm

25 mm

7,5 mm

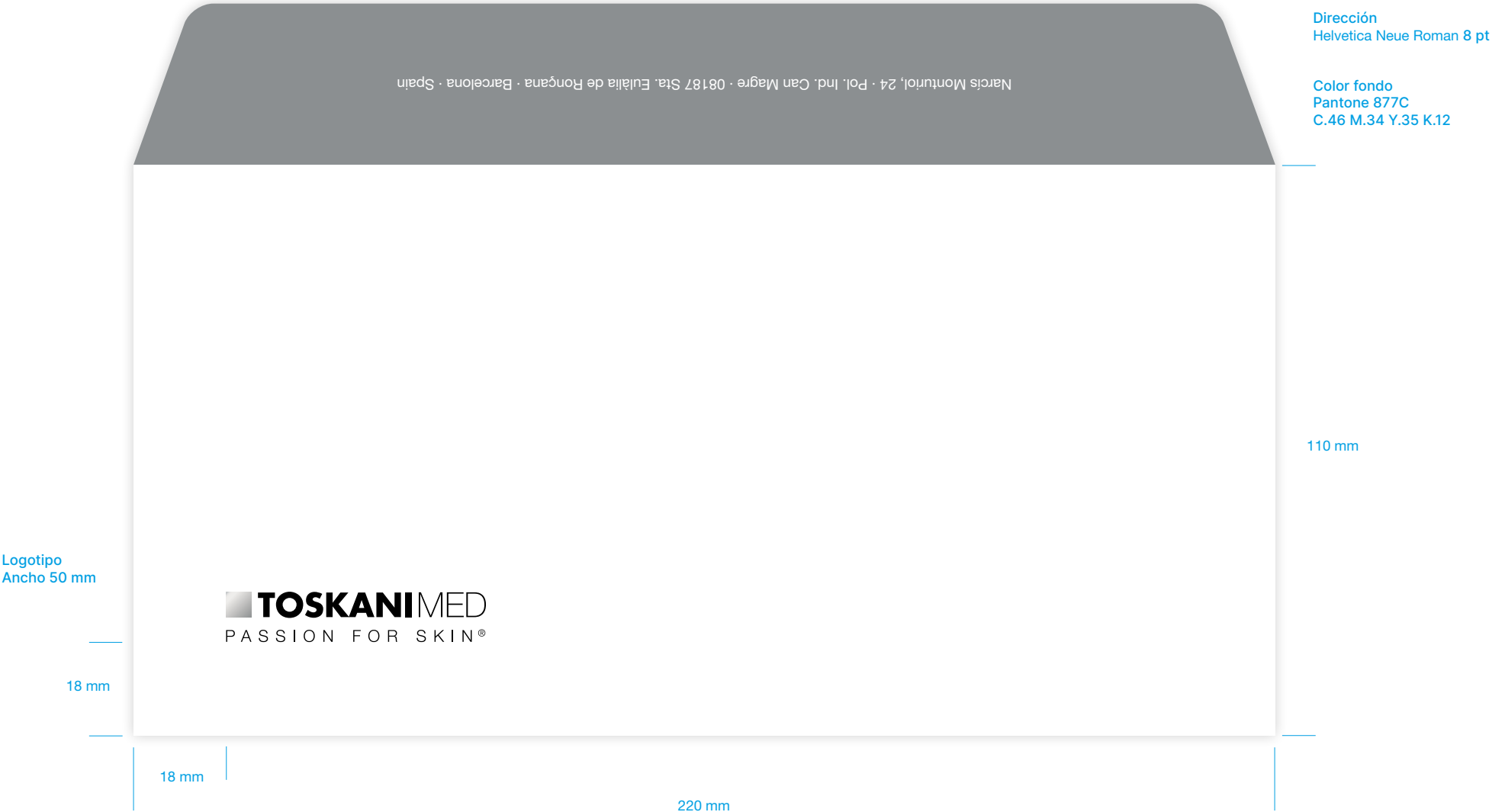
TOSKANI MED

Color fondo
C.54 M.45 Y.36 K.63

5.7 Aplicaciones corporativas

Papelería

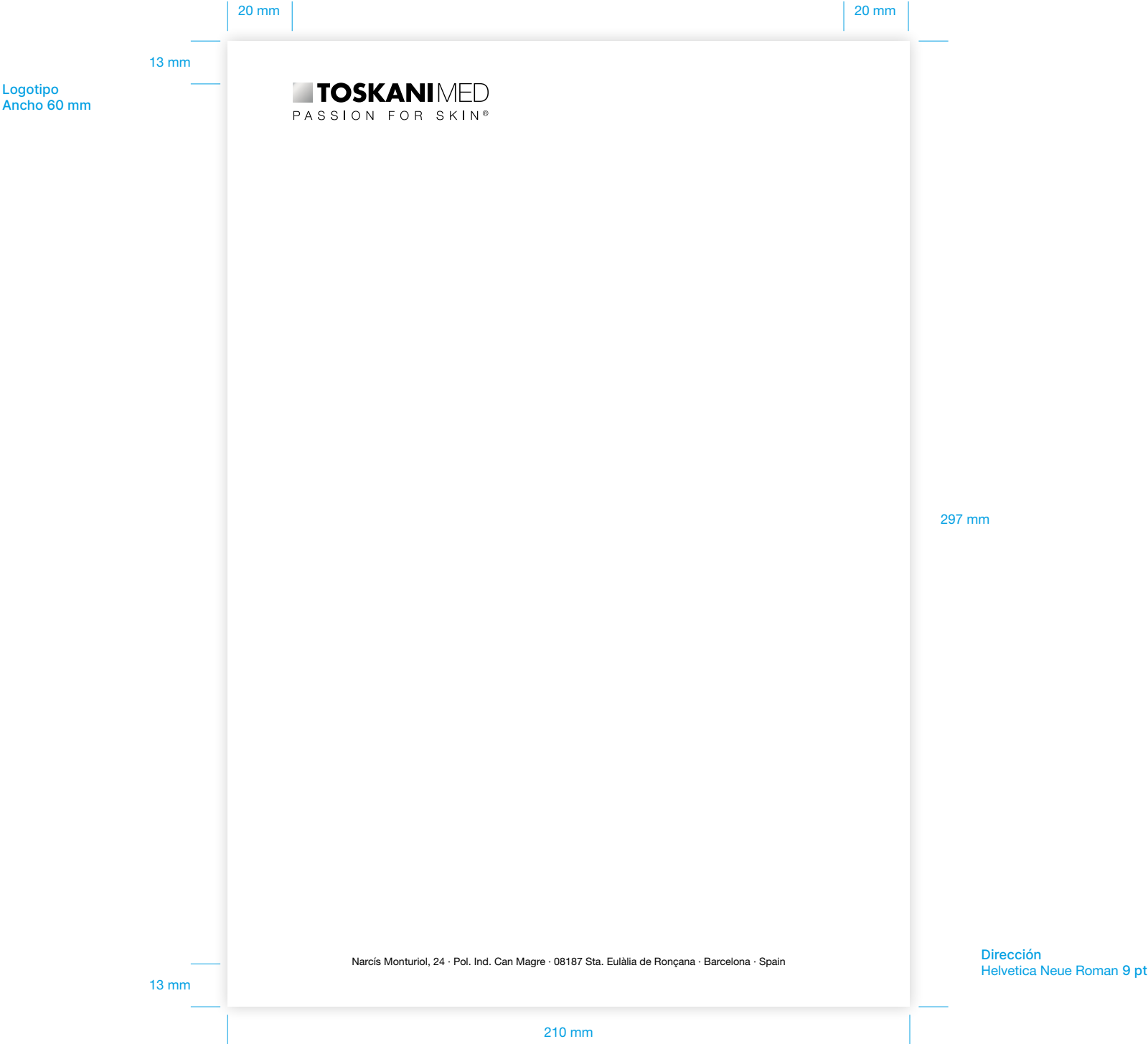
Pauta para la composición del sobre formato americano.



5.7 Aplicaciones corporativas

Papelería

Pauta para la composición del papel de carta A4.



5.7 Aplicaciones corporativas

Presentación PPT

Descripción general de las diapositivas maestras.

Los modelos A y B, se utilizarán de portada principal y de capítulo.

Los modelos C, D, E, F, son slides internas para contenidos.

Los cuadros naranjas, simulan las tres capas de la piel e igualmente se debe seguir con el criterio descrito con anterioridad para “Layers of Beauty”, desactivando las capas donde no haga referencia la información, ejemplos C y D.

↓
DESCARGAR
PPT



A



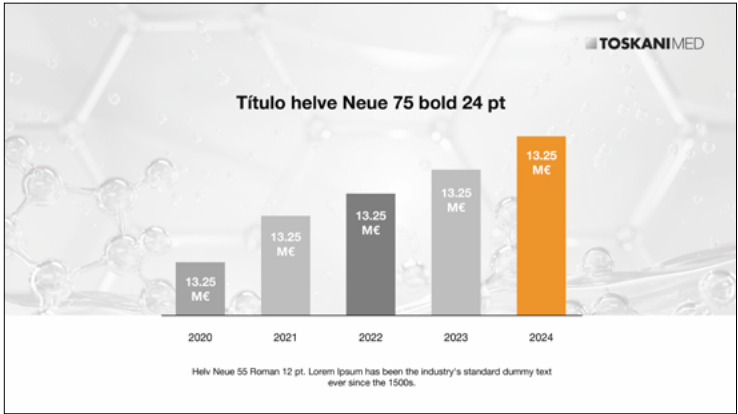
B



C



D



E



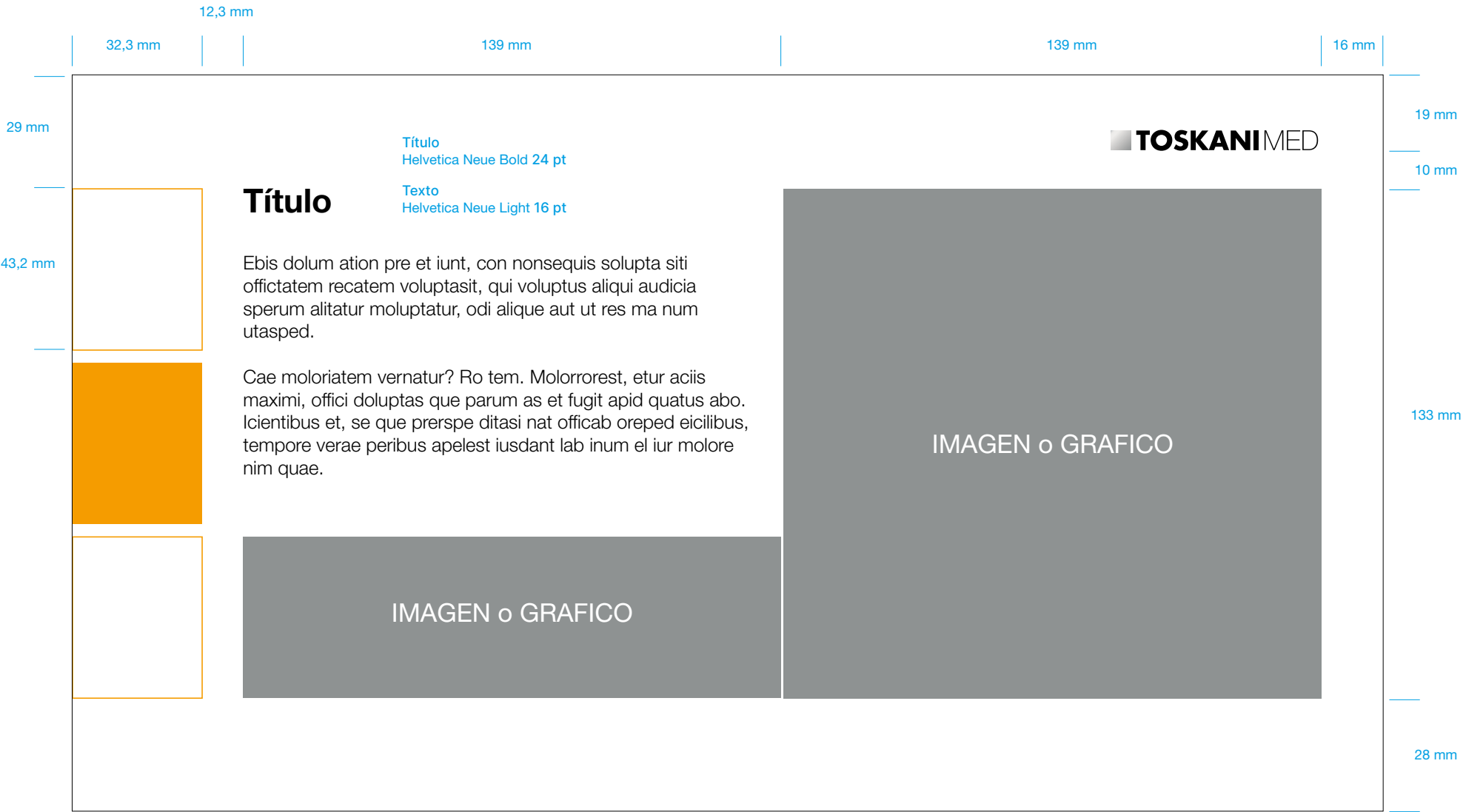
F

5.7 Aplicaciones corporativas

Presentación PPT

Pauta para composición de slide.

Tamaño de diapositiva Panorámica
33,87x19,05 cm (ancho x alto)



5.7 Aplicaciones corporativas

Firma de correo electrónico

Pauta para la composición de la firma del correo electrónico con banner.

Nombre y apellido
Helvetica Bold 8 pt
Cargo
Helvetica Regular 8 pt
Teléfono
Helvetica Regular 8 pt
Web
Helvetica Bold 8 pt

Logotipo
Ancho 131 px

Iconos
Redes sociales

Nombre Apellido
Cargo empresa

Tel. +34 93 844 78 25 / Ext. 000
toskanimed.com

TOSKANI MED



Banner
600×200 px



Texto legal
Helvetica light 6 pt

Basic information on Data Protection LOPDGDD 3/2018, RGPD UE 679/2016, LSSICE: Responsable for treatment: TOSKANI, S.L. Purpose: Maintain the contractual relationship and inform about our services, products or news. Legitimation: Your own consent, the fulfillment of a contract, or our legitimate interest. Assignments: We will not transfer your data except legal obligation. Conservation: We will keep your data to fulfill the aforementioned purposes and meet legal obligations. Rights: You can exercise your rights of access, rectification, limitation of treatment, deletion, portability, and opposition or revoke any consent by sending an email to rgpd@toskani.com or PASSATGE CIUTADANS 4, 08005-BARCELONA. You can contact the SPANISH DATA PROTECTION AGENCY in www.aepd.es, if you think we have not attended you correctly. This email and the files it contains are CONFIDENTIAL, if you receive this message and it is not the recipient, notify us urgently in this same way, proceeding to its elimination

Información sobre Protección de datos LOPDGDD 3/2018, RGPD UE 679/2016, LSSICE: Responsable tratamiento: TOSKANI, S.L. Finalidad: Mantener la relación contractual e informar sobre nuestros servicios, productos o novedades. Legitimación: su propio consentimiento, el cumplimiento de un contrato o nuestro interés legítimo. Cesiones: no cederemos sus datos excepto obligación legal. Conservación: conservaremos sus datos para cumplir las finalidades mencionadas con anterioridad y atender las obligaciones legales. Derechos: puede ejercer sus derechos de acceso, rectificación, limitación de tratamiento, supresión, portabilidad y oposición o revocar cualquier consentimiento en rgpd@toskani.com o en PASSATGE CIUTADANS 4, 08005-BARCELONA. Puede contactar con la AGENCIA ESPAÑOLA DE PROTECCIÓN DE DATOS en www.aepd.es si cree que no los hemos atendido correctamente. Este correo electrónico y los archivos que contiene son CONFIDENCIALES, si recibe este mensaje y no es el destinatario notifíquelo por esta misma vía, procediendo a su eliminación.

5.7 Aplicaciones corporativas

Redes sociales

Imagen de perfil RRSS.

Imagen de perfil
300×300 px



Fondo color blanco
Logotipo negro



Fondo Pant 877C
Logotipo blanco



DESCARGAR
IMÁGENES

5.7 Aplicaciones corporativas

Imagen de portada RRSS

La imagen de portada debe seguir las pautas de proporción establecidas en este documento, pudiendo variar el contenido, ejemplos de aplicación.

Portada de perfil
Facebook
820×312 px



Portada de perfil
LinkedIn
1128 × 191px



5.8 Stands

Para la decoración de los stands se deberá tener en cuenta los valores cromáticos descritos en este manual.

El color principal general para la estructura será blanco, incluyendo elementos en gris plata y detalles en color naranja.

Buscando una armonía entre todos los elementos, para mantener y destacar los valores de la marca.



 **TOSKANI**GLOBAL

