



AGRISOLUTIONS

joining brands, sharing knowledge



Visual identity guide
Manual de identidad visual

4. SOLBJERG

Our brand values determine our attitude and they influence directly in the market. We are a business group specialized in tailor made S-tines, recognized in all Scandinavia.

We believe that confidence is the main key to be a worldwide recognized brand for OEM, because of that we are focused on just-in-time service.

We are relevant in vision of the group we belong to: "We are a business group founded to be world leaders in seeding and planting sectors.

Los valores de nuestra marca determinan nuestra actitud y su influencia directa en el mercado. Somos un grupo empresarial especializado en brazos en S, con gran reconocimiento en Escandinavia.

Creemos que la confianza es la principal clave para ser una marca reconocida. Por ello, trabajamos para que nuestros clientes obtengan la mejor solución "just in-time".

Somos relevantes en la visión de grupo al que pertenecemos: "Somos un grupo empresarial fundado para ser líderes mundiales en el sector de plantación y sembrado."

4.1 BRAND MARCA

COMMUNICATION OBJECTIVES

1. Reflect a coherent image
2. Transmit Agrisolutions exclusive values
3. Obtain an emphatic and recognizable image
4. Obtain the maximum functionality of the graphic applications

OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN

1. Reflejar una imagen coherente
2. Transmitir los valores exclusivos de Agrisolutions
3. Conseguir una imagen rotunda y reconocible
4. Conseguir máxima funcionalidad en las aplicaciones gráficas

4.2

Logosymbol Logosímbolo



Simply Danish

Solbjerg

4.2.1 DESCRIPTION DESCRIPCIÓN

SYMBOL

We have kept the original symbol, adding a thicker edge, helping interior shapes to be more visible in any format.

TYPOGRAPHY

Agrisolutions same font. We maintain lower-case letters from the original logo. We have crashed slightly the thickness and have removed the original underlined. Solbjerg is a serious, smart and reliable firm.

SÍMBOLO

Mantenemos el símbolo original, añadiendo un borde más grueso, ayudando a las formas interiores a ser más visibles en cualquier formato.

TIPOGRAFÍA

Misma tipografía de base que Agrisolutions. Mantenemos las minúsculas del logo original, estrechamos ligeramente el grosor y eliminamos el subrayado original, consiguiendo así una firma seria, elegante y fiable.



4.2.1 DESCRIPTION DESCRIPCIÓN

SYMBOL

We have kept the original symbol, adding a thicker edge, helping interior shapes to be more visible in any format.

TYPOGRAPHY

Agrisolutions same font. We maintain lower-case letters from the original logo. We have crashed slightly the thickness and have removed the original underlined. Solbjerg is a serious, smart and reliable firm.

SÍMBOLO

Mantenemos el símbolo original, añadiendo un borde más grueso, ayudando a las formas interiores a ser más visibles en cualquier formato.

TIPOGRAFÍA

Misma tipografía de base que AGRISOLUTIONS. Mantenemos las minúsculas del logo original, estrechamos ligeramente el grosor y eliminamos el subrayado original, consiguiendo así una firma seria, elegante y fiable.



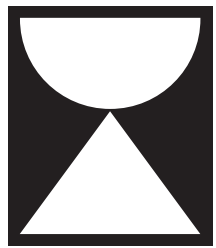
4.2.2 HORIZONTAL AND VERTICAL VERSION VERSIÓN HORIZONTAL Y VERTICAL

The main version will be the horizontal one, although it can be used the vertical version if the composition or the design requires it.

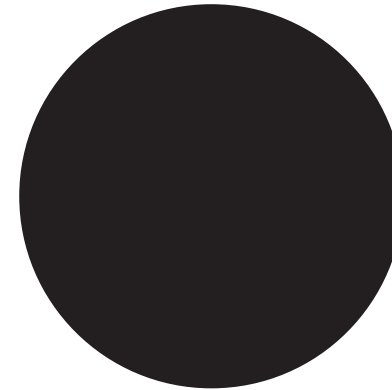
La versión principal será la horizontal, aunque se podrá utilizar la versión vertical siempre que la composición o el diseño lo requiera.

4.3

Colors Colores



Simply Danish
Solbjerg



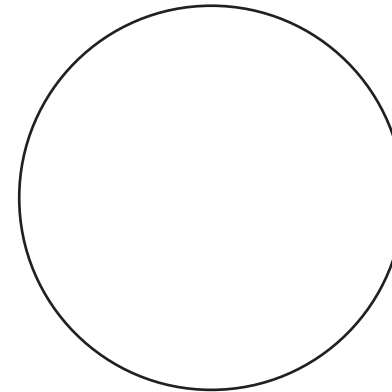
BLACK

Cuatricomía

C=0 M=0 Y=0 K=100

RGB

R=0 G=0 B=0



WHITE

Cuatricomía

C=0 M=0 Y=0 K=0

RGB

R=255 G=255 B=255

4.3.1 MAIN COLORS COLORES PRINCIPALES

The color is an essential base of a brand visual identity. It makes it recognizable and provides values.

A combination of original black and white color makes the brand can be recognized as a reference in the market with a sophistication and excellence perception.

El color es un pilar fundamental en la identidad visual de una marca. Lo hace reconocible y le aporta valores.

Manteniendo la combinación del blanco y negro original, mantenemos la percepción de sofisticación y excelencia de la marca en el mercado.

4.4

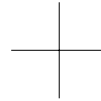
Tipography Tipografía

VERDANA REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890()i¿!?:,.

VERDANA BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890()i¿!?:,.



VERDANA ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890()i¿!?:,.

VERDANA BOLD ITALIC

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ1234567890()i¿!?:,.

4.4.1 TIPOGRAPHY TIPOGRAFÍA

The typography that accompanies the communication of Agrisolutions will be the Verdana family on its different formats.

La tipografía que acompañará la comunicación de Agrisolutions será la familia Verdana en sus distintos formatos.

4.5

Usage rules Normas de uso



4.5.1 POSITIVE & NEGATIVE POSITIVO Y NEGATIVO

On the applications that the logotype goes in one color (clothes, merchandising...) or over a solid color, we would use the versions on positive and negative.

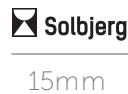
En las aplicaciones en las que el logotipo tenga que ir en un color (ropa, merchandising...) o sobre un color sólido, se utilizarán las versiones en negativo y positivo.



4.5.2 PROTECTION ZONE ZONA DE PROTECCIÓN

It's about the space that goes around the logosymbol and thanks to this one we avoid the invasion of the image with any text or graphic. This makes easier the optimal perception.

Se trata del espacio vacío que rodea el logosímbolo y gracias al cual evitaremos que la imagen sea invadida por cualquier tipo de texto o gráfico. Ello facilitará su óptima percepción.



4.5.3 MINIMUM SIZE TAMAÑO MÍNIMO

On certain occasions it is needed to use a logotype on a very reduced size. We set in 28mm the minimum size we can reach without losing the proportions and its correct legibility on the vertical version with the claim and in 16mm on the vertical version without the claim.

For the horizontal version, the measurements we use with and without the claim are 22 mm and 13 mm, respectively.

En determinadas ocasiones se precisa utilizar un logotipo a un tamaño muy reducido. Fijamos en 28 mm. de longitud el tamaño mínimo al cual puede llegar a reducirse sin perder las proporciones y su correcta legibilidad en la versión vertical con claim y de 16mm en la versión vertical sin claim.

Para la versión horizontal, las medidas con claim y sin claim serían de 22 mm y 13 mm, respectivamente.

Don't use
percents on
monocolor
version

No utilizar
porcentajes
en la versión
monocolor.



Simply Danish

Solbjerg



Don't change
original colors

No cambiar
los colores
originales



Simply Danish

Solbjerg



Don't modify
distance between
elements

No modificar
las distancias
entre elementos.



Simply Danish

Solbjerg



Don't encroach
security area

No invadir zona
de seguridad

3f



Simply Danish

Solbjerg



4.5.4 DON'T

We introduce some examples of the most common mistakes in the use of the logotype. We beg avoid them so that the brand won't get damaged.

Presentamos algunos ejemplos de los errores más habituales en la utilización del logotipo. Rogamos evitarlos para que la marca no se vea perjudicada.



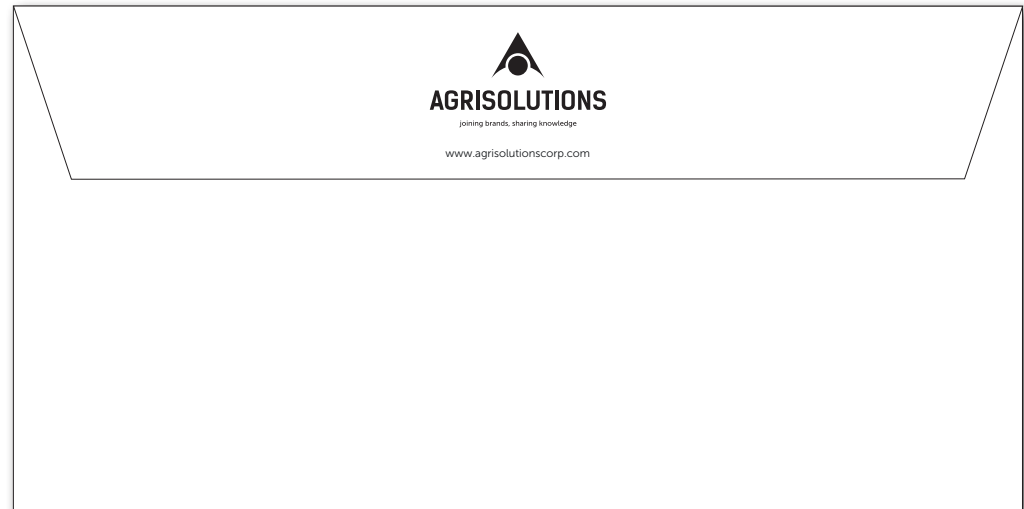
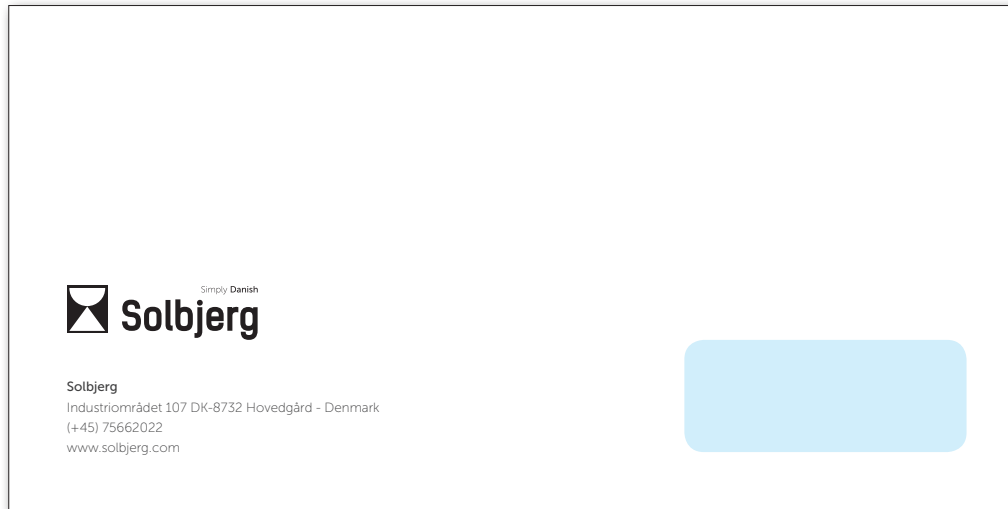
4.5.5 OTHER USES OTROS USOS

Other brand uses.

Otros usos de la marca.

4.6

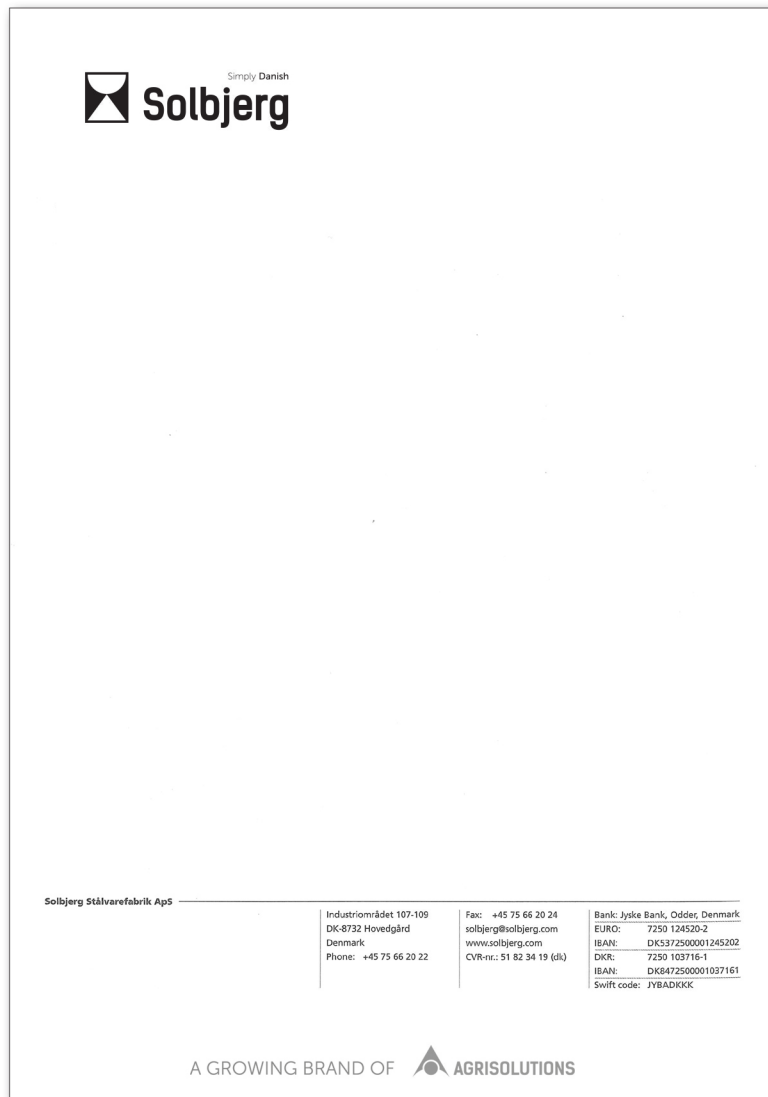
Applications Aplicaciones



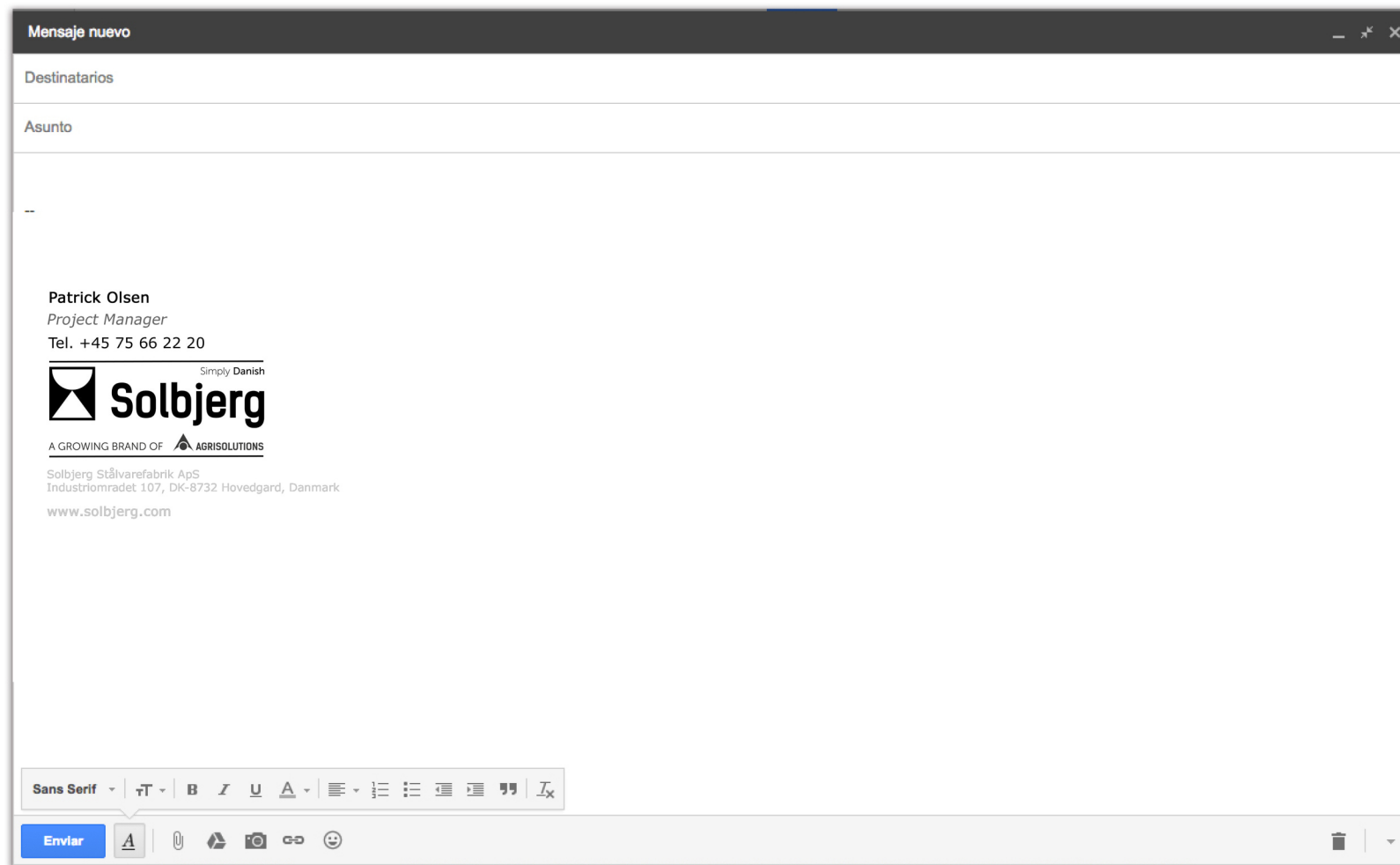
4.6.1 PAPELERY PAPELERÍA

Envelopes.

Sobres.

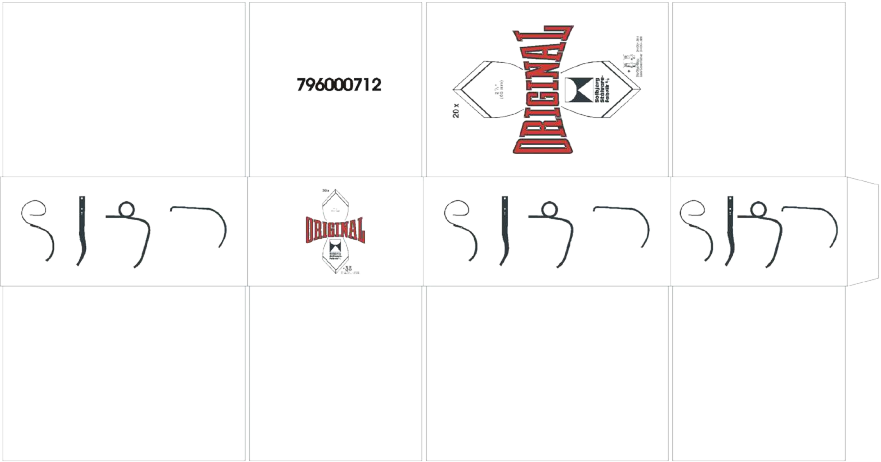
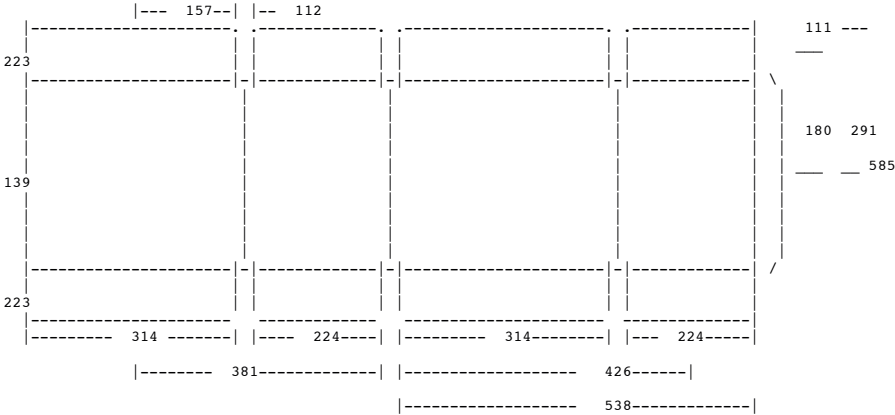


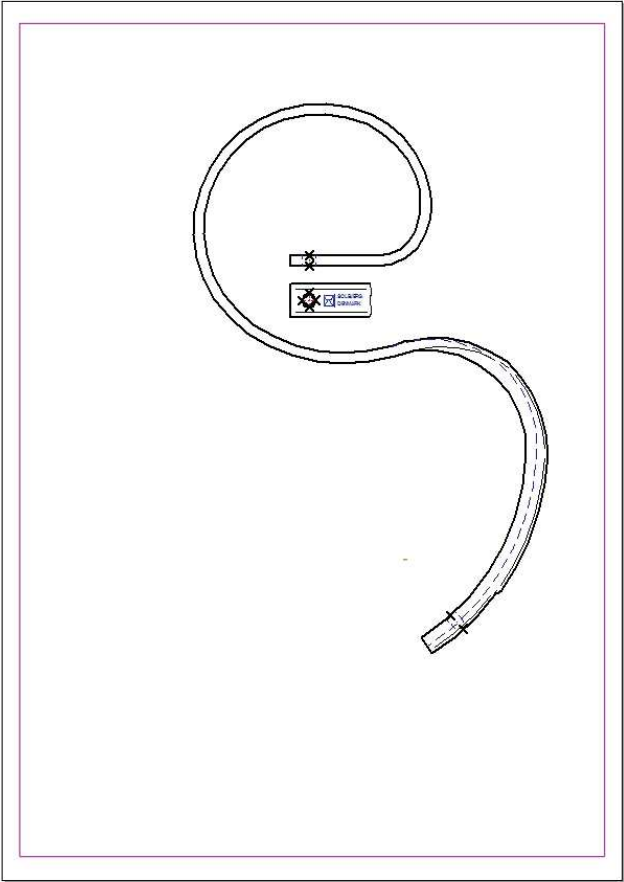
4.6.1 PAPELERY PAPELERÍA



4.6.2 MAIL SIGNATURE FIRMA DE CORREO ELECTRÓNICO

B3-SOLAPAS IGUAL AL ANCHO MENOS COMPENSACION DEL CANAL





4.6.4 STAMP MARCAJE





AGRISOLUTIONS

joining brands, sharing knowledge

www.agrisolutionscorp.com
