

# BDN

# Bada Comu

Identitat visual  
corporativa

Aquesta publicació presenta l'actual identitat visual corporativa de BDN Badalona Comunicació, realitzada durant la darrera part de l'any 2017, com a resultat un procés de redisseny d'imatge.

La seva finalitat és transmetre el concepte i els ingredients visuals d'aquesta marca, possibilitant que qualsevol dissenyador pugui treballar i, sobretot, interpretar aquesta marca.

Per a qualsevol dubte no recollit en aquesta publicació es prega adreçar-se al responsable corresponent dins de BDN Badalona Comunicació.

Sant Agustí, 11  
08915 Badalona  
bdn@bdncom.cat  
934 974 000

Concepte i disseny gràfic:  
Forma

Identitat audiovisual:  
Codea

Identitat sonora:  
BSO

Concepte  
4

Logotips  
14

Recursos gràfics  
26

Audiovisual  
46

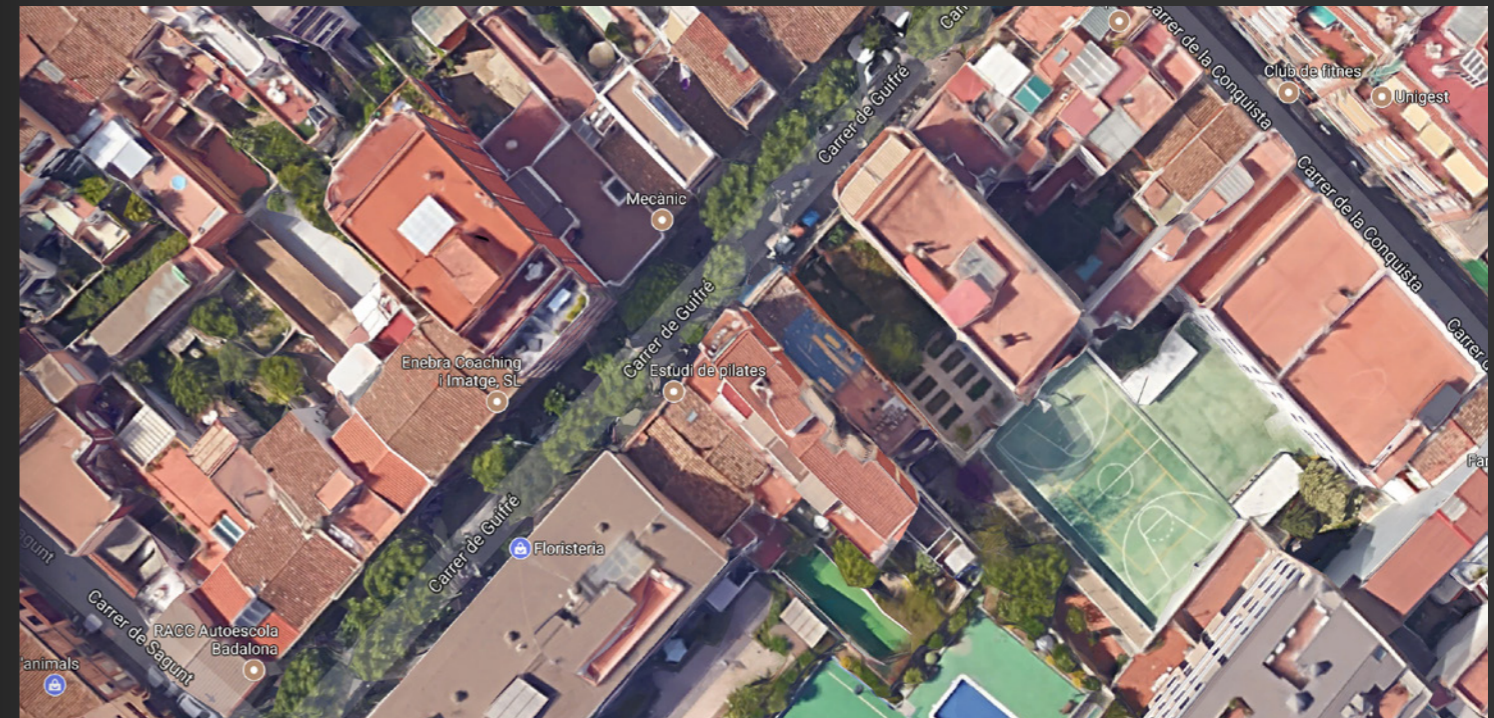
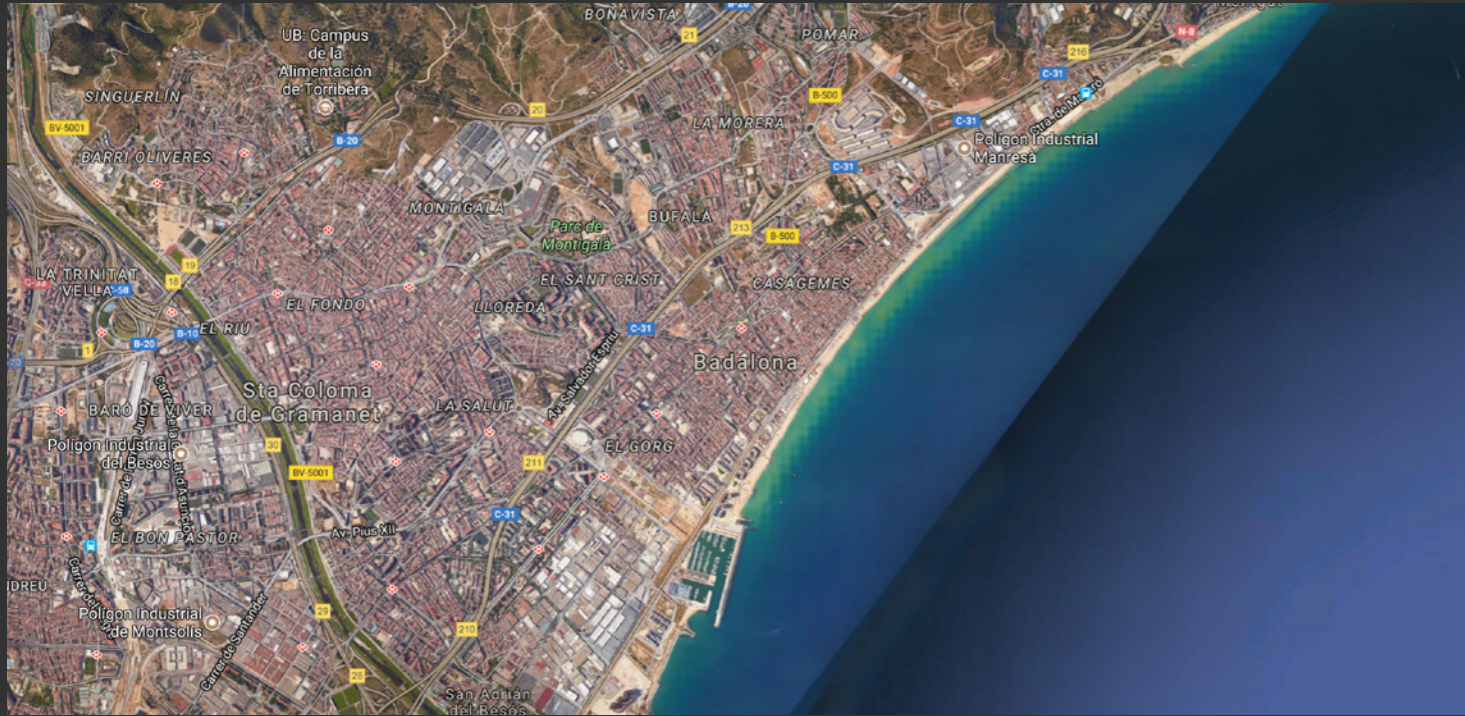
Exemples  
62

# Concepts

# Aproporosa

Ser a prop. Ser allà mateix.  
Apropar-se allà on passa la informació.  
Apropar la informació a la ciutadania.

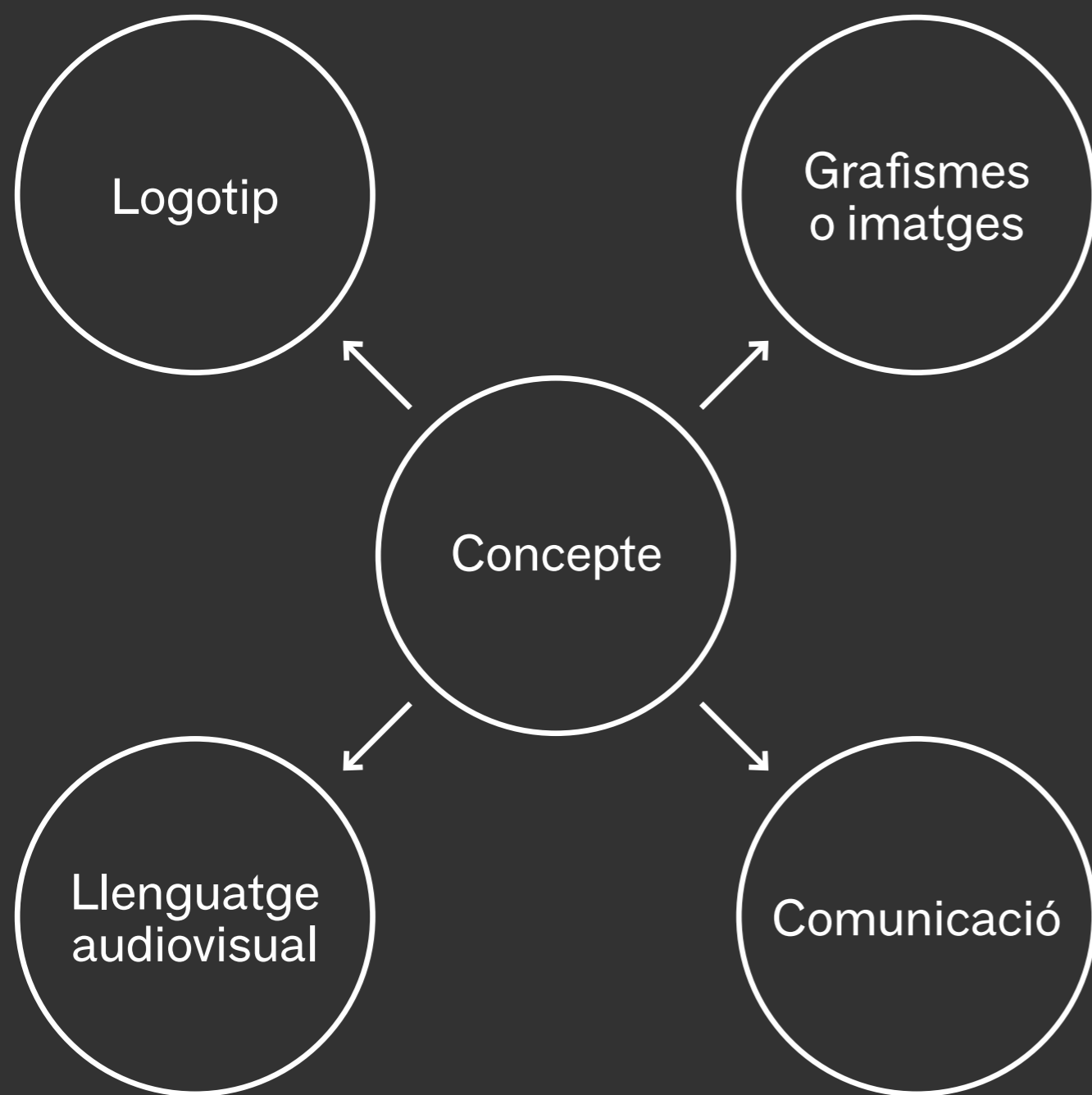




Badalona és l'escenari on passa tot. La nostra empresa conviu amb els Badalonins i Badalonines, i comparteix espai, entorn, vivències, història, etc.

Com a mitjà de comunicació donem cobertura en un espai concret. Ens desplaçem allà on passa la informació per fer-nos ressò d'aquesta, i apropar-la als nostres conciutadans.





## UNA MARCA DE BADALONA PER BADALONA

El nostre projecte gira entorn d'una temàtica principal: Badalona i tot el que succeeix dins d'aquesta ciutat. Hi som tan a prop com que som allà mateix, on passa l'acció, a Badalona. Perquè som de Badalona, veïns de la ciutat i per la nostra tasca la coneixem tant o més profunditat que la resta dels veïns que l'habiten.

La comunicació d'aquesta marca, per tant, és entre badalonins, perquè emissor i receptor coneixen perfectament el context i totes les seves singularitats. Com a conseqüència d'això, es poden donar certes llicències en la comunicació.



Vídeo presentació  
del concepte de la marca

# Loggotips



BDN Badalona Comunicació  
és la marca principal de la institució i acull  
dins d'ella diferents submarques:

BDN Televisió de Badalona  
BDN Ràdio Ciutat de Badalona  
BDN bdncom.cat  
BDN Notícies

Tots els logotips que identifiquen aquestes  
marques —5 en total— compten amb un  
denominador comú que ja es fa evident  
des de la mateixa nomenclatura:  
el prefix BDN.

Aquest prefix, aïllat, té també una funció  
de símbol que identifica a tot el grup.

BDN

Televisió  
de Badalona

BDN

Ràdio Ciutat  
de Badalona

BDN

Badalona  
Comunicació

BDN

bdncom.cat

BDN

Notícies



El símbolo de la marca es también la mosca  
de la cadena.

**B** **D** **N**

BDN

Badalona  
Comunicació





El logotip podrà acompanyar altres elements gràfics sempre que aquests no ocupin el seu espai vital més bàsic.

El criteri de com es defineix aquesta superfície serà aplicat per a la resta de logotips del grup.

Recursose

gráficas



## COLORS

La marca té un color principal que ha de predominar per sobre de la resta: el blau. La seva combinació bàsica serà amb el color blanc.

També compta amb colors secundaris: vermell, el groc i el gris.

Tots aquests colors sorgeixen conceptualment d'un element tan important com és l'escut de la ciutat de Badalona.

Pantone 299U / 2925C  
C86 M8 Y0 K0  
R50 G120 B255  
#3278ff

Vinil AVERY DENNISON Supreme Wrapping Film  
Gloss Light Blue

R250 G242 B232  
#faf2e8

El color blanc no té una traducció concreta  
quan s'empren tintes Pantone o CMYK.

Pantone 433U / 432C  
C65 M43 Y26 K78  
R50 G50 B50  
#323232

Pantone 171U / 178C  
C0 M70 Y90 K0  
R250 G80 B65  
#fa5041

Pantone 135U / 135C  
C0 M31 Y87 K0  
R255 G200 B88  
#ffc858

Per poc que sigui possible es recomana  
no emprar les equivalències en CMYK, ja  
que les referències Pantone escollides no  
tenen gaire bona traducció.

La marca permet múltiples combinacions de color, tot i que algunes, les que tenen el blau com a protagonista, tindran un vincle més fort en ser el color principal de la identitat

BDN

BDN

BDN

BDN

BDN

BDN

BDN

BDN

BDN

BDN

BDN

BDN

BDN

BDN

BDN

Les combinacions on es trobin el color blau i el vermell estan desaconsellades per l'evident sensació de vibració dels colors, però dependrà sempre de les proporcions d'aquests i del mateix disseny, ja que aquesta combinació pot arribar a funcionar.

BDN

BDN

BDN

BDN

BDN

La combinació del color groc amb el blanc torna a ser una d'aquelles unions que pot donar problemes si no es cuida i controla.

El poc contrast entre aquestes dues referències, d'inici, fa que no sigui una bona recomanació.

## TIPOGRAFIA

La família tipogràfica de la marca és la «F Grotesk», dissenyada per Karl Nawrot i Radim Peško.

Té un disseny amable i proper, és polivalent en els seus usos i aporta bona llegibilitat en mides petites, pel que també treballa bé en pantalla. Per la seva construcció és una tipografia tot terreny.

La identitat empra únicament un sol pes tipogràfic, Book, i compta amb la corresponent versió en *Italic*.



a b c c

n i j k l i

o p o q i

a b c c

*n i j k l i*

*o p o q i*

Gran  
Track -50

Quan treballem la tipografia com si es tractés d'il·lustració, en mides molt grans, cal corregir la separació entre caràcters. En aquests casos fem un *track* negatiu de 50 unitats.

En mides molt petites, cossos tipus 7 o inferiors, recomanem no aplicar cap retoc en el *track* de la tipografia.

Per mides mitjanes o petites optarem per un *track* negatiu menor.

Mitjà  
Track -20

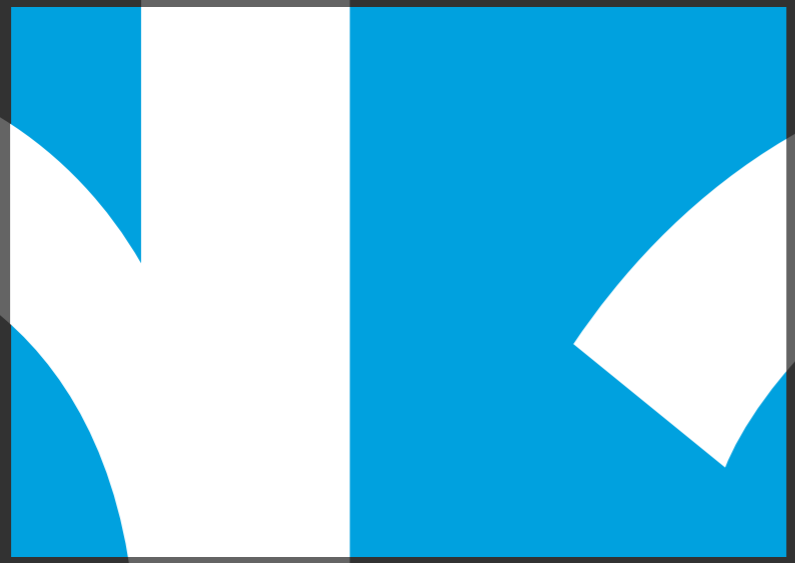
Petit  
Track -10

## TEXTURA

Un dels recursos de marca amb més personalitat gràfica son les textures que sorgeixen de treballar la tipografia en format de macro.

Són solucions que tenen per objectiu desdibuixar les lletres per a transformar-les en estampes abstractes.

qasric



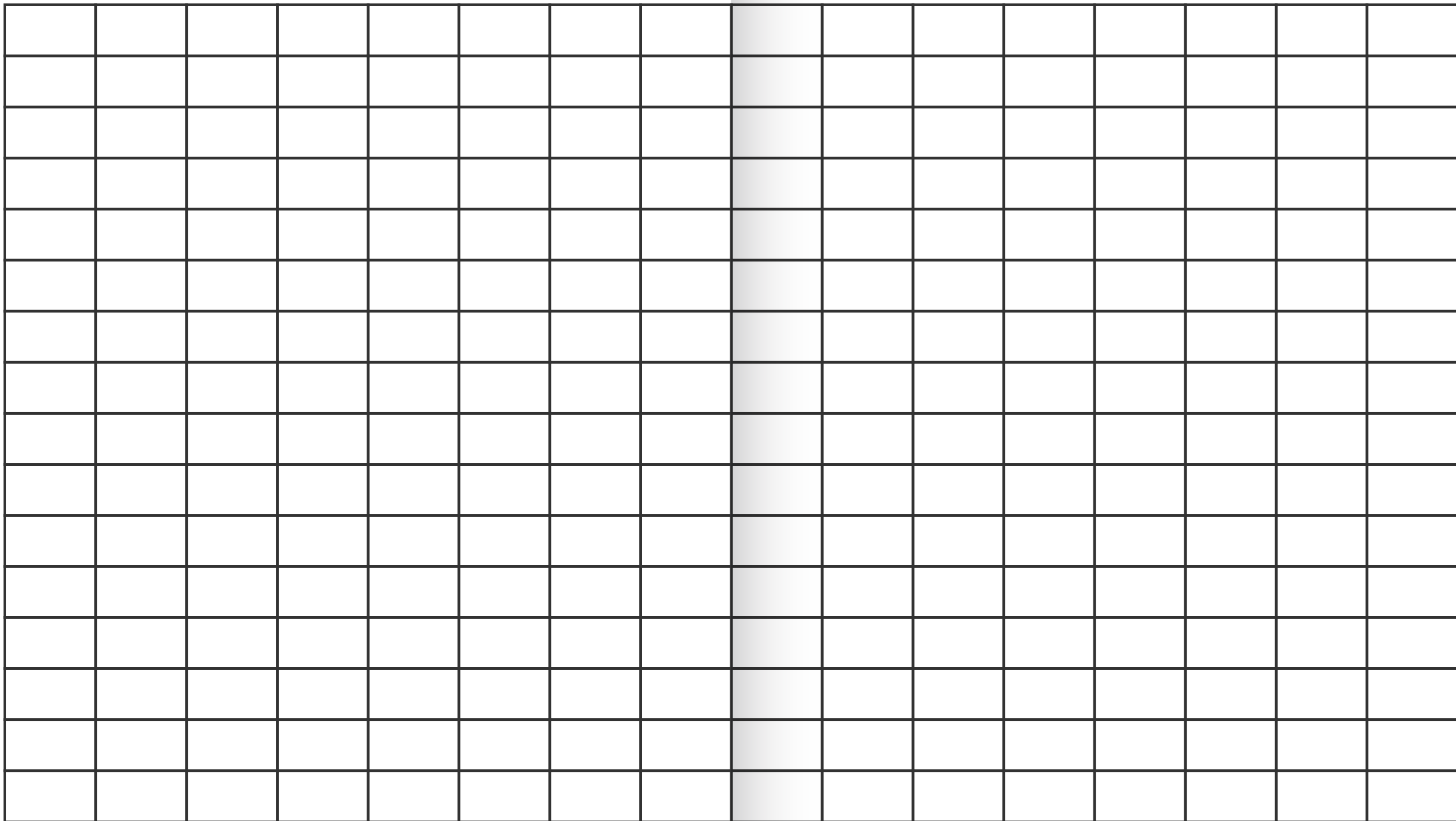


Les formes tipogràfiques resultants que tenen interès són les que més orgàniques, i quan costa discernir quin és la forma i seva contraforma, és a dir, quan existeix equilibri visual.

# Audiiovisu

## RETÍCULA

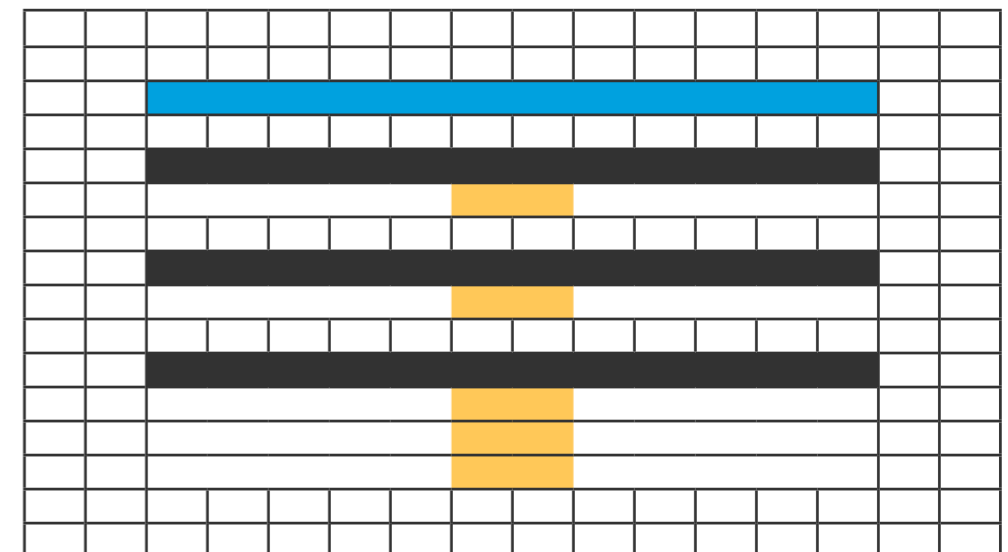
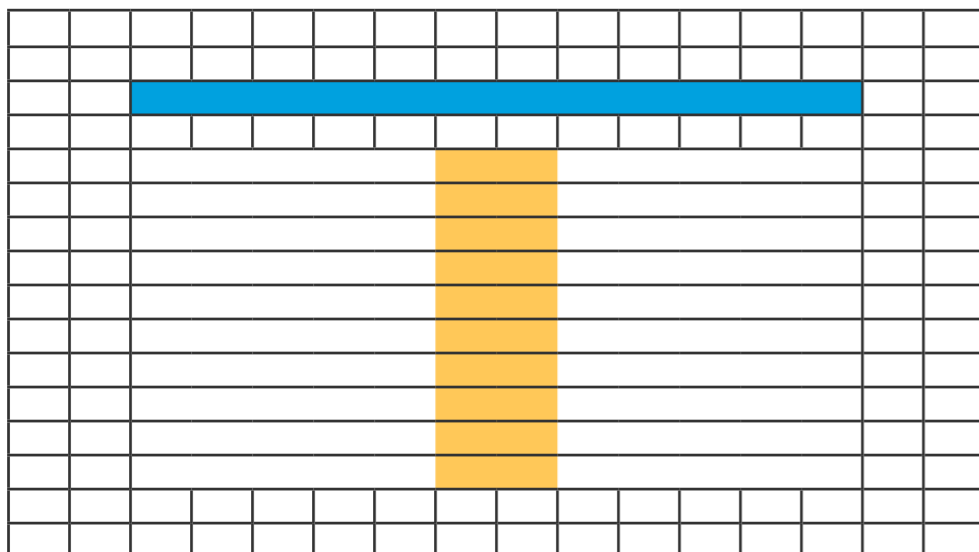
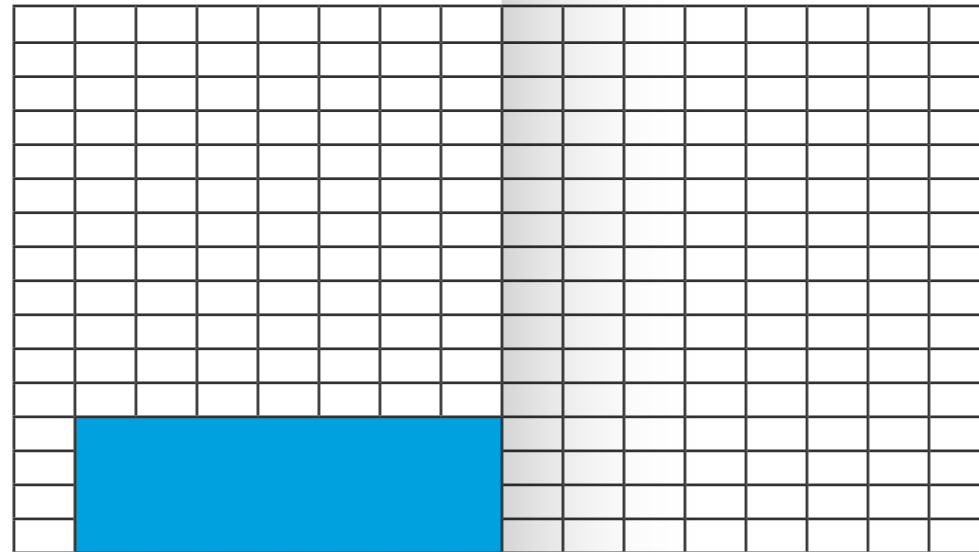
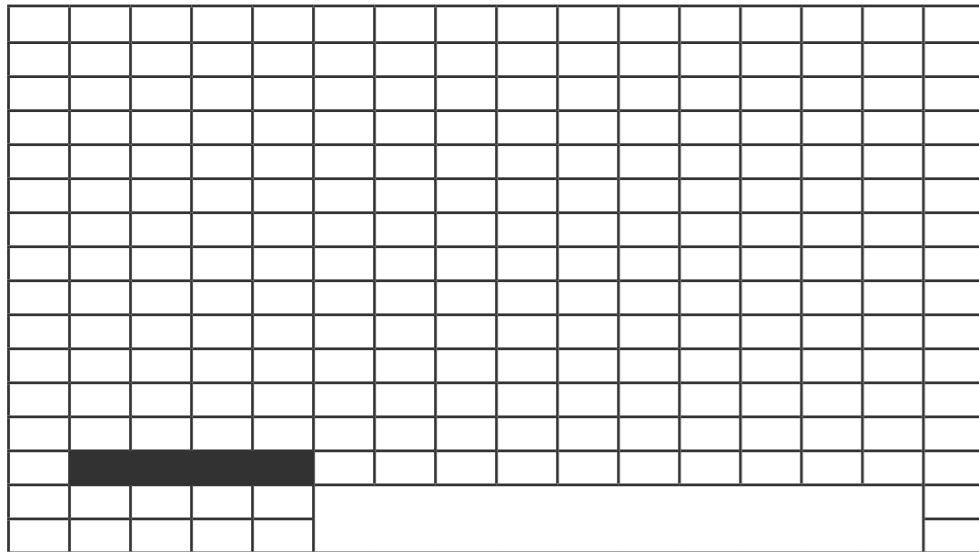
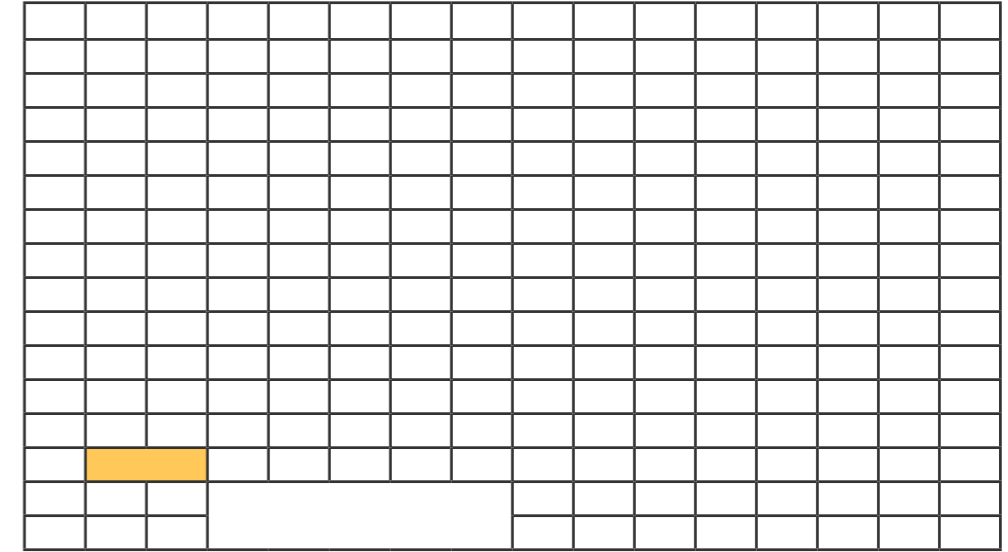
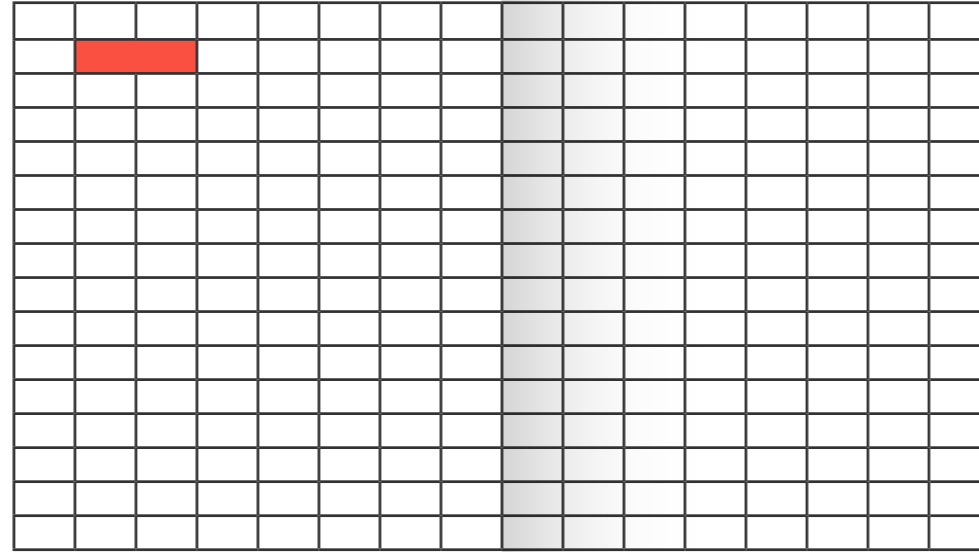
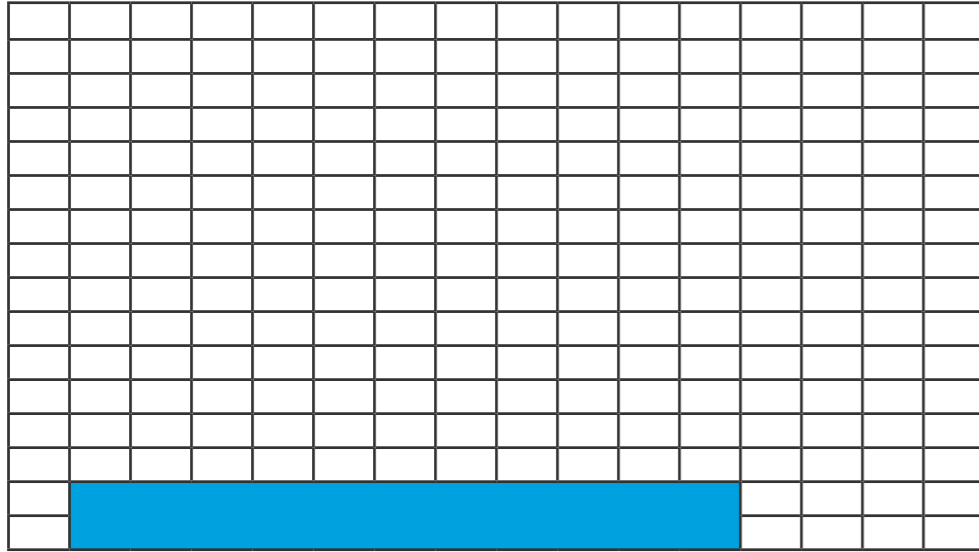
A partir de la proporció 16:9 de la pantalla s'ha generat una retícula de 16x16 mòduls que donarà sentit i criteri als elements que es puguin generar i maquetar en pantalla.



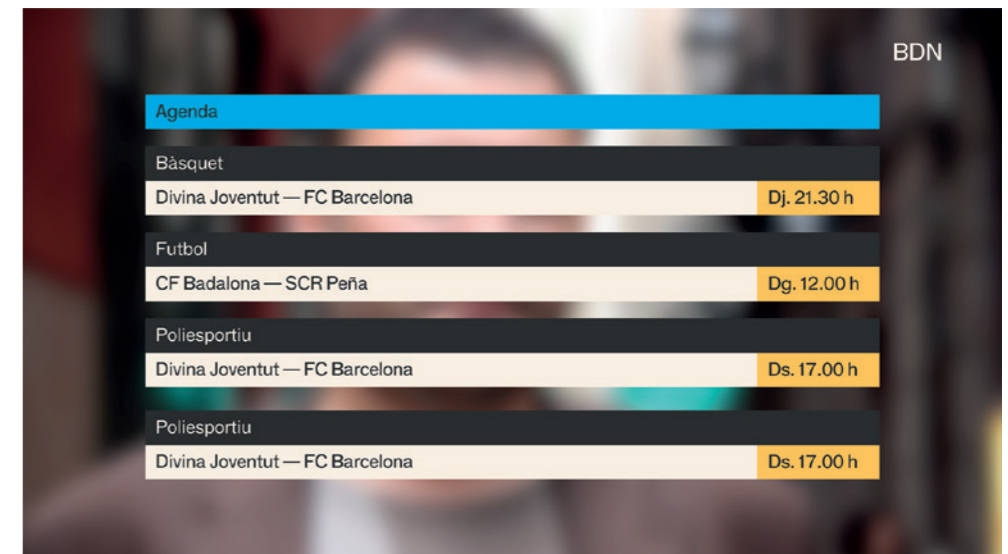
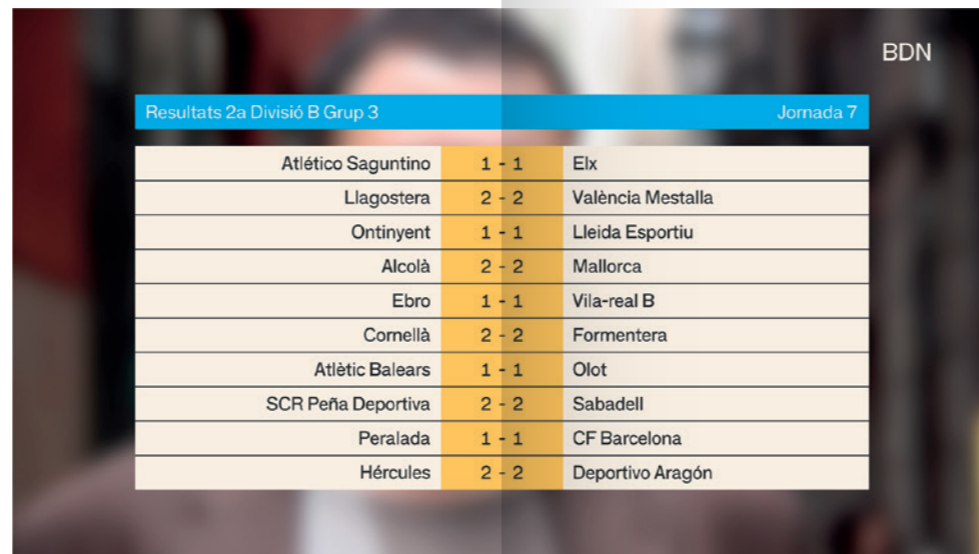
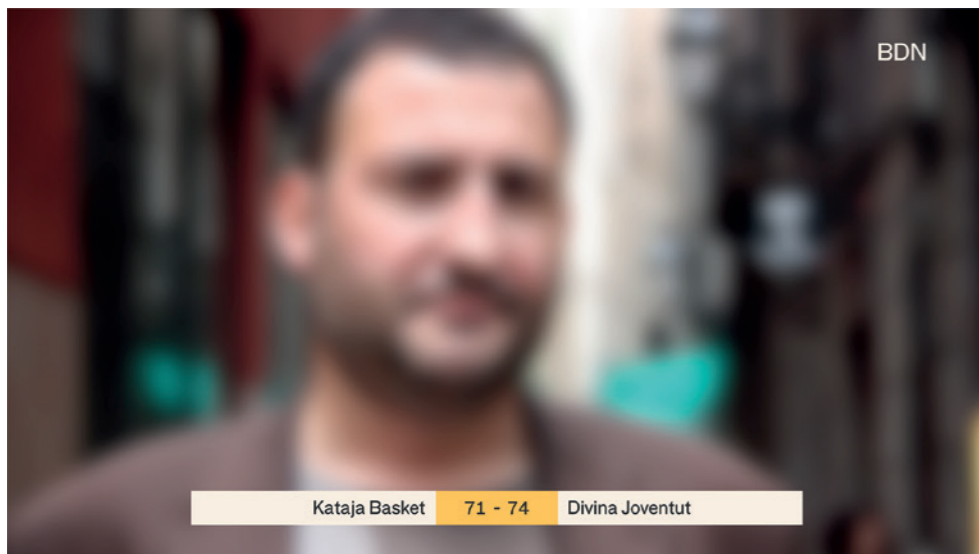
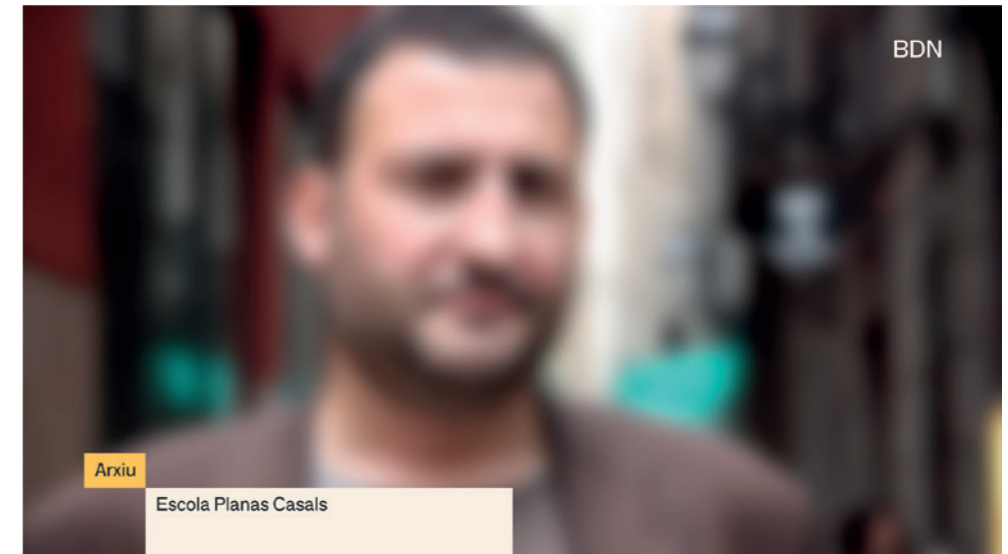
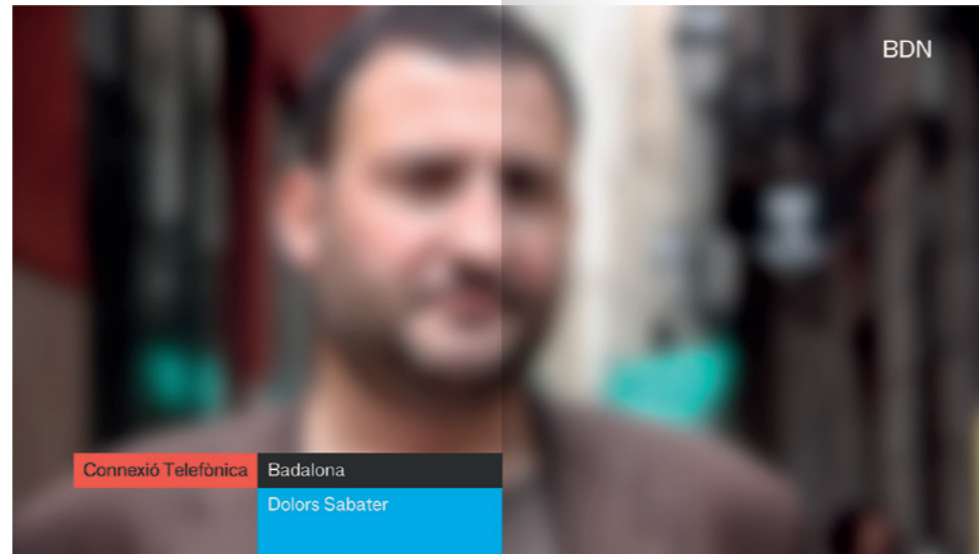
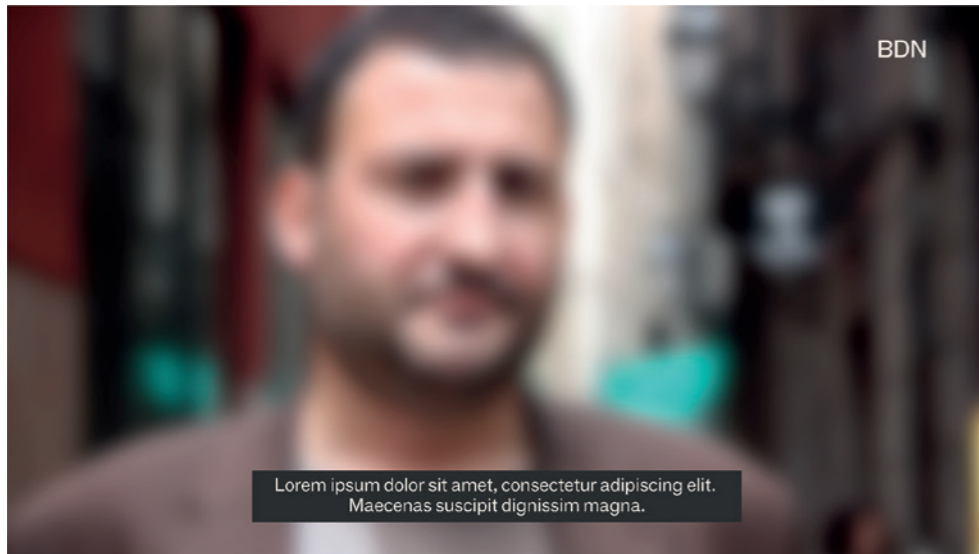
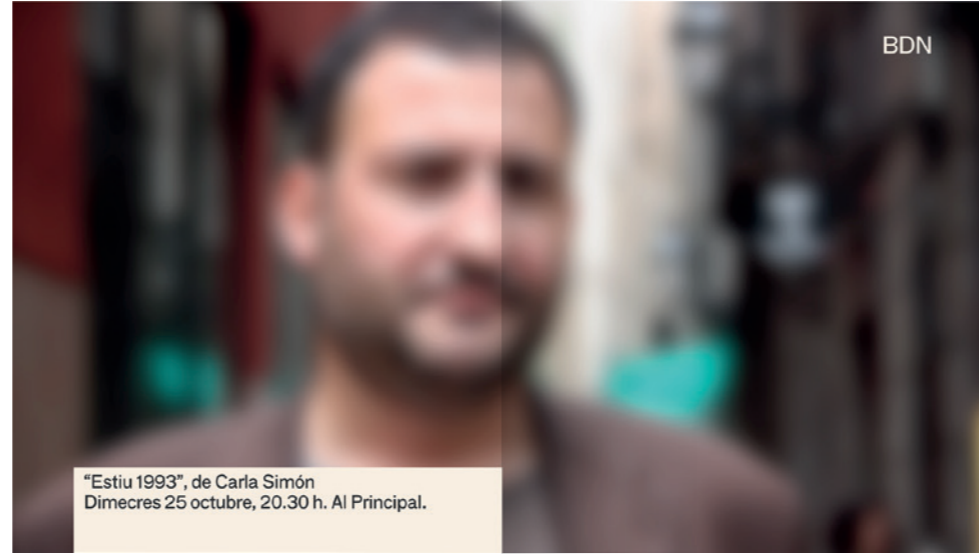


La quadrícula creada té com a base el mateix format de setze novens.

A partir d'aquesta es pot modular de múltiples maneres.



Exemples de maquetació de diferents elements: *chyrons*, subtítols i taules de resultats i taules classificatòries.







Economic



Culture



Sports

BDN  
Notícies  
/espre



Esports

Bas

Polities



rt



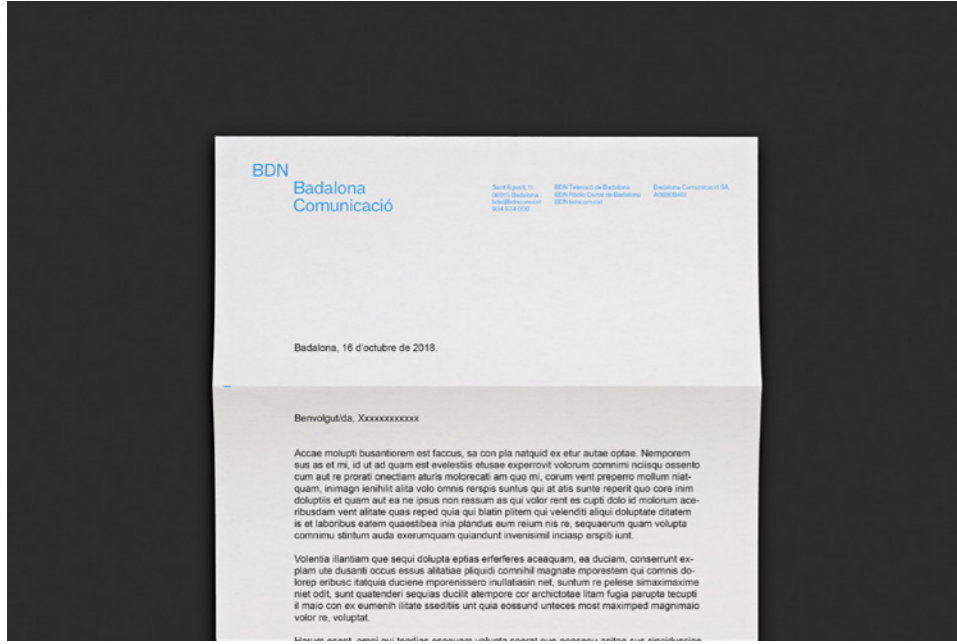


Vídeo amb separadors  
de marca.



# Examples

Exemples de peces de la papereria corporativa.







Exemples de la identitat visual aplicada a diferents suports.





Exemples de la identitat visual aplicada als platós de notícies i esports.

Les marques són com els éssers vius:  
neixen, creixen, es desenvolupen,  
evolucionen i s'adapten a les diferents  
situacions en les quals es puguin trobar,  
i la marca BDN Badalona Comunicació  
no és una excepció.

Aquesta publicació presenta de manera  
sintètica els principals elements que la  
defineixen, així com algunes primeres  
declinacions gràfiques.

El present i futur d'aquesta marca  
passa per a la interpretació del que realment  
la fa diferencial i identitaria, el concepte  
que la vertebrava: apropar.

Et convidem a seguir fent créixer  
la marca amb bon criteri.

# lona unicació