

Manual de Identidad Corporativa



Manual de Identidad Corporativa

Cervezas Saint Germain

El presente Manual tiene como fin recoger los elementos de identidad gráfica de Cervezas Saint Germain y la gama de aplicaciones de uso más generalizado. La denominación, la tipografía y los colores corporativos serán de utilización exclusiva para todos los documentos que se editen, no estando permitida su utilización en versiones y formatos distintos a los que se especifican en los apartados correspondientes de este Manual. Las normas contenidas en este documento deben respetarse y mantenerse constantes, a fin de facilitar una difusión única y reforzar y asentar definitivamente su Identidad Visual.

1. Presentación

Saint Germain es sinónimo de pasión por la cerveza. Así nacimos en el año 2012, produciendo las clásicas; rubia, roja y negra.

Hoy en día producimos cerveza que no es estrictamente de estilo, la adecuamos al paladar de nuestro público. Nuestro entusiasmo por lograr nuevos sabores nos llevó a saborizar las distintas variedades. Ahí surgieron aquellas con miel, con ají, y continuamente investigamos para encontrar nuevos gustos y aromas que deleiten el paladar de nuestros clientes.

Nuestro proceso de producción cuida todas las etapas, prestando especial atención al tratamiento de residuos. Trabajamos con la recolección de los desechos no habituales para disminuir el impacto en el medio ambiente.

Misión

Saint Germain es una empresa que produce cervezas de modo artesanal basándose en recetas originales de estilo alemán.

Nuestra particularidad es que supimos adaptar nuestros sabores a los exquisitos paladares de nuestros clientes.

Visión

Posicionar Saint Germain como la cerveza de estilo artesanal en el noroeste argentino.

2. La Marca

2.1 Logotipo

La marca es un nombre, término simbólico o diseño que sirve para identificar los productos o servicios de un vendedor, y para diferenciarlos de los productos de los competidores. La marca, además de ser un elemento de diferenciación de empresas y organizaciones, permite al consumidor identificar con mayor rapidez los productos y servicios que necesite. Desde el punto de vista de las empresas les permite diferenciarse de la competencia y les ayuda a establecer una determinada posición en la mente de sus clientes (actuales y potenciales). El logotipo es el elemento que puede ser reconocido a la vista pero que no puede ser pronunciado o expresado. El logotipo o logo es un importante elemento que forma parte de la marca porque ayuda a que ésta sea fácilmente identificada, rápidamente reconocida y dependiendo el caso, mentalmente relacionada con algo con lo que existe cierta analogía.



2.2 Usos y variantes del logotipo

Usos correctos del logotipo

Logotipo en positivo



Logotipo en sello de agua



Logotipo a un color



Variantes del Logotipo

En esta marca se estableció que el logotipo no presente variantes, salvo las tonalidades a un color para usar en serigrafía o grabados, donde la estética se podría conservar perfectamente. Por la simplicidad del logo, y los elementos que lo caracterizan no pueden usarse por separado, por lo que constituye una única imagen.

El logotipo en si es una entidad cuyas relaciones entre elementos, así como su diseño, es fijo y no debe ser alterado.

La reducción admite un tamaño mínimo de 3 cm.

3. Colores corporativos

El color es un elemento fundamental para identificar y personalizar la identidad visual corporativa. La aplicación de estos colores debe mantenerse constante en la medida de lo posible.

Codificación en CMYK

Colores logo



0|20|61|12



0|57|25|46

4. Tipografía corporativa

La normalización de la tipografía es un elemento que aporta homogeneidad y armonía a todos los soportes contemplados en un programa de identidad visual. Al igual que los colores corporativos, también deberá mantenerse constante.

Logo y nombre: Unifraktur Maguntia

Unifraktur Maguntia

ldsfgtnofñadjlsfjff1536\$#/

Textos detallados: Aileron Regular

Aileron Regular

dhjkhhd1346%&\$#sjbn

dhjkhhd1346%&\$#sjbn

dhjkhhd1346%&\$#sjbn

5. Etiquetas

Las etiquetas de las botellas son para botellas de vidrio de 330 cm³.

Las variaciones serán modificando el color de base distinguiendo los distintos sabores del producto.



6. Folletos

La Folletería se hará sobre hoja tamaño oficio, plegado tríptico.



Nuestros Cursos

La fabricación de cerveza es tendencia en estos tiempos, y así como nos apasiona elaborar y probar nuevas variantes, también nos encanta compartir nuestra experiencia con quienes quieren incorporarse al mundo cervecero. Brindamos cursos teórico práctico de elaboración de cerveza, en grupos reducidos, donde mediante la experiencia se vive el proceso completo. Al finalizar el recorrido estarás listo para fabricar en tu casa o montar un establecimiento dedicado a tal fin. Compartimos experiencias, compartimos la pasión. Una vez que probás Saint Germain: ya tenés tu cerveza.

Desde 2012



Frente

Contacto Comercial

381 540-3928 | 381 555-5555
carloslencina10@gmail.com
CervezaAntesnaSaintGermainTucuman

Ba tenés tu cerveza

Saint Germain es sinónimo de pasión por la cerveza. Así nacimos en el año 2012, produciendo las clásicas: rubia, roja y negra.

Hoy en día producimos cerveza que no es estrictamente de estilo, la adecuamos al paladar de nuestro público. Nuestro entusiasmo por lograr nuevos sabores nos llevó a saborizar las distintas variedades. Ahí surgieron aquellas con miel, con ají, y continuamente investigamos para encontrar nuevos gustos y aromas que deleiten el paladar de nuestros clientes.

Nuestro proceso de producción cuida todas las etapas, prestando especial atención al tratamiento de residuos. Trabajamos con la recolección de los desechos no habituales para disminuir el impacto en el medio ambiente.

Una vez que probás Saint Germain ya tenés tu cerveza.

Nuestras Variedades

Rubia: bajo amargor, sabores dulces, basada en la clásica receta del estilo kolsch.

Rubia con miel: saborizada con miel, para darle un toque único.

Roja: tiene más cuerpo que una rubia, con sabores dulces, un toque muy leve de sabores tostados, basada en un estilo bock.

Negra: es la que más cuerpo tiene, se diferencia por sus sabores tostados. Basada en el estilo sweet stout.

Negra saborizada con ají: tiene sabores tostados, pero el sabor y aroma del ají, sin picar.

Dorso

7. Carpita de marketing para bares

Establecimiento no autorizado



Desde 2012

Nuestras Variedades

Rubia: bajo amargo, sabores dulces, basada en la clásica receta del estilo kolsch.

Rubia con miel: saborizada con miel, para darle un toque único.

Roja: tiene más cuerpo que una rubia, con sabores dulces, un toque muy leve de sabores tostados, basada en un estilo bock.

Negra: es la que más cuerpo tiene, se diferencia por sus sabores tostados. Basada en el estilo sweet stout.

Negra saborizada con ají: tiene sabores tostados, pero el sabor y aroma del ají, sin picar.