

# Brand Guidelines

Septiembre 2021 - Versión 1.0



1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

# Estrategia

**En Madrid Nuevo Norte desarrollamos un proyecto urbanístico transformador, que renovará la ciudad entera adaptándose e integrándose en la misma.**

**Nuestra marca une la esencia de los elementos que hacen de Madrid un lugar único y nuestra innovadora perspectiva para esta actuación.**

**Un marco estratégico que debe ser seguido y respetado por todos, con el objetivo de alinear todos nuestros esfuerzos y construir valor .**

# Nuestra plataforma

## Propósito

Legar a las generaciones futuras ciudades que simbolizen lo mejor de lo que somos y podemos ser.

## Esencia de marca

Lo que nos hace únicos

# Reimaginamos Madrid

## Valores

En lo que creemos

### Lo castizo y lo cosmopolita, unidos

Nuestro proyecto está orgulloso de sus orígenes, una identidad que le hace único. Pero, al igual que Madrid, vivimos conectados con el mundo: incorporamos las últimas tendencias siendo fieles al espíritu de Madrid, creando la ciudad del futuro desde una perspectiva más nuestra, más auténtica. Una propuesta revolucionaria y única a nivel internacional

### Ícónicos, por excelencia

El proyecto pasará a ser una parte reconocida de la ciudad, transformándola y representando de manera innovadora y original la identidad de Madrid y de España. Trascendiendo y convirtiendo la ciudad en un icono internacional. Por eso el proyecto debe ser extraordinario e ir siempre un paso más allá. Ser excelente no es algo puntual, es algo que se plasma en todo lo que tiene que ver con el proyecto.

### Las personas, en el corazón

Son las personas las que dan sentido a la ciudad y no al revés. Este es un proyecto para las personas, en el que se tienen en cuenta sus circunstancias actuales y futuras. Un espacio donde la innovación y la tecnología están al servicio de los humanos. Un espacio humano desde su concepción que pone a las personas en el centro. Un espacio integrador, que elimina fronteras y acerca personas

### Comprometidos con el futuro, hoy

Un espacio que se integra con el presente y mira hacia el futuro desde el primer día. Trabajando desde dentro por un futuro más sostenible, más eficiente, de economía circular que impulse una transformación para toda la ciudad. Un nuevo modelo que refleje una forma de vivir y de entender el urbanismo propia del SXXI. Un espacio donde desarrollar todo lo que podemos hacer mejor como sociedad.

## Personalidad

Cómo nos comportamos

### Somos idealistas

Optimistas · Resilientes · Entusiastas

# Posicionamiento

**Nuestro  
posicionamiento  
define nuestra  
actividad y  
nos ayuda  
a responder  
quiénes somos**

Somos una nueva zona de Madrid, que sentará las bases del futuro. Recogemos la esencia de la ciudad pero actualizada, modernizada, potenciada. Una actuación con la que **Reimaginamos Madrid.**

**Un proyecto que  
transformará  
Madrid**

Nacido con la ambición de **convertirse en un icono** de la ciudad entera, integrando barrios, potenciando su imagen, reflejando la forma de vivir propia del S. XXI y simbolizando **una nueva era para la ciudad.** Pensado para las personas desde el minuto uno: **para los ciudadanos,** para los que vienen de visita y para todo ese talento que vendrá y que, aunque tenga que marcharse, nunca se marchará del todo.

**Porque...**

Madrid tiene potencial para marcar la diferencia, para ser un **referente internacional.**

Madrid tiene todo lo que puedas imaginar y mucho de lo que no se puede imaginar, mucho de lo que hay que vivir para entender.

Madrid tiene mucho que llevarse al futuro, porque Madrid es mucho pero **puede ser mucho más.**

## Nuestro *storytelling*

**Es nuestro discurso, inspirado en los valores y la esencia de nuestra marca, demostrando nuestra personalidad y tono de voz**

**Su objetivo es conectar emocionalmente con nuestras audiencias**

“ Si tuvieses que imaginar el futuro de Madrid ¿cómo lo harías?

En Madrid Nuevo Norte no solo lo hemos imaginado sino que vamos a hacerlo realidad desarrollando **uno de los proyectos urbanísticos más grandes del mundo.**

Un proyecto en el norte de Madrid, **una zona llena de posibilidades** con un vacío entre barrios que vamos a completar.

**Para Madrid y para todos;** para los vecinos actuales y los futuros, para los que estén de paso y para los que vienen para no marcharse jamás.

**Un nuevo Madrid a tu medida,** a medida de tu vida, de tu trabajo, de tu tiempo libre, de tu familia y de tus amigos. Va a ser todo lo que imaginas y quizá un poco más.

Porque Madrid es abierto y vamos a **conectarlo con el mundo,** porque Madrid tiene talento y podemos incentivarlo.

Porque Madrid está hecho de sueños y **con Madrid Nuevo Norte, vamos a cumplirlos.**

”

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

# Logotipo

1. Estrategia
- 2. Logotipo**
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



### **Nuestro logotipo**

Este es nuestro logotipo. Nuestra firma. Nuestro elemento más identificador. El símbolo surge de la unión de la M, la N y la N de Madrid Nuevo Norte, y representa la unión de barrios, de ideas y de culturas, simboliza seguir haciendo camino para Madrid y los madrileños, es un símbolo de integración para todos.

Esta es nuestra versión principal del logotipo.

1. Estrategia
- 2. Logotipo**
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



Versión positiva.



Versión negativa sobre fondo rojo.



Versión negativa sobre fondo azul.

**Versiones de  
color**

1. Estrategia

**2. Logotipo**

3. Lema

4. Color

5. Tipografía

6. La cremallera

7. Fotografía

8. Pictogramas

9. Aplicaciones



**Versiones de  
color**

Además de la versión principal, existen las siguientes versiones de color para cuando tengamos que aplicar nuestro logotipo sobre los fondos de color corporativos.

1. Estrategia

**2. Logotipo**

3. Lema

4. Color

5. Tipografía

6. La cremallera

7. Fotografía

8. Pictogramas

9. Aplicaciones



Sobre fondo de color.



Sobre fondo blanco o negro.



Sobre imágenes claras u oscuras.

**¿Qué versión de color aplicar?**

1. Estrategia

**2. Logotipo**

3. Lema

4. Color

5. Tipografía

6. La cremallera

7. Fotografía

8. Pictogramas

9. Aplicaciones

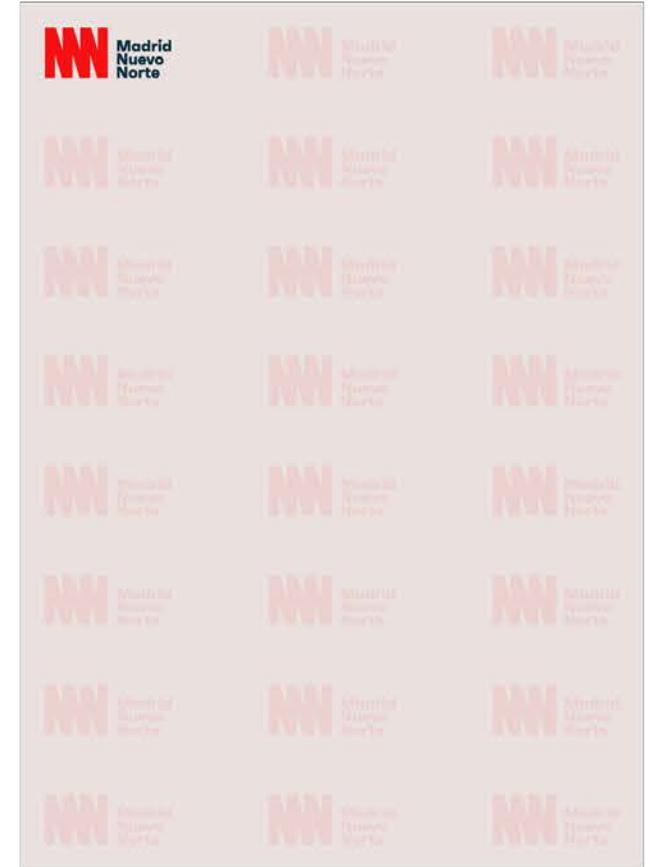
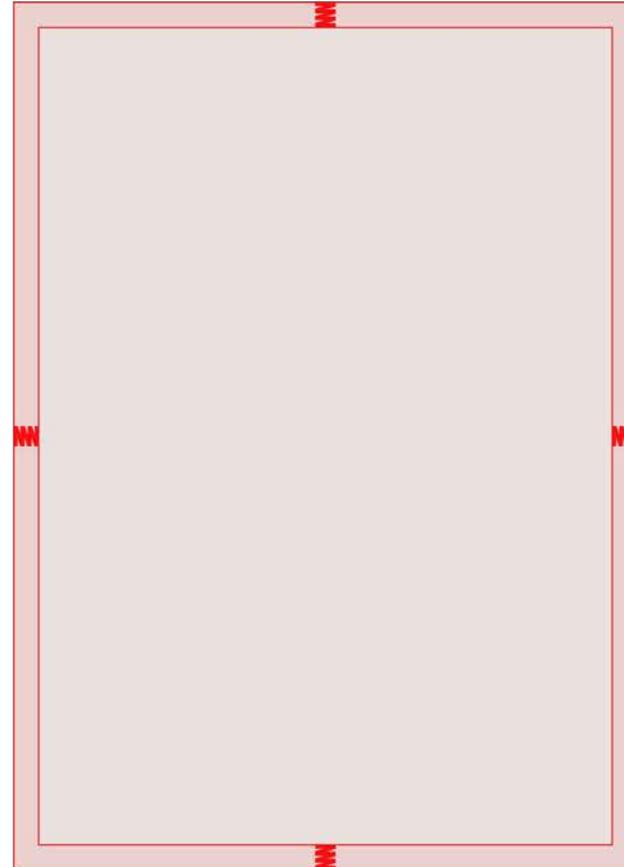
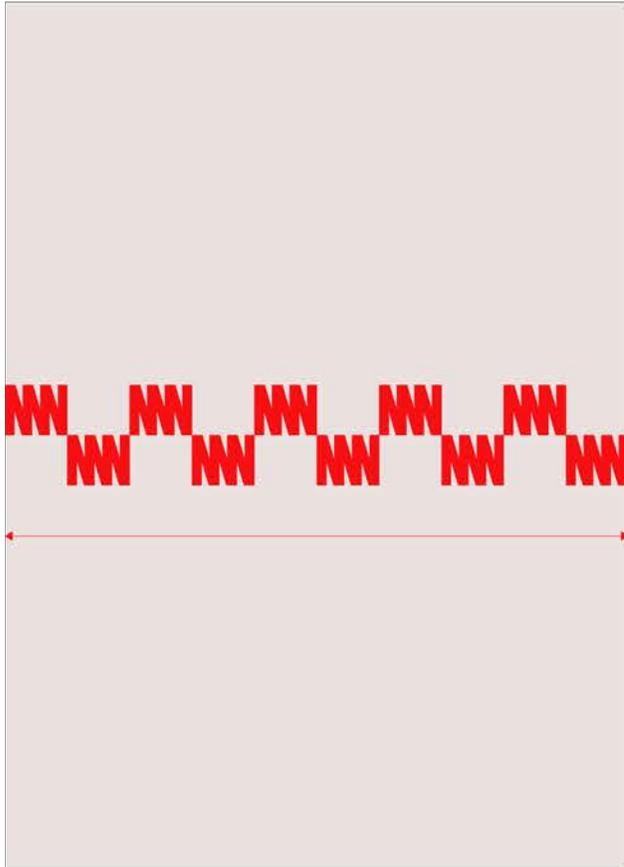


**Flexibilidad**

La versión principal del logotipo es la horizontal, pero existe un logotipo vertical para aquellas ocasiones en las que, por motivos del formato, así lo necesites. En ambas versiones se puede variar las proporciones entre símbolo y *wordmark* en función de las necesidades.

El uso del símbolo disociado del *wordmark*, se aplicará cuando por motivos de espacio se comprometa la lectura del logotipo. Debe aparecer Madrid Nuevo Norte tipado en algún lugar de la pieza.

1. Estrategia
- 2. Logotipo**
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



### Tamaño y márgenes

Para calcular el tamaño del logotipo dividiremos el lado más corto del formato entre 10, el resultado será el tamaño del símbolo del logotipo. En caso de necesitar un logotipo más grande haremos la división entre 8 o 9.

Para calcular los márgenes, reduciremos en un 40% el tamaño del símbolo y esta distancia será el área restringida de la pieza.

Posiciona el logotipo, en función de tus necesidades, teniendo en cuenta que las posiciones preferentes son en las esquinas superiores del formato.

1. Estrategia

**2. Logotipo**

3. Lema

4. Color

5. Tipografía

6. La cremallera

7. Fotografía

8. Pictogramas

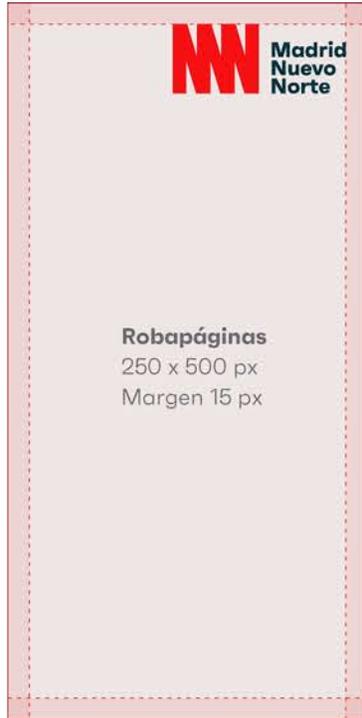
9. Aplicaciones

**Área de reserva  
y tamaños  
mínimos**

Para asegurar la correcta visibilidad de nuestro logotipo no debemos invadir con ningún elemento el área de reserva de nuestra marca.

Este área surge tras aplicar el doble del grosor del símbolo del logotipo por todos los lados de este tal y como se ve en esta página. Además se ha establecido un tamaño mínimo para el uso impreso del logotipo.

- 1. Estrategia
- 2. Logotipo**
- 3. Lema
- 4. Color
- 5. Tipografía
- 6. La cremallera
- 7. Fotografía
- 8. Pictogramas
- 9. Aplicaciones



**Tamaño y márgenes en banners digitales**



Formatos  
250x500 / 360x300 / 728x90



Formatos  
120x600 / 250x250 / 468x60



Formato  
125x125



Logotipo  
alternativo en formato 120x600

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Tamaño y márgenes en banners digitales**

Ejemplos ilustrativos de banners estáticos.

1. Estrategia

**2. Logotipo**

3. Lema

4. Color

5. Tipografía

6. La cremallera

7. Fotografía

8. Pictogramas

9. Aplicaciones



✘ No alteres el número de repeticiones en el símbolo.



✘ No deformes las proporciones del logotipo.



✘ No apliques colores fuera de las versiones recomendadas.



✘ No apliques efectos.



✘ No lo gires.



✘ No modifiques el grosor del símbolo.

### Usos incorrectos

En esta página se muestran algunos ejemplos de usos incorrectos del logotipo que debemos evitar.

1. Estrategia
2. Logotipo
- 3. Lema**
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

# Lema

Nuestro **lema** es un elemento estratégico de marca que **expresa el posicionamiento** de forma clara y distintiva para públicos externos e internos.

Al igual que el resto de elementos está pensado para un **uso a largo plazo**.

1. Estrategia
2. Logotipo
- 3. Lema**
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

Reimagina...	<b>No utilizaremos ningún complemento en aquellos casos en los que el espacio sea limitado.</b>	
	Madrid	<p><b>USO GENÉRICO</b></p> <p>También nos apalancamos en Madrid para las comunicaciones que hablen tanto de la situación (location) como de como afecta la actuación a la ciudad de Madrid.</p> <p><i>Ejemplo de temas bajo esta construcción: Hacer ciudad, unión entre barrios, eliminar efecto frontera...</i></p>
	La sostenibilidad	<p><b>USO ESPECÍFICO PARA SOSTENIBILIDAD</b></p> <p>Especialmente la sostenibilidad medioambiental. La sostenibilidad económica y social se trabajarán bajo otras construcciones que son mejor decodificadas por las diferentes audiencias.</p> <p><i>Ejemplo de temas bajo esta construcción: Sostenibilidad, Medio Ambiente, ecología...</i></p>
	El futuro	<p><b>USO ESPECÍFICO INNOVACIÓN</b></p> <p>También puede estar vinculado a la sostenibilidad económica del proyecto. No hablamos de innovación como tal para ser más evocadores y no restringirnos a la “innovación digital”.</p> <p><i>Ejemplo de temas bajo esta construcción: Innovación, novedades, mejoras, mundo digital, AI...</i></p>
	La ilusión	<p><b>USO ESPECÍFICO PARA APELAR A LA PARTE EMOCIONAL DEL PROYECTO</b></p> <p>Vinculado con la sostenibilidad social del proyecto.</p> <p><i>Ejemplo de temas bajo esta construcción: Invitación a ver la maqueta, creación de empleo, riqueza...</i></p>

**Versiones y usos  
del lema**

Mediante el uso de nuestro lema construiremos notoriedad y afianzaremos los mensajes clave: Madrid, sostenibilidad, innovación e ilusión.

1. Estrategia
2. Logotipo
- 3. Lema**
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

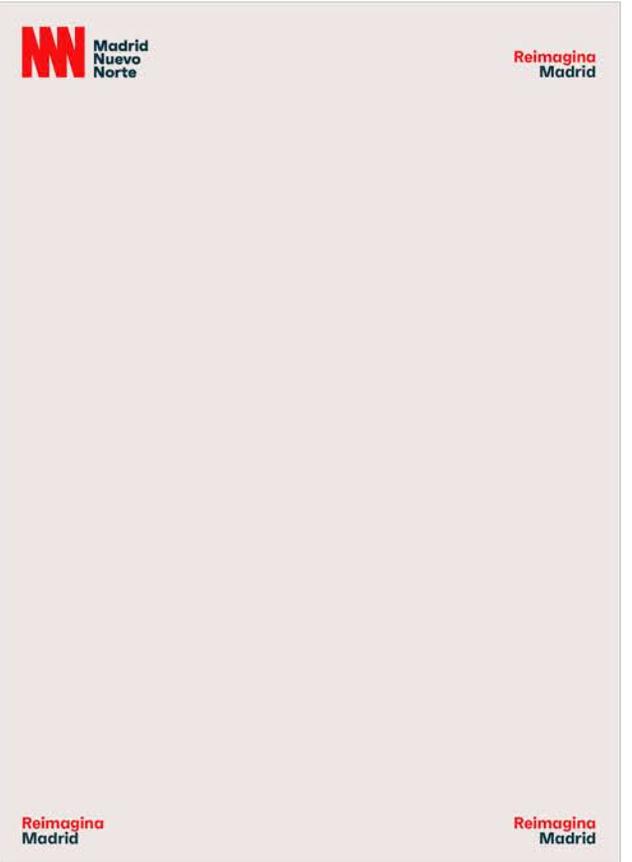
Construcción del lema sin complemento



Construcción del lema con complemento



**Reimagina Madrid**   **Reimagina la sostenibilidad**   **Reimagina el futuro**   **Reimagina la ilusión**

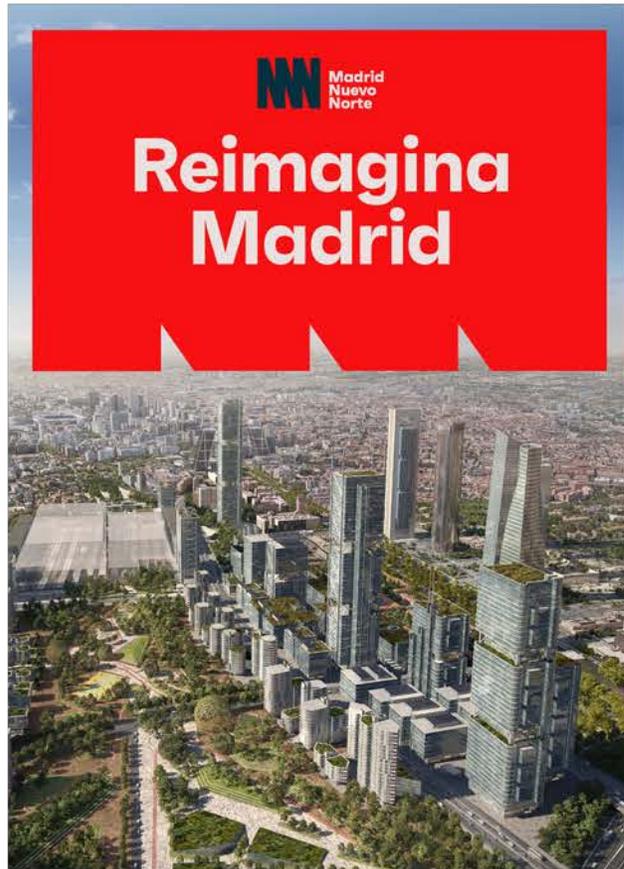


**Construcción y  
firma del lema**

Para construir nuestro lema toma las referencias de altura con respecto al *wordmark* de nuestro logotipo que se muestran en esta página. Reimagina siempre se escribirá en rojo y el complemento en azul oscuro.

Nuestro lema puede ubicarse en el paralelo vertical u horizontal a nuestro logotipo o en la esquina opuesta a este.

1. Estrategia
2. Logotipo
- 3. Lema**
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



Lema incluido en el titular



Lema en paralelo



Lema en esquina opuesta

### Usos del lema

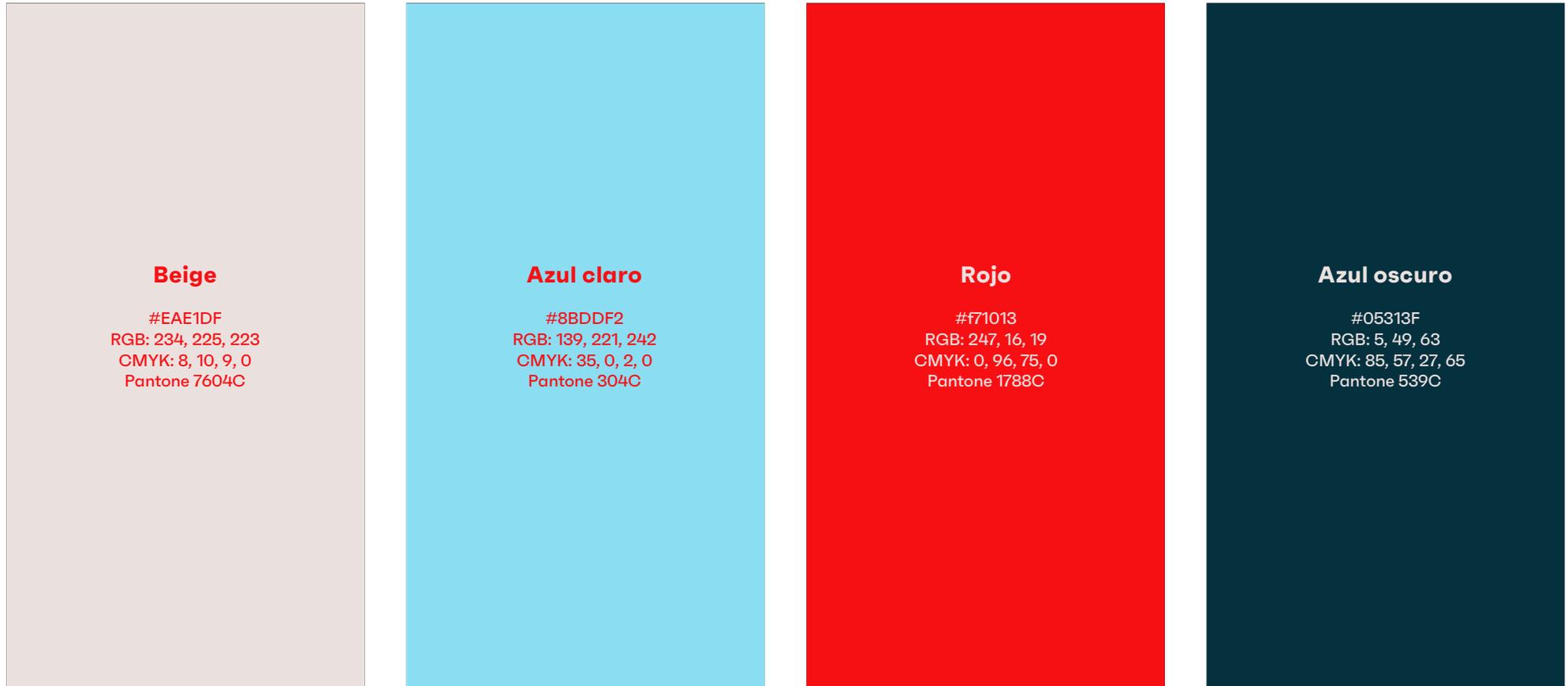
Podremos utilizar el lema en las comunicaciones comerciales e informativas sobre el proyecto.

No aplicaremos el lema como firma cuando este esté incluido como titular en la comunicación, y en aquellos soportes que no tengan un objetivo informativo o comercial (Por ejemplo, planos, papelería corporativa...), o cuando por motivos de espacio no podamos asegurar la legibilidad o correcta reproducción del lema.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
- 4. Color**
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

# Color

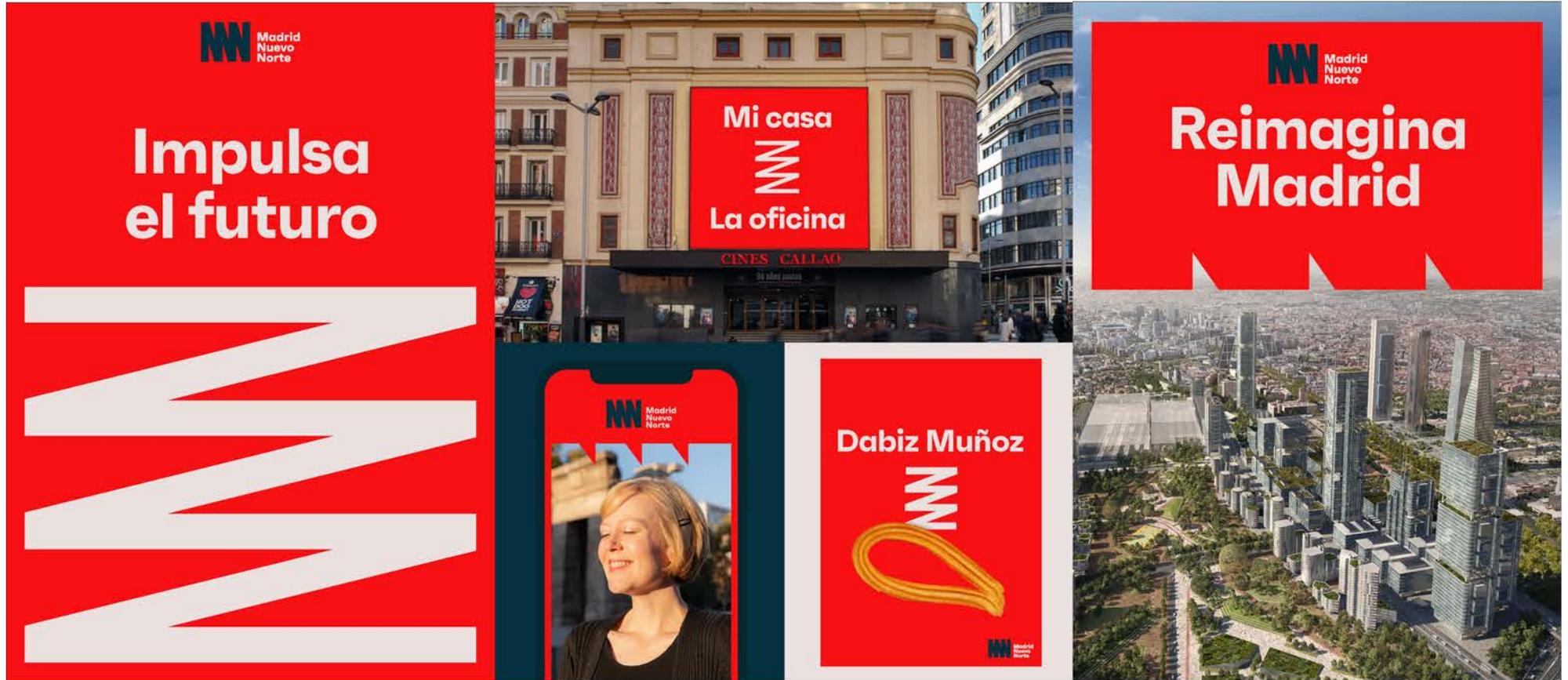
1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
- 4. Color**
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



### **Paleta principal**

Esta es nuestra paleta de color principal. Muestra nuestro carácter y cómo queremos mostrarnos al resto del mundo. El rojo simboliza nuestra pasión y energía y es un color que nos identifica como madrileños. Los azules aportan luminosidad y vitalidad acercándonos a nuestros cielos diurnos y nocturnos. El beige nos aporta calidez y muestra nuestro lado más humano y el foco en las personas.

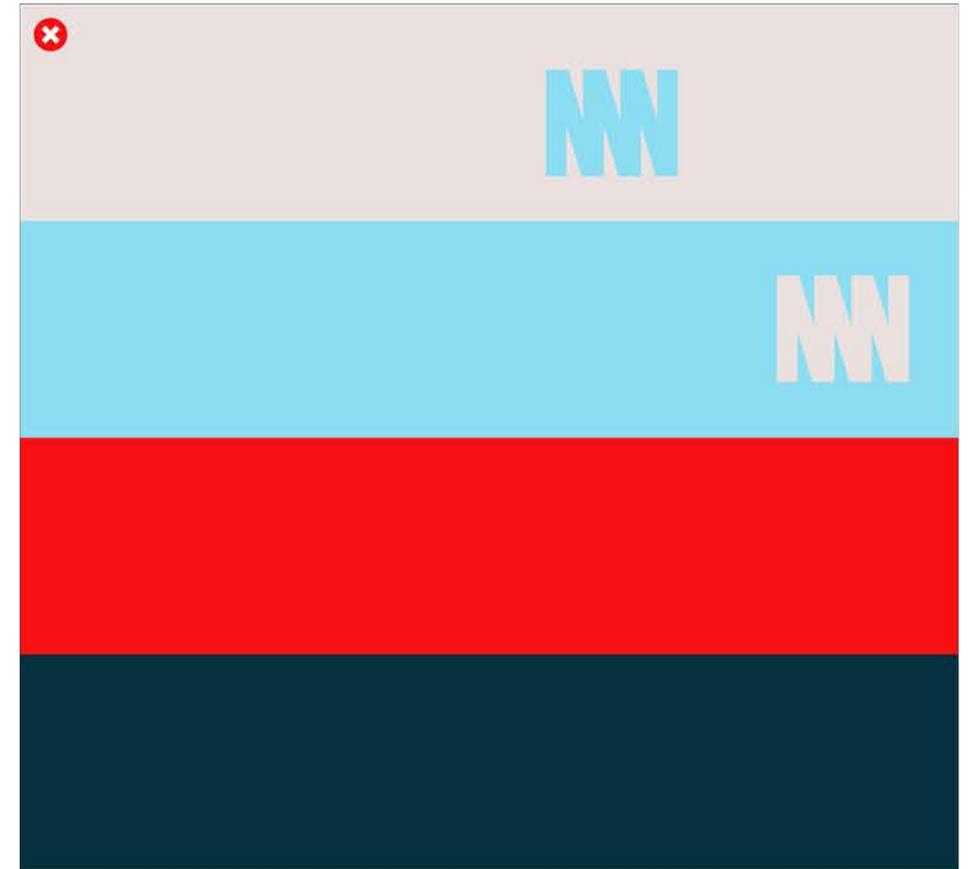
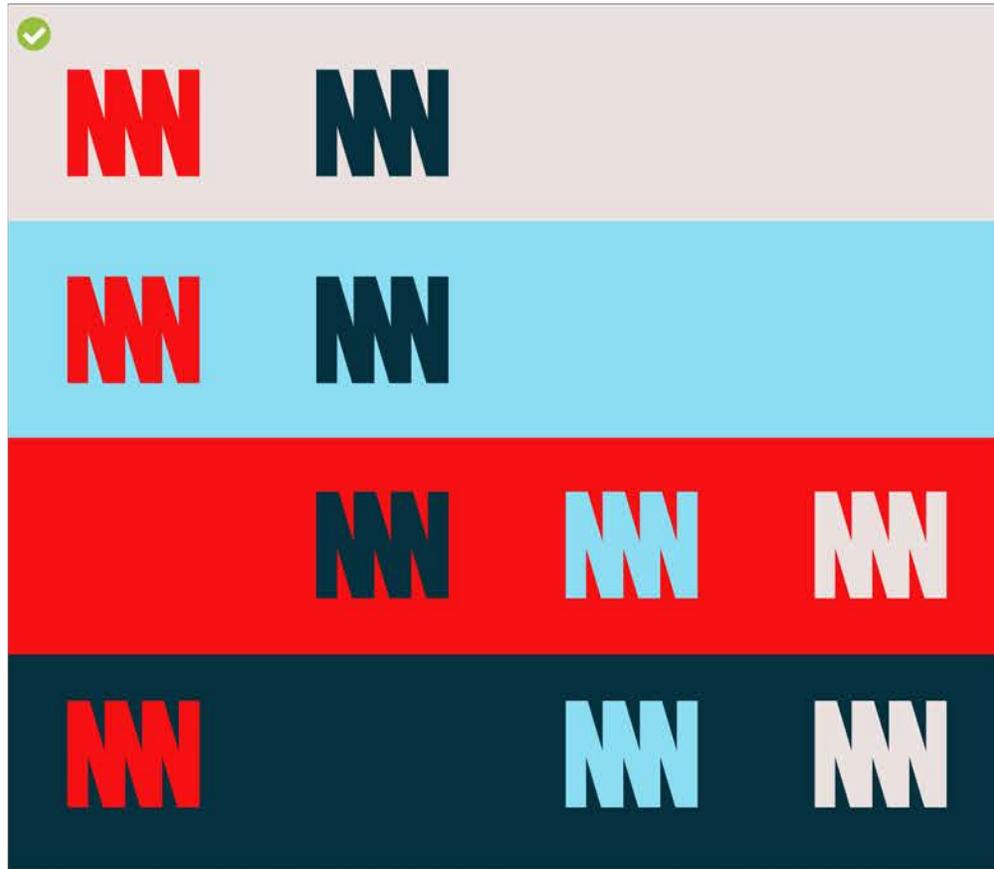
1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. **Color**
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**El rojo**

El rojo es el color distintivo de nuestra marca. Proyecta nuestro carácter entusiasta, nuestro optimismo, nuestra energía y determinación y la pasión en todo lo que hacemos. Por este motivo el rojo debe aparecer en alguna proporción en todas nuestras comunicaciones.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
- 4. Color**
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Combinaciones  
de color de la  
paleta principal**

Podemos combinar los distintos colores de nuestra paleta de color principal en la cremallera y en palabras destacadas dentro de los titulares. En este cuadro se muestran las combinaciones recomendadas y las desaconsejadas por no garantizar el correcto contraste y legibilidad de los elementos.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
- 4. Color**
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Usos  
incorrectos**

En nuestras composiciones siempre ha de estar presente el rojo. El ejemplo ilustrativo muestra cómo debería ser una comunicación con la mínima cantidad de rojo necesaria.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
- 4. Color**
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Paleta  
secundaria**

Nuestra paleta de color secundaria es vitalista, positiva, luminosa y muy enérgica. La paleta secundaria puede complementar a la principal pero nunca sustituir a esta en una comunicación.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Usos de la paleta secundaria**

Usaremos la paleta secundaria de forma controlada aplicándola como un recurso gráfico en la cremallera. Además se pueden usar para destacar palabras en los titulares, así como en infográficos e ilustraciones. o para identificar algunos aspectos del proyecto como son la sostenibilidad medioambiental o la sostenibilidad social.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
- 4. Color**
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



✘ No utilices combinaciones de color de la paleta principal fuera de las permitidas



✘ No utilices combinaciones de color de la paleta secundaria fuera de las permitidas



✘ No utilices colores de la paleta secundaria en los fondos



✘ No combines exclusivamente colores de la paleta secundaria



✘ No alteres el tono o saturación de los colores de nuestra paleta

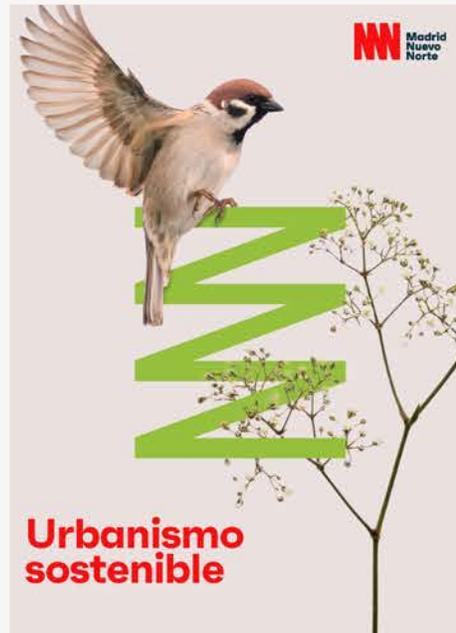


✘ No introduces nuevos colores fuera de los incluidos en la paleta principal y secundaria

### Usos incorrectos

En esta página se muestran algunos ejemplos de usos incorrectos de la paleta secundaria que debemos evitar.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
- 4. Color**
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

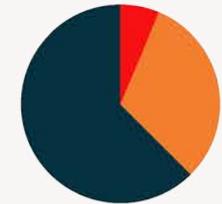
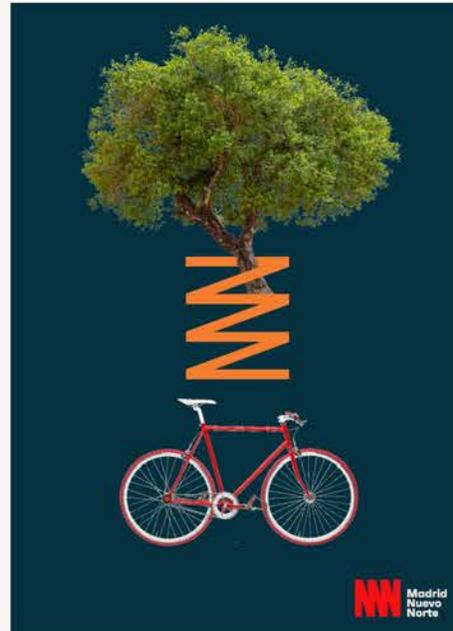


**Sostenibilidad medioambiental**

**Asignación de color  
por aspectos del  
proyecto:  
Sostenibilidad  
medioambiental**

Utilizaremos la combinación de nuestro verde de la paleta secundaria junto con el beige de la paleta principal, cuando queramos reforzar el concepto de sostenibilidad medioambiental de nuestro proyecto.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
- 4. Color**
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Sostenibilidad social**

**Asignación de color  
por aspectos del  
proyecto:  
Sostenibilidad  
social**

Quando queremos hacer énfasis en la sostenibilidad social del proyecto utilizaremos la combinación de color azul oscuro de la paleta principal más el naranja de la paleta secundaria.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
- 5. Tipografía**
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

# Tipografía

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
- 5. Tipografía**
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

## Faktum

# El nuevo futuro de la capital

**Madrid Nuevo Norte  
supone la mayor intervención  
de regeneración urbana  
de Europa.**

**Aa**

**AaBbCc123!?!\***

**AaBbCc123!?!\***

## Tipografía

La tipografía de Madrid Nuevo Norte es la familia tipográfica Faktum, una tipografía moderna y expresiva. Su uso consistente dará personalidad y coherencia a nuestra marca.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
- 5. Tipografía**
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

**Tipografía**

Faktum tiene una familia tipográfica con gran variedad de pesos. Para conseguir más contraste utilizaremos la combinación de los pesos: *regular* y *bold*. Para anglicismos o para el segundo idioma en textos bilingües, usaremos las variantes *regular italic* y *bold italic*.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
- 5. Tipografía**
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

# Reimagina Madrid

**Madrid Nuevo Norte, el mayor  
proyecto de regeneración  
urbana de toda Europa**

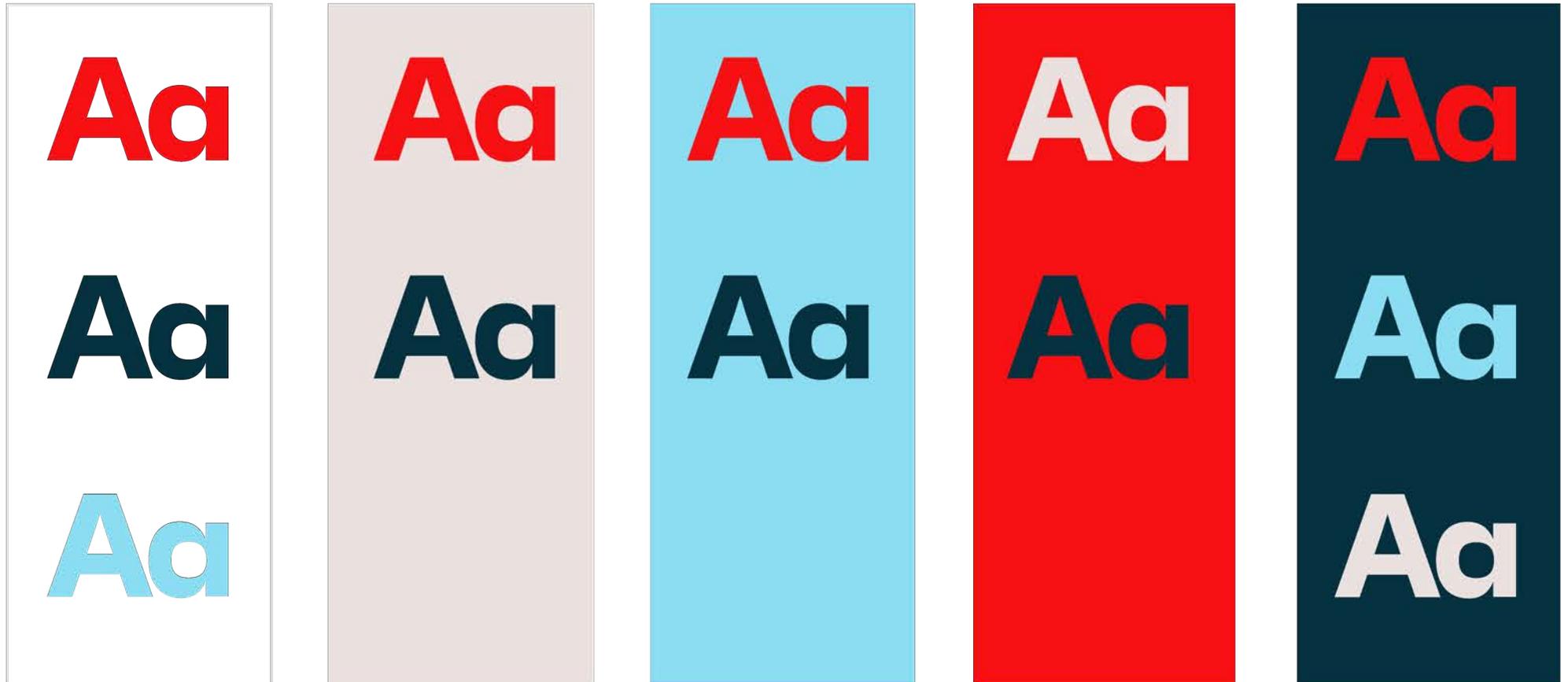
**Madrid Nuevo Norte, el mayor  
proyecto de regeneración urbana  
de toda Europa**

## **Tipografía y jerarquías**

**En titulares y párrafos destacados:**  
Utilizaremos el peso *bold*.

**En Cuerpo de texto:**  
Utilizaremos el peso *regular* para información general, el peso *bold* para palabras destacadas y el peso *regular italic* para anglicismos o segundos idiomas.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
- 5. Tipografía**
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Tipografía  
y color**

Para la composición de textos utilizaremos preferentemente la paleta principal. Aquí puedes ver algunos ejemplos de combinaciones de color en tipografía sobre los fondos de color corporativos.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
- 5. Tipografía**
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

**Rumbo al  
futuro**

Un proyecto pionero que reconfigurará el norte de la capital

**Rumbo al  
futuro**

Un proyecto pionero que reconfigurará el norte de la capital

**Rumbo al  
futuro**

Un proyecto pionero que reconfigurará el norte de la capital

**Rumbo al  
futuro**

Un proyecto pionero que reconfigurará el norte de la capital

**Tipografía e  
información  
destacada**

Para destacar información dentro de un titular, podemos cambiar el color del texto para resaltarlo. Aquí vemos algunos ejemplos con la paleta principal.

Cuando aplicamos la cremallera como conector en algún color de la paleta secundaria, podemos aplicar ese mismo color a las palabras destacadas en los titulares.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
- 5. Tipografía**
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

**Arial**

**El nuevo  
futuro de la  
capital**

**Madrid Nuevo Norte  
supone la mayor intervención  
de regeneración urbana  
de Europa.**

**Aa**  
**AaBbCc123!?!\***  
**AaBbCc123!?!\***

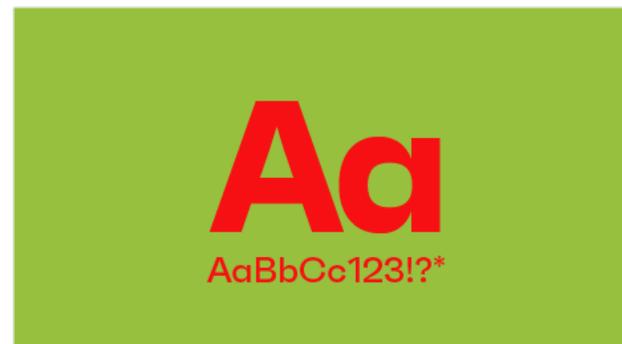
**Tipografía  
de sistema**

Para aquellas ocasiones en las que no podamos utilizar nuestra tipografía corporativa, como sucede en presentaciones Powerpoint destinadas a terceros, externos a Madrid Nuevo Norte, utilizaremos la familia tipográfica Arial.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
- 5. Tipografía**
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



✘ No utilices combinaciones de color fuera de las recomendadas



✘ No utilices para el fondo colores de la paleta secundaria



✘ No utilices *outline* en la tipografía



✘ No utilices el peso regular para componer titulares.



✘ No utilices mayúsculas para componer titulares.



✘ No justifiques el texto en bandera derecha salvo que el formato lo requiera.

### Usos Incorrectos

En esta página se muestran algunos ejemplos de usos tipográficos incorrectos que debemos evitar.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

# La cremallera

**MN** Madrid  
Nuevo  
Norte

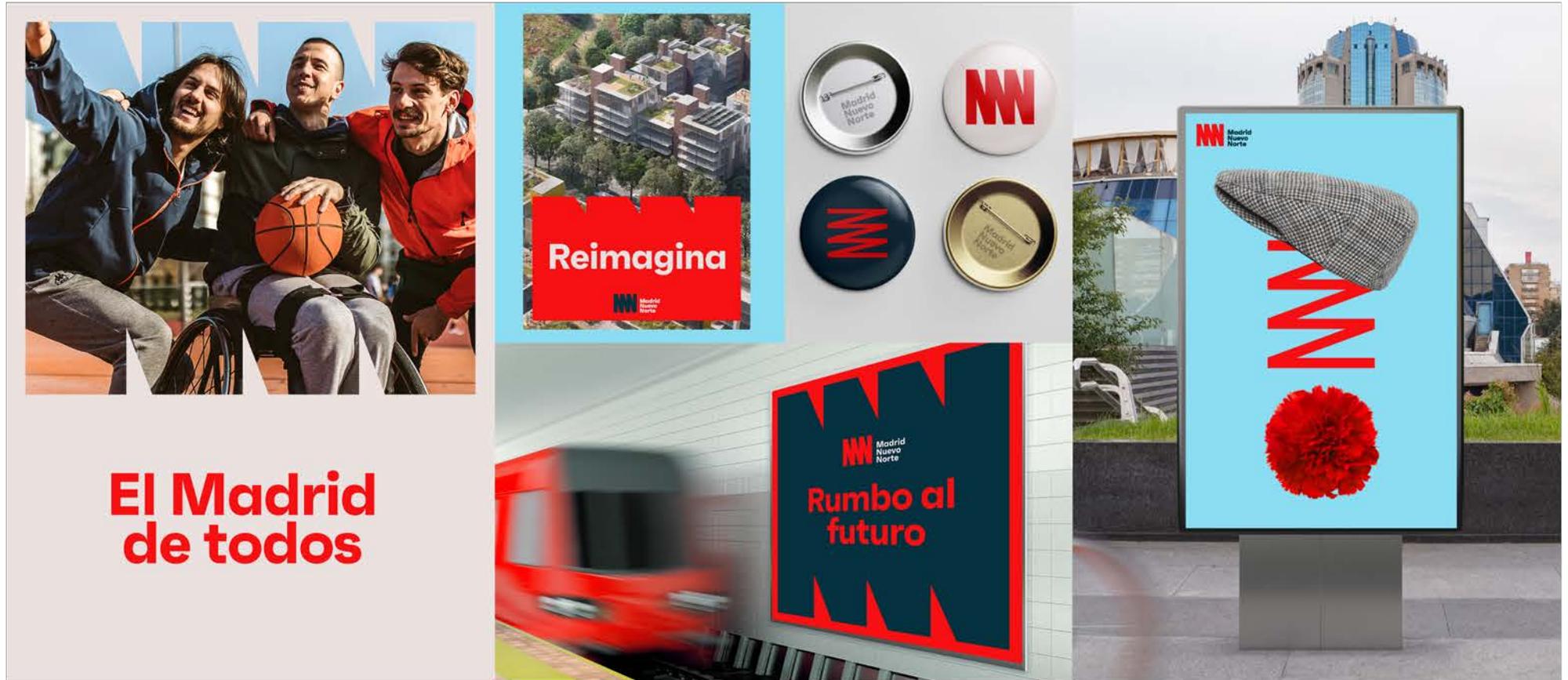


**MN**



**Del Pardo  
al Prado  
en un paso**

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



## Introducción

El cremallera es el recurso gráfico que aporta reconocimiento a nuestra marca. Surge de la unión de la M, la N y la N de Madrid Nuevo Norte y representa la unión de barrios, de ideas y de culturas, simboliza seguir haciendo camino para Madrid y los madrileños, es un símbolo de integración para todos.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**La cremallera**

Es un recurso muy versátil, que puede usarse variando su grosor, color, escala y funcionalidad.

1. Estrategia
2. Tono de voz
3. Logotipo
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. *Motion*
9. Pictogramas
10. Aplicaciones

# Como recurso gráfico

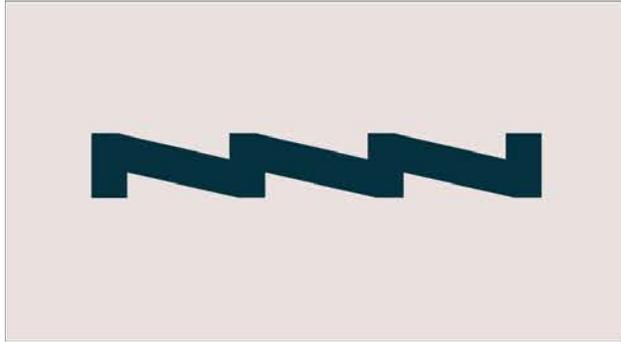
1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Como recurso gráfico**

Podemos generar piezas sencillas y reconocibles usando la cremallera como recurso gráfico, variando su grosor, escala y su disposición, con este recurso podremos crear una gran variedad de composiciones distintas.

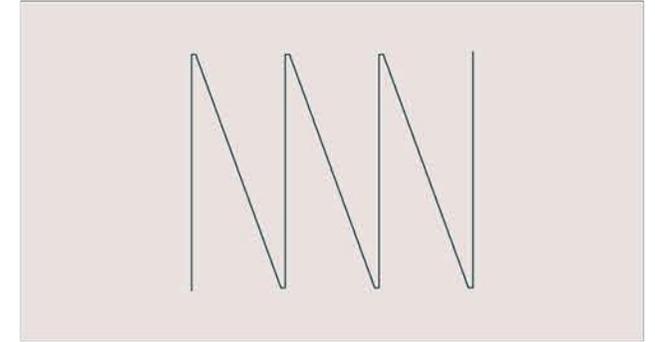
1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



✘ Estirar demasiado



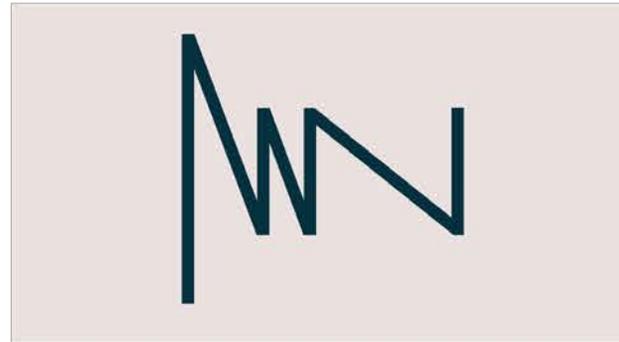
✘ Repetir más de 7 veces la cremallera



✘ Usar un grosor de línea muy fino



✘ Rotar en ángulos diferentes a 90°



✘ Modificar sus formas



✘ Aumentar el grosor hasta que no se perciban sus formas

### Usos incorrectos

En esta página se muestran algunos ejemplos de usos incorrectos de la cremallera como recurso gráfico que debemos evitar.

CALLAO

**MN** Madrid  
Nuevo  
Norte

# Rumbo al futuro



Ocio  
Cultura  
Vivienda

**CINES CALLAO**

90 años juntos



1. Estrategia
2. Tono de voz
3. Logotipo
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. *Motion*
9. Pictogramas
10. Aplicaciones

# Como contenedor

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Como  
contenedor**

Podremos utilizar la cremallera como contenedor de titulares para conseguir titulares de alto impacto, así como utilizarla como contenedor de imágenes.

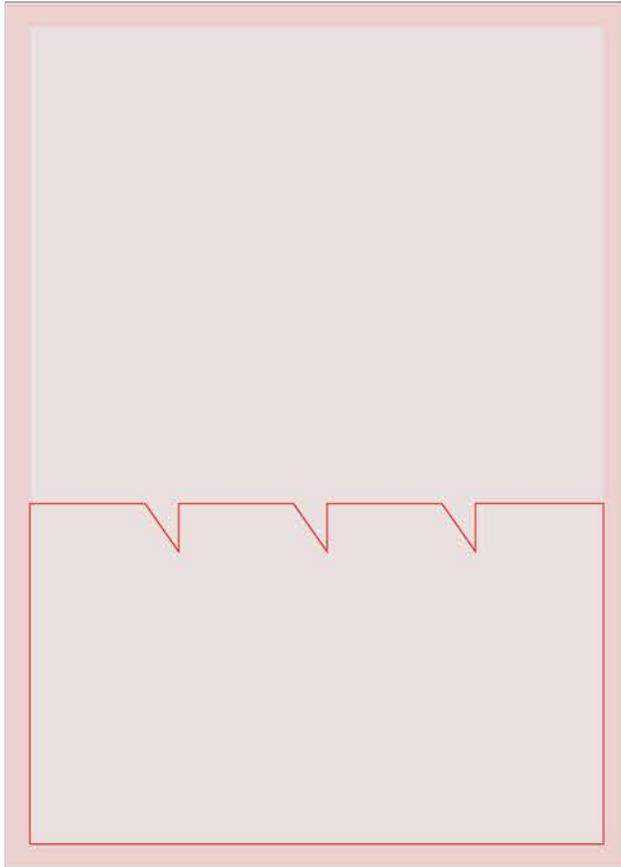
1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Como  
contenedor**

1. Como contenedor de titulares sobre imágenes de fondo a tamaño completo.
2. Como contenedor de imágenes.
3. Como contenedor de titulares con fondos sólidos.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Opción  
alternativa**

Cuando usamos la cremallera como contenedor a un tamaño que no sea el total del formato, podremos simplificarla eliminando los picos que apoyen en los márgenes de la pieza.



# Reimagina Madrid

Madrid mira a su futuro con Madrid Nuevo Norte, el mayor proyecto de regeneración urbana de toda Europa



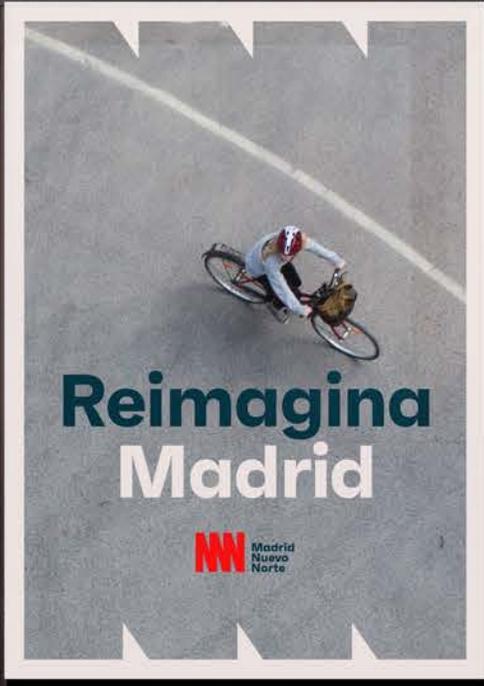
# Mucho más que oficinas

SMART CITY  
2025 OUTLOOK



# Madrid expande sus horizontes

Un plan de largo plazo para  
los negocios, los vecinos  
y toda Madrid



Reimagina  
Madrid



Madrid  
Nuevo  
Norte

1. Estrategia
2. Tono de voz
3. Logotipo
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. *Motion*
9. Pictogramas
10. Aplicaciones

# Como conector

# Mad Zrid

Madrid mira a su futuro con Madrid Nuevo Norte, el mayor proyecto de regeneración urbana de toda Europa



1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Como  
conector**

Una de las opciones de la cremallera es la de unir conceptos y crear gráficas sencillas de alto impacto que nos narran visualmente una historia.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



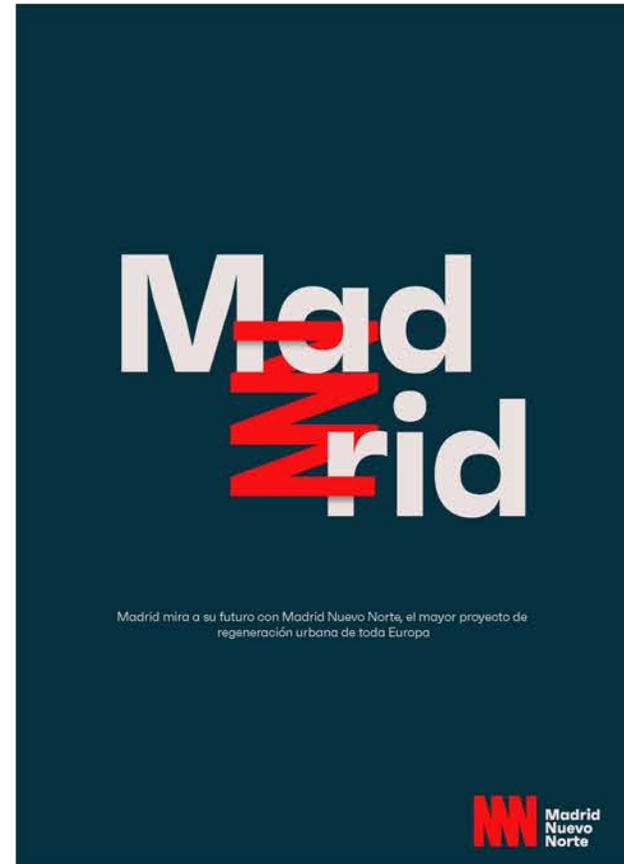
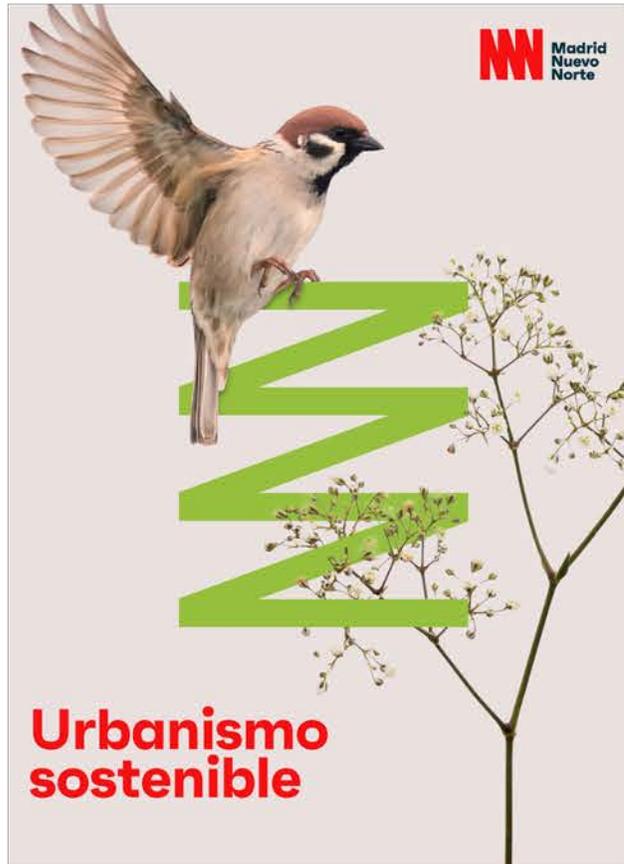
**Como  
conector**

1. Como conector de dos imágenes.

2. Como conector de concepto escrito e imagen.

3. Como conector de dos conceptos escritos.

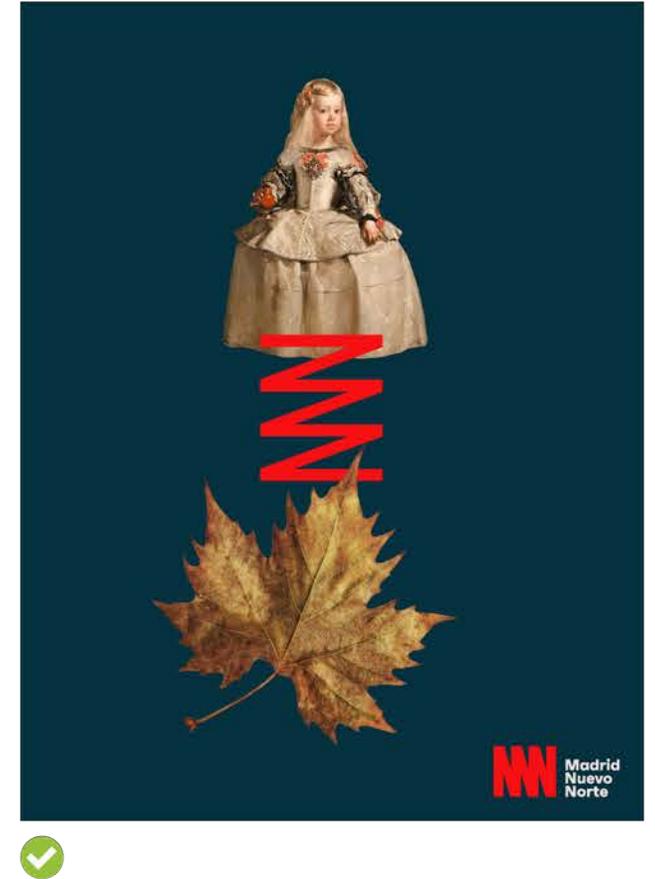
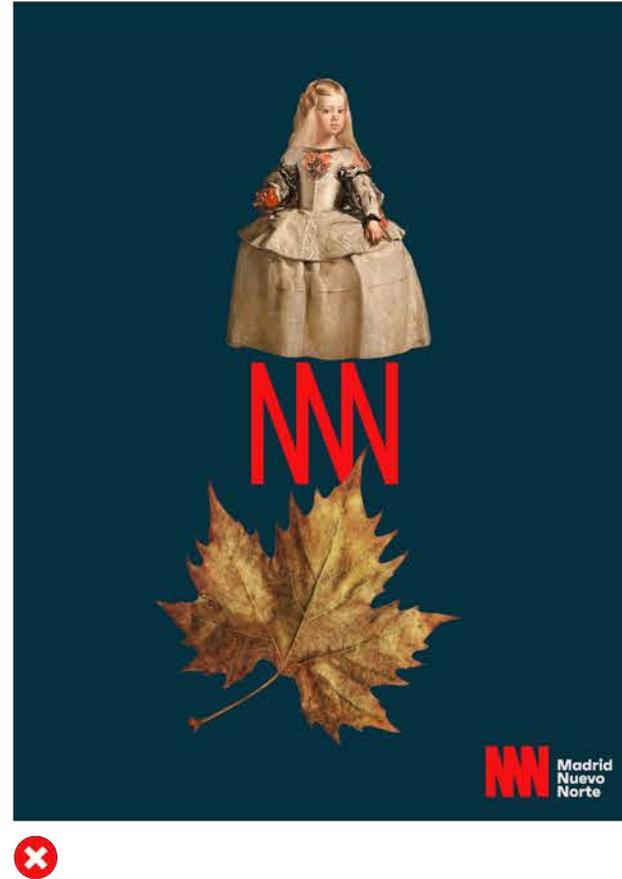
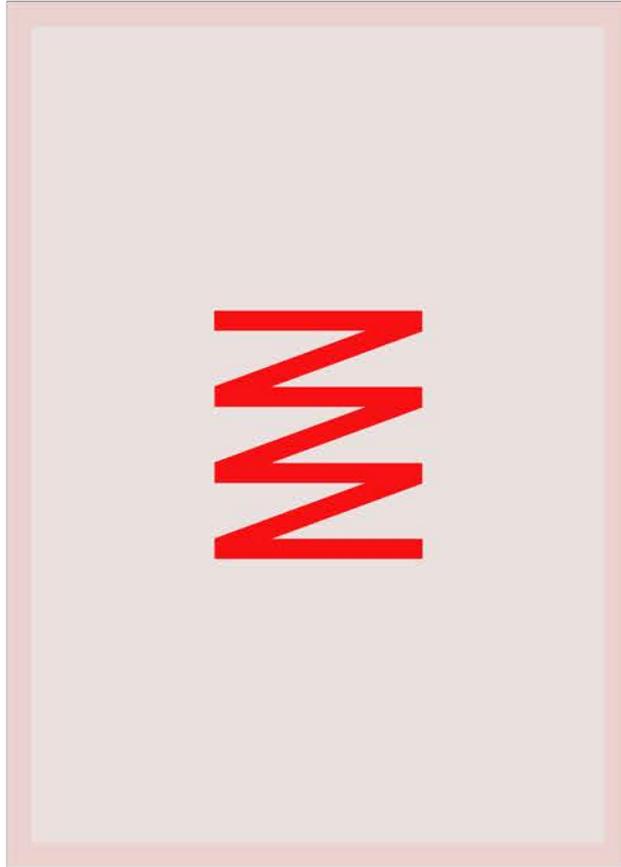
1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Como  
conector**

Además podremos hacer interactuar la cremallera con las imágenes o con las palabras haciendo que partes de estas estén por delante de ella y otras por detrás, logrando así un efecto de unión y tridimensionalidad.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
- 6. La cremallera**
7. Fotografía
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

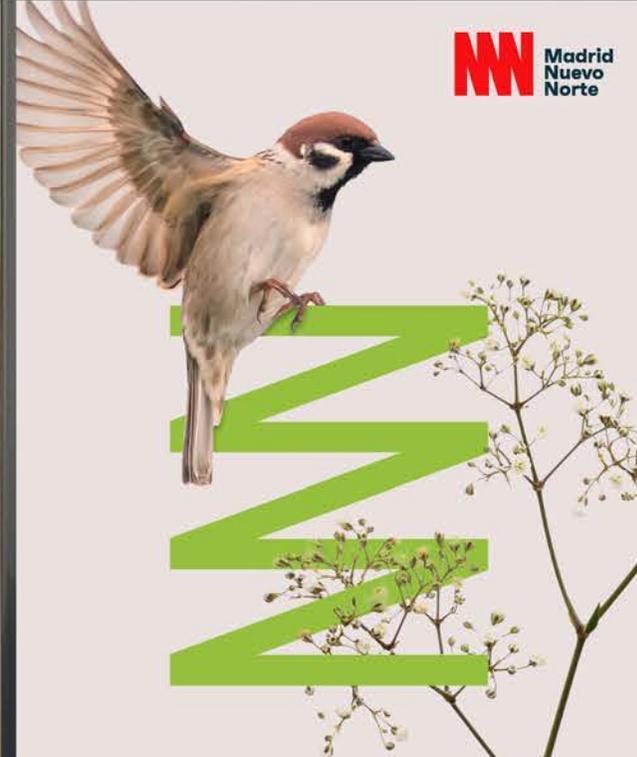


**Usos  
incorrectos**

Siempre utilizaremos la orientación de la cremallera que mejor se adapte al formato asegurándonos de que conecte visualmente los dos conceptos.



**MN** Madrid  
Nuevo  
Norte



**Urbanismo  
sostenible**

**MN** Madrid  
Nuevo  
Norte



**MN** Madrid  
Nuevo  
Norte

**El Madrid  
de siempre**

**Más  
moderno  
que nunca**



**NN 15min**

**Adolfo Suárez  
Madrid Barajas**  
más cerca

**NN** Madrid  
Nuevo  
Norte



1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
- 7. Fotografía**
8. Pictogramas
9. Aplicaciones

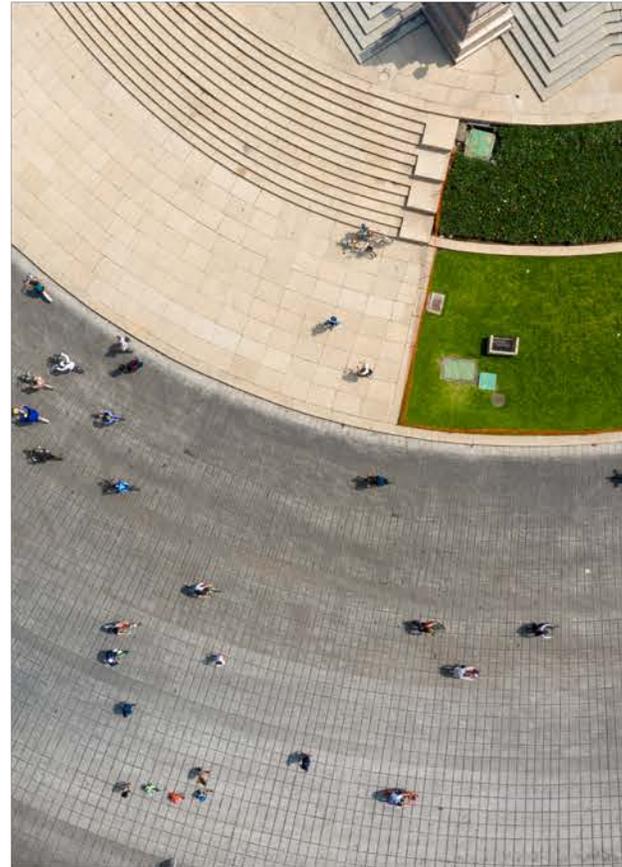
# Fotografía

Las fotografías de Gettyimages® que aparecen en este manual son meramente ilustrativas, para poder usarse en piezas finales deben adquirirse sus derechos de uso.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
- 7. Fotografía**
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



*Lifestyle*



*Cenitales*

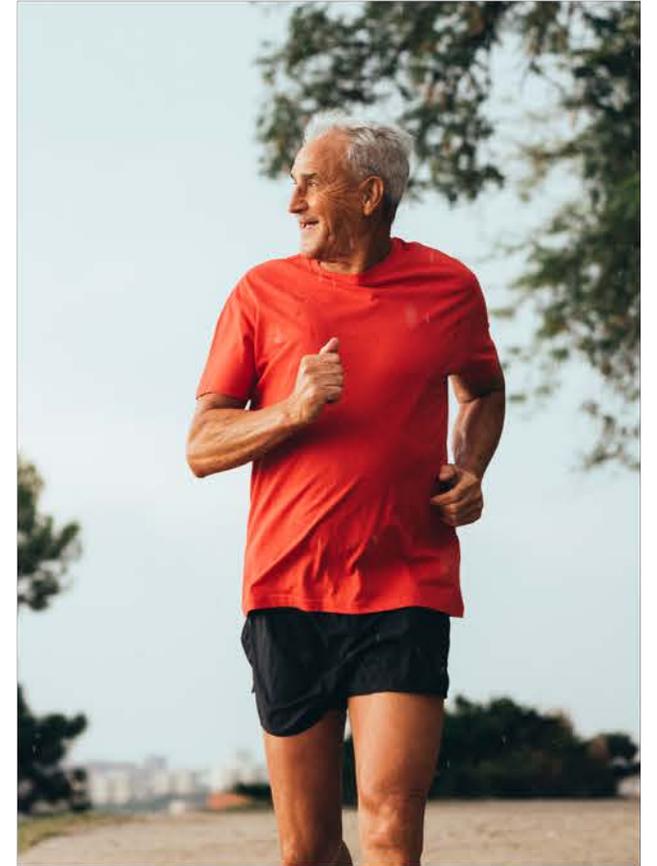
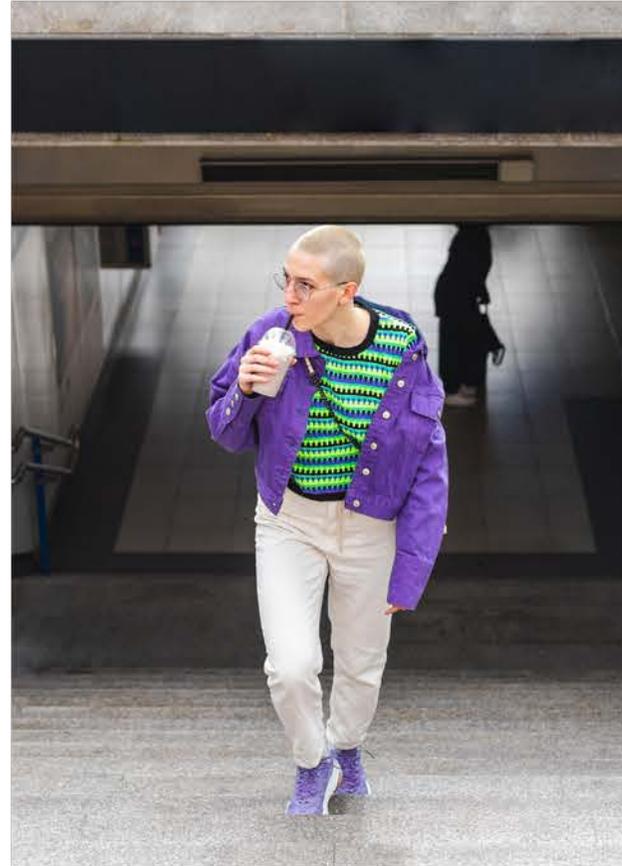


*Renders*

**Tipos de  
fotografía**

Disponemos de tres tipos de fotografía:  
*lifestyle*, imágenes cenitales y *renders* del proyecto.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
- 7. Fotografía**
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Fotografía**  
*lifestyle*

Estas fotografías muestran nuestro compromiso de estar plenamente enfocados en las personas ya que son el corazón de nuestra marca.

Han de mostrar escenas frescas y naturales siempre evitando los posados y escenas forzadas. Imágenes dinámicas que capten un momento. Fotografías luminosas y cálidas, llenas de luz y positividad.

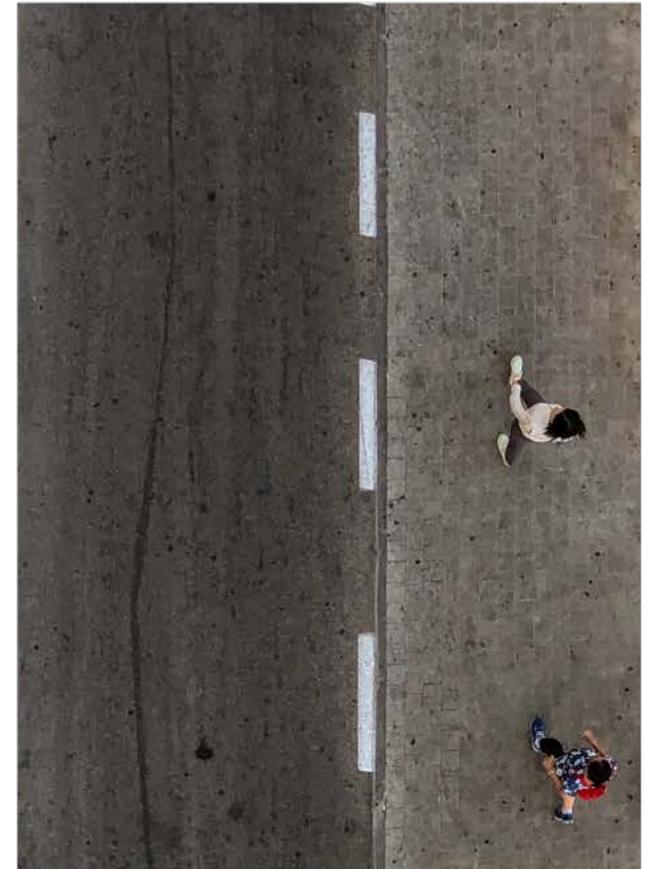
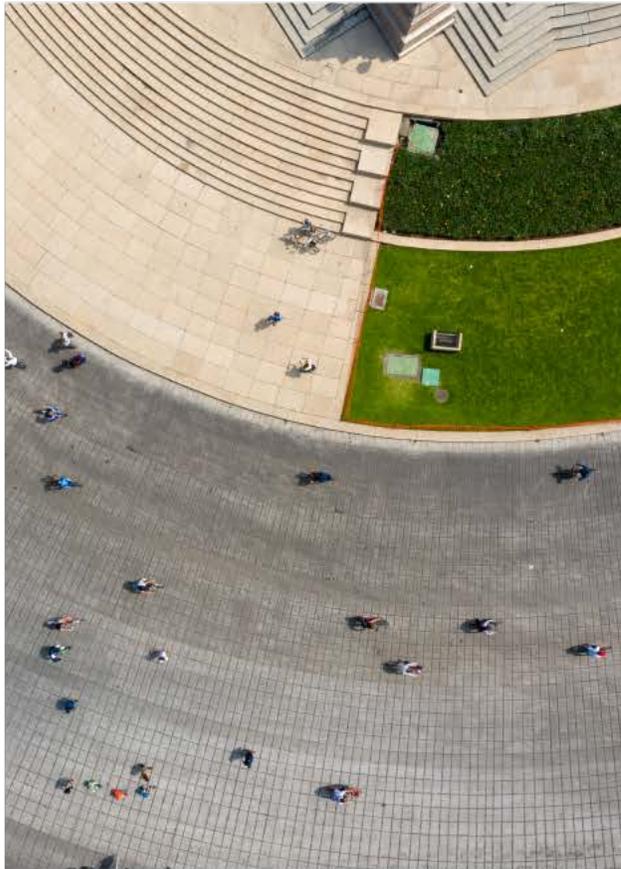
1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
- 7. Fotografía**
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Fotografía**  
*lifestyle*

Con nuestras imágenes debemos mostrar toda la diversidad y pluralidad de las personas que viven en Madrid. Las imágenes deben transmitir el espíritu acogedor e innovador de nuestra personalidad de marca.

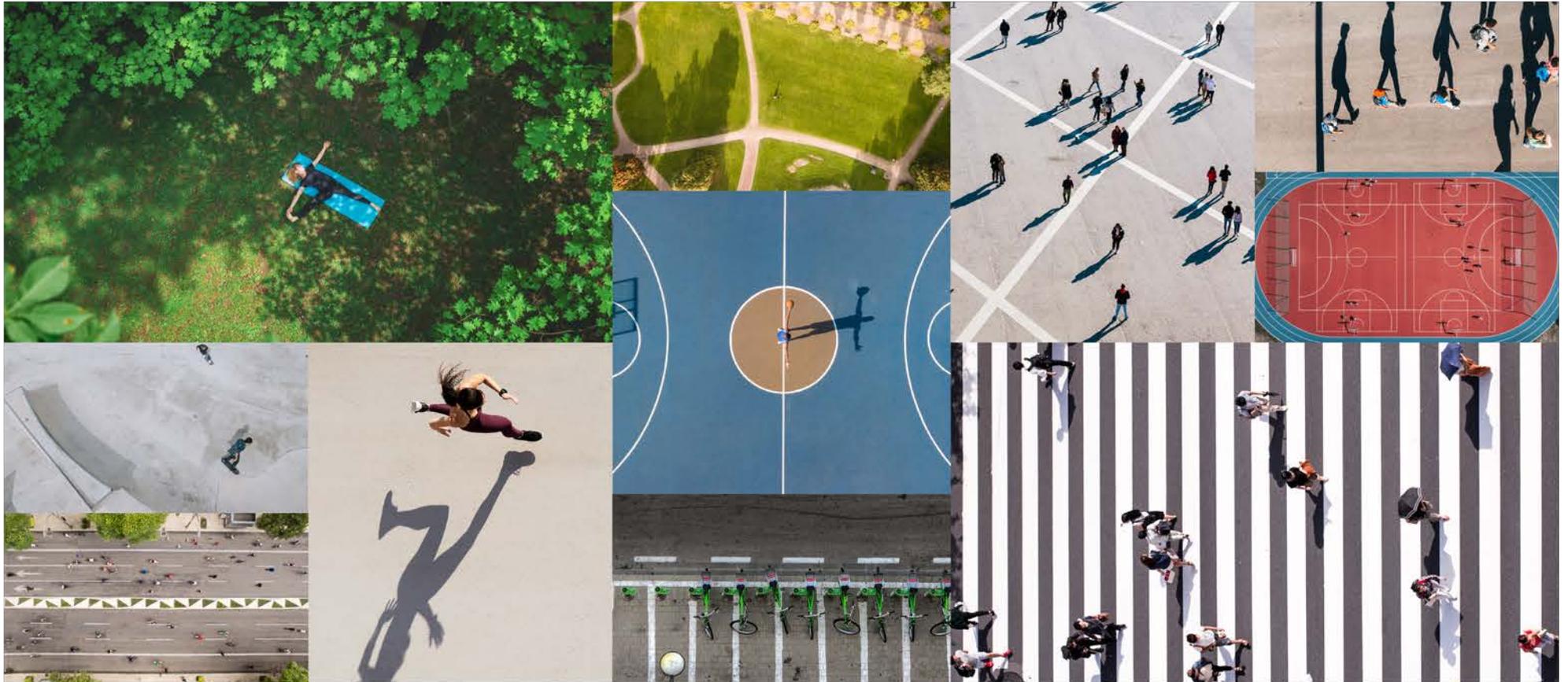
1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
- 7. Fotografía**
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



## **Fotografía cenital**

Las fotografías cenitales muestran un nuevo punto de vista de lo cotidiano, desvelando el arte y la belleza de la geometría de la arquitectura urbana y la interacción de las personas con esta.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
- 7. Fotografía**
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



**Fotografía  
cenital**

Estas imágenes deben mostrarnos zonas verdes, espacios deportivos, lugares de encuentro y disfrute del área urbana, donde lo humano y lo arquitectónico interactúan a vista de pájaro.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
- 7. Fotografía**
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



***Renders***  
**arquitectura**

Para expresar el lado más técnico y la proyección del proyecto, disponemos de *renders* en 3D que ilustran la magnitud y los puntos clave de este.

Imágenes por Rogers Stirk Harbour + Partners.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
- 7. Fotografía**
8. Pictogramas
9. Aplicaciones



✘ Evita gestos muy forzados o posados.



✘ No utilices encuadres demasiado generales en imágenes tipo *lifestyle*.



✘ Evita las imágenes muy desaturadas.



✘ Asegúrate que las figuras siempre están enfocadas.



✘ No muestres imágenes que puedan resultar ofensivas para cualquier colectivo.



✘ Busca imágenes atemporales y que no se identifiquen con el pasado.

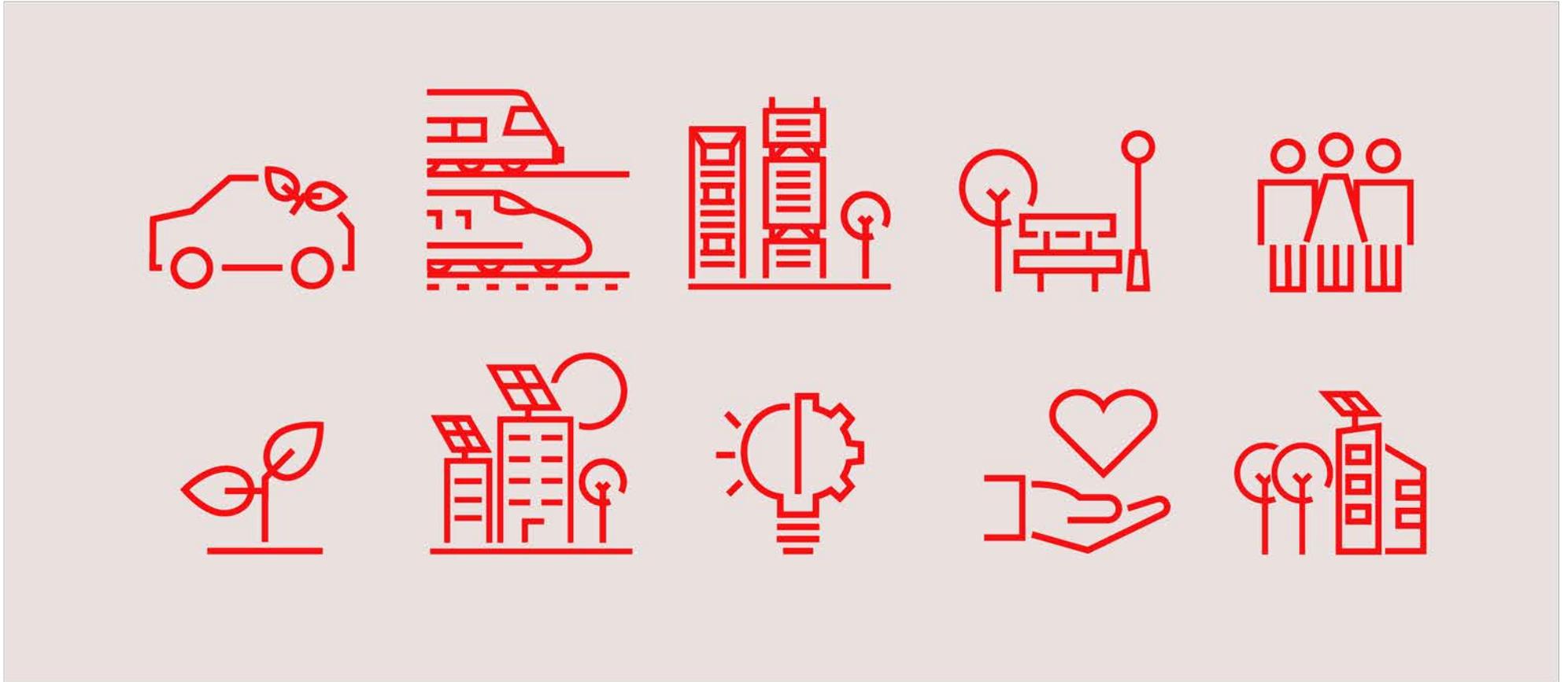
### Usos incorrectos

Como norma general, buscaremos el realismo y la naturalidad en nuestras imágenes. En esta página se muestran algunos ejemplos de usos de imágenes que debemos evitar.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
- 8. Pictogramas**
9. Aplicaciones

# Pictogramas

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
- 8. Pictogramas**
9. Aplicaciones

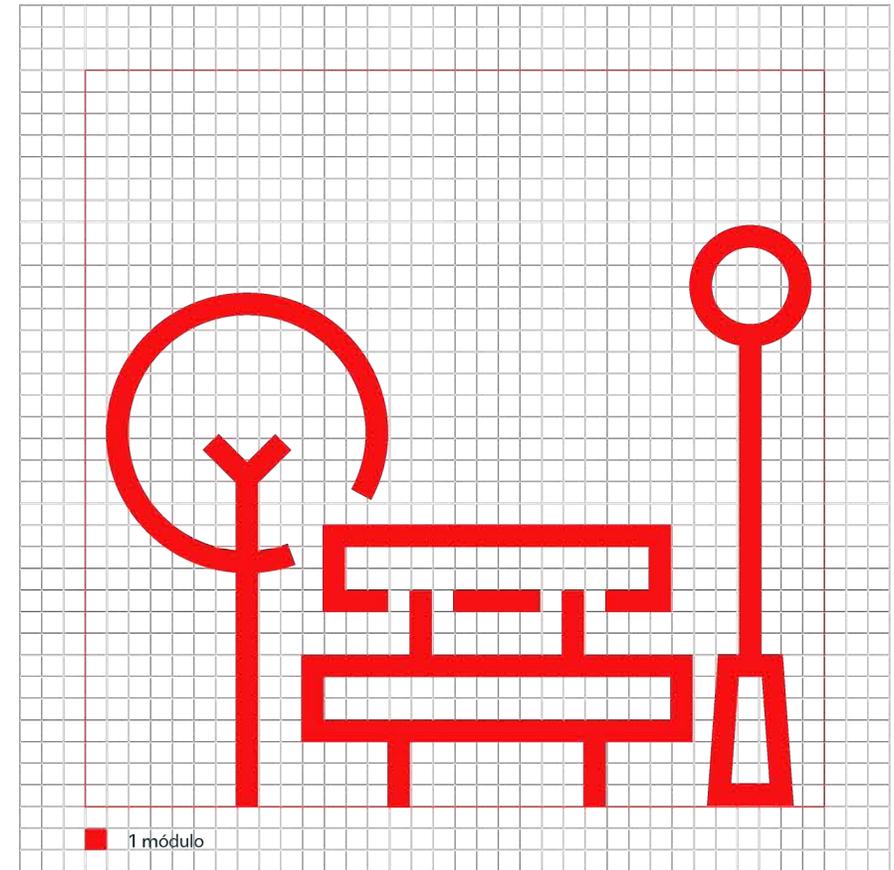
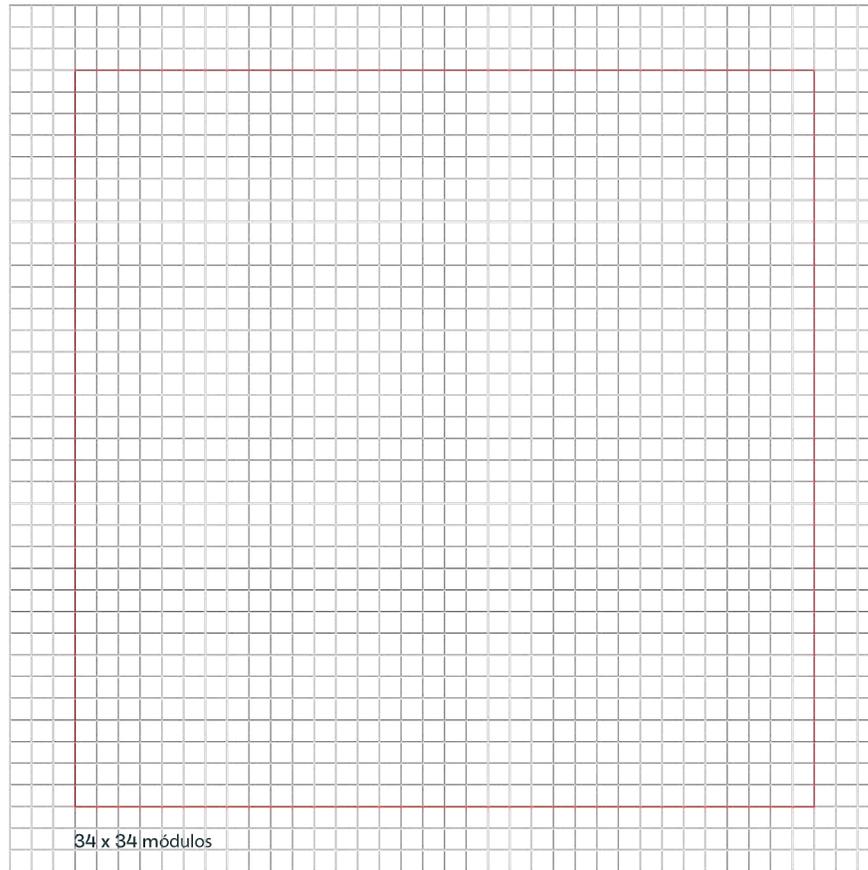


### **Pictogramas**

Se ha creado un estilo propio de pictogramas que nos ayuda a completar nuestras comunicaciones ganando así en consistencia y reconocimiento de marca.

Nuestros pictogramas son a línea y siempre con formas geométricas básicas.

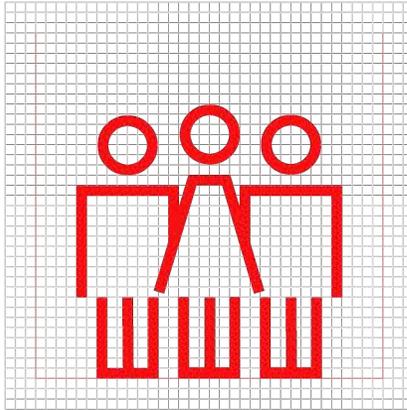
1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
- 8. Pictogramas**
9. Aplicaciones



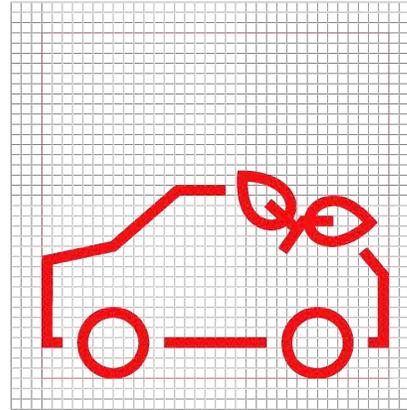
### Creación de pictogramas

Para asegurar la uniformidad entre todos los pictogramas, partiremos de una retícula de 34 x 34 módulos. El grosor del trazo de los pictogramas corresponde a 1 módulo.

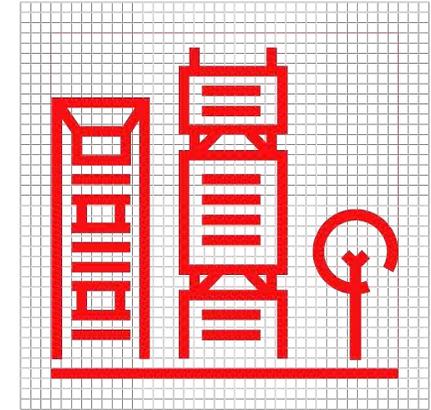
1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
- 8. Pictogramas**
9. Aplicaciones



Personas



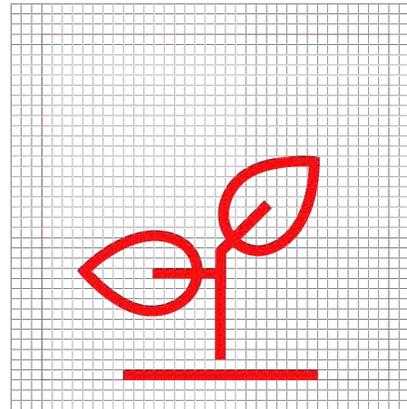
Movilidad  
sostenible



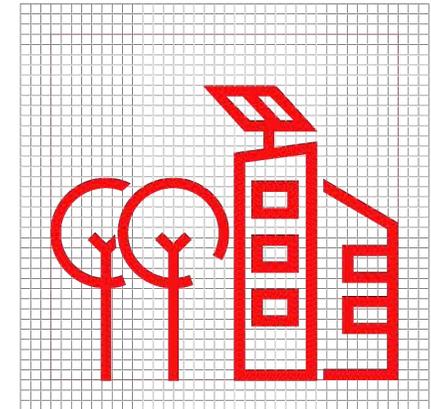
CBD/oficinas



Barrio



Sostenibilidad

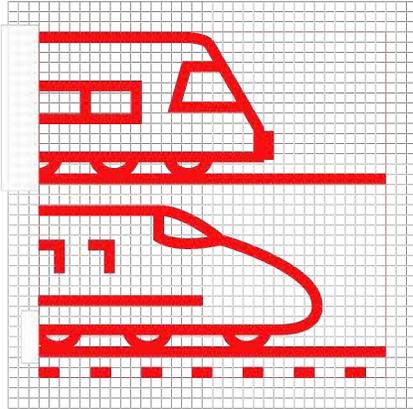


Residencial

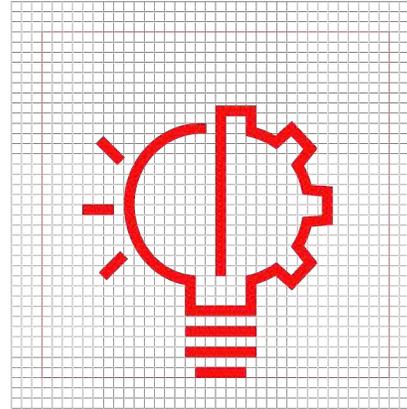
## Galería

Como punto de partida, se ha creado una primera galería de pictogramas que irá creciendo según se vaya incorporando nuevas creaciones de pictogramas.

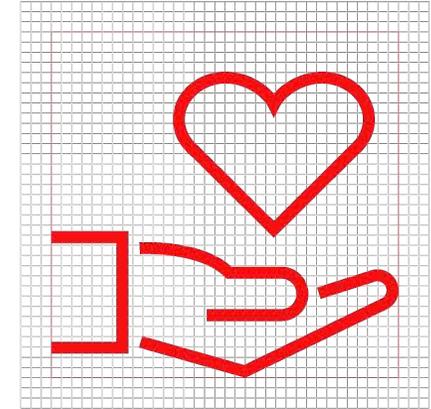
1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
- 8. Pictogramas**
9. Aplicaciones



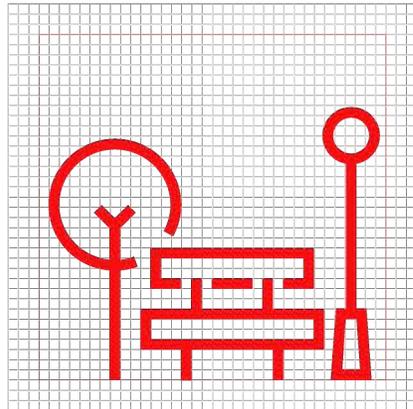
Transporte



Innovación



Calidad de vida

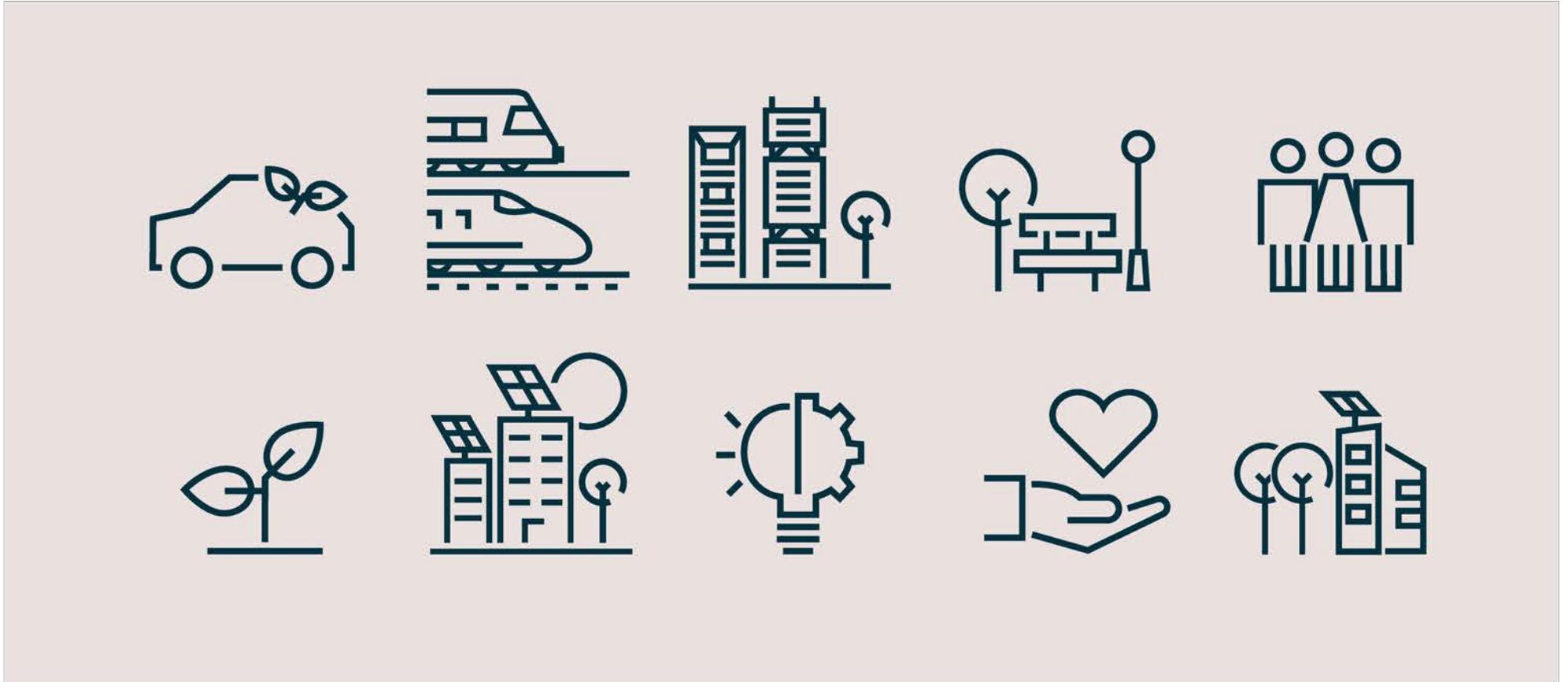


Espacios públicos

## Galería

Como punto de partida, se ha creado una primera galería de pictogramas que irá creciendo según se vaya incorporando nuevas creaciones de pictogramas.

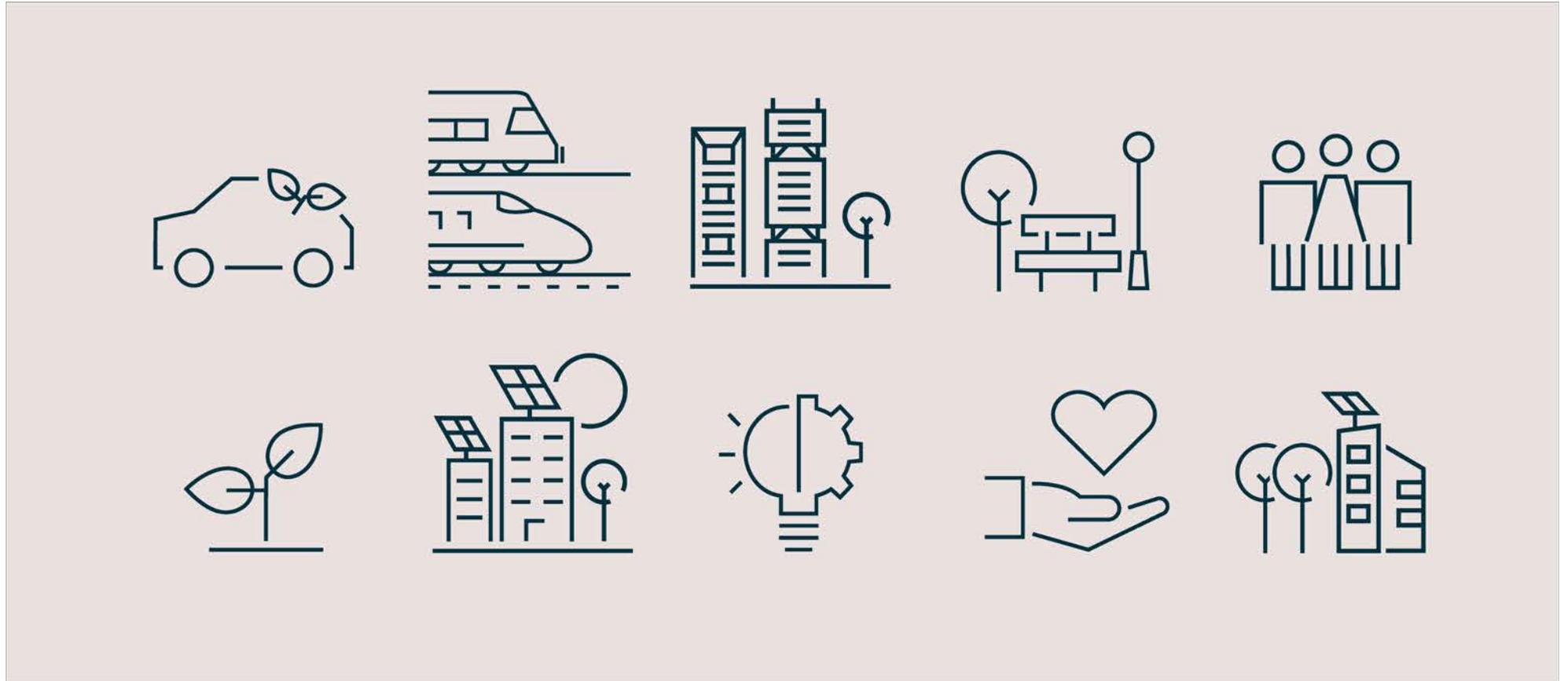
1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
- 8. Pictogramas**
9. Aplicaciones



**Pesos  
versión regular**

El peso *regular* de nuestros pictogramas está pensado para asegurar la legibilidad de los pictogramas cuando los utilizemos en tamaños reducidos.

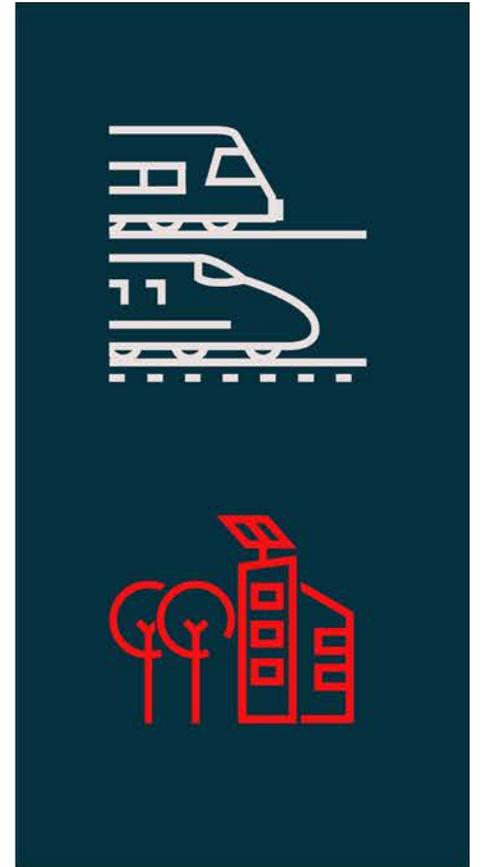
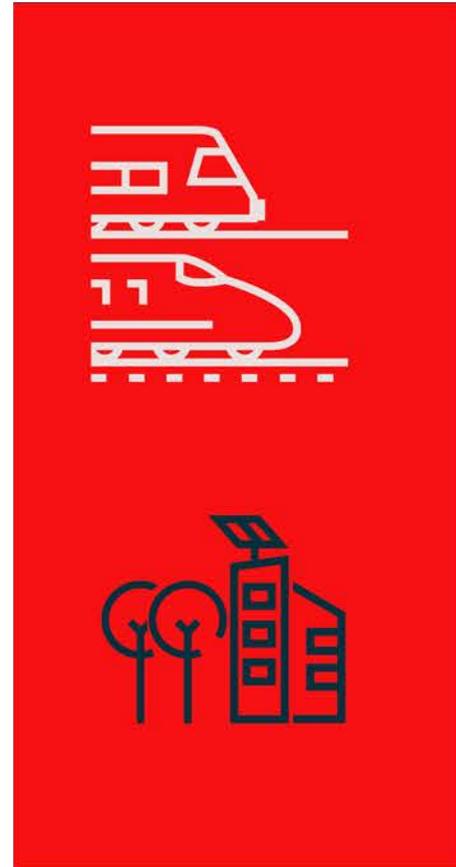
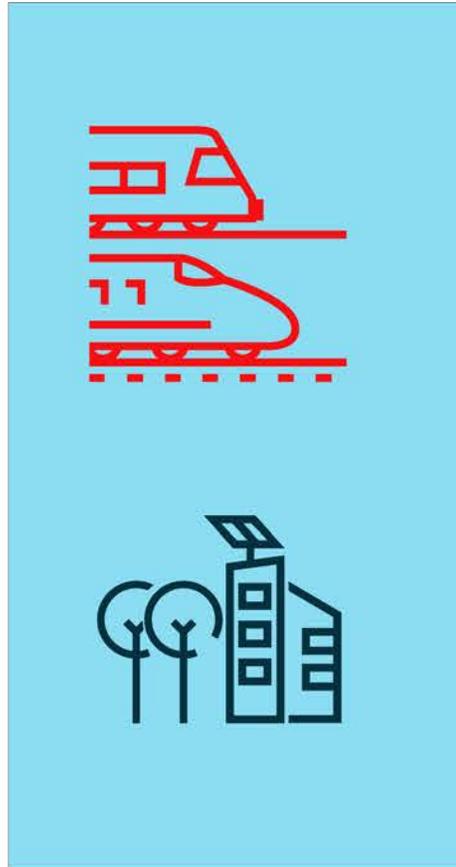
1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
- 8. Pictogramas**
9. Aplicaciones



**Pesos  
versión *light***

La versión light de nuestros pictogramas se aplica cuando estos los aplicamos a gran tamaño de esta manera aseguramos un acabado más elegante.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
- 8. Pictogramas**
9. Aplicaciones



**Color**

A continuación mostramos las distintas versiones de color de los pictogramas cuando los aplicamos sobre los fondos de color de la paleta principal.

1. Estrategia
2. Logotipo
3. Lema
4. Color
5. Tipografía
6. La cremallera
7. Fotografía
8. Pictogramas
- 9. Aplicaciones**

# Aplicaciones

1. Introducción
2. Logotipo
3. Color
4. Tipografía
5. La cremallera
6. Fotografía
7. *Motion*
8. Pictogramas
- 9. Aplicaciones**

# Offline

Estación en curva / Mind the gap  
Tengan cuidado de no introducir el pie entre coches y andén



**Lo cosmopolita  
y lo castizo,  
unidos**

Madrid mira a su futuro con Madrid Nuevo Norte, el mayor proyecto de regeneración urbana de todo Europa

**MNN** Madrid Nuevo Norte



CALLAO

Schweppes

Mi casa



La oficina

CINES CALLAO

90 años juntos

Centros Callao

Pastelería Portuguesa

HOT DOG GOURMET



CALLAO

Schwepp

Nunca estuvieron  
tan cerca

**MN** Madrid  
Nuevo  
Norte

CINES CALLAO

90 años juntos

III B CENTROS CAPILARES III B  
Pastelería Portuguesa  
HOT DOG GOURMET



**MN** Madrid  
Nuevo  
Norte



# Arte Clásico

Julio y agosto  
2021

Urbano



Natural

**MN** Madrid  
Nuevo  
Norte

**Un modelo  
de ciudad  
innovador**

[madridnuevonorte.com](http://madridnuevonorte.com)

**MN** Madrid  
Nuevo  
Norte

**Toda la ciudad  
a 15 minutos  
de casa**

**MN**

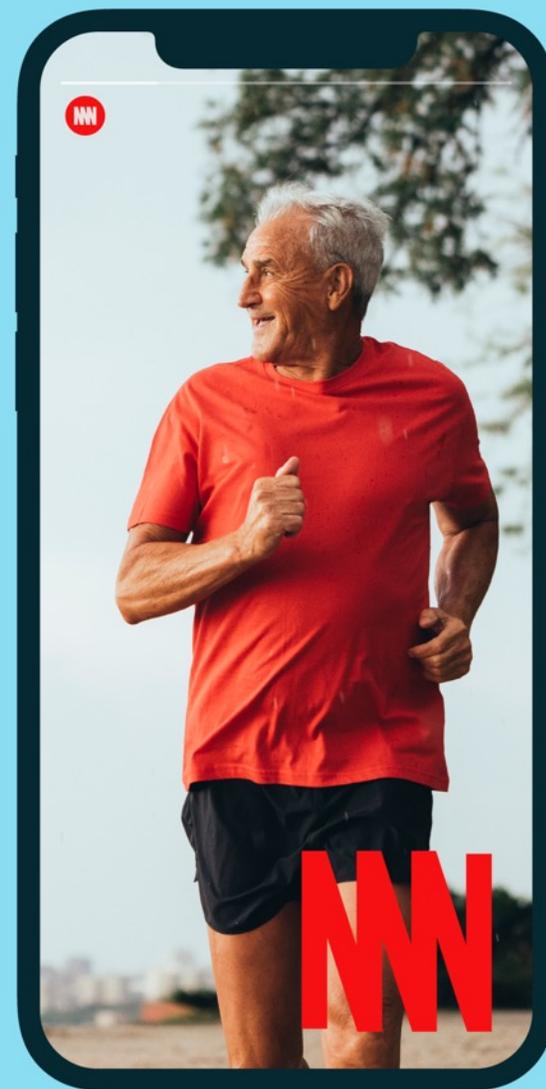
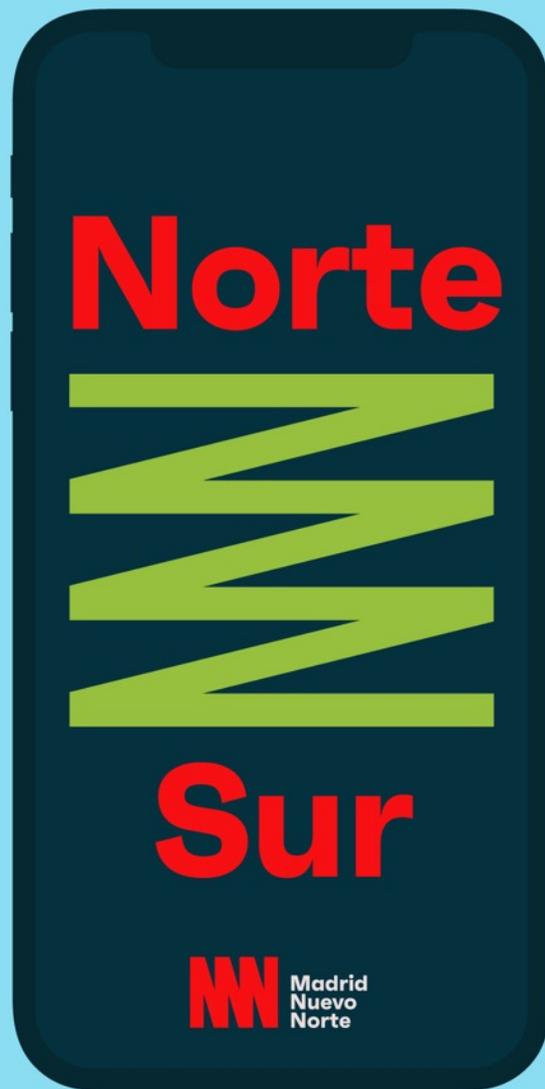




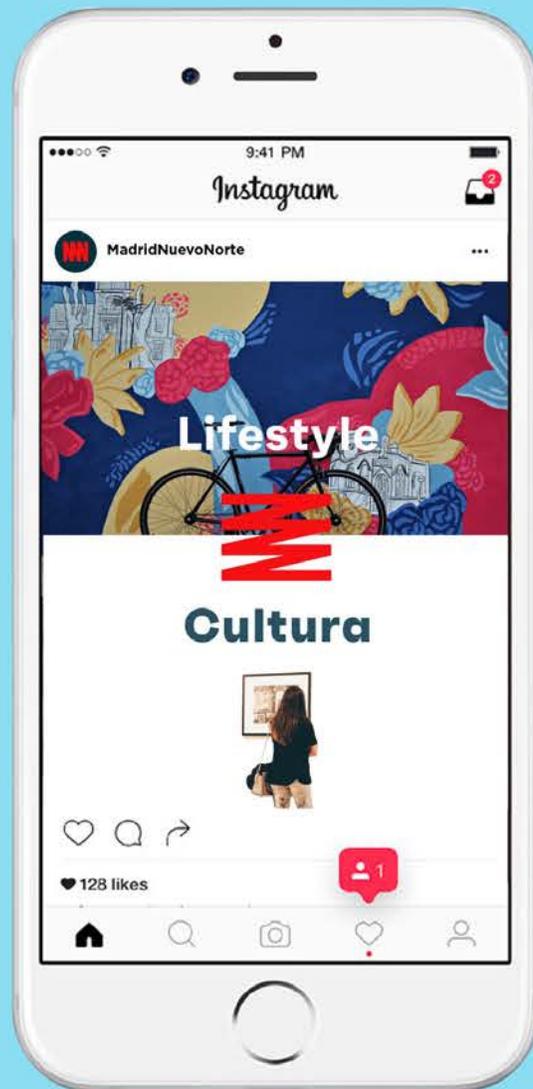


1. Introducción
2. Logotipo
3. Color
4. Tipografía
5. La cremallera
6. Fotografía
7. *Motion*
8. Pictogramas
- 9. Aplicaciones**

# Online









**El Prado**



**El Pardo**

**El eje  
verde será  
la conexión  
de Madrid  
con el Monte  
de El Pardo**

**Más info**

# Gracias

Distrito Castellana Norte Madrid

[info@denmadrid.com](mailto:info@denmadrid.com)  
+ 91 344 90 21