



CAMBIO DE IDENTIDAD CORPORATIVA

 COLEGIO OFICIAL
DE FARMACÉUTICOS
DE VALLADOLID



PUNTO DE PARTIDA

LOGOTIPO PREVIO



desfasado

Si bien se basa en los elementos simbólicos más característicos de la farmacia (serpiente y copa de Higia), lo hace con un lenguaje gráfico que no remite a una estética tradicional de institución histórica pero tampoco transmite una imagen de institución moderna y capaz de conectar con los requerimientos de comunicación actuales y de proyección de futuro.

complicado

Formas complicadas y con dificultad de reproducción, en especial a pequeñas escalas.

PREMISAS PARA NUEVO LOGOTIPO

1

actualidad

Plasmar la **identidad institucional** de un colegio profesional tradicional, serio y respetado socialmente pero también moderno y adaptado a las necesidades de comunicación actuales.

COMUNICACIÓN COLEGIO

colegiados

instituciones

sociedad

Documentación interna

circulares

memorias

Comunicados oficiales

Notas de prensa

Página web

Gestión de redes sociales

2

PREMISAS PARA NUEVO LOGOTIPO

reconocimiento

Dotarlo de **elementos simbólicos** instintivamente asociables:

2.1

Al colectivo de farmacéuticos: reconocimiento frente a otros colegios profesionales.



2

PREMISAS PARA NUEVO LOGOTIPO

reconocimiento

Dotarlo de **elementos simbólicos** instintivamente asociables:

2.2

A la ciudad de Valladolid: reconocimiento frente a los Colegios de Farmacia de otras ciudades.



3

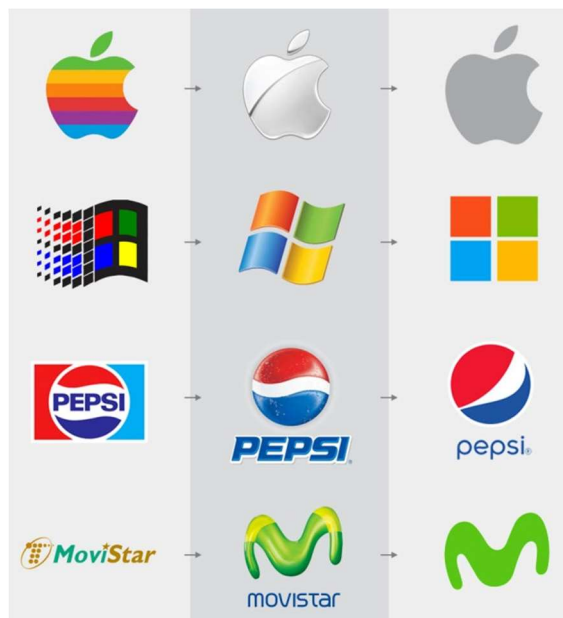
PREMISAS PARA NUEVO LOGOTIPO

sencillez

Lenguaje gráfico sencillo que permita su fácil adaptación a cualquier soporte offline y online.

En línea con la tendencia de rediseño de logotipos hacia formas sencillas y fácilmente memorables.

3.1



Grandes empresas

3

PREMISAS PARA NUEVO LOGOTIPO

sencillez

Lenguaje gráfico sencillo que permita su fácil adaptación a cualquier soporte offline y online.

En línea con la tendencia de rediseño de logotipos hacia formas sencillas y fácilmente memorables.

3.2

Otros Colegios de Farmacéuticos



4

PREMISAS PARA NUEVO LOGOTIPO

versatilidad

Capacidad para **integrar distintas submarcas** propias del Colegio con un lenguaje coherente y de conjunto.

Centro de Información de Medicamentos.

Instituto de Formación.

Otras posibles futuras submarcas.

NUEVO LOGOTIPO

ISOTIPO



Parte simbólica de la marca

NUEVO LOGOTIPO

IMAGOTIPO

Combinación de **imagen y texto**

Adaptable en función del soporte de aplicación



NUEVO LOGOTIPO

SIMBOLISMO



+



+



elemento representativo

color

elemento representativo

color

elemento representativo

elemento simbólico

siglas del colegio

COF

verde

valladolid

VA

morado

farmacia

CRUZ

NUEVO LOGOTIPO

TIPOGRAFÍA

Tipografía de “palo seco” (sans serif) asociada con seriedad, seguridad, modernidad, neutralidad o minimalismo.

COLEGIO OFICIAL
DE FARMACÉUTICOS
DE VALLADOLID

COLEGIO OFICIAL
DE FARMACÉUTICOS
DE VALLADOLID

combinación de texto con iconos representativos del isotipo

NUEVO LOGOTIPO

SUBMARCAS

Identificadas dentro del propio isotipo a través de:

un cromatismo propio y la inclusión de las siglas correspondientes.

