

Nikon®

Introducción

Este manual contiene los instructivos para el correcto uso de las marcas, logos, símbolos, slogans, colores y tipografía, siguiendo las normas del Manual de Imagen Corporativa oficial de Nikon Internacional.

El manual es de uso genérico para todos los países que abarca el Grupo Udenio, con las correspondientes adaptaciones a países específicos cuando así sea necesario.

Su contenido no sólo estará compuesto de normas y ejemplos, sino también de instrucciones de uso.

Edición

El Manual de Identidad Visual se edita en formato PDF, para ser leído por el programa Adobe Acrobat Reader, y se envía por mail, según requerimiento, a los responsables correspondientes en cada área o país. Es conveniente que el usuario de este Manual imprima los archivos PDF para su más cómoda utilización, clasificación y archivo de las hojas.

Está previsto, cuando sea posible, editar también un CD con los las mismas hojas y también con los archivos originales de los diferentes logos, marcas, símbolos y slogans.

Como cada hoja llevará una indicación de Sección, Número de orden y Fecha, se facilitará la clasificación y ordenamiento de las hojas instructivas, el agregado de nuevas y su reemplazo caso de cambios.

Detalles

1. Secciones: Para facilitar el uso, el Manual está dividido en Secciones, cada una referida a un tema en especial.

2. Hojas: Todas las hojas están identificadas con el correspondiente título y explicaciones referentes a su contenido.

3. Numeración: Todas las hojas llevara en la esquina superior derecha la correspondiente indicación de Número de hoja y Origen, según la siguiente disposición en el siguiente ejemplo:

02-001.00-b

4. Explicaciones sobre la numeración. La numeración es decimal. El uso de un sistema decimal de numeración permite producir y agregar hojas en cualquier momento, en la medida de la necesidad de actualización y/o cambios, sin tener que hacer el Manual todo de una vez. El primer número significa la Sección a que pertenece. El segundo número es el número de hoja de la Sección. Este número es decimal y se ordena en forma correlativa. Si en algún momento se edita una hoja que deba ir entre dos ya existentes, ésta llevará un número después del punto, por ejemplo puede ser que haya que intercalar una nueva hoja entre dos ya existentes, 03-004.00 y 03-005.00, la hoja de intercalación será la 03-004.01 y así sucesivamente. A continuación puede o no, figurar una letra en minúscula. Esta letra identifica el país en aquellos casos de logos, slogans o usos específicos para el país en cuestión, y que no se aplican al resto de los países.

5. Secciones:

- 01 = Logos Institucionales
- 02 = Colores corporativos y tipografías.
- 03 = Logos para artículos promocionales
- 04 = Papelería de oficina y tarjetas de visita
- 05 = Avisos y folletería
- 06 = Marquesinas y carteles

6. Países:

- a = Argentina
- b = Brasil
- c = Chile
- p = Perú
- u = Uruguay

Si la hoja es común para todos los países, no lleva letra.

Contenidos del Manual de Identidad Visual

Base del diseño del sistema

- Isologotipo
- Logotipo
- Exhibición promocional de la marca
- Colores de la marca
- Tipografías Corporativas
- Apoyo gráfico
- Patrón gráfico
- Sistema Marca Nikon y Grupo Udenio
- Slogan
- Usos de Logotipos

Aplicación del Sistema de Diseño

- Promoción de ventas (para locales)
- Papelería
- Notas
- Carteles
- Avisos en Revistas
- Avisos en Periódicos
- Papel de Embalaje
- Bolsas de Papel
- Packaging de producto
- Sistema de identidad (para locales)
- Salones de Exposición y locales
- Vehículos

Logos Institucionales


Aplicaciones de isologotipo y logotipo, según tema y soporte.	01-001
Isologotipo Nikon - Dos versiones	01-002
Espacio libre en torno al isologotipo	01-003
Espacio libre en torno al isologotipo y su slogan - Fondo blanco	01-004
Espacio libre en torno al isologotipo y su slogan - Fondo Negro	01-005
Contorno blanco en el isologotipo (Uso eventual)	01-006
Uso del contorno blanco en el isologotipo (Uso eventual)	01-007
Slogan - Norma de Uso	01-008
Slogan - Aplicación	01-009
Isologotipo - Visualización Comercial TM , ®	01-010
Logotipo - Positivo, negativo y norma de visualización	01-011
Logotipo Nikon - Criterios de uso	01-012
Logotipos - Ejemplos de aplicación	01-013

En este cuadro se presentan, las alternativas de aplicaciones, en cuanto al uso del logotipo e isologotipo según corresponda, dado el soporte y la aplicación.

- Cuando se requiere un tamaño de la marca menor al establecido.
- Cuando se imprime en monocromo que no sea color negro.
- Cuando se requiere aplicar la marca en carteles de neon, en este caso se reemplaza por el logotipo.
- Cuando se aplicarán carteles sobre zonas con viento, etc, que perjudijen la visibili-

dad de la marca (banderas), también el isologotipo se reemplazará por el logotipo. El logotipo de Nikon también es utilizado en los siguientes puntos:

- Productos
- Guías del usuario y packaging de productos envasados, con excepción de la grafica o packaging final.

		<i>Isologotipo Nikon</i>	<i>Logotipo Nikon N° 1: impresión en positivo, para fondos claros.</i>	<i>Logotipo Nikon N° 2: impresión en negativo y positivo, para fondos oscuros y claros.</i>
			Nikon	Nikon
		●		
		○		
Suministros de Oficina	Tarjetas de visita	●		
	Sobres	●		
	Membrete	●		
	Nota de papel	●		
	Hojas de cuadrícula (impresión monocromo, azul)		●	
	Fax	●		
Documentos			●	
Signos	Signos corporativos	●		
	Signos de promoción (Sólo isologotipo)	●		
Vehículos		●		
Embalaje	Bolsas de papel	●	● usar como elemento gráfico	
	Papel de embalaje	●		
Identificatorios	Bandera corporativa	●		
	Tarjetas de identificación de empleado	●		
RRPP y Publicidad	Brochure e informes anuales	●		
	Papelería	●		
	Carteles	●		
	Sitios web	●		
	Banners en los sitios web	●	○	○
	Logotipos en movimiento	●		
Promocion de venta	Material POP	●		
	Stands de exposición (muestra del producto)	○	●	●
Presentación (PowerPoint)		●		
Grafica en packaging		●	○	○
Productos		○	●	● Cuerpo de cámara, lentes, etc.
Temas incluidos en los paquetes (garantías, guías del usuario, etc)		○	●	●
Productos promocionales (ítems complementarios, las mercancías para la venta)		●	●	●

El isologotipo está compuesto por tres elementos, el cuadrado amarillo, las instancias de luz y el logotipo Nikon. Este es el elemento visual de mayor importancia en el sistema de Identidad Visual de Nikon. Para garantizar la coherencia visual de la marca, se debe lograr la correcta reproducción en los distintos soportes.

Hay dos versiones del isologotipo, una versión en degradado y una versión en colores sólidos.

La impresión en degradado debe ser utilizada siempre que las condiciones de impresión lo permitan.

Versión full color en degradado



Mínimo tamaño
10 mm



Versión blanco y negro en degradado



Mínimo tamaño
14 mm



Versión sólida full color



Mínimo tamaño
8 mm



Versión sólida en blanco y negro



Mínimo tamaño
12 mm



Se ha especificado un determinado espacio que garantiza la adecuada visualización del isologotipo en las aplicaciones.

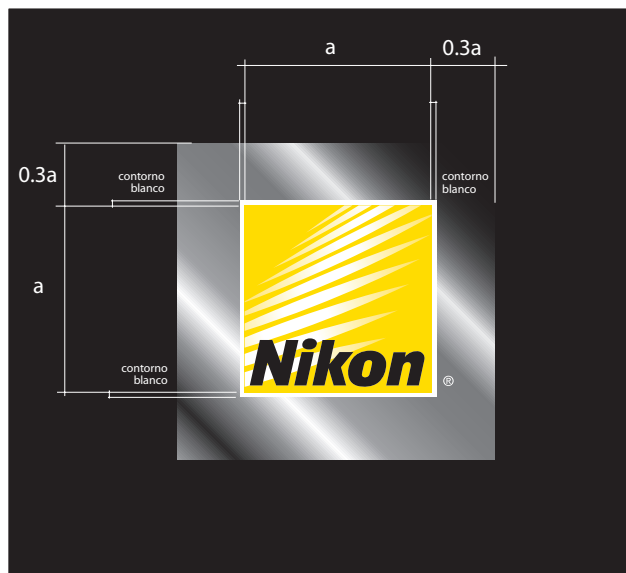
Para mantener la integridad del isologotipo, no se permite la aparición de ningún otro elemento gráfico o de texto dentro del espacio establecido.

La presencia de imágenes adyacentes al isologotipo pueden perjudicar la originalidad, la función y la identidad visual que Nikon desea obtener.

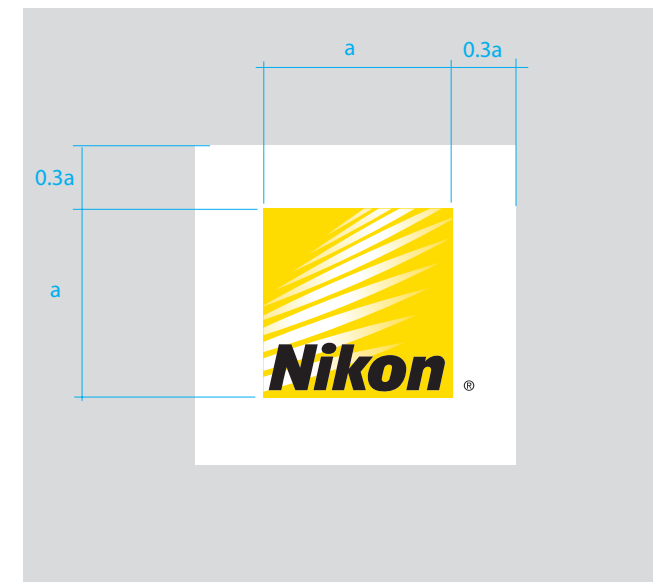
Pueden existir excepciones, donde se deberá consultar a la Oficina de Imagen y Comunicación.

Los ejemplos mostrados aquí, remiten a la versión en degradado, pero la misma norma es aplicable a la versión sólida.

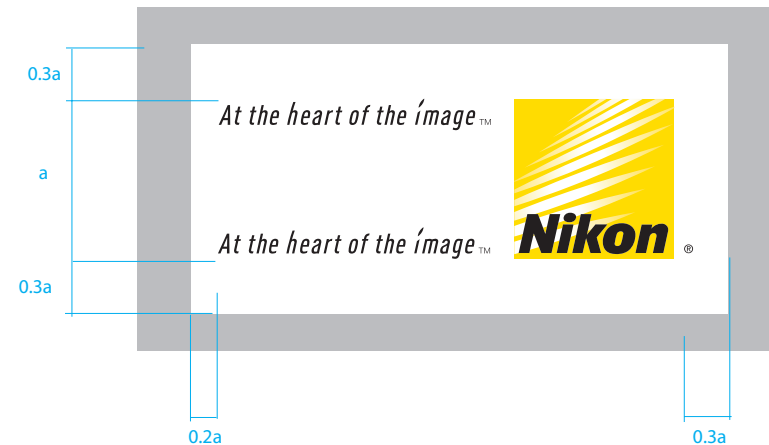
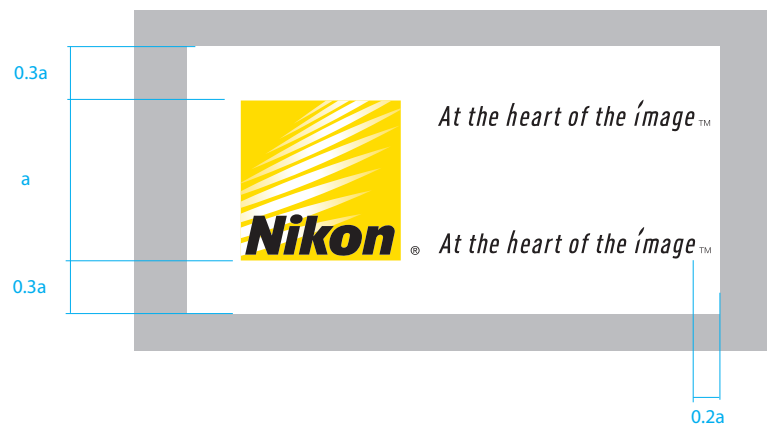
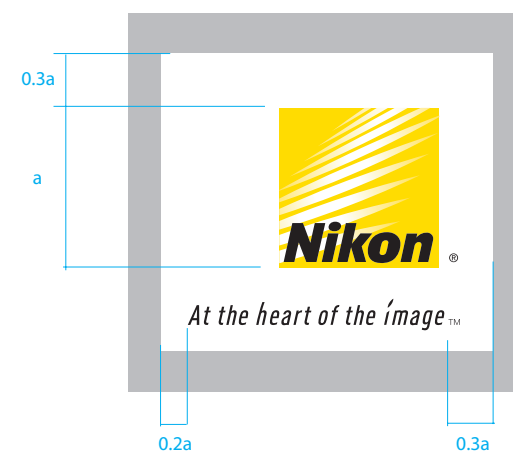
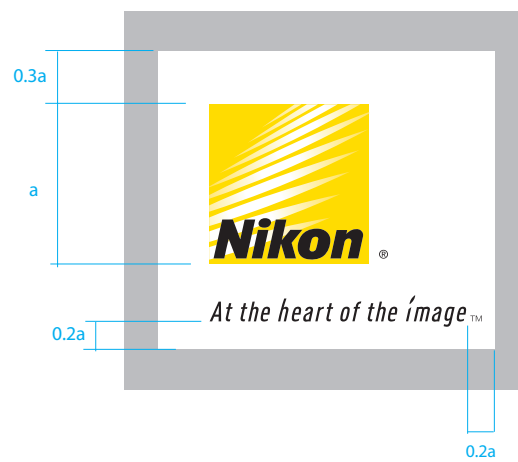
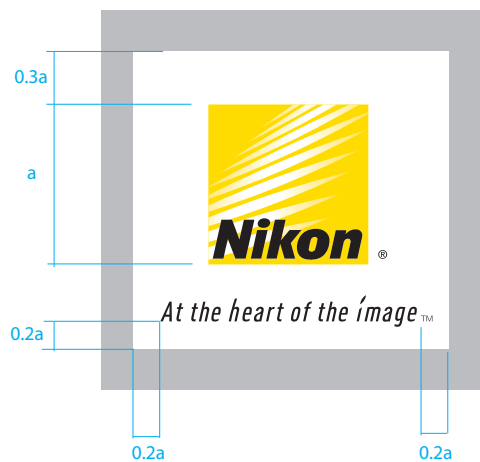
Sin embargo, esta norma puede no ser aplicable para aplicaciones en 3D.



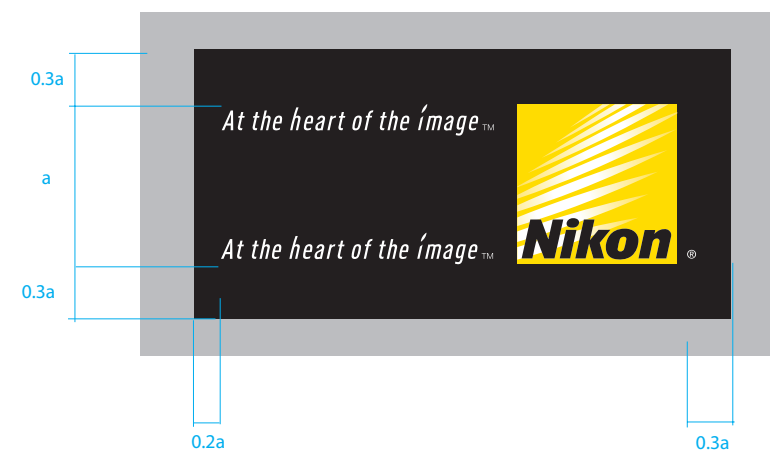
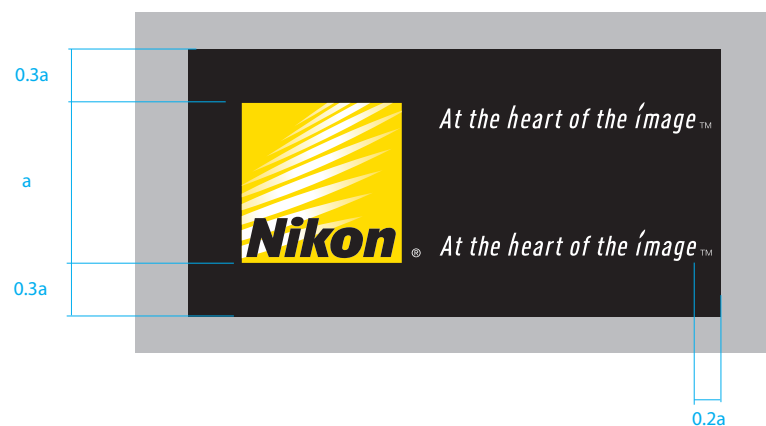
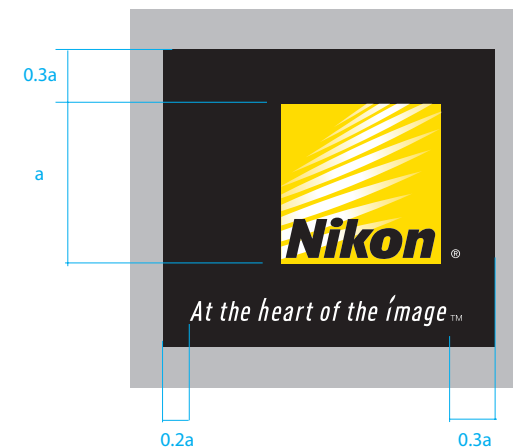
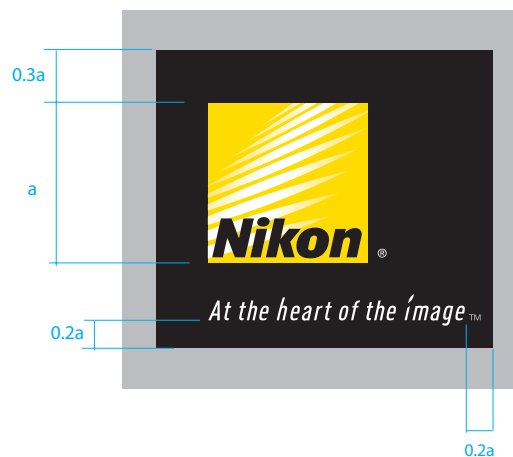
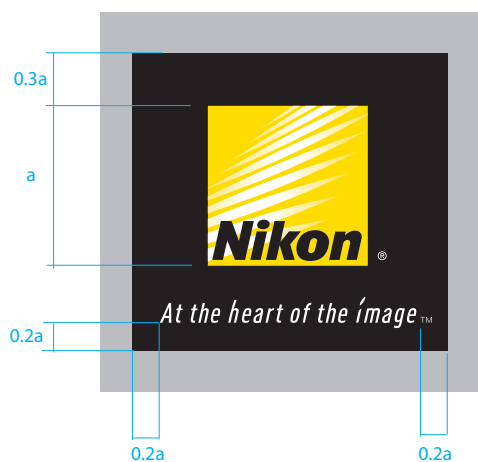
En la versión con contorno, el tamaño del espacio o aire, que debe tener el isologotipo, se mide excluyendo el contorno blanco.



El espacio del logo en la superficie corresponde a 0,3 de la medida de lado del logo.
 A continuación se presentan los ejemplos correspondientes, junto a las posiciones permitidas, sobre fondo blanco.

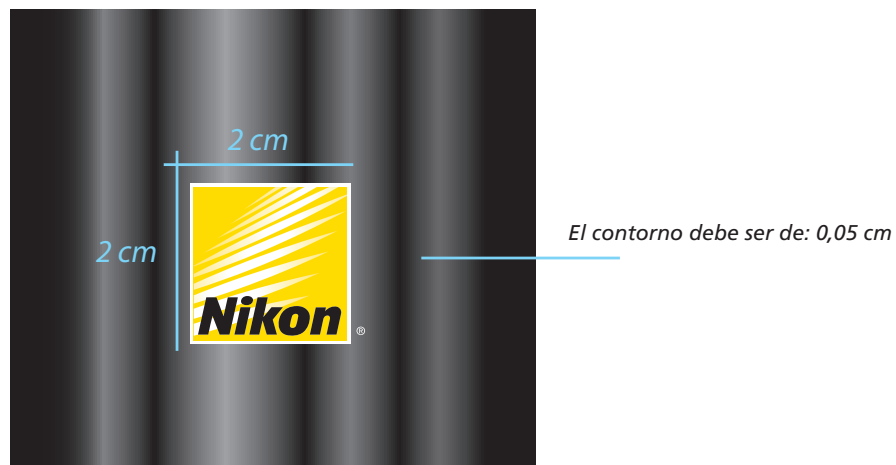


El espacio del logo en la superficie corresponde a 0,3 de la medida de lado del logo.
 A continuación se presentan los ejemplos correspondientes, junto a las posiciones permitidas, sobre fondo negro.



El logo amarillo de Nikon lleva eventualmente un contorno blanco, cuando hay posibilidades que el logo se confunda, diluya o mimetice con el color de fondo, o cuando el fondo tiene una estructura o detalles que puedan confundir.

Ancho del contorno blanco: 0,025 del tamaño de lado del logo amarillo (ambos lados son iguales dado que el logo es un cuadrado). Ejemplo: Si el lado es de 2 cm, el contorno blanco debe ser de 0,05 cm.



Esta disponible una versión del logo amarillo oficial, perfilado con un contorno blanco. La cual se debe usar en situaciones donde el fondo de color hace difícil de discernir el símbolo de la marca. No se aplica en el caso en que el fondo es un pleno blanco o negro, u otro fondo, cuya densidad, textura y/o color compita o conflictue con el logo amarillo.



Se muestra a continuación el slogan de la marca Nikon.
Cuando la marca se utiliza en publicidad, promoción de ventas, y otros tipos de medios de comunicación, deberá figurar con igual tipo de letra y estilo que se muestra en esta página.
En principio, el slogan debe aplicarse integrado al isologotipo y no al logotipo Nikon.
La aplicación del slogan se debe realizar solo en color blanco o negro, según el soporte a imprimir.

At the heart of the image™

Integración de isologotipo y slogan



At the heart of the image™

Mínimo tamaño

Versión full color en degradee

10 mm



At the heart of the image™

Versión blanco y negro en degradee

14 mm



At the heart of the image™

Versión sólida full color

10 mm



At the heart of the image™

Versión sólida en blanco y negro

12 mm



At the heart of the image™

En la siguiente tabla se muestran las aplicaciones permitidas y no permitidas para el uso del slogan.

El slogan no debe ser aplicado en artículos corporativos. Tampoco debe ser aplicado en casos de no visualizarse correctamente

Permitido No permitido

Items		<i>At the heart of the ímage</i> ™
Artículos Corporativos	Tarjetas de visita	<input checked="" type="checkbox"/>
	Sobres	<input checked="" type="checkbox"/>
	Membrete	<input checked="" type="checkbox"/>
	Vehículos	<input checked="" type="checkbox"/>
	Papel de embalar	<input checked="" type="checkbox"/>
	Bolsas de papel	<input checked="" type="checkbox"/>
	Herramientas de presentación (PowerPoint)	<input checked="" type="checkbox"/>
	Sitios web (corporativo)	<input checked="" type="checkbox"/>
Artículos Imaging Company	Notas	<input type="radio"/>
	Carteles	<input type="radio"/>
	Publicidad (revistas y periódicos)	<input type="radio"/>
	Packaging	<input checked="" type="checkbox"/>
	Bolsas de papel (Imaging Company)	<input type="radio"/>
	POP (artículo promocional - publicidad en un punto de venta)	<input type="radio"/> <i>Puede ser utilizado a discreción.</i>
	Exposiciones	<input type="radio"/> <i>Sólo podrá utilizarse si es claramente visible, y cuando se trate de lograr un valor simbólico.</i>
	Logotipos animados	<input type="radio"/>
	Sitios web (marketing)	<input type="radio"/>
	Novedades	<input type="radio"/>

Se debe mostrar el isologotipo con su símbolo comercial ®. Ubicado en la parte inferior derecha; manteniendo un tamaño proporcional al isologotipo, con un mínimo de tamaño impuesto por 24mm del isologotipo.

Si el logotipo posee un tamaño menor a 24mm, el símbolo comercial debe

mantener el tamaño impuesto a los 24mm del isologotipo.

Para el caso del slogan, el símbolo comercial corresponde a la sigla "TM" ; y debe visualizarse aplicando la misma norma, establecida en el isologotipo.

Isologotipo: 24mm o superior

Tamaño de ®: varía en proporción al tamaño del isologotipo



Isologotipo: menor a 24mm

Tamaño de ®: fijo.

Utilizar siempre, el tamaño de ®, que se usa para 24mm.



igual tamaño que para isologotipo de 24mm



igual tamaño que para isologotipo de 24mm

24mm



Versión integrada del isologotipo y su slogan



At the heart of the image™

Estos logotipos son expresiones cuidadosamente desarrolladas y son las únicas disponibles para su uso.

El Logotipo Nikon N° 1, refiere al positivo; y se utiliza para impresiones con fondos claros.

El logotipo N° 2, refiere al negativo; y se utiliza para impresiones con fondos oscuros. Mientras que la versión en degradado del isologotipo, es la preferida para garantizar la coherencia visual de la marca. El logotipo Nikon puede ser utilizado

en productos, materiales de embalaje, y en situaciones donde el mínimo de la marca supere el impuesto por estas normas.

El logotipo Nikon nunca debe ser usado para reemplazar la palabra Nikon, en un cuadro de texto. No se debe utilizar el logotipo para representar la palabra Nikon en sí.

La palabra Nikon debe presentarse con su primera letra capital en mayúsculas. No se debe escribir la palabra Nikon en su totalidad en mayúsculas. (No usar NIKON)



Nikon®

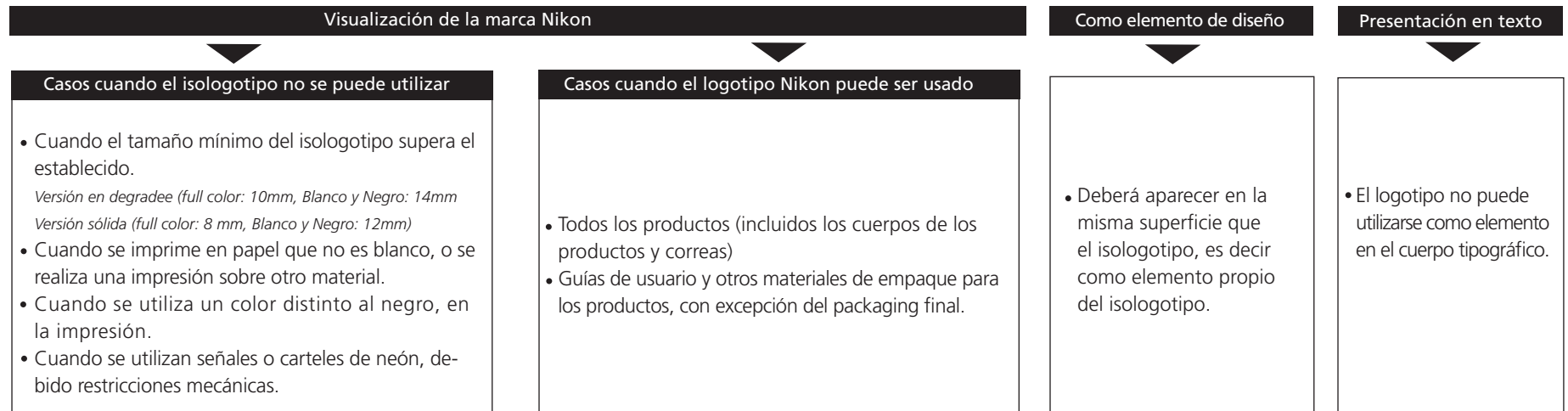


Nikon®

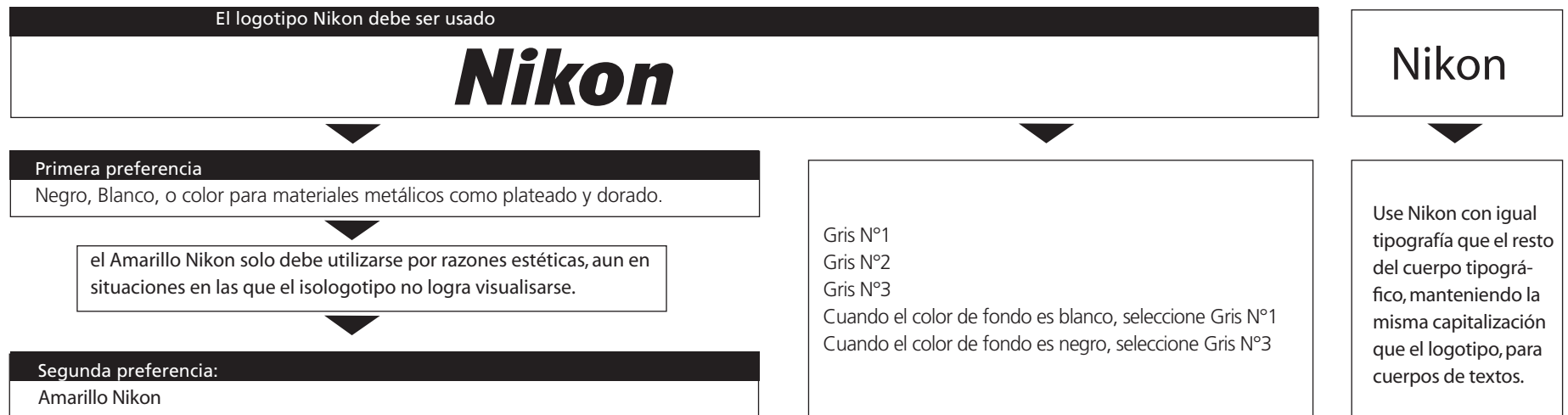
El diagrama siguiente muestra las reglas que determinan cuándo usar el isologotipo Nikon y cuando usar el logotipo Nikon.
El logotipo Nikon puede ser utilizado en casos especiales cuando el isologotipo

no logra su visualización; para tales casos utilizar el diagrama siguiente. Notar que el Amarillo Nikon, solo se usa por cuestiones estéticas.

Rango de aplicación:



Método de uso:



A continuación, se muestran ejemplos del uso de logotipos.

1. Exposición del logotipo Nikon:

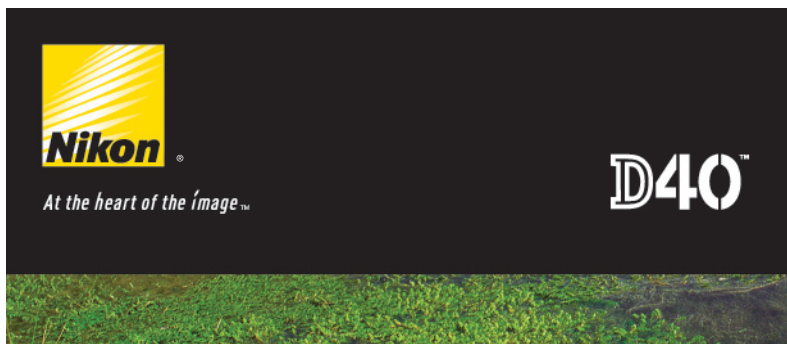
Cuando el isologotipo aparece en la superficie, el logotipo Nikon no debería mostrarse con el logotipo del producto. (Véase el ejemplo 1 que figura a continuación, presentaciones, carteles, publicidad, etc.)

Ejemplo 1:



Problema: el isologotipo Nikon aparece como elemento gráfico del isologotipo, y además aparece por segunda vez, compartiendo la superficie.

Aplicar correctamente:



Esto no se aplica cuando el logotipo del producto es presentado sin el isologotipo Nikon. (véase el ejemplo 2)

3. Cuando la marca del producto aparece en el cuerpo de texto, debe estar con el mismo tipo de letra que el texto del cuerpo, pero debe imitar el estilo de capitalización utilizado en el logotipo de su marca (ejemplo 3)

Ejemplo 2:



Ejemplo 3:

La nueva Coolpix S60 ultra-compacta, con sorprendentes características para no perder una sola foto.

Problema: COOLPIX se muestra en una combinación de mayúsculas y minúsculas, estableciendo una diferencia con su logotipo. (Esto no es correcto).

Aplicar correctamente:

La nueva COOLPIX S60 ultra-compacta, con sorprendentes características para no perder una sola foto.

Colores corporativos y tipografías		
	Color de la marca	02-001
	Color del isologotipo - Especificaciones de color	02-002
	Isologotipo – Sistema de color (Aplicación fondo / figura - Negro)	02-003
	Isologotipo – Sistema de color (Aplicación fondo / figura - Azul)	02-004
	Isologotipo – Sistema de color (Aplicación fondo / figura - Verde)	02-005
	Isologotipo – Sistema de color (Aplicación fondo / figura -Rojo)	02-006
	Isologotipo – Sistema de color (Aplicación fondo / figura -Amarillo)	02-007
	Slogan – Aplicación fondo figura	02-008
	Tipografía corporativa	02-009

Los colores de la marca Nikon han sido seleccionados con la intención de reflejar su concepto de identidad, para mantener su integridad e impacto que se dará con el uso continuo durante los años.

Estos colores juegan un papel muy importante en la expresión de la marca y son garantía de la coherencia visual, a través de su uso repetido en todas las variables de medios audiovisuales.

Los principales colores, Negro y Amarillo Nikon son los utilizados en el isologo-

tipo, y reflejan la reputación de confianza que Nikon ha construido a lo largo de los años. También hay cinco colores secundarios - blanco, gris numero 1, gris numero 2, gris numero 3, y plateado, que se utiliza para materiales metálicos. Estos colores se han establecido para complementar los colores principales y para mejorar la imagen de calidad que posee la marca.

La correcta comprensión de los colores de la marca es vital para garantizar la reproducción de color y acabado de las muestras.

Colores Principales:

Amarillo Nikon

PANTONE 109C
Tintas: Y100%+M10%
RGB: R255.G230.B0
Web/HTML: #FFE600



Negro Nikon

Color: Negro 100%
RGB: R0.G0.B0
Web/HTML: #000000



Colores Secundarios:

Blanco

RGB: R255.G255.B255
Web/HTML: #FFFFFF



Gris N°1

Pantone CoolGray 3C
Tintas: Negro 20%
RGB: R204.G204.B204
Web/HTML: #CCCCCC



Gris N°2

Pantone CoolGray 9C
Tintas: Negro 60%
RGB: R102.G102.B102
Web/HTML: #666666



Gris N°3

Pantone CoolGray 11C
Tintas: Negro 85%
RGB: R51.G51.B51
Web/HTML: #333333



Silver

Pantone 8400C



Para adaptarse a las necesidades de impresión, existen tres tipos de especificaciones de color desarrolladas para el isologotipo.
Las especificaciones de color adecuadas para lograr la deseada impresión, deben ser las siguientes:

Version en degradee

Impresión color



Impresión a 4 tintas



Impresión blanco y negro

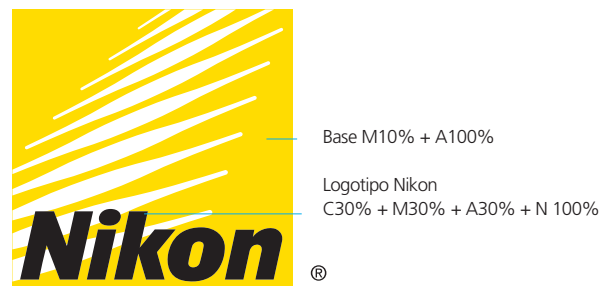


Versión sólida

Impresión color:



Impresión a 4 tintas



Impresión blanco y negro



La siguiente tabla muestra la aplicación del logotipo considerando el contraste ejercido con el color de fondo.

El gráfico ofrece la visualización del isologotipo en relación a los valores del negro al blanco, como color de fondo.

Esta tabla comprende la aplicación de ambos isologotipos versión sólida y versión en degradee. Notar en cada caso, cuando aplicar el isologotipo con su versión con contorno blanco o sin contorno.

	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Versión full color en degradee (Preferida)											
Versión blanco y negro en degradee											
Versión full color en degradee (Preferida)											
Versión blanco y negro en degradee											

La siguiente tabla muestra la aplicación del logotipo considerando el contraste ejercido con el color de fondo.

El gráfico ofrece la visualización del isologotipo en relación a los valores del azul, como color de fondo.

Esta tabla comprende la aplicación de ambos isologotipos versión sólida y versión en degradee. Notar en cada caso, cuando aplicar el isologotipo con su versión con contorno blanco o sin contorno.

	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Versión full color en degradee (Preferida)											
Versión blanco y negro en degradee											
Versión full color en degradee (Preferida)											
Versión blanco y negro en degradee											

La siguiente tabla muestra la aplicación del logotipo considerando el contraste ejercido con el color de fondo.

El gráfico ofrece la visualización del isologotipo en relación a los valores del verde, como color de fondo.

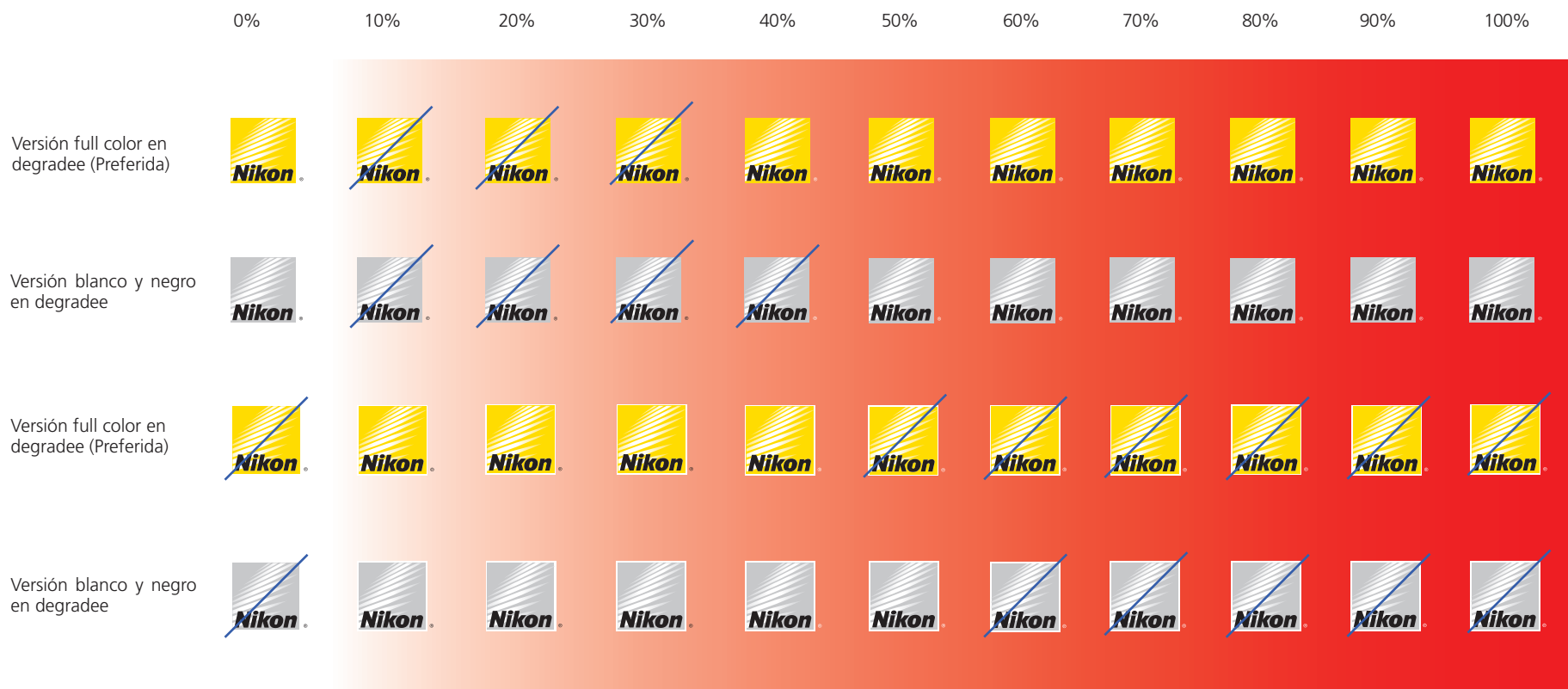
Esta tabla comprende la aplicación de ambos isologotipos versión sólida y versión en degradee. Notar en cada caso, cuando aplicar el isologotipo con su versión con contorno blanco o sin contorno.

	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Versión full color en degradee (Preferida)											
Versión blanco y negro en degradee											
Versión full color en degradee (Preferida)											
Versión blanco y negro en degradee											

La siguiente tabla muestra la aplicación del logotipo considerando el contraste ejercido con el color de fondo.

El gráfico ofrece la visualización del isologotipo en relación a los valores del rojo, como color de fondo.

Esta tabla comprende la aplicación de ambos isologotipos versión sólida y versión en degradee. Notar en cada caso, cuando aplicar el isologotipo con su versión con contorno blanco o sin contorno.



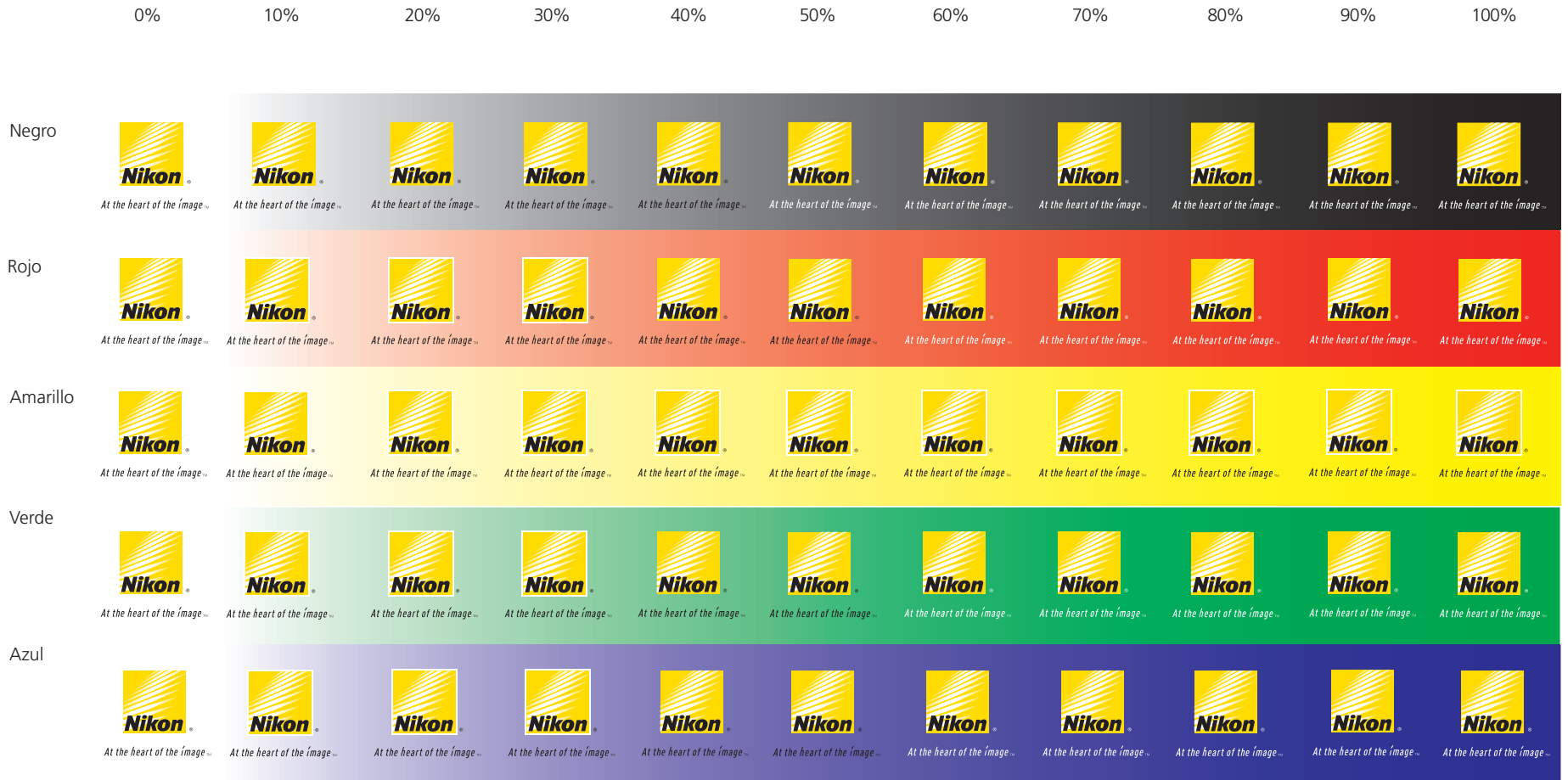
La siguiente tabla muestra la aplicación del logotipo considerando el contraste ejercido con el color de fondo.

El gráfico ofrece la visualización del isologotipo en relación a los valores del amarillo, como color de fondo.

Esta tabla comprende la aplicación de ambos isologotipos versión sólida y versión en degradee. Notar en cada caso, cuando aplicar el isologotipo con su versión con contorno blanco o sin contorno.

	0%	10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	90%	100%
Versión full color en degradee (Preferida)											
Versión blanco y negro en degradee											
Versión full color en degradee (Preferida)											
Versión blanco y negro en degradee											

El uso del slogan varía en función de los colores de fondo. A continuación se muestran sus usos permitidos: positivo o negativo, según cada circunstancia. Notar en cada caso, cuando aplicar el isotipo con su versión con contorno blanco o sin contorno.



A continuación, se muestran dos familias tipográficas seleccionadas para el uso de texto en la comunicación corporativa Nikon.
Estas tipografías deben utilizarse con la mayor frecuencia posible, en todas las aplicaciones, papelería, nombres, direcciones y todo tipo de artículo que se verá fuera de la empresa.

Familia Frutiger

ABCDEFGHIJKLMnñoqrstuvwxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMnñoqrstuvwxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMnñoqrstuvwxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMnñoqrstuvwxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMnñoqrstuvwxyz1234567890

Familia Times

ABCDEFGHIJKLMnñoqrstuvwxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMnñoqrstuvwxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMnñoqrstuvwxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMnñoqrstuvwxyz1234567890
ABCDEFGHIJKLMnñoqrstuvwxyz1234567890

Papelería de oficina y tarjetas de visita

Papel carta con membrete - Tamaño A4

04-001-a

Sobre bolsa catálogo - Tamaño 25 x 35,5 cm

04-002-a

Sobre americano - Tamaño 23,5 x 12 cm

04-003-a

Tarjeta de visita - Presidente y Vicepresidente

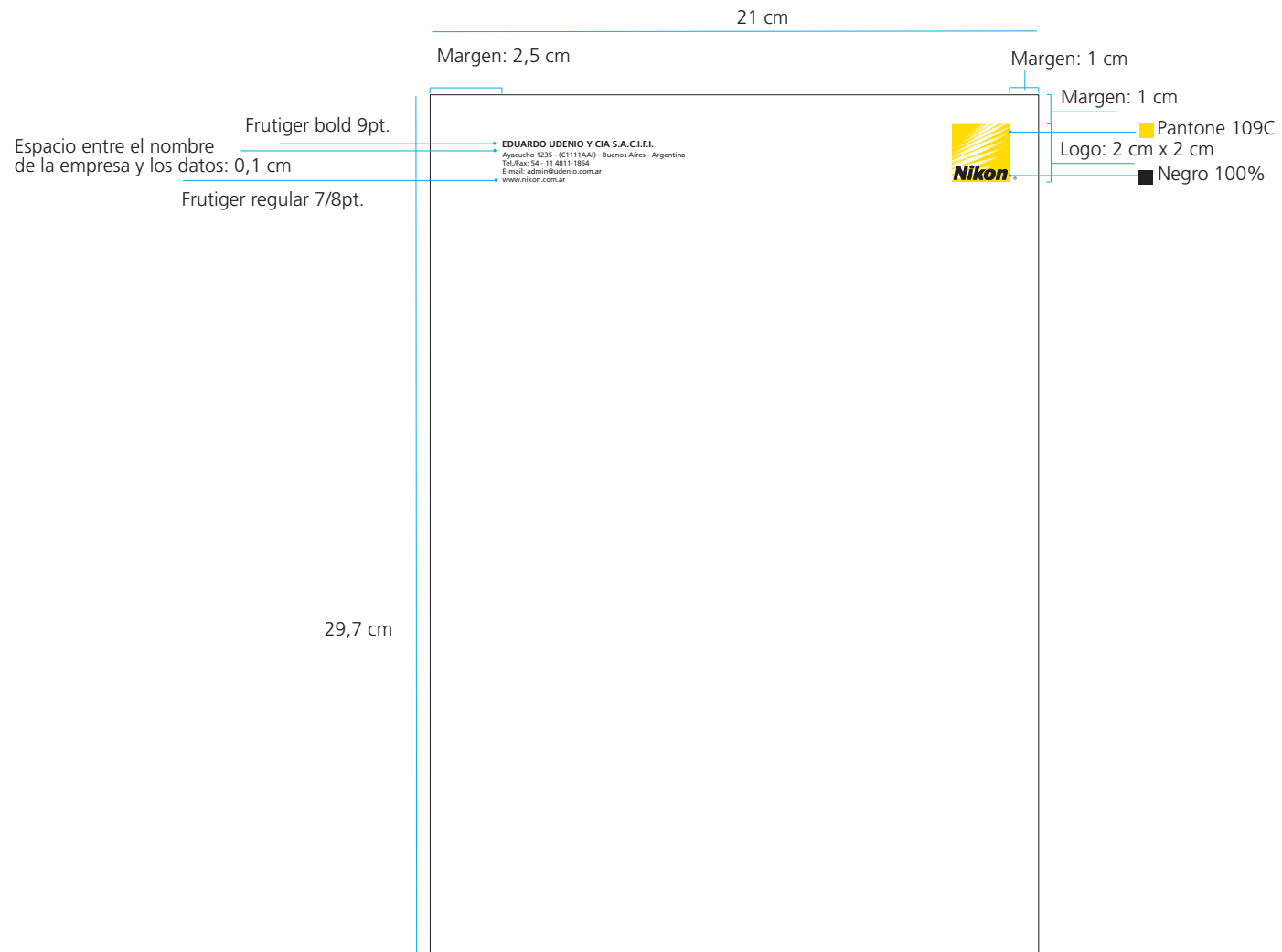
04-004-a

Tarjeta de visita - Personal de la empresa

04-005-a

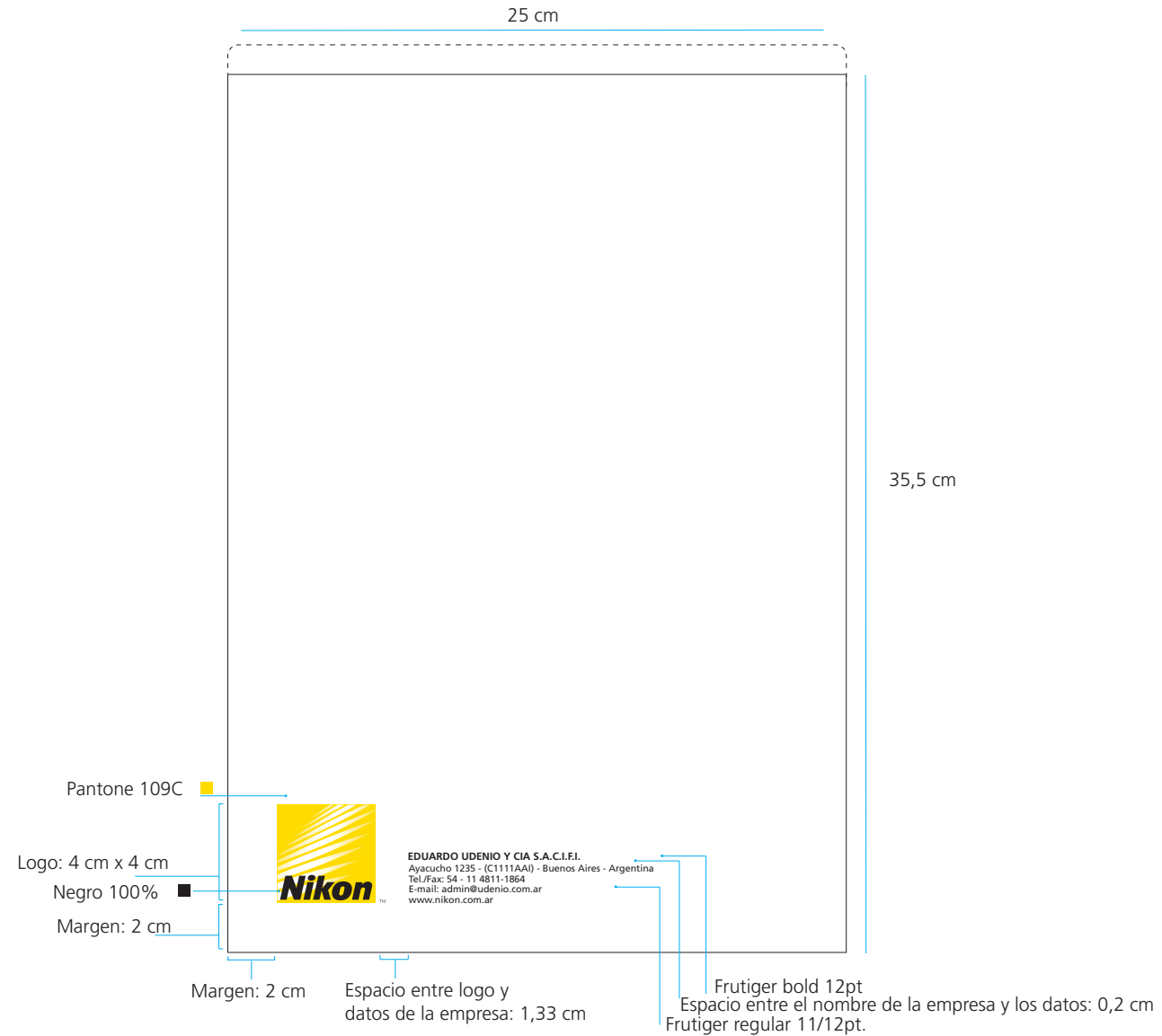
Todas las indicaciones deben ser respetadas, para cumplir con las normas que la marca Nikon posee.

Todos los originales, son entregados y diseñados con esta normativa; los cuales no podrán modificarse sin previa consulta.



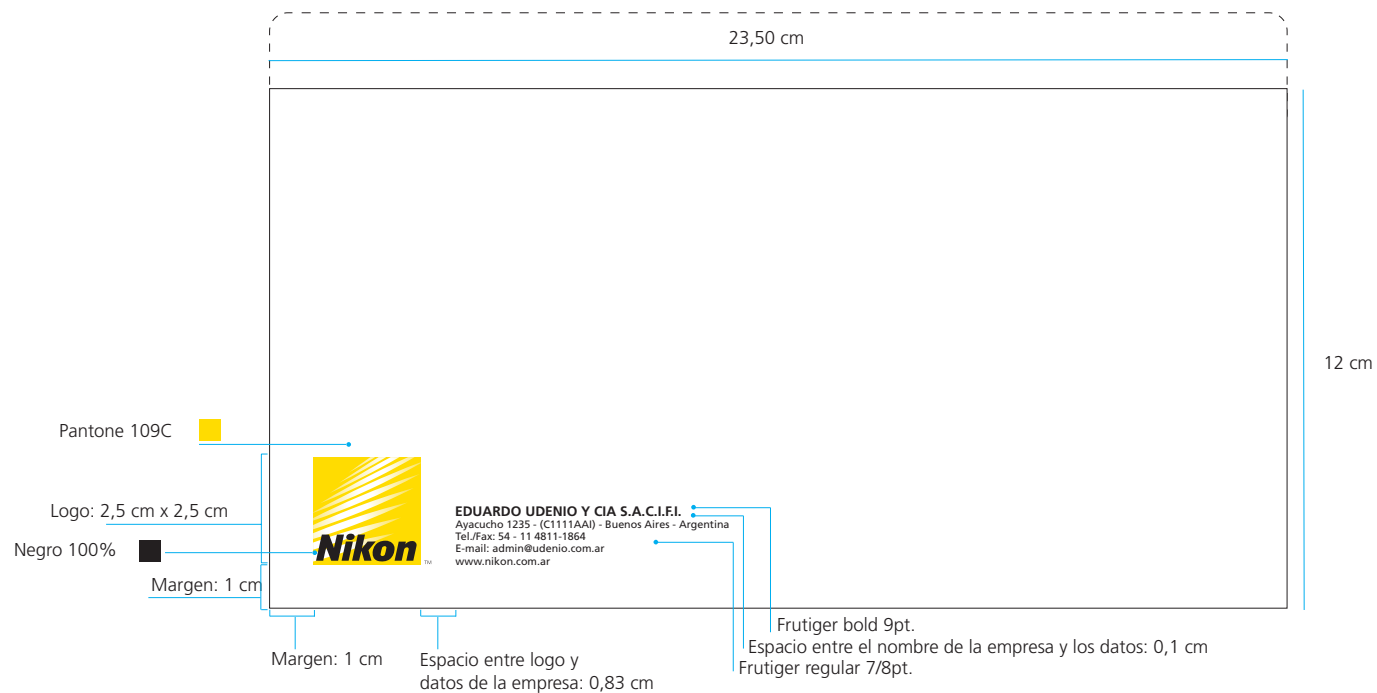
Todas las indicaciones deben ser respetadas, para cumplir con las normas que la marca Nikon posee.

Todos los originales, son entregados y diseñados con esta normativa; los cuales no podrán modificarse sin previa consulta.



Todas las indicaciones deben ser respetadas, para cumplir con las normas que la marca Nikon posee.

Todos los originales, son entregados y diseñados con esta normativa; los cuales no podrán modificarse sin previa consulta.



Existen dos versiones de tarjetas de visita para el presidente y vicepresidente del Grupo Udenio; una clásica y otra con los países que representan.

La tarjeta de vista clásica, se compone por:

Logotipo Nikon (impresión en relieve o cúneo seco)

Nombre: tipografía Frutiger Regular, 14pt.

Cargo: Frutiger Regular, 5,5pt / 7pt. en mayúsculas.

El Nombre y cargo del presidente debe centrarse en el plano de la tarjeta, alineado a la derecha.

El nombre de la empresa: Frutiger Bold 6pt.

La dirección, etc: Frutiger Regular, 5pt / 6pt.

Los números: 5.5pt.

Tamaño: 91mm x55mm.

La tarjeta de visita con la descripción de países, se compone por:

Logotipo Nikon (impresión en relieve o cúneo seco)

Nombre: tipografía Frutiger Regular, 14pt.

Cargo: Frutiger Regular, 5,5pt / 7pt.

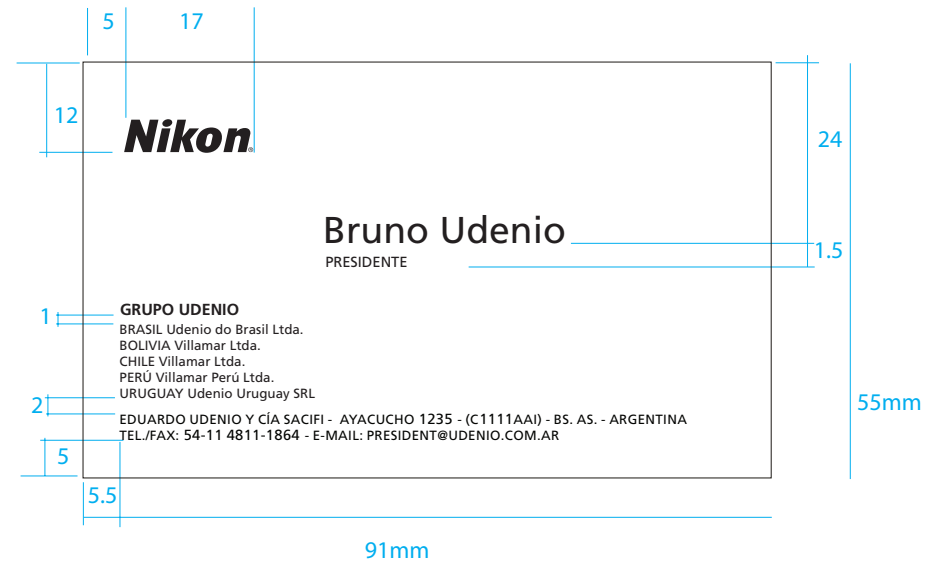
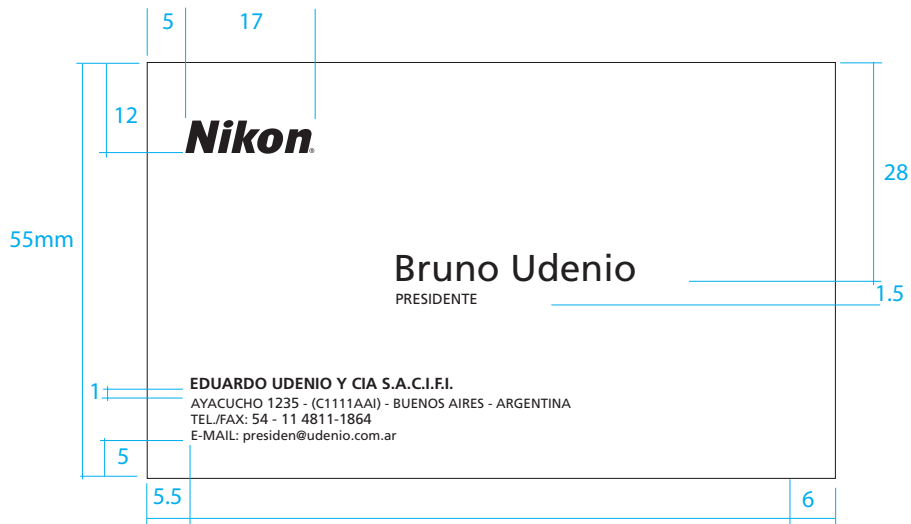
El Nombre y cargo del presidente debe centrarse en el plano de la tarjeta, alineado a la derecha.

El nombre de la empresa: Frutiger Bold 6pt.

La dirección, etc: Frutiger Regular, 5pt / 6pt.

Los números: 5.5pt.

Tamaño: 91mm x55mm.



Existen dos tipos de tarjeta de visita, para el personal de Nikon Argentina; una remite al personal institucional, y la otra es para el personal de locales. La tarjeta de visita institucional, se compone: Isologotipo Nikon.

Nombre: tipografía Frutiger Regular, 12pt.

Cargo: Frutiger Regular, 5,5pt / 7pt. en minúsculas.

El Nombre y cargo centrado en el plano de la tarjeta, alineado a la derecha.

El nombre de la empresa: Frutiger Bold 6pt.

La dirección, etc: Frutiger Regular, 5pt / 6pt.

Los números: 5.5pt. en mayúsculas a excepción del email.

Tamaño: 90mm x50mm.

La tarjeta de visita para el personal de locales Nikon Center, se compone: Isologotipo Nikon Center.

Nombre: tipografía Frutiger Regular, 12pt.

Cargo: Frutiger Regular, 5,5pt / 7pt.

El Nombre y cargo centrado en el plano de la tarjeta, alineado a la derecha.

La dirección, etc: Frutiger Regular, 5pt / 6pt.

Los números: 5.5pt. en mayúsculas a excepción del email.

Tamaño: 90mm x50mm.

