

IMATGE CORPORATIVA

# IMATGE CORPORATIVA

QUAN PARLEM D'IMATGE CORPORATIVA DE UNA EMPRESA, ENS REFERIM A LA CONCEPCIÓ PSICOLÒGICA QUE TENIM CAP A UNA ENTITAT EN CONCRET; ÉS A DIR, SI UNA EMPRESA ENS PAREIX BONA, SI TÉ UNA CORRECTA ATENCIÓ AL CLIENT, SI COMUNICA BÉ L'INFORMACIÓ QUE VOL FER ARRIBAR AL CLIENT... HO PODRÍEM DEFINIR COM A L'ACTITUD QUE MOSTRA AQUESTA EMPRESA EN RELACIÓ ALS VALORS QUE PRETEN REPRESENTAR.

EN LA IMATGE CORPORATIVA INTERVENEN DOS CONCEPTES:

**ACTITUD EMPRESARIAL DELS COMPONENTS DE LA ENTITAT**  
+  
**IDENTITAT CORPORATIVA**

SI UN D'AQUESTS DOS ELEMENTS QUE COMPONEN LA FÓRMULA FALLA, AQUESTA EMPRESA TÉ UNA MALA IMATGE CORPORATIVA.

.....

## IDENTITAT CORPORATIVA

UNA ENTITAT, SIGUI UNA EMPRESA O UNA INSTITUCIÓ, NECESSITA UNA RAÓ DE SER. UN NOM. AQUEST ÉS L'INICI DE TOT. EL NOM HA DE SER ATRACTIU I CAPAÇ DE QUEDAR EN LA MENT DEL RECEPTOR, CLIENT O NO. PER A COMPLIR AMB AQUEST OBJECTIU S'EMPREN UNES ESTRIS VISUALS I PSICOLÒGIQUES QUE PRETENEN INCIDIR EN EL SUBCONSCIENT DEL RECEPTOR, PER TAL DE SER RECORDADA, TAL VEGADA DESITJADA PER AIXÍ ACONSEGUIR LA FIDELITZACIÓ.

PARLAM D'IDENTITAT CORPORATIVA QUAN COMBINAM LA IDENTITAT VERBAL (EL NOM) AMB LA IDENTITAT VISUAL (LA MARCA MÉS ELS CÒDICS DE CONDUCTA).  
LA MARCA (LOGOTIP) EN COMBINACIÓ AMB EL COLOR, LA TIPOGRAFIA Y LA FORMA DE COMUNICAR-LA, OBTENIM LA FÓRMULA DE LA IDENTITAT CORPORATIVA:

**IDENTITAT VERBAL + IDENTITAT VISUAL**  
**=**  
**IDENTITAT CORPORATIVA**

# MARCA CORPORATIVA

ÉS EL SIGNE D'IDENTITAT DE LA EMPRESA, CAPAÇ DE TRANSMETRE L'ACTIVITAT, ELS VALORS I ELS OBJECTIUS D'UNA EMPRESA.

LA MARCA ESTÀ FORMADA PER:

1.- EL LOGOTIP

2.- ISOTIP

3.- DESCRIPCIÓ DE LA MARCA

4.- CLAIM

.....



# LOGOTIP

EL LOGOTIP, ABREVIAT COM A LOGO, ÉS EL SIGNE GRÀFIC, DISTINTIU O EMBLEMA UTILITZAT PER ENTITATS COMERCIALS, ORGANITZACIONS O INDIVIDUS AMB L'OBJECTIU DE FACILITAR O PROMOURE EL RECONeixEMENT PÚBLIC INSTANTANI D'UN PRODUCTE, SERVEI O EMPRESA.

HISTÒRICAMENT ELS ARTESANS, RAMADERS, IMPRESSORS...JA TENIEN EL SEU SIGNE GRÀFIC PER A SENYALAR LA SEVA AUTORIA, PROPIETAT...

ELS LOGOTIPS PODEN SER REPRESENTACIONALS, ABSTRACTES, TIPOGRÀFICS O UNA COMBINACIÓ D'AQUESTS PER MITJÀ D'UNA COMPOSICIÓ D'IMATGES (SÍMBOLS O ICONES) I/O TEXT QUE INCLOGUI EL NOM DE L'ORGANITZACIÓ. QUAN UN LOGOTIP NOMÉS DISPOSA DE TIPOGRAFIA REP EL NOM DE MONOGRAMA O TIPOGRÀFIC.

# LOGOTIP

PER A QUÈ UN LOGOTIP RESULTI CONGRUENT I EXITÓS HA DE RESPONDRE A UN DELS PRINCIPIS FONAMENTALS DEL DISSENY, QUE ÉS EL “MENYS ÉS MÉS”.

UN LOGOTIP HA DE SER:

## LLEGIBLE

INCLÚS EN LA MESURA MÉS PETITA.

## ESCALABLE

A QUALEVOL MESURA REQUERIDA.

## REPRODUÏBLE

SENSE REESTRICCIIONS MATERIALS.

## DISTINGUIBLE

SOBRE QUALEVOL SUPORT I FONDS, EN POSITIU I EN NEGATIU.

## MEMORABLE

HA D'IMPACTAR I SER RECORDAT.

.....

## ISOTIP

ÉS L'ELEMENT GRÀFIC QUE ACOMPANYA AL NOM DE LA MARCA. EL SEU OBJECTIU ÉS DONAR A ENTENDRE LA IDEA GLOBAL. ES PER TANT MOLT IMPORTANT COM A SUPORT AL NOM DE LA MARCA.

HI HA MOLTS ELEMENTS GRÀFICS QUE PER ELLS MATEIXOS SENSE EL NOM DE LA MARCA ÉS RECONeixEN I COMUNIQUEN.



## DESCRIPTOR DE LA MARCA

ÉS EL TEXT QUE ACOMPANYA AL NOM DE LA MARCA I QUE SERVEIX PER INDICAR LA ACTIVITAT A QUE ES DEDICA L'ENTITAT A LA QUAL REPRESENTA.

S'EMPRA, NORMALMENT, EN EMPRESES NOVES PER AJUDAR A LA COMPRENSIÓ DEL LOGOTIP I A LA SEVA ACCEPTACIÓ.

UNA VEGADA L'EMPRESA ESTÀ ESTABLER-TA ES POT PRESCINDIR D'AQUEST COMPONENT.



## CLAIM

ÉS UNA SENTÈNCIA O MISSATGE BREU PERÒ MOLT ENCERTAT QUE ACOMPANYA EL LOGOTIP. AFIRMA LA PERSONALITAT I L'ACTITUD DE LA MARCA.

EL CLAIM HA DE REFLECTIR DE MANERA DIFERENCIAL I SENZILLA L'ADN DE LA MARCA.

**NOKIA**  
Connecting People

## COLORS CORPORATIUS

ELS COLORS CORPORATIUS SÓN TAMBÉ UNA PART IMPORTANT DE LA IDENTITAT CORPORATIVA.

ELS COLOR TENEN UNA INFLUÈNCIA PSICOLÒGICA SOBRE NOSALTRES. ENS PODEN AFECTAR PER BÉ O PER MALAMENT. PER TANT, EN RELACIÓ AL QUE ENS INTERESSA TRANSMETRE, LA NOSTRA MARCA EMPRARÀ UNS COLORS O ALTRES.



## TIPOGRAFIA

L'ELECCIÓ DE LA TIPOGRAFIA, TAMBÉ COHERENT AMB LA FILOSOFIA DE LA EMPRESA, ÉS VITAL, HEM DE TENIR EN COMPTE QUE LA TIPOGRAFIA SERÀ L'ENCARREGADA DE COMUNICAR A L'EXTERIOR TOT EL REFERENT A LA NOSTRA ACTIVITAT.

NO TENIR EN COMPTE AQUEST ELEMENT L'EMPRESA POT MOSTRAR INCOHERÈNCIA I NO SER BEN REBUDA PEL CONSUMIDOR.

## LOGOTIPS





## LOGOTIPS



## LOGOTIPS



## LOGOTIPS



## LOGOTIPS



# BRANDING

AQUEST ANGLICISME BÀSICAMENT VOL DIR FER MARCA.

ÉS UNA MICA EL CONJUNT DE TOTS ELS CONCEPTES QUE HEM MOSTRAT FINS ARA A MÉS D'ALTRES AMB ELS QUALS COMPTE L'EMPRESA, COM PODEN SER HUMANS, TÈCNICS, TECNOLÒGICS...

EN EL MÓN DEL MARQUETING S'EMPREN TOTS AQUESTS COMPONENTS, D'UNA MANERA ESTRATÈGICA, PER DONAR A CONÈIXER MÉS LA MARCA I REFORÇAR LA SEVA IMATGE.

DEL BRANDING, EL QUE A NOSALTRES ENS INTERESSA ÉS:

DEFINIR LA **LÍNIA DE DISSENY** A SEGUIR

## **APLICACIÓ DE LA MARCA**

EN ELS DISTINTS SUPORTS EMPRATS DIARIAMENT EN L'ACTIVITAT DE LA NOSTRA EMPRESA.

**RETOLACIÓ** I **SENYALITZACIÓ** INTERIOR I EXTERIOR.

LA **COMUNICACIÓ** PER MITJÀ D'ANUNCIS I LA MANERA AMB LA QUAL ELS DIFONDREM.

LA **WEB** I LES **XARXES SOCIALS** COM A MITJÀ PER INFORMAR I INTERACTUAR AMB ELS CLIENTS O POTENCIALS CLIENTS.

.....

## **LÍNIA DE DISSENY**

UNA MARCA SEMPRE HA DE TIENIR UNA LÍNIA DE DISSENY DEFINIDA LA QUAL SEMPRE RESPECTAREM PER TAL DE FACILITAR EL RECONeixEMENT PER PART DEL RECEPTOR.

### **TRANSPARÈNCIA EN LA COMUNICACIÓ.**

EL DISSENY HA DE TRANSMETRE AMB CLARETAT EL QUE LA MARCA REPRESENTA.

### **SENZILLESA**

SEMPRE ÉS MILLOR PER INTERPRETAR EL MISSATGE.

### **PERSONALITAT I IDENTITAT**

EL DISSENY HA DE SER ÚNIC, RELLEVANT I DE BON IMPACTE VISUAL.

### **CONSISTÈNCIA**

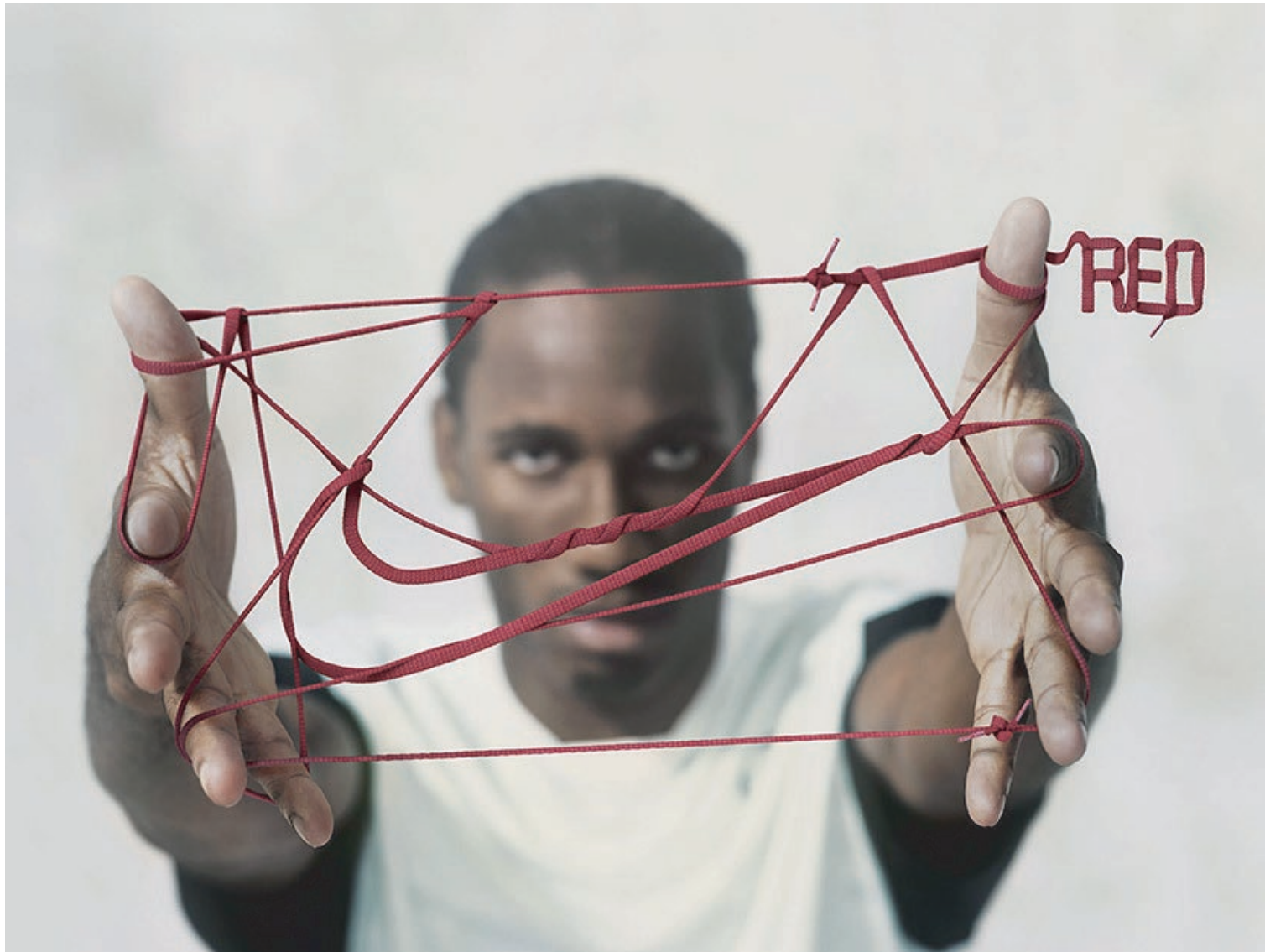
ELS ELEMENTS VISUALS HAN D'OFERIR FLEXIBILITAT D'APLICACIÓ EN DIVERSOS SUPORTS O SUPERFÍCIES, PER TAL DE NO PERDRE LA SEVA ESSÈNCIA PRIMÀRIA.

.....

## LÍNIA DE DISSENY

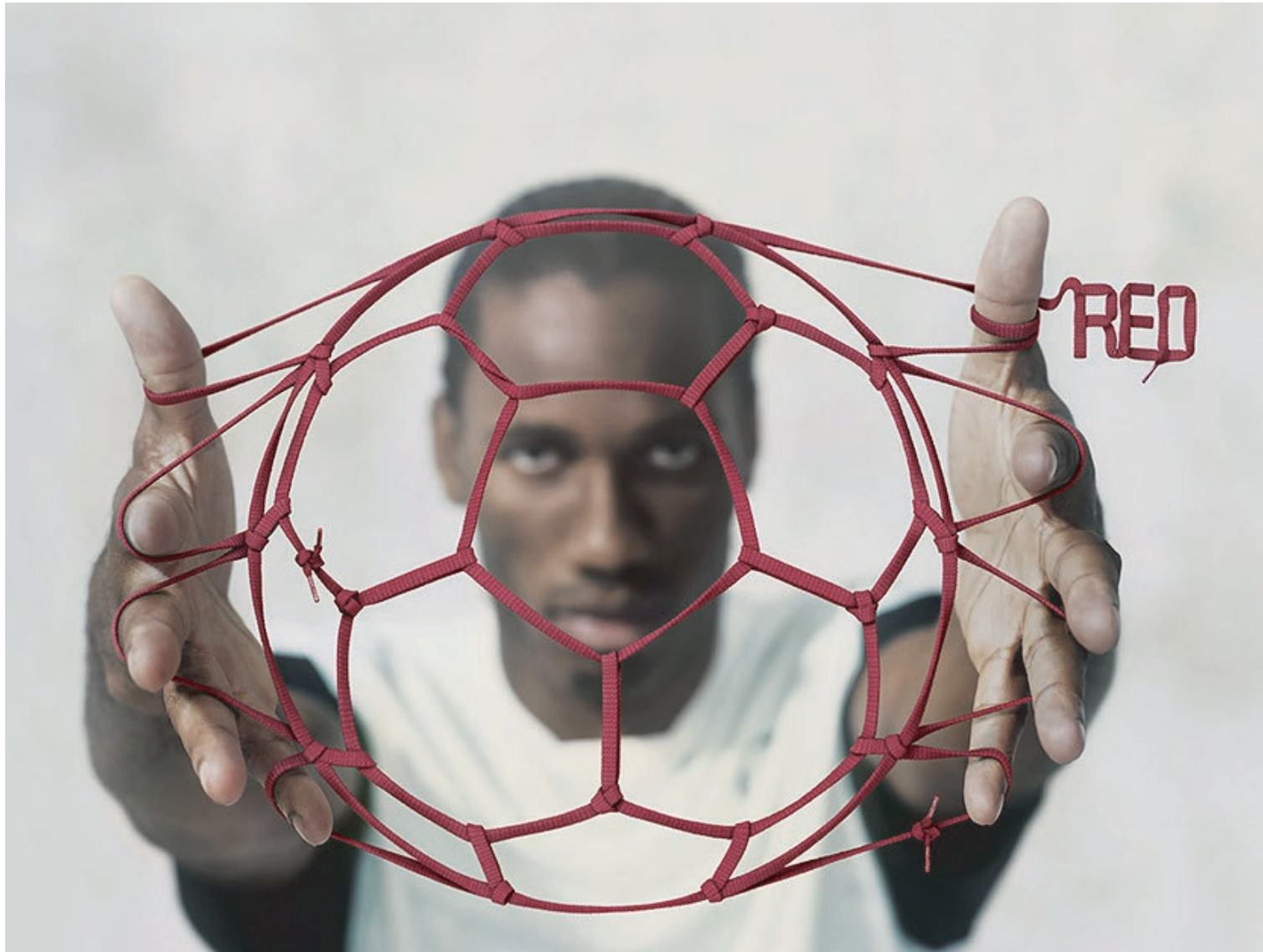
LACE UP  
SAVE LIVES

## LÍNIA DE DISSENY





## LÍNIA DE DISSENY



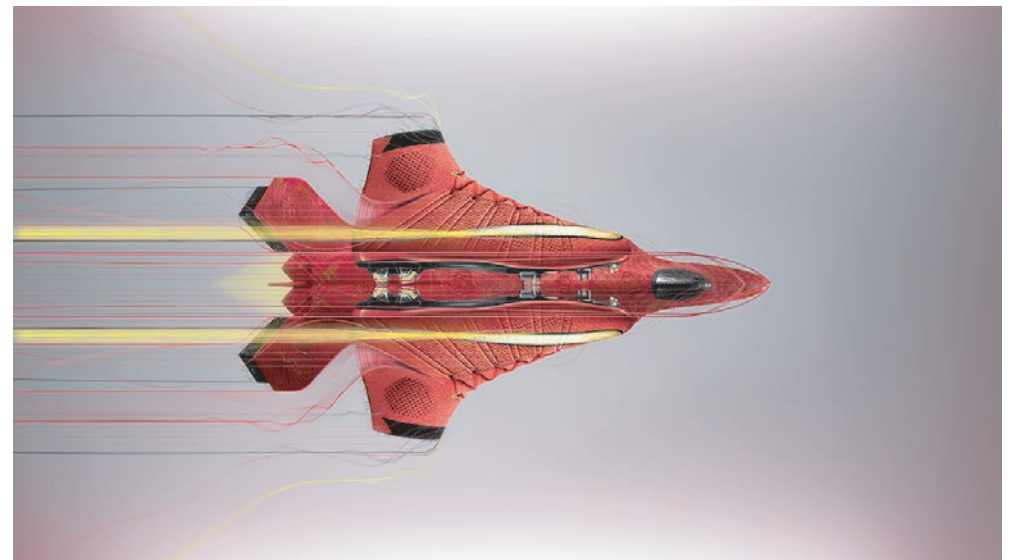


## LÍNIA DE DISSENY





## LÍNIA DE DISSENY



## APLICACIÓ DE LA MARCA

LA NOSTRA MARCA S'HA DE DIFONDRE, PER DONAR-SE A CONEIXER O PER MANTENIR-SE EN EL PENSAMENT DELS CLIENTS. UNA BONA MANERA PER FER-HO ÉS MITJANÇANT ELS ELEMENTS QUE EMPRAM PER DESENVOLUPAR LA L'ACTIVITAT COMERCIAL DE L'EMPRESA.

TARGETES COMERCIALS · FULLETS · BOSSES · PAPER PER EMBOLICAR · TIQUETS · FACTURES  
PRENDES DE VESTIR · OBJECTES DE REGAL

...

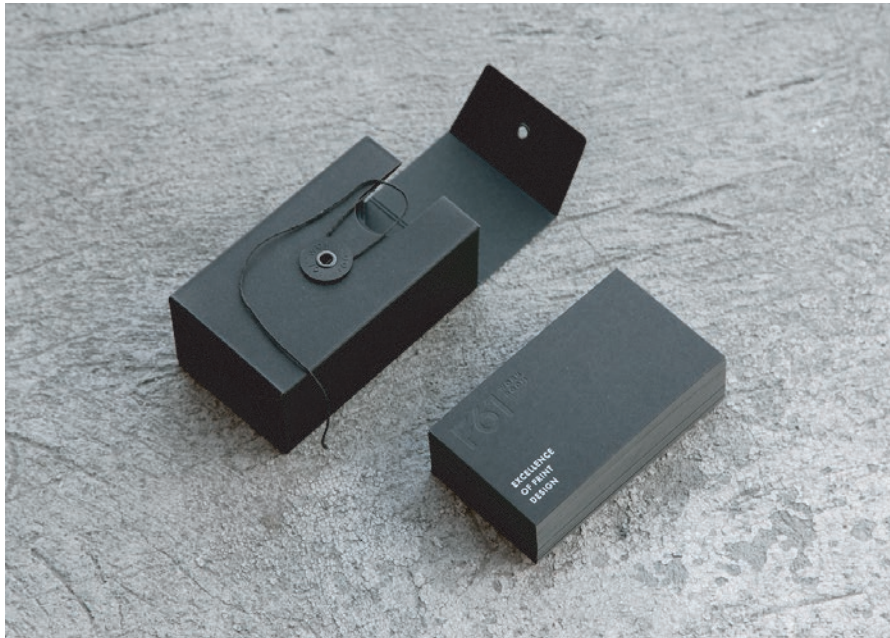


## APLICACIÓ DE LA MARCA





## APLICACIÓ DE LA MARCA



## APLICACIÓ DE LA MARCA





## APLICACIÓ DE LA MARCA









# APLICACIÓ DE LA MARCA



## APLICACIÓ DE LA MARCA





## APLICACIÓ DE LA MARCA







## APLICACIÓ DE LA MARCA



## APLICACIÓ DE LA MARCA



# RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ

## EXTERIOR

LA IMATGE EXTERIOR DE L'ESTABLIMENT ÉS MOLT IMPORTANT A CAUSA DE REFLECTIR LA PERSONALITAT I L'ESTIL DEL COMERÇ. S'HAN DE PLANIFICAR I PENSAR DETINGUDAMENT LES SEVES CARACTERÍSTIQUES.

LA VISIBILITAT DES DE L'EXTERIOR HA DE SER BONA, ÉS UNA FACTOR CLAU PER A L'ÈXIT D'UN COMERÇ. HA DE CAPTAR L'ATENCIÓ DELS POTENCIALS CLIENTS. AIXÒ HO PODREM ACONSEGUIR PER MITJÀ DE DIVERSOS ELEMENTS : UN BON DISSENY PERSONALITZAT DE LA FAÇANA, UNS RÈTOLS ADEQUATS I UN APARADOR QUE CRIDI L'ATENCIÓ DELS VIANANTS.

.....

# RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ

## FAÇANA

ÉS LA PART FRONTAL DE LA TENDA, LA PORTADA. LA SEVA FUNCIÓ ÉS PROJECTAR LA IMATGE DE L'ESTABLIMENT A LES PERSONES QUE PASSIN PEL DAVANT. PER AQUEST MOTIU S'HAN DE CUIDAR BÉ ELS DETALLS I SER CONSCIENT DE LA SEVA IMPORTÀNCIA. ÉS UNA MOLT BONA EINA PER A CAPTAR L'ATENCIÓ DE POSSIBLES NOUS CLIENTS.

## RÈTOL

PERMETRÀ IDENTIFICAR L'ESTABLIMENT MITJANÇANT UN NOM, LOGOTIP O SÍMBOL, D'ACORD I EN RELACIÓ AMB LA IMATGE QUE ES VOL TRANSMETRE.

ELEMENT IDENTIFICATIU QUE DIFERENCIARÀ EL NEGOCI DELS ALTRES. EL SEU DISSENY S'HA DE REALITZAR TENINT EN MENT LA IMPRESSIÓ QUE VOLEM DONAR AL PÚBLIC. ÉS NECESSARI QUE EL QUE ENTRA EN JOC EN LA SEVA COMPOSICIÓ: FORMES, COLORS, SÍMBOLS, SIGNES...ESTIGUIN EN RELACIÓ AMB LA IDENTITAT CORPORATIVA DEL NEGOCI.

COM A PRIMER GRAN RECLAM DEL PUNT DE VENDA, HA D'ESTAR SITUAT A UNA ALTURA ADEQUADA, VISIBLE I DES DE ELS MÀXIMS PUNTS DE VISTA POSSIBLES. LLEGIBILITAT, COLORACIÓ I LLUMINOSITAT BEN RESOLTES.

.....



# RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ

## ENTRADA

HI HA MOLTS TIPUS D'ENTRADES. INDEPENDENTMENT DE LA QUE S'ESCOLLEIXI S'HA DE TENIR EN COMPTE EL SEU OBJECTIU PRINCIPAL, CONVIDAR A PASSAR EL CLIENT I FACILITAR-LI L'ACCÉS. HAN DE SER DE FÀCIL OBERTURA, AMPLIA I LLIURES DE QUALSEVOL OBSTACLE.

LA SEVA UBICACIÓ A LA FAÇANA VA CONDICIONADA A LA CIRCULACIÓ NATURAL DELS CLIENTS DINS L'ESTABLIMENT. TENINT EN COMPTE QUE LA CIRCULACIÓ DINS UN ESPAI DE VENDA ACOSTUMA A SER DE DRETA A ESQUERRA, LA MILLOR OPCió ÉS SITUAR-LA A LA PART DRETA.

ELS VIDRES DE LES PORTES D'ENTRADA, ELS VIDRES DE LES FINESTRES O DELS APARADORS TAMBÉ SÓN UN BON LLOC PER POSAR-HI LA MARCA O INFORMACIÓ, SEMPRE AMB CURA DE NO ESTORBAR LA SEVA FUNCió PRINCIPAL.

## APARADOR

ÉS EL PUNT DE COMUNICACIÓ PRINCIPAL AMB EL QUAL ATRAUREM ELS CLIENTS CAP EL NOSTRE ESTABLIMENT. HO PODRÍEM CONSIDERAR COM A UN BON VENEDOR, VEN SENSE DESCANS LES 24H. DEL DIA. EL SEU CONTINGUT HA DE CRIDAR L'ATENCIÓ DE QUI PASSA PER DAVANT EN UN ESPAI MOLT CURT DE TEMPS.

ELS APARADORS BÀSICAMENT PRETENEN: INFORMAR DEL QUE ES VEN I INDIR AL CLIENT A ENTRAR.

.....

# RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ

## INTERIOR

LA MARCA HA D'ESTAR PRESENT TAMBÉ A L'INTERIOR.  
S'HA D'UBICAR A LLOCS ESTRATÈGICS I DONAR-LI MOLTA IMPORTÀNCIA.

A L'ENTRADA, A LA RECEPCIÓ, A UN PANELL D'ATENCIÓ, EN EL PARAMENT PRINCIPAL DEL LOCAL, EN EL MOBILIARI...AQUESTS SÓN BONS LLOCS PER APLICAR LA MARCA A L'INTERIOR.

SEGUINT AMB AQUELLA MÀXIMA DEL DISSENY DE “MENYS ÉS MÉS”, VAL MÉS APLICAR-LA POQUES VEGADES PERÒ A LLOCS MOLT ENCERTATS QUE NO POSAR-LA ARREU I ACONSEGUIR UN EFECTE NEGATIU.

RESALTAR-LA AMB UNA BONA IL·LUMINACIÓ LOCALITZADA O AMB RETRO-IL·LUMINACIÓ. EMPRAR DE MANERA EFECTIVA ELS COLORS CORPORATIUS PER TAL DE POTENCIAR L'EFECTE DE LA MARCA. TAMBÉ ES POT MOSTRAR EN VOLUM, EN RELLEU...EMPRANT MATERIALS QUE SEGUEIXIN LA LÍNIA DE DISSENY QUE HEM ESCOLLIT I REPRESENTIN EL QUE A NOSALTRES ENS INTERESSA.

.....

## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ



## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ





## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ



## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ





## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ



## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ





## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ



## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ





## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ



## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ





## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ



## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ





## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ



## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ





## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ





## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ





## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ





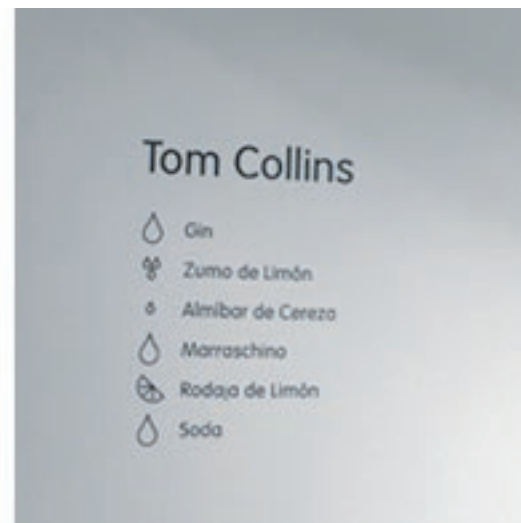
## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ



## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ



## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ





## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ



## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ





## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ





## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ



## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ



# RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ

## SENYALITZACIÓ

DINS UN ESPAI COMERCIAL PODEM TROBAR DIVERSES ÀREES I CADA UNA D'ELLES TENDRÀ UNA FUNCIÓ DIFERENT. PER INFORMAR AL CLIENT DE L'ÚS DE CADA UNA D'AQUESTES PARTS DEL LOCAL, EDIFICI...HEM D'EMPRAR LA SENYALITZACIÓ.

EN LA SENYALITZACIÓ TAMBÉ POT INTERVENIR LA MARCA I SI NO HO FA DIRECTAMENT AMB LA SEVA PRESÈNCIA HO HA DE FER AMB ELS SEUS TRETS CARACTERÍSTICS I SEGUINT LA LÍNEA DE DISSENY QUE S'HA MARCAT.

.....



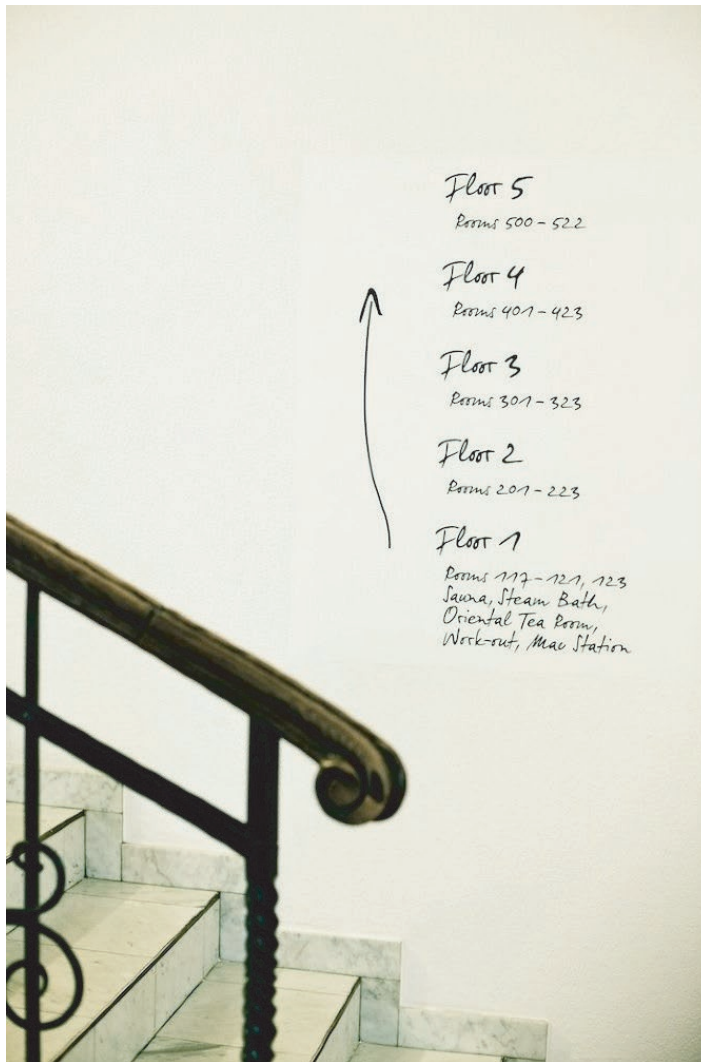
## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ



## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ

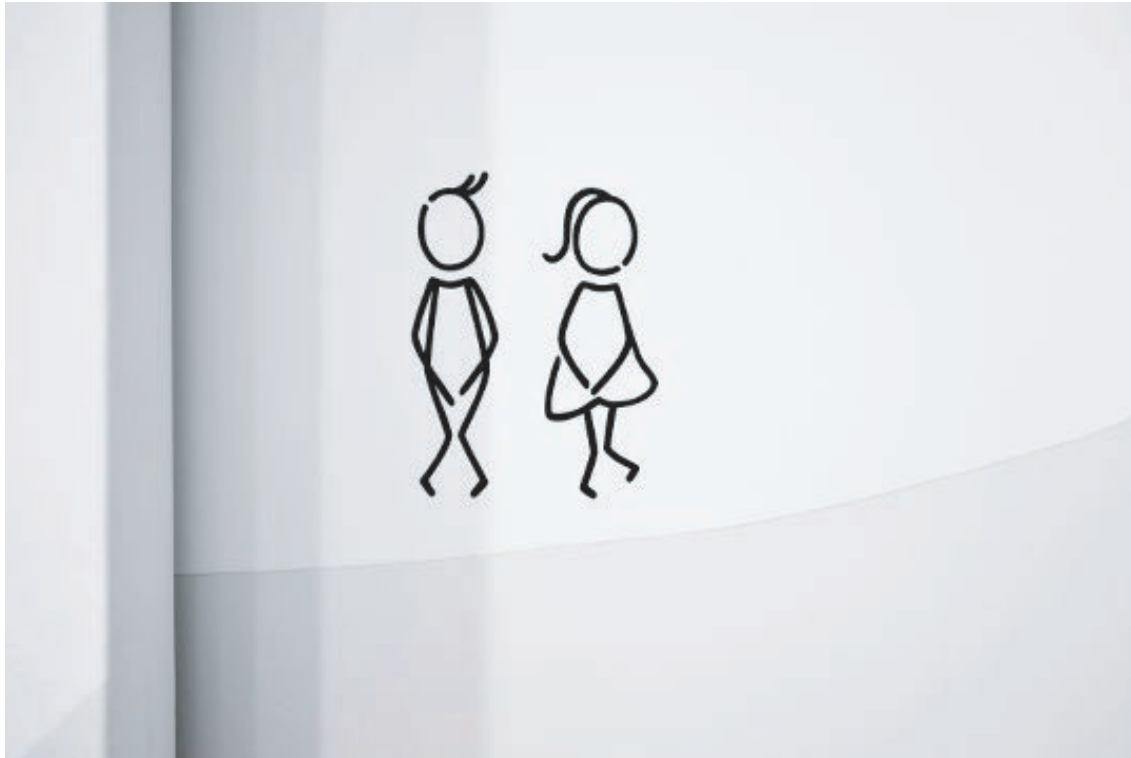


## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ





## RETOLACIÓ I SENYALITZACIÓ



# COMUNICACIÓ

EMPRESSES I ENTITATS NECESSITEN COMUNICAR ALS SEUS CLIENTS NOUS PRODUCTES, PROMOCIONS, DESCOMPTES...PER MITJANS VISUALS O AUDIOVISUALS. ENS CENTRAREM EN ELS VISUALS QUE ESTAN EN EL NOSTRE ABAST COM PUGUIN SER ELS ANUNCIS A UNA REVISTA, CARTELLS IMPRESSOS O CARTELLS DIGITALS PER A COMPARTIR A LES XARXES.

EN EL DISSENY D'AQUESTS CARTELLS TAMBÉ ESTAM FENT MARCA, DIFONEM QUELCOM QUE REPRESENTA LA NOSTRA FILOSOFIA I HO HEM DE FER TAMBÉ, COM HEM ANAT COMENTANT FINS ARA, SEGUINT DE MANERA FIDEL LES PAUTES ACORDADES EN LA LÍNIA DE DISSENY.

A MÉS D'AIXÒ S'HA DE SER ORIGINAL I CERCAR AQUELL PUNT SIGUI CÒMIC, EMOCIONAL, SENTIMENTAL...QUE ATREGUI L'ATENCIÓ DEL CLIENT O POTENCIAL CLIENT.

.....

## COMUNICACIÓ

# Voltswagen.

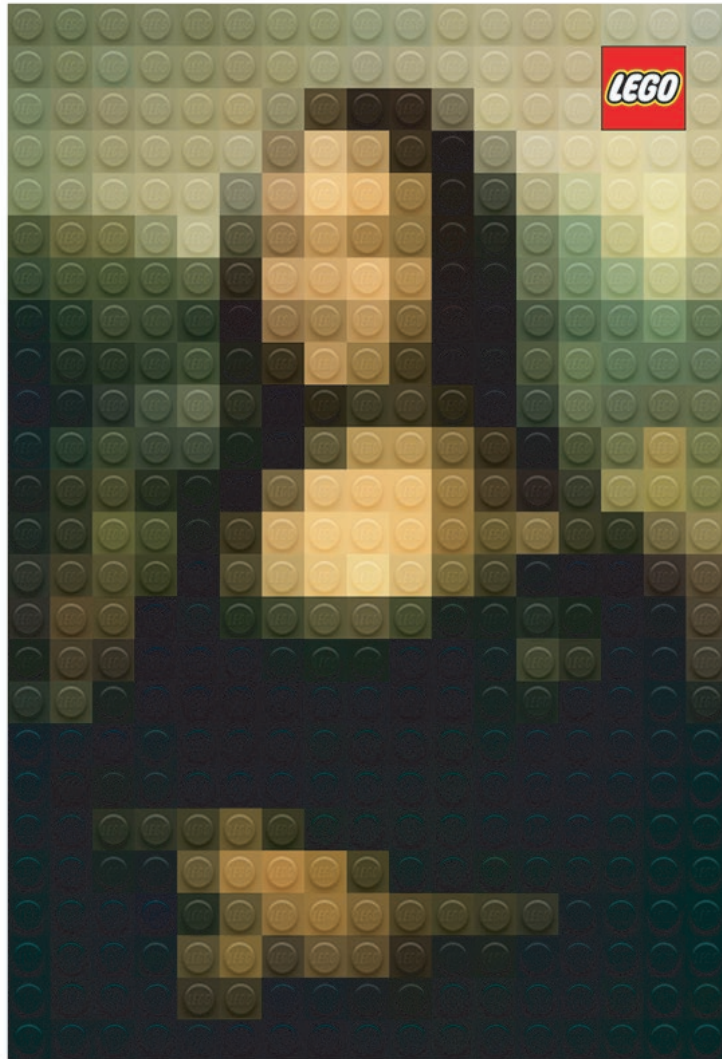
**Volkswagen goes electric.**  
The new e-up! is here.

inspired by Think Blue.





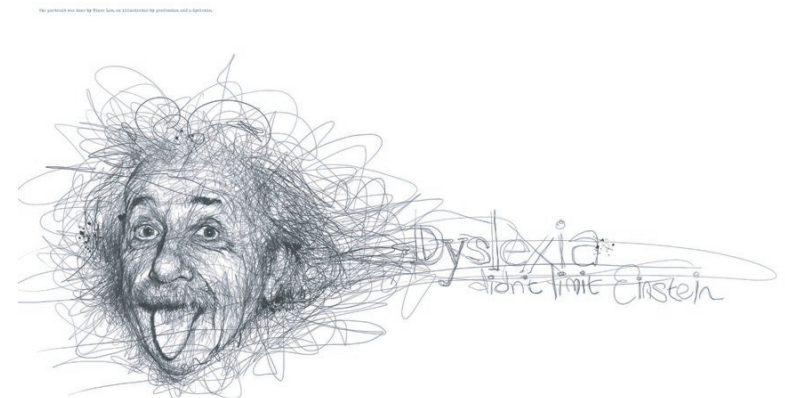
## COMUNICACIÓ



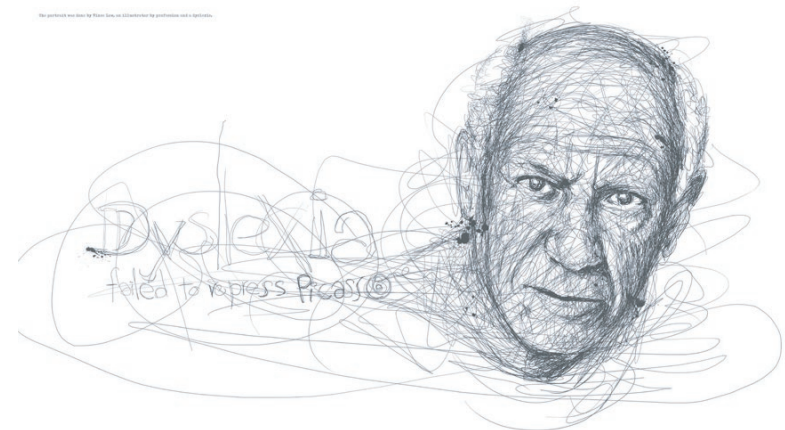
# COMUNICACIÓ



Having dyslexia doesn't mean your child has a disability, or that he can't grow up normally like other children. But we say, he's certainly not doomed for failure. Research every dyslexic child is a potential waiting to be uncovered. Log on to [www.dyslexiahelp.org.uk](http://www.dyslexiahelp.org.uk) and let us help you help him overcome it.



Having dyslexia doesn't mean your child has a disability, or that he can't grow up normally like other children. But we say, he's certainly not doomed for failure. Research every dyslexic child is a potential waiting to be uncovered. Log on to [www.dyslexiahelp.org.uk](http://www.dyslexiahelp.org.uk) and let us help you help him overcome it.



Having dyslexia doesn't mean your child has a disability, or that he can't grow up normally like other children. But we say, he's certainly not doomed for failure. Research every dyslexic child is a potential waiting to be uncovered. Log on to [www.dyslexiahelp.org.uk](http://www.dyslexiahelp.org.uk) and let us help you help him overcome it.





## COMUNICACIÓ





# COMUNICACIÓ



## WEB I XARXES SOCIALS

AVUI DIA TOTHOM HA D'ESTAR PRESENT A INTERNET I CONCRETAMENT A LES XARXES SOCIALS. LES WEBS SÓN UNA MOLT BONA MANERA PER COMUNICAR-NOS AMB ELS NOSTRES CLIENTS. AVUI DIA LES WEBS ESTAN ENLLAÇADES AMB LES XARXES SOCIALS MÉS EMPRADES. AIXÒ ENS ASSEGURA QUE LA NOSTRA WEB ENS PERMETRÀ INTERECTUAR AMB ELS NOSTRES CLIENTS.

S'HAN REALITZAT ESTUDIS ON S'HA POGUT VEURE QUE LA MAJORIA DE LA GENT, EN MOLTS CASOS, NOMÉS ES CONNECTA PER ENTRAR A LES XARXES SOCIALS.

EL CERCADOR DE FACEBOOK ÉS UN DELS CERCADORS MÉS EMPRATS A LA XARXA. LES GRANS EMPRESES JA DESTINEN UNA GRAN PART DEL SEU PRESSUPOST EN PUBLICITAT A LES XARXES SOCIALS, ENLLOC DE FER-HO EN MITJANS QUE ABANS S'EMPRAVEN MÉS COM PUGUIN SER LA PREMSA, LA TELEVISIÓ, LA RÀDIO...PER AIXÒ TOTA EMPRESA HA DE TENIR UNA PÀGINA DE SEGUIDORS A FACEBOOK I DONAR-LI MOLTA IMPORTÀNCIA AL CONTINGUT QUE HI PUBLICA.

TAL I COM HEM ESTAT XERRANT FINS ARA, SEMPRE SEGUINT I RESPECTANT LA LÍNIA DE DISSENY ESTABLERTA.

.....

## WEB I XARXES SOCIALS

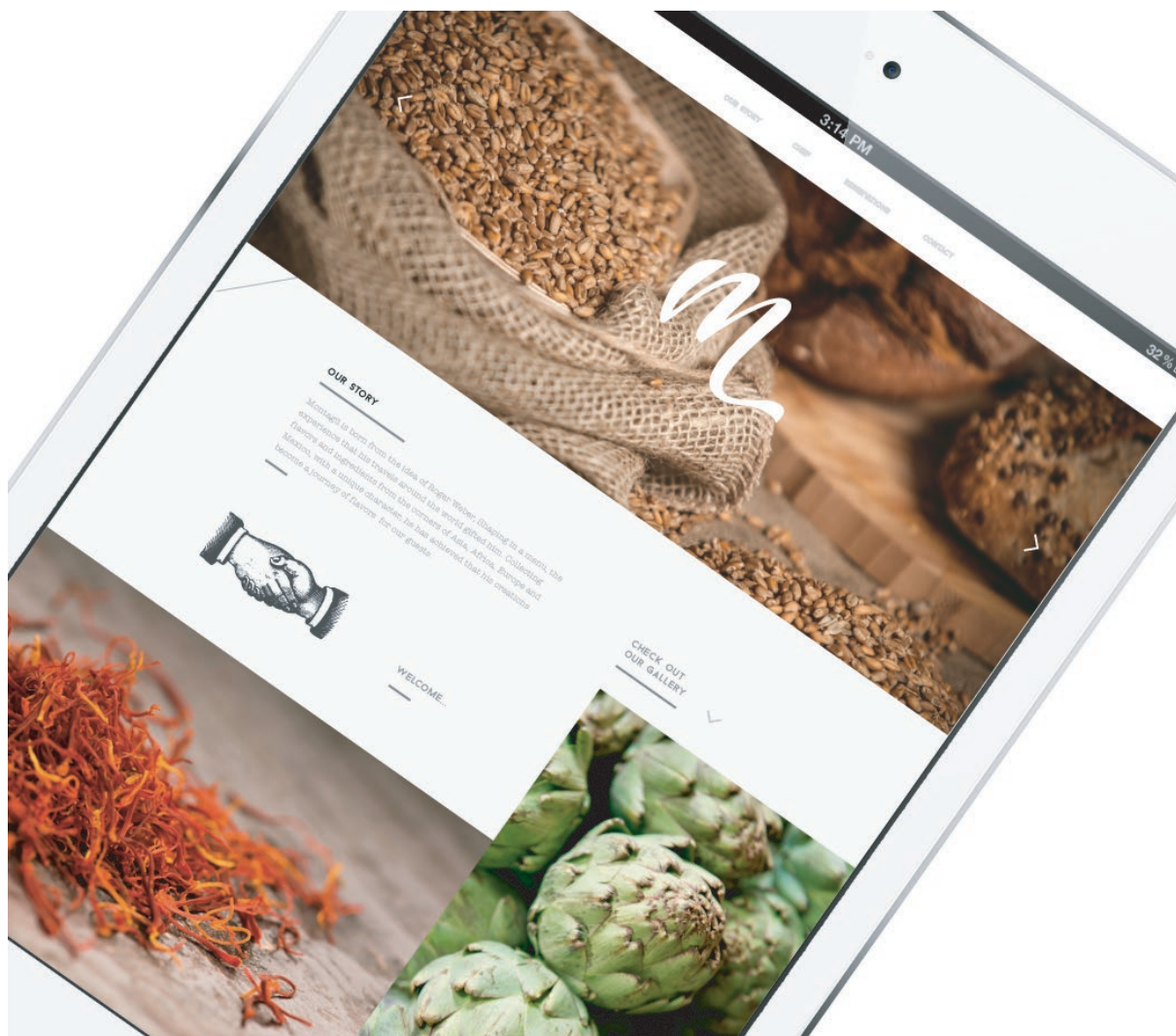




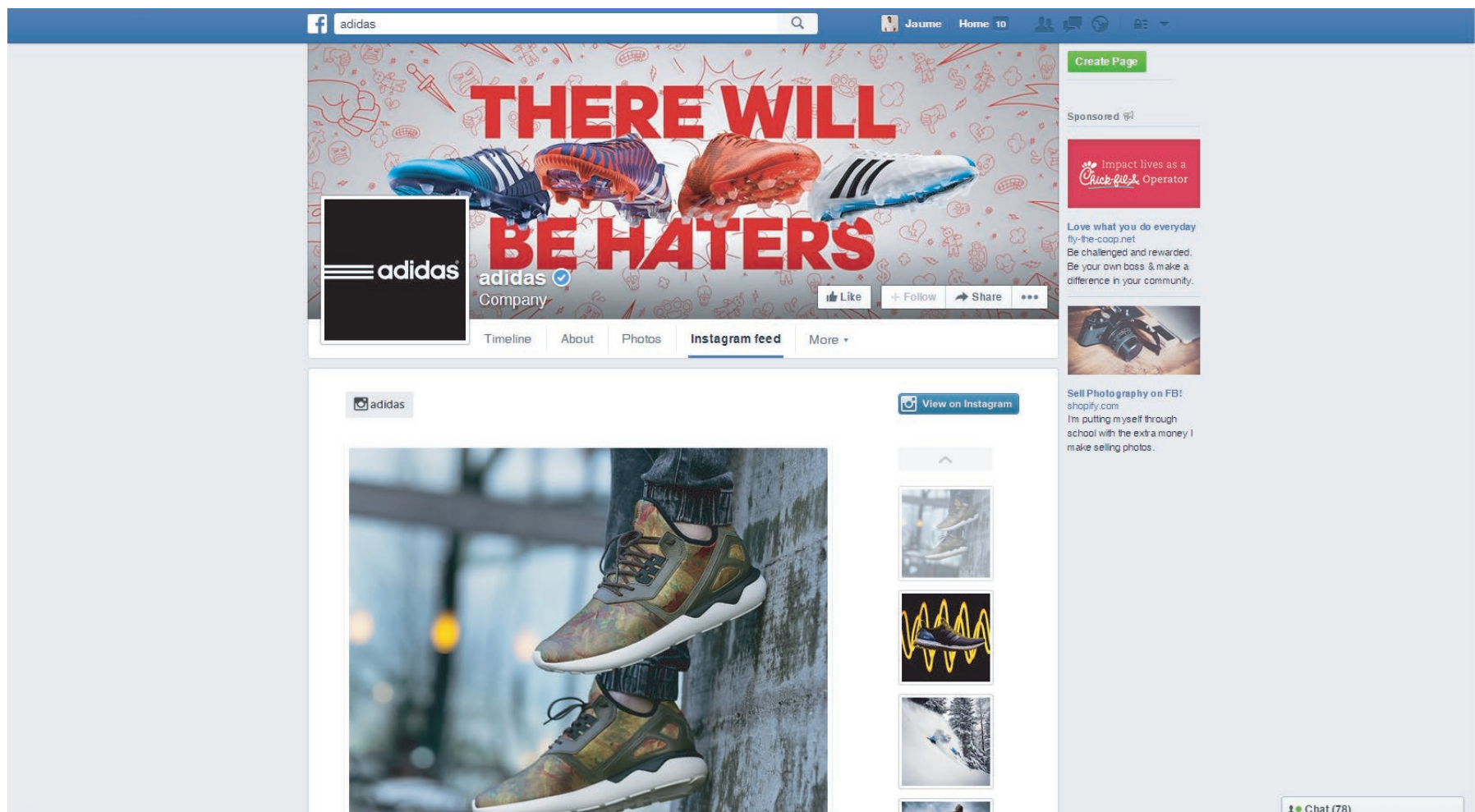
## WEB I XARXES SOCIALS



## WEB I XARXES SOCIALS



## WEB I XARXES SOCIALS





# WEB I XARXES SOCIALS

Search Facebook

Jaume

Home 10

Timeline Photos

[Back to Album](#) · [Harley-Davidson's Photos](#) · [Harley-Davidson's Page](#)



Like

Comment

Harley-Davidson

Photo of the Day: V-Rod Muscle.

Like · Comment · Share · August 28, 2012

54,372 people like this.

10,332 shares

View previous comments

45 of 1,439

 Pablo Gutierrez Want it...

October 12, 2012 at 9:52pm · Like · 1

 Danielle Matthews Santa can you leave Dewy and Porkey one? Or have they been naughty? Ummm. Now I love the thick rear.

October 13, 2012 at 6:12pm · Like · 1

 Rondinele Corrêa Meu sonho!

October 13, 2012 at 7:37pm · Like · 1

 Hugo Manrí esta es la me gusta diferente de modelo para futuro

Album: Timeline Photos

Shared with: Public

Open Photo Viewer

Download

Embed Post

Report Photo

Friend Requests

See All

 Juan Totol

24 mutual friends

Confirm Friend

 Aina Vivas Llado

Confirm Friend

People You May Know

See All

 Xisca Sanso

1 mutual friend

Add Friend

 Pep Gomila Fullana

26 mutual friends

Add Friend

 Agustin Martinez Ramos

51 mutual friends

Add Friend

 Toni Hinojosa

17 mutual friends

Add Friend

 Toni Adrover Serra

10 mutual friends

Add Friend

Chat (23)

IMATGE CORPORATIVA COMERCIAL I COMUNICACIÓ EN EL PUNT DE VENDA



IDEOGRAMA.INFO