



CASTILLA
LAMANA
CHA



PRESENTACIÓN

Esta versión resumida del manual pretende servir de ayuda a todos aquellos profesionales que necesitan consultar los aspectos más relevantes de la nueva Marca “ Castilla La Mancha”, solucionando las dudas más comunes sobre su aplicación a los distintos soportes; así como familiarizarles con el espíritu con el que ha sido creada para que sus trabajos respiren el tono de comunicación que la marca quiere transmitir a partir de ahora.

ÍNDICE

I. CARACTERÍSTICAS DE LA MARCA CASTILLA LA MANCHA

La Marca “Castilla La Mancha”	5
Deconstrucción de la Marca Castilla La Mancha	6
Construcción	7
Tabla de Colores	8
Área de seguridad y reducción mínima	9
Ácompañamiento tipográfico	10
Tipografía	11
Versiones en color, medio tono y monocolor	12
Errores más comunes	13

II. EXTENSIÓN DE LA MARCA A OTROS ÁMBITOS

Marcas provinciales	15
Productos	17
Organismos	18
Claims y frases publicitarias	19

I. Características de la Marca Castilla La Mancha

LA MARCA CASTILLA LA MANCHA

Los elementos básicos que conforman la identidad visual son un conjunto de útiles gráficos que serán utilizados de acuerdo a reglas específicas. La Marca “Castilla La Mancha” está compuesta por dos elementos:

El símbolo: Es el conjunto de la parte tipográfica, junto con las formas del “yelmo/región”, la “orla/libro abierto” y la “barba/aspas del molino”.



El Logotipo o Nombre: Es la expresión visible de la marca, es la forma gráfica del nombre, diferenciado por estilo tipográfico y color, y que, aunque ha sido compuesto con la tipografía “Herculano”, debe ser siempre interpretado como una imagen, por lo cual es imprescindible respetar su morfología para no distorsionar sus características. El logotipo no debe ser utilizado como texto ni debe crearse una tipografía a partir del mismo*.



*Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original y pueden descargarse en <http://www.castillalamancha.es/gobierno/marca-comercial-y-turistica>

I. Características de la Marca Castilla La Mancha

DECONSTRUCCIÓN DE LA MARCA CASTILLA LA MANCHA

A fin de familiarizarnos con los distintos elementos del símbolo y ayudar a entender de qué parte de la marca estamos hablando, hemos bautizado a los distintos elementos con nombres.

Esto no quiere decir que puedan interpretarse po separado cambiando sus proporciones, sino que han de mantener siempre las proporciones que dicta este manual.*



*Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar la marca a partir de un documento digital original. y puede descargarse en:

<http://www.castillalamancha.es/gobierno/marca-comercial-y-turistica>

Yelmo/Región



+

Bigote/Libro abierto



+

Barba/Logotipo

CASTILLA
LAMAN
CHA

+

Barba/Aspas de molino



I. Características de la Marca Castilla La Mancha

CONSTRUCCIÓN

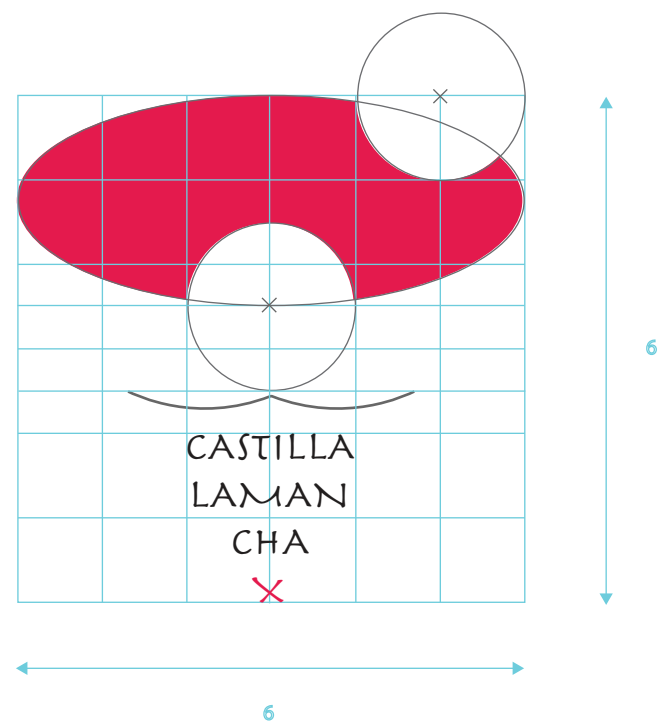
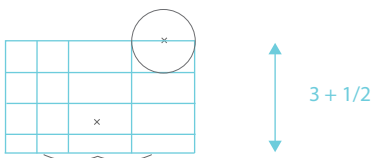
En esta página se muestran las relaciones entre elementos y su disposición en el plano.

Dichas relaciones no podrán ser modificadas ni alteradas, a fin de conservar intacta la identidad visual de la marca.

El gráfico de la presente página ha sido construido a partir de módulos que subdividen la totalidad de la marca en partes iguales, a la vez que indican qué proporción ocupa cada elemento. Los elementos deberán mantener siempre las relaciones que les han sido asignadas.



Las hendiduras en el yelmo son fragmentos de círculos, cuyos radios tienen una distancia siempre igual al lado de un módulo.

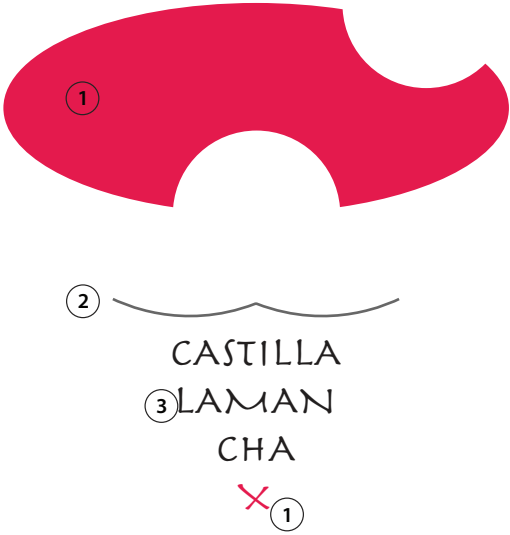


I. Características de la Marca Castilla La Mancha

TABLA DE COLORES

La marca está compuesta de tres colores: Rojo “carmesí”, gris y negro. El color rojo “carmesí”, del que hablaremos más adelante, se reserva para la parte del “Yelmo/región”, por ser la superficie mayor del símbolo y queriendo con ello simbolizar el color de la bandera de Castilla La Mancha. También lo usan las “Barba/aspas del molino”. El gris lo usa el “Bigote/Libro abierto”. Y el negro, está reservado para la “Barba/logotipo”. En el cuadro inferior están especificadas las proporciones de uso del color en varios sistemas o modelos de color, incluido el formato web, cada vez más usado, al ser el medio digital un canal de comunicación fundamental en la promoción de la región.

	CMYK	PANTONE SOLID COATED	RGB	WEB
1	C:4 M:100 Y:64 K:0	1925 C	R:229 G:26 B:76	e51a4c
2	C:0 M:0 Y:0 K:60	Cool Gray 10 C	R:102 G:102 B:102	666666
3	C:0 M:0 Y:0 K:0	Black 6 C	R:150 G:202 B:225	96cae1



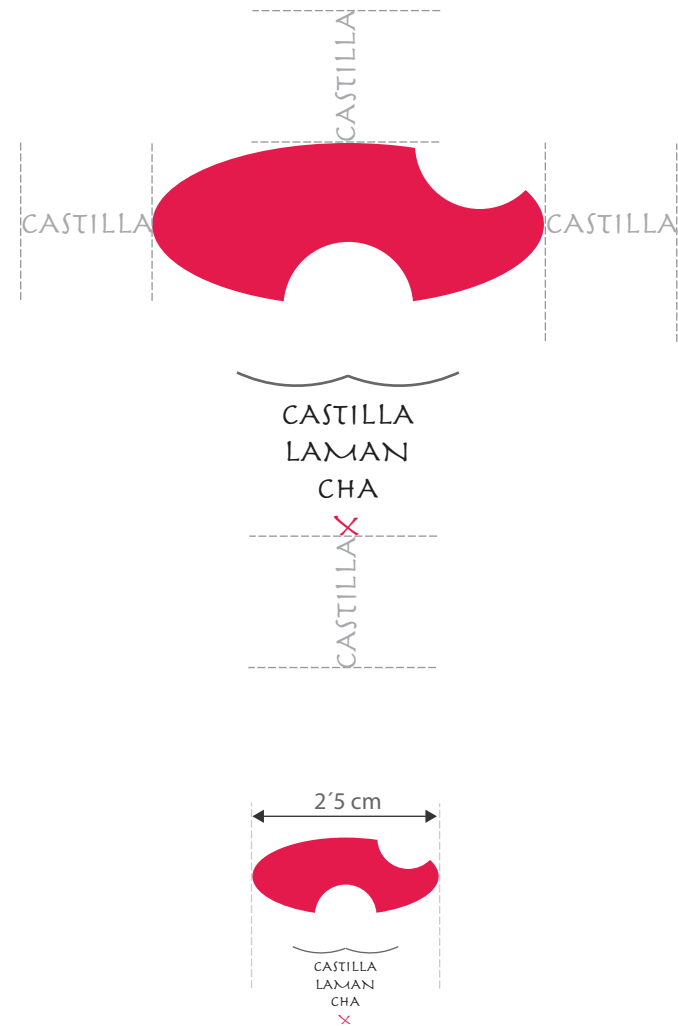
I. Características de la Marca Castilla La Mancha

ÁREA DE SEGURIDAD Y REDUCCIÓN MÍNIMA

Alrededor de la marca siempre debe respetarse un área de seguridad en la que ningún elemento gráfico puede estar presente. Considerando como tales: colores, textos, fotos, formas, texturas, líneas...

El área de seguridad viene definida por el ancho que ocupa la palabra "CASTILLA" en el logotipo y ha de respetarse arriba, abajo, a la izquierda y a la derecha de la marca.

Cuanto mayor sea ese espacio, mayor será el impacto de la marca. También para preservar la legibilidad de la tipografía el tamaño mínimo que puede tener la marca nunca debe ser inferior a 2'5 cm de ancho.



I. Características de la marca Castilla La Mancha

ACOMPAÑAMIENTO TIPOGRÁFICO

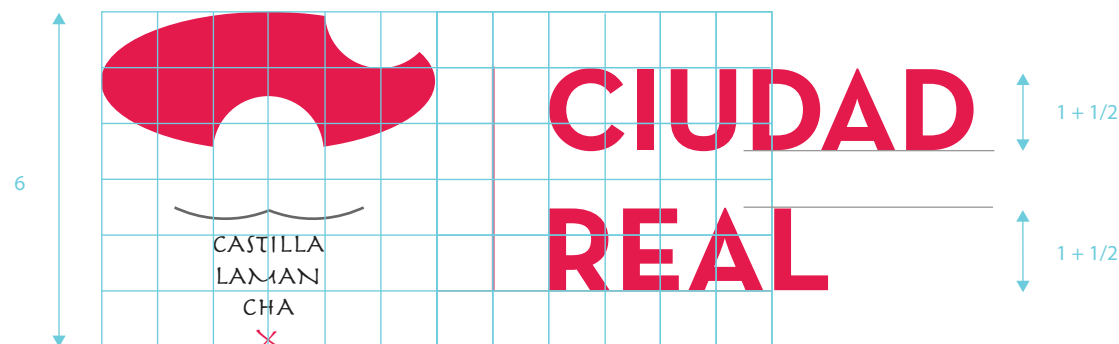
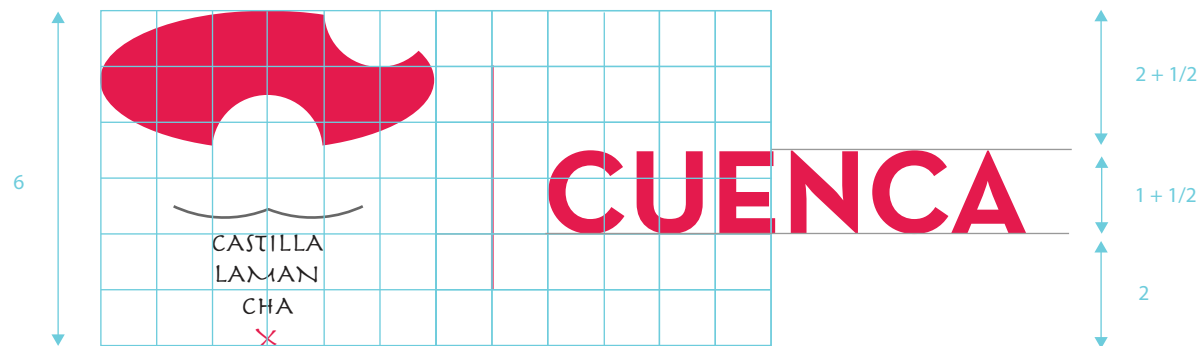
Siempre que un texto acompañe a la marca, ya sea un claim, una denominación de un organismo, una provincia, un producto... , la parte tipográfica del imagotipo ha de cumplir una serie de normas en cuanto a colocación y tamaño:

Una línea vertical del largo de cuatro módulos (considerando que la marca tiene 6 módulos de ancho por 6 módulos de alto) separará dicho texto de la marca. Asimismo, esta línea estará a un módulo de distancia de la marca por su lado izquierdo y a otro módulo de distancia por su lado derecho de la primera letra del texto.

El color recomendado para la línea de separación y para la tipografía siempre será el mismo de la marca. En concreto el Pantone Solid Coated 1925 C o #e51a4c (para su uso web). Aunque se producirán excepciones como veremos más adelante. Sobre fondos de color u otros backgrounds está permitido y muchas veces aconsejado el uso del color blanco.

Se recomienda no superar el número de 8 caracteres y en tal caso (ej. Ciudad Real), proceder a usar una segunda línea según el criterio adjunto de espacios y tamaños.

Pueden partirse palabras siempre y cuando el efecto no sea demasiado perturbador.



I. Características de la marca Castilla La Mancha

TIPOGRAFÍA

La tipografía “Neutra Text” en su versión “bold” es la elegida para acompañar siempre a la marca. Diseñada por el arquitecto Richard Neutra, tiene una lectura impecable y es un excelente acompañamiento del logotipo por que sus formas sencillas no entran en competición con él.

a	b	c	d	e	f	g	h	i
a	b	c	d	e	f	g	h	i
j	k	l	m	n	ñ	o	p	q
j	k	l	m	n	ñ	o	p	q
r	s	t	u	v	w	x	y	z
r	s	t	u	v	w	x	y	z

A	B	C	D	E	F	G	H	I
A	B	C	D	E	F	G	H	I
J	K	L	M	N	Ñ	O	P	Q
J	K	L	M	N	Ñ	O	P	Q
R	S	T	U	V	W	X	Y	Z
R	S	T	U	V	W	X	Y	Z

I. Características de la Marca Castilla La Mancha

VERSIONES EN COLOR, MEDIO TONO Y MONOCOLOR.

Tanto en solitario como acompañada de texto, la versión que debe utilizarse, siempre que sea posible, es la versión color de la marca sobre fondo blanco. En caso de que sea imposible por motivos técnicos de impresión o reproducción, se podrá usar las versiones medio tono o monocolor representadas aquí.

La versión no pueden ser obtenida por adaptación directa de la versión color y pueden descargarse en:

<http://www.castillalamancha.es/gobierno/marca-comercial-y-turistica>

Uso preferencial en color (sobre fondo blanco)



Uso medio tono (escala de grises sobre fondo blanco; gris: 70%).



Uso monocolor (sobre fondo de color plano)



Uso monocolor (sobre fondo de color negro)



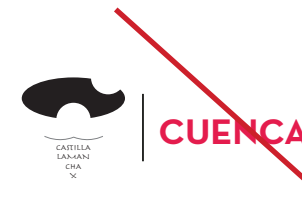
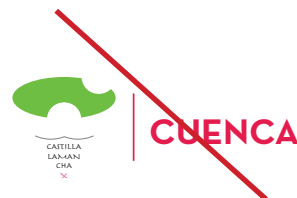
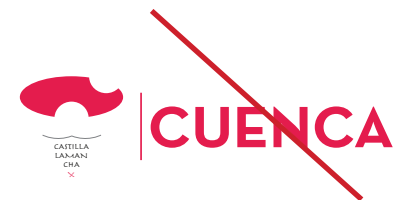
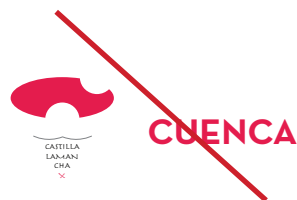
I. Características de la Marca Castilla La Mancha

ERRORES MÁS COMUNES

No altere tamaños, color, o posición de los elementos ni del acompañamiento tipográfico.



CUENCA



EXTENSIÓN DE LA MARCA A OTROS ÁMBITOS

II. Aplicaciones de la Marca Castilla La Mancha

MARCAS PROVINCIALES, USO CORPORATIVO.

Las cinco provincias harán uso de la marca tal y como vimos en el apartado "Acompañamiento tipográfico" (pag. 13). Este será el uso habitual en papelería, firmas informáticas, comunicaciones oficiales, etc.



ALBACETE



**CIUDAD
REAL**



CUENCA



**GUADA
LAJARA**



TOLEDO

II. Aplicaciones de la Marca Castilla La Mancha

MARCAS PROVINCIALES, USO PUBLICITARIO

Las cinco provincias pueden hacer este otro uso más publicitario, que aprovecha un importante espacio de la marca para poner de relieve, mediante fotos, algún aspecto interesante de la provincia; como, por ejemplo, sus espacios más emblemáticos.

Estos ejemplos están contenidos en los archivos previstos para descarga en:

<http://www.castillalamancha.es/gobierno/marca-comercial-y-turistica>.

En este mismo link existe un banco de imágenes a disposición de los responsables de comunicación de las distintas provincias, instituciones y productos turísticos para que hagan uso de ellas mediante el calado de las mismas dentro de la marca.

Recomendamos que el uso de fotografías no se haga de manera arbitraria y puede consultarse su calidad o validez conceptual en www.nairobiestudio.com



ALBACETE



CIUDAD REAL



CUENCA



GUADALAJARA



TOLEDO

II. Aplicaciones de la Marca Castilla La Mancha

PRODUCTOS, USO CORPORATIVO Y USO PUBLICITARIO.

Los distintos productos y subproductos turísticos se diferenciarán unos de otros, además de por su denominación, por poseer códigos de color propios.

De forma extraordinaria, en usos más publicitarios, puede utilizarse la versión fotográfica de la marca, haciendo uso del archivo de imágenes anteriormente mencionado y del que estas dos imágenes forman parte:

<http://www.castillalamancha.es/gobierno/marca-comercial-y-turistica>



**TURISMO
FAMILIAR**



**TURISMO
FAMILIAR**



**ENO
TURISMO**



**ENO
TURISMO**

II. Aplicaciones de la Marca Castilla La Mancha

ORGANISMOS (INSTITUTO DE PROMOCIÓN EXTERIOR) USO CORPORATIVO Y USO PUBLICITARIO.

Los organismos ya existentes y aquellos que surjan en el futuro se diferenciarán unos de otros, además de por su denominación, por poseer códigos de color propios.

De forma extraordinaria, en usos más publicitarios, puede utilizarse la versión fotográfica de la marca, haciendo uso del archivo de imágenes anteriormente mencionado y del que esta imagen forman parte:

<http://www.castillalamancha.es/gobierno/marca-comercial-y-turistica>



IPEX
Instituto de Promoción Exterior



IPEX
Instituto de Promoción Exterior

II. Aplicaciones de la Marca Castilla La Mancha

CLAIMS Y FRASES PUBLICITARIAS

La nueva marca de Castilla La Mancha puede venir acompañada con un claim o frase publicitaria que será compuesta siguiendo las pautas expuestas anteriormente.



MARCA COLECTIVA: 4020946

Titular registral:
JUNTA DE COMUNIDADES DE CASTILLA-LA MANCHA.
CONSEJERIA DE ECONOMÍA, EMPRESAS Y EMPLEO.
DIRECCION GENERAL DE TURISMO, COMERCIO Y ARTESANÍA.

Clases concedidas:
2, 3, 5, 8, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 20, 21, 24, 25, 26
27, 28, 29, 30, 31, 32, 33, 37, 39, 41, 43

Esta marca ha sido creada por Ángel González
y cualquier consulta sobre el uso de la misma puede
hacerse en www.nairobiestudio.com.

Es una publicación de la (c) Junta de Comunidades de Castilla La Mancha,
<http://www.castillalamancha.es/gobierno/marca-comercial-y-turistica>
Todos los derechos reservados.

Distribución gratuita. Prohibida su venta.