Manual corporativo
CUENCA CAPITAL ESPAÑOLA DE LA GASTRONOMÍA

Noviembre 2022

Índice

Marca propiedad de:

AYUNTAMIENTO DE CUENCA

Diseñado por:

arte_facto

Índice

00.
Punto de partida

01.
Elementos básicos de identificación

Marca

Marca Colores Corporativos

Relación de dimensiones de la marca

Área de respeto

Tamaños mínimos de reproducción

Tipografías

Colores corporativos

Versiones y adaptaciones

Marca sobre fondos

Usos no permitidos de la marca

Convivencia con la marca CEG

02.
Estructuras apoyo gráfico

Estructura 1 anagrama

Estructura 1 marca

Estructura 2

Estructura 3

Estructura 4

00.
Punto de partida

Cuenca una ciudad vertiginosa

La ciudad tiene en la gastronomía uno de los principales atractivos turísticos a potenciar, y por ello ha conseguido ser la Capital Española de la Gastronomía 2023.

Cuenca, una ciudad vertiginosa.

Esa es la idea principal alrededor de la cual se ha construido esta identidad. Ese vértigo que produce la cultura y la belleza. En Cuenca, ciudad de naturaleza y cultura, el vértigo oscila de lo espiritual a lo físico, de lo cultural a lo natural, quedando el espectador subyugado y poseído por lo imponente de su realidad.

La característica fundamental de la ciudad de Cuenca es su orografía, su espacio natural sobre el que se levanta el patrimonio y la vida de la ciudad. Esa orografía de piedra y sierra que además es determinante para la gastronomía del paisaje; ese vivir colgados de un sueño que hemos representado gráficamente a través del principal icono de la ciudad reconocido a nivel internacional: sus casas colgadas, sus balconadas asomadas al vacío.

Una marca definida por la diagonal de la roca sobre la que se asienta la ciudad, que antaño proporcionaba cobijo a los rebaños (majadas) y que hoy alberga y simboliza el dinamismo creativo de una ciudad que bulle de creación contemporánea: artes visuales, diseño, música, gastronomía, danza, teatro…

00.
Punto de partida

Requisitos

Estéticamente hemos generado una marca minimalista, sencilla, identificada en la direccionalidad de la lectura, que al igual que la belleza, pretende no ser invasiva, con un código de color que tiene que ver con el paisaje de la provincia: las rocas y el musgo, la alcarria y sus yesos, las fachadas coloridas de la ciudad, el río Júcar con su verde característico…

Requisitos

DELICIOSA: la gastronomía como punto de partida para acceder a toda la riqueza patrimonial de Cuenca.

Representar a Cuenca ciudad: !!y a toda la provincia!!

Ser atractiva tanto para los conquenses que sentirán que viven en el lugar adecuado, como para los visitantes que descubrirán una nueva dimensión del tiempo y el modo de vida propio de Cuenca

Poder generar un lenguaje gráfico completo y dinámico que atraiga a los diferentes públicos, que permita el trabajo en todos los canales, adaptandose a todos los soportes: comunicación corporativa, comunicación editorial, reproducción digital, web, video, animación, soporte gran tamaño…

Convivir de manera adecuada con la marca CEG así como funcionar como marca de ciudad capital.

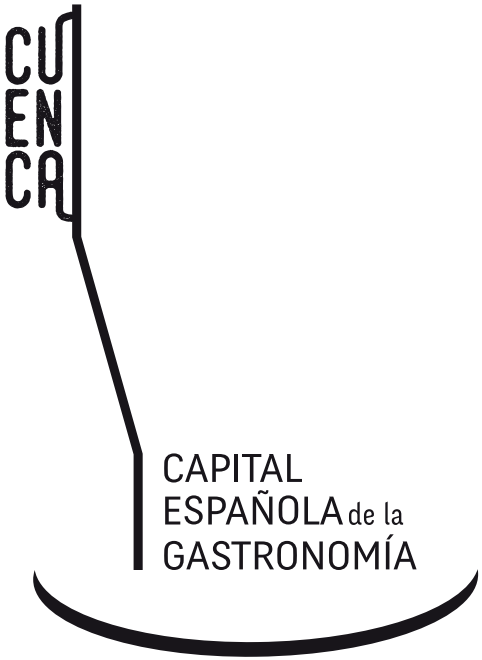
01.
Elementos básicos de identificación

Marca

Se construye la marca jugando con esa orografía de piedra y sierra de la que hablabamos. Representamos el principal icono de la ciudad reconocido a nivel internacional: sus cajas colgadas, sus balconadas asomadas al vacío.

La marca está definida por la diagonal de la roca sobre la que se asienta la ciudad.

En la base de la marca, un plato recoje la esencia de la ciudad como si de un alambique se tratara, materializándose en la mejor gastronomía.



01.
Elementos básicos de identificación

Marca colores corporativos









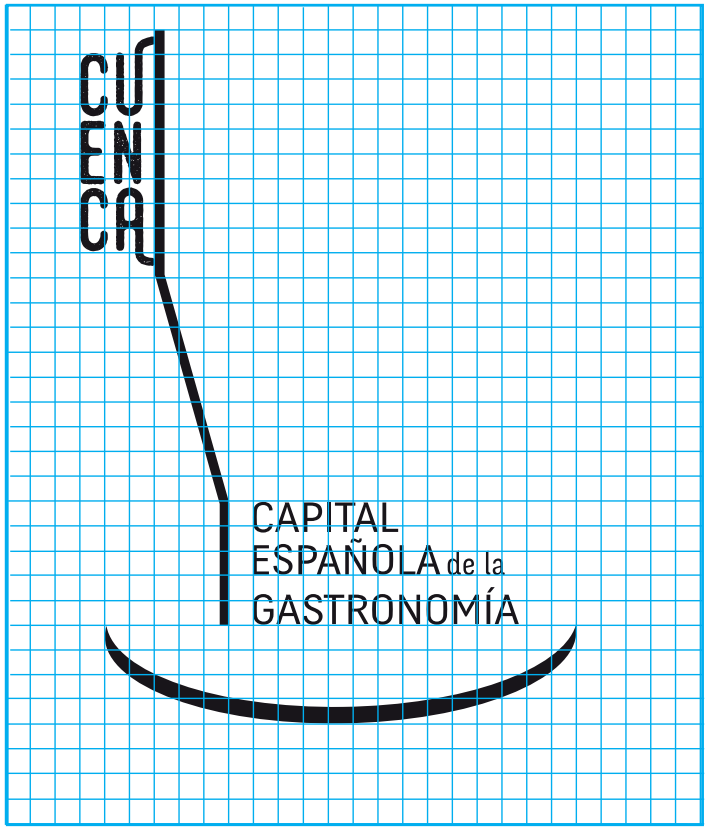


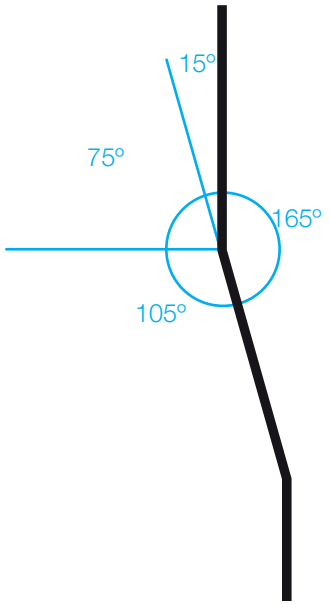
01.
Elementos básicos de identificación

Relación de dimensiones de la marca

Vemos como la marca se inscribe en un rectángulo vertical con proporción 7x3 en nuestro módulo (28x20)

Las proporciones y los espacios quedan definidos con la retícula como se muestra.



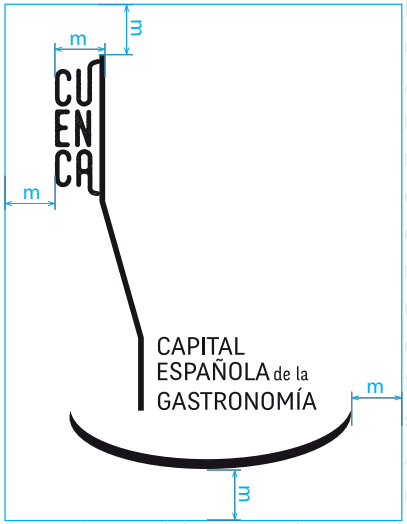


01.
Elementos básicos de identificación

Área de respeto

Para una presentación consistente es importante mantener alrededor de la marca un área de seguridad que la proteja de otros textos , bordes, gráficas o ilustraciones. No respetar el área de seguridad afecta a la legibilidad y el impacto de la marca.

El área de seguridad que debe mantenerse alrededor de la marca será la misma en todas las direcciones, como mínimo se respetara una distancia al límite del documento o al inicio de otro elemento de la anchura de el elemento Cuenca con la línea vertical como se marca en el gráfico, a esta distancia le hemos llamado “m”



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu, consequat vitae, eleifend ac, enim. Aliquam lorem ante, dapibus in, Lorem ipsum dolor sit amet, consectetuer adipiscing elit. Aenean commodo ligula eget dolor. Aenean massa. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Donec quam felis, ultricies nec, pellentesque eu, pretium quis, sem. Nulla consequat massa quis enim. Donec pede justo, fringilla vel, aliquet nec, vulputate eget, arcu. In enim justo, rhoncus ut, imperdiet a, venenatis vitae, justo. Nullam dictum felis eu pede mollis pretium. Integer tincidunt. Cras dapibus. Vivamus elementum semper nisi. Aenean vulputate eleifend tellus. Aenean leo ligula, porttitor eu,

01.
Elementos básicos de identificación

Tamaños mínimos de reproducción





30mm de ancho
Tamaño mínimo en reproducción por serigrafía



16mm de ancho
Tamaño mínimo en reproducción por offset



01.
Elementos básicos de identificación

Tipografías

Se ha construido el logotipo en base a la tipografía Fengardo Neue

Fengardo Neue

Aa1

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
0123456789ºª!.$%&/()=?¿*

Colores Corporativos

Se recomienda consultar siempre al impresor y hacer pruebas de color.

**PANTONE®
618 C**

VALORES COLOR
RGB 189 176 52
HEX/HTML #BDB034
CMYK 0 0 80 35

**PANTONE®
144 C**

VALORES COLOR
RGB 240 127 0
HEX/HTML #F07F00
CMYK 0 59 100 0

**PANTONE®
221 C**

VALORES COLOR
RGB 159 0 78
HEX/HTML #9f004e
CMYK 0 100 16 40

**PANTONE
3288 C**

VALORES COLOR
RGB 0 136 107
HEX/HTML #00886b
CMYK 96 0 64 18

**PANTONE
1805 C**

VALORES COLOR
RGB 190 21 43
HEX/HTML #be152b
CMYK 0 98 75 22

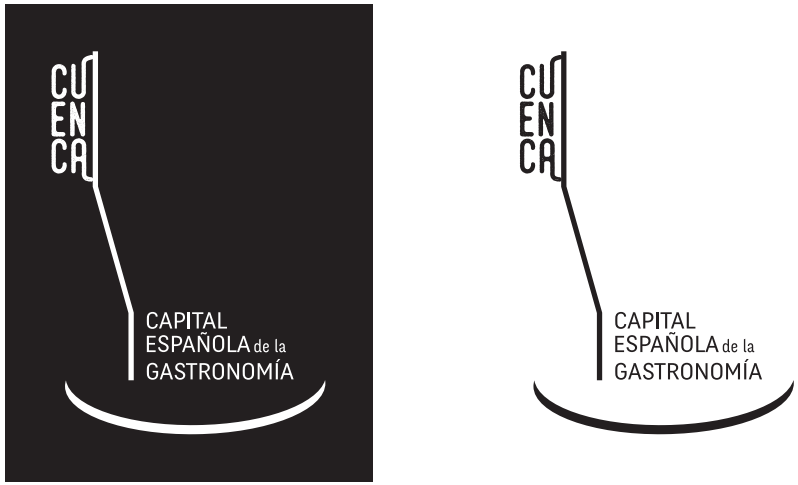
01.
Elementos básicos de identificación

Versiones y adaptaciones

NEGATIVO. COLORES CORPORATIVOS



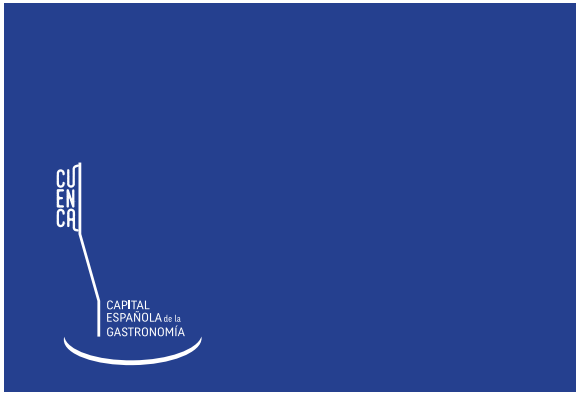
BLANCO Y NEGRO. NEGATIVO. POSITIVO



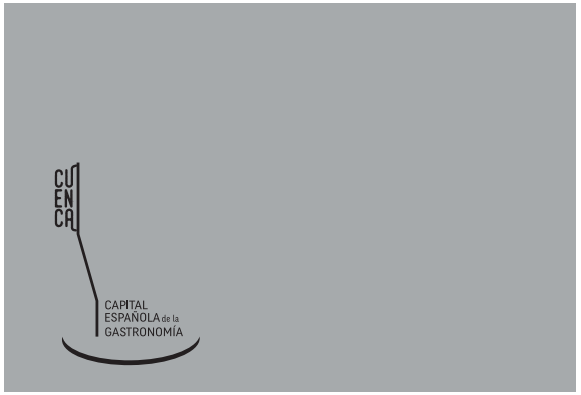
01.
Elementos básicos de identificación

Marca sobre fondos

Siempre que sea posible se usará la versión original, pudiendo excepcionalmente, y atendiendo a criterios de legibilidad, hacer uso de la versión negativa. La aplicación de la marca en pastilla nos asegura una adecuada legibilidad sobre fondos estampados o fotográficos poco uniformes.
Valoraremos para cada situación particular en qué caso nos encontramos y cual es la versión que nos asegura la correcta legibilidad de la marca.



FONDOS OSCUROS



FONDOS MEDIOS/CLAROS



FONDOS TRAMADOS



FONDOS FOTOGRÁFICOS

Manual corporativo
CUENCA
CAPITAL ESPAÑOLA
DE LA GASTRONOMÍA

01.
Elementos básicos de identificación

Usos no permitidos de la marca



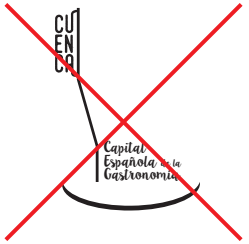
No respetar la proporción entre elementos



Cambiar de relación los tamaños



Girar modificar o cambiar la disposición de los elementos

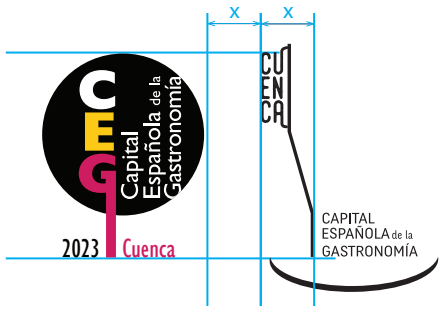


Usar tipografías diferentes a las corporativas

01.
Elementos básicos de identificación

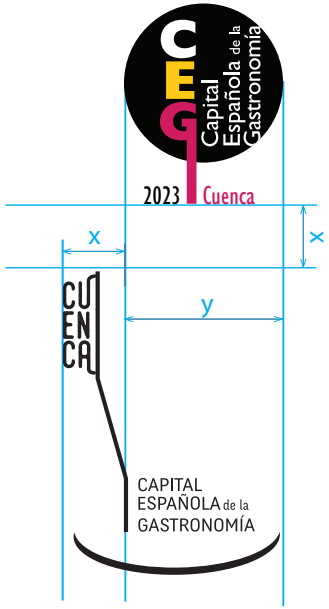
Convivencia con la marca CEG

En horizontal, misma altura del logo de CEG que altura de textos en logo de la capitalidada.
Separación entre logotipos se marca por “x”



Cuando van juntos en una banda de logos de patrocinadores, organizadores.....

En vertical alineado a la derecha y de anchura igual a “y”
Separación entre logotipos se marca por “x”



02.
Estructuras apoyo gráfico

Estructuras de apoyo gráfico

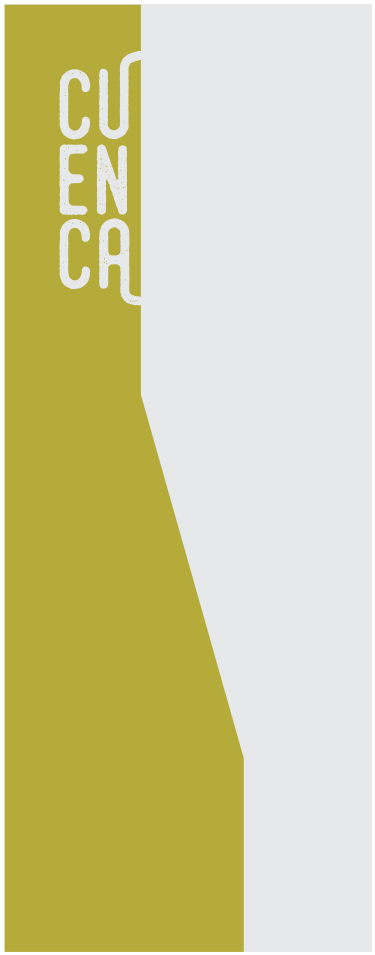
A la hora de desarrollar las diferentes aplicaciones para la marca nos vamos a servir de varios elementos además del logotipo.

Usaremos estas estructuras para crear espacios en diferentes formatos que nos ayude a jerarquizar la información, en el desarrollo de comunicación, señalética de evetos.

Estructura 1 con anagrama

Estructura vertical con anagrama superior. Membrete izquierdo (1) Membrete derecho (2)

1



2



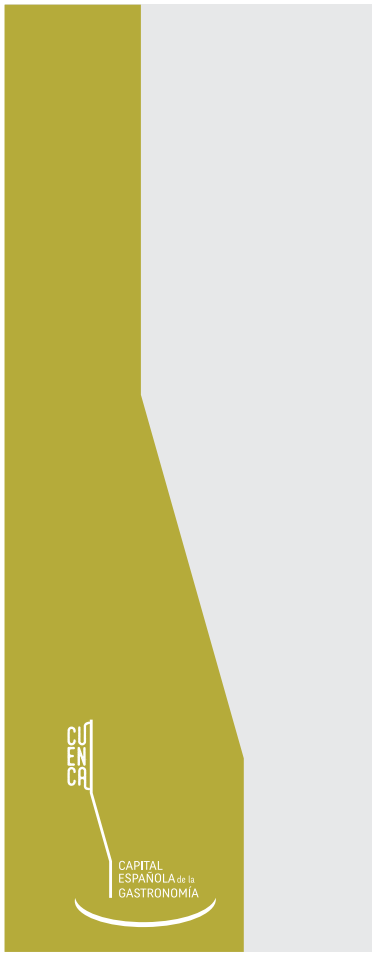
02.
Estructuras apoyo gráfico

Estructuras de apoyo gráfico

Estructura 1 con marca

Estructura vertical con marca. Igual que en el caso anterior se puede usar para componer la página con texto o fotos o con un fondo de color o fotográfico. Membrete izquierdo (1) Membrete derecho (2)

1



2



02.
Estructuras apoyo gráfico

Estructuras de apoyo gráfico

Estructura 2

Estructura de barras que crece hacia la derecha. Se puede usar como elemento de composición en el desarrollo de apliaciones gráficas o como patron en imagenes de fondo.



02.
Estructuras apoyo gráfico

Estructuras de apoyo gráfico

Estructura 3

Estructura de barras y mancha para espacios horizontales. Se puede usar como elemento de composición en el desarrollo de apliaciones gráficas.



02.
Estructuras apoyo gráfico

Estructuras de apoyo gráfico

Estructura 4

Estructura de barras exenta que se puede usar como icono para colocar información en pie de página o encabezado, o como elemento digital.

