



MANUAL DE MARCA

Manual de marca para definir y visibilizar el nuevo modelo de digitalización y modernización de los mercados y comercios de Castellón de la Plana

Modernización Sostenible y Accesible de los Comercios de Castellón de la Plana

Versión 2.0 – Octubre 2023

Este manual introduce las pautas para la correcta aplicación de la marca de Comercio Castellón en diferentes contextos y soportes.

La marca de Comercio Castellón se construye mediante un isologo, es decir, un distintivo en el que texto y la parte gráfica se encunetran fundidos en un solo elemento inseparable.

Su aplicación, dependiendo de los usos y condiciones del entorno gráfico, se describe en las siguientes páginas con el fin de facilitar la producción de comunicaciones con un alto grado de flexibilidad creativa.

La imagen de Comercio Castellón se deberá reproducir siempre utilizando los artes finales originales proporcionados y respetando las normas de aplicación que se describen en este manual de elementos básicos.

0. Introducción

1. Marca principal

2. Elementos de marca

3. Modelos de aplicación

4. Marca en uso

0. Introducción

1. Marca principal

2. Elementos de marca

3. Modelos de aplicación

4. Marca en uso

¿Por qué Comercio Castellón?

Comercio Castellón es la marca impulsada desde el ayuntamiento para reivindicar, impulsar y destacar el papel del **comercio local y de cercanía** de la ciudad.

Somos conscientes de que vivimos en un **mundo cada vez más conectado**, y eso se refleja en la manera de consumir y comprar de la ciudadanía. El auge de las plataformas y tiendas de venta *online* en los últimos años es innegable, gracias a la comodidad e inmediatez que supone para el usuario.

Sin embargo, muchas veces no somos conscientes de las **consecuencias** que esto implica, en forma de impacto en el medio, utilización de recursos innecesarios y aumento de la huella de carbono.

Es aquí donde el pequeño comercio, local y de cercanía, juega un papel importante para red estas consecuencias. Pero sabemos que simplemente con reducir nuestro impacto no es suficiente.

Por ello, consciente del mundo en el que vivimos, sabemos que para que el comercio local tenga un papel verdaderamente importante debemos potenciar la **digitalización y la flexibilidad** para facilitar los procesos al usuario, al comprador o al cliente.

Objetivos

La actualización de la marca Comercio Castellón busca **reposicionar** la marca para que los ciudadanos entiendan nuestra **propuesta de valor**. Por ello, tenemos la necesidad de:

- Definir una **personalidad de marca** con un estilo y mensaje propio.
- Adoptar un **nuevo estilo de comunicación**, coherente a los objetivos y la filosofía de marca.
- **Hacer más atractiva la marca Comercio Castellón**, con una identidad y estilo más actual y cercano al público objetivo, destacando valores como la digitalización y la cercanía.
- **Llamar la atención** del consumidor con mensajes y una estrategia de comunicación, mostrando propuestas y medidas atractivas.

Valores

La marca Comercio Castellón tiene asociados una serie de valores que son los que se deben priorizar en todas las comunicaciones, tanto internas como externas. De esta manera, nuestros públicos deben **percibir estos valores** de una manera clara y relacionarlos de manera directa con nuestra marca.

Sostenibilidad

Compromiso con el entorno, calidad de vida, impacto mínimo de la actividad.

Digitalización

Utilizar las nuevas tecnologías para dar accesibilidad. Máxima disponibilidad, conexión desde cualquier lugar, servicio personalizado, comodidad.

Proximidad

Cercano e impacto en el territorio reducido. Productos de km.0, transparencia, atención personalizada, detalle personal.

Calidad

Productos naturales, hechos para durar, respetuoso con el medio ambiente, saludables. Cuidado en los detalles.

Voz de marca

Teniendo claro qué decir, es importante no olvidar **cómo vamos a contar** a la gente nuestro propósito. Por ello, el estilo y tono que tiene nuestra voz da vida a nuestra personalidad, haciendo que el público se acerque a la marca y comprenda nuestros objetivos de comunicación de manera clara.

Optimista

Vemos el vaso medio lleno y así es como queremos promover el consumo en nuestra ciudad, incentivando a que todo el mundo vuelva a visitar el pequeño comercio y los mercados. Un tono de voz positivo pero sin perder la formalidad.

Atenta

Debemos reflejar nuestra personalidad moderna y preocupada por los cambios de la sociedad como única opción para ser competitivos frente a un comercio de calidad cada vez más globalizado. Tenemos que ser una marca activa, preocupada y que muestra atención.

Cercana

Comercio Castellón representa a todos, tanto con los proyectos y productores que van a participar en el mercado, como el público que quiera participar y consumir. Este mercado será altavoz de un movimiento y por lo tanto nuestro discurso transmitirá confianza.

0. Introducción

1. Marca principal

2. Elementos de marca

3. Modelos de aplicación

4. Marca en uso

La marca de Comercio Castellón consiste en un isologo donde se combinan imagen y texto para simular la forma de una bolsa de compra. No deben funcionar el uno sin el otro.



La marca dispone de una versión en valenciano cuyos criterios de aplicación son los mismos que la marca principal.



The logo consists of a thick black arch above the text 'comerc' and 'castelló'. The text is in a bold, sans-serif font. The word 'comerc' is on the top line and 'castelló' is on the bottom line. The 'ç' in 'comerc' and the 'ó' in 'castelló' are stylized with a small vertical bar above them.

Marca – Área de seguridad

Alrededor de la marca se debe mantener una área de exclusión con tal de garantizar su correcta visualización e identificación. Dentro de esta área **no incluiremos ningún elemento** gráfico.

Esta área se corresponde con la mitad del ancho del símbolo del asa.



Marca – Tamaños mínimos

Para asegurar la correcta aplicación y reproducción de nuestra marca, hemos definido unos **tamaños mínimos** de reproducción de la misma.

Estos tamaños variarán en función del tipo de soporte utilizado (**digital o impreso**). En última instancia, el **criterio humano** es el que deberá determinar si el tamaño de reproducción es correcto.



Digital
Ancho 40px



Impreso
Ancho 14 mm

Marca – Versiones en blanco y negro

El color principal de la marca Comercio de Castellón es el negro o el blanco, dependiendo del soporte sobre el que vaya.

Existen dos variantes disponibles: **negro sobre fondo blanco** y **blanco sobre fondo negro**.



comercio
castellón



comercio
castellón

Marca – Versiones cromáticas positivo

Nuestra marca dispone de **cuatro versiones monocromáticas** que se utilizarán indistintamente en función de las necesidades comunicativas o de las características de los soportes de comunicación.



comercio
castellón



comercio
castellón



comercio
castellón



comercio
castellón

Marca – Versiones cromáticas negativo

Nuestra marca dispone de **cuatro versiones monocromáticas** que se utilizarán indistintamente en función de las necesidades comunicativas o de las características del soporte.

La marca se aplicará en negativo sobre los fondos de color corporativos. En tonos más claros de utilizará la versión en negro.



comercio
castellón



comercio
castellón



comercio
castellón



comercio
castellón

Marca – Versiones sobre fotografía

Sobre fondo con imagen, se puede utilizar la marca en su **versión blanca o negra**. Para **fondos claros** y tonos neutros utilizaremos la versión negra; para **fondos oscuros y medios**, priorizaremos la versión en blanco.

Siempre trataremos de escoger **encuadres** que no emborronen la marca y permitan su perfecta legibilidad.



0. Introducción

1. Marca principal

2. Elementos de marca

3. Modelos de aplicación

4. Marca en uso

Claim

Como elemento textual distintivo, hemos creado un *claim* que acompañará a nuestra marca en los contextos corporativos.

Este *claim* pretende condensar de una manera clara y sencilla los **valores** asociados al Comercio de Castellón.

COMPRA, CONECTA, DISFRUTA

COMPRA, CONNECTA, GAUDEIX

La gama de color de Comercio de Castellón está compuesta por **seis colores**, definidos por los códigos aquí indicados.

Verde Comercio

Pantone 346C

C 49
M 00
Y 50
K 00

R 145
G 201
B 154

Hexa #91C99A

Azul Comercio

Pantone 7684C

C 81
M 58
Y 00
K 00

R 63
G 103
B 176

Hexa #91C99A

Naranja Comercio

Pantone 7579C

C 00
M 69
Y 100
K 06

R 226
G 100
B 06

Hexa #CFD2D3

Rosa Comercio

Pantone 224C

C 09
M 65
Y 00
K 00

R 224
G 120
B 154

Hexa #91C99A

Negro

Pantone 419 C

C 75
M 63
Y 60
K 78

R 33
G 35
B 34

Hexa #202222

Blanco

C 00
M 00
Y 00
K 00

R 255
G 255
B 255

Hexa #FFFFFF

Tipografía *display*

Para titulares, encabezados y otros textos destacados como el *claim*, utilizaremos la tipografía **New Title**, en su peso **Medium**. Se trata de una tipografía condensada de gran impacto visual.

Utilizaremos la tipografía siempre en **caja alta** (mayúsculas) y en el peso indicado, por lo que cualquier otro peso diferente a Medium es incorrecto.

ABC123

New Title Medium

Tipografía contenidos

Nuestra tipografía para contenidos es **Manrope**, una fuente sans serif de gran legibilidad. Los pesos permitidos son Light, Regular, Medium, Semibold y Bold.

Manrope carece de cursiva, por lo que le aplicaremos un sesgado de 12° al texto cuando necesitemos hacer uso de la cursiva o, alternativamente, le aplicaremos comillas simples a las palabras que queramos resaltar.

Abc123

Manrope Light
Manrope Regular
Manrope Medium
Manrope Semibold
Manrope Bold

El siguiente ejemplo supone una muestra de **jerarquía tipográfica y estilo de uso** para la aplicación de nuestras tipografías en soportes corporativos.

New Title Medium
42pt / 35pt

AQUÍ TIENES TU COMPRA

Manrope Semibold
12pt / 14,4pt

Sigue las instrucciones

Manrope Regular
9pt / 10,8pt

Borem velli qui conserum fugit endandestium nem fuga. Em apiciatur autas eturiti onserciminci bere modis esequia ssimint lam saped quamenimet et et, consentint qui vit et, quia eic tota nis esequi di blabore laces arunt quat faceptu reperro offic tecum rerumqu oditia saped quunt et, omnis imus eum atecus rehenis cuptur.

Manrope Medium
8pt / 9,6pt

Seguir leyendo

Pattern

Disponemos de tres *patterns* que utilizaremos con el objetivo de **enriquecer el universo gráfico** de nuestra marca y hacerla reconocible.

Dichos *patterns* toman como punto de partida el **triángulo**, ya que es la forma geométrica dinámica por excelencia. A partir de estos motivos gráficos expresamos valores como **dinamismo y adaptabilidad**.



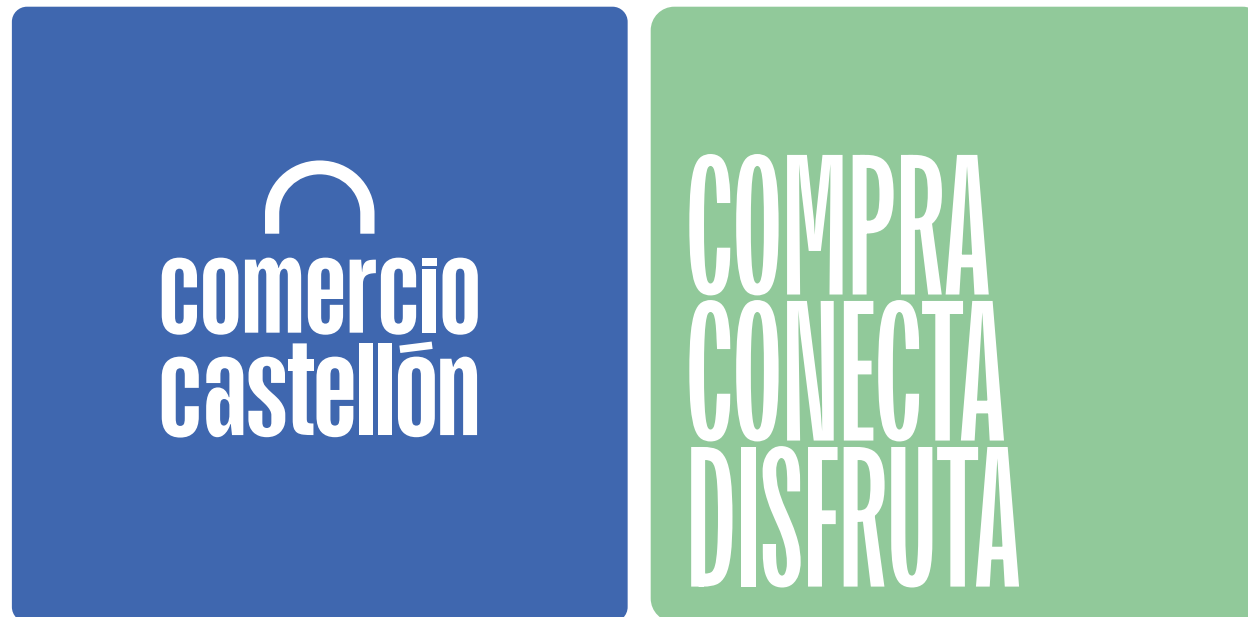
Pattern – Versiones cromáticas

El *pattern* dispone de las siguientes versiones cromáticas.



Bloques

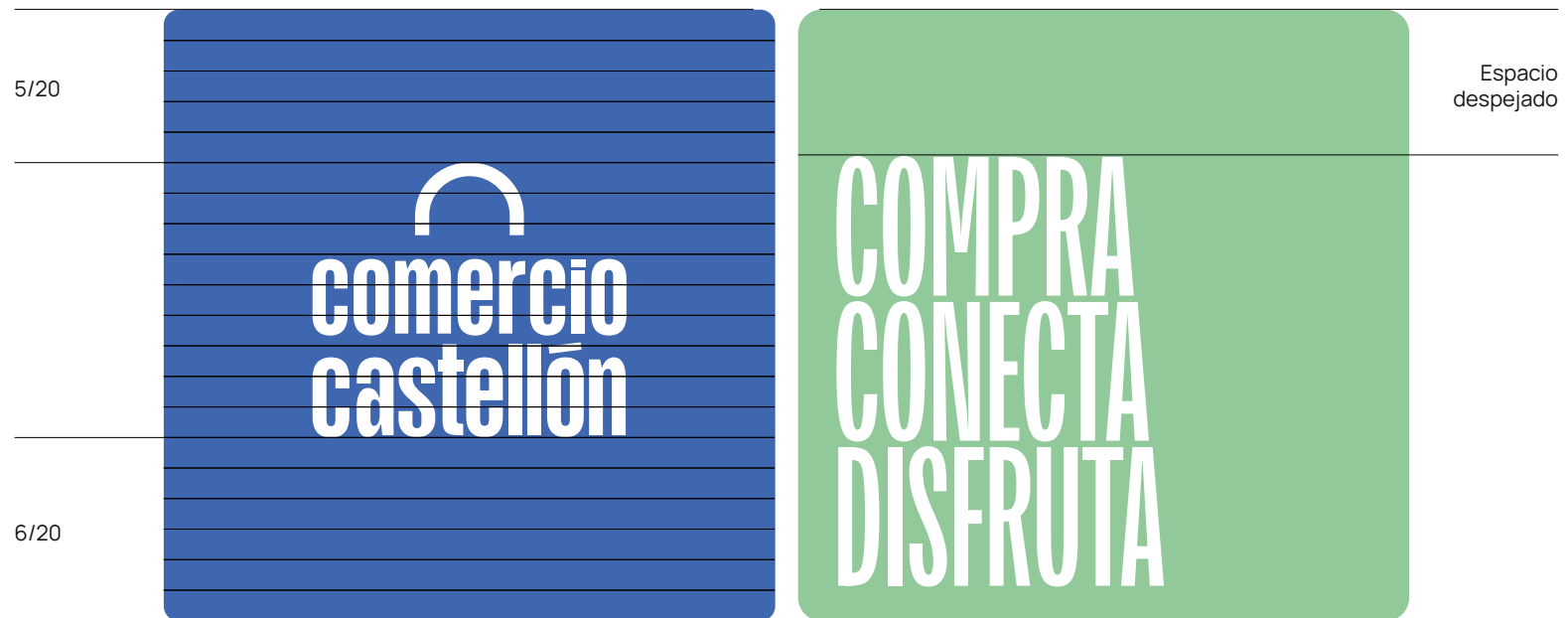
La marca dispone de un recurso gráfico en forma de **bloques**. El **primero** incluirá la marca mientras que el **segundo** podrá incluir el *claim* o cualquier otra frase.



Bloques

La marca del primer bloque tendrá un **espaciado** superior de 5/20 y uno inferior de 6/20 para que aparezca visualmente centrada en el eje vertical.

Por su parte, el texto del segundo bloque siempre incluirá un **espacio despejado**, de altura variable, en su parte superior.



0. Introducción

1. Marca principal

2. Elementos de marca

3. Modelos de aplicación

4. Marca en uso

Tarjetas corporativas (85x55 mm)

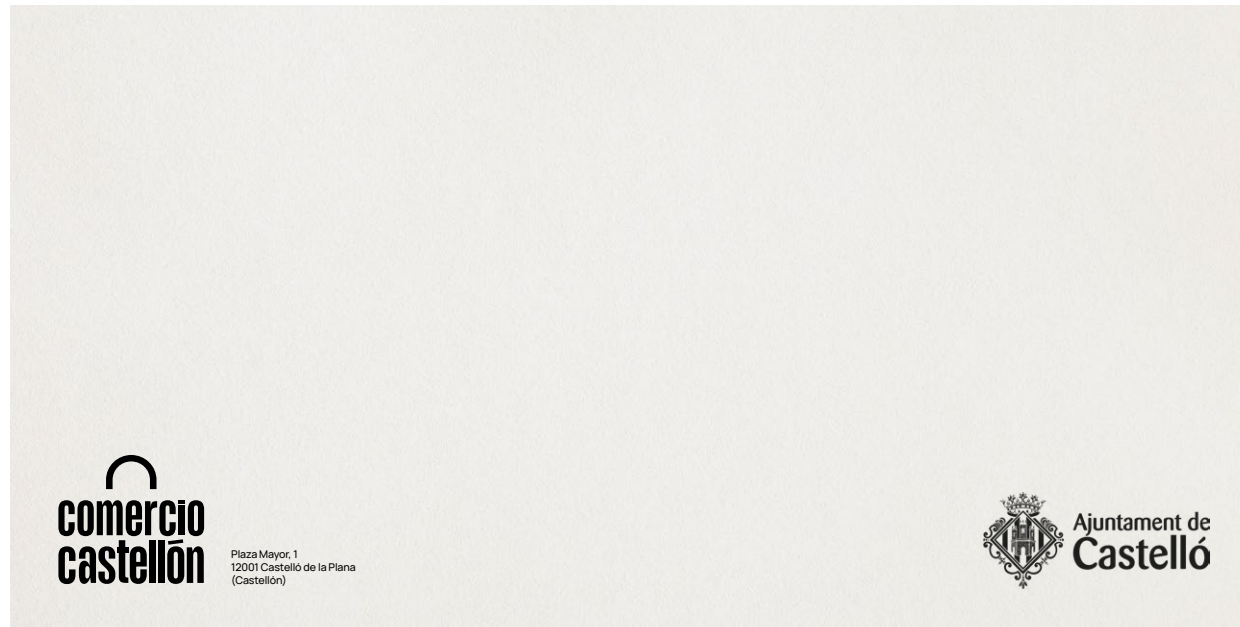
Modelo de tarjetas corporativas genéricas.



Modelo de hoja de carta con y sin logos institucionales.



Modelo de sobre americano (DL).



0. Introducción

1. Marca principal

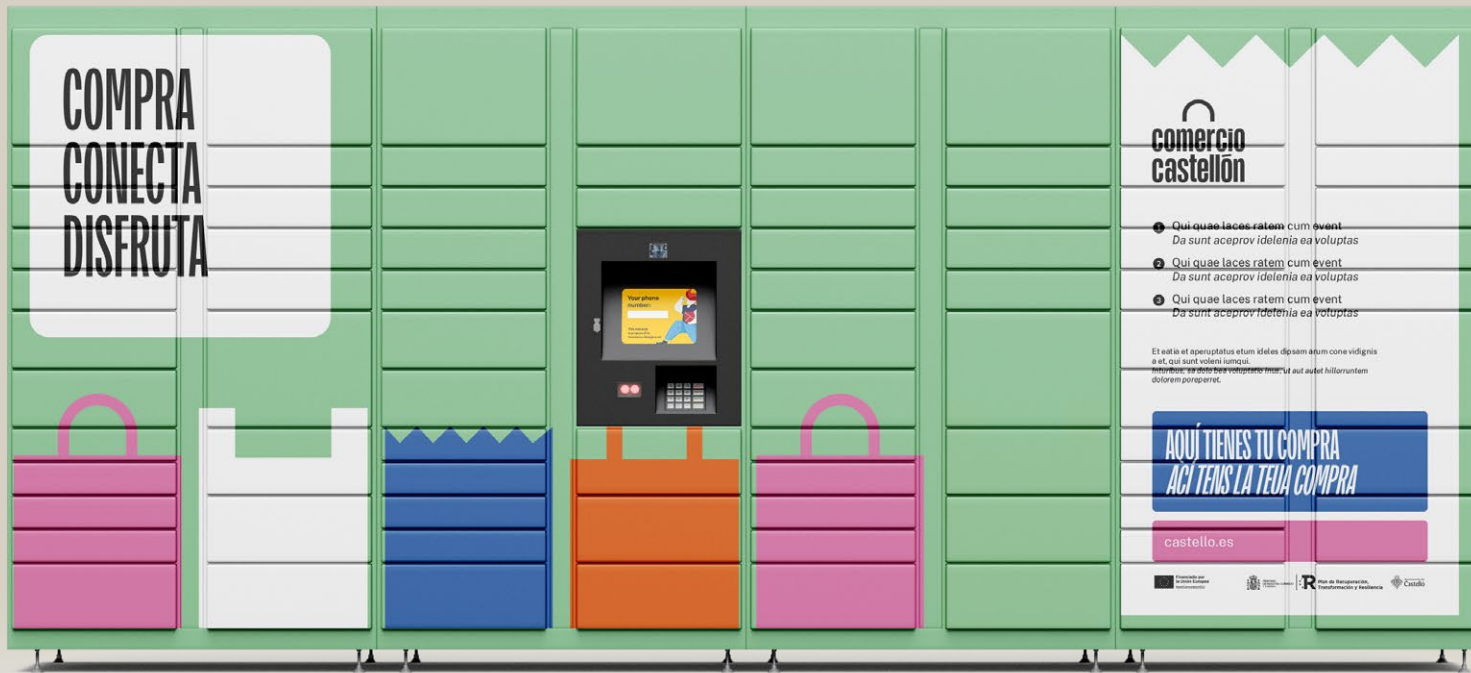
2. Elementos de marca

3. Modelos de aplicación

4. Marca en uso

Taquillas refrigeradas

Ejemplo de diseño de taquilla de recogida de pedidos.



Vehículos de reparto

Ejemplo de bicicleta y motocicleta de reparto.



Ejemplo de *marketplace* y pantalla informativa.



Gestor de turnos

Ejemplo de gestor de turnos.



Bolsa de papel

Ejemplo de bolsa de papel.



Gorra

Ejemplo de gorra corporativa para merchandising de la marca.



Ejemplo de camiseta y sudadera corporativas.



Bolígrafos y chapas

Ejemplos de la marca aplicada a soportes promocionales.



Ejemplos de cartelería aplicada a modo de mural.



Ejemplos de publicidad en marquesina.



Ejemplos de señalética.



Ejemplos de tótem informativo de los puntos de recogida y otros servicios de Comercio Castellón.



comercio castellón



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolor. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

**COMPRA
CONECTA
DISFRUTA**

castello.es





comercio castellón



Puntos de recogida de pedidos

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolor.

**TENEMOS
PUNTOS DE
RECOGIDA**

castello.es




Ejemplo de la marca aplicada a redes sociales.



comerciocastellón ...

32 publicaciones 10.5K seguidores 491 seguidos

Comercio Castellón

Compra, conecta y disfruta. Compra en los mercados y comercios locales y disfruta de nuestros restaurantes.

castello.es



