



Manual de Identidad Corporativa marca SANTACRUZ



Santa Cruz de Tenerife
AYUNTAMIENTO

**SOCIEDAD
DE DESARROLLO**



1

La Marca



1.01

1. La Marca

Marca

Versión principal.

Santa Cruz debido a su condición de capital de la isla y estando en medio de una oferta turística muy potente debe potenciar el concepto de "capital" por encima de cualquier otro.

Santa Cruz es el punto de partida y de llegada, el lugar donde se toman las decisiones y una oferta más urbana.

La "A" central se sustituye por un corazón invertido a modo de punta de flecha y otro igual enfrentado generando un discurso que nos habla de centralidad, de diálogo, de interacción, señalando que ahí está el centro de Tenerife, el kilómetro 0 de la isla.



1.02

1.1 La Marca

Marca

Versión principal con claim.

El corazón de Tenerife

Posiciona la marca como centro del destino Tenerife, así como refuerza su valor principal diferenciador, la autenticidad.

1.03

1. La Marca

Marca

Construcción del claim.

Para la edición del claim en cualquier idioma se aplicará esta norma.



Marca

Versión principal con el claim en castellano, inglés y alemán.





1.05

1. La Marca

Marca

Versión en monocromático.

Marca

Versión en monocromático con fondo fotográfico.

Cuando se utiliza un fondo fotográfico se debe utilizar la marca según convenga en positivo o negativo.



SANTACRUZ
El corazón de Tenerife



SANTACRUZ
El corazón de Tenerife



1.07

1.1 La Marca

Marca

Versiones temáticas.

El color del corazón superior puede variar según la temática.



1.08

1.1 La Marca

Marca

Versiones temáticas monocromáticas.



1.09

1.1 La Marca

Marca

Versiones temáticas monocromáticas en negativo.

1.10

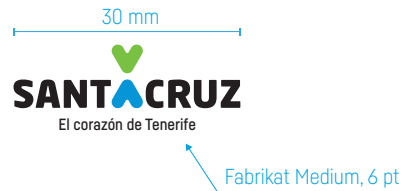
1. La Marca

Marca

Área de protección de la marca y tamaños mínimos.

Para el área de protección mínima se utiliza como referencia la altura del corazón tanto en la parte superior, inferior, izquierda y derecha.

El tamaño mínimo de reducción de la marca será de 3 cm. con claim, si se requiere utilizar la marca en dimensiones inferiores será sin el claim.



Fabrikat Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz










1234567890¿¡[.,;:]?!

1.12

1. La Marca

Marca

Colores corporativos.

	Pantone	Cuatricomía	RGB	Pintura RAL
	Negro	K 100%	R: 80 G: 10 B: 45	RAL 95
	Pantone 2925 C	C 85% M 25%	R: 63 G: 143 B: 207	RAL 6040
	Pantone 368 C	C 57% Y 100%	R: 146 G: 185 B: 58	RAL 7075
	Pantone 258 C	C 43% M 76%	R: 144 G: 85 B: 152	RAL 4040
	Pantone 320 C	C 100% Y 31% K 7%	R: 0 G: 146 B: 167	RAL 5045
	Pantone Cool Gray 9 C	M 1% K 51%	R: 153 G: 152 B: 152	RAL 5500
	Pantone 144 C	M 48% Y 100%	R: 221 G: 148 B: 27	RAL 6080
	Pantone 355 C	C 94% Y 100%	R: 60 G: 153 B: 71	RAL 5060
	Pantone 179 C	M 79% Y 100%	R: 202 G: 81 B: 27	RAL 5070

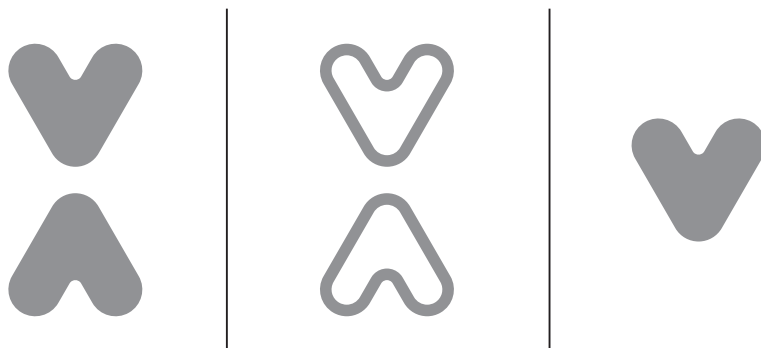
1.13

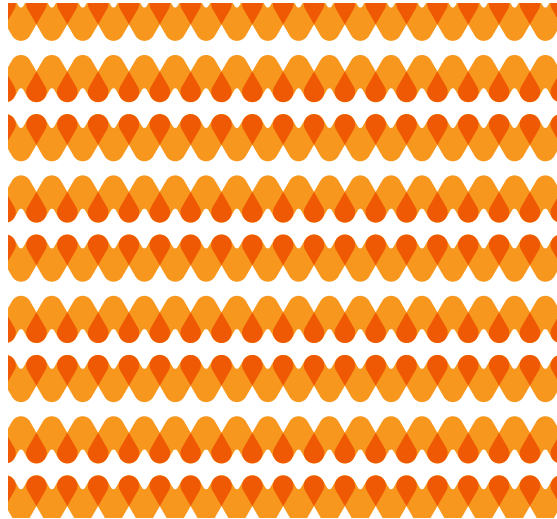
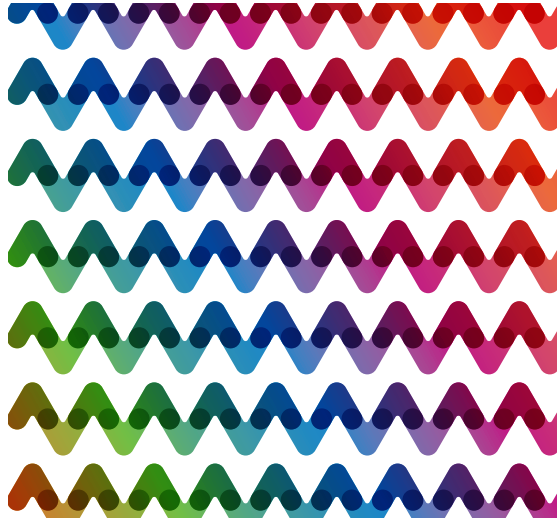
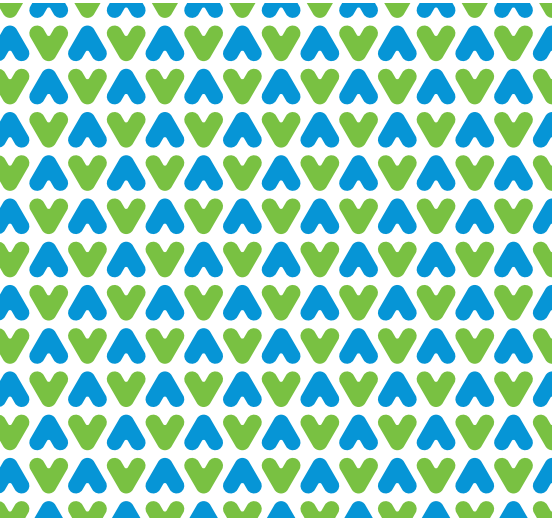
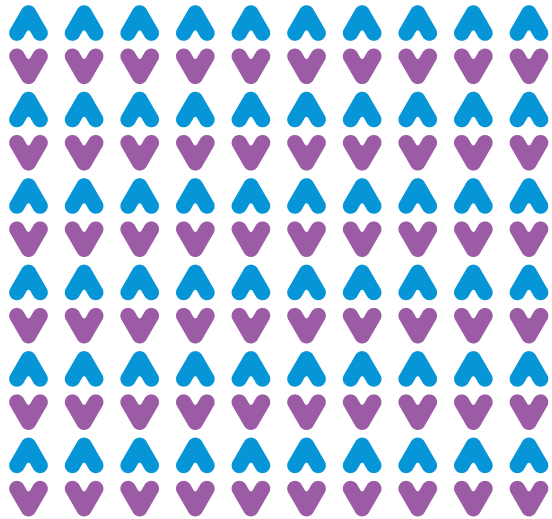
1.1 La Marca

Marca

Símbolo.

Los corazones de la marca se aplicarán en usos muy concretos como recurso gráfico.





1.14

1. La Marca

Marca

Ejemplos de tramas.



Nunca se justificará a la derecha ni a la izquierda el claim,



La disposición del símbolo siempre irá alineado con el logotipo,



En el claim no se podrá utilizar otra tipografía que la determinada en este manual.



Los colores de la marca son invariables.



El símbolo nunca puede usarse en línea, a no ser que se utilice solo y como recurso gráfico.

1.15

1. La Marca

Marca

Usos incorrectos.

La marca no se deberá de usar en ningún caso que se refleje en este apartado.



2

Usos de la marca en publicidad y publicaciones

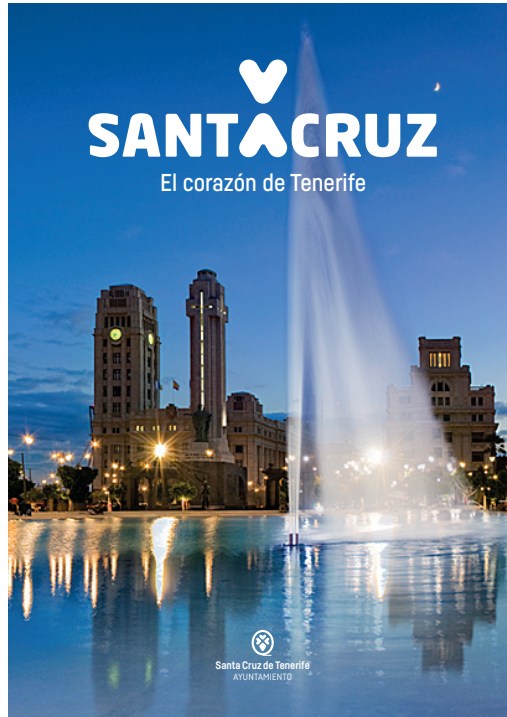
2.01

2. Publicidad y publicaciones.

Publicidad y publicaciones

La marca aplicada sobre fotografías en versión monocromática.

La marca se colocará en la parte superior o inferior según convenga con la versión monocromática blanca para fotografías, en este caso de gama oscura.

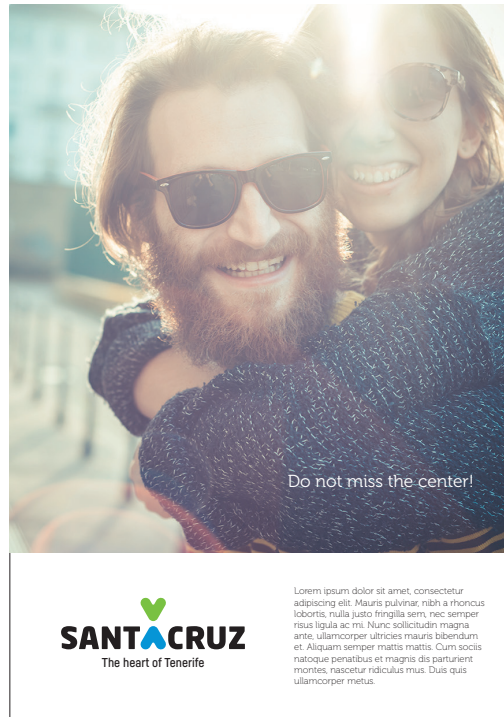
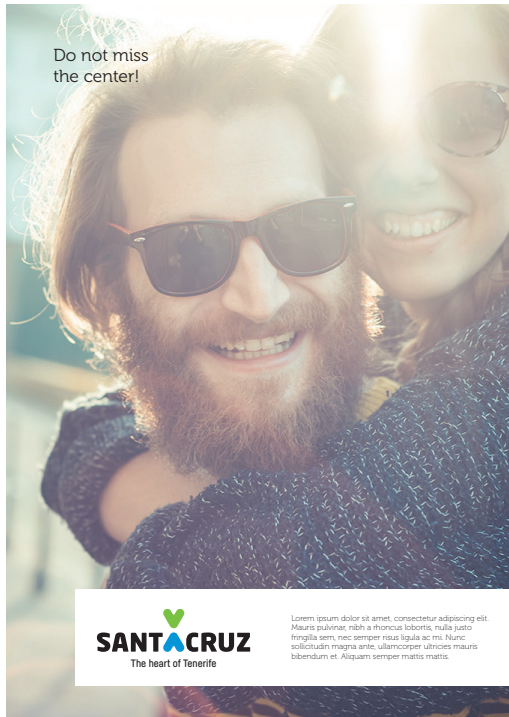


Publicidad y publicaciones

La marca aplicada sobre fotografías en versión color.

Cuando se quiera utilizar la marca en color junto a fotografías, se hará sobre fondo blanco respetando el área de protección de la marca que se refleja en este manual.

Ejemplos de uso con una pastilla blanca o sobre área blanca.



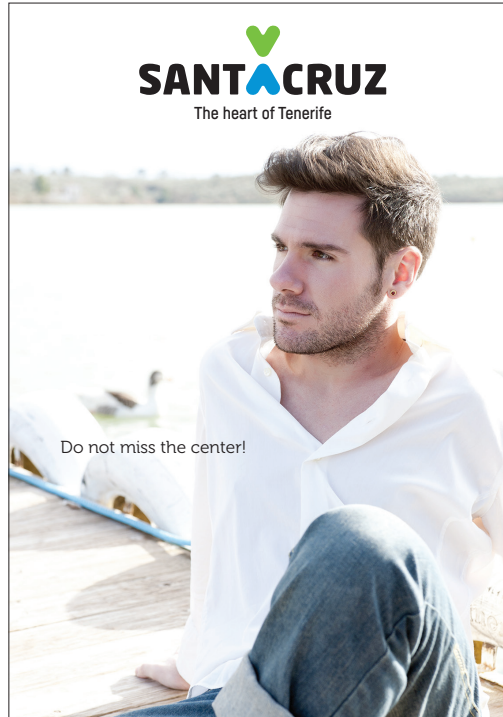
Publicidad y publicaciones

La marca aplicada sobre fotografías en versión color.

Cuando se quiera utilizar la marca en color junto a fotografías, se hará sobre fondo blanco respetando el área de protección de la marca que se refleja en este manual.

Ejemplos de uso con una pastilla transparente al 80%

Sólo podrá ir directamente sobre una fotografía cuando el fondo donde se sitúe sea blanco o prácticamente blanco.



2. Publicidad y publicaciones.

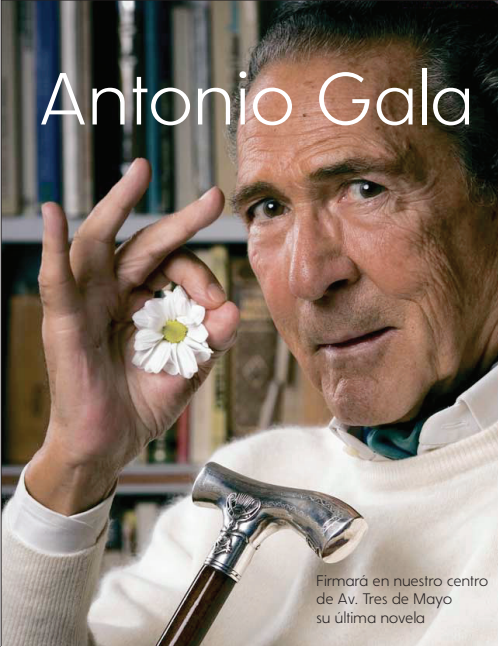
Publicidad y publicaciones

La relación entre marca Santa Cruz e identidad del Ayuntamiento de Santa Cruz.

Cuando organiza el Ayuntamiento la marca Santa Cruz se colocará en la parte superior y la marca del Ayuntamiento estará en la parte inferior firmando.

Cuando quién publica, la marca Santa Cruz se colocará en la parte superior igualmente y la marca del Ayuntamiento estará en la parte inferior junto a los colaboradores y con la caja descrita en el MIC del Ayuntamiento.





Antonio Gala

Firmará en nuestro centro
de Av. Tres de Mayo
su última novela

Miércoles
23 de abril de 2016
De 16 a 20 h.

MARCA

SANTACRUZ
El comercio de Yareña

2.05

2. Publicidad y publicaciones.

Publicidad y publicaciones

La marca en actividades donde no participa el Ayuntamiento.

Cuando una empresa privada organiza el evento la marca Santa Cruz aparecerá en la parte inferior con la versión según corresponda la temática.



3

Utilización en objetos
promocionales y especiales



3.01

3. Utilización de la marca

Objetos promocionales y especiales

Ejemplos de merchandising.

Para la elaboración de objetos promocionales se utilizarán los elementos corporativos complementarios (1.13) y la marca según la normativa de este manual.



3.02

3. Utilización de la marca

Objetos promocionales y especiales

Marca en relieve.

En este caso se realizará sin utilizar el claim. La profundidad se hará según conveniencia.



SANTACRUZ

El corazón de Tenerife



Santa Cruz de Tenerife
AYUNTAMIENTO

SOCIEDAD
DE DESARROLLO