

SAN SEBASTIAN
DONOSTIA 2016

MANUAL IDENTIDAD CORPORATIVA
MARCA DONOSTIA-SAN SEBASTIÁN

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA

Este manual de identidad corporativa es un documento de carácter normativo que presenta, describe y explica los signos que definen y divulgan la identidad corporativa San Sebastián-Donostia.

El objeto de este Manual es velar por la coherencia de la marca a lo largo del tiempo.

Este Manual debe ser consultado por todos aquellos profesionales que tengan la responsabilidad de aplicar la imagen de San Sebastián-Donostia.

Las piezas no definidas en este Manual se realizarán respetando los criterios generales y el estilo marcado por éste.

ÍNDICE

MARCA

A. CONTRUCCIÓN DE LA MARCA

1. Conjunta
2. Símbolo
3. Logotipo
4. Ubicación relativa
5. Uso incorrecto de la marca

B. ZONA DE PROTECCIÓN

C. REDUCCIÓN DE LA MARCA

D. TIPOGRAFÍA DE LA MARCA

1. Tipografía del Logotipo
2. Tipografía Corporativa

E. GAMA CROMÁTICA

1. Paleta de la Marca
2. Aplicación en negativo (1 tinta)
3. Aplicación en negativo (2 tintas)
4. Aplicación en escala de grises
5. Aplicación sobre azul corporativo
6. Aplicación sobre fondos
 1. Fondo gris
 2. Fondo color
 3. Fondo oscuro

F. DISPOSICIONES ESPECIALES

1. Reversible
2. Horizontal
3. Uso disposición Horizontal

APLICACIONES CORPORATIVAS

1. Tarjeta corporativa
2. Tarjeta personal
3. Tarjetón
4. Hoja carta 1
5. Hoja carta 2
6. Sobre americano
7. Sobre americano con ventana
8. Sobre C4
9. Carpeta
10. Bolsa
11. Carátula CD
12. CD
13. Firma electrónica
14. Señalética Oficina
15. Kursaal
16. Rotulación Vehículo
17. Autobús rojo turístico

MERCHANDISING

1. Camiseta
2. Delantal
3. Pegatina
 1. Pegatina comercios
 2. Pegatina ciudadano L
 3. Pegatina ciudadano M
 4. Pegatina ciudadano S
4. Paraguas
5. Mechero
6. Cerillas
7. Pin
8. Bolígrafo - Lápiz
9. Cucurucho cenicero
10. Llavero
11. Taza

CONVIVENCIA MARCA

1. Papelería
2. Firma electrónica
3. Banner
4. Tarjeta
5. Piezas comunicación
 1. Cartel
 2. Banderola
 3. Portada
 4. Programa

MARCA

En este primer apartado se muestran las pautas utilizadas para crear la marca, así como las premisas que se deben respetar en la aplicación de la misma (zona de protección, reductibilidad, ...)

A. CONTRUCCIÓN DE LA MARCA

1. Conjunta
2. Símbolo
3. Logotipo
4. Ubicación relativa
5. Uso incorrecto de la marca

B. ZONA DE PROTECCIÓN

C. REDUCCIÓN DE LA MARCA

D. TIPOGRAFÍA DE LA MARCA

1. Tipografía del Logotipo
2. Tipografía Corporativa

E. GAMA CROMÁTICA

1. Paleta de la Marca
2. Aplicación en negativo (1 tinta)
3. Aplicación en negativo (2 tintas)
4. Aplicación en escala de grises
5. Aplicación sobre azul corporativo
6. Aplicación sobre fondos
 1. Fondo gris
 2. Fondo color
 3. Fondo oscuro

F. DISPOSICIONES ESPECIALES

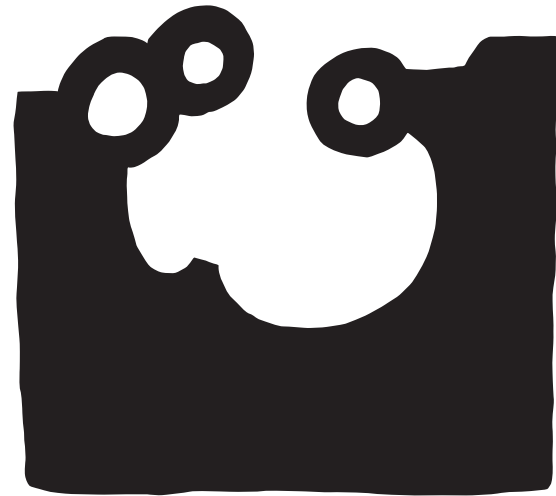
1. Reversible
2. Horizontal
3. Uso disposición Horizontal

MARCA
A. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA
1. Conjunta



SAN SEBASTIAN
DONOSTIA 2016

MARCA
A. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA
2. Símbolo



SAN SEBASTIAN DONOSTIA 2016

MARCA
A. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA
4. Ubicación relativa



x
SAN SEBASTIAN
x
DONOSTIA 2016

x
DONOSTIA 2016
x
SAN SEBASTIAN

MARCA

A. CONSTRUCCIÓN DE LA MARCA

5. Uso incorrecto de la marca

La correcta aplicación de la marca es la que se ajusta a las indicaciones de este manual.

A continuación se muestran algunos ejemplos de usos incorrectos que modifican la marca:

- No engrosar el trazado del símbolo
- No utilizar un color diferente al especificado
- No modificar la forma del símbolo u omitir parte de este
- No omitir parte del logotipo
- No estrechar ni alargar la marca
- No reducir ni ampliar el tamaño de los elementos
- No utilizar los colores incorrectamente
- No utilizar otras tipografías
- No girar



MARCA B. ZONA DE PROTECCIÓN

El área de protección de la marca es un espacio de seguridad que la rodea y que no debe ser invadido por ningún elemento gráfico. Es importante respetar este margen ya que asegura la óptima visualización de la marca.

El área de protección de la marca crece o se reduce proporcionalmente al tamaño de la misma.

La distancia X en la marca en vertical es igual al alto de las letras en Univers 45.

La distancia X en la marca en horizontal es igual al espacio entre el símbolo y el logotipo y al interlineado del logotipo.



MARCA

C. REDUCCIÓN DE LA MARCA

Para mantener la integridad visual de la marca existen unos tamaños mínimos.

En todo caso la reducción debe hacerse a escala para no modificar la marca.

Tamaño mínimo marca vertical: 12 mm
Tamaño mínimo marca horizontal: 15 mm

Cuando el tamaño sea menor a 12 mm en vertical y a 15 mm en horizontal se utilizará únicamente el símbolo hasta un tamaño mínimo de 6 mm.



12 mm



15 mm

MARCA
D. TIPOGRAFÍA DE LA MARCA
1. Tipografía del Logotipo

Para el logotipo se usará exclusivamente la tipografía Univers en los siguientes pesos: Univers 45 Light y Univers 65 Bold.

Univers 45 Light

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

Univers 65 Bold

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890

MARCA

D. TIPOGRAFÍA DE LA MARCA

2. Tipografía corporativa

Tipografía diseñada por Adrian Frutiger en 1957. Disponible en diferentes pesos esta tipografía es la recomendada para las piezas de comunicación de la marca: Univers LT Std.

No utilizar la versión itálica a menos que sea absolutamente necesario.

Para textos internos impresos con ordenadores personales que no dispongan de dicha tipografía se usará la tipografía Arial.

Univers 45 Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Univers 45 Light Oblique

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890*

Univers 55

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Univers 55 Oblique

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890*

Univers 65 Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890**

Univers 65 Bold Oblique

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890***

MARCA
E. GAMA CROMÁTICA

1. Paleta de la marca

La marca tiene 2 colores principales y corporativos, Pantone Process Cyan y Pantone Process Black.

A continuación se facilitan las correspondencias según el medio o soporte a utilizar.

No debe usarse ningún otro color.

Artes gráficas (Pantone):
Impresión offset. (Imprenta)

Cuatricomia:
Impresión en cuatricomia. (Digital)

RGB:
Funciona bien en la web, power point y otros formatos multimedia. Es el mejor para reproducir en pantalla pero no funciona bien para impresos.



-Artes Gráficas (Pantone)
Pantone Process Cyan

-Cuatricomia

C:100
M:0
Y:0
K:0

-RGB

R:0
G:159
B:218

-HTML
009FDA



-Artes Gráficas (Pantone)
Pantone Process Black

-Cuatricomia

C:0
M:0
Y:0
K:100

-RGB

R:30
G:30
B:30

-HTML
1E1E1E

MARCA
E. GAMA CROMÁTICA
2. Aplicación en negativo (1 tinta)



MARCA
E. GAMA CROMÁTICA
3. Aplicación en negativo (2 tintas)

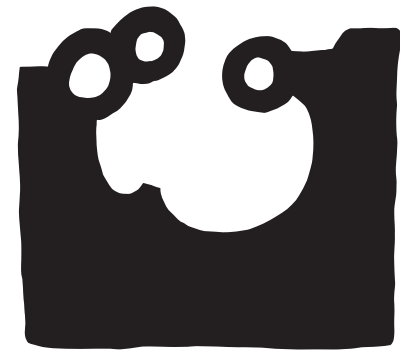


MARCA

E. GAMA CROMÁTICA

4. Aplicación en escala de grises

Cuando se tenga que aplicar la marca en escala de grises el azul (Pantone Prosecc Cyan) se sustituirá por un gris obtenido de tramar el negro al 50%. (ej: periódico...)



SAN SEBASTIAN
DONOSTIA 2016

MARCA

E. GAMA CROMÁTICA

5. Aplicación sobre azul corporativo

Cuando se aplique la marca sobre el azul corporativo (Pantone Process Cyan) el color azul se sustituirá por blanco.



MARCA
E. GAMA CROMÁTICA

6. Aplicación sobre fondos

1. Fondo Gris

Al igual que sobre fondo negro y blanco cuando la marca se aplique sobre fondo gris se utilizará la marca con el color azul (Pantone Process Cyan).

Si el porcentaje de negro es mayor o igual que 70% la marca se aplicará en blanco para una mayor visibilidad.



MARCA
E. GAMA CROMÁTICA

6. Aplicación sobre fondos
2. Fondo Color

Cuando la marca se aplica sobre fondos de color, el color azul (Pantone Process Cyan) desaparece, evitando de este modo problemas de legibilidad y combinaciones de color molestas.

Como norma el negro (Pantone Process Black) es el color principal de la marca para estos casos. Se debe aplicar siempre que la visibilidad de ésta no se vea afectada.



MARCA

E. GAMA CROMÁTICA

6. Aplicación sobre fondos

3. Fondo oscuro

Como excepción cuando el fondo de color sea oscuro y no permita la correcta visualización de la marca se aplicará en blanco.



MARCA
F. DISPOSICIONES ESPECIALES

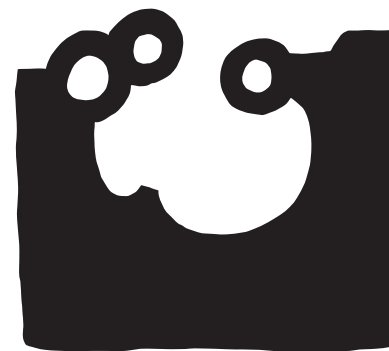
1. Reversible

Aplicación corporativa prioritaria de la marca como San Sebastián-Donostia, por la mayor notoriedad de San Sebastián fuera de la ciudad.

Aplicación ciudadana de la marca como Donostia-San Sebastián, por la cercanía de la marca a nuestros ciudadanos (ej: merchandising).



SAN SEBASTIAN
DONOSTIA 2016



DONOSTIA 2016
SAN SEBASTIAN

MARCA
F. DISPOSICIONES ESPECIALES
2. Horizontal

La aplicación corporativa prioritaria de la marca es vertical. Únicamente, está permitido aplicar la marca horizontalmente cuando el soporte no permita mostrar la marca en vertical sin perder visibilidad.



MARCA
F. DISPOSICIONES ESPECIALES
3. Uso de disposición Horizontal

Se recomienda su uso en casos en los que se pueda perder la visibilidad de la marca si se utiliza la disposición vertical.

A continuación se muestran algunos ejemplos de usos correctos e incorrectos. Los rectángulos representan el espacio reservado a la colocación de la marca.



APLICACIONES CORPORATIVAS

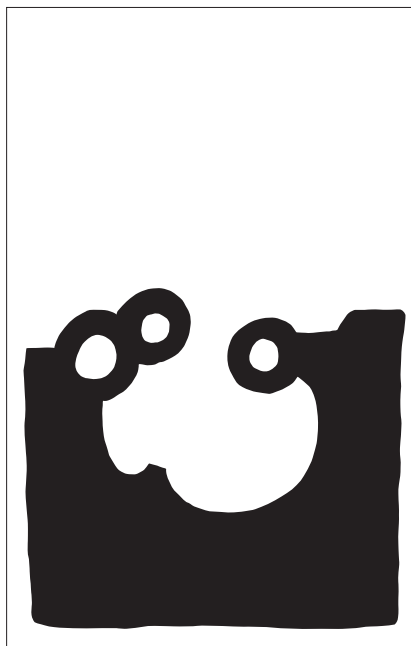
En este apartado la marca se traslada a piezas de comunicación concretas, donde su diseño transmite la personalidad corporativa de la marca.

1. Tarjeta corporativa
2. Tarjeta personal
3. Tarjetón
4. Hoja carta 1
5. Hoja carta 2
6. Sobre americano
7. Sobre americano con ventana
8. Sobre C4
9. Carpeta
10. Bolsa
11. Carátula CD
12. CD
13. Firma electrónica
14. Señalética Oficina
15. Kursaal
16. Rotulación Vehículo
17. Autobús rojo turístico

APLICACIONES CORPORATIVAS

1. Tarjeta corporativa

85x55 mm
Escala 100%



SAN SEBASTIAN **DONOSTIA 2016**

Teatro Victoria Eugenia
Reina Regente 8, bajo
20003 Donostia-San Sebastián

tel: 943 48 33 44
fax: 943 48 33 40

www.sansebastian2016.eu
info@sansebastian2016.eu

APLICACIONES CORPORATIVAS

2. Tarjeta personal

85x55 mm
Escala 100%



SAN SEBASTIAN
DONOSTIA 2016

Nombre Apellido
Cargo

Teatro Victoria Eugenia
Reina Regente 8, bajo
20003 Donostia-San Sebastián

tel: 943 48 33 44
fax: 943 48 33 40

www.sansebastian2016.eu
apellido@sansebastian2016.eu

APLICACIONES CORPORATIVAS

3. Tarjetón

220x110 mm

Escala 80%



Teatro Victoria Eugenia - Reina Regente 8, bajo - 20003 Donostia-San Sebastián
tel: 943 48 33 44 - fax: 943 48 33 40 - www.sansebastian2016.eu - info@sansebastian2016.eu

APLICACIONES CORPORATIVAS

4. Hoja carta 1

210x297 mm

Escala 50%



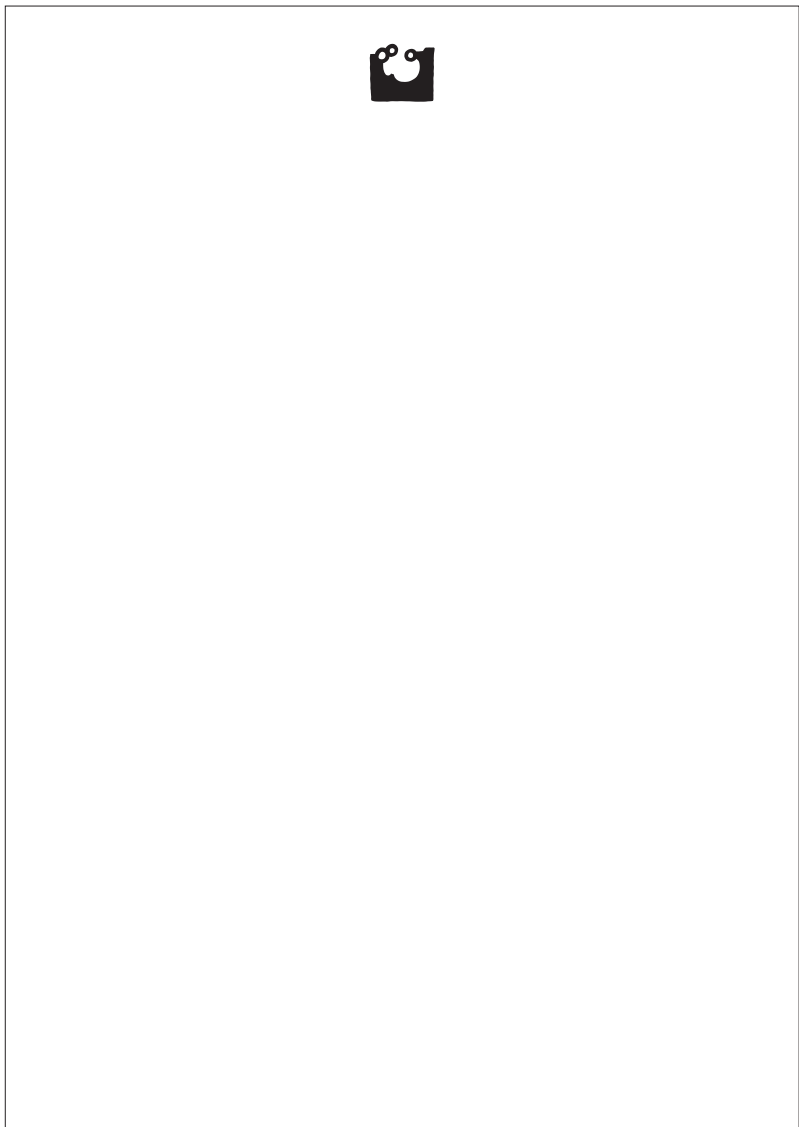
SAN SEBASTIAN
DONOSTIA 2016

APLICACIONES CORPORATIVAS

5. Hoja carta 2

210x297 mm

Escala 50%



APLICACIONES CORPORATIVAS

6. Sobre americano

220x110 mm

Escala 60%



Teatro Victoria Eugenia - Reina Regente 8, bajo - 20003 Donostia-San Sebastián
tel: 943 48 33 44 - fax: 943 48 33 40 - www.sansebastian2016.eu - info@sansebastian2016.eu

APLICACIONES CORPORATIVAS

7. Sobre americano ventana

220x110 mm

Escala 60%



APLICACIONES CORPORATIVAS

8. Sobre C4

229x324 mm

Escala 50%

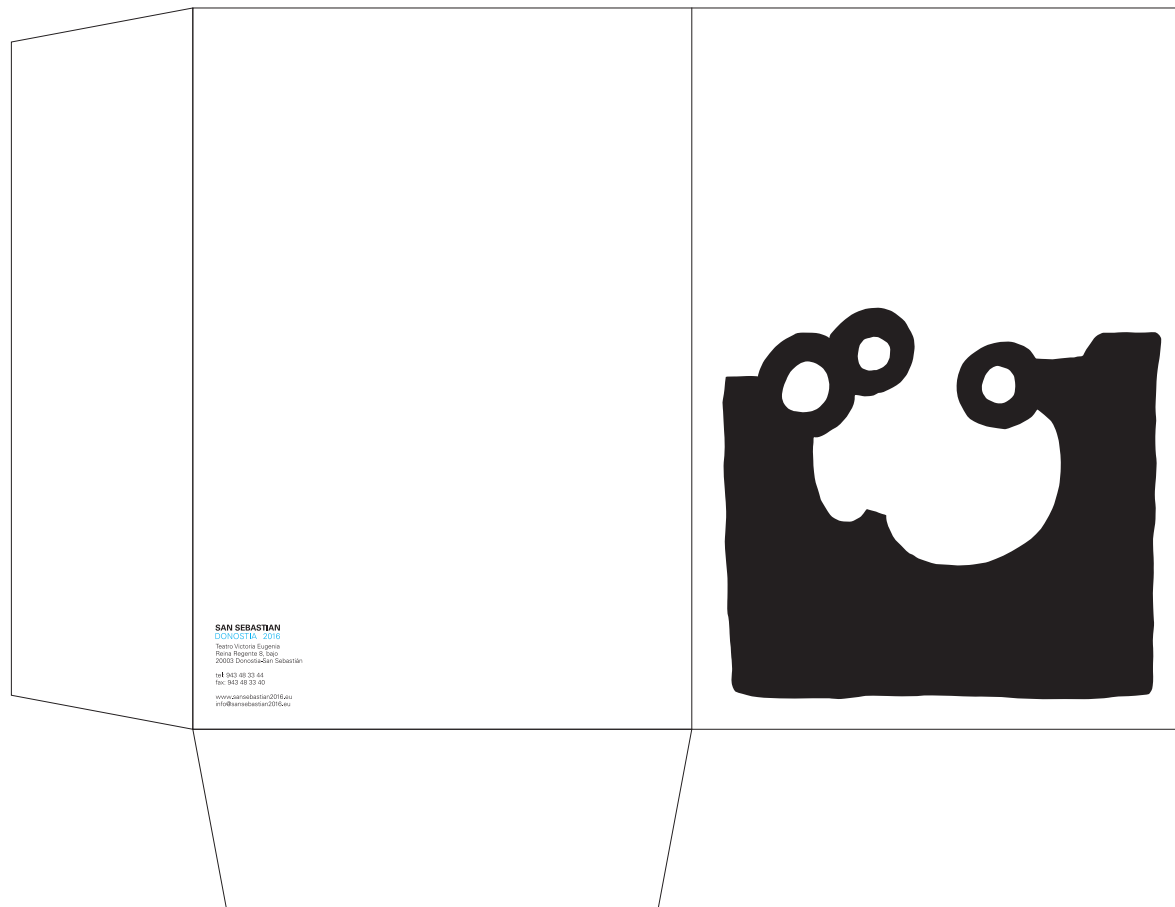


APLICACIONES CORPORATIVAS

9. Carpeta

440x318 mm

Escala 30%

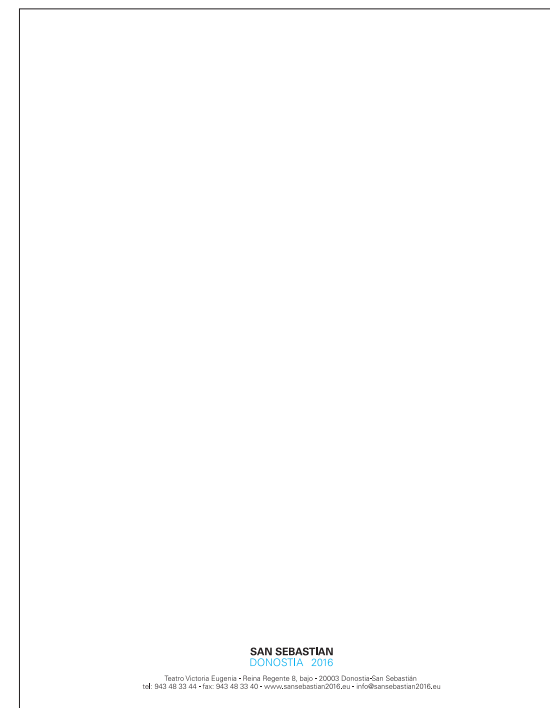
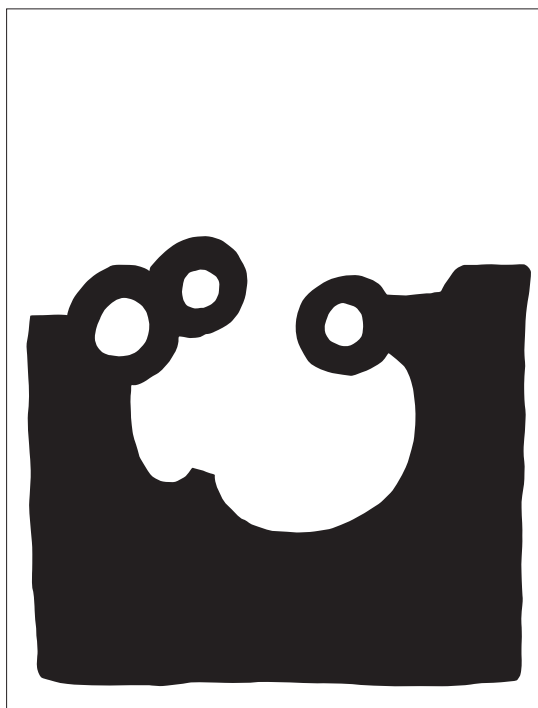


APLICACIONES CORPORATIVAS

10. Bolsa

480x620 mm

Escala 15%



SAN SEBASTIAN
DONOSTIA 2016

Teatro Victoria Eugenia - Plaza Regente E. Ibañeta • 20003 Donostia-San Sebastián
tel. 943 48 33 44 • fax: 943 45 33 40 • www.sansebastian2016.eu • info@sansebastian2016.eu

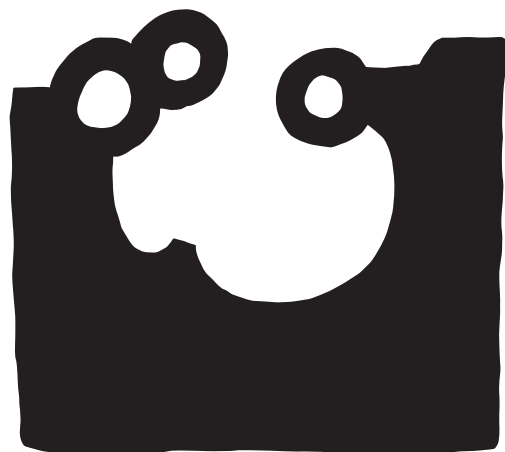
APLICACIONES CORPORATIVAS

11. Carátula CD

120x125 mm

Escala 60%

Título
Subtítulo



SAN SEBASTIAN
DONOSTIA 2016

Teatro Victoria Eugenia
Reina Regente 8, bajo
20003 Donostia-San Sebastián

tel: 943 48 33 44
fax: 943 48 33 40

www.sansebastian2016.eu
info@sansebastian2016.eu

APLICACIONES CORPORATIVAS

12. CD

120x120 mm

Escala 100%



APLICACIONES CORPORATIVAS

13. Firma electrónica

18x4,5 mm

Escala 100%



SAN SEBASTIAN

DONOSTIA 2016

Nombre Apellido

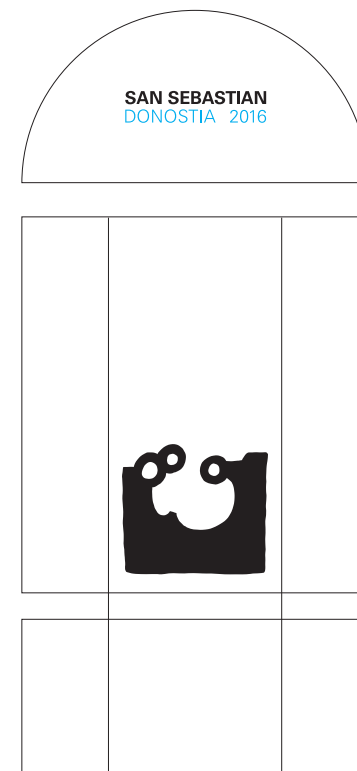
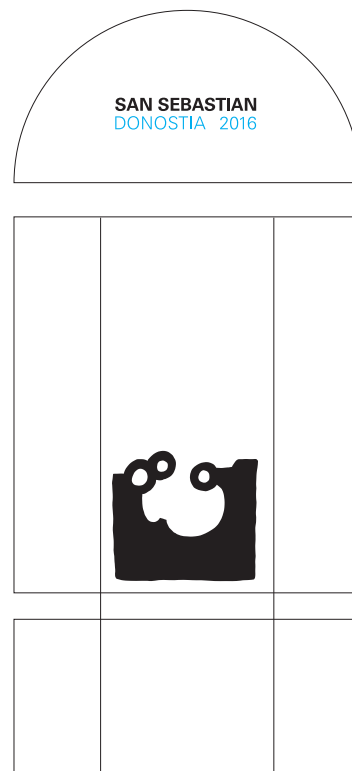
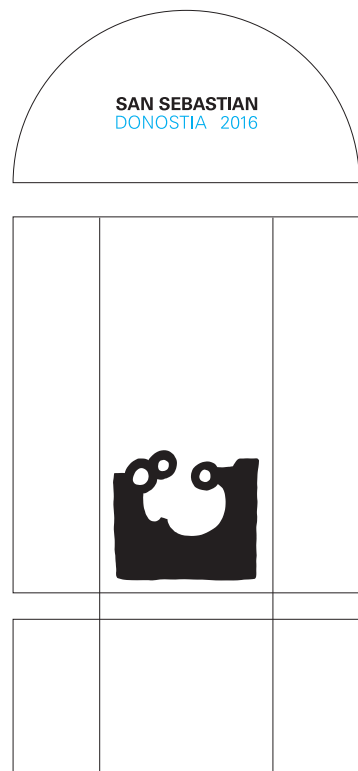
Cargo

Teatro Victoria Eugenia
Reina Regente 8, bajo
20003 Donostia-San Sebastián

tlf: 943 48 33 44
fax: 943 48 33 40

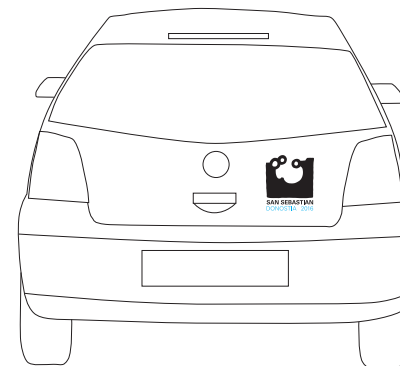
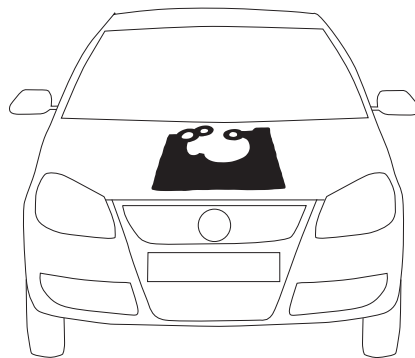
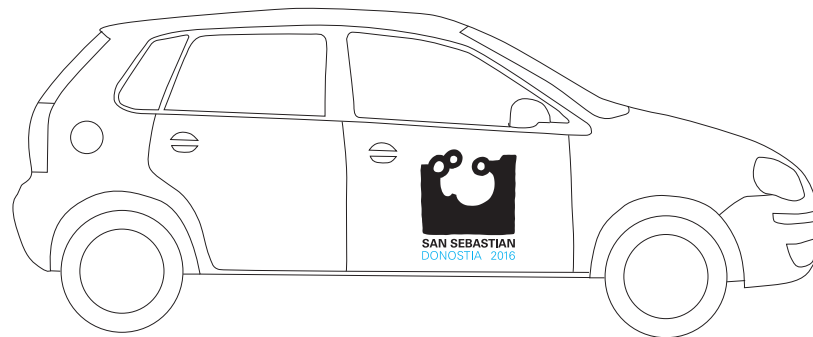
www.sansebastian2016.eu
info@sansebastian2016.eu

APLICACIONES CORPORATIVAS
14. Señalética oficina

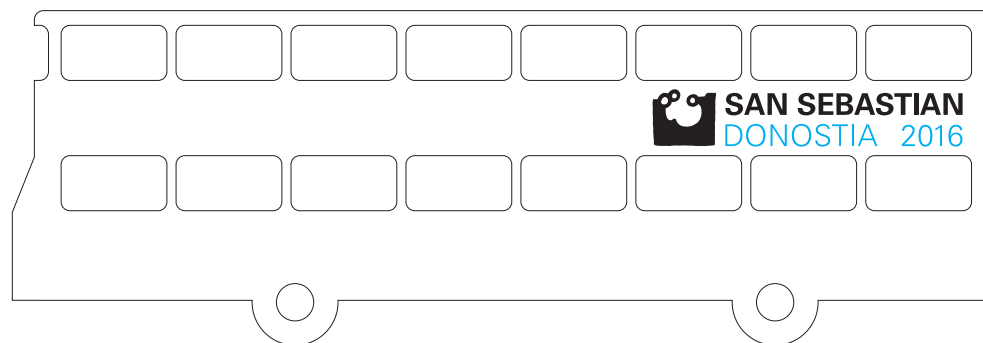
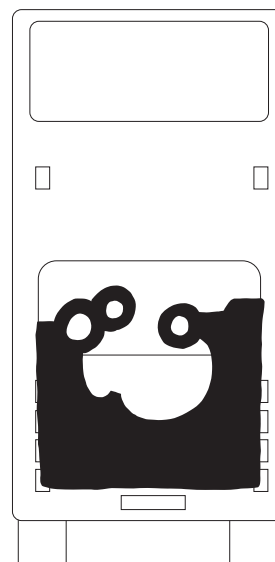




APLICACIONES CORPORATIVAS
16. Rotulación Vehículo



APLICACIONES CORPORATIVAS
17. Autobús rojo turístico



MERCHANDISING

Este apartado pretende marcar un estilo de comunicación para aquellas piezas que tienen como destinatario la sociedad ("se las lleva consigo"). En las piezas incluidas se entiende que la sociedad las debe acoger como propias, por ello todas ellas se podrán replicar con la marca reversible (ejemplificado en las pegatinas).

1. Camiseta
2. Delantal
3. Pegatina
 1. Pegatina comercios
 2. Pegatina ciudadano L
 3. Pegatina ciudadano M
 4. Pegatina ciudadano S
4. Paraguas
5. Mechero
6. Cerillas
7. Pin
8. Bolígrafo - Lápiz
9. Cucurucho cenicero
10. Llavero
11. Taza

MERCHANDISING

1. Camiseta



MERCHANDISING
2. Delantal



MERCHANDISING

3. Pegatina

1. Pegatina comercios

128x140 mm

Escala 60%



MERCHANDISING

3. Pegatina

2. Pegatina ciudadano L

100x110 mm

Escala 80%



MERCHANDISING

3. Pegatina

3. Pegatina ciudadano M

50x55 mm

Escala 100%



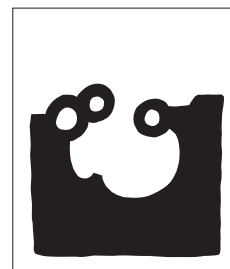
MERCHANDISING

3. Pegatina

4. Pegatina ciudadano S

30x35 mm

Escala 100%



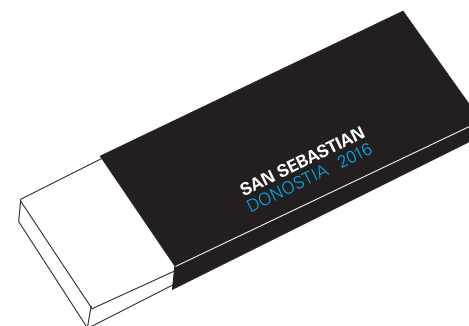
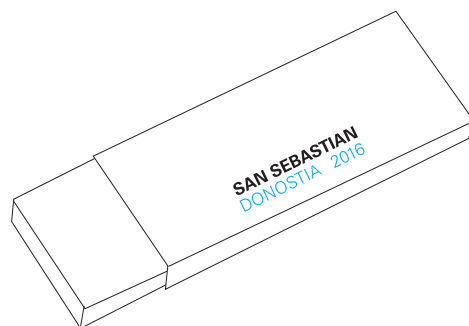
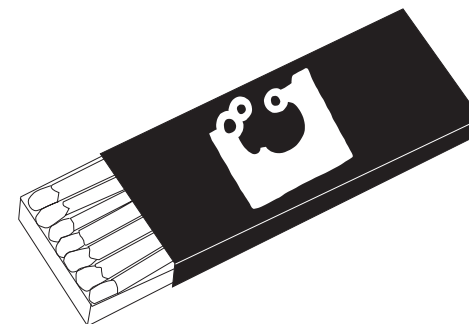
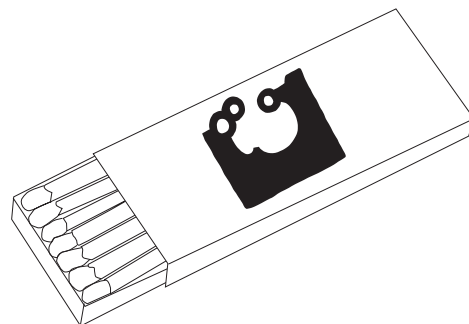
MERCHANDISING
4. Paraguas



MERCHANDISING
5. Mechero



MERCHANDISING
6. Cerillas



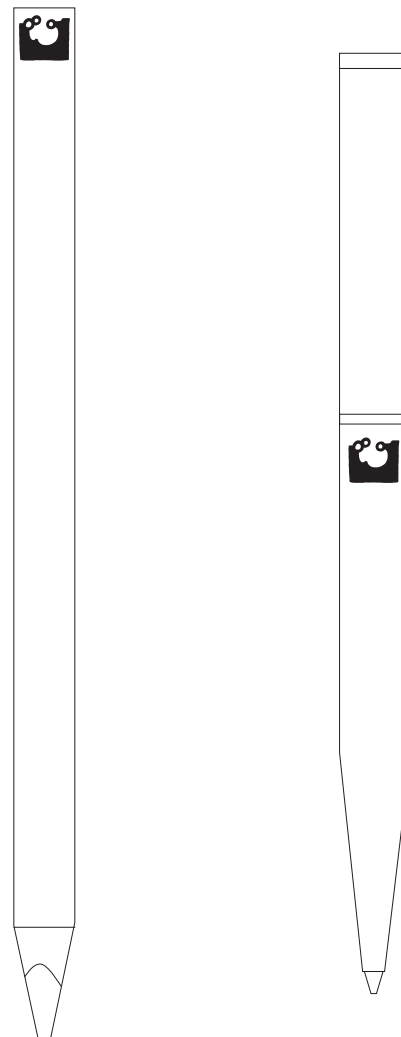
MERCHANDISING

7. Pin

15x13 mm
Escala 100%



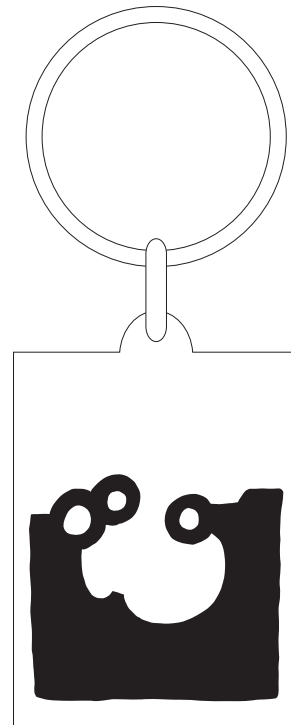
MERCHANDISING
8. Bolígrafo-Lápiz



MERCHANDISING
9. Cucurucho cenicero

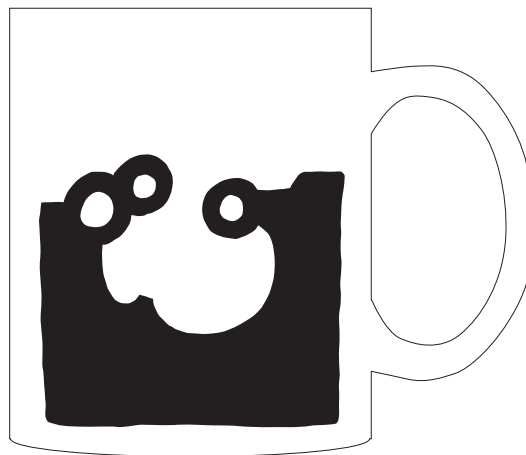


MERCHANDISING
10. Llavero



MERCHANDISING

11. Taza



CONVIVENCIA MARCA

Este último apartado incluye explicaciones de cómo se aplica la marca bajo las premisas recogidas en este manual. Ejemplificando al mismo tiempo, casos en los que la marca estará presente en piezas de comunicación no propias.

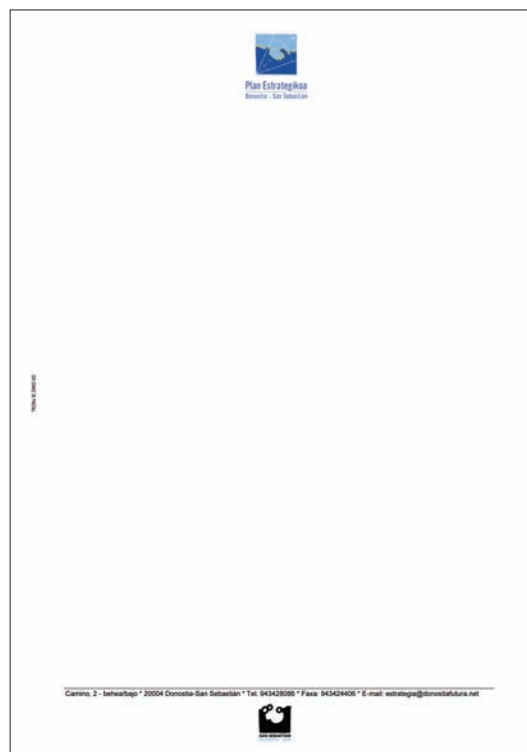
1. Papelería
 1. Hoja de carta
 2. Fax
2. Firma electrónica
3. Banner
4. Tarjeta
5. Piezas comunicación
 1. Cartel
 2. Banderola
 3. Portada
 4. Programa

CONVIVENCIA MARCA

1. Papelería

1. Hoja de carta


Marca adaptada al diseño de la pieza: primera hoja marca centrada y segunda hoja marca a la derecha. Disposición y colores originales.



CONVIVENCIA MARCA

1. Papelería
2. Fax


Al igual que en las hojas de carta la marca se adapta al diseño de la pieza.
Al aplicarse sobre fondo blanco la marca es la original. El tamaño es mayor a 12 mm para no perder legibilidad según el tamaño mínimo a respetar.



Plan Estratégico
Donostia - San Sebastián

Igorlea / Remitente	
Hartzalea / Destino	
Fax zk. / Nº de fax	Orriak, hazi berrak / Nº de hojas, esta incluida
Mezua / Mensaje	
Eva Coloma Plan Estratægico Donostia-San Sebastián	
Eguna	Fecha
Error! Unknown switch argument.	Error! Unknown switch argument.

Centro, 2 - behebatza * 20004 Donostia-San Sebastián * Tel. 943428091 * Fax: 943424026 * E-mail: planestrategico@donostialdura.net



CONVIVENCIA MARCA

2. Firma electrónica

La aplicación de la marca sobre fondo de color se aplica en este caso en negro.



**DONOSTIA
KULTURA**

Jaiene
Arduraduna - Responsable
Komunikazioa eta Irudia - Comunicación e Imagen

Donostia Kultura
✉ Teatro Victoria Eugenia
Reina Regente 8 - 3º
20003 Donostia - San Sebastián
☎ 943-481152 📠 943-481190
✉ jaiene@donostia.org
www.donostiakultura.com

SAN SEBASTIAN
DONOSTIA 2016

CONVIVENCIA MARCA

3. Banner

El soporte nos permite utilizar el blanco como fondo para poder aplicar la marca en su versión original. Es importante que el espacio alrededor de la marca respete las medidas indicadas en el apartado zona de protección.

ESTRATEGIA
Donostia-San Sebastián

bilatu

Bisita gidatua | Planaren gida | Komunikazioa | Ideien gunea | Dokuteka | Aldizkaria

<< CASTELLANO

Gaurkotasuna

2008-06-05

Eusko Ikaskuntza-Euskadiko Kutzaren humanitate, kultura, arte eta gizarte zientzia saria 2008

Daniel Innerarity filosofoak Eusko Ikaskuntza-Euskadiko Kutzaren humanitate, kultura, arte eta gizarte zientzia saria 2008 irabazi du. Epai mahaiak aho batez baloratu du bere pentsamenduaren "unibertsaltasuna", bere "gogoeten ulergarritasuna" goraiatzarekin batera eta horrek "gizarteari egindako lanak gerturatzeari" ahalbidetu duela adierazi dute.

>>

Bisita gidatua →
Ezagutu ezazu gure webgunea!

Planaren gida →
Donostiaren etorkizuna diseinatzeko helburu eta estrategiak

Aldizkaria →
Jarraitu ezazu Planaren garapena zure posta elektronikotik

Plana sarean →
Ezagutu itzazu parte hartzen ditugun sareak

Agenda

SAN SEBASTIAN
DONOSTIA 2016

Donostia, 2016ko Kulturaren Europako

CONVIVENCIA MARCA

4. Tarjeta

El espacio reservado para la colocación de la marca hace que sea más indicada la aplicación de la disposición horizontal para obtener una mayor legibilidad.



CONVIVENCIA MARCA

5. Piezas comunicación

1. Cartel

En el primer cartel la marca tiene un mayor protagonismo. Al tener un fondo blanco nos permite aplicarla en su versión original.

En el segundo cartel la marca no es protagonista y se ha de colocar al mismo nivel que el resto de marcas. El fondo fotográfico nos obliga a aplicar la marca en negro.



CONVIVENCIA MARCA

5. Piezas comunicación

2. Banderola

En ambos casos la marca se aplica en negro por el fondo fotográfico. En la primera versión sin un protagonismo claro y en la segunda adaptada al diseño de la banderola pero adquiriendo una mayor importancia.

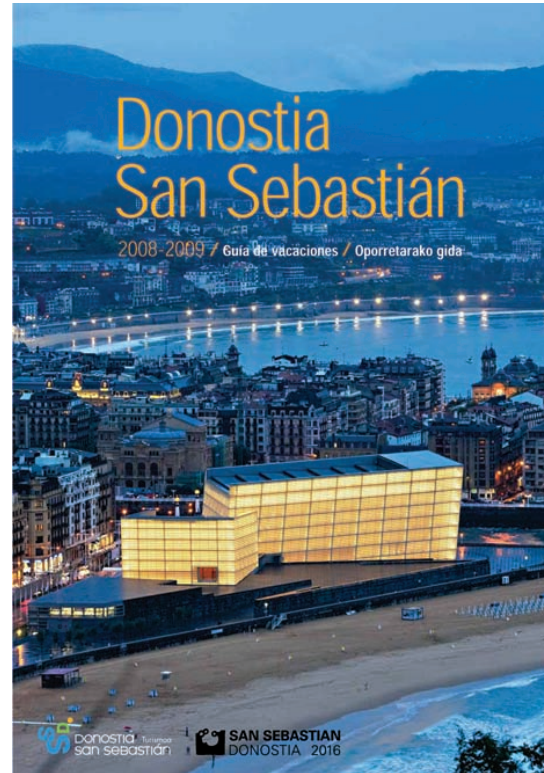


CONVIVENCIA MARCA

5. Piezas comunicación

3. Portada

La marca en negro por estar aplicada sobre un fondo fotográfico. Como el soporte nos lo permite, para poder aportar legibilidad al logotipo aplicamos la marca en horizontal.



CONVIVENCIA MARCA

5. Piezas comunicación

4. Programa

Aún siendo un fondo azul, no es el azul corporativo, por lo que la marca debe aplicarse en negro.



