

An aerial photograph of the city of Alicante, Spain, showing the harbor, buildings, and a prominent tower on a cliff to the left. The entire image is overlaid with a semi-transparent blue filter.

Alicante

City & Beach

MANUAL IDENTIDAD CORPORATIVA · ALICANTE CITY & BEACH





Índice.

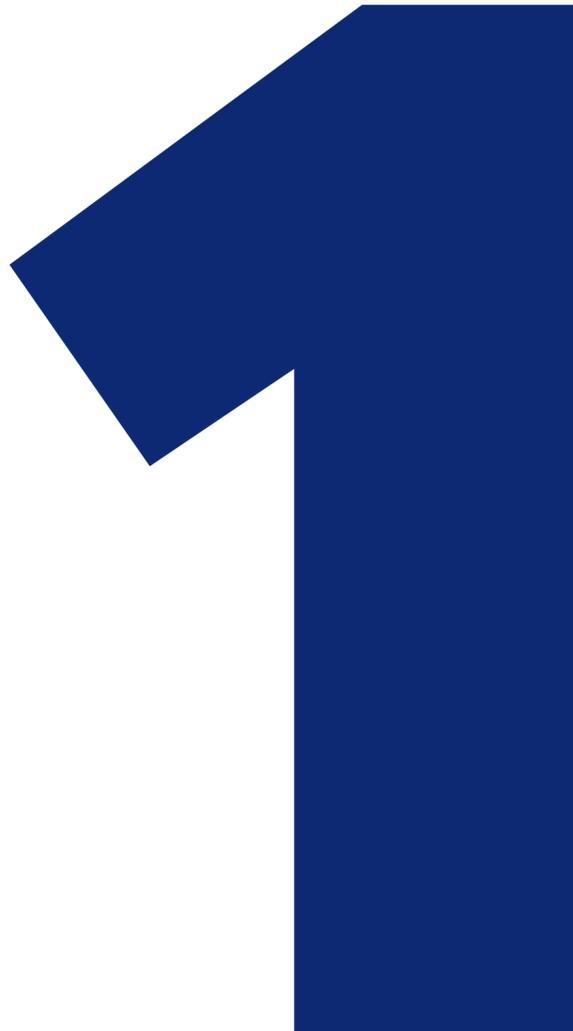
1. Elementos básicos.
2. Aplicaciones corporativas.



Elementos básicos.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA
ALICANTE CITY & BEACH





1.1 Símbolo.

- 1.1.1 Símbolo Construcción.
- 1.1.2 Símbolo Área mínima de respeto.

1.2 Símbolo distintivo versión horizontal.

- 1.2.1 Símbolo distintivo versión horizontal. Construcción.
- 1.2.2 Símbolo distintivo versión horizontal. Área mínima de respeto.

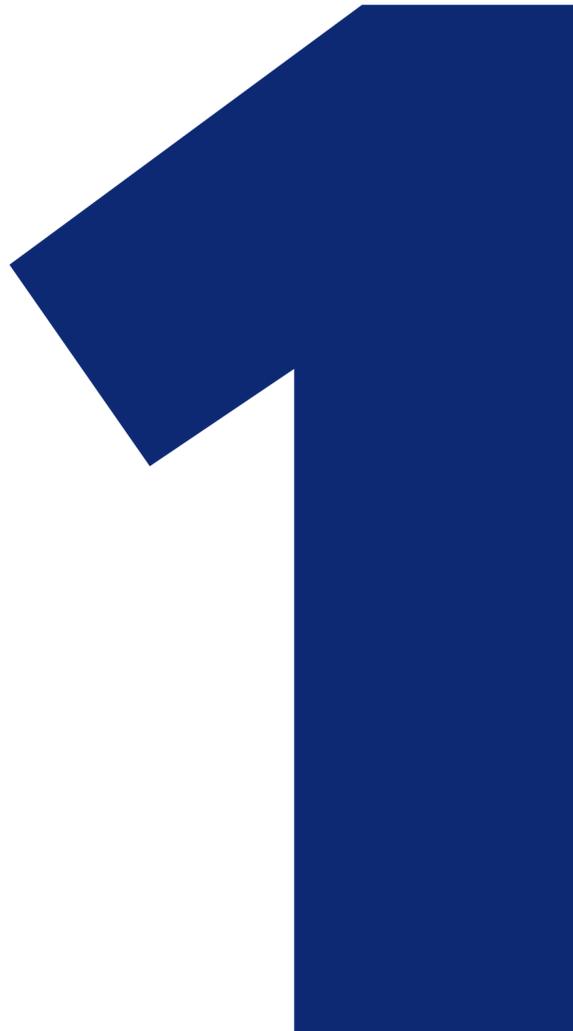
1.3 Marca principal.

- 1.3.1 Marca principal. Construcción.
- 1.3.2 Marca principal. Área mínima de respeto.

1.4 Dimensiones mínimas.

1.5 Colores corporativos.

- 1.5.1 Marca sobre fondo blanco.
- 1.5.2 Marca sobre fondo blanco.
- 1.5.3 Símbolo sobre fondo blanco.
- 1.5.4 Símbolo distintivo sobre fondo blanco.
- 1.5.5 Marca sobre fondo corporativo.
- 1.5.6 Marca sobre fondo corporativo.
- 1.5.7 Símbolo sobre fondo corporativo.
- 1.5.8 Símbolo distintivo sobre fondo corporativo.
- 1.5.9 Marca sobre fondo de color.
- 1.5.10 Marca sobre fondo de color.
- 1.5.11 Símbolo sobre fondo de color.
- 1.5.12 Símbolo sobre fondo de color.
- 1.5.13 Símbolo distintivo sobre fondo de color.
- 1.5.14 Símbolo distintivo sobre fondo de color.



1.6 Marca a una tinta.

- 1.6.1 Marca a una tinta.
- 1.6.2 Marca a una tinta.
- 1.6.3 Símbolo a una tinta.
- 1.6.4 Símbolo distintivo a una tinta.
- 1.6.5 Símbolo distintivo a una tinta.
- 1.6.6 Marca en blanco y negro.
- 1.6.7 Marca en blanco y negro.
- 1.6.8 Marca en blanco y negro.
- 1.6.9 Símbolo en blanco y negro.
- 1.6.10 Símbolo distintivo en blanco y negro.
- 1.6.11 Símbolo distintivo en blanco y negro.

1.7 Marca diferencial y fotografía.

- 1.7.1 Marca diferencial con ODS.

1.8 Tipografía.

- 1.8.1 Tipografía complementaria.

1.9 Usos incorrectos.

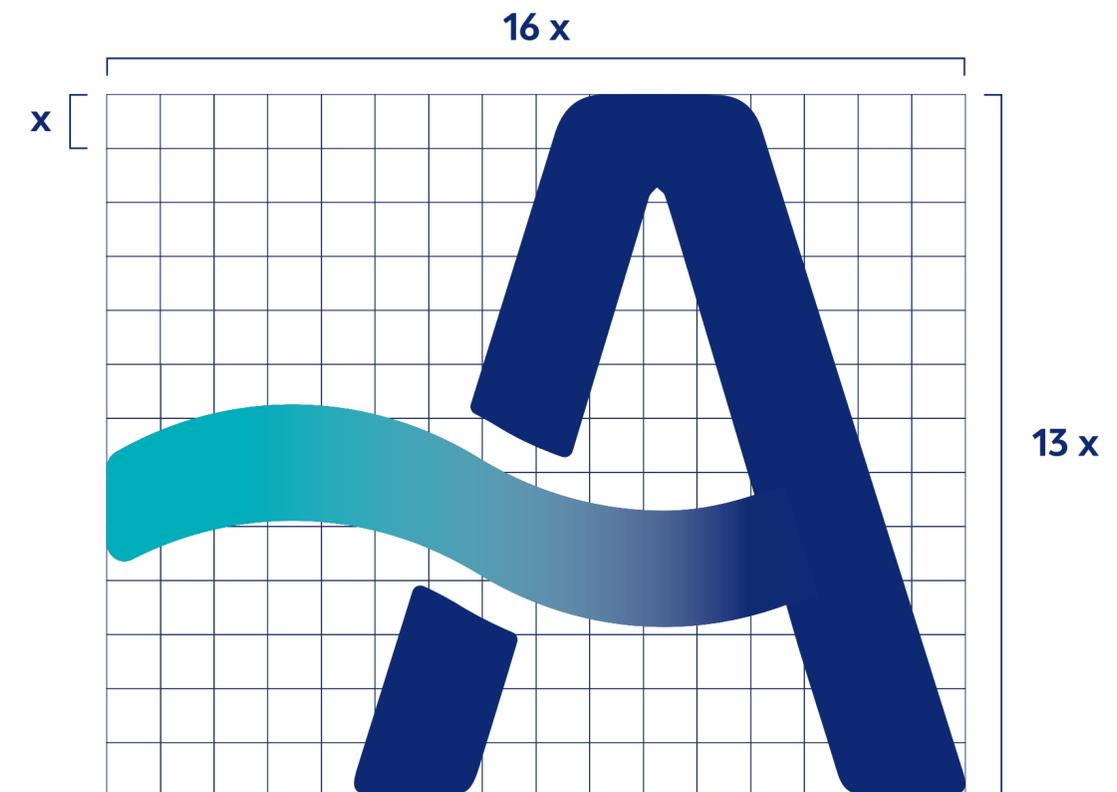
1.1 Símbolo.



1.1.1 Símbolo Construcción.

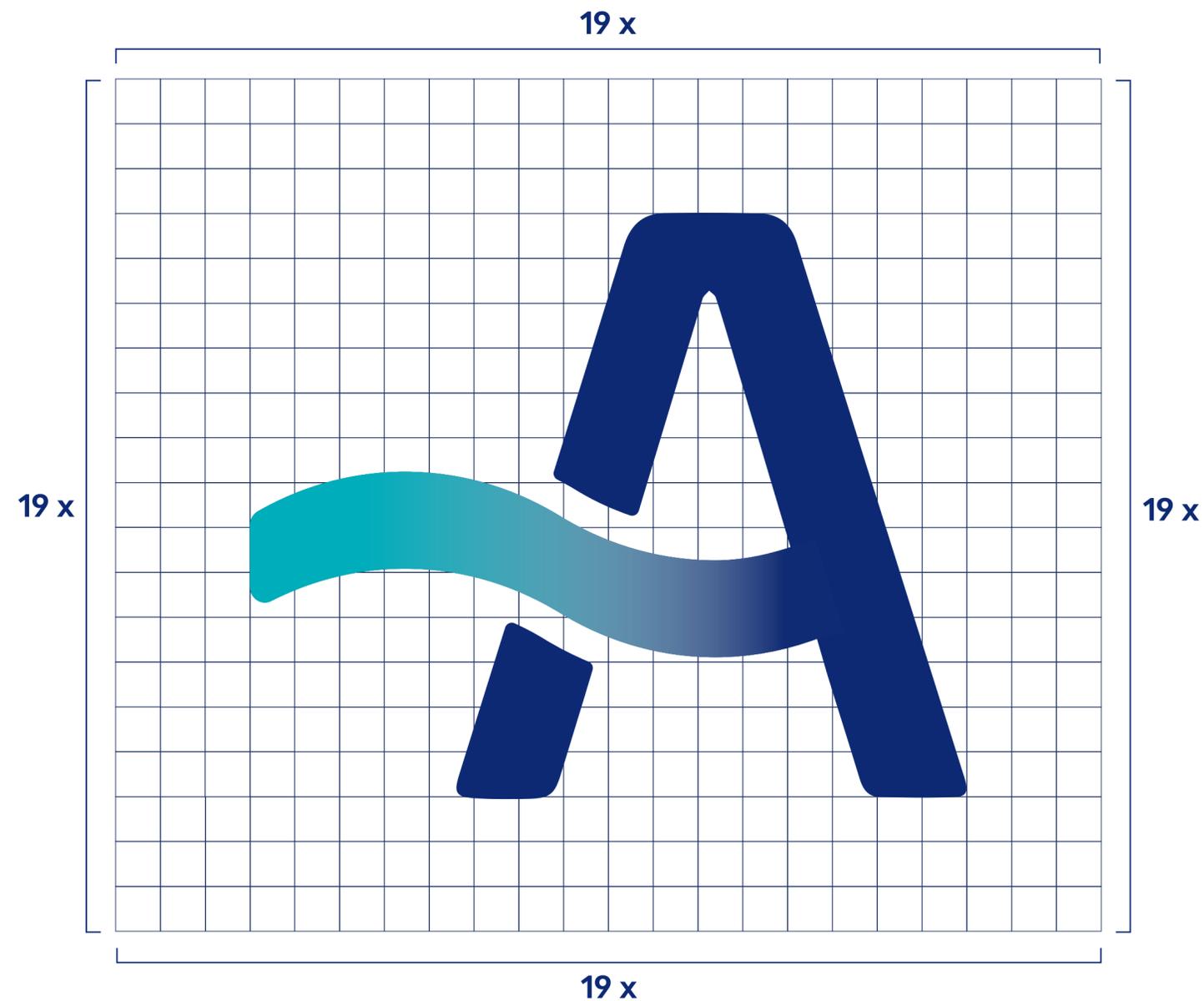
Esquema de trazado que se utiliza como modelo para reproducir el símbolo cuando no se puede hacer por medios mecánicos o informáticos.

Establece la relación entre las distintas partes que lo componen y tiene como módulo base la dimensión 'x'.



1.1.2 Símbolo Área mínima de respeto.

Ningún elemento gráfico ajeno al distintivo tiene que invadir el área mínima de respeto porque dificultaría la correcta percepción de el símbolo.



1.2 Símbolo distintivo versión horizontal.

Esquema de trazado que se utiliza como modelo para reproducir el símbolo cuando no se puede hacer por medios mecánicos o informáticos.

Establece la relación entre las distintas partes que lo componen y tiene como módulo base la dimensión 'x'.



1.2.1 Símbolo distintivo versión horizontal. Construcción.

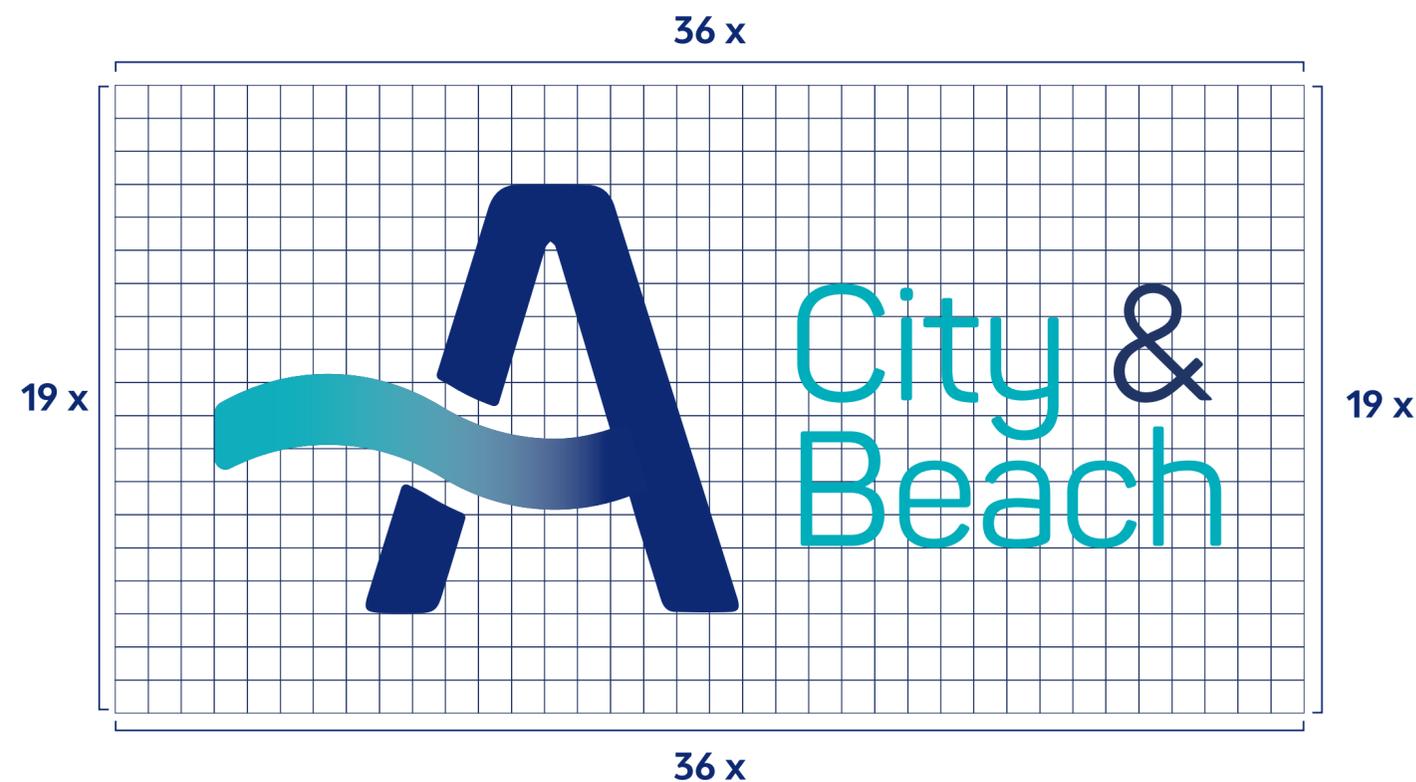
Esquema de trazado que se utiliza como modelo para reproducir el símbolo cuando no se puede hacer por medios mecánicos o informáticos.

Establece la relación entre las distintas partes que lo componen y tiene como módulo base la dimensión 'x'.



1.2.2 Símbolo distintivo versión horizontal. Área mínima de respeto.

Ningún elemento gráfico ajeno al distintivo tiene que invadir el área mínima de respeto porque dificultaría la correcta percepción.



1.3

Marca principal.



1.3.1 Marca principal. Construcción.

Esquema de trazado que se utiliza como modelo para reproducir la marca principal cuando no se puede hacer por medios mecánicos o informáticos.

Establece la relación entre las distintas partes que lo componen y tiene como módulo base la dimensión 'x'.



1.3.2 Marca principal. Área mínima de respeto.

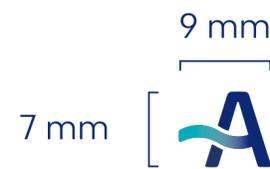
Ningún elemento gráfico ajeno al distintivo tiene que invadir el área mínima de respeto porque dificultaría la correcta percepción.



1.4 Dimensiones mínimas.

La medida mínima recomendada, que viene determinada por la altura del símbolo, es de 15 mm.

Por debajo de esta medida la legibilidad gráfica del símbolo o del nombre de las diferentes áreas se ve comprometida.



1.5 Colores corporativos.

La paleta de colores primarios es para las ejecuciones de diseño de nivel global. La paleta principal debe usarse cuando no hay necesidad de comunicar nada más allá de la marca, ni un producto ni una plataforma específica.

Tenga en cuenta que los valores RGB y CMYK son personalizados para reflejar con mayor precisión el color Pantone en otros formatos.

PANTONE: 294C
CMYK: 100 83 35 22
RGB: 0 46 109

PANTONE: 130C
CMYK: 1 39 100 0
RGB: 245 168 0

PANTONE: 375C
CMYK: 50 0 100 0
RGB: 147 213 0

PANTONE: 185C
CMYK: 0 100 81 0
RGB: 234 0 41

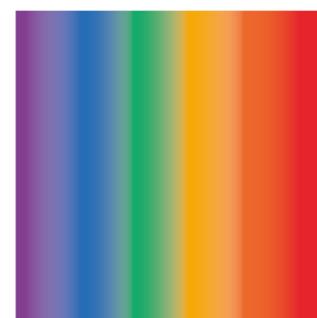
PANTONE: 7466C
CMYK: 91 0 32 0
RGB: 0 173 187



PANTONE: 285C
CMYK: 91 49 0 0
RGB: 0 113 206

PANTONE: 165C
CMYK: 0 70 87 0
RGB: 255 103 29

PANTONE: 225C
CMYK: 10 91 0 0
RGB: 227 29 147



DEGRADADO
LGTBI



Colores Oficiales
Bandera de España.

Amarillo Gualda
CMYK: 0 24 100 2
RGB: 250 189 0

Rojo
CMYK: 0 88 86 32
RGB: 173 21 25



1.5.1 Marca sobre fondo blanco.

Podrá usarse en positivo o negativo según el fondo sobre el que se sitúe.

Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.



1.5.2 Marca sobre fondo blanco.

Podrá usarse en positivo o negativo según el fondo sobre el que se sitúe.

Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.



1.5.3 Símbolo sobre fondo blanco.

Podrá usarse en positivo o negativo según el fondo sobre el que se sitúe.

Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.



1.5.4 Símbolo distintivo sobre fondo blanco.

Podrá usarse en positivo o negativo según el fondo sobre el que se sitúe.

Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.



1.5.5 Marca sobre fondo corporativo.

Podrá usarse en negativo según el fondo sobre el que se sitúe.

Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.



Alicante
City & Beach



1.5.6 Marca sobre fondo corporativo.

Podrá usarse en negativo según el fondo sobre el que se sitúe.

Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.

Alicante
Film Office

Alicante
Convention Bureau

Alicante
Sports Destination

Alicante
Spain

Alicante
Cultural City

Alicante
Loves Spanish

Alicante
Gourmet

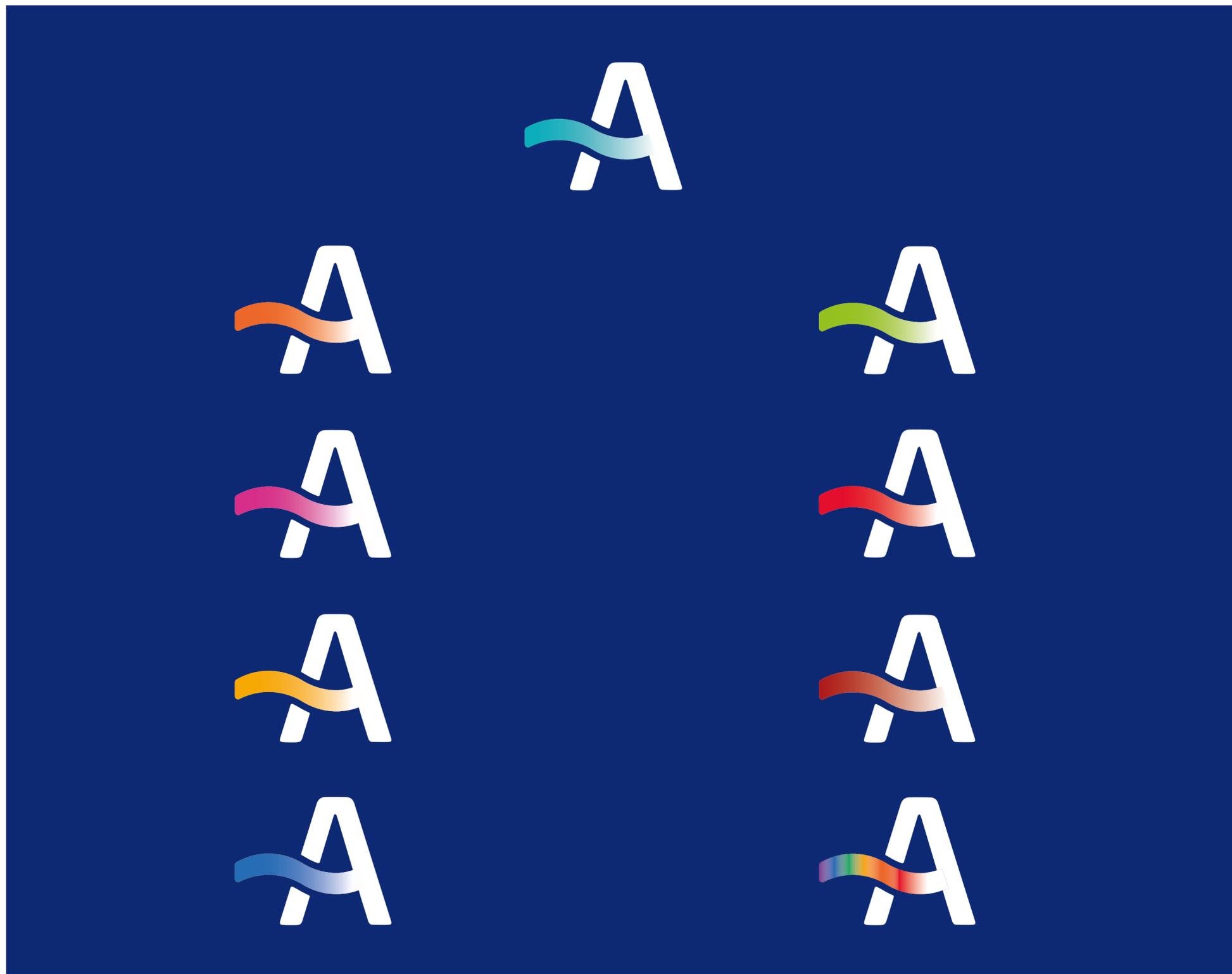
Alicante
LGTBIQ+



1.5.7 Símbolo sobre fondo corporativo.

Podrá usarse en positivo o negativo según el fondo sobre el que se sitúe.

Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.



1.5.8 Símbolo distintivo sobre fondo corporativo.

Podrá usarse en positivo o negativo según el fondo sobre el que se sitúe.

Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.



1.5.9 Marca sobre fondo de color.

Podrá usarse en negativo según el fondo sobre el que se sitúe.

Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.

The image shows the Alicante City & Beach logo centered on a solid teal background. The word 'Alicante' is written in a dark blue, sans-serif font. The letter 'A' is stylized with a white wave-like graphic element on its left side. Below 'Alicante', the words 'City & Beach' are written in a white, sans-serif font.

1.5.10 Marca sobre fondo de color.

Podrá usarse en negativo según el fondo sobre el que se sitúe.

Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.

Alicante
Film Office

Alicante
Convention Bureau

Alicante
Sports Destination

Alicante
Spain

Alicante
Cultural City

Alicante
Loves Spanish

Alicante
Gourmet

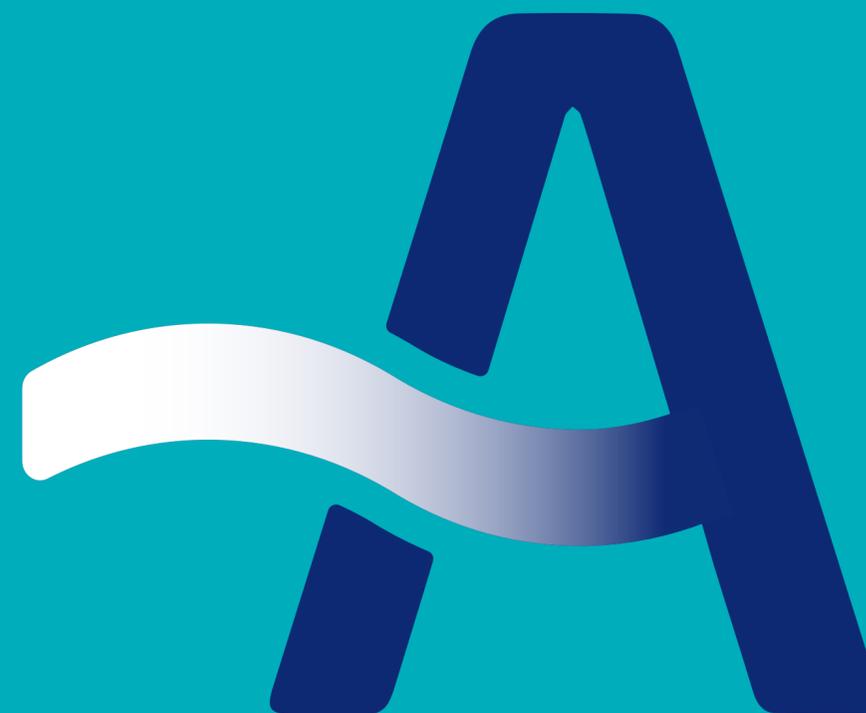
Alicante
LGTBIQ+



1.5.11 Símbolo sobre fondo de color.

Podrá usarse en positivo o negativo según el fondo sobre el que se sitúe.

Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.



1.5.12 Símbolo sobre fondo de color.

Podrá usarse en positivo o negativo según el fondo sobre el que se sitúe.

Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.



1.5.13 Símbolo distintivo sobre fondo de color.

Podrá usarse en positivo o negativo según el fondo sobre el que se sitúe.

Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.



1.5.14 Símbolo distintivo sobre fondo de color.

Podrá usarse en positivo o negativo según el fondo sobre el que se sitúe.

Se seguirán las pautas que se detallan a continuación.



1.6 Marca a una tinta.

En la versión a una tinta de la marca se reducen al 100% de saturación de color.

La versión a una tinta se reserva para situaciones en las que los recursos disponibles (fotocopias, impresiones láser, anuncios prensa, vinilos...) así lo exijan o aconsejen.



Alicante
City & Beach



Alicante
City & Beach



1.6.1 Marca a una tinta.

En la versión a una tinta de la marca se reducen al 100% de saturación de color.

La versión a una tinta se reserva para situaciones en las que los recursos disponibles (fotocopias, impresiones láser, anuncios prensa, vinilos...) así lo exijan o aconsejen.



*Para esta versión LGTBI se aplicará en su totalidad el Pantone 2592C.



1.6.2 Marca a una tinta.

En la versión a una tinta de la marca se reducen al 100% de saturación de color.

La versión a una tinta se reserva para situaciones en las que los recursos disponibles (fotocopias, impresiones láser, anuncios prensa, vinilos...) así lo exijan o aconsejen.

Alicante
Film Office

Alicante
Convention Bureau

Alicante
Sports Destination

Alicante
Spain

Alicante
Cultural City

Alicante
Loves Spanish

Alicante
Gourmet

Alicante
LGBTBIQ+



1.6.3 Símbolo a una tinta.

En la versión a una tinta del símbolo se reducen al 100% de saturación de color.

La versión a una tinta se reserva para situaciones en las que los recursos disponibles (fotocopias, impresiones láser, anuncios prensa, vinilos...) así lo exijan o aconsejen.



1.6.4 Símbolo distintivo a una tinta.

En la versión a una tinta del símbolo se reducen al 100% de saturación de color.

La versión a una tinta se reserva para situaciones en las que los recursos disponibles (fotocopias, impresiones láser, anuncios prensa, vinilos...) así lo exijan o aconsejen.



1.6.5 Símbolo distintivo a una tinta.

En la versión a una tinta del símbolo se reducen al 100% de saturación de color.

La versión a una tinta se reserva para situaciones en las que los recursos disponibles (fotocopias, impresiones láser, anuncios prensa, vinilos...) así lo exijan o aconsejen.



1.6.6 Marca en blanco y negro.

En la versión a una tinta de la marca se reducen al 100% de saturación de color.

La versión a una tinta se reserva para situaciones en las que los recursos disponibles (fotocopias, impresiones láser, anuncios prensa, vinilos...) así lo exijan o aconsejen.



Alicante
City & Beach



Alicante
City & Beach



1.6.7 Marca en blanco y negro.

En la versión a una tinta de la marca se reducen al 100% de saturación de color.

La versión a una tinta se reserva para situaciones en las que los recursos disponibles (fotocopias, impresiones láser, anuncios prensa, vinilos...) así lo exijan o aconsejen.

Alicante
Film Office

Alicante
Convention Bureau

Alicante
Sports Destination

Alicante
Spain

Alicante
Cultural City

Alicante
Loves Spanish

Alicante
Gourmet

Alicante
LGTBIQ+



1.6.8 Marca en blanco y negro.

En la versión a una tinta de la marca se reducen al 100% de saturación de color.

La versión a una tinta se reserva para situaciones en las que los recursos disponibles (fotocopias, impresiones láser, anuncios prensa, vinilos...) así lo exijan o aconsejen.

Alicante
Film Office

Alicante
Convention Bureau

Alicante
Sports Destination

Alicante
Spain

Alicante
Cultural City

Alicante
Loves Spanish

Alicante
Gourmet

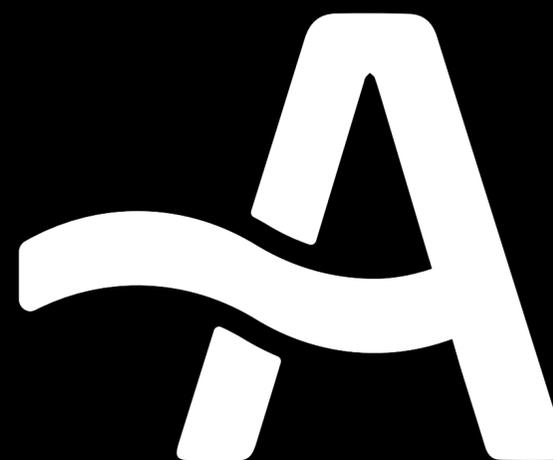
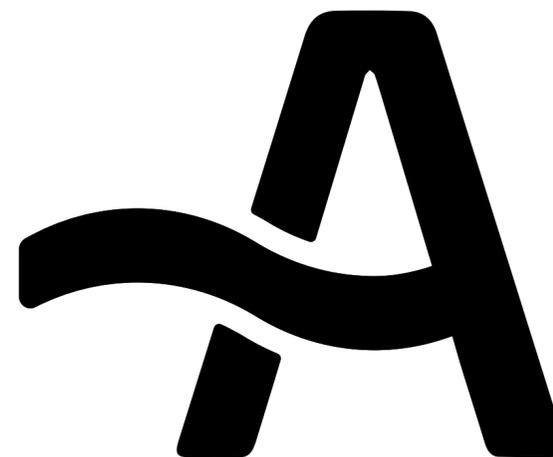
Alicante
LGTBIQ+



1.6.9 Símbolo en blanco y negro.

En la versión a una tinta de la marca se reducen al 100% de saturación de color.

La versión a una tinta se reserva para situaciones en las que los recursos disponibles (fotocopias, impresiones láser, anuncios prensa, vinilos...) así lo exijan o aconsejen.



1.6.10 Símbolo distintivo en blanco y negro.

En la versión a una tinta de la marca se reducen al 100% de saturación de color.

La versión a una tinta se reserva para situaciones en las que los recursos disponibles (fotocopias, impresiones láser, anuncios prensa, vinilos...) así lo exijan o aconsejen.



1.6.11 Símbolo distintivo en blanco y negro.

En la versión a una tinta de la marca se reducen al 100% de saturación de color.

La versión a una tinta se reserva para situaciones en las que los recursos disponibles (fotocopias, impresiones láser, anuncios prensa, vinilos...) así lo exijan o aconsejen.



1.7 Marca diferencial y fotografía.

En esta versión adaptamos la marca para remarcar aún más los valores de nuestra ciudad, para ello utilizaremos entre los valores "L" e "I" la fotografía sin fondo y a color.

A continuación podemos ver unos ejemplos de la misma.



1.7.1 Marca diferencial con ODS.

En esta versión adaptamos la marca en función de los "ODS", Objetivos de Desarrollo Sostenible.

A continuación podemos ver unos ejemplos de la misma.



1.8

Tipografía.

El sistema de identidad visual utiliza dos fuentes principales para crear una voz diversa y expresiva que se adapta a una amplia gama de casos de uso.

La tipografía principal para la marca es la Bjorn, que aporta personalidad. Para las aplicaciones complementarias se utilizará la familia Panton en sus diferentes versiones.

BJORN

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789



1.8.1

Tipografía comple- mentaría.

La tipografía Panton cuenta con un estilo único, expresado en formas geométricas perfectamente suavizadas. Se caracteriza por una excelente legibilidad tanto en diseño digital e impreso.

Un diseño geométrico bien acabado, con kerning optimizado, excelente rendimiento y alta legibilidad.

PANTON

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789



1.9 Usos incorrectos.

Para construir y mantener la equidad y el reconocimiento de la marca "Alicante City & Beach" es importante utilizar la marca de manera coherente y legible.

Alterar el logotipo disminuirá su valor y dañará la marca. Los siguientes ejemplos muestran alteraciones inaceptables.



No se puede utilizar otra tipografía diferente.



No se puede cambiar la forma.



No se puede utilizar sólo una parte de la marca.



No se puede distorsionar o sesgar.



No se puede utilizar efectos.



No se puede cambiar el color.



No se puede utilizar degradados.



No se puede cambiar el orden de los elementos.



No se puede utilizar sobre fondos que pierda su legibilidad.



2

Aplicaciones corporativas.

MANUAL DE IDENTIDAD CORPORATIVA
ALICANTE CITY & BEACH





- 2.1 Tarjetas de visita.
 - 2.1.1 Tarjetas de visita ficha técnica.
- 2.2 Hoja de carta A4.
 - 2.2.1 Hoja de carta A4 ficha técnica.
- 2.3 Libreta Pequeña.
 - 2.3.1 Libreta Grande A4.
- 2.5 Roll Up.
- 2.6 Bolígrafos
- 2.7 Paraguas.
- 2.8 Botella Gym.
- 2.9 Carpeta A4.
 - 2.9.1 Carpeta A4 ficha técnica.
 - 2.9.2 Carpeta A4 ficha técnica.
- 2.10 Sobre 229x114mm.
 - 2.10.1 Sobre 229x114mm ficha técnica.
- 2.11 Sobre 229x324mm.
 - 2.11.1 Sobre 229x324mm ficha técnica.
- 2.12 Taza.
- 2.13 Bolsas de papel.
 - 2.13.1 Bolsas de tela.
- 2.15 Vasos termo.
- 2.16 Mascarillas.
- 2.17 Toalla.

2.1 Tarjetas de visita.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.



2.1.1 Tarjetas de visita.

- Formato: 85 mm x 55 mm.

Observaciones: Frontal: Utilización de fotografía de la ciudad (Alicante) con azul corporativo Pantone 294C + efecto multiplicar.

Sobre dicha fotografía, marca principal centrada en versión "Marca sobre fondo corporativo". Ej: pág 18 y 19 de este mismo dossier.

Trasera: Datos en tipografía corporativa complementaría (Ej: pág 48 de este mismo dossier), sobre fondo blanco. Todos los datos deberán aparecer como el ejemplo de la derecha de esta misma página. Nombre y web en 111pt + Pantone 294C y datos restantes en 80pt + Pantone 7466C.



María del Mar Sáez Espí

Patronato Municipal de Turismo
C/ Cervantes,
03002, Alicante
T: (+34) 965 14 34 52 - 690 633 745
mar.saez@alicanteturismo.com

www.alicanteturismo.com



Rubén Casado Alonso

Patronato Municipal de Turismo
C/ Cervantes,
03002, Alicante
T: (+34) 965 14 70 52 - 965 14 70 61
info@alicantefilmoffice.com

www.alicantefilmoffice.com



Antonio García Romero

Patronato Municipal de Turismo
C/ Cervantes,
03002, Alicante
T: (+34) 965 14 92 14
info@alicanteturismo.es

www.alicanteturismo.com



2.1.1 Tarjetas de visita.

- Formato: 85 mm x 55 mm.

Observaciones: Frontal: Utilización de fotografía de la ciudad (Alicante) con azul corporativo Pantone 294C + efecto multiplicar.

Sobre dicha fotografía, marca principal centrada en versión "Marca sobre fondo corporativo". Ej: pág 18 y 19 de este mismo dossier.

Trasera: Datos en tipografía corporativa complementaría (Ej: pág 48 de este mismo dossier), sobre fondo blanco. Todos los datos deberán aparecer como el ejemplo de la derecha de esta misma página. Nombre y web en 111pt + Pantone 294C y datos restantes en 80pt + Pantone 7466C.



2.2 Hoja de carta A4.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.



2.2.1 Hoja de carta A4.

- Formato: 297mm alto por 210 mm ancho.
- Tintas: Pantone 294C + Pantone 7466C.

Observaciones: Frontal: Utilización de marca principal en versión "Marca sobre fondo corporativo". Ej: pág 18 y 19 de este mismo dossier.

Datos en tipografía corporativa complementaría (Ej: pág 48 de este mismo dossier), sobre fondo blanco. Todos los datos deberán aparecer como el ejemplo de la derecha de esta misma página.

Trasera: El total de la parte trasera deberá de ser en blanco y sin ningún otro elemento.

297mm



2.3 Libreta Pequeña.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.



2.4 Libreta Grande A4.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.



2.5 Roll Up.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.



2.6 Bolígrafos

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.



2.7

Paraguas.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.



2.8

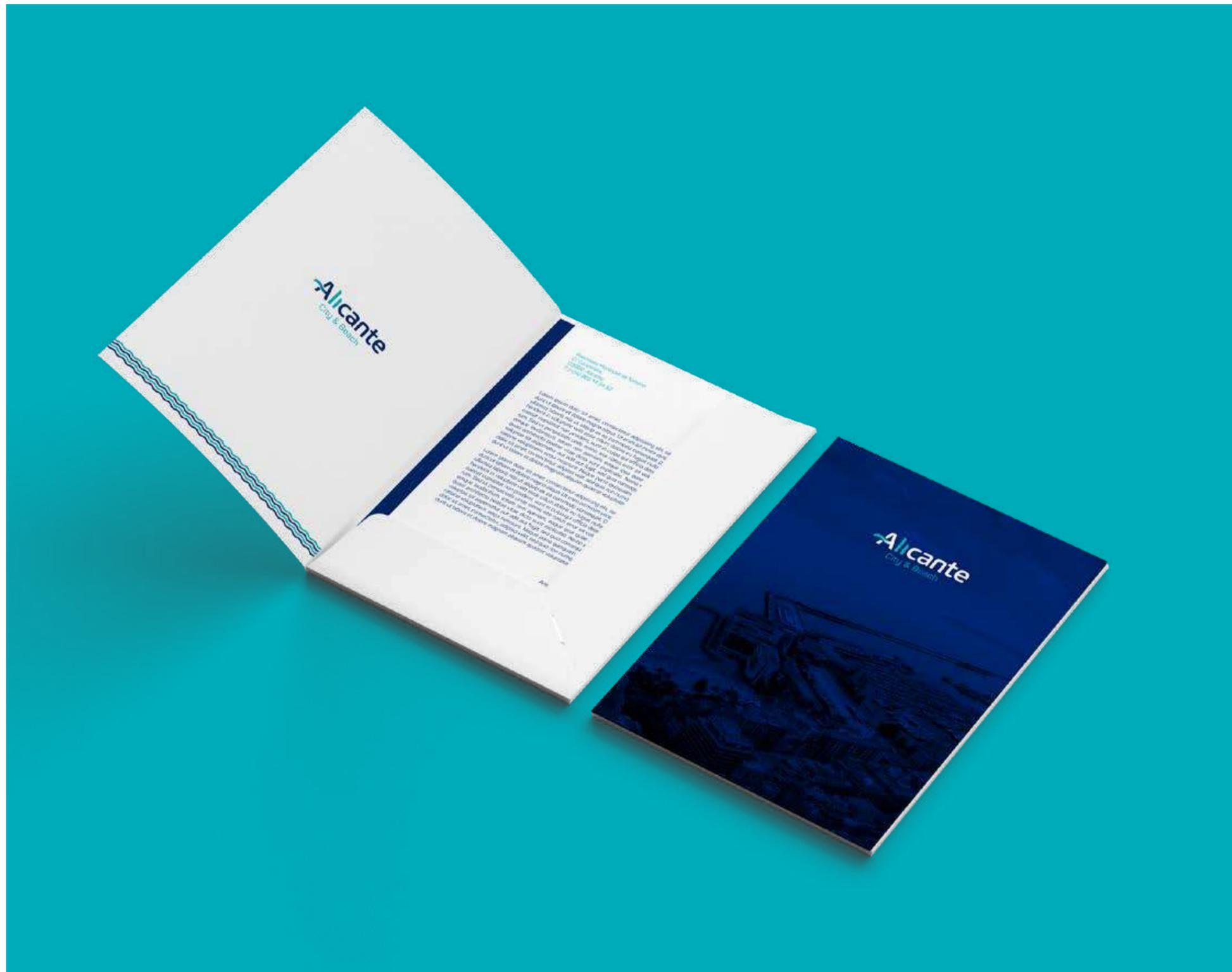
Botella Gym.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.



2.9 Carpeta A4.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.

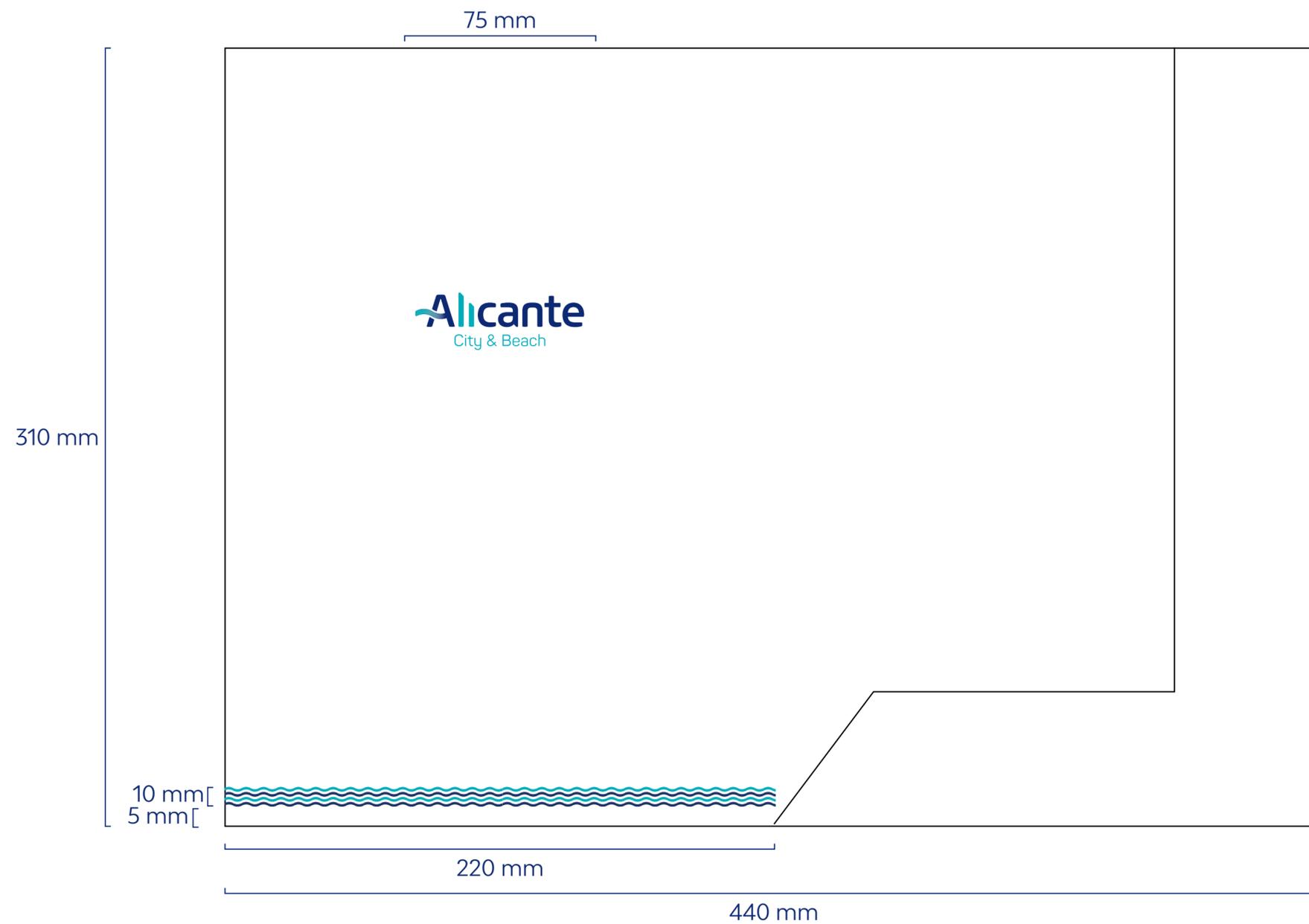


2.9.1 Carpeta para A4.

- Formato: 310 mm alto por 440 mm ancho.

Observaciones: Interior izquierdo e interior derecho: Utilización de fondo blanco con marca principal centrada en versión "Marca sobre fondo blanco". Ej: pág 14 de este mismo dossier.

En la parte inferior del interior izquierdo, utilización de la representación de las "olas" en los colores corporativos: Pantone 294C + Pantone 7466C.



2.9.2 Carpeta para A4.

- Formato: 310 mm alto por 440 mm ancho.

Observaciones: Frontal y trasera: Utilización de fotografía de la ciudad (Alicante) con azul corporativo Pantone 294C + efecto multiplicar.

Sobre dicha fotografía, marca principal centrada en versión "Marca sobre fondo corporativo". Ej: pág 18 y 19 de este mismo dossier.

Trasera: Datos en tipografía corporativa complementaria (Ej: pág 48 de este mismo dossier). Todos los datos deberán aparecer como el ejemplo de la derecha de esta misma página

310 mm



220 mm

440 mm



2.9.2 Carpeta para A4.

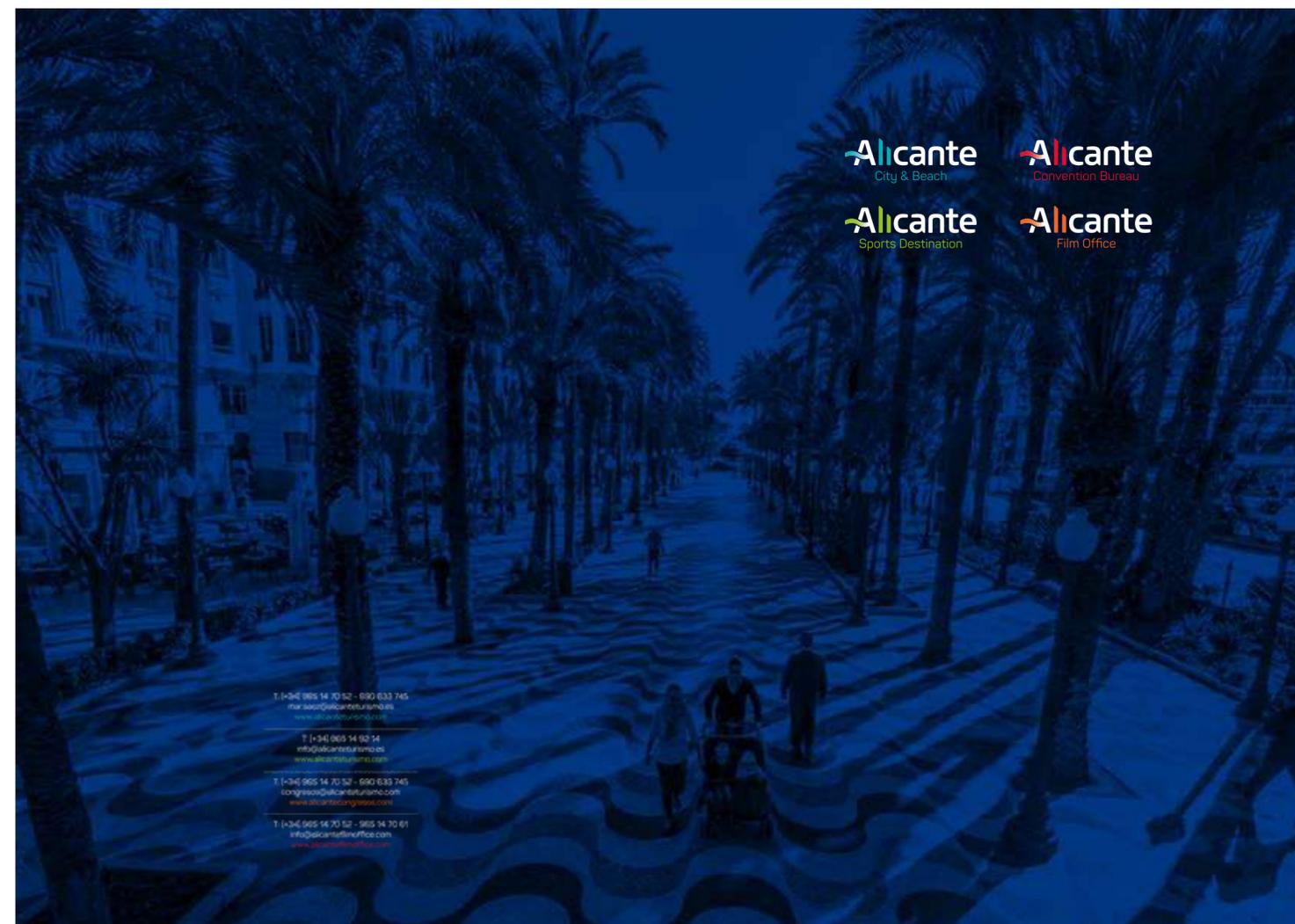
- Formato: 310 mm alto por 440 mm ancho.

Observaciones: Frontal y trasera: Utilización de fotografía de la ciudad (Alicante) con azul corporativo Pantone 294C + efecto multiplicar.

Sobre dicha fotografía, marcas principales centradas en versión "Marca sobre fondo corporativo". Ej: pág 18 y 19 de este mismo dossier.

Trasera: Datos en tipografía corporativa complementaria (Ej: pág 48 de este mismo dossier). Todos los datos deberán aparecer como el ejemplo de la derecha de esta misma página.

310 mm



220 mm

440 mm



2.10 Sobre 229x114mm.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.



2.10.1 Sobre 229x114mm.

- Formato: 229mm alto por 114 mm ancho + solapa.
- Tintas: Pantone 294C + Pantone 7466C.

Observaciones: Frontal: Utilización de marca principal en versión "Marca sobre fondo corporativo". Ej: pág 18 y 19 de este mismo dossier. Datos en tipografía corporativa complementaria (Ej: pág 48 de este mismo dossier), sobre fondo blanco. Todos los datos deberán aparecer como el ejemplo de la derecha de esta misma página.

Trasera: El total de la parte trasera deberá de ser en blanco y con la marca centrada verticalmente.

Solapa: En azul corporativo Pantone 294C.



2.11 Sobre 229x324mm.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.



2.11.1 Sobre 229x324mm.

- Formato: 229mm alto por 324 mm ancho + solapa.
- Tintas: Pantone 294C + Pantone 7466C.

Observaciones: Frontal: Utilización de marca principal en versión "Marca sobre fondo corporativo". Ej: pág 18 y 19 de este mismo dossier. Datos en tipografía corporativa complementaria (Ej: pág 48 de este mismo dossier), sobre fondo blanco. Todos los datos deberán aparecer como el ejemplo de la derecha de esta misma página.

Trasera: El total de la parte trasera deberá de ser en blanco y con la marca centrada verticalmente.

Solapa: En azul corporativo Pantone 294C.



2.12 Taza.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.



2.13 Bolsas de papel.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.



2.14 Bolsas de tela.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.



2.15 Vasos termo.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.



2.16

Mascarillas corporativas.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.

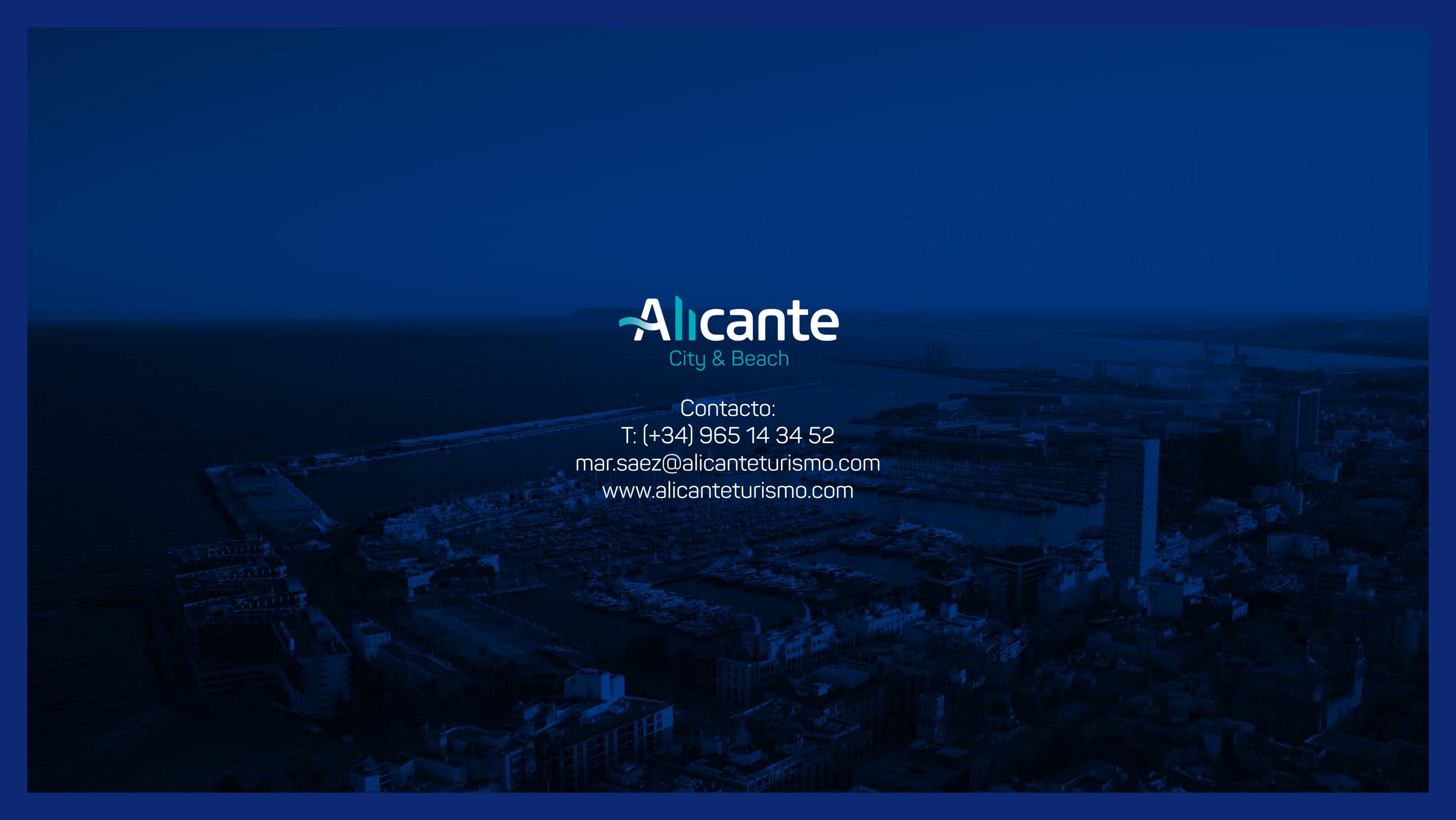


2.17 Toalla.

A continuación aparece un look&feel orientativo de los elementos de merchandising teniendo en cuenta la variedad de elementos de publicidad. Si o si siempre se utilizará el manual de marca para construir los diseños y no desvirtuar la marca.







Alicante
City & Beach

Contacto:

T: (+34) 965 14 34 52

mar.saez@alicanteturismo.com

www.alicanteturismo.com