



**MANUAL DE MARCA  
TWELVE GRAPES**





**1 CARACTERISTICAS DEL LOGOTIPO**

**2 USOS PROHIBIDOS**

**3 COLORES**

**4 TIPOGRAFÍA**

**5 APLICACIONES**



TWELVE  
GRAPES

ESTE MANUAL RECOGE LOS ELEMENTOS DE IDENTIDAD GRÁFICA DE TWELVE GRAPES Y LA GAMA DE APLICACIONES DE USO MÁS GENERALIZADO.

LA DENOMINACIÓN, TIPOGRAFÍA Y COLORES CORPORATIVOS SERÁN DE UTILIZACIÓN EXCLUSIVA PARA TODOS LOS DOCUMENTOS QUE SE EDITEN, NO ESTÁ PERMITIDA SU UTILIZACIÓN EN VERSIONES Y FORMATOS DISTINTOS A LOS QUE SE ESPECIFICAN EN LOS APARTADOS CORRESPONDIENTES DE ESTE MANUAL.

LAS NORMAS CONTENIDAS EN ESTE DOCUMENTO DEBEN RESPETARSE Y MANTENERSE CONSTANTES, A FIN DE FACILITAR UNA DIFUSIÓN ÚNICA DE LA MARCA, REFORZANDO Y ACENTUANDO DEFINITIVAMENTE SU IDENTIDAD VISUAL.

# EL LOGOTIPO



SU DISEÑO FUSIONA LA ELEGANCIA ATEMPORAL CON UN TOQUE CONTEMPORÁNEO, REFLEJANDO ASÍ LA TRADICIÓN Y LA EXCLUSIVIDAD DE TWELVE GRAPES.

EL ELEMENTO VISUAL PRINCIPAL DEL LOGOTIPO ES LA IMAGEN DE DOCE UVAS ENTRELAZADAS, QUE SIMBOLIZA LA PASIÓN Y LA DEDICACIÓN DE VINOS DE ALTA CALIDAD.

# VARIACIONES

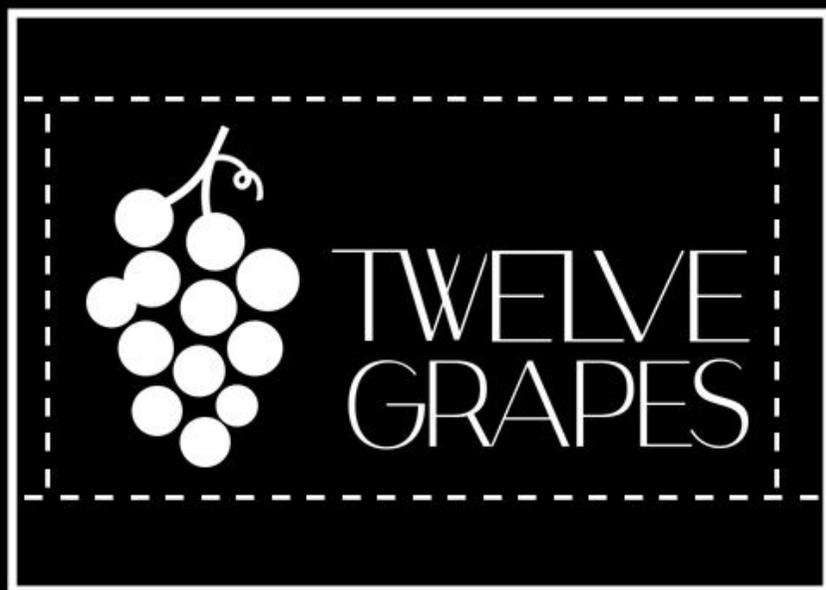


COMO VARIACIONES TENEMOS DOS VERSIONES ALTERNATIVAS:  
LOGOTIPO, LOGOTIPO HORIZONTAL.

LAS VARIACIONES DEL LOGO SERÁN USADAS EN MOMENTOS  
DONDE LA VERSIÓN PRINCIPAL NO ENCAJE, SEA REDUNDANTE  
O EL ESPACIO LO REQUIERA.



# ÁREA DE RESERVA



LOS TAMAÑOS, POSICIONES Y PROPORCIONES DE LOS ELEMENTOS DEL LOGOTIPO, DEBEN QUEDAR ESTRICTAMENTE DEFINIDOS. ESTAS PROPORCIONES SE MUESTRAN EN ESTA GRÁFICA Y NO DEBEN SER ALTERADAS.

LOS MÁRGENES ESTÁN DISEÑADOS PARA NO HACER NINGÚN TIPO DE IMPRESIÓN ADICIONAL (RECUADROS, TEXTOS, ELEMENTOS GRÁFICOS, ETC) ALREDEDOR DEL LOGOTIPO

# VERSIONES NO PERMITIDAS



TWELVE  
GRAPES

NO ESTIRAR NI ENSANCHAR



TWELVE  
GRAPES

NO APLICAR TRAZOS O SOMBRAS



TWELVE  
GRAPES

NO ROTAR



TWELVE  
GRAPES

NO ALTERAR COLORES

# VERSIONES MONOCROMÁTICAS



LOS CORPORATIVOS DEBERÁN SER UTILIZADOS EN TODAS LAS APLICACIONES. HABRÁ OCASIONES EN QUE UN ÚNICO COLOR ES PERMITIDO. EN UNA SUPERFICIE DE IMPRESIÓN EN BLANCO, EL COLOR DE IMPRESIÓN ÚNICO DEBE SER NEGRO O VICEVERSA (BLANCO) SI LA SUPERFICIE ES NEGRA.

# VERSIONES CROMÁTICAS



A CONTINUACIÓN DEJAMOS CLARAMENTE ESTABLECIDAS CADA UNA DE LAS APLICACIONES DEL LOGOTIPO SOBRE LOS DISTINTOS FONDOS PERMITIDOS. SIEMPRE DE DEBERÁN ESCOGER ESTA CROMÁTICA EN EL PANORAMA QUE SE PRESENTA Y NUNCA SE UTILIZARÁ EL LOGOTIPO QUE NO ESTÉ EN ESTE CONTEXTO.

# COLORES COMPLEMENTARIOS

LOS COLORES COMPLEMENTARIOS SON LOS QUE PODRÁN SER USADOS PARA APOYAR A LA PALETA PRINCIPAL SIN SER LOS PREDOMINANTES EN LAS COMPOSICIONES.



# TIPOGRAFÍA

## PRINCIPAL

ISTANBUL TYPE

NUESTRA FUENTE DE MARCA PRINCIPAL ES LA ISTANBUL TYPE. LA USAMOS PARA LA COMUNICACIÓN IMPRESA Y EN LA WEB O REDES SOCIALES. PARA CUERPO DE TEXTO, O COMO TIPOGRAFÍA COMPLEMENTARIA PODEMOS USAR ADDINGTON CF.

## COMPLEMENTARIA

ADDINGTON CF

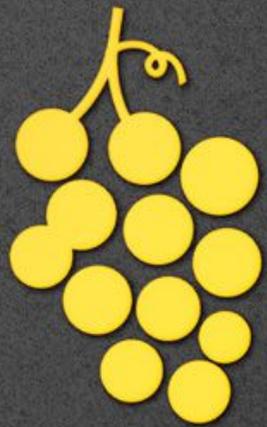
# APLICACIONES





LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING  
ELIT, SED DO EIUSMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET  
DOLORE MAGNA ALIQUA, QUIBIPES SUSPENDISSE ULTRICES  
GRAVIDA, RISUS COMMODO VIVERRA MAECENAS ACCUMSAN  
LACUS VEL FACILISIS.

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING  
ELIT, SED DO EIUSMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET  
DOLORE MAGNA ALIQUA



TWELVE  
GRAPES



TWELVE  
GRAPES





TWELVE  
GRAPES





TWELVE  
GRAPES

CREADO POR:

# darO

DIGITAL MARKETING  
A C E N C Y

Este manual reúne las herramientas básicas para el correcto uso y aplicación gráfica de la marca **Twelve Grapes** en todas sus posibles expresiones. Ha sido ideado pensando en las necesidades de todas aquellas personas responsables de interpretar, articular, comunicar y aplicar la marca en sus diferentes ámbitos.

El correcto y consistente uso de la marca **Twelve Grapes** contribuirá a que consigamos los objetivos de identificación y refuerzo de la misma. Es un trabajo de equipo, en el que todos participamos para hacer de **Twelve Grapes** una gran marca.