

iMADRID!

Marca Destino

Manual de Identidad Gráfica, 2012

Introducción 3

1 **Marca Destino** 5
elementos básicos

2 **Entorno gráfico** 29
tipografía y geometría

3 **Aplicaciones** 33

Introducción

Este documento es algo más que un manual de identidad corporativa. Va más allá de la imagen de una organización o empresa. La identidad gráfica es la forma que tenemos de presentarnos al mundo exterior, nuestra cara pública. Y este aspecto, fundamental para cualquier empresa o institución, es más crucial si cabe para un **destino turístico**.

La ciudad de Madrid no es sólo el territorio que habitan los madrileños, gestionado por el gobierno municipal. La ciudad de Madrid es, además, y pretende seguir siéndolo, un destino elegido por un creciente número de visitantes de todo el mundo.

Para ello, el destino turístico debería tener una imagen propia, clara, unívoca y atractiva. Hecho que no está sucediendo por la **identificación de la Marca Madrid** -diseñada en principio para la promoción turística en el marco de la primera candidatura olímpica- **con la Marca Institucional**, es decir, el logotipo o emblema del gobierno de la ciudad.

Esta identificación se realizó añadiendo al diseño inicial de la Marca Madrid, realizado por Landor, el emblema histórico o escudo de la ciudad. Este hecho supuso el inicio de un **proceso que condicionó la imagen del destino turístico** hasta desdibujar aspectos esenciales de su identidad.

El presente manual pretende **recuperar la identidad de Madrid como destino turístico con personalidad propia**, diferenciada de la imagen institucional del gobierno de la ciudad. Para ello no sólo se plantea una restauración de algunos aspectos esenciales de la Marca Madrid, sino que se enmarca ésta en un nuevo entorno gráfico que permita a la ciudad asumir de forma realista y eficiente sus objetivos y retos en el ámbito turístico.

Todas las grandes capitales del mundo, aquellas que lideran el ránking de ciudades más visitadas, poseen una “identidad exterior” -una cara pública y global dirigida a los potenciales visitantes- clara y consistente, bien diferenciada de la imagen institucional que las identifica ante sus ciudadanos.

El presente **Manual de Identidad Gráfica** nace en el marco del Plan Estratégico de Turismo (2012-2015) y del Plan Estratégico de Posicionamiento Internacional (2012-2015). Su objetivo es la creación y consolidación de una buena imagen de la ciudad de Madrid como destino turístico de primer orden. Para ello se propone la **restauración de la Marca Madrid en la nueva Marca Destino** (punto 1), y la implementación de un **nuevo entorno gráfico** (punto 2) para dicha marca.

En un ámbito como el turístico, donde el imaginario influye directamente en la elección del destino por parte del turista y el viajero, la identidad gráfica es una herramienta esencial. En este sentido, más allá de una guía de estilo, este **Manual de Identidad Gráfica** se presenta como una **herramienta de gestión** para alcanzar los objetivos marcados. En la correcta interpretación y aplicación de este conjunto de normas y recomendaciones reside, entre otros factores, el éxito de un buen posicionamiento de Madrid en el imaginario de sus visitantes potenciales.



Marca Destino

elementos básicos



Marca Destino

La Marca Destino recupera el diseño inicial de la Marca Madrid para su uso exclusivo en el ámbito de la promoción turística y descarta el uso del escudo o emblema histórico de la ciudad, utilizado en el ámbito gubernamental-institucional.

Se trata de un diseño contemporáneo, directo, claro y diferenciador, que incluye un elemento tipográfico, la doble exclamación, exclusivo de la lengua española.

La Marca Destino sólo deberá reproducirse a partir de los artes finales facilitados por Madrid Visitors & Convention Bureau y no podrá alterarse bajo ningún concepto.

Para obtener los archivos oficiales contacte con:

+0034 91 701 22 10
identidadvisual@esmadrid.com
Departamento de Identidad
Gráfica y Audiovisual
Madrid Visitors & Convention Bureau



Espacio mínimo envolvente



Unidad mínima



Área de reserva

Espacio mínimo envolvente

La Marca Destino siempre se representará con un espacio mínimo envolvente que aparece detallado en la imagen superior.

Unidad mínima y fondos de color

La unidad mínima de la Marca Destino viene dada por ese espacio mínimo envolvente de la palabra Madrid entre exclamaciones.

Ese tamaño mínimo de color corporativo de fondo genera un marco rectangular, conocido como "pastilla", que se ha generalizado en el uso de la Marca Institucional.

Pero uno de los rasgos fundamentales de la nueva identidad es la liberación de la Marca Destino de esa "pastilla" o marco mínimo envolvente.

La aplicación preferente de la marca será por tanto en un fondo de color de mayor tamaño que el espacio mínimo envolvente.

No obstante, habrá casos, siempre fuera del entorno gráfico corporativo, en los que la Marca Destino aparecerá representada dentro de un marco o "pastilla". Las normas para la correcta aplicación en estos casos están especificadas en la página 22.

Área de reserva

En aquellos casos en los que el uso de la unidad mínima de la Marca Destino sea imprescindible, ésta deberá rodearse de un área de espacio libre en el que no debe introducirse ningún otro elemento gráfico.

Éste área de reserva está detallada en la imagen inferior y deberá ampliarse siempre que sea posible.



Puntos de alineación



Tamaño mínimo

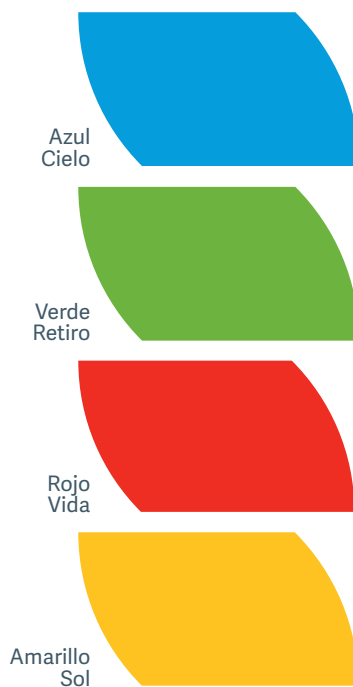
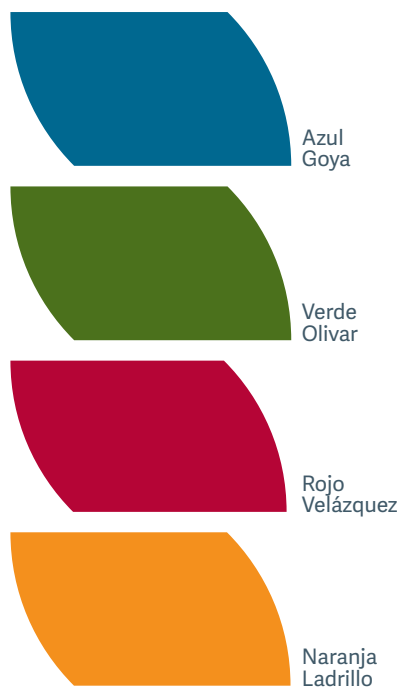
Alineación

La imagen superior marca los cuatro puntos de alineación de la Marca Destino, que vienen dados por los límites verticales de las mayúsculas de la palabra Madrid (c y d), sin incluir las exclamaciones, y por los límites horizontales de las exclamaciones (a y b), aunque en este caso se aconseja un ligero ajuste óptico hacia el interior de las mismas.

Tamaño mínimo

Para especificar el tamaño mínimo de la Marca Destino debe medirse la distancia horizontal mostrada en la imagen central.

En la imagen inferior se muestra el tamaño mínimo en el que la marca puede ser representada: 15mm.



Los colores de Madrid

La paleta de color de la Marca Destino se basa en la **combinación** de dos gamas de colores diferenciadas.

La antigua Marca Madrid se inspiraba en el cielo de la ciudad para plantear una paleta de **colores vivos**, saturados.

La Marca Destino modifica esos colores sin rechazar su inspiración y enriquece la paleta con **colores compuestos**, es decir, con una mayor mezcla de tintas en su composición.

Los **colores compuestos** remiten a los tonos de los maestros españoles del Siglo de Oro y a los materiales propios de la arquitectura madrileña: Azul Goya, Verde Oliva, Rojo Velázquez, Naranja Ladrillo. Colores que resultan de la combinación compleja de los básicos y que por eso son adecuados para tratar contenidos relacionados con el **patrimonio histórico y artístico de Madrid**.

No obstante, para crear un **entorno gráfico completo y contemporáneo**, la otra mitad de nuestra paleta incluye colores más saturados que recuerdan a los del cine de Almodóvar, las fotos de Ouka Lele o las pinturas de Alcólea. **Colores alegres y vibrantes** como el Azul Cielo, el Verde Retiro, el Rojo Vida, o el Amarillo Sol. Son colores más luminosos y alegres que los anteriores, que aluden a la intensidad de la vida moderna de la capital.

Combinaciones tonales y atonales

Así pues, la apuesta cromática de la nueva identidad se basa en la **combinación de colores compuestos con colores saturados**. El resultado es una paleta **versátil**, fiel reflejo de la diversidad de atractivos de Madrid y la profundidad de su historia.

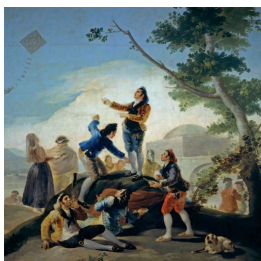
Esta doble naturaleza, recogida en las dos columnas de la imagen, se presentará preferentemente en **combinaciones tonales**: los dos azules, los dos verdes, etc...

Sólo puntual y justificadamente se aplicarán combinaciones atonales de dos tonos de distinta naturaleza.

Colores preferentes y colores secundarios

Además de estas posibilidades de interacción cromática, la paleta se completa con otros dos tonos, Negro Pizarra y Gris Granito, que si bien aluden al patrimonio arquitectónico de la ciudad, se plantean como colores secundarios que aportan mayor flexibilidad a nuestra paleta y no se insertan en ninguna de las dos columnas principales.

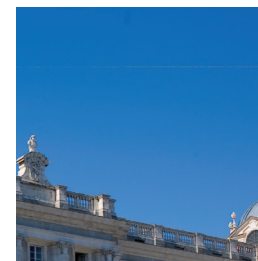
Entre las cuatro parejas de colores primarios, los azules y los verdes son los **colores de uso preferente**. Los rojos, naranja y amarillo, junto con el Pizarra y el Granito, no se aplicarán principalmente a la Marca Destino, pero sí en la línea gráfica que identificará la producción editorial, publicitaria, el entorno *online*, etc.



Azul Goya

Negro Pizarra

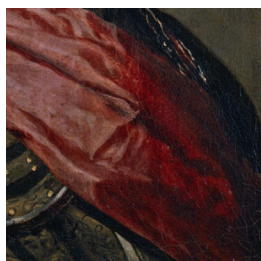
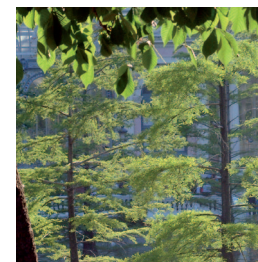
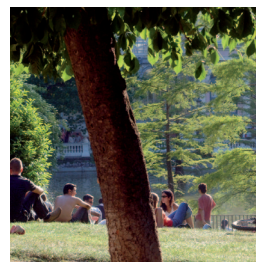
Azul Cielo



Verde Olivar



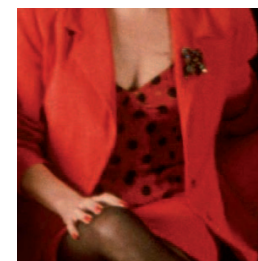
Verde Retiro



Rojo Velázquez

Gris Granito

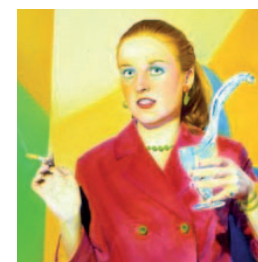
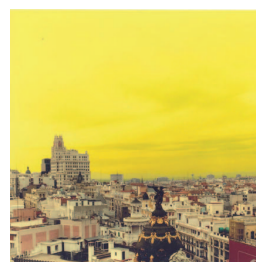
Rojo Vida



Naranja Ladrillo



Amarillo Sol



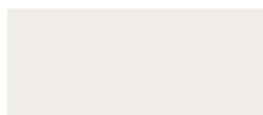
← Pasado, Historia

Colores compuestos

MADRID

Colores saturados

→ Presente, Contemporaneidad



Gris Granito
 Pantone Warm Gray 1 C
 C: 0 / M: 2 / Y: 3 / K: 6
 R: 224 / G: 222 / B: 216
 #E0DED8



Negro 100%



Negro 50 %

Paleta cromática

En esta página se muestran los colores permitidos en el uso de la Marca Destino. Bajo ningún concepto debe emplearse un color que no aparezca en este Manual.

En las páginas posteriores se especifican los colores de las tintas Pantone, así como su conversión a CMYK, RGB y Hexadecimal.

El Gris Granito nunca se aplicará a la Marca Destino, pero forma parte de la paleta de color de su entorno gráfico. En esta página figuran su Pantone y las correspondientes conversiones.

En aquellos casos en que no podamos reproducir la Marca en color por cuestiones técnicas, se optará por una de las dos opciones inferiores, en escala de grises.



Pantone 7470 C



Pantone 299 C



Pantone 575 C



Pantone 369 C



Pantone 7427 C



Pantone 485 C



Pantone 152 C



Pantone 7408 C



Pantone 7546 C

Paleta cromática: Pantone

En esta página se muestran las tintas Pantone de los colores corporativos de la Marca Destino. Estos colores se utilizarán en el entorno *offline* siempre que sea posible la utilización de colores directos.

La Marca aparece aquí en su unidad mínima, es decir, el área delimitada por el espacio mínimo envolvente que siempre se respetará para su aplicación sobre fondos de color.



Pantone 7470 C



Pantone 299 C



Pantone 575 C



Pantone 369 C



Pantone 7427 C



Pantone 485 C



Pantone 152 C



Pantone 7408 C



Pantone 7546 C

Paleta cromática: Pantone

En los entornos gráficos que no son propios de la Marca Destino, por ejemplo, eventos con identidad visual propia, podrá utilizarse la Marca dentro de una pastilla cuadrangular, de mayor altura que la de su unidad mínima (ver pág. 22).

También se utilizará esta versión para acompañar al claim *Madrid. Un estilo de vida.*



C: 80 / M: 15 / Y: 0 / K: 45



C: 85 / M: 19 / Y: 0 / K: 0



C: 48 / M: 0 / Y: 100 / K: 53



C: 59 / M: 0 / Y: 100 / K: 7



C: 0 / M: 100 / Y: 65 / K: 28



C: 0 / M: 95 / Y: 100 / K: 0



C: 0 / M: 51 / Y: 100 / K: 1



C: 0 / M: 25 / Y: 95 / K: 0



C: 33 / M: 4 / Y: 0 / K: 72

Paleta cromática: CMYK

En esta página se muestra la composición en cuatricromía de los colores corporativos de la Marca Destino. Estos colores se utilizarán en el entorno *offline* siempre que no sea posible la utilización de colores directos o tintas Pantone.

La Marca aparece aquí en su unidad mínima, es decir, el área delimitada por el espacio mínimo envolvente que siempre se respetará para su aplicación sobre fondos de color.



C: 80 / M: 15 / Y: 0 / K: 45



C: 85 / M: 19 / Y: 0 / K: 0



C: 48 / M: 0 / Y: 100 / K: 53



C: 59 / M: 0 / Y: 100 / K: 7



C: 0 / M: 100 / Y: 65 / K: 28



C: 0 / M: 95 / Y: 100 / K: 0



C: 0 / M: 51 / Y: 100 / K: 1



C: 0 / M: 25 / Y: 95 / K: 0



C: 33 / M: 4 / Y: 0 / K: 72

Paleta cromática: CMYK

En los entornos gráficos que no son propios de la Marca Destino, por ejemplo, eventos con identidad visual propia, podrá utilizarse la Marca dentro de una pastilla cuadrangular, de mayor altura que la de su unidad mínima (ver pág. 22).

También se utilizará esta versión para acompañar al claim *Madrid. Un estilo de vida.*



R: 0 / G: 80 / B: 110



R: 0 / G: 152 / B: 222



R: 90 / G: 116 / B: 17



R: 88 / G: 166 / B: 24



R: 140 / G: 18 / B: 30



R: 205 / G: 45 / B: 35



R: 220 / G: 115 / B: 10



R: 235 / G: 175 / B: 18



R: 36 / G: 46 / B: 51

Paleta cromática: RGB

En esta página se muestra la composición en **tricomía** de los colores corporativos de la Marca Destino. Estos colores se utilizarán en el entorno **online** y **audiovisual**.

La Marca aparece aquí en su unidad mínima, es decir, el área delimitada por el espacio mínimo envolvente que siempre se respetará para su aplicación sobre fondos de color.



R: 0 / G: 80 / B: 110



R: 0 / G: 152 / B: 222



R: 90 / G: 116 / B: 17



R: 88 / G: 166 / B: 24



R: 140 / G: 18 / B: 30



R: 205 / G: 45 / B: 35



R: 220 / G: 115 / B: 10



R: 235 / G: 175 / B: 18



R: 36 / G: 46 / B: 51

Paleta cromática: RGB

En los entornos gráficos que no son propios de la Marca Destino, por ejemplo, eventos con identidad visual propia, podrá utilizarse la Marca dentro de una pastilla cuadrangular, de mayor altura que la de su unidad mínima (ver pág. 22).

También se utilizará esta versión para acompañar al *claim Madrid. Un estilo de vida.*



#00506E



#0098D4



#5A7411



#58A618



#8C121E



#CD2D23



#DC730A



#F2AF00



#242E33

Paleta cromática: Hexadecimal

En esta página se muestran los valores hexadecimales de la Marca Destino. Estos colores se utilizarán únicamente en **lenguajes de programación**.

La Marca aparece aquí en su unidad mínima, es decir, el área delimitada por el espacio mínimo envolvente que siempre se respetará para su aplicación sobre fondos de color.



#00506E



#0098D4



#5A7411



#58A618



#8C121E



#CD2D23



#DC730A



#F2AF00

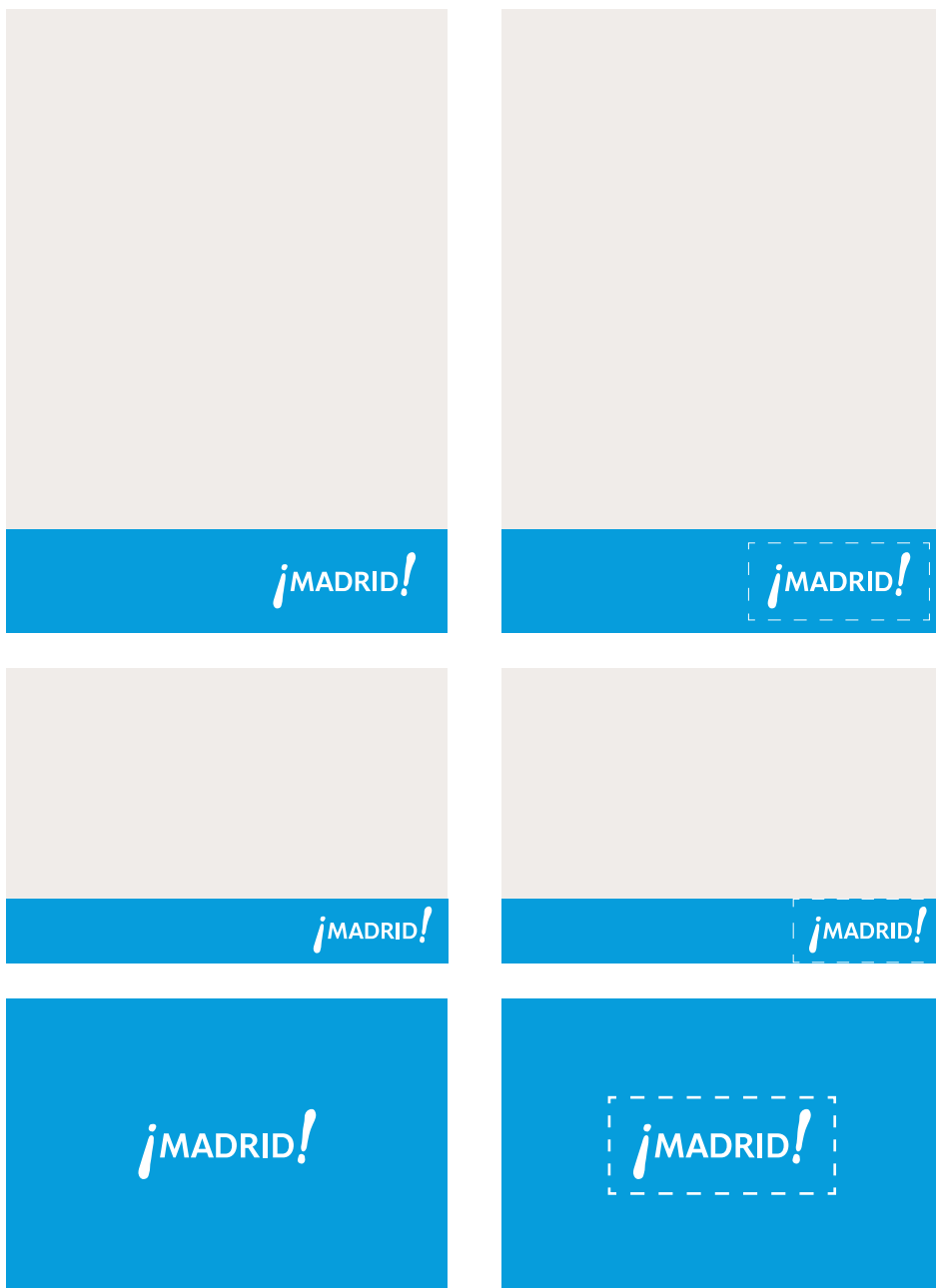


#242E33

Paleta cromática: Hexadecimal

En los entornos gráficos que no son propios de la Marca Destino, por ejemplo, eventos con identidad visual propia, podrá utilizarse la Marca dentro de una pastilla cuadrangular, de mayor altura que la de su unidad mínima (ver pág. 22).

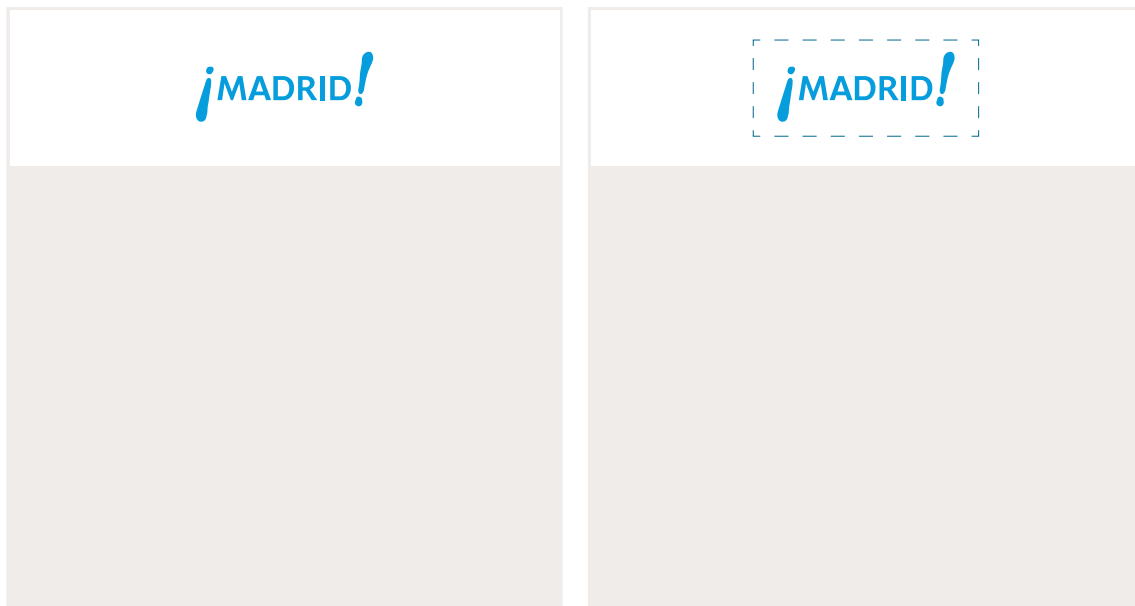
También se utilizará esta versión para acompañar al *claim Madrid. Un estilo de vida.*



Aplicación preferente de la marca sobre fondos de color

Como se señalaba en la página 6, uno de los rasgos distintivos de la Marca Destino es su liberación del constreñido marco rectangular que constituía la unidad mínima de la Marca Madrid.

No obstante, el área de la unidad mínima, es decir el espacio mínimo envolvente de la marca, debe regir la aplicación de la misma sobre fondos de color.

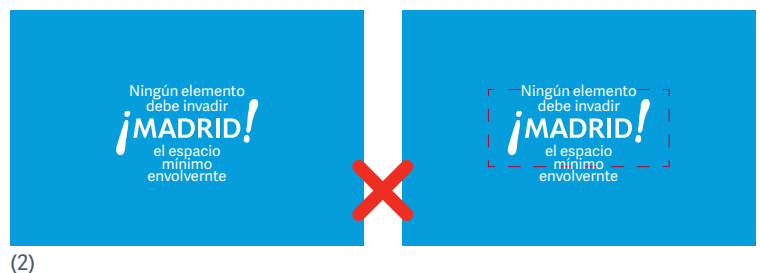
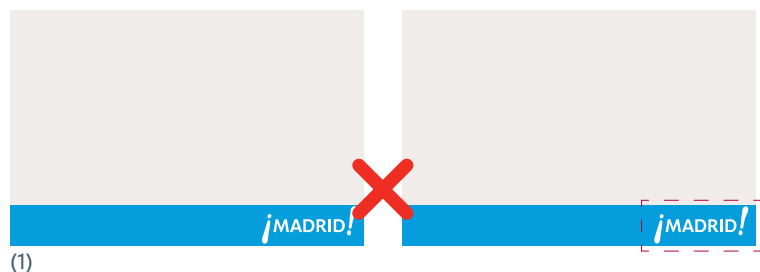


Versión en positivo

Sólo con carácter excepcional, en casos extraordinarios en los que no pueda aplicarse sobre un fondo de color corporativo y sea necesario aplicarla sobre fondo blanco, cabrá la posibilidad de utilizar una versión en positivo de la marca.

Esta opción se considera prioritaria frente al uso de la "pastilla" o unidad mínima de la marca, propia de la Marca Institucional.

En cualquier caso, el espacio mínimo envolvente debe regir también la aplicación de la Marca Destino en éste caso excepcional.



Usos incorrectos

En esta página se presentan algunos casos de utilización incorrecta de la Marca Destino.

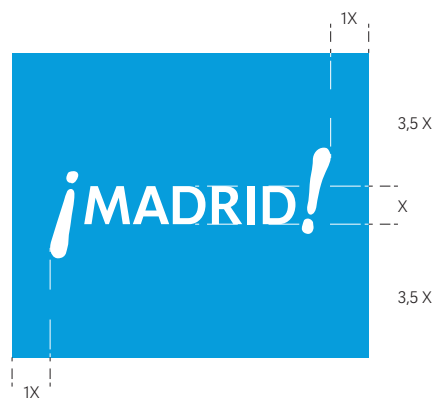
Los dos primeros ejemplos representan dos aplicaciones en las que no se respeta el espacio mínimo envolvente. En el primero (1), éste excede los límites del fondo de color corporativo, y en el segundo un elemento gráfico invade aquél (2).

Tampoco se contemplan las alteraciones de los elementos esenciales de la Marca Destino. No está permitida, por tanto, la aplicación de color a las exclamaciones (3): sobre fondos de color, tanto la palabra como los signos de exclamación deberán ir en blanco.

Sólo en los casos estrictamente necesarios la Marca Destino aparecerá en positivo sobre fondo blanco, pero siempre en un único color (4).

Tampoco está permitida la rotación de la Marca Destino (5), ni la alteración de sus proporciones (6) o su tipografía (7).

Por último, tampoco es correcta su aplicación sobre fondos fotográficos (8).



Aplicación de la Marca Destino en otros entornos gráficos

Sólo en el contexto de otros entornos gráficos la Marca Destino podrá aparecer en un marco de color corporativo, o "pastilla", con las dimensiones que se indican en la imagen superior.

En estos casos deberá respetarse siempre un espacio libre en su perímetro. En ese espacio no podrán introducirse bajo ningún concepto otros elementos gráficos.

Éste área de reserva aparece detallada en la imagen inferior y deberá ampliarse siempre que sea posible.



Marca Destino + *Claim*: alineación horizontal

En el contexto de la campaña publicitaria, la Marca Destino aparecerá acompañada del *claim* *Madrid. Un estilo de vida*, compuesto en Adelle Semibold Italic.

En esta página se especifican las proporciones del *claim* con respecto al recuadro de la Marca Destino, así como el espacio mínimo de separación entre ambos elementos en su alineación horizontal.

Esta separación mínima, el mismo ancho del recuadro de la Marca, deberá ampliarse siempre que la composición lo permita.



Madrid.
A way of life

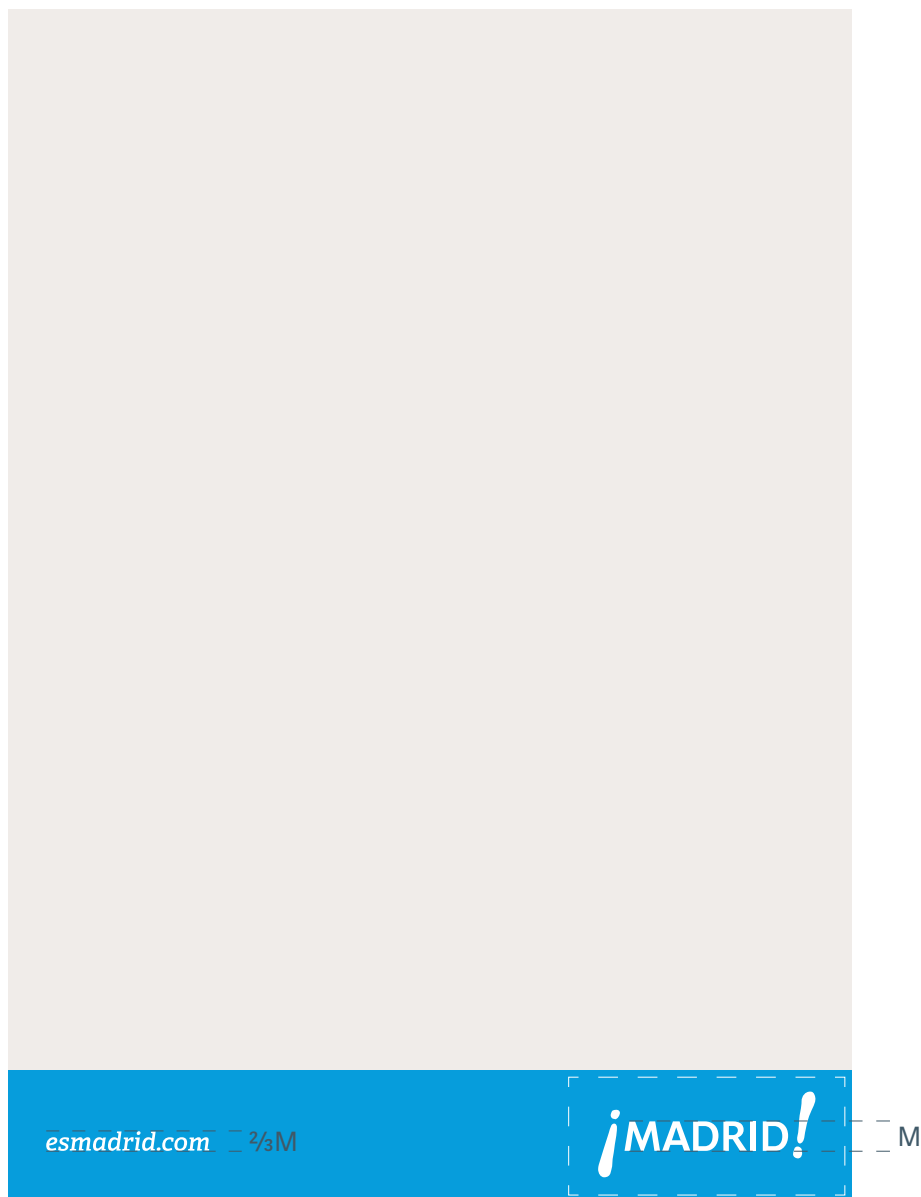


Marca Destino + *Claim*: alineación vertical

Cuando sea necesario, será posible alinear verticalmente la Marca Destino con el *claim*. En estos casos el tamaño del *claim* deberá aumentar con respecto a las proporciones indicadas para la alineación horizontal.

El tamaño máximo del *claim* vendrá dado de nuevo por la altura de las mayúsculas, que nunca será superior a la mitad del alto del recuadro de la Marca Destino.

El *claim* se compondrá en este caso en dos líneas y el interlineado será exactamente la altura x del texto.



Elementos asociados a la Marca Destino

Sobre los fondos o faldones de color de la Marca podrán situarse otros elementos asociados al destino turístico. El caso más común será la **url de la web oficial**, que se compondrá siempre en Adelle Semibold Italic, en un tamaño máximo de $\frac{2}{3}$ la altura de las mayúsculas de la Marca Destino.

Ambos elementos, Marca y url, deberán aparecer siempre tan distanciados como sea posible, tal y como se muestra en la imagen.

En cualquier caso deberá respetarse el espacio mínimo envolvente.



Co-Branding

Hablamos de co-branding cuando en el propio entorno gráfico de la Marca Destino, ésta aparece acompañada por otras marcas.

En estos casos no debe aplicarse el marco rectangular o “pastilla” del cuál hablábamos en las tres páginas anteriores, sino que el objetivo será que un fondo o faldón de color corporativo predomine y otorgue identidad al entorno gráfico.

La Marca Destino se aplicará sobre ese fondo como ha quedado detallado y aparecerá acompañada por otras marcas sin que éstas alteren sus elementos esenciales ni se sitúen sobre el mismo fondo.

Cuando sea necesario introducir más de tres marcas, éstas pasarán a formar parte de un segundo nivel.



Co-Branding en publicaciones y publicidad

En esta página se muestran aplicaciones concretas, en el ámbito publicitario y editorial, del planteamiento de la página anterior.

En el caso de un material con fondo blanco, podrá aplicarse el Gris Granito como color de fondo para las marcas que acompañen a la Marca Destino, con el objetivo de destacarlas convenientemente.

2

Entorno gráfico

tipografía y geometría

Madrid loves Adelle

Madrid loves Adelle Sans

Adelle Thin
Adelle Thin Italic

Adelle Light
Adelle Light Italic

Adelle Regular
Adelle Italic

Adelle Semibold
Adelle Semibold Italic

Adelle Bold
Adelle Bold Italic

Adelle Extrabold
Adelle Extrabold Italic

Adelle Heavy
Adelle Heavy Italic

0123456789 / 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ

ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ

Adelle Sans Thin
Adelle Sans Thin Italic

Adelle Sans Light
Adelle Sans Light Italic

Adelle Sans Regular
Adelle Sans Italic

Adelle Sans Semibold
Adelle Sans Semibold Italic

Adelle Sans Bold
Adelle Sans Bold Italic

Adelle Sans Extrabold
Adelle Sans Extrabold Italic

Adelle Sans Heavy
Adelle Sans Heavy Italic

0123456789 / 0123456789

ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ

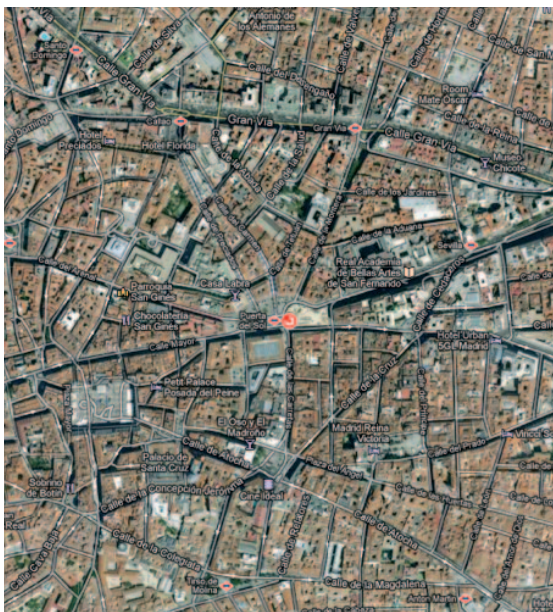
ABCDEFGHIJKLMNÑO
PQRSTUVWXYZ

Tipografía

Adelle es la fuente tipográfica seleccionada para componer el entorno gráfico de la Marca Destino.

Así como Madrid aúna su patrimonio histórico-cultural con un vibrante pulso contemporáneo, Adelle es una *slab serif* todoterreno que conjuga de forma única la contundencia de sus remates con la elegancia y distinguida personalidad de sus trazos.

A la versatilidad que aportan sus 14 estilos, desplegados en la imagen de esta página, se suma la flexibilidad que suma su pareja, **Adelle Sans**, un diseño sin remates que conserva las cualidades y el enérgico carácter de Adelle, completando un tándem que se ajusta a las amplias exigencias comunicativas de un destino turístico de primer nivel.



Puerta del Sol



Kilómetro 0

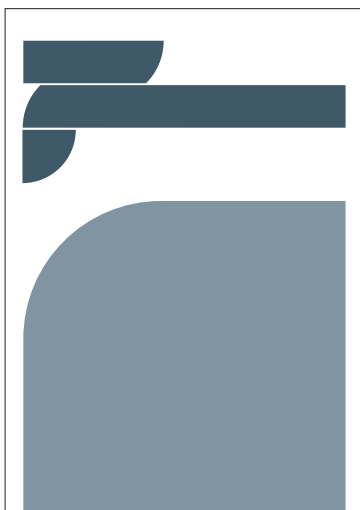
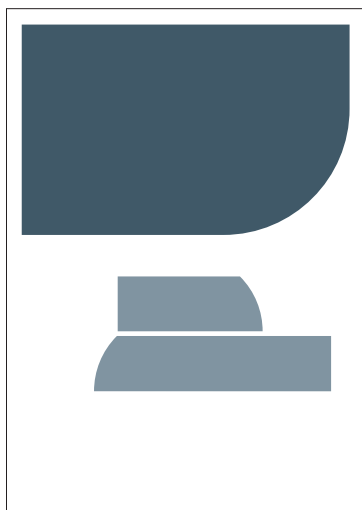
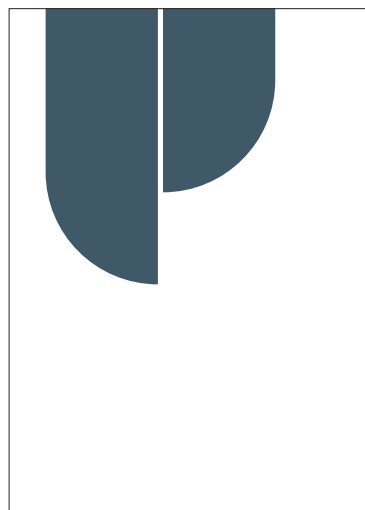
Geometría

El entorno gráfico de la Marca Destino estará caracterizado por la presencia de **formas curvas** que aportan un carácter más amable al destino turístico frente al entorno rectilíneo de la identidad institucional.

La inspiración de esta geometría surge del portentoso juego geométrico que constituye el tejido urbano de Madrid, y en concreto de uno de sus elementos de mayor relevancia en el plano geográfico y simbólico.

La **Puerta del Sol** es el kilómetro 0 de las carreteras radiales de España y, asimismo, la simplificación de su característico trazado es el punto de partida de nuestro planteamiento.

El **semicírculo** es por tanto el kilómetro 0 de la geometría de la Marca Destino.



En esta página se muestran algunas de las formas derivadas del semicírculo y unas primeras composiciones abstractas partiendo de esas formas.

3 Aplicaciones

i

**INFORMACIÓN
TURÍSTICA**

You ask, we answer

¡MADRID!

Welcome to Madrid

i

Información Turística
Tourist Information
 Tel. 91 454 44 10
 Lun-dom / Mon-Sun 9:30-20:30 h

Centro de Turismo Plaza Mayor /
 Plaza Mayor / Tourist Center
 Plaza Mayor, 27
 Metro: Sol / Ópera

Centro de Turismo Colón /
 Colón / Tourist Center
 Antiguo pasadizo subterráneo (acceso por lateral Paseo de la Castellana esquina Goya) /
 Former underground passage (access through the side of Paseo de la Castellana on the corner with Goya street)
 Metro: Colón

Plaza de Cibeles
 Paseo del Prado, Bulvar / Boulevard
 Metro: Banco de España

Plaza de Callao
 Metro: Callao / Sol

Paseo del Arte
 Santa Isabel. Junto al Museo Reina Sofía /
 Next to the Reina Sofía Museum
 Metro: Atocha

CentroCentro
 Palacio de Cibeles
 Mar-dom / Tues-Sun 10:00-20:00 h
 Lun cerrado / Mon closed. Horario sujeto a modificaciones / Opening times may vary.
 Metro: Banco de España

Aeropuerto Barajas / Barajas Airport
 T4. Llegadas salidas / Arrivals halls 5 & 6
 T2. Llegadas salidas / Arrivals halls 5 & 6
 Lun-dom / Mon-Sun 9:00-20:00 h
 Metro: Aeropuerto T1-T2-T3 / Aeropuerto T4

esmadrid.com

¡MADRID!

En estos dos ejemplos, tipografía, geometría y colores asociados a la Marca Destino componen dos piezas destinadas a los puntos de información turística.

DESCUENTOS PARA SOCIOS
Con la acreditación *Disfruta Madrid Más* tendrás que resultar más barato y divertido. Con ella podrás conseguir entradas gratuitas o descuentos de hasta un 50% en diferentes actividades de ocio y cultura (museos, partidos de fútbol, conciertos, teatro, y servicios telefónicos, escuelas...).

¿CÓMO CONSEGUIR LA ACREDITACIÓN?
Para conseguir la acreditación sólo tienes que entrar en www.disfrutamadridmas.com y hacer clic en Compra ya tu tarjeta. Aquí tendrás que indicar cuál es tu universidad o centro de enseñanza y rellenar una inscripción con tus datos para poder recibir la tarjeta que te identificará como miembro del club en todos los centros colaboradores. Si tienes alguna duda, escribe a: info@disfrutamadridmas.com

PRECIOS

- Acreditación para 6 meses: 21 €
- Acreditación de 6 a 12 meses: 25 €

MÁS INFORMACIÓN
Disfruta Madrid Más es un proyecto nacido dentro del Club de Producto de Turismo Idioma, integrado en la Oficina de Turismo Madrid Visitors & Convention Bureau, contando además con la colaboración de universidades madrileñas, de la Federación Española de Asociaciones de Escuelas de Español para Extranjeros (FEDELE) y que tiene el respaldo del Instituto Cervantes.
www.disfrutamadridmas.com

CENTRO DE TURISMO DE COLÓN
Plaza de Colón, s/n. Antiguo pasadizo subterráneo (acceso por lateral del Paseo de la Castellana esquina calle Goya).
Metro: COLÓN.
Lun-Dom: 9:30-20:30 h.
www.esmadrid.com

DISCOUNTS FOR MEMBERS
With the *Disfruta Madrid Más* membership card, everything ends up being more enjoyable and affordable. You will have free entry and discounts of up to 50% on various leisure and cultural activities (museums, soccer games, concerts, theatre...), as well as a range of services (cell phone, language schools...).

HOW CAN I BECOME A MEMBER?
To buy the card, simply go to www.disfrutamadridmas.com and click on the banner that says Buy your card now. Select your university or school from the drop-down box and fill in the application form in order to create a personalized membership card just for you that is valid in all partner centers. For additional information, write us at: info@disfrutamadridmas.com.

PRICES

- 6-month membership: 21 €
- 6-12 month membership: 25 €

MORE INFORMATION
Disfruta Madrid Más is a project belonging to the Club de Producto de Turismo Idioma (Language Tourism Product Club). It was created by Madrid Visitors & Convention Bureau, in collaboration with Madrid universities, the Federación Española de Asociaciones de Escuelas de Español para Extranjeros (Spanish Federation of Associations of Schools of Spanish as a Foreign Language - FEDELE) and with the support of the Instituto Cervantes.
www.disfrutamadridmas.com

COLÓN TOURIST CENTER
Plaza de Colón, s/n. The entrance can be found in the underground walkway, at the corner of Paseo de la Castellana and Calle Goya.
Metro: COLÓN.
Mon-Sun: 9:30-20:30.
www.esmadrid.com



Programa de actividades para estudiantes
Programme of activities for students





www.disfrutamadridmas.com



Aprender a hacer una tortilla de patata, descifrar los secretos de un cuadro de Velázquez, apuntarte a una ruta en bici por la sierra, descubrir rincones repletos de historia. Si eres estudiante y acabas de instalarte en la ciudad, no debes desaprovechar la oportunidad de formar parte del club *Disfruta Madrid Más*, que ofrece un sinnúmero de actividades para que llegues a ser un auténtico madrileño y puedas sentirte como en casa. Además, conocerás a gente de otras nacionalidades con los que podrás fomentar un interesante intercambio cultural y disfrutar de descuentos en museos, tiendas, teatros y diferentes cursos que te harán más fácil tu día a día. ¿A qué estás esperando?

ACTIVIDADES PARA SOCIOS

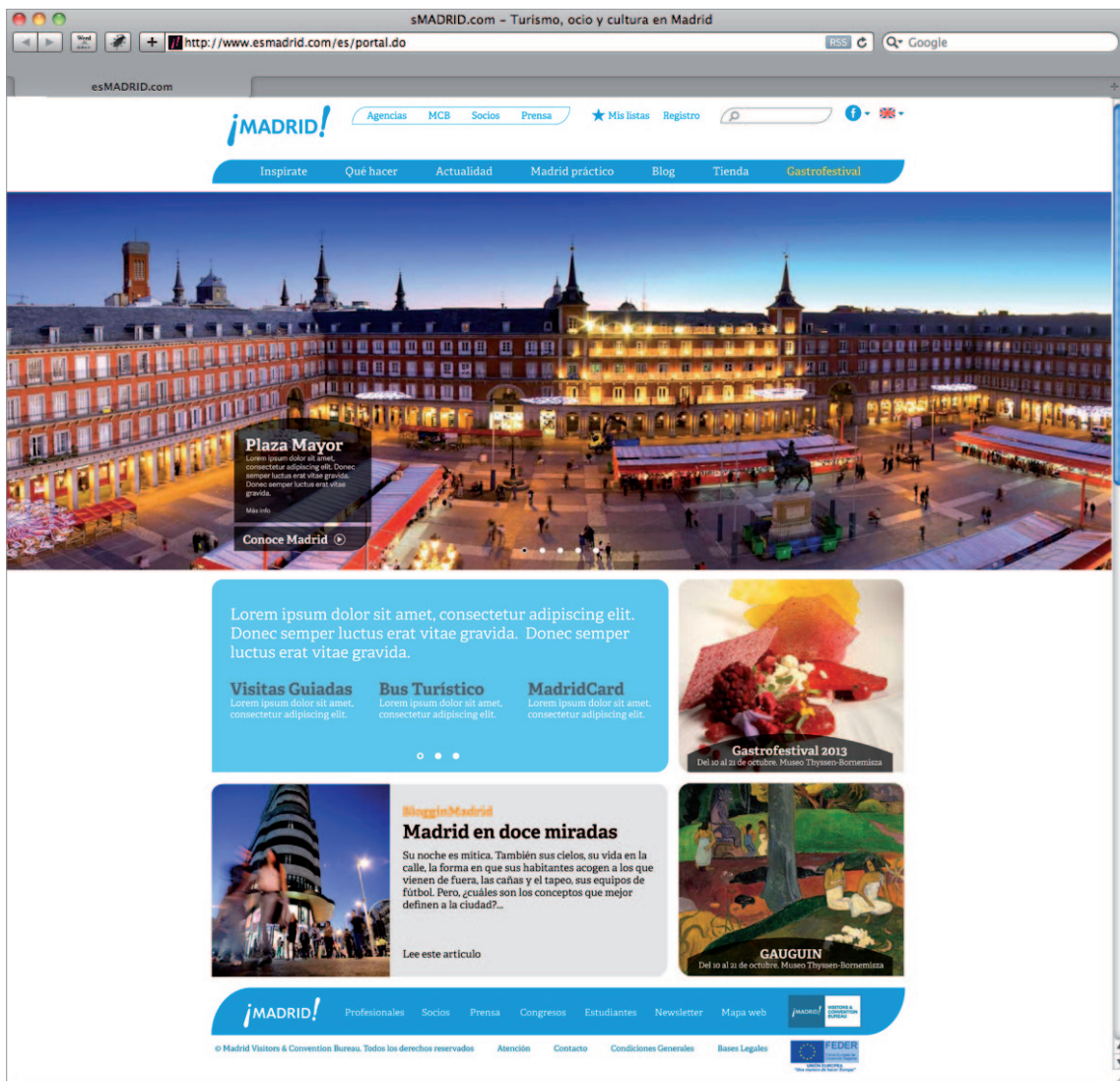
- **Una tarde de cine**
Por sólo 3,5 €, podrás ver todos los martes las películas que se exhiben en los cines colaboradores, con descuentos de hasta el 60% también en las palomitas y refrescos.
- **¡Hablamos!**
Los miércoles llega la hora de poner en práctica todo lo aprendido en clase sobre nuestro idioma. Estudiantes de diferentes procedencias se reúnen para charlar y compartir experiencias en un ambiente agradable y distendido.
- **Clases magistrales**
Todos los viernes, nos vemos en el museo. Cada semana podrás disfrutar de una clase magistral a cargo de expertos que te irán desvelando todas las claves para entender la historia del arte a través de algunos de los cuadros más emblemáticos de Madrid y de los grandes maestros que los pintaron. Esta actividad normalmente será gratuita y cada semana se realizará en un museo diferente.
- **Entre fogones**
¿Qué ingredientes se utilizan para elaborar un cocido madrileño? ¿Cuál es la mejor época para comer gazpacho? ¿Cómo se prepara un buen sushi? Todo esto y mucho más podrás aprender en clases de cocina especialmente ideadas para que puedas preparar los platos más típicos de diferentes partes del mundo.
- **Catas de vino**
Desde la viticultura a la mesa. Podrás aprender todas las claves del proceso de elaboración de un vino a través de cursos y talleres en los que entrarán en acción vista, gusto y olfato. Una experiencia sensorial para adentrarse en este apasionante mundo.
- **Visitas guiadas por diferentes barrios**
Podrás realizar visitas acompañados de un guía oficial de la Oficina de Turismo de Madrid, que te llevará por diferentes barrios de Madrid para que conozcas de primera mano no sólo monumentos y edificios de interés. También la historia de la propia ciudad y anécdotas de algunos de sus más ilustres vecinos.
- **Naturaleza y deporte**
Una ruta a pie por la montaña, paseos en bici, esquí en las estaciones más cercanas... Los fines de semana los alrededores de Madrid te esperan con una amplia oferta de actividades de ocio al aire libre, dirigidas siempre por expertos.

Learn how to make a Spanish omelet, unravel the secrets of a Velázquez painting, sign up for a cycling route in the mountains surrounding Madrid, or discover tiny corners of the city full of history. If you are a student who recently arrived in Madrid, don't miss out on the opportunity to join *Disfruta Madrid Más*, a club that offers an exciting array of activities so that you can feel at home during your stay and truly experience the life of an authentic Madrileño. Even better, you'll get to meet people from around the globe and create experiences of your own. You'll receive discounts in museums, stores, theatres, and much more that will make your day-to-day in Madrid a lot easier. What are you waiting for? Join *Disfruta Madrid Más* today!

ACTIVITIES FOR MEMBERS

- **An evening of film**
Every Tuesday for only 3.50 €, you can watch a film featured by the partner cinema, with discounts of up to 60% on the price of popcorn and refreshments.
- **Let's chat!**
Every Wednesday you are given the opportunity to put into practice all the theory you've learned during your Spanish classes. Students from many different countries get together to chat, and share experiences in a fun and informal environment outside of the classroom setting.
- **Master Classes**
Every Friday we'll see you in one of Madrid's museums. Each week you can enjoy a master class led by expert guides that will teach you about art history using some of Madrid's most emblematic paintings and Spain's most world-renowned artists. This activity is often free and will be held in a different museum each week.
- **Cooking up a storm**
What ingredients are used to cook the Madrid stew, Cocido? When is the best time to eat the soup Gazpacho? What is the trick to making great sushi? All of these questions and more will be answered during our cooking classes, which will teach you how to prepare some of the world's most signature dishes.
- **Wine-tasting Course**
From the vine to the table, you will have the opportunity to learn the key steps in the art of wine-making. Through various courses and workshops, you will be able to develop an appreciation for wine with the help of experts. Let the senses of sight, smell, and taste guide you in a wine-tasting experience.
- **Guided Visits of Madrid's different neighborhoods**
These guided visits are conducted by an official guide from Madrid Visitors & Convention Bureau, who will show you first hand the many different neighborhoods of Madrid. You will not only see each area's main monuments and sights, but will also learn about the history, anecdotes, and ancient neighbors who once frequented its cafes and streets.
- **Nature and Sport**
A hiking trail in the Casa de Campo, a cycling route along the Manzanares River, or skiing in the mountains; weekends are dedicated to a range of outdoor sporting activities that are always conducted by a qualified expert.

En este caso el entorno gráfico de la Marca Destino aparece aplicado a un elemento de promoción editorial: un díptico en co-branding con otras instituciones.



Línea gráfica de la Marca Destino aplicada al entorno *online*: home de la futura web.



Un nuevo ejemplo de la línea gráfica de la Marca Destino aplicada al entorno online: plantilla de zonas de interés de la web.



En el caso de los blogs de la web oficial, se ha creado una cabecera que aporta una identidad específica a las bitácoras personales de distintos autores.

No obstante, el entorno gráfico de la Marca Destino estructura y define el resto del conjunto.

