



MARCA TURÍSTICA CASTELLÓN

# Esencia de marca

MD. Studio



# Autenticidad mediterránea, vivida con calma y cercanía.

Castellón es una ciudad que no se impone, se comparte.  
Un lugar donde la vida sucede sin prisas, donde lo cotidiano  
se convierte en experiencia y donde el visitante no es  
espectador, sino parte del entorno.

**Vivir Castellón es vivir** lo real, lo humano, lo sencillo y lo  
profundamente mediterráneo.



# Propósito de la marca

Invitar a vivir una ciudad auténtica, cercana y serena, donde el tiempo se disfruta y las experiencias se comparten.

Castellón existe para ofrecer una forma distinta de vivir el destino urbano: sin masificaciones, sin artificios y sin imposiciones. Una ciudad que se abre al visitante para que la recorra a su propio ritmo, conectando con su gente, su cultura y su paisaje desde la calma y la verdad.

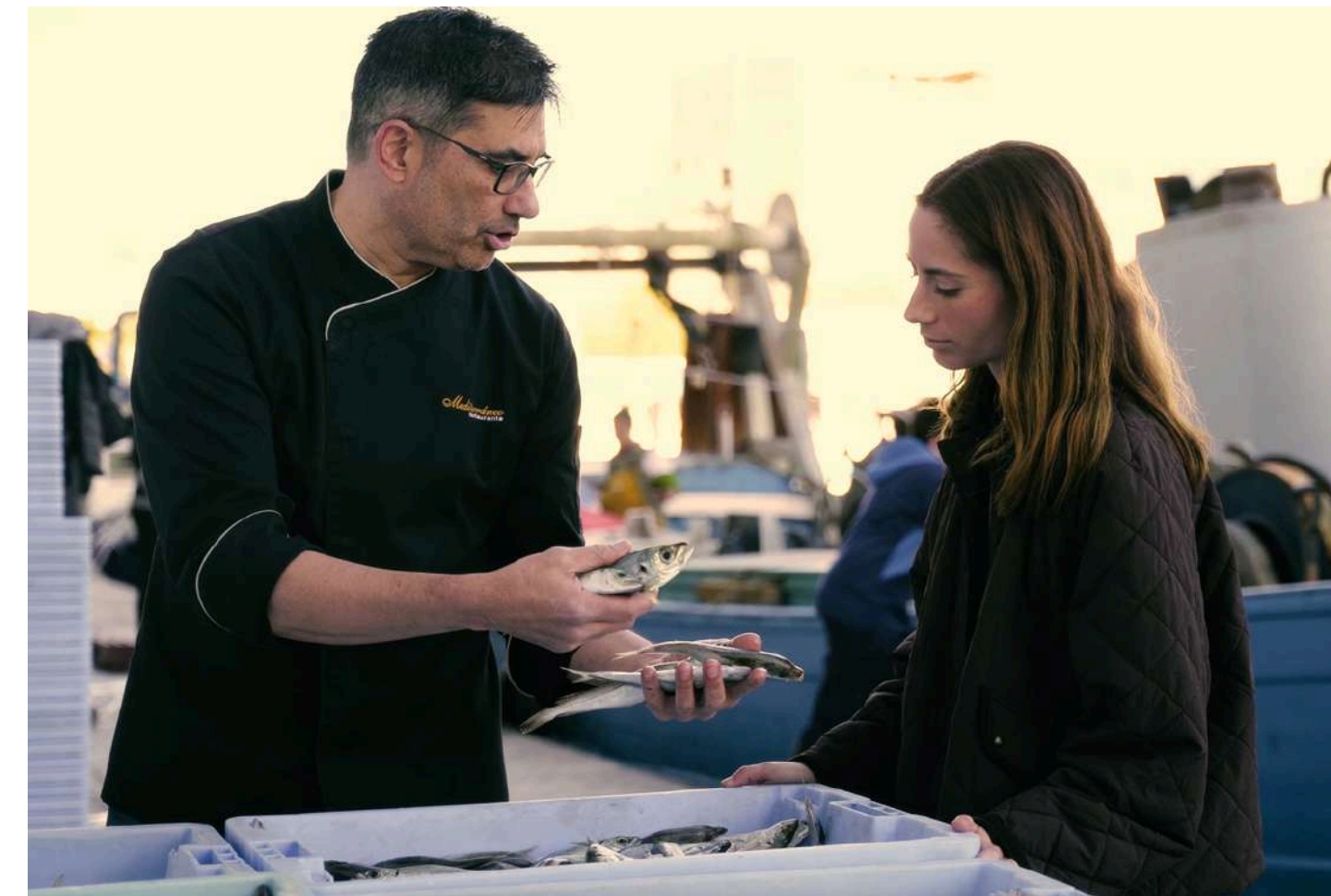




# Visión de la marca

**Ser referente de ciudad mediterránea auténtica y slow,** reconocida por su calidad de vida, su hospitalidad y su capacidad de ofrecer experiencias memorables desde la sencillez y el equilibrio.

Castellón no aspira a parecerse a otras ciudades, sino a reafirmar su identidad propia y demostrar que otra manera de vivir y visitar una ciudad es posible.



# Misión de la marca

1

Preservar y poner en valor la **identidad mediterránea** de Castellón.

2

Ofrecer **experiencias genuinas, humanas y accesibles**.

3

Comunicar la ciudad desde la **serenidad, la cercanía y la autenticidad**.

4

Atraer a un visitante que **valore lo real, lo local** y lo vivido con calma.

# Valores de la marca

## Autenticidad y tradición

Castellón mantiene vivas sus raíces a través de sus fiestas, su cultura, su cerámica, su gastronomía y su relación con el territorio.

No se representa, se vive. Cada experiencia nace de lo local y se comparte sin artificios.

## Humanidad y apertura

Una ciudad hospitalaria por naturaleza, donde la cercanía no es una estrategia, sino una forma de ser.

Castellón acoge, acompaña y hace sentir a quien llega como en casa.

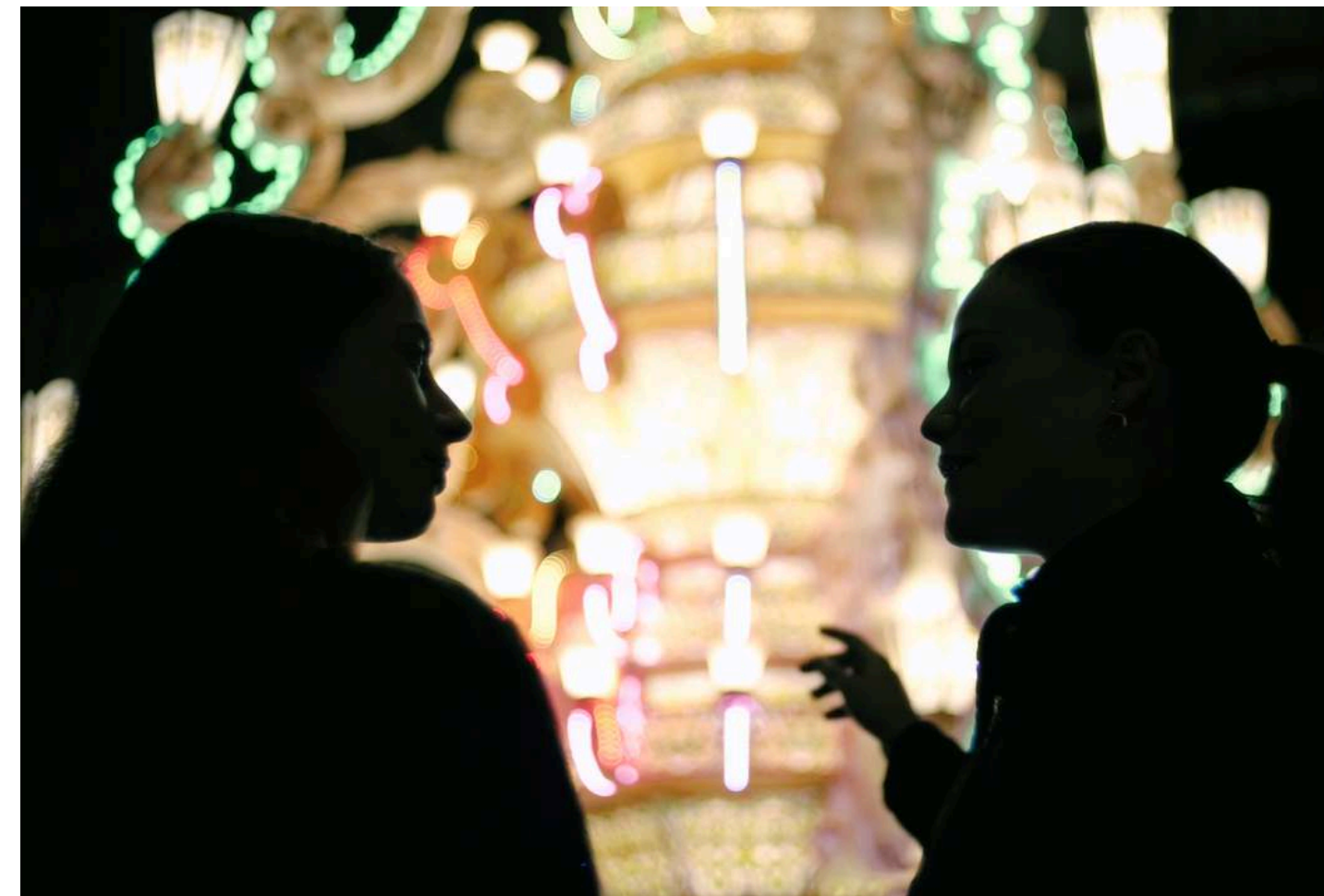
## Serenidad mediterránea (*slow*)

Un destino activo y vivo que conserva el equilibrio. Castellón invita a disfrutar sin prisas, sin multitudes y sin estrés, permitiendo una relación más consciente con el tiempo, el espacio y las personas.

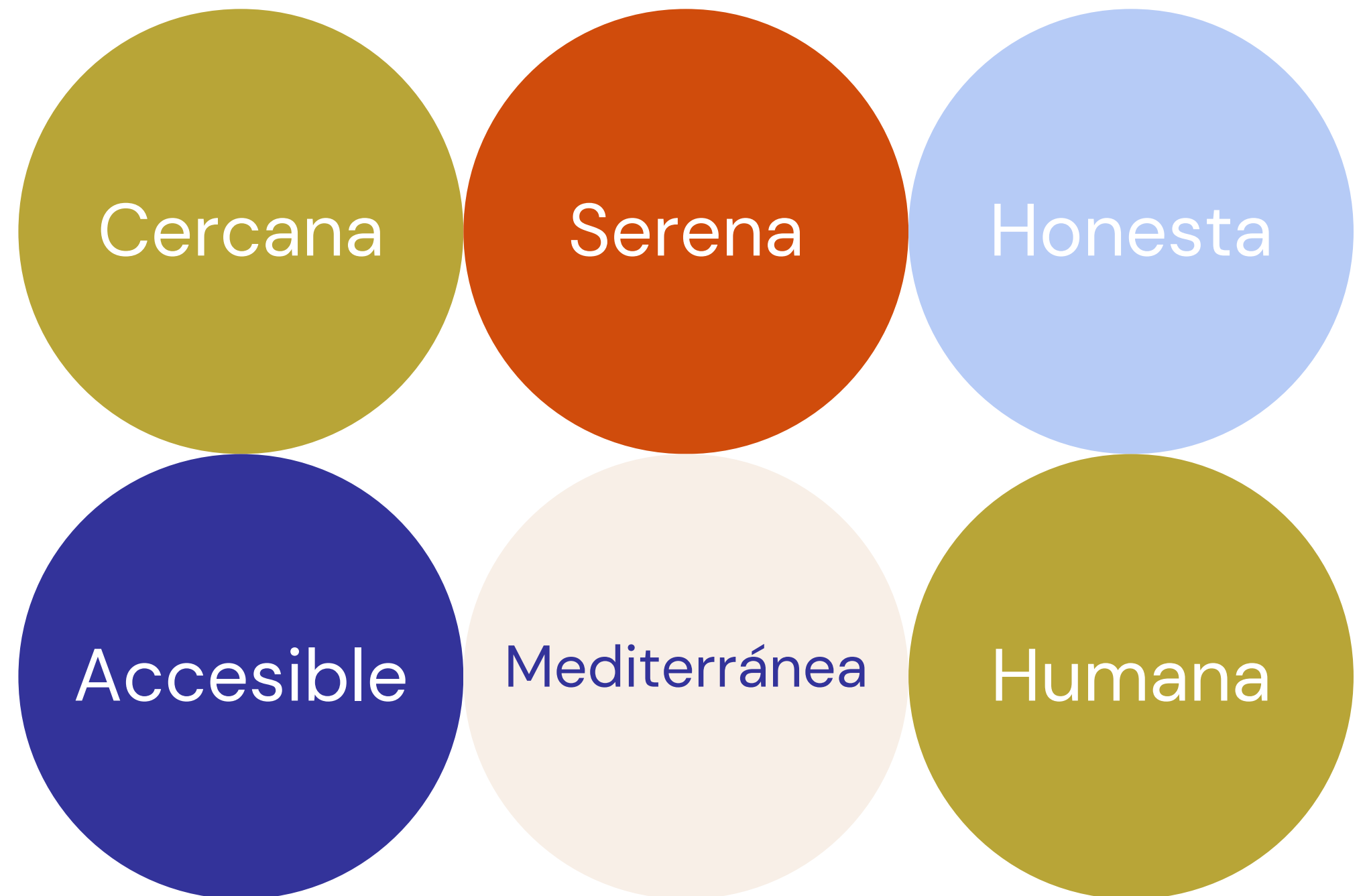
# Arquetipo de la marca: el amigo

Castellón se expresa desde el arquetipo del Amigo: cercano, honesto y confiable. No presume, no compite y no se impone. Acompaña.

El Amigo invita a descubrir la ciudad desde la complicidad y la naturalidad. Hace recomendaciones sinceras, comparte sus rincones favoritos y abre su casa sin pretensiones. La experiencia en Castellón no busca impresionar, sino conectar.



# Personalidad de marca





# Tono de voz

El tono de Castellón es:

- Natural y humano
- Calmado, sin estridencias
- Claro y comprensible
- Cálido y acogedor

Habla como alguien que conoce bien su ciudad y la comparte con cariño, sin exagerar ni adornar en exceso. Siempre desde la verdad.







MARCA TURÍSTICA CASTELLÓN

# Relato de marca

BRAND STORY

MD. Studio



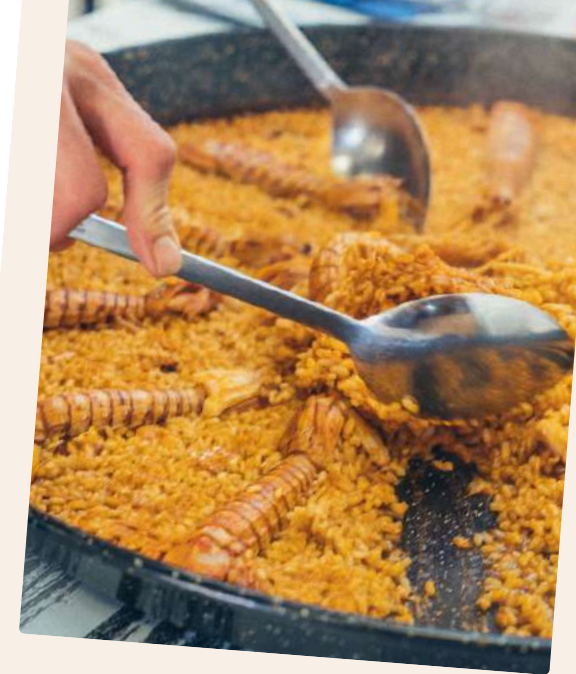
# Relato de marca

## BRAND STORY

Castellón es una ciudad que se recorre como se vive: paso a paso.

Entre el azul profundo del Mediterráneo y la serenidad de sus espacios abiertos, Castellón propone una experiencia sin prisas, donde cada recorrido es una invitación a conectar con lo auténtico.

Aquí, la tradición no es pasado, es presente. La cerámica, la cultura y las fiestas conviven con una ciudad contemporánea, abierta y viva. Castellón no necesita gritar para ser escuchada: su valor está en la calma, en la cercanía y en la verdad de lo que ofrece.





# Logotipo

El logotipo de Castellón no es solo un identificador, es un gesto.

La unión de la s y la t funciona como eje simbólico de la marca:

Un recorrido

Un trazo continuo

Una conexión

Representa el acto de caminar la ciudad, de enlazar experiencias, de unir tradición y presente.

Es un guiño sutil a lo manual, al gesto hecho sin prisa, alineado con la filosofía slow y mediterránea.

Este detalle aporta singularidad sin estridencias: lo auténtico no necesita alardes.

The logo for 'Marca Turística Castellón' features the word 'Castellón' in a large, bold, dark blue sans-serif font. The 's' and 't' are joined together in a continuous, stylized manner. Below 'Castellón' is the tagline 'Vivir lo auténtico' in a smaller, bold, olive green sans-serif font.

**Castellón**  
**Vivir lo auténtico**

# Paleta de color

La paleta cromática nace del paisaje y la materia de Castellón

**Arena / Duna**  
Evoca calma, equilibrio y naturalidad. Funciona como base neutra que deja respirar al resto de elementos.

**Arcilla / Cerámica**  
Conecta con la tradición artesanal, la tierra y el saber hacer local. Aporta calidez, identidad y carácter.

**Azul Mediterráneo profundo**  
Representa el mar, la profundidad, la serenidad y la continuidad. Es un color estable, confiable y emocional.

**Azul cielo / Espacio abierto**  
Simboliza libertad, amplitud y horizonte. Refuerza la idea de ciudad abierta, respirable y sin masificaciones.

**Verde**  
Representa la naturaleza que envuelve la ciudad y el color de la misma.



Duna

Pinar

Arcilla

Luz

Marino



# Traducción experiencial de la identidad

La expresión visual de Castellón está pensada para trascender lo gráfico y convertirse en experiencia.

Esto implica:

- Materiales naturales o honestos
- Texturas suaves y reconocibles
- Ritmos pausados en audiovisuales
- Propuestas sensoriales coherentes con el territorio

Todo debe responder a una misma pregunta:  
¿Esto se siente auténtico, cercano y mediterráneo?





# Gracias

Esta presentación está dirigida exclusivamente a su destinatario, pudiendo contener información confidencial sometida a secreto profesional. No está permitida su comunicación, reproducción o distribución sin la autorización expresa de MD.Studio.

**MD. Studio**