



Parque Natural de Andalucía

**GUÍA DE IDENTIDAD GRÁFICA MARCA
PARQUE NATURAL DE ANDALUCÍA**

ÍNDICE

I. Introducción

II. Bases de la Identidad

1. Logotipo en colores corporativos
2. Logotipo en blanco y negro
3. Logotipo en blanco y negro negativo
4. Logotipo monótono
5. Reducción del logotipo
6. Logotipo Producto Natural
7. Logotipo Producto Artesanal
8. Logotipo Turismo de Naturaleza
9. Construcción del logotipo
10. Colores Corporativos
11. Tipografía Corporativa
12. Tipografía Complementaria

III. Normas de utilización de los elementos básicos

1. Etiqueta Identificativa Colgante
2. Etiqueta Identificativa Adhesiva
3. Placas de Establecimiento
4. Placas de Compromiso

IV. Convivencia

1. Convivencia con otras identidades

El presente documento desarrolla, fundamenta y normaliza el proyecto de identidad visual de la Marca Parque Natural de Andalucía, la cual pretende englobar productos naturales, productos artesanales y turismo de naturaleza, generados por empresas en el ámbito de los Espacios Naturales Protegidos de Andalucía.

Uno de los objetivos específicos de este proyecto, es el desarrollo de un modelo de Marca específica de los productos de los Espacios Naturales Protegidos de Andalucía, en sus tres vertientes (producto natural, producto artesanal y actividades de Turismo de Naturaleza), como una herramienta de comercialización que ayude a la implantación de un modelo de desarrollo sostenible en estos territorios, y a la creación de una Red de empresas con productos adheridos a la Marca para la difusión del modelo.

Debemos diferenciar los productos de la Marca. Los productos son aquellos ofrecidos por las empresas ubicadas en los Espacios Naturales Protegidos de Andalucía, diferenciándose tres productos:

- Naturales (aceitunas, frutos secos, miel y productos asociados, setas, sal,...)
- Artesanales alimentarios y de artesanía popular (cerámica, jarapas en telares antiguos, encajes y bordados,...)
- Actividades de turismo en la naturaleza.

La Marca va más allá de la propia materialidad de los productos, es por lo que los consumidores compran. Además de conseguir una notoriedad en el mercado que garantice seguridad de origen y calidad, debe transmitir unos valores de referencia que identifiquen los productos, permitiendo la comparación de los mismos con otros y la libre elección. Estos valores de referencia de la Marca Parque Natural de Andalucía son desarrollados en el presente proyecto. Los productos deben identificarse con: la imagen de un Espacio Natural Protegido (respetuoso con el medioambiente, natural, sano, sencillo), el territorio (regional, tradicional, auténtico), los valores añadidos de la marca (de calidad, bueno, singular, original, respetuoso con el consumidor / usuario) y sus posibilidades de comercialización (nivel de producción suficiente y regular, legal, reglamentario).

La identidad gráfica desarrollada en el presente proyecto se estructura sobre la base de tres elementos principales: un anagrama o símbolo, una determinada tipografía y una línea cromática (colores corporativos).

El símbolo, elemento central y primariamente identificador de la Marca, es la representación de una idea, una imagen que remite a su referente transmitiendo sus cualidades.

La Marca tiene como objetivo la promoción de valores identificados con los Espacios Naturales Protegidos (natural, sano, sencillo) de Andalucía (regional, tradicional, auténtico) y los procesos de producción respetuosos con el medioambiente y tradicionales.

Se ha elegido la abstracción de una imagen que no representa estrictamente al referente por resultar más afectiva y, por tanto, ser memorizable con más facilidad.

La utilización de cualquier producto representativo, por mucha que fuese su distancia con la realidad, como imagen representativa de la Marca en cualquiera de sus vertientes (producto natural, producto artesanal y turismo de naturaleza), excluiría a los demás productos ofrecidos.

El punto (círculo), la unidad más simple, uno de los elementos básicos de la comunicación visual, es el elemento único e identificador del logotipo. En la naturaleza, la redondez es la formulación más corriente. El punto es utilizado a menudo como referente y como marcador de espacio; es un elemento que tiene una fuerza visual grande de atracción sobre el ojo. En la Marca Parque Natural de Andalucía, el punto, al ser la unidad visual más simple, de la que se crean las formas más complejas, representa de forma abstracta todo aquello que existe en la naturaleza pero no podemos visualizar en conjunto.

Por otra parte es símbolo de lo natural, de lo simple, de la claridad de ideas, de lo “limpio”, y a su vez, imagen del sol, de la vida y por lo tanto de Andalucía. Representa el espacio de los Espacios Naturales Protegidos.

El círculo verde que forma la marca no es perfecto, como no lo son las formas que encontramos en la naturaleza. Está creado con trazos manuales como los productos creados artesanalmente.

En la gama cromática utilizada se encuentran varios tonos de verde, muy saturados, que refieren en todo momento la naturaleza (lo sano), la luz, y Andalucía. El verde del círculo, de más brillante se degrada a uno más oscuro refiriendo la variedad de la naturaleza.

La disposición del tipo de letra elegido para construir el logotipo, con su denominación “Parque Natural de Andalucía”, se sitúa sobre el círculo, formando un conjunto, la naturaleza. Las tres vertientes de producto (“Producto Natural”, “Producto Artesanal” y “Turismo de Naturaleza”), se añaden en diagonal debajo del logotipo, lo subrayan.

La tipografía utilizada, Brush 455 BT, tiene unas connotaciones que refieren a lo natural, lo artesano, lo hecho manualmente.

En este proyecto se presentan los elementos que componen la imagen de marca y se fijan unas normas para la correcta utilización de cada uno de ellos.

- Etiqueta identificativa colgante.
- Etiqueta identificativa adhesiva.
- Placa de Establecimiento.
- Placa de Compromiso.

1. Identidad Gráfica: Disposición

Por lo general, la identidad Gráfica de la Marca Parque Natural se utilizará, siempre que sea posible, abriendo los mensajes. Esta identidad nunca se situará en la línea de logotipos de entidades u organismos, quedando en todos los casos en una posición contraria a éstos y a mayor tamaño.



Para el caso del Aceite de Oliva Virgen Extra (AOVE) y Aceite de Oliva Virgen:

En virtud de la Disposición Adicional Primera de la Orden de 15 de diciembre de 2004, por la que se regula el Régimen Jurídico y el Procedimiento de Concesión de Licencia de Uso de la marca Parque Natural de Andalucía, así como del Reglamento de ejecución (UE) 29/2012 de la Comisión de 13 de enero de 2012 sobre las normas de comercialización del aceite de oliva, en el etiquetado de este producto natural se utilizará el texto «Parque Natural» eliminándose en todo caso la referencia “de Andalucía”, quedando como siguen los logotipos a utilizar de la Marca:



La identidad de la Marca siempre deberá ir acompañada del logotipo oficial de la Consejería de Sostenibilidad, Medio Ambiente y Economía Azul, propietaria de este sello de calidad. La Consejería, siempre que sea posible, aparecerá cerrando los mensajes e incluyendo un área de respeto con respecto a cualquier otro elemento que se pudiera incluir.



Junta de Andalucía

Consejería de Sostenibilidad,
Medio Ambiente y Economía Azul

2. Identidad Gráfica a una tinta en negro



Para aceite de oliva virgen extra
y aceite de oliva virgen

A una tinta en verde corporativo



Para aceite de oliva virgen extra
y aceite de oliva virgen

3. Identidad en blanco y negro: negativo



Para aceite de oliva virgen extra
y aceite de oliva virgen

4. Identidad Gráfica monotono



*Parque Natural
de Andalucía*

5. Reducción de la identidad gráfica

Las proporciones de la identidad le permiten ser leída con facilidad, tanto en grandes como en pequeños formatos. No obstante, para unas condiciones aceptables de impresión, no debe reducirse más del límite aquí establecido.



6. Identidad Gráfica Producto Natural



7. Identidad Gráfica Producto Artesanal



8. Identidad Gráfica Turismo de Naturaleza



9. Construcción de la identidad



*Parque Natural
de Andalucía*

Producto Natural

10. Colores Corporativos

La reproducción de la identidad en color deberá hacerse utilizando los colores corporativos. Para su reproducción en tintas planas los colores serán los siguientes.

En el círculo, degradado:
del verde 1: Pantone 382
al verde 2: Pantone 368

En el texto de la Marca:
el verde 3: Pantone 3165

En el texto del producto:
el verde 1: Pantone 382

Para su reproducción en cuatricomía, las proporciones serían las siguientes:

Verde 1: Cian 30.5
Amarillo 94

Verde 2: Cian 65
Amarillo 100

Verde 3: Cian 100
Amarillo 30.5
Negro 43

Verde 1



Verde 2



Verde 3



11. Tipografía Corporativa

La tipografía básica utilizada para construir, tanto la denominación de la marca como la de los tres productos, es Brush 455 BT.

Brush 455 BT

abcdefghijklmnopqrstu vwxyz

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ

1234567890 i?i¿ (/+&\$ ç#@

12. Tipografías Complementaria

Las tipografías complementarias utilizadas en los diferentes elementos gráficos de la imagen de marca son las siguientes:

Eras Book BT (Negrita)

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 i ? i ç () / + & \$ ç # @

Eras Medium BT

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 i ? i ç () / + & \$ ç # @

News Gothic Condensed BT

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 i ? i ç () / + & \$ ç # @

News Gothic DCD Reg

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 i ? i ç () / + & \$ ç # @

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 i ? i ç () / + & \$ ç # @

a b c d e f g h i j k l m n ñ o p q r s t u v w x y z
A B C D E F G H I J K L M N Ñ O P Q R S T U V W X Y Z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 i ? i ç () / + & \$ ç # @

1. Etiqueta Identificativa Colgante

Formato abierta: 40 x 89 mm.

Formato cerrada: 40x52 mm.

Tipografía:

Brush 455 BT, en el logotipo.

Eras Medium BT, en la señalización del parque en el mapa.

News Gothic Condensed BT, en la descripción del producto.

Tintas:

Identidad Gráfica Producto (natural, artesanal o turismo de naturaleza) en colores corporativos.

Identidad Gráfica del Espacio Natural Protegido, en negro.

Logotipo de la Consejería en Pantone 356.

Texto del mapa y descripción del producto en Pantone 3165.

Adorno inferior, en Pantone 3165 y Pantone 382.

Papel:

Offset Cyclus (reciclado) 250 gr.

Troquel:

Orificio de 3,25 mm de diámetro para colgar la etiqueta.

Sujeción:

Cuerda fina de esparto.

Modificaciones Posibles

Los elementos que a continuación se señalan podrán ser reemplazados en la etiqueta, dependiendo del producto que ofrece la empresa que la va a utilizar y del Espacio Natural Protegido correspondiente. Siempre que se haga esta sustitución, se respetarán el tamaño y los colores aquí señalados para cada elemento.

· Podrá utilizarse uno de las tres identidades gráficas de producto de la Marca Parque Natural de Andalucía (Producto Natural, Producto Artesanal o Turismo de Naturaleza), dependiendo del producto o servicio que ofrece la empresa.

· Se incluirá la identidad del Espacio Natural Protegido que corresponde y se señalará la situación y nombre de la provincia a la que pertenece en el mapa. Esta denominación podrá hacer referencia a los correspondientes regímenes especiales de protección de que goce el Espacio Natural Protegido en virtud de normativa autonómica, estatal y comunitaria o convenios y normativas internacionales.



2. Etiqueta Identificativa Adhesiva.

Formato:

Círculo de 55 mm/30mm de diámetro.

Tipografía:

Brush 455 BT, en la identidad gráfica.

Eras Book BT (Negrita), en la descripción del producto.

Tintas:

Identidad Gráfica Producto (natural, artesanal o turismo de naturaleza) en colores corporativos.

Identidad del Espacio Natural Protegido y descripción del producto, en Pantone 3165.

Adorno inferior, en Pantone 3165 y Pantone 382.

Papel:

Adhesivo mate 80 gr.

Modificaciones Posibles

Los elementos que a continuación se señalan podrán ser reemplazados en la pegatina, dependiendo del producto que ofrece la empresa que la va a utilizar y del Espacio Natural Protegido correspondiente.

Siempre que se haga esta sustitución, se respetarán el tamaño y los colores aquí señalados para cada elemento.

Podrá utilizarse una de los tres identidades gráficas del producto de la Marca Parque Natural de Andalucía (Producto Natural, Producto Artesanal o Turismo de Naturaleza), dependiendo del producto o servicio que ofrece la empresa.

Se incluirá la identidad del Espacio Natural Protegido que corresponde. Esta denominación podrá hacer referencia a los correspondientes regímenes especiales de protección de que goce el Espacio Natural Protegido en virtud de normativa autonómica, estatal y comunitaria o convenios y normativas internacionales.



55mm



30mm

3. Placas de Establecimiento.

Formato: Placas de establecimiento. Formato: 28 cm de ancho (+/- 0,5 cm) / 19,5 cm de alto (+/- 0,5 cm).

Elementos que van en la Placa:

Logotipo Marca Parque Natural en su versión en positivo (páginas 10 y 11).

Adorno inferior, en verde 3 (Pantone 3165) y verde 1 (Pantone 382).

Logotipo de la Consejería en blanco.

La Identidad Gráfica del Espacio Natural Protegido se realizará según los criterios indicados en el Manual de Identidad Gráfica de la RENPA.

Placa:

El fondo de la placa debe estar pintado en color blanco. Los cantos también deben ir en este color.

Se deben hacer 2 agujeros en los laterales derecho e izquierdo, a media altura para facilitar la colocación de la placa. (Se adjunta croquis).

Modificaciones posibles:

El único elemento que puede ser reemplazado, en el modelo de placa, es la identidad del Espacio Natural Protegido. Siempre respetando los colores y tamaño aquí señalados.

Se incluirá la identidad del Espacio Natural Protegido que corresponde. Esta denominación podrá hacer referencia a los correspondientes regímenes especiales de protección de que goce el Espacio Natural Protegido en virtud de normativa autonómica, estatal y comunitaria o convenios y normativas internacionales.

19,5 cm



28 cm

Placa de Establecimiento

4. Placa de Compromiso.

Formato: DIN A 3.

Tipografía:

Brush 455 BT, en el logotipo.

News Gothic DCD Reg (negrita), en el nombre de la empresa.

News Gothic DCD Reg (normal), en el texto de compromiso.

News Gothic DCD Reg (negrita cursiva), en el nombre del Espacio Natural Protegido en el que se encuentra la empresa.

News Gothic DCD Reg (cursiva), en las normas que respeta el producto.

Tintas:

Identidad Gráfica del Espacio Natural Protegido, en Pantone 3165. Logotipo de la Consejería, en blanco.

Nombre de la Empresa (fuera de la caja de texto), en Pantone 382.

Caja de texto: fondo, en Pantone 382, y, filo y texto interior en Pantone 3165.

Adorno inferior, en Pantone 3165 y Pantone 382.

Soporte:

En el caso de hacer una impresión digital de la placa, el papel debe ser fotográfico y montarse sobre Egafix de 10 mm o similar.

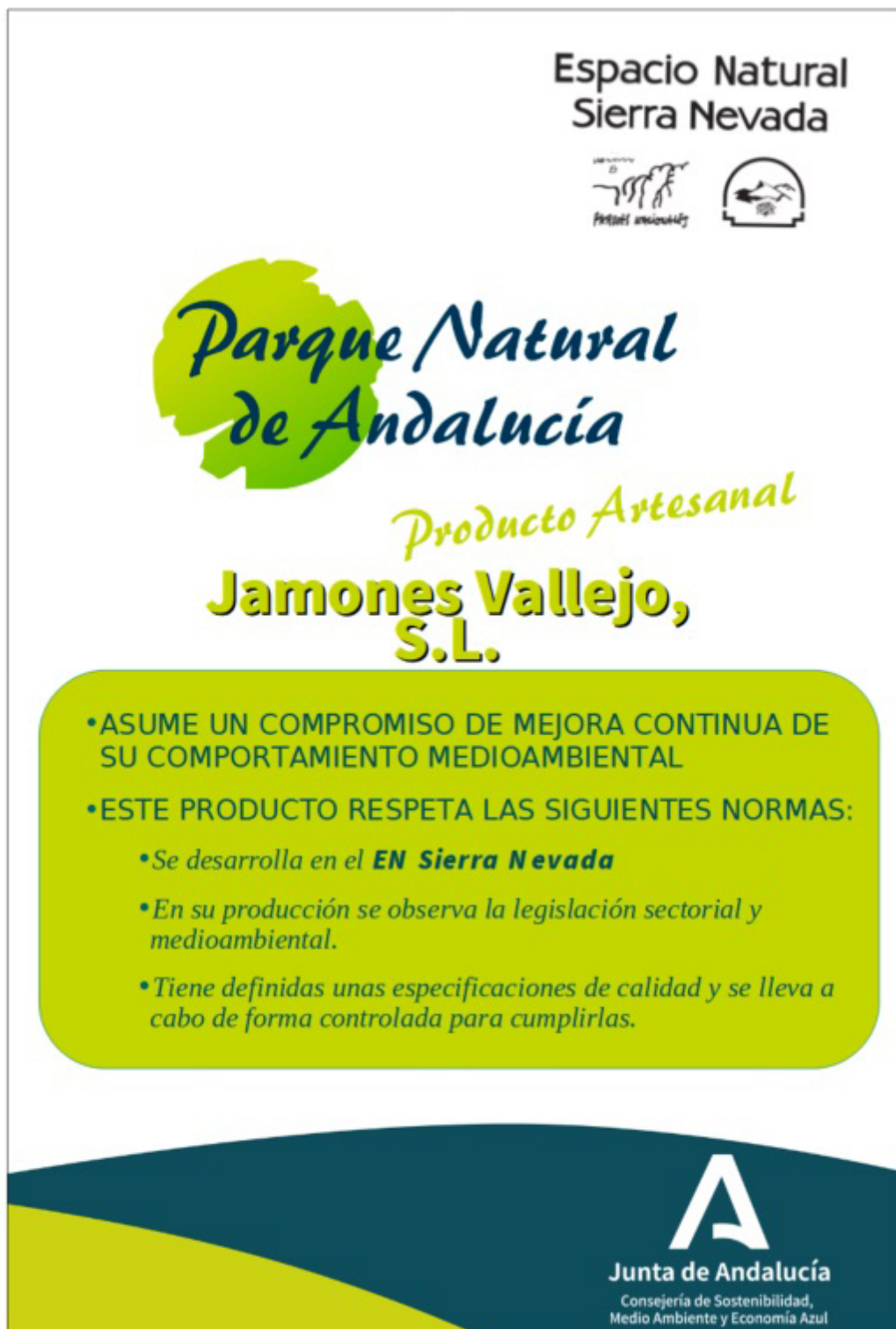
Modificaciones Posibles

Los elementos que a continuación se señalan podrán ser reemplazados en la placa de compromiso, dependiendo del producto que ofrece la empresa que la va a utilizar y del Espacio Natural Protegido correspondiente.

Siempre que se haga esta sustitución, se respetarán el tamaño y los colores aquí señalados para cada elemento.

Se modificará el texto de compromiso y el nombre de la empresa que se compromete.

Se incluirá la identidad del Espacio Natural Protegido que corresponde. Esta denominación podrá hacer referencia a los correspondientes regímenes especiales de protección de que goce el Espacio Natural Protegido en virtud de normativa autonómica, estatal y comunitaria o convenios y normativas internacionales.



Placa de Compromiso Artesanía

1. CONVIVENCIA CON OTRAS IDENTIDADES

Siempre que exista convivencia de la marca de la Consejería con otras identidades estas se situarán a su derecha en la línea de logos según relevancia o participación, quedando siempre la línea de identidades al pie o cierre de los documentos.

