



Catalunya

On el menjar és cultura

1. La marca

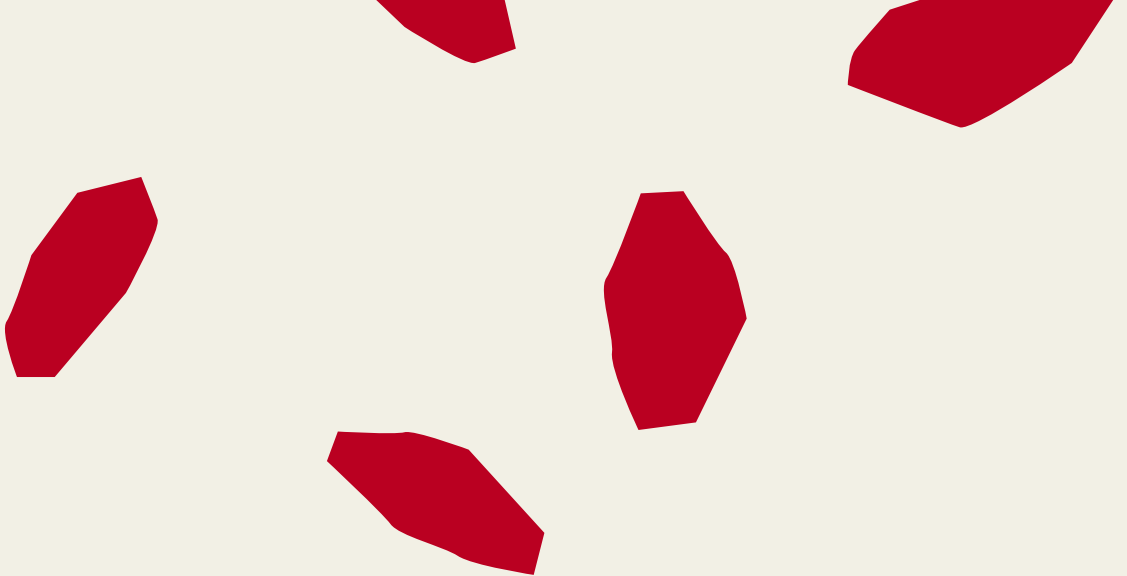
1.1 Presentació	4
1.2 La marca Catalunya	5
1.2.1 – Construcció i àrea de seguretat	7
1.2.2 – Marca + baseline	8
1.2.3 – Construcció i àrea de seguretat	10
1.2.4 – Versió color de la marca	11
1.2.5 – Altres opcions de color	12
1.2.6 – Usos incorrectes	14
1.3 Símbol	15
1.3.1 – Àrea de seguretat	16
1.3.2 – Versió color del símbol	17
1.3.3 – Altres opcions de color	18
1.3.4 – Usos incorrectes	20
1.4 La marca per sectors	21
1.4.1 – Versió color de la marca per sectors	23
1.4.2 – Altres opcions de color	24
1.5 Tipografia corporativa	26
1.5.1 – Tipografies alternatives	27
1.6 Colors corporatius	28
1.7 Convivència amb altres marques	29
1.7.1 – Convivència amb la marca de la Generalitat	29
1.7.2 – Convivència amb la marca del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural	31

2. Llenguatge gràfic

2.1 Il·lustracions	36
2.1.1 – Il·lustracions per sectors	37
2.2 Iconografia	40
2.3 Estil fotogràfic	41
2.4 Exemples d'aplicació versió genèrica	44
2.4.1 – Usos incorrectes	45
2.5 Exemples d'aplicació per sectors	46
2.5.1 – Usos incorrectes	47

3. Aplicacions

3.1 Comunicació de gran format	49
3.2 Comunicació de petit format	52
3.3 Comunicació digital	54
3.4 Senyalització per a fires	57
3.4.1 – Exemple d'estand portàtil	62
3.4.2 – Exemple d'estand	64
3.4.3 – Exemple d'estand per a altres marques	65
3.5 Acreditació	66
3.6 Punt de venda	67
3.7 Tote bag	72



1. La marca



1. La marca

1.1 Presentació

Catalunya té una important indústria agroalimentària. És el primer sector de l'economia catalana.

La identitat de la marca Catalunya sintetitza la potència del sector agroalimentari català. El logotip és clar i directe, i transmet un missatge positiu. Destaca visualment i posa en valor Catalunya com a país mediterrani i innovador. D'aquesta manera, visibilitza el sector agroalimentari català tant al país com a l'exterior i incrementa la percepció de valor en torn dels seus productes i del seu origen.

L'ús molt present d'il·lustracions i de fotografies de productes de mar, de muntanya, així com de zones de secà i de regadiu, reforça la idea de diversitat de Catalunya i de la riquesa del seu territori. El tractament gràfic espontani de les il·lustracions subratlla la proximitat, la naturalitat i el sabor autèntic dels productes de la marca.

1. La marca



1.2 La marca Catalunya

La marca Catalunya està formada pel logotip + el símbol.

Tots dos elements formen una unitat i no es poden fer servir per separat.

Aquí s'indiquen les mides mínimes recomanades per a la seva utilització.

1. La marca



1.2 La marca Catalunya

La marca Catalunya disposa d'una versió en castellà i una altra en anglès.

Segons les necessitats, la versió principal en català podrà ser substituïda per una d'elles.



En aquest esquema es mostra la relació entre els diferents elements que componen la marca.

Aquestes proporcions no es poden alterar sota cap mena de concepte, excepte en les aplicacions que estiguin normativitzades en el manual.

El requadre gris defineix l'àrea de seguretat mínima de la marca. Cap element, gràfic i/o marge pot estar dins de l'espai establert.

A les versions en altres idiomes se seguirà el mateix criteri per construir la seva àrea de seguretat.



La marca Catalunya està disponible amb una versió amb baseline.

Tots dos elements formen una unitat i no es poden fer servir per separat.

La marca amb baseline és la versió principal de la marca. Sempre que sigui possible s'utilitzarà aquesta versió com a primera opció.

Aquí s'indiquen les mides mínimes recomanades per a la seva utilització.



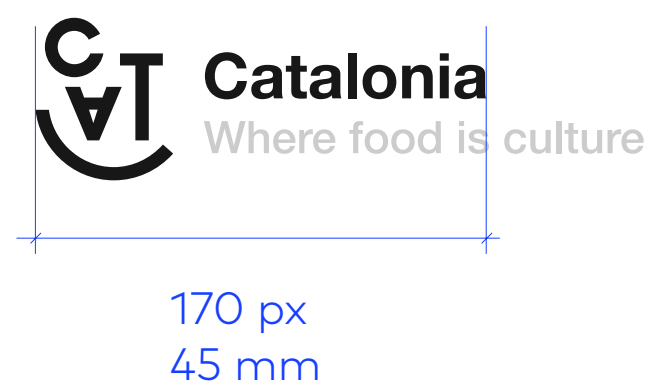
1. La marca

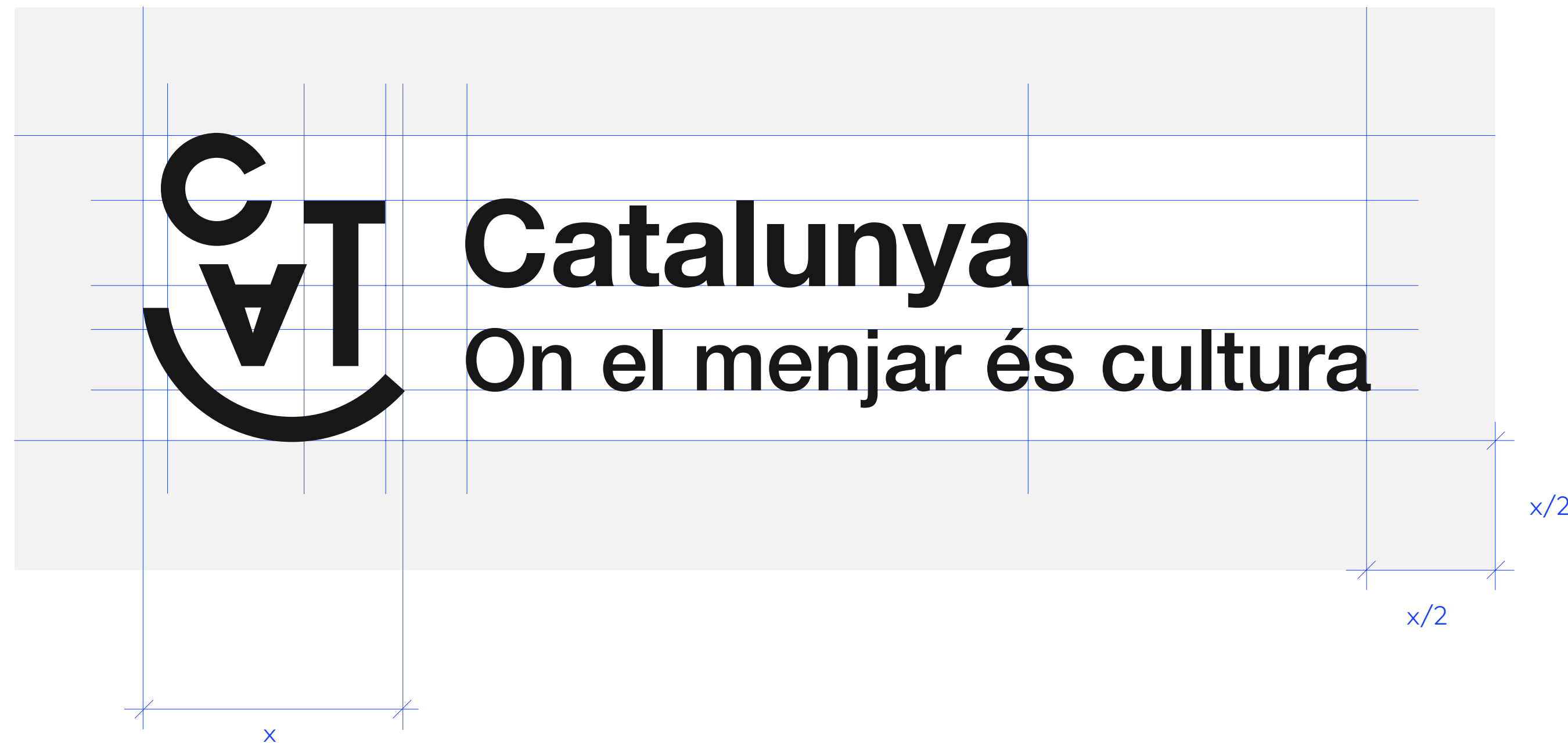
1.2 La marca Catalunya

1.2.2 – Marca + baseline

La versió de la marca amb baseline disposa d'una opció en castellà i una altra en anglès.

Segons les necessitats, la versió en català podrà ser substituïda per una d'elles.





En aquest esquema es mostra la relació entre els diferents elements que componen la marca.

Aquestes proporcions no es poden alterar sota cap mena de concepte, excepte en les aplicacions que estiguin normativitzades en el manual.

El requadre gris defineix l'àrea de seguretat mínima de la marca. Cap element, gràfic i/o marge pot estar dins de l'espai establert.

A les versions en altres idiomes se seguirà el mateix criteri per construir la seva àrea de seguretat.



La versió principal es compon de la marca en negre sobre un fons blanc trencat.

Sempre que sigui possible, s'utilitzarà el logotip amb aquesta relació de colors.

La marca s'ha de fer servir en la totalitat del conjunt: símbol, logotip i baseline. Es contempla l'ús sense baseline quan la llegibilitat es vegi compromesa o quan, per raons argumentades, se n'hagi de prescindir del seu ús.

1. La marca

1.2 La marca Catalunya

1.2.5 – Altres opcions de color



La marca Catalunya es podrà fer servir també en els casos aquí presentats:

1. En positiu i negatiu
2. Sobre fons foscos en color blanc trencat
3. Sobre fons clars en color negre

No s'autoritza qualsevol altra forma d'aplicació.

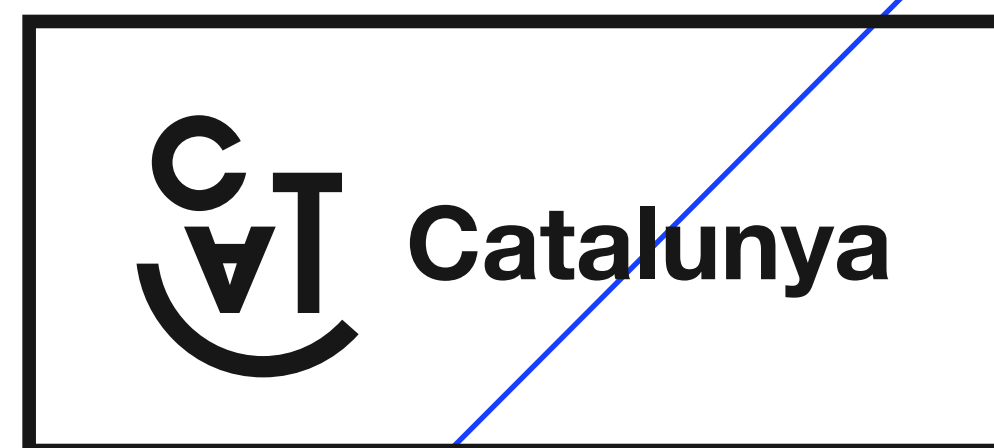


Per a l'aplicació de la marca sobre fotografies se seguirà la mateixa lògica abans descrita i cuidant que sigui prou llegible:

1. En negre sobre imatges clares
2. En blanc sobre imatges fosques

No s'autoritza qualsevol altra forma d'aplicació.

1. La marca



1.2 La marca Catalunya



1.2.6 – Usos incorrectes

No usar sobre fotos que impedeixin la seva correcta llegibilitat.

No canviar la disposició ni les proporcions dels seus elements.

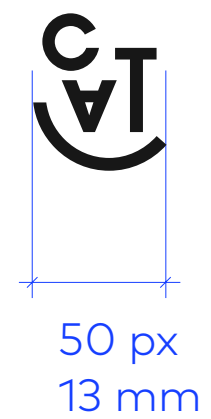
No usar en negre sobre fons fosc.

No deformar.

No afegir un perfil ni cap altre element.

No usar altres tipografies.

1. La marca



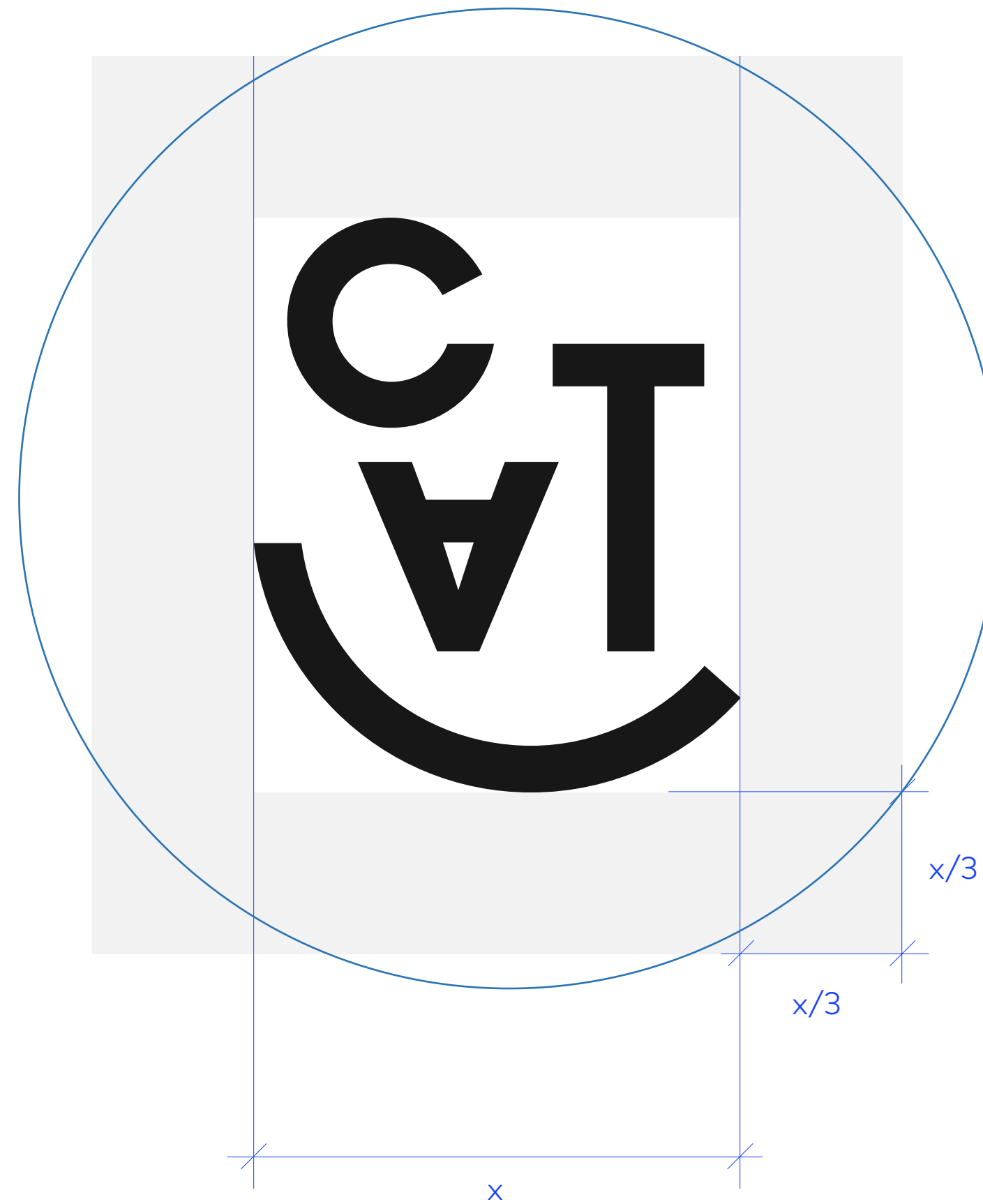
1.3 Símbol

La marca Catalunya té un símbol.

Tots dos elements formen una unitat i no es poden fer servir per separat.

El símbol podrà ser usat com un element identificador on la marca ja és present. En cap cas podrà utilitzar-se sol per representar la marca.

Aquí queden indicades les mesures mínimes recomanades per a la seva utilització.



En aquest esquema es mostra la relació entre els diferents elements que componen el símbol.

Aquestes proporcions no es poden alterar sota cap mena de concepte, excepte en les aplicacions que estiguin normativitzades en el manual.

El requadre gris defineix l'àrea de seguretat mínima del símbol. Cap element, gràfic i/o marge pot estar dins de l'espai establert.

Per a algunes aplicacions es permet l'opció del símbol en un cercle.

En blau s'indica l'àrea d'allò que quedaria inscrit. Només s'autoritza el seu ús en els casos indicats en aquest manual.

1. La marca

1.3 Símbol

1.3.2 – Versió color del símbol



La versió principal es compon del símbol en negre sobre un fons blanc trencat.

Sempre que sigui possible, s'utilitzarà el símbol amb aquesta relació de colors.

S'ofereix una versió alternativa composta d'un fons vermell y símbol en blanc trencat.



El símbol també es podrà fer servir en els casos aquí presentats:

1. En positiu i negatiu
2. Sobre fons foscos en color blanc trencat
3. Sobre fons clars en color negre

No s'autoritza qualsevol altra forma d'aplicació.

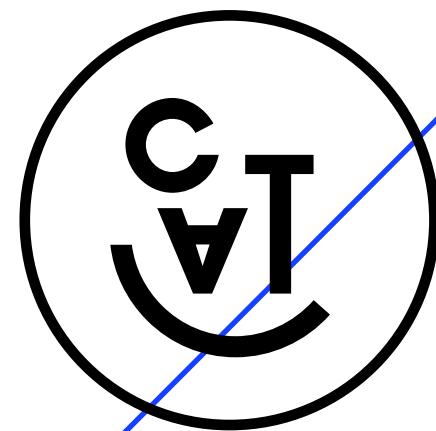
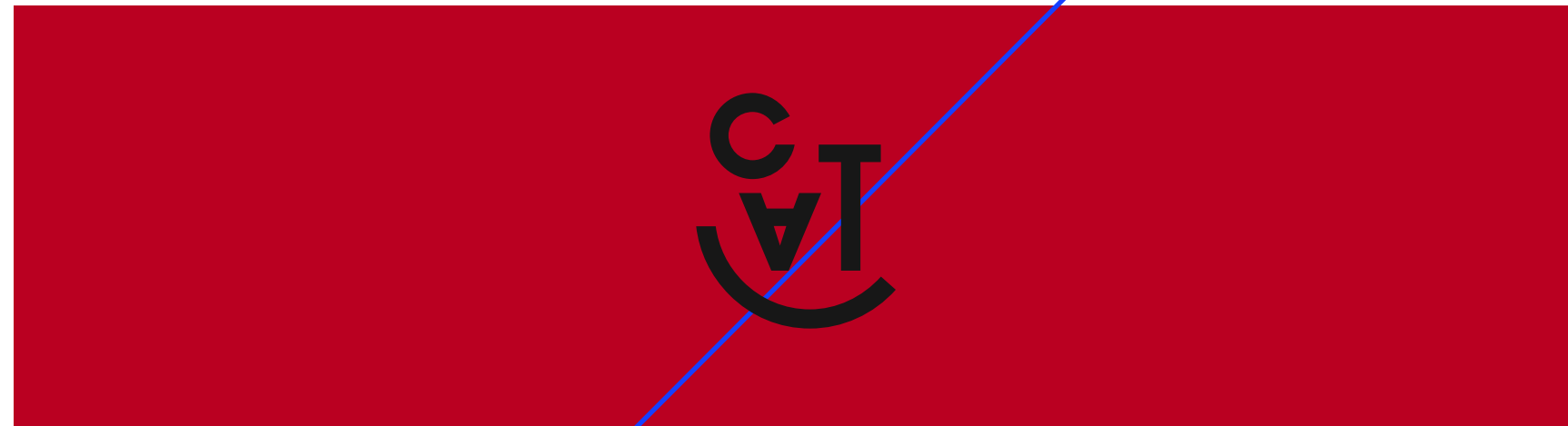


Per a l'aplicació del símbol sobre fotografies se seguirà la mateixa lògica abans descrita i cuidant que sigui prou llegible:

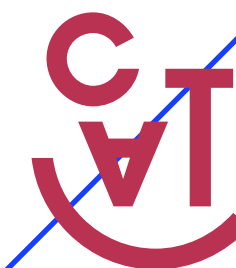
1. En negre sobre imatges clares
2. En blanc sobre imatges fosques

No s'autoritza qualsevol altra forma d'aplicació.

1. La marca



1.3 Símbol



1.3.4 – Usos incorrectes

No usar sobre fotos que impedeixin la seva correcta llegibilitat.

No canviar la disposició ni les proporcions dels seus elements.

No usar en negre sobre fons fosc.

No deformar.

No afegir un perfil ni cap altre element.

No usar altres colors que els habilitats en el manual.

1. La marca



1.4 La marca per sectors

La marca Catalunya disposa de versions de subsectors agroalimentaris. Aquestes versions podran ser usades per a comunicacions d'un sector, tot substituïnt la versió de la marca + claim. Tots dos elements formen una unitat i no es poden fer servir per separat.

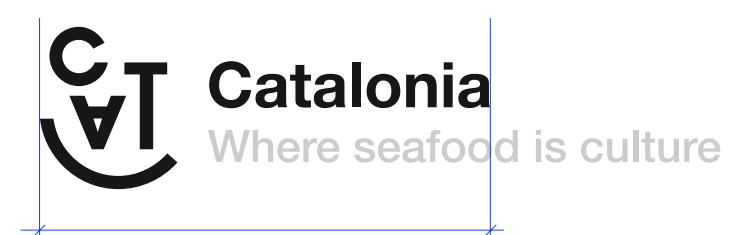
Aquí s'indiquen les mides mínimes recomanades per a la seva utilització.

Es respectarà la mateixa àrea de seguretat indicada a la versió principal de la marca.

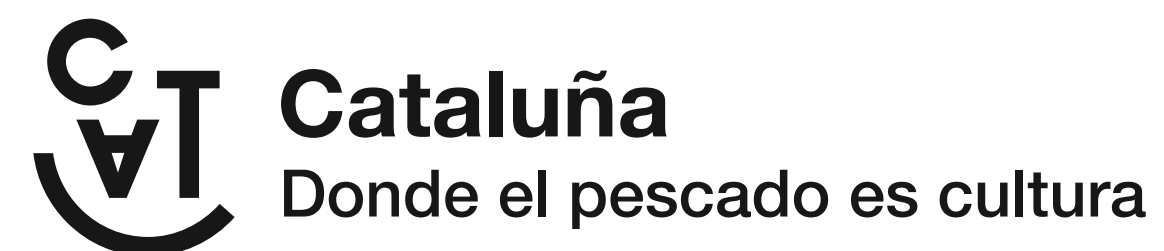
Aquest manual recull l'aplicació de la marca com a exemples a sectors ja aprovats.

La creació de nous subsectors és una competència exclusiva del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural.

1. La marca



170 px
45 mm



170 px
45 mm

1.4 La marca per sectors

Igual que la versió principal de la marca, la versió per a sectors disposa d'una opció en castellà i una altra en anglès.

Segons les necessitats, la versió en català podrà ser substituïda per una d'elles.



A la versió en color s'usarà el color específic indicat per a cada sector a la pàgina 28.

En cap cas es podran utilitzar altres colors diferents als assignats a cada sector.

Es podrà fer servir:

1. En negre + color de sector sobre fons blanc trencat.
2. En blanc trencat sobre fons de color del sector.



La marca per sectors també es podrà fer servir en els casos aquí presentats:

1. En positiu i negatiu
2. Sobre fons foscos en color blanc trencat
3. Sobre fons clars en color negre

No s'autoritza qualsevol altra forma d'aplicació.





Per a l'aplicació de la marca per sector sobre fotografies se seguirà la següent lògica i cuidant que sigui prou llegible:

1. En negre sobre imatges clares
2. En blanc sobre imatges fosques

No s'autoritza qualsevol altra forma d'aplicació.

Helvetica Neue 75 bold (+italic)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890\$€%&!?!@^{oa},,:”

Helvetica Neue 55 regular (+italic)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890\$€%&!?!@^{oa},,:”

Helvetica Neue 75 Bold i Helvetica Neue 55 Regular són les tipografies que s'usaran en les comunicacions i materials de la marca. Aquí es descriuen els estils habilitats de cadascuna d'elles.

Aquestes tipografies s'usaran tant per a materials impresos com digitals i aplicacions web. No està permès l'ús d'altres tipografies i/o estils que no siguin els aquí descrits.

Helvetica Neue 75 Bold es farà servir per a titulars, per a textos destacats i CTA (call to action).

Helvetica Neue 55 Regular serà usada per a títols de segon i tercer nivell, així com per a paràgrafs i notes.

Arial bold (+italic)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890\$€%&!/?¿@^{oa},,:;"

Arial regular (+italic)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890\$€%&!/?¿@^{oa},,:;"

Verdana bold (+italic)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890\$€%&!/?¿@^{oa},,:;"

Verdana regular (+italic)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890\$€%&!/?¿@^{oa},,:;"

Open Sans bold (+italic)

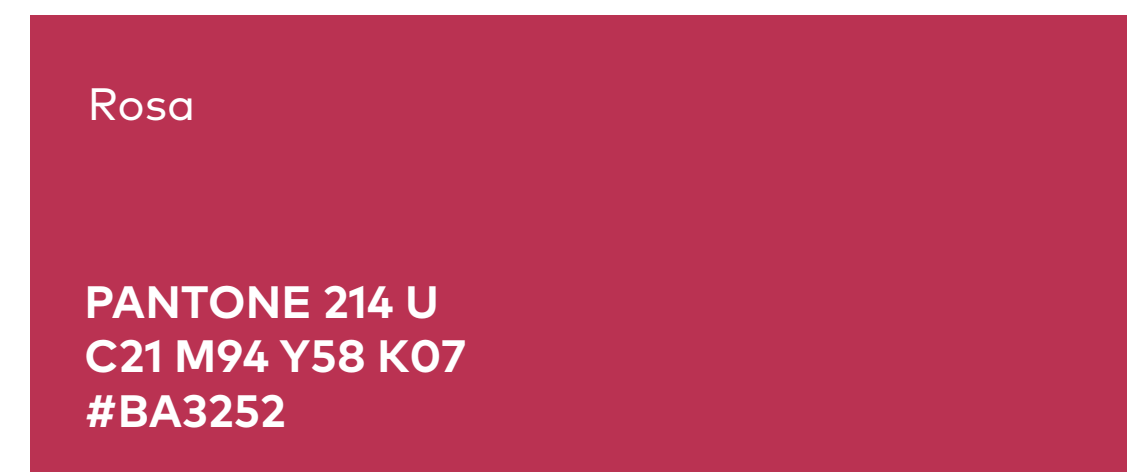
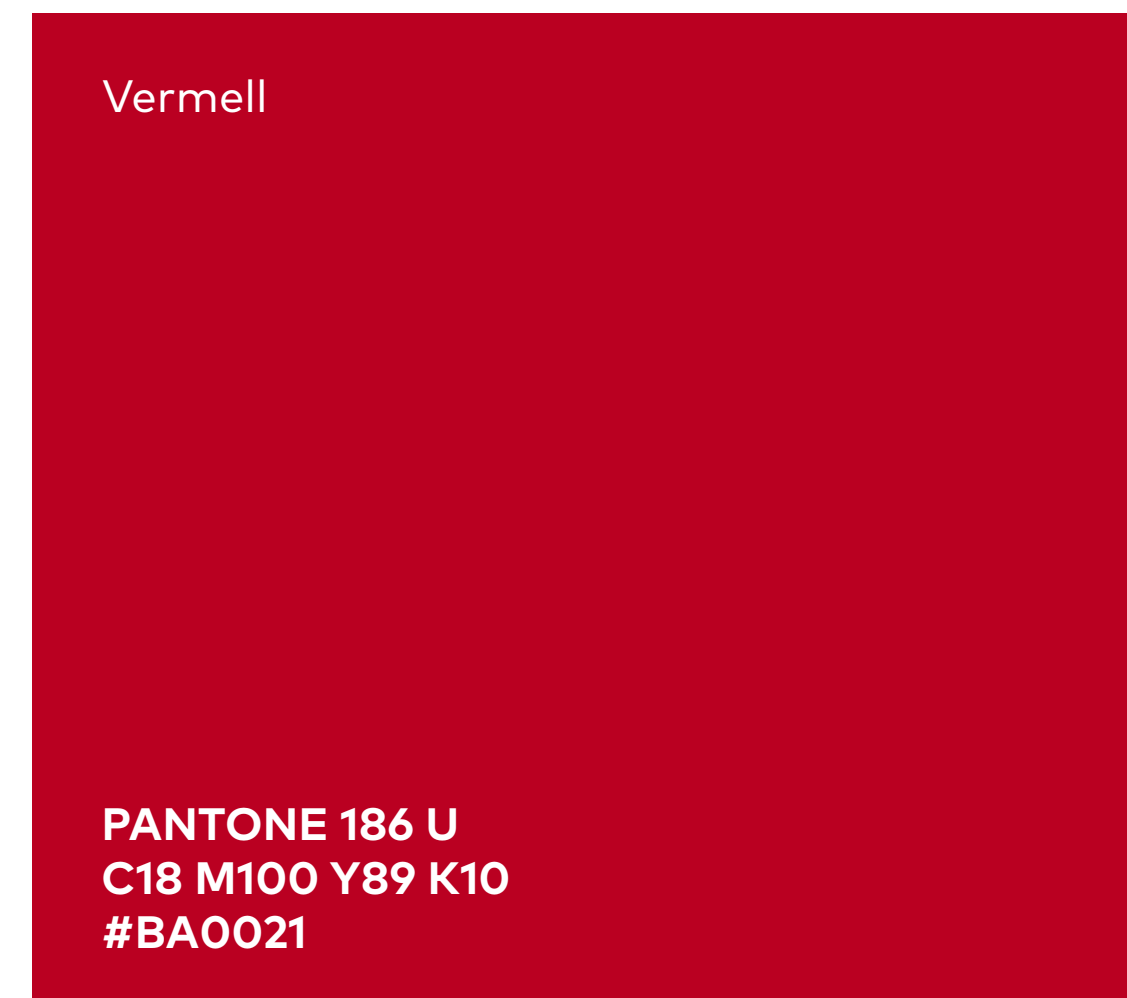
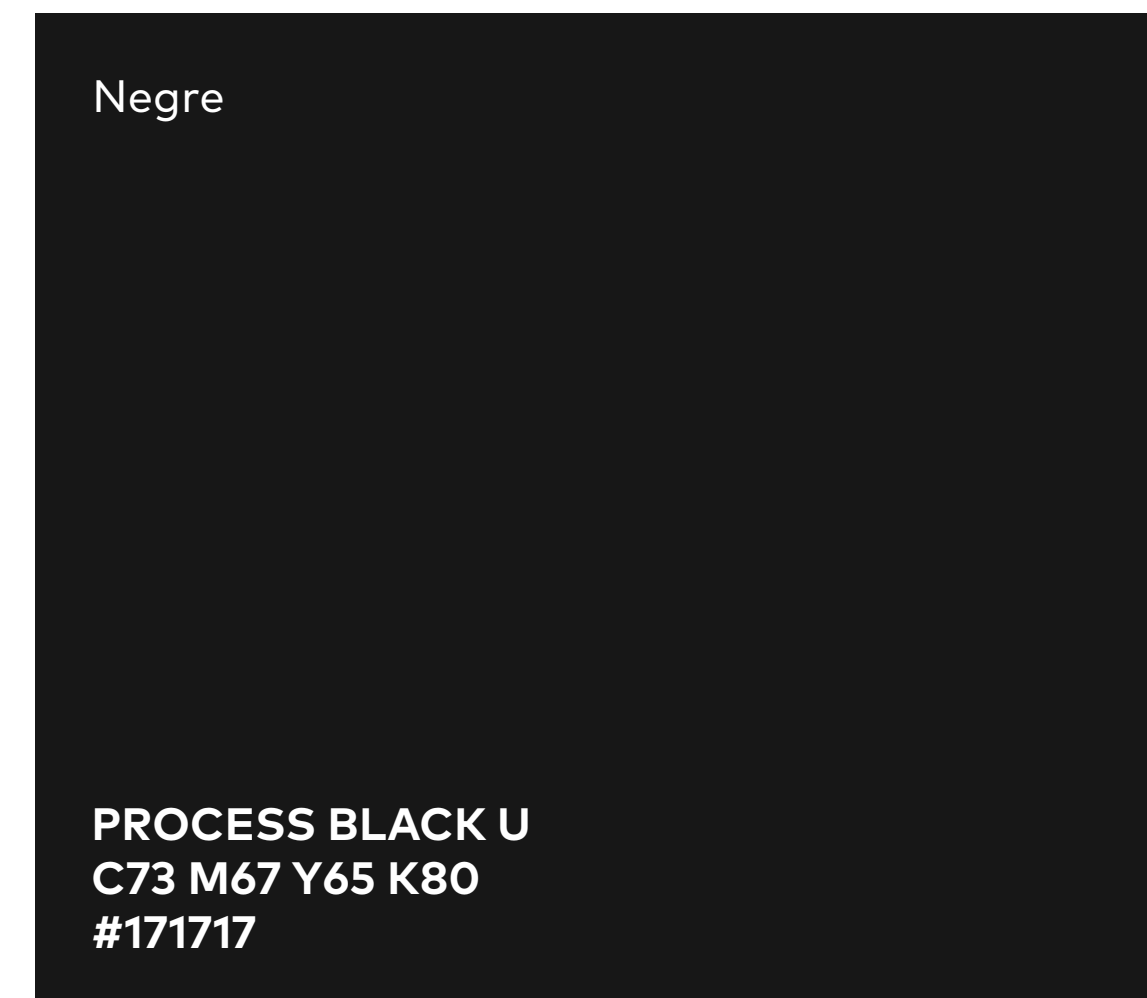
ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890\$€%&!/?¿@^{oa},,:;"

Open Sans regular (+italic)

ABCDEFGHIJKLMNÑOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnñopqrstuvwxyz
1234567890\$€%&!/?¿@^{oa},,:;"

En els casos en què no es disposi de la família tipogràfica Helvetica (ex. formularis i documentació administrativa, presentacions multimèdia, publicacions...) es recomana utilitzar la família tipogràfica Arial. Per a la signatura de correu, cal utilitzar la tipografia Verdana i l'Open Sans per a les pàgines web.

1. La marca



1.6 Colors corporatius

Els colors corporatius principals de la marca són el negre, el blanc trencat i el vermell.

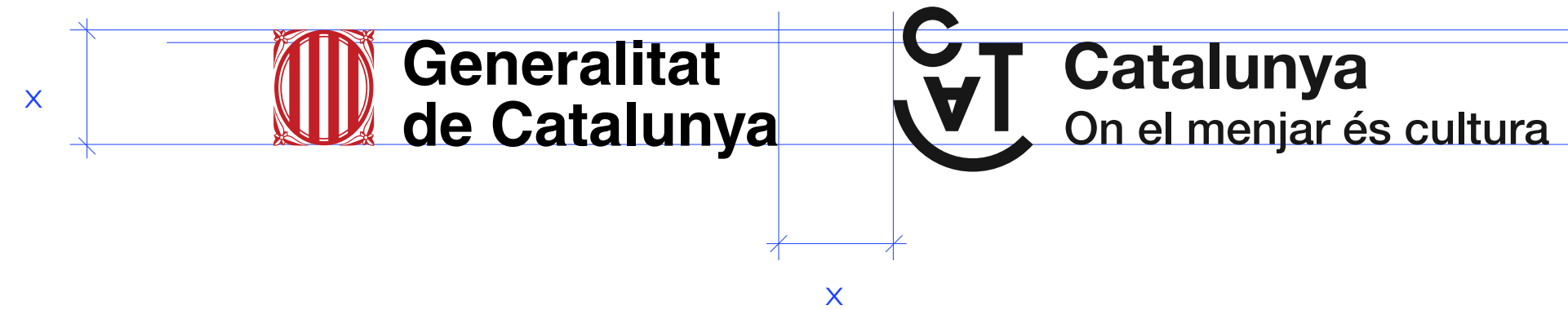
A més d'aquests colors, s'estableixen aquests altres colors per a cada sector:

- Blau — Peix i marisc
- Verd — Fruita i horta
- Violeta — Vi i cava
- Verd oliva — Olis vegetals

Sectors secundaris:

- Rosa — Carn i embotits
- Groc mostassa — Fine food

Harmonització
en horitzontal.

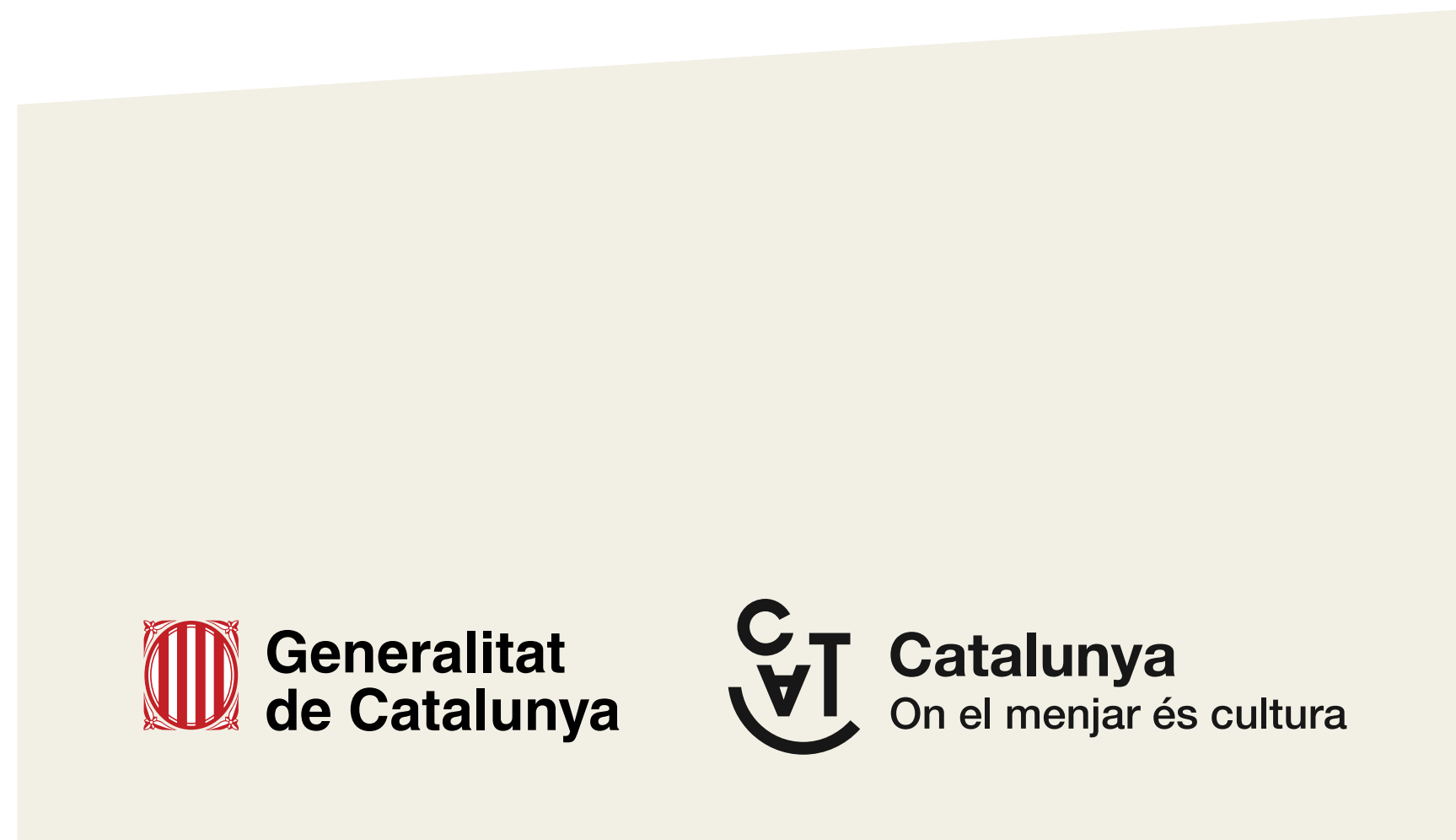


Harmonització
en vertical.



S'usarà la marca acompanyada de l'identificador de la Generalitat com a norma general i en els casos en els quals intervinguin dos o més departaments.

En aquests casos, se seguiran aquestes indicacions per a la seva correcta aplicació.



Es mostren alguns exemples de com utilitzar correctament les marques:

1. En color sobre fons clars
2. En blanc trencat sobre fons foscos
3. En color sobre fotografies clares
4. En blanc sobre fotografies fosques

1. La marca

1.7 Convivència amb altres marques

1.7.2 — Convivència amb la marca del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural

Harmonització en horitzontal per als cossos de 12 pt i superiors.



Harmonització en vertical per als cossos de 12 pt i superiors.



Harmonització en horitzontal per als cossos de 7 a l'11 pt.



Harmonització en vertical per als cossos de 7 a l'11 pt.



En casos concrets d'actuació del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural.

La marca Catalunya anirà sempre acompanyada del distintiu del Departament.

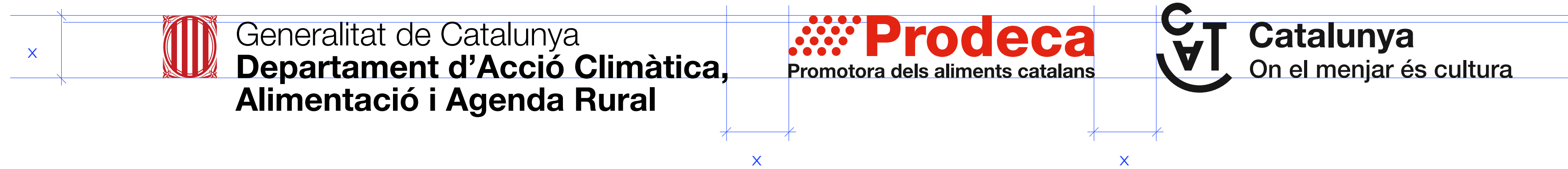
Se seguiran aquestes indicacions per a la seva correcta aplicació.

1. La marca

1.7 Convivència amb altres marques

1.7.2 — Convivència amb la marca del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural

Harmonització
en horitzontal
per als cossos
de 12 pt i superiors.



Harmonització
en horitzontal
per als cossos
de 7 a l'11 pt.



La marca del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural podrà anar acompanyada de la identificació de Prodeca.

Se seguiran aquestes indicacions per a la seva correcta aplicació.

1. La marca

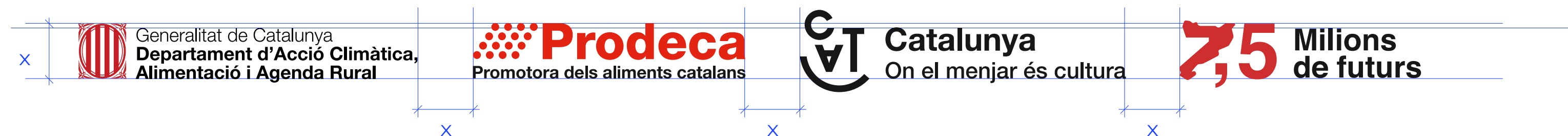
1.7 Convivència amb altres marques

1.7.2 — Convivència amb la marca del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural

Harmonització
en horitzontal
per als cossos
de 12 pt i superiors.



Harmonització
en horitzontal
per als cossos
de 7 a l'11 pt.



En els casos on les marques vagin acompanyades d'altres distintius, s'afegiran seguint el sistema aquí presentat.

1. La marca

1.7 Convivència amb altres marques

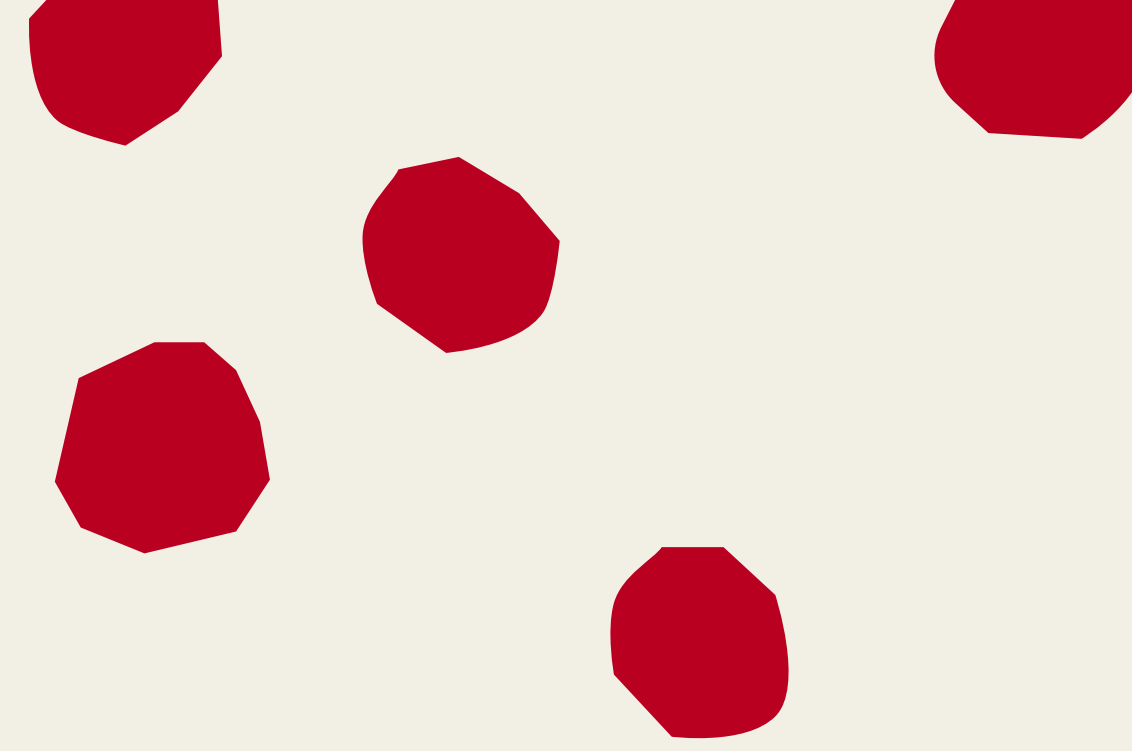
1.7.2 – Convivència amb la marca del Departament d'Acció Climàtica, Alimentació i Agenda Rural

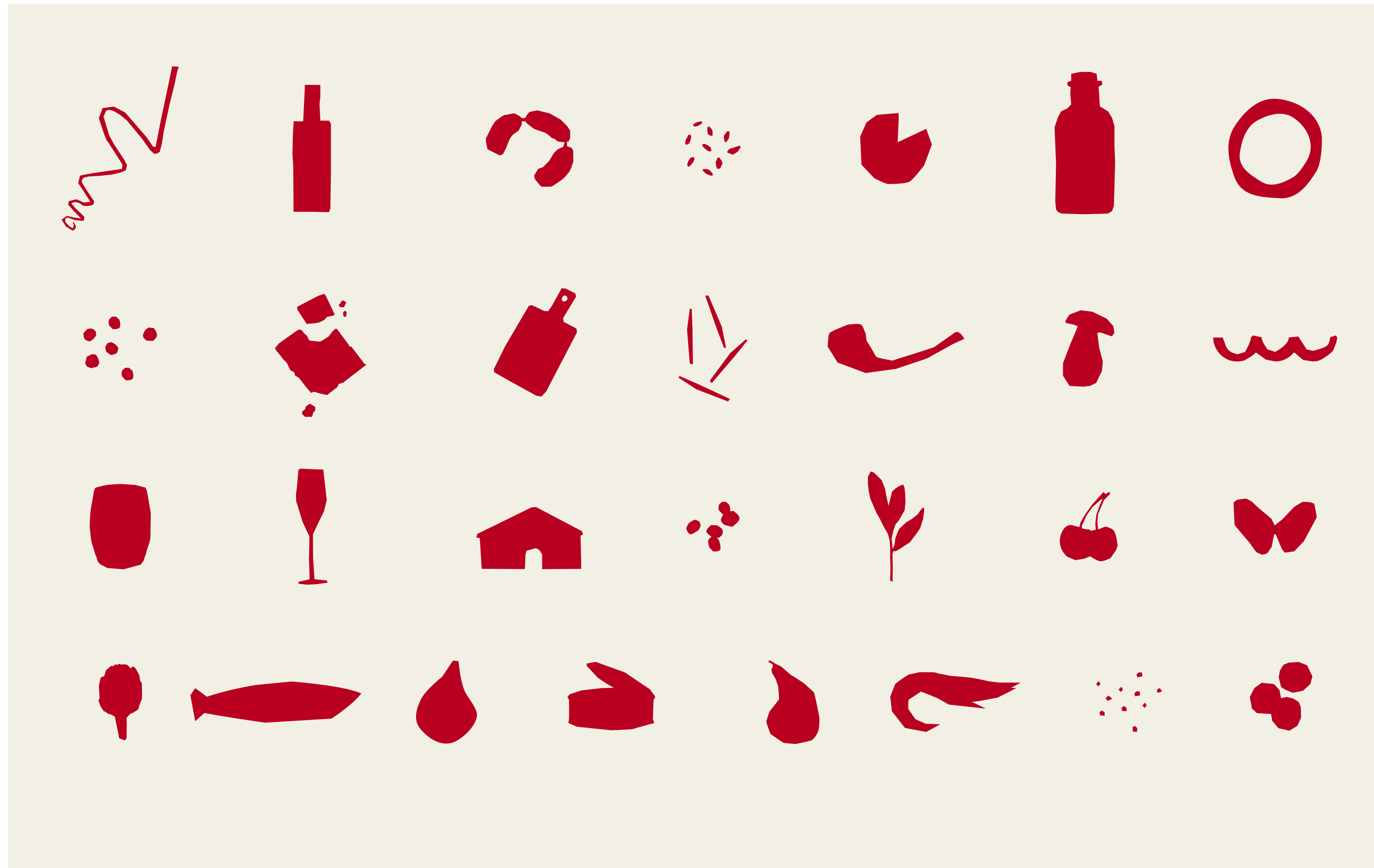


Es mostren alguns exemples de com utilitzar correctament les marques:

1. En color sobre fons clars
2. En blanc trencat sobre fons foscos
3. En color sobre fotografies clares
4. En blanc sobre fotografies fosques

2. Llenguatge gràfic





Aquí es presenten les il·lustracions que conformen la identitat de la marca Catalunya.

Representen diferents productes relacionats amb els sectors de la indústria agroalimentària i el territori.

Per a les comunicacions generals de la marca s'usaran les il·lustracions en vermell sobre fons blanc trencat.

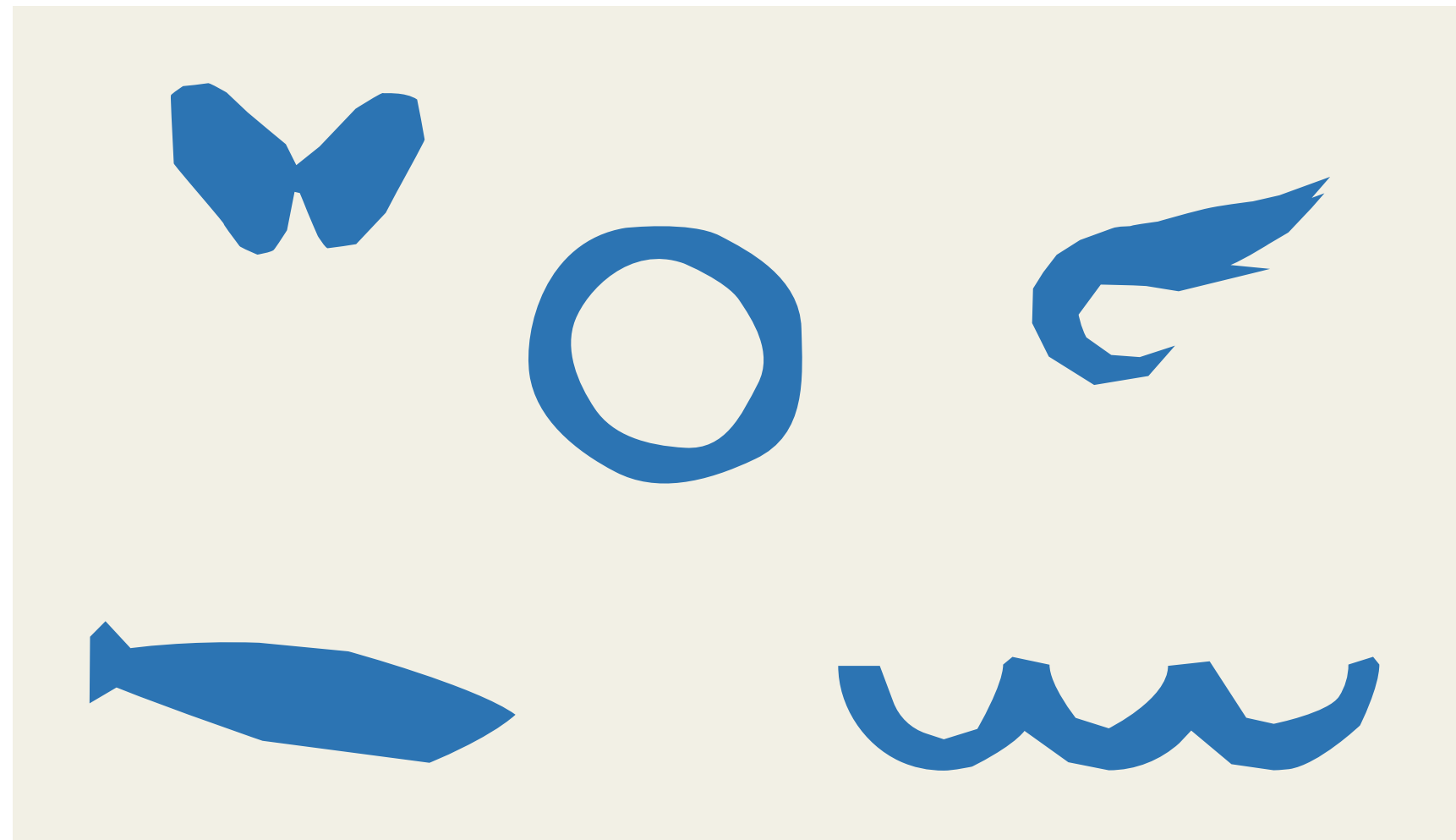
Opcionalment, es podran usar també en negatiu i en blanc sobre imatges.

Aquestes il·lustracions s'utilitzaran per crear l'univers visual de la marca i mai es podran fer servir com a icones individuals.

2. Llenguatge gràfic

2.1 Il·lustracions

2.1.1 – Il·lustracions per sectors



Les il·lustracions de la marca es poden usar per identificar un sector concret.

Cada sector disposa de les seves pròpies icones aquí presentades, que no es podran fer servir per a cap altre sector.

- Peix i marisc
- Fruita i horta
- Vi i cava
- Olis vegetals

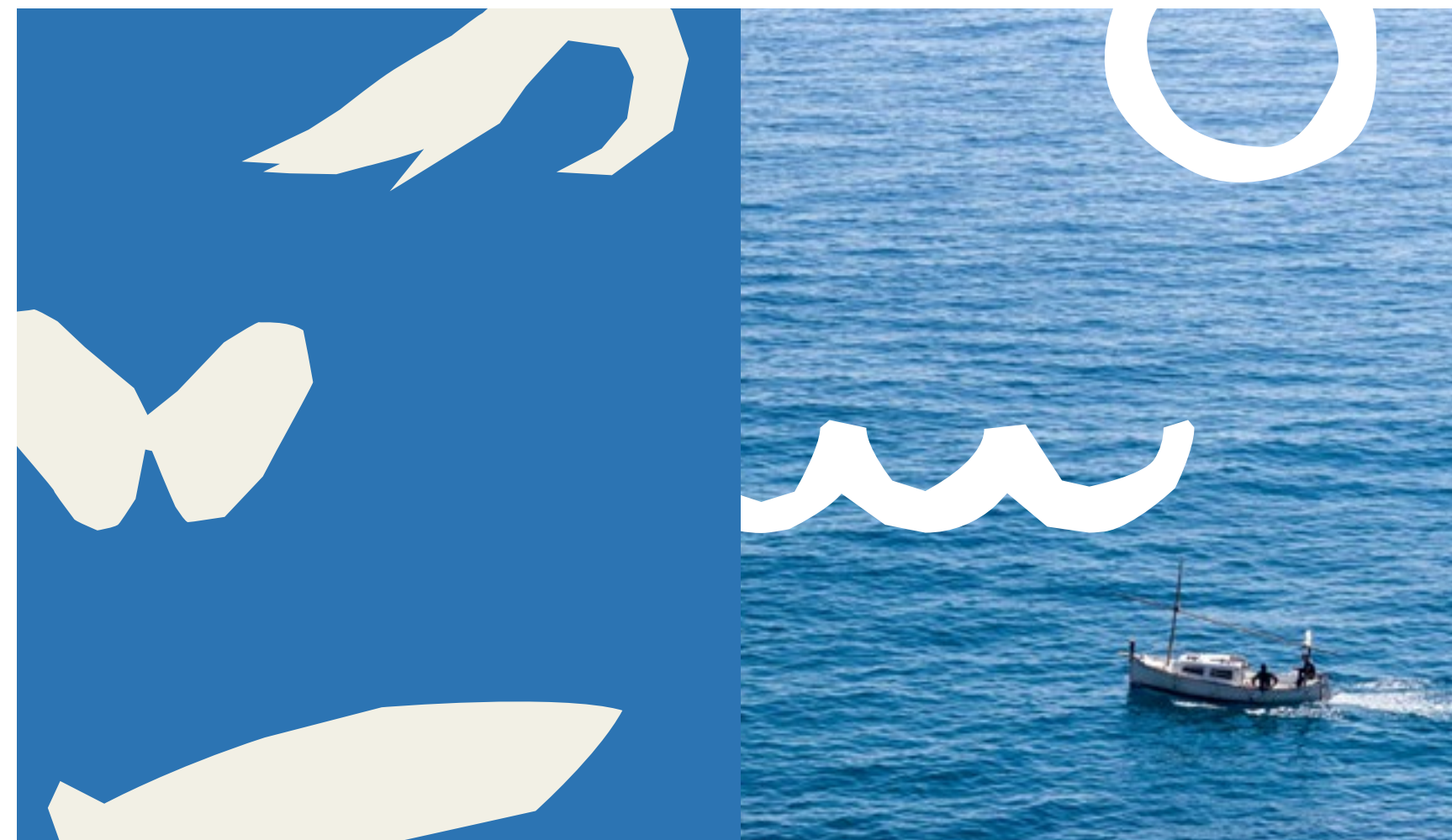
Als materials de qualsevol sector només es podrà fer servir la il·lustració del sol aquí indicada.



2. Llenguatge gràfic

2.1 Il·lustracions

2.1.1 – Il·lustracions per sectors



Aquí es mostra un exemple de com aplicar correctament les il·lustracions:

- Sempre grans.
- No usar massa elements. Caldrà prestar especial atenció al fet que no interfereixin en la comunicació del missatge.
- S'usaran a sang, excepte en les il·lustracions més lleugeres (arròs, raïm, olives...) que podran situar-se dins del format.

Per a les comunicacions de sectors s'usaran les il·lustracions amb el seu color corresponent sobre fons blanc trencat.

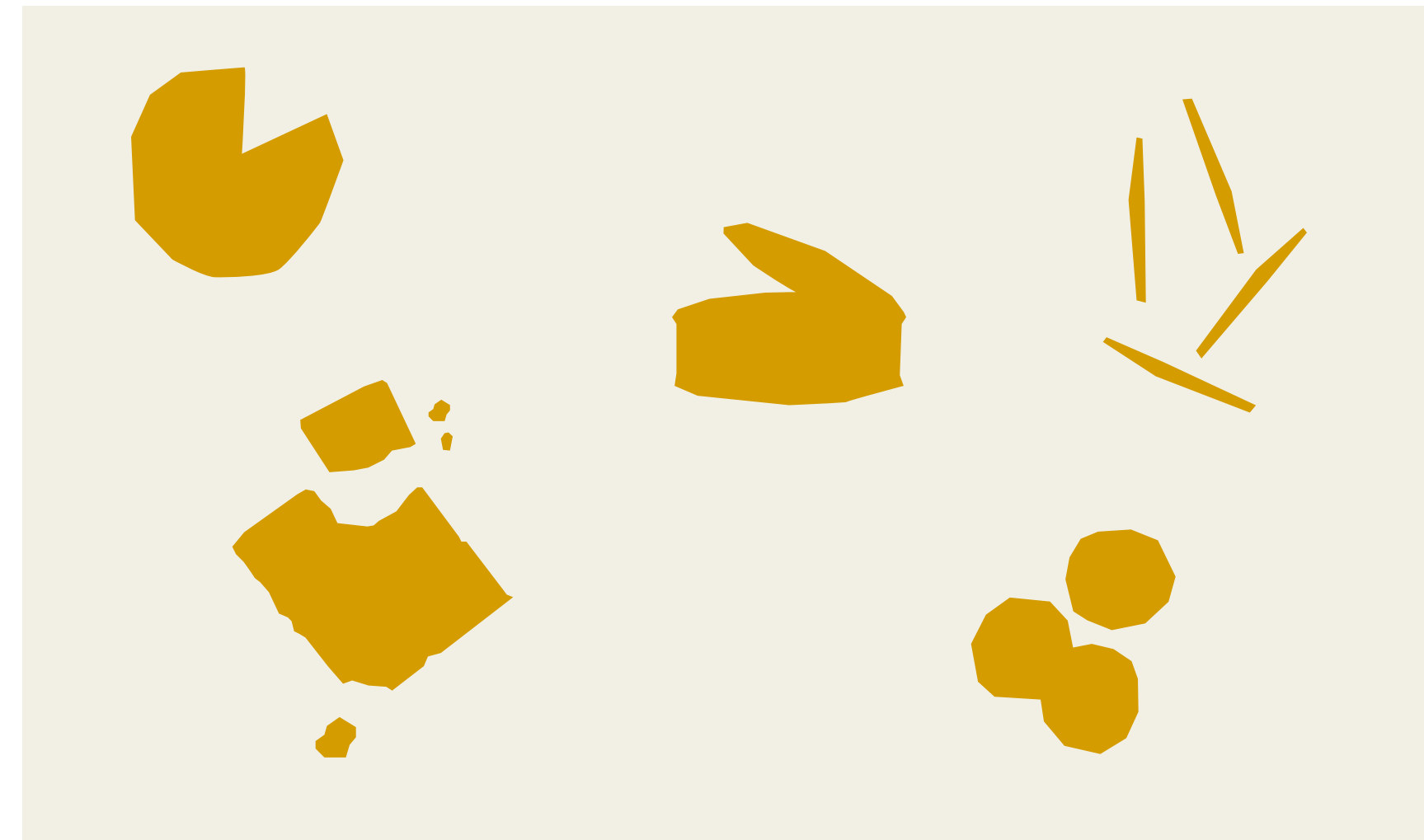
Opcionalment, es podran usar també en negatiu i en blanc sobre imatges.



2. Llenguatge gràfic

2.1 Il·lustracions

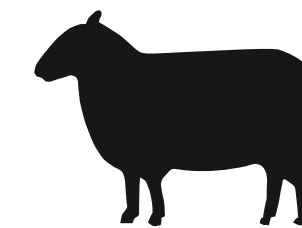
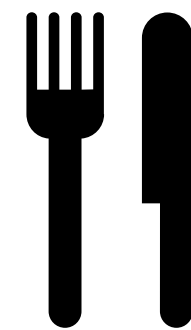
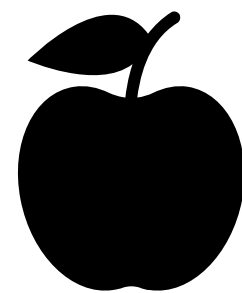
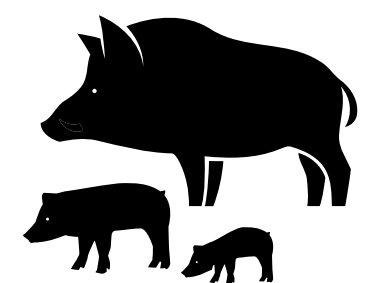
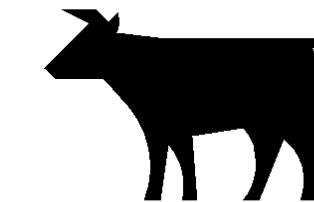
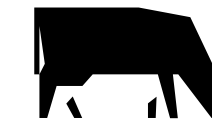
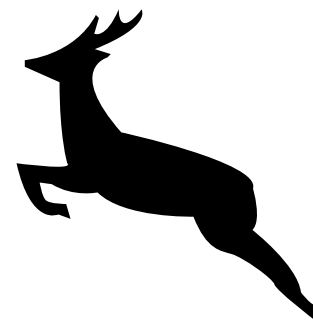
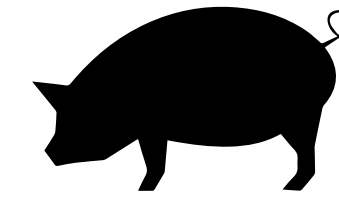
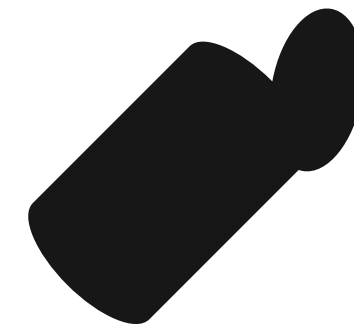
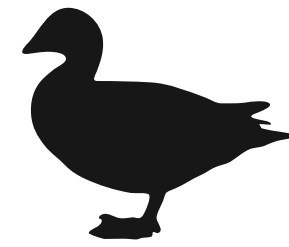
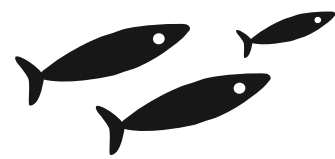
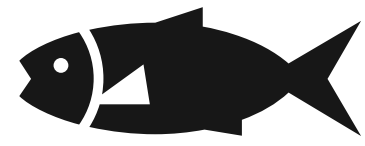
2.1.1 – Il·lustracions per sectors



Per als sectors secundaris es farà servir la mateixa lògica d'aplicació explicada anteriorment.

- Carn i embotits
- Fine food

2. Llenguatge gràfic



2.2 Iconografia

Si és necessari, es podran utilitzar les icones de la Direcció General de Difusió.

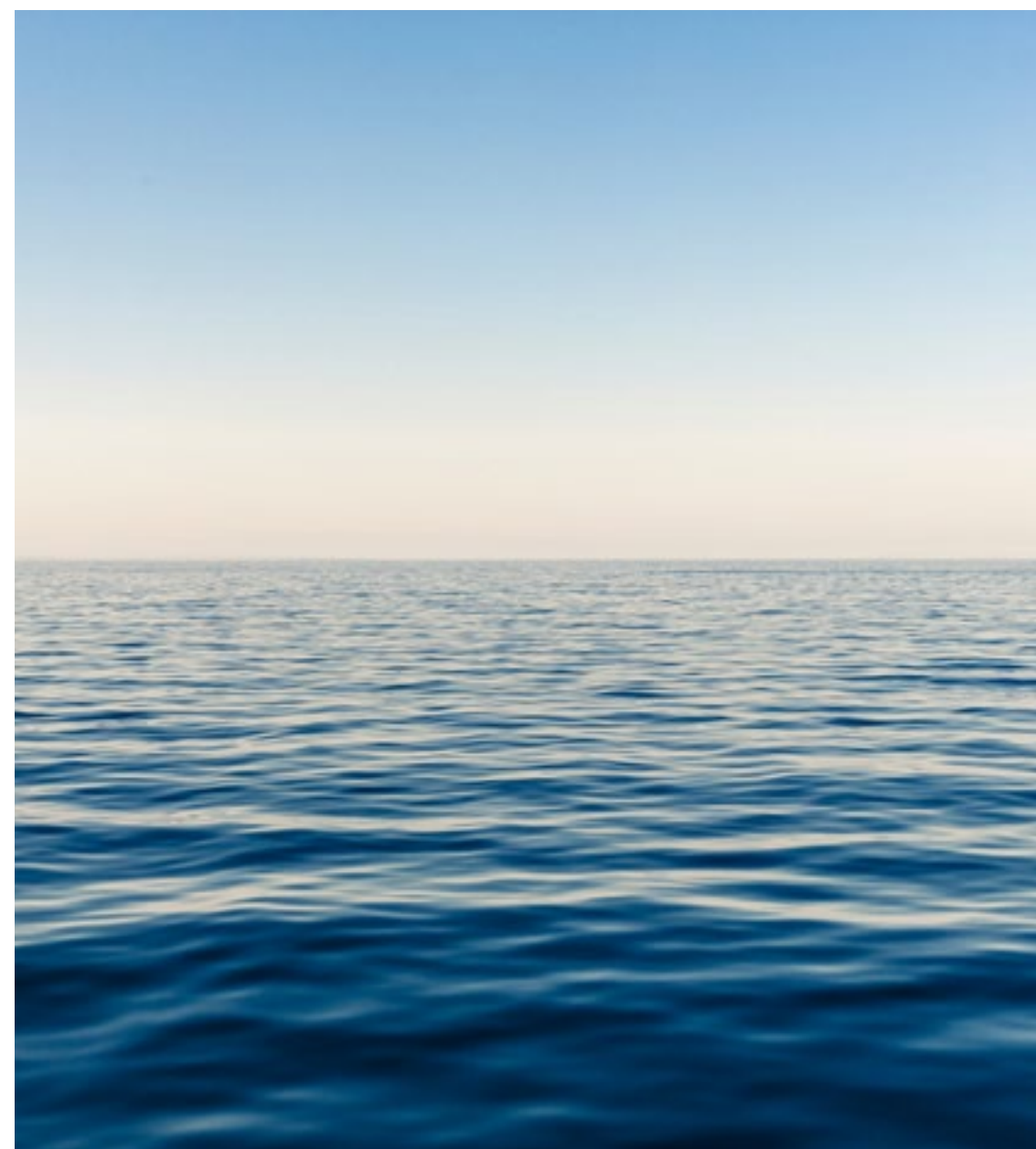
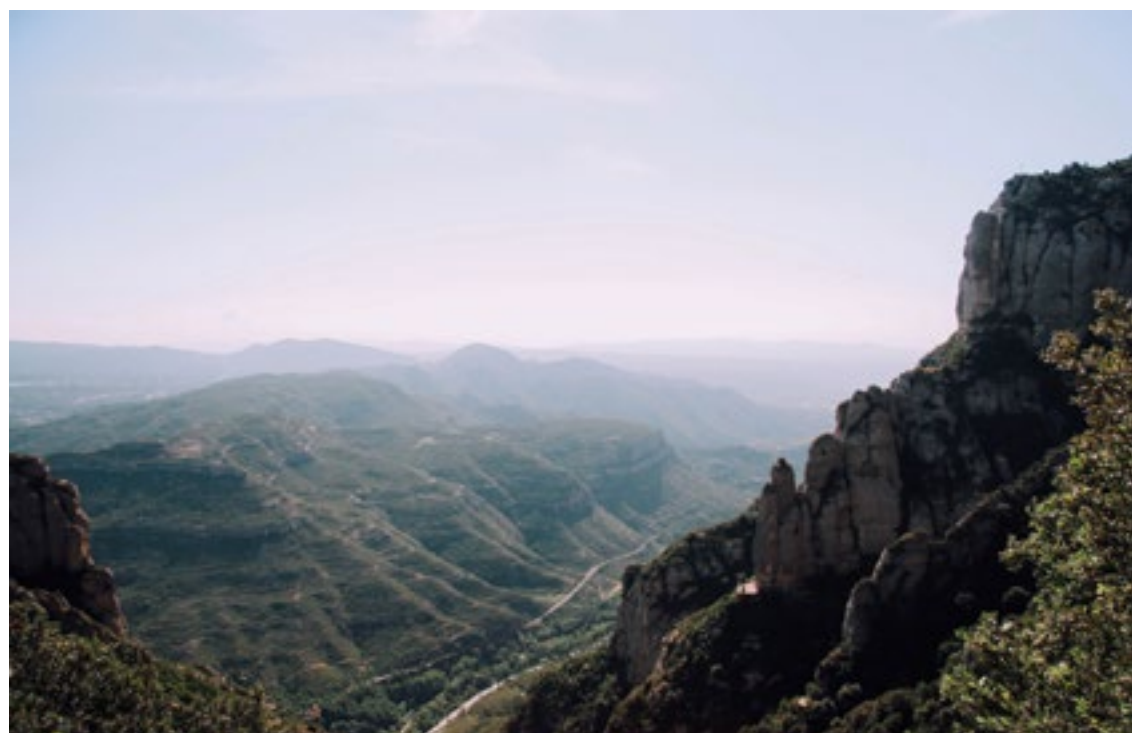
Es podran fer servir d'aquesta manera o crear variants a partir d'elles. En aquest cas, les noves versions hauran de ser validades pel departament de Difusió.

Sempre s'usaran seguint la lògica de colors i aplicació de la marca.

Aquí s'en presenta una mostra.

Aquestes icones i d'altres estan disponibles per descarregar al següent enllaç → [piv/gencat](https://piv.gencat.cat).

2. Llenguatge gràfic



2.3 Estil fotogràfic

Per mostrar imatges de territori es faran servir fotos que representaran la diversitat del paisatge de Catalunya.

Tipus de plans i enquadraments

Plans generals amb molta profunditat de camp on es barregin explotacions i territori.

Imatges frontals a peu d'escenari o des d'un punt de vista superior.

Es podran usar fotos amb plans molt més tancats per destacar un element del territori.

Enfocament

Imatges nítides i enfocades on s'apreciïn tots els detalls de l'entorn.

Il·luminació

S'usaran fotos amb llum natural de qualsevol moment del dia. Preferentment, s'usaran fotos de dies assolellats per transmetre la bona energia que ens regala Catalunya.

2. Llenguatge gràfic



2.3 Estil fotogràfic

Aquí es mostren diferents composicions possibles per fotografiar la gent en el territori.

S'usaran fotos de productors i també de gent gaudint de les terres o dels productes catalans. Prioritzem una diversitat d'edats, des dels infants fins a la gent gran.

Les imatges seran espontànies, amb una llum i retoc natural i bastant detall.

Tipus de plans i enquadraments

Imatges de la gent en el seu entorn: en l'explotació, amb el bestiar o fent tasques quotidianes. Plans oberts amb una vista general del paisatge o plans més tancats.

Enfocament

Imatges nítides i enfocades on s'apreciïn tots els detalls de l'entorn.

Il·luminació

Llum natural filtrada buscant el contrast, però intentant evitar les ombres de la llum directa del sol.

Persones

Imatges espontànies amb posats naturals. En tot cas, el protagonista és el territori o el producte. Per això, no cal veure la cara de les persones.



2. Llenguatge gràfic



2.3 Estil fotogràfic

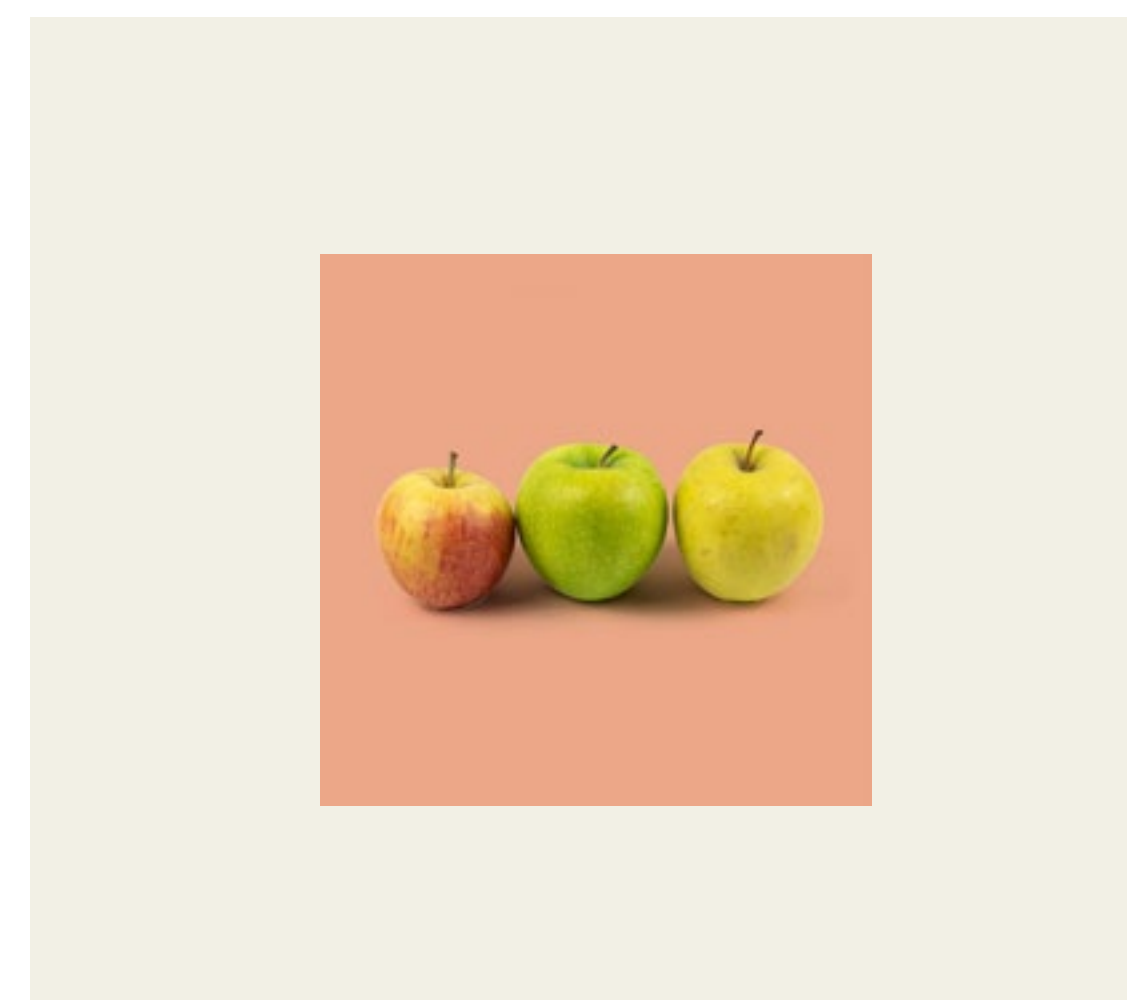
Aquí es presenten les fotos dels productes.

Aquestes imatges representen els productes en el seu entorn d'origen o en el seu procés de fabricació.

Cal precisar que es poden usar fotos amb mans que estan treballant el producte. És important que l'escenari sigui el més natural possible. Aquestes imatges seran senzilles i naturals, fugint de plans carregats d'elements i natures mortes.

Les indicacions tècniques per a aquestes imatges seran similars a les indicades per al territori i la seva gent.

En els casos en què s'utilitzin imatges de productes d'altres marques que tinguin un registre diferent (veure imatges de la dreta), aquestes s'usaran sempre sobre el fons de color blanc trencat de la marca.



Fundació Alícia
Camí Sant Benet
08272 Sant Fruitós de Bages
Barcelona

16 de novembre

Deprop
**Trobada comercial
amb compradors del sector
d'alimentació de proximitat.**



Catalunya
On el menjar és cultura



Aquí es presenten alguns exemples de com utilitzar correctament el llenguatge gràfic de la marca. Per a la versió genèrica es podrà usar qualsevol de les il·lustracions disponibles.

Per a la correcta aplicació de la marca, colors, fotografies i il·lustracions, es respectaran les normes descrites anteriorment.

En peces de comunicació amb text (cartells, portades, banderoles,...) se seguirà un estil com el de la imatge de l'esquerra:

General

- fons
- il·lustracions

Títol

- Helvetica Neue 75 Bold
- Situat a la meitat superior del format.

Subtítol

- Helvetica Neue 55 Regular
- Situat sota el títol en la meitat superior del format.

Informació complementària

- Helvetica Neue 55 Regular. Es podrà utilitzar la versió bold per a destacats dins del text.
- Situat a la part superior del format a 2 columnes. Si fos necessari incloure més informació, es podran usar 3 o 4 columnes.

2. Llenguatge gràfic



2.4 Exemples d'aplicació versió genèrica

2.4.1 – Usos incorrectes



No combinar colors.

No usar les il·lustracions en color sobre fotografia.

No usar un altre estil d'imatges.



Aquí es presenten alguns exemples de com utilitzar correctament el llenguatge gràfic de la marca per a sectors.

Per a la correcta aplicació de la marca s'utilitzaran exclusivament, els colors i les il·lustracions que s'ha habilitat per a cadascun d'ells.

Per a aquestes peces, es podrà usar la versió de la marca amb la baseline del sector. Sota cap mena de concepte podrà utilitzar-se conjuntament amb la versió de la marca amb baseline genèrica.

En peces de comunicació amb text se seguirà un estil com el de la imatge de l'esquerra:

General

- fons
- il·lustracions de sector

Títol

- Helvetica Neue 75 Bold
- Situat a la meitat superior del format.

Subtítol

- Helvetica Neue 55 Regular
- Situat sota el títol en la meitat superior del format.

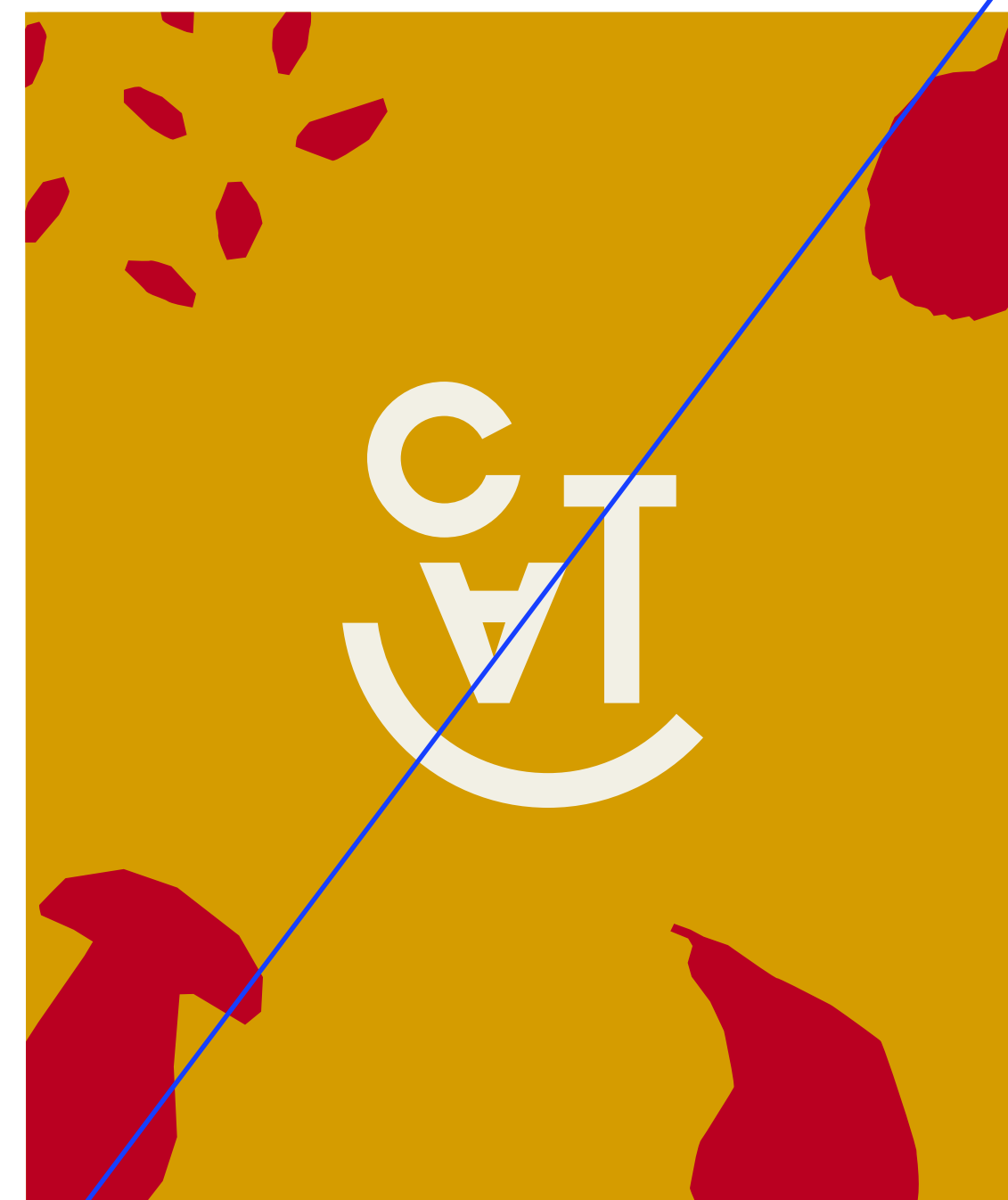
Informació complementària

- Helvetica Neue 55 Regular. Es podrà utilitzar la versió bold per a destacats dins del text.
- Situat a la part superior del format a 2 columnes. Si fos necessari incloure més informació, es podran usar 3 o 4 columnes.

2. Llenguatge gràfic



2.5 Exemples d'aplicació per sectors



2.5.1 — Usos incorrectes

No usar colors ni il·lustracions d'altres sectors.

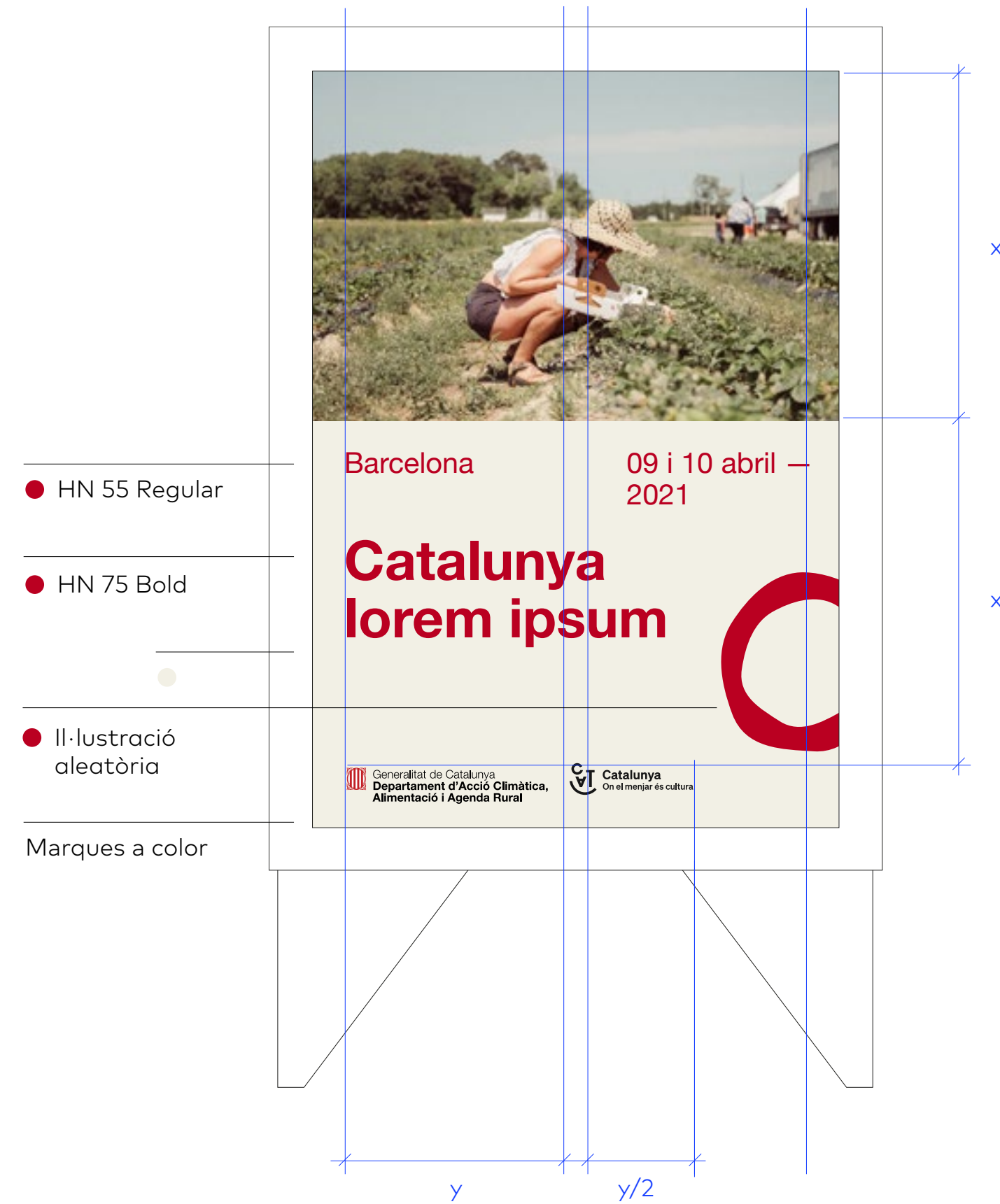
No usar les il·lustracions en color sobre fotografia ni d'altres sectors. No utilitzar la marca a color sobre fons fotogràfic.

No usar un color diferent al blanc trencat sobre un fons de color.

3. Aplicaciones



3. Aplicacions

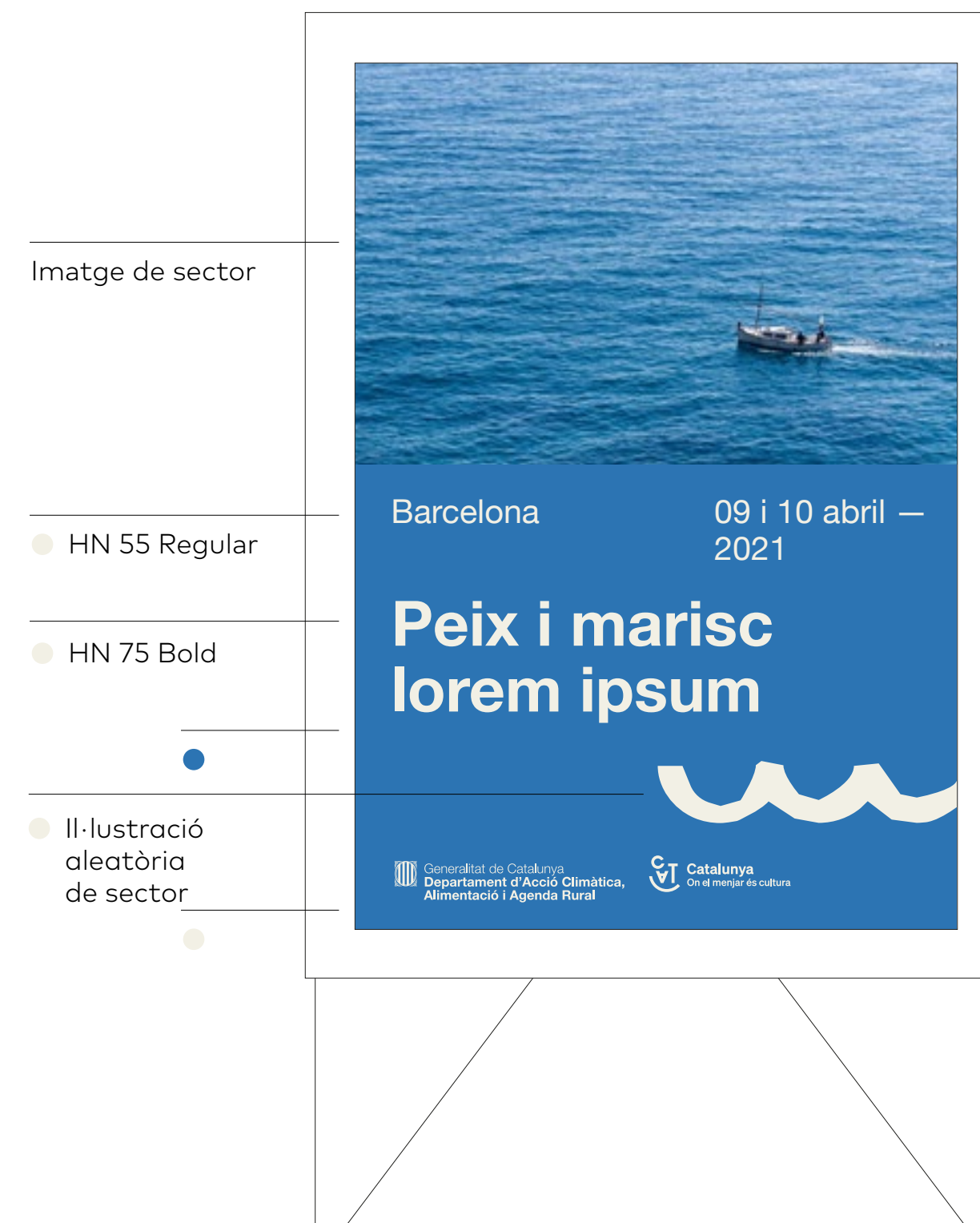


Genèrica

3.1 Comunicació de gran format

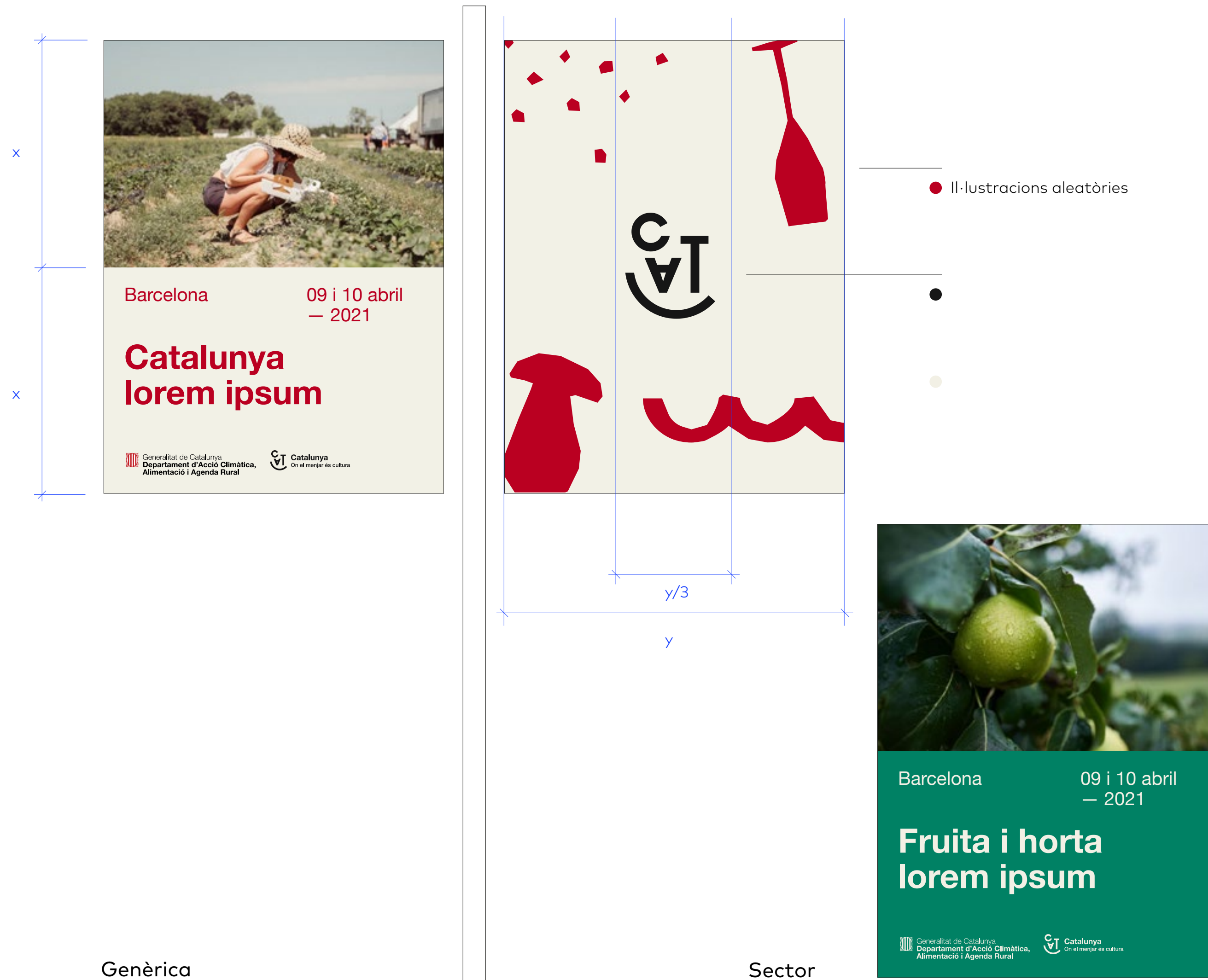
OPI 1150x1710.

Aquí es presenten les normes generals per a la seva construcció.



Sector

3. Aplicacions



Genèrica

Sector

3.1 Comunicació gran format

Banderoles dobles 900x1200.

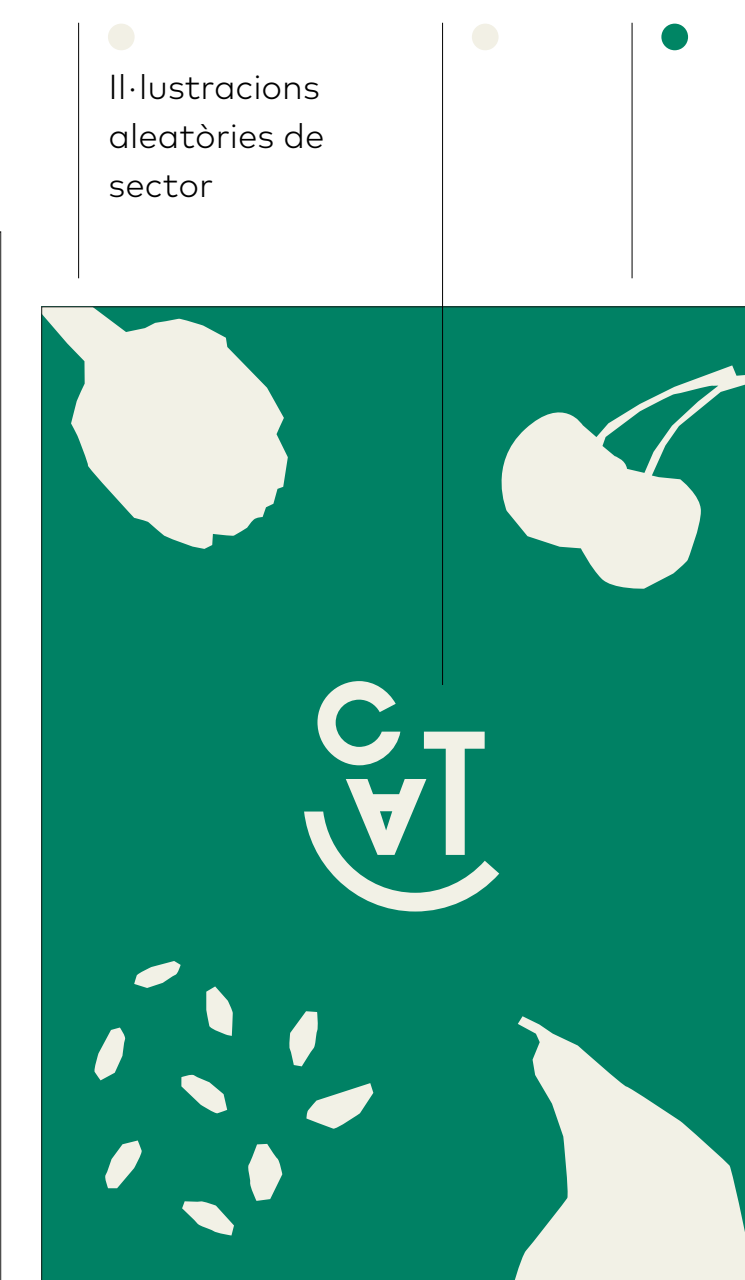
Es presenten 2 versions, una genèrica i una altra per a cada sector (es podrà aplicar el mateix sistema a qualsevol sector).

Per a les banderoles amb contingut se seguiran les indicacions de la pàgina 49 (OPI).

Els canvis que presenta aquesta versió són:

1. La imatge i la pastilla de color ocupen 1/2 format vertical cadascuna.
2. No s'usa cap il·lustració a la pastilla de color.

La banderola de la dreta s'usarà per a comunicar la imatge de marca i el símbol CAT. Es construirà segons les indicacions aquí anotades.

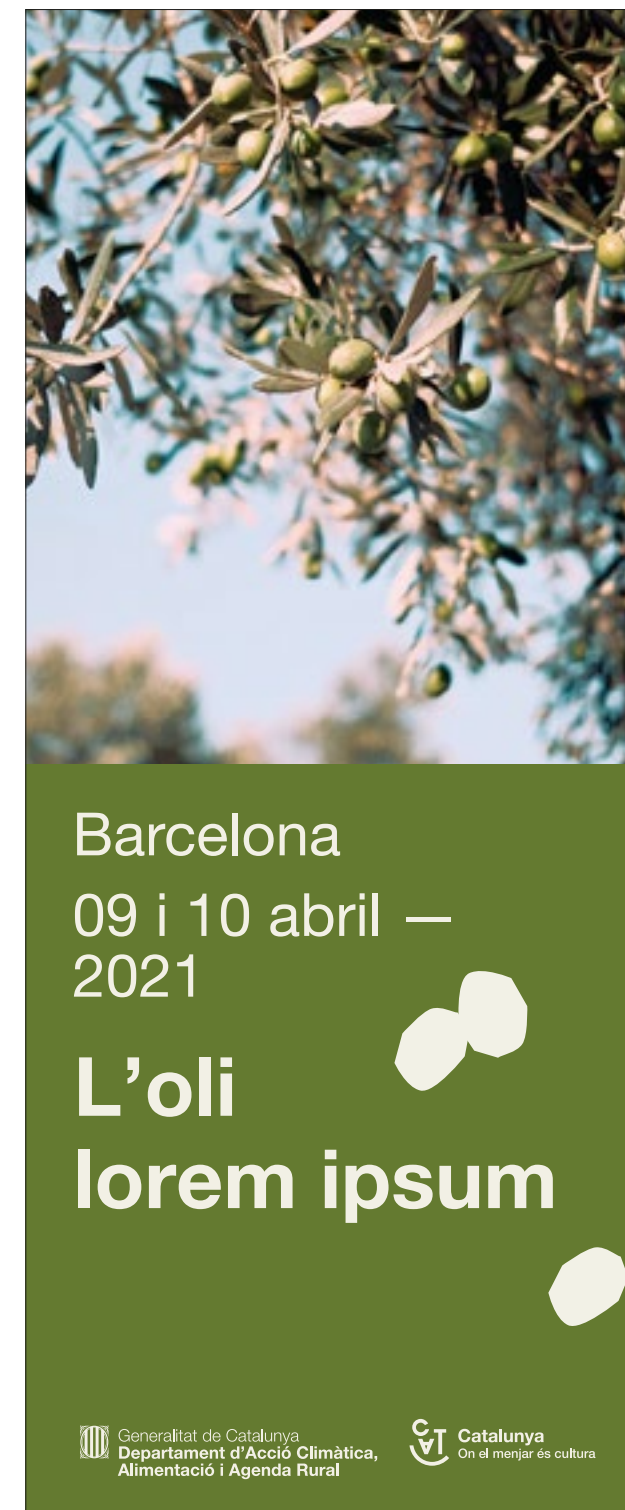


50

3. Aplicacions



Genèrica



Sector

3.1 Comunicació de gran format

Banderoles venecianes 900x2200.

Es presenten 2 versions, una genèrica i una altra per a cada sector (es podrà aplicar el mateix sistema a qualsevol sector).

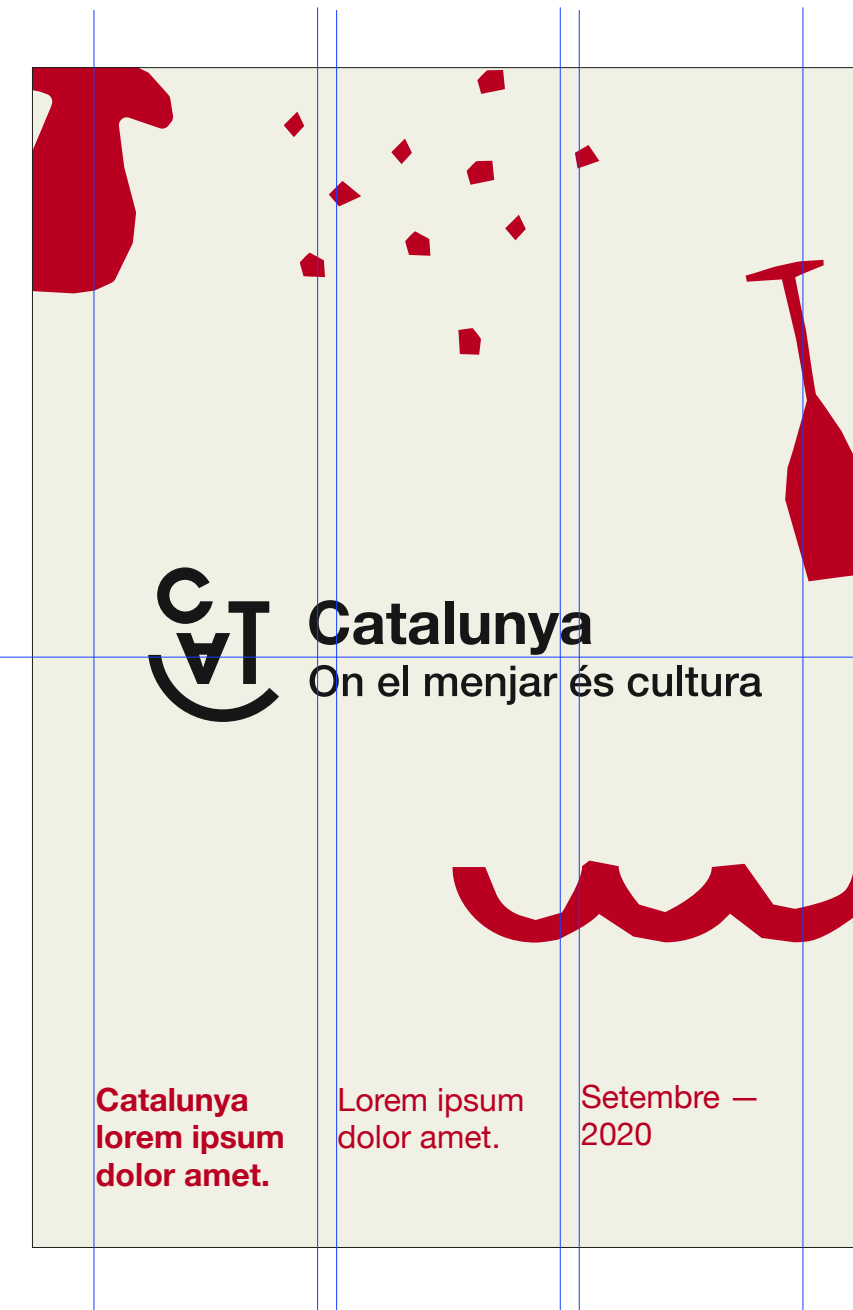
Se seguiran les indicacions de la pàgina 49 (OPI).

Els canvis que presenta aquesta versió són:

1. La imatge i la pastilla de color ocupen 1/2 format vertical cadascuna.
2. Informació secundària a 1 columna justificada a l'esquerra.

3. Aplicacions

3.2 Comunicació de petit format



Portades



Doble pàgina interior

Fullet A4.

Aquí es presenta un exemple de portades i doble pàgina interior.

Per a la seva construcció es farà servir una retícula com la que es presenta aquí.

Se seguirà la mateixa lògica de colors i ús de llenguatge gràfic que amb les peces anteriors.

Els estils tipogràfics principals seran:

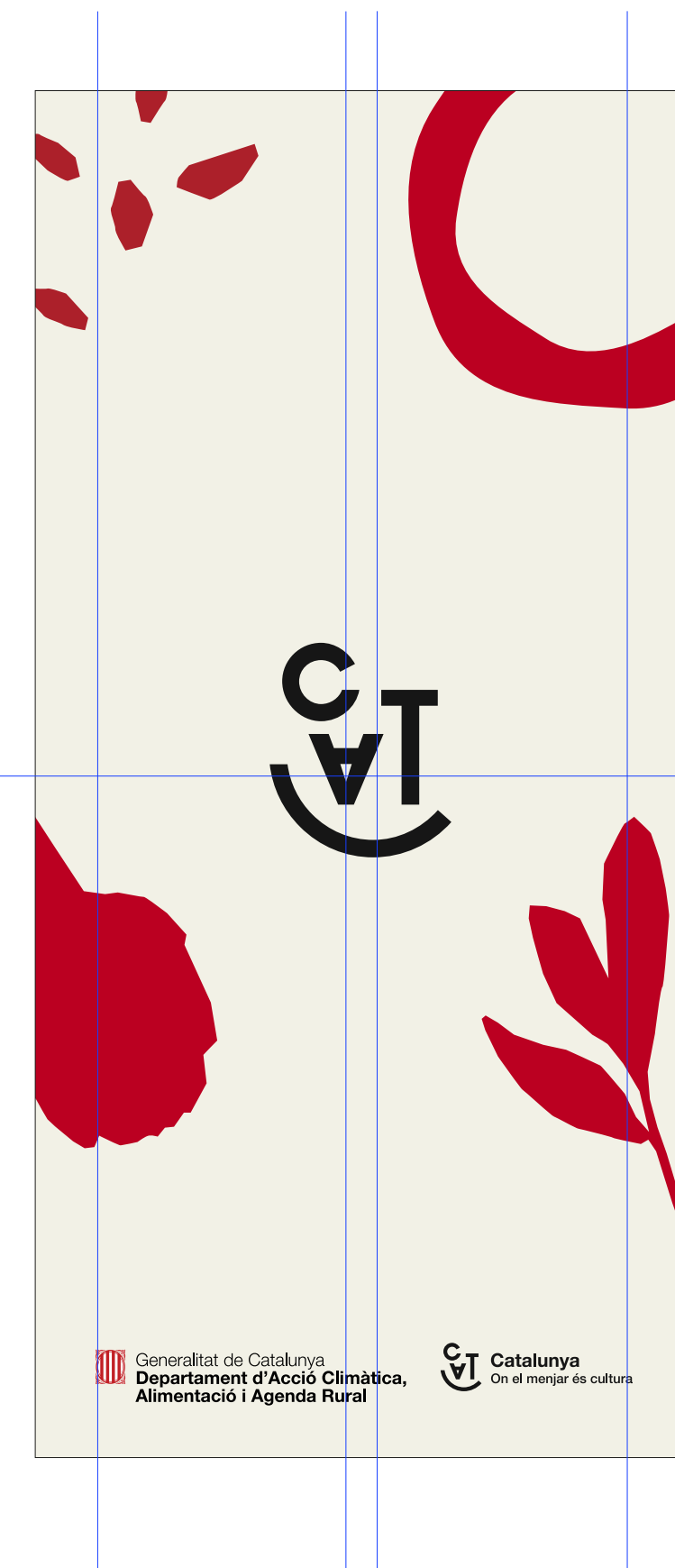
- H1 — Helvetica Neue 75 Bold 52/58 pt
- H2 — Helvetica Neue 75 Bold 26/28 pt
- H3 — Helvetica Neue 55 Regular 26/28 pt
- P — Helvetica Neue 55 Regular 9/14 pt
- Anotacions i informació secundària — Helvetica Neue 75 Bold 9/14 pt

3. Aplicacions

3.2 Comunicació de petit format



Cara



Dors

Díptic 100x210.

Aquí es presenta un exemple de cara i dors.

Per a la seva construcció es farà servir una retícula com la que es presenta aquí.

Se seguirà la mateixa lògica de colors i ús de llenguatge gràfic que amb les peces anteriors.

Els estils tipogràfics principals seran:

- H1 – Helvetica Neue 75 Bold 26/28 pt
- H2 – Helvetica Neue 75 Bold 15/18 pt
- H3 – Helvetica Neue 55 Regular 15/18 pt
- P – Helvetica Neue 55 Regular 9/14 pt
- Anotacions i informació secundària – Helvetica Neue 75 Bold 8/12 pt



Banner

Es presenten les 2 opcions correctes d'aplicar la marca per a un *banner*: amb fons de color i amb fotografia.

Se seguirà la mateixa lògica de colors i ús de llenguatge gràfic que amb les peces anteriors.

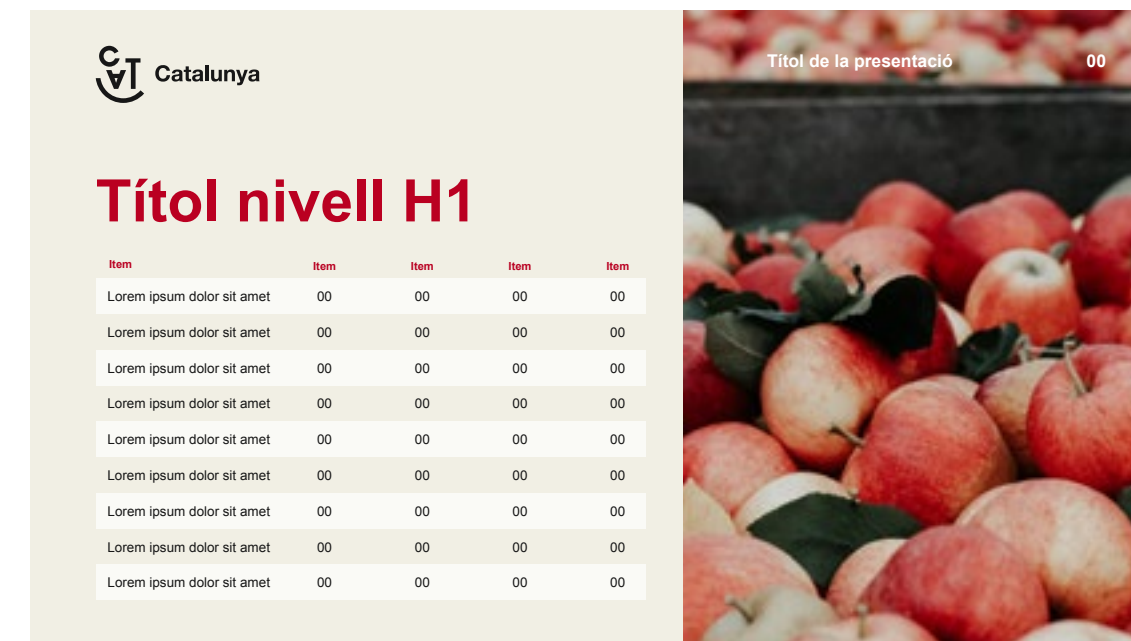


Aquí es presenta la manera d'aplicar la marca en una newsletter. Se seguirà la mateixa lògica de colors i ús de llenguatge gràfic que amb les peces anteriors.

En aquest cas es poden fer servir les tipografies alternatives per a la seva correcta visualització en qualsevol dispositiu:

- H1 — Arial bold 31/36 pt
- Quotes — Arial italic 23/28 pt
- P — Arial regular 14/20 pt
- CTA — Arial bold 14 pt (caja alta)

3. Aplicacions

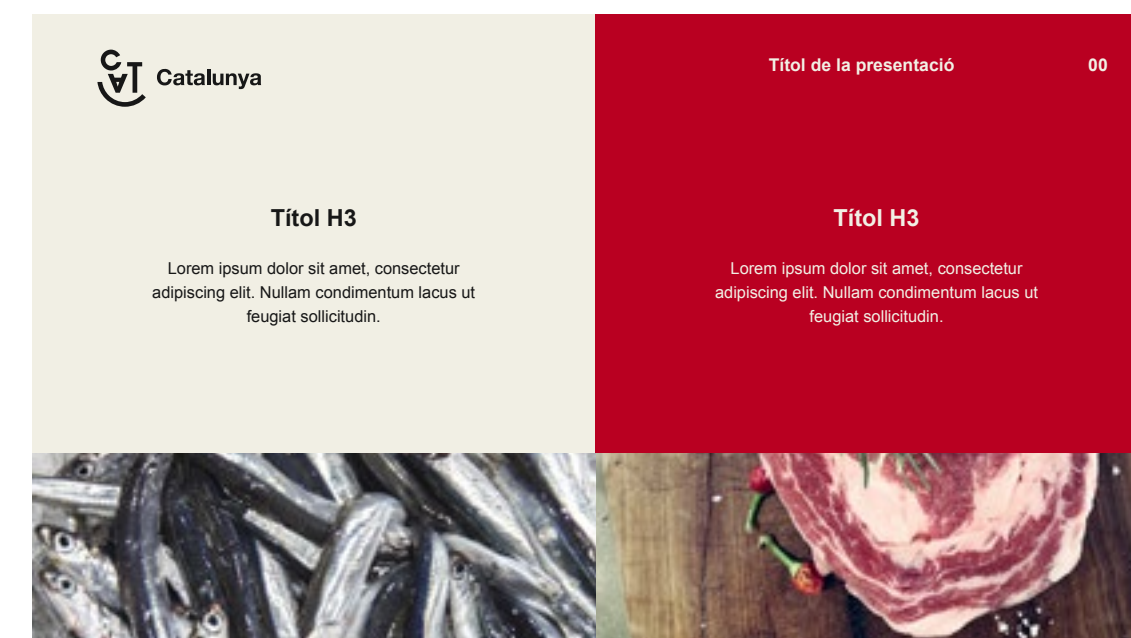
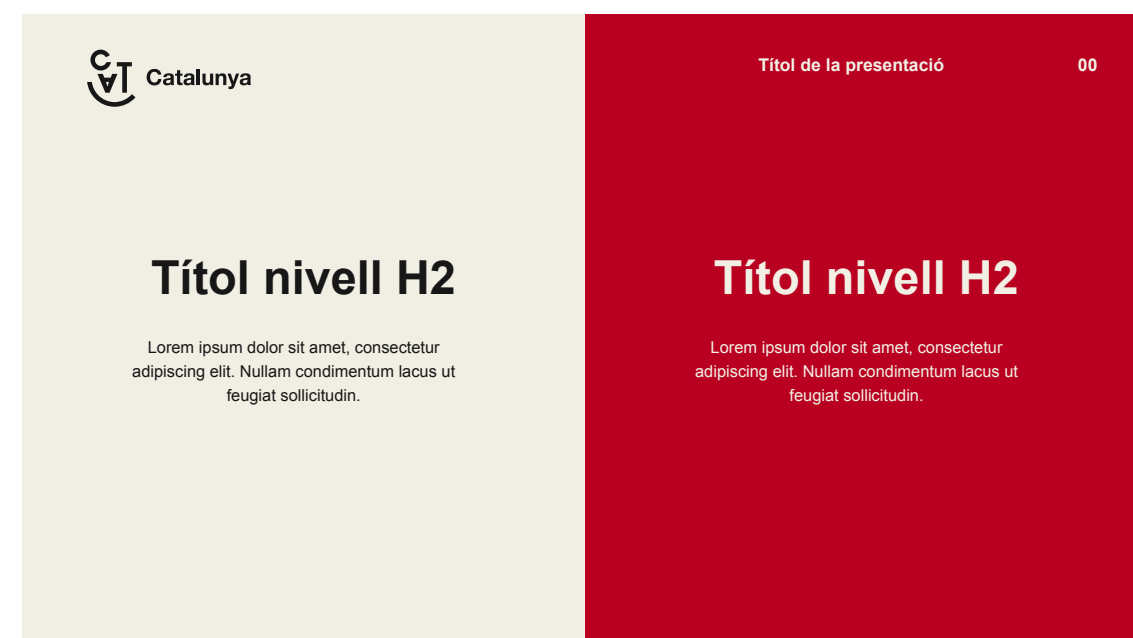
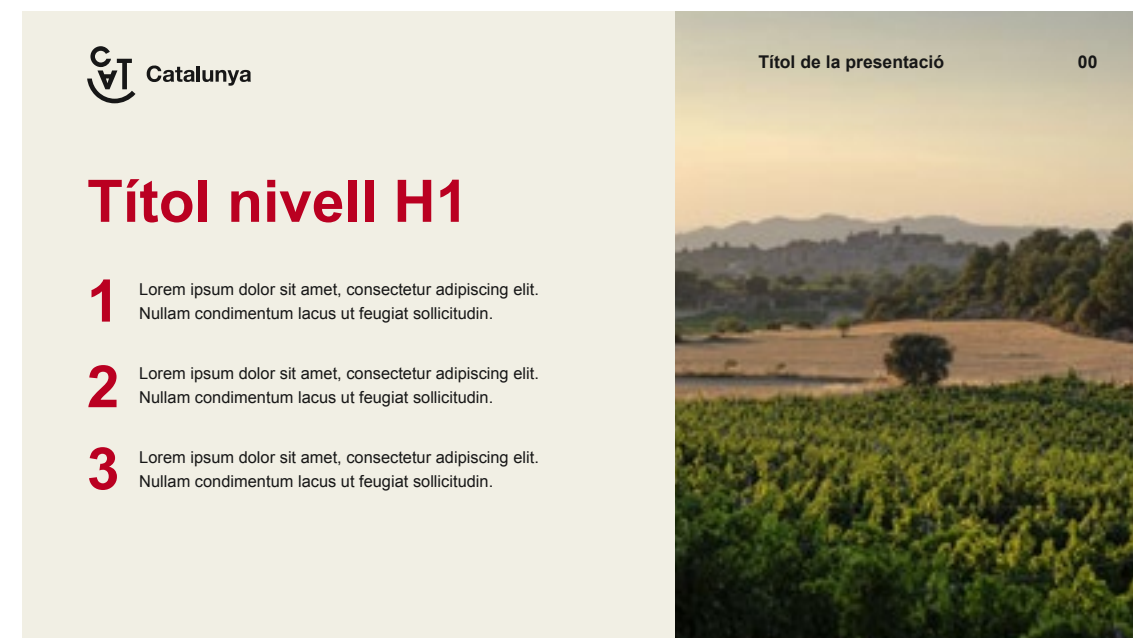


3.3 Comunicació digital

Aquí es presenta la manera d'aplicar la marca en un PowerPoint. Se seguirà la mateixa lògica de colors i ús de llenguatge gràfic que amb les peces anteriors.

En aquest cas es farà servir la tipografia alternativa Arial per a la seva correcta visualització en qualsevol dispositiu:

- H1 – Arial bold 50/55 pt
- H2 – Arial bold 40/50 pt
- H3 – Arial bold 20/25 pt
- Quotes – Arial Regular 30/40 pt
- P – Arial Regular 14/20 pt



3. Aplicacions

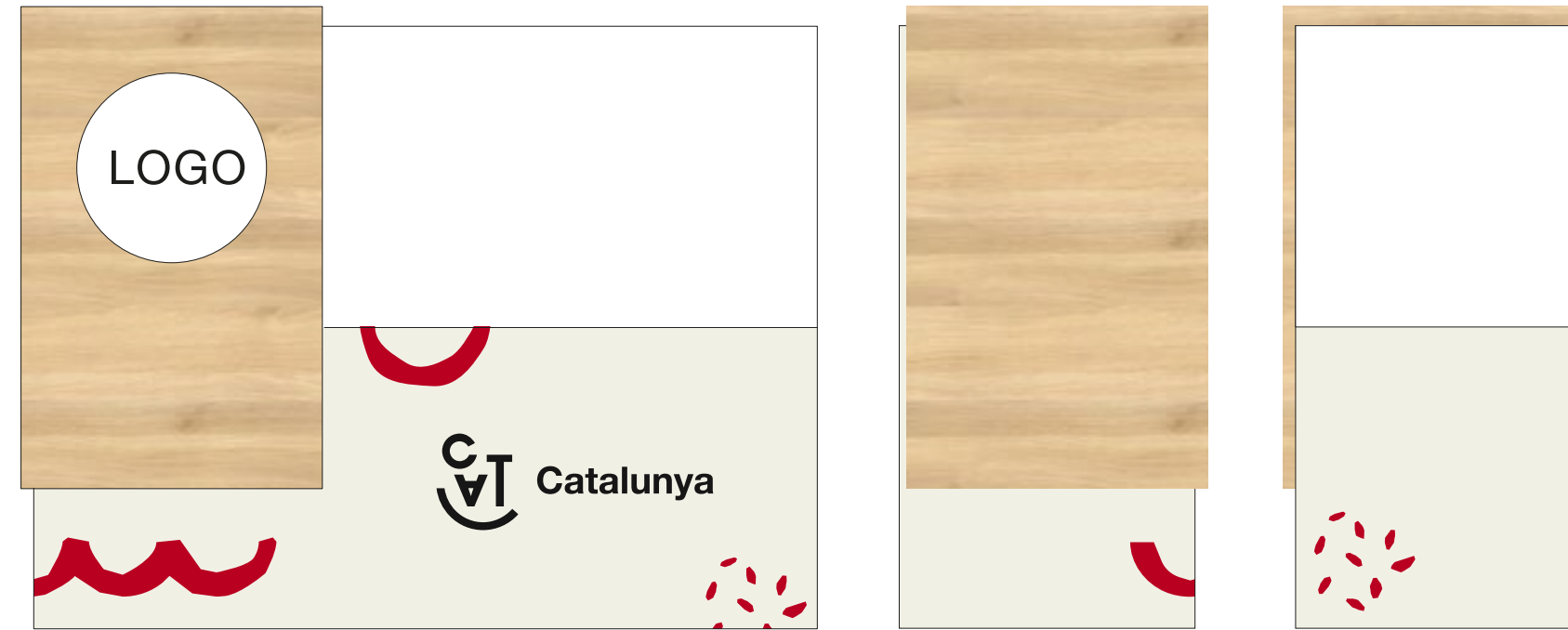


Taulell simple amb la marca



Taulell simple amb el símbol

3.4 Senyalització per a fires



Taulell per a marca amb expositor



Taulell per a marca amb expositor — Sector

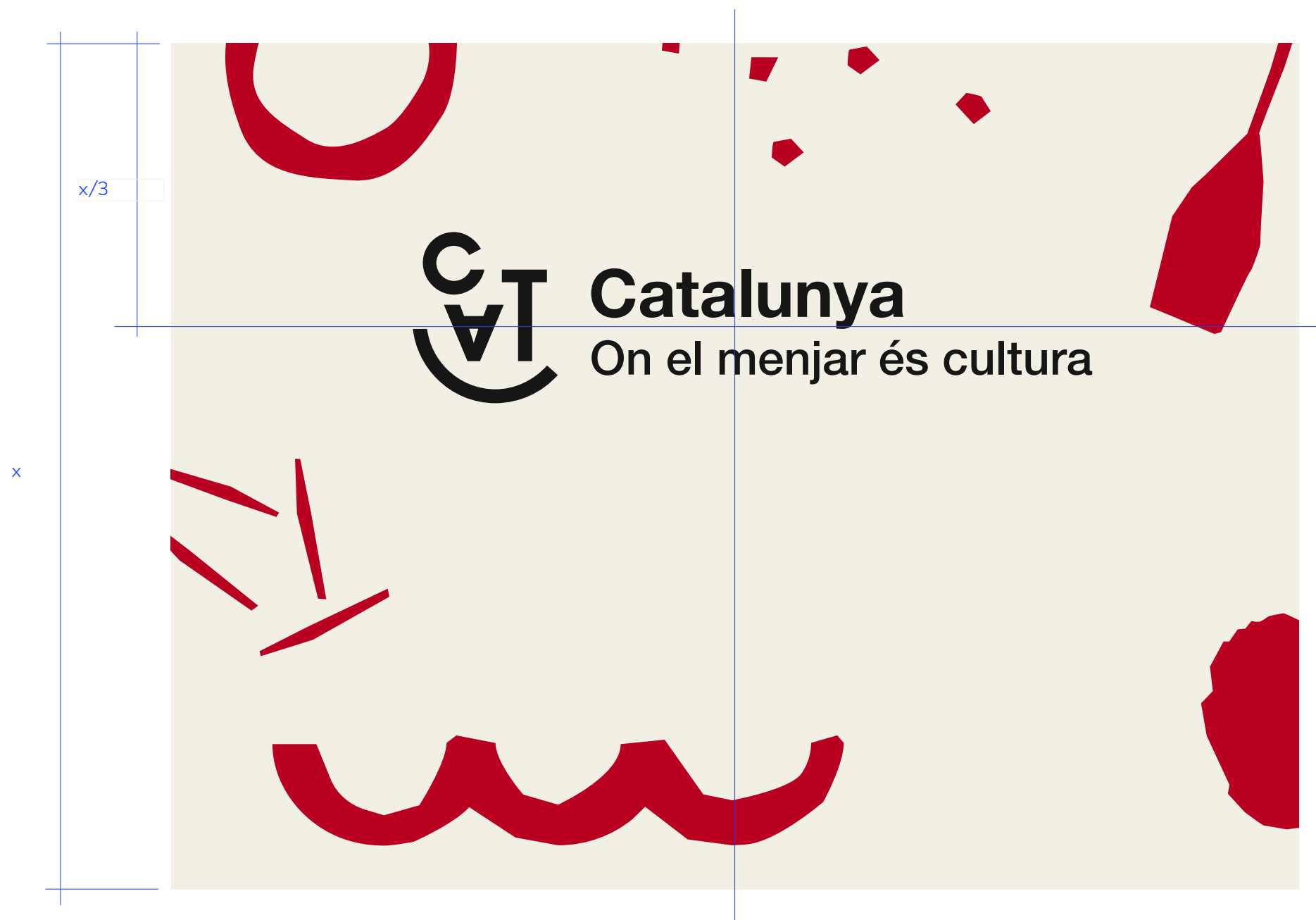
A continuació es presenten diferents materials per senyalitzar estands en fires i esdeveniments.

Taulell 500x1300x1000

Taulell amb expositor 500x1300x1000

Se seguirà la mateixa lògica de colors i ús de llenguatge gràfic que amb les peces anteriors.

3. Aplicacions



3.4 Senyalització per a fires

Backwall 3000x2250.

La marca Catalunya s'ubicarà en el terç superior per a la seva correcta visualització.

Se seguirà la mateixa lògica de colors i ús de llenguatge gràfic que amb les peces anteriors.



3. Aplicacions



Totem



Rollup



3.4 Senyalització per a fires

Rollup 800x2000

Totem x3 500x2225

Aquestes peces es faran servir per ambientar l'espai amb imatges i potenciar el símbol de la marca.

Es construirà d'una forma similar a la que s'indica aquí, respectant les normes d'aplicació del símbol i l'ús d'imatges.

En els casos en què s'utilitzin imatges de productes d'altres marques que tinguin un registre diferent (veure imatges de la dreta), aquestes s'usaran sempre sobre el fons de color blanc trencat de la marca.

3. Aplicacions

3.4 Senyalització per a fires



Catalunya, lorem ipsum

1449	1445/1447	1443/1444	1441
1348/1350	1346	🔥 @	1342

Catalunya, lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure.

ACTEL GRUP actelgrup.com STAND B-06a	AFRUCAT afrucatl.com STAND A-09	CATAFRUIT (GRUP CATALÀ) grupocatala.com STAND A-06b	CÍTRICS TERRES DE L'EBRE citricsterresdelebre.com STAND A-06
DASBEN dasben.es STAND B-06	DIEGO MARTÍNEZ diegomartinez.com STAND A-08a	FRUITES FONT fruitesfont.com STAND B-06b	IGP POMA DE GIRONA - FRUCTÍCOLA EMPORDÀ pomadegirona.cat STAND B-05b
IGP POMA DE GIRONA - GIROPOMA COSTA BRAVA pomadegirona.cat STAND B-05	IRTA irta.cat STAND A-09a	MERCABARNA mercabarna.es STAND B-07	VIYEFUIT viyefruit.com STAND B-05d



Catalunya On el menjar és cultura

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure.

10.677 M€
6.523 Tones





- Nom de comarca**
Descripció del contingut d'aquesta nota
+23,81%
- Nom de comarca**
Descripció del contingut d'aquesta nota
+4,81%
- Nom de comarca**
Descripció del contingut d'aquesta nota
+7,45%
- Nom de comarca**
Descripció del contingut d'aquesta nota
-12,90%
- Nom de comarca**
Descripció del contingut d'aquesta nota
+3,32%
- Nom de comarca**
Descripció del contingut d'aquesta nota
-11,53%

Carn i embotits

13%

Valor exportacions **4.024,86 M€**
Principals mercats **França, Alemanya**

Peix i marisc

14%

Valor exportacions **272,80 M€**
Principals mercats **França, Portugal**

Vi i cava

23%

Valor exportacions **571,73 M€**
Principals mercats **Alemanya, Bèlgica**

Fruita i horta

10%

Valor exportacions **862,70 M€**
Principals mercats **França, Itàlia**

Fine food

21%

Valor exportacions **3.114,97 M€**
Principals mercats **Portugal, Alemanya**

Olis vegetals

19%

Valor exportacions **631,34 M€**
Principals mercats **França, Alemanya**

Murs informatius 500x3000x3000

Aquí es mostra un exemple de com aplicar la identitat en murs informatius.

Quan aquestes peces tinguin un mapa de Catalunya, aquest haurà d'anar acompanyat d'un mapa d'Europa (o del món segons el cas) que indiqui la seva ubicació.

60

3. Aplicacions



3.4 Senyalització per a fires

Aeris retroil·luminats 6000x1800 – 10000x1800

La senyalització de l'espai es farà seguint el sistema aquí presentat i la mateixa lògica de colors i ús de llenguatge gràfic que amb les peces anteriors.



Exemple d'estand portàtil.

Excepcionalment, en els casos en què el color vermell no sigui adequat per a un mercat concret, es podrà substituir pel més adequat dels indicats a la pàgina 28.

Altres opcions d'estand.



Genèrica



Genèrica - alternativa

3. Aplicacions

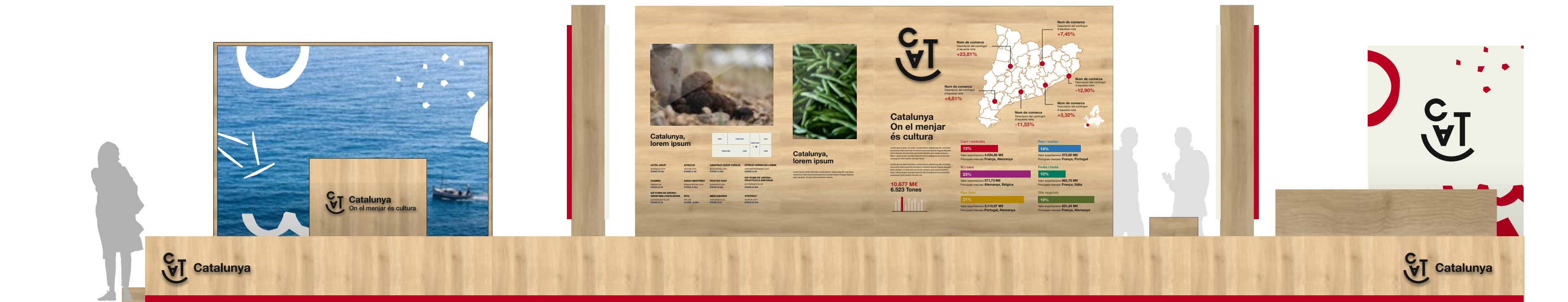
3.4 Senyalització per a fires

3.4.2 – Exemple d'estand



Exemple d'estand dedicat exclusivament a la marca Catalunya.

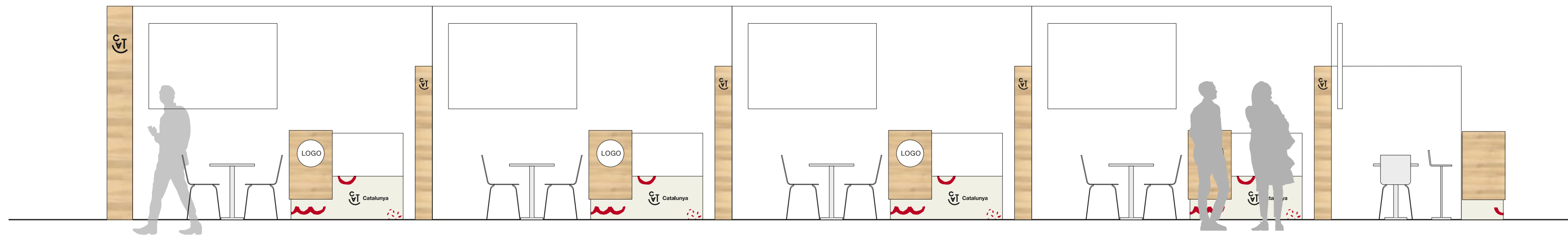
Excepcionalment, en els casos en què el color vermell no sigui adequat per a un mercat concret, es podrà substituir pel més adequat dels indicats a la pàgina 28.



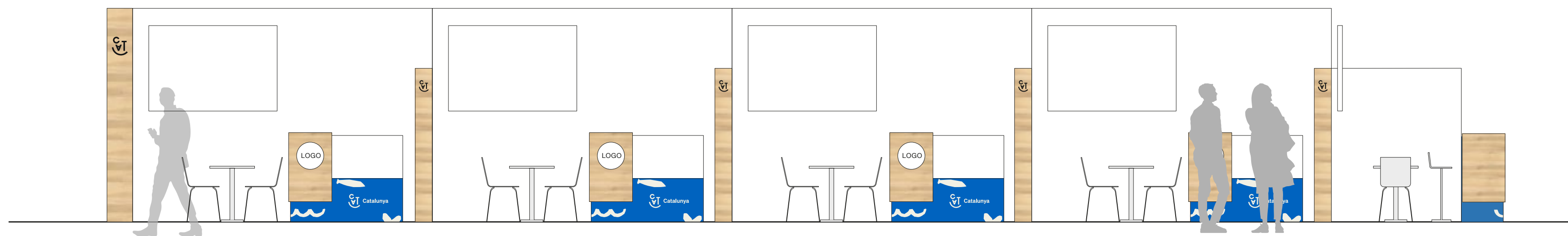
Genèrica



Genèrica - alternativa



Genèrica



Sector

Exemple d'estand modular per a la presentació de diferents empreses/productes.

Versió genèrica

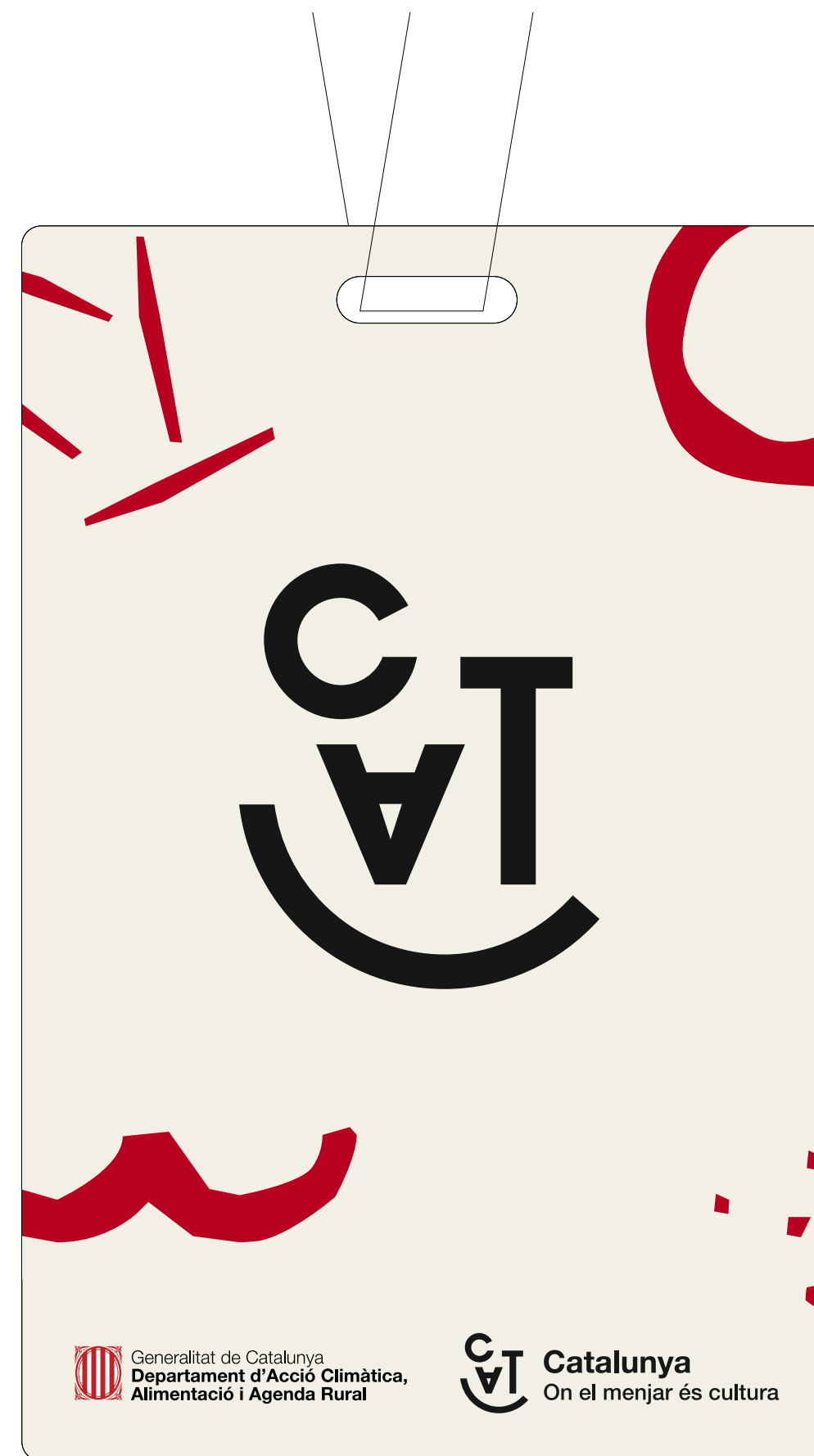
Tots les marques s'engloben dins de la marca Catalunya.

Excepcionalment, en els casos en què el color vermell no sigui adequat per a un mercat concret, es podrà substituir pel més adequat dels indicats a la pàgina 28.

Versió sector

Espai dividit/dedicat exclusivament a un sector concret.

3. Aplicacions

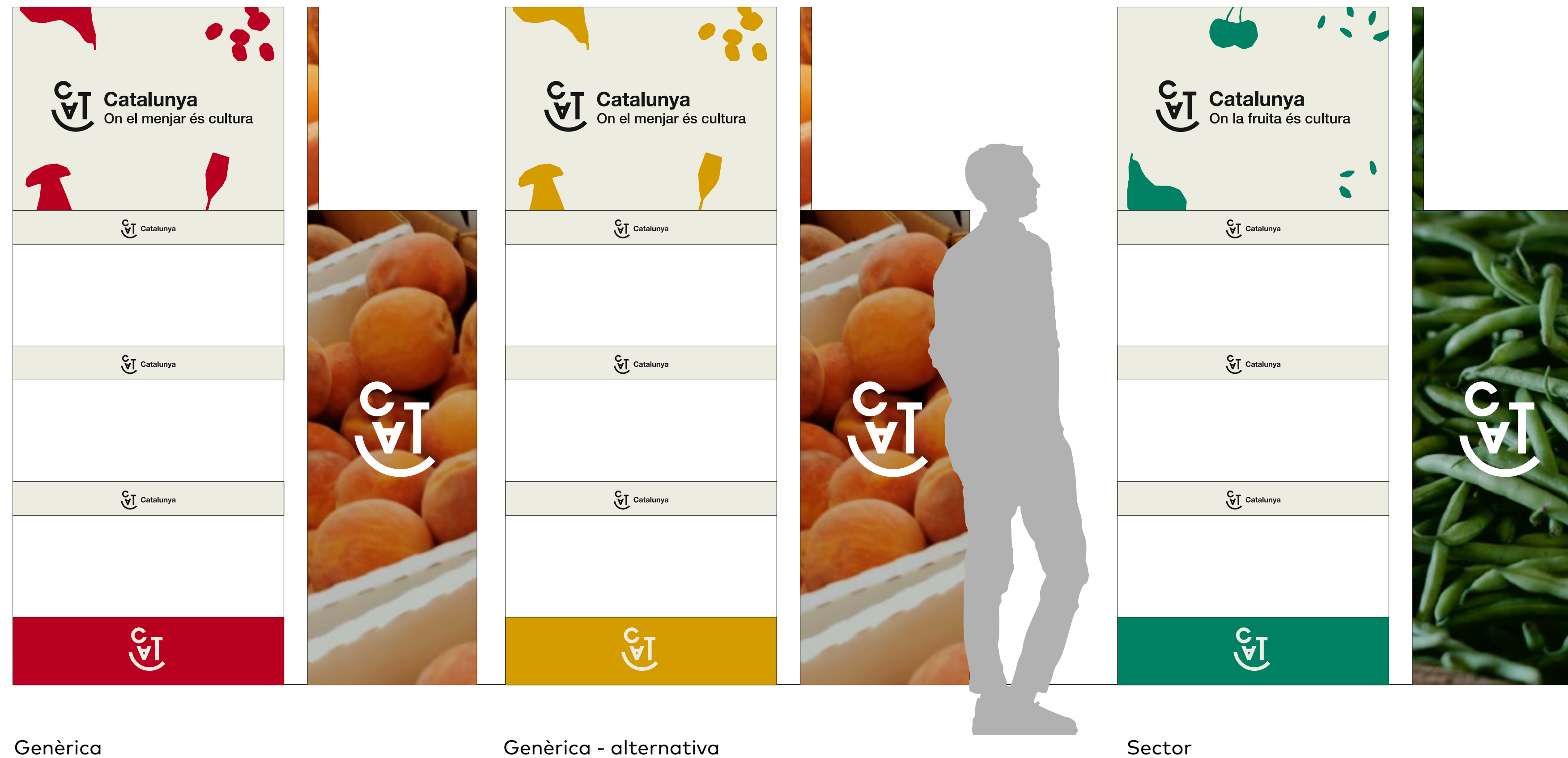


3.5 Acreditació

Es presenten les 2 opcions correctes d'aplicar la marca per a una acreditació: amb fons de color i amb fotografia.

Es construirà d'una forma similar a la que s'indica aquí, respectant les normes d'aplicació del símbol i la mateixa lògica de colors i ús de llenguatge gràfic que amb les peces anteriors.

3. Aplicacions



3.6 Punt de venda

A continuació es presenten diferents materials per a un punt de venda.

Estand *display* 500x800x2000

Es presenten 2 versions:

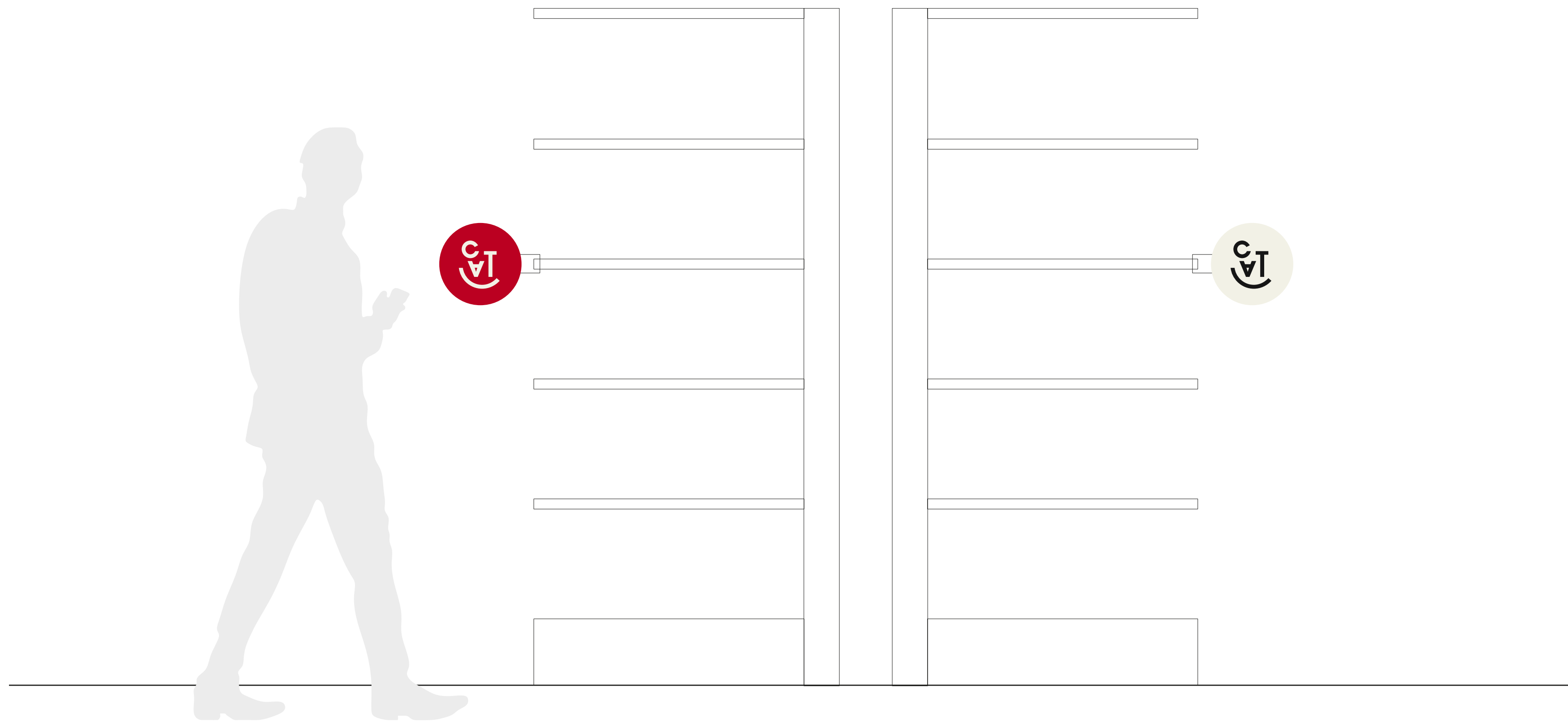
Versió genèrica

Excepcionalment, en els casos en què el color vermell no sigui adequat per a un mercat concret, es podrà substituir pel més adequat, dins dels indicats a la pàgina 28.

Versió sector

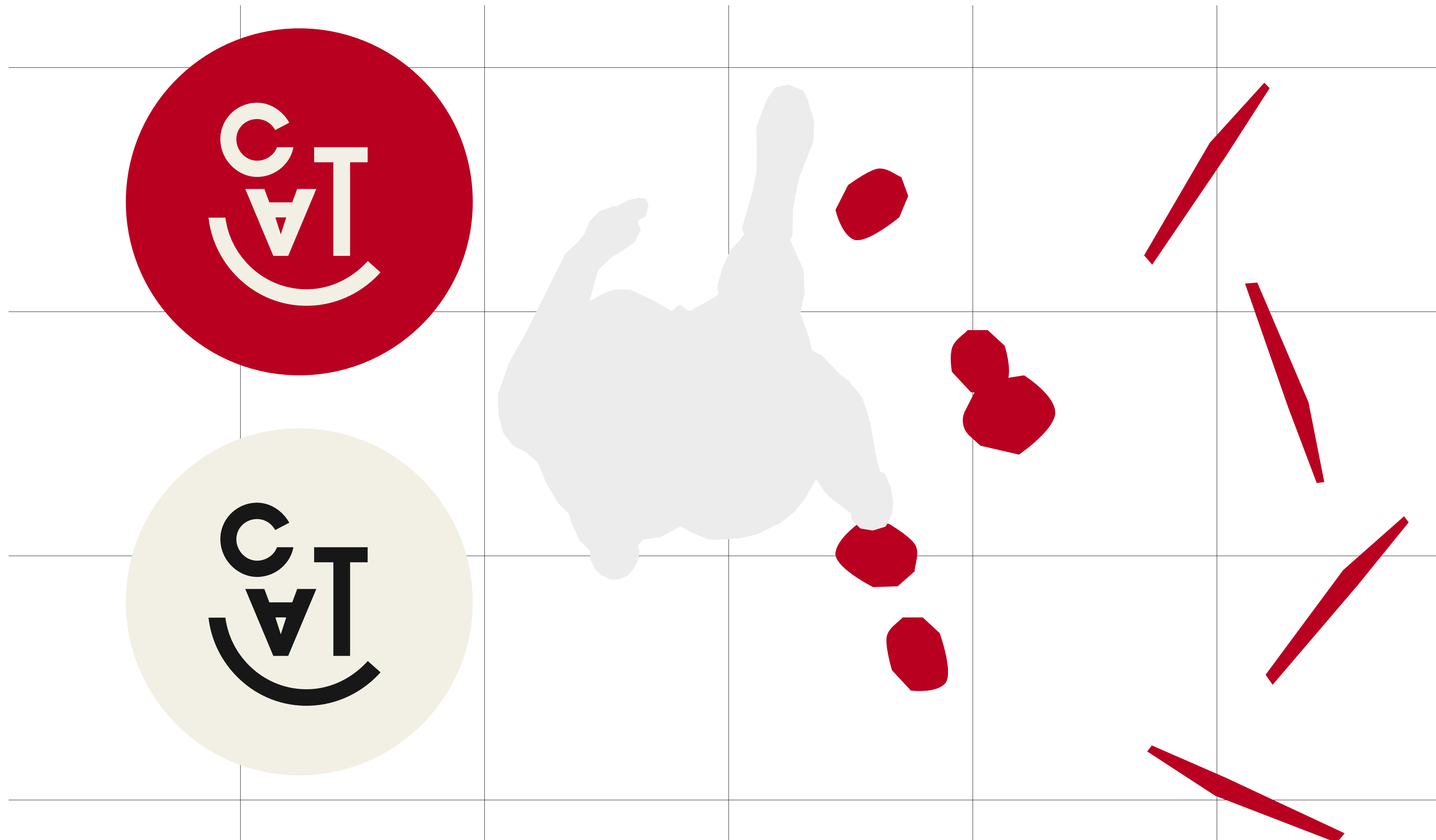
Es construirà d'una forma similar a la que s'indica aquí, respectant les normes d'aplicació del símbol i la mateixa lògica de colors i ús de llenguatge gràfic que amb les peces anteriors.

En tots dos casos, el faldó inferior queda reservat per referenciar col·laboradors, en cas necessari. Les marques aniran sempre en blanc sobre fons de color.



Stopper ø180

S'usarà el símbol en qualsevol de les seves dos formes principals, respectant les regles d'aplicació descrites a la pàgina 18.



Floor prints

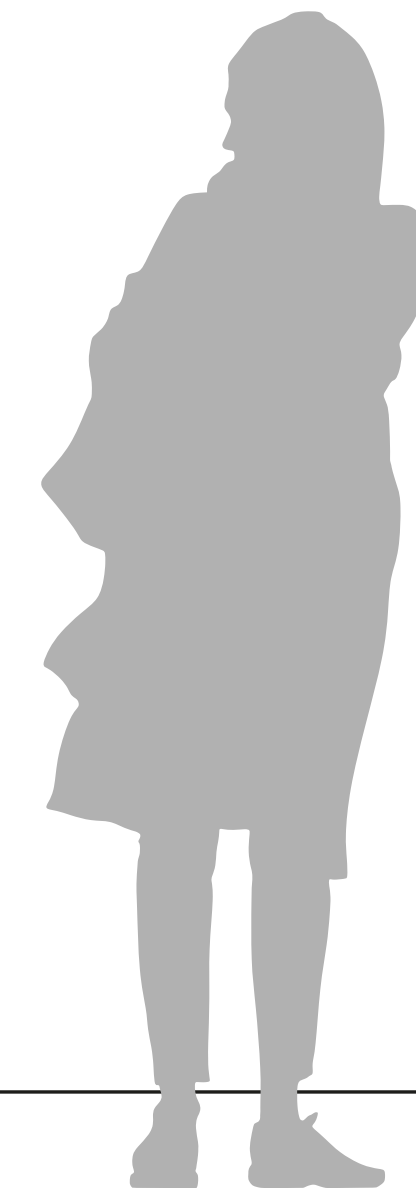
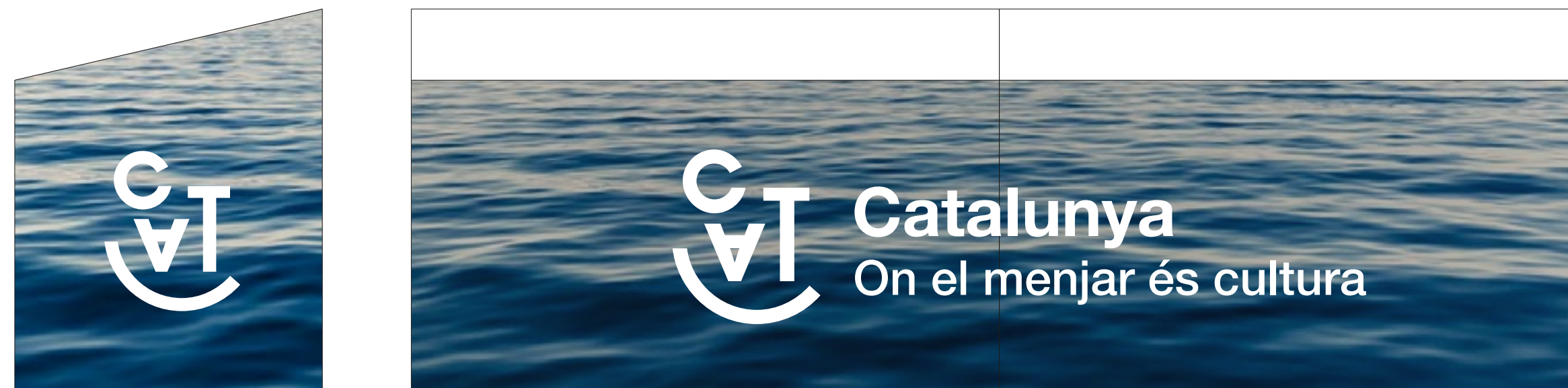
Per a aquestes aplicacions es podrà usar el símbol de la marca sobre un format rodó, en qualsevol de les dues opcions aquí presentades.

A més, en els casos en què sigui necessari indicar una ruta fins al punt de venda, es podran utilitzar conjuntament algunes de les il·lustracions per assenyalar el camí.

Les il·lustracions que es podran usar són:

- Ecuradents
- Raïm
- Olives
- Sal
- Arròs

3. Aplicacions



3.6 Punt de venda

Aeris i faldons

Per delimitar una zona concreta d'un supermercat/
punt de venda es farà servir aquest sistema:

1. Faldons per cobrir taules/cambres amb productes catalans.
2. Aeris per senyalitzar la zona.

Es construirà d'una forma similar a la que s'indica aquí, respectant les normes d'aplicació de la marca i la mateixa lògica de colors i ús de llenguatge gràfic que amb les peces anteriors.

3. Aplicacions



3.6 Punt de venda

Punt de góndola 600x1200x2000

Es presenten 2 versions:

Versió genèrica

Excepcionalment, en els casos en què el color vermell no sigui adequat per a un mercat concret, es podrà substituir pel més adequat, dins dels indicats a la pàgina 28.

Versió sector

Es construirà d'una forma similar a la que s'indica aquí, respectant les normes d'aplicació de la marca i la mateixa lògica de colors i ús de llenguatge gràfic que amb les peces anteriors.

En tots dos casos, el faldó inferior queda reservat per referenciar col·laboradors, en cas necessari. Les marques aniran sempre en blanc sobre fons de color.

3. Aplicacions



3.7 Tote bag

Exemple d'aplicació en *tote bag*.

Es construirà d'una forma similar a la que s'indica aquí, respectant les normes d'aplicació del símbol i la mateixa lògica de colors i ús de llenguatge gràfic que amb les peces anteriors.



Generalitat de Catalunya
**Departament d'Acció Climàtica,
Alimentació i Agenda Rural**



Catalunya
On el menjar és cultura

monsieur madame

