

CATEGORÍA

**Mejor aplicación
de identidad
corporativa**

CLIENTE

**Mancomunidad
de Arratia**

ORIGEN Y CONTEXTO

Arratia es un territorio situado en el sur de **Bizkaia**, articulado en torno a los municipios de **Arantzazu, Areatza, Artea, Bedia, Dima, Igorre, Lemoa, Ubide y Zeanuri**, que comparten una identidad territorial y un fuerte vínculo con su entorno.

La **marca existente necesitaba actualizarse** y ganar fuerza para representar el territorio contemporáneo, **conectar con nuevos públicos** y disponer de un sistema de identidad capaz de crecer y adaptarse a nuevos soportes y contextos.

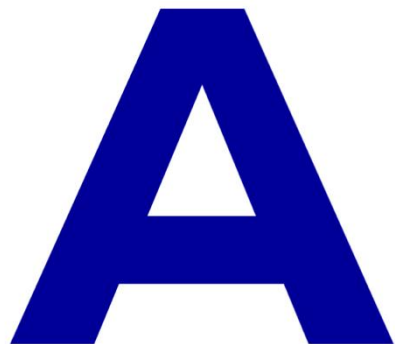


OBJETIVOS COMUNICATIVOS

El reto consiste en rediseñar una marca y **reposicionarla**: mantener los códigos que forman parte de su reconocimiento y, al mismo tiempo, dotarla de una **expresión más actual, potente y diferencial**.

Así nace el proyecto de **place branding de Arratia**, una **evolución integral de la marca** que trabaja sobre su identidad verbal, visual y conceptual para construir una nueva forma de representar, comunicar y proyectar el **territorio**.

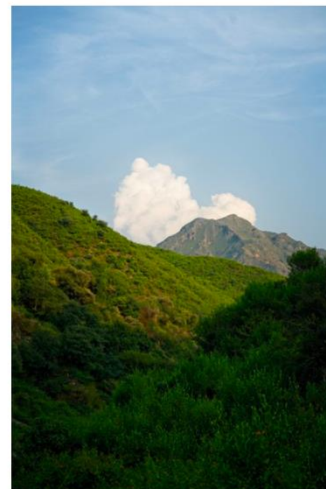




+



+



REFLEXIÓN ESTRATÉGICA

Partimos de una identidad ya reconocible para identificar sus principales **activos de marca** y evolucionarlos hacia un sistema más **actual, potente y adaptado a las nuevas necesidades de Arratia.**

Por ello, se mantienen elementos con un **fuerte arraigo territorial, como la A de Arratia y los colores amarillo y azul**, que se reinterpretan desde un lenguaje más contemporáneo, **flexible y diferencial.**

ARANTZAZU ARTEA AREATZA

BEDIA LEMOA IGORRE



DIMA ZEANURI UBIDE

PLACE BRANDING:

La nueva identidad se construye desde **una visión compartida del territorio**, a través de la participación de **ayuntamientos, agentes locales, ciudadanía y asociaciones culturales, deportivas y sociales**. Este proceso permitió identificar los valores y atributos que podían formar parte de un relato común.

El resultado se articula en torno a conceptos como **pertenencia, autenticidad, comunidad y colaboración, buscando que la marca conecte con quienes viven Arratia** y refuerce el vínculo con el territorio.

Más que una identidad para representar Arratia, se plantea **una herramienta para fortalecer su cohesión y construir una voz común**, capaz de acompañar al territorio en su evolución y en su relación con el exterior.



ÀRRATia

BEDIA LEMOA IGORRE ARANTZAZU ARTEA AREATZA DIMA ZEANURI UBIDE



APLICACIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA: Rediseñando un símbolo

La identidad anterior contaba con un elemento reconocible: **la A de Arratia**, vinculada visualmente a la cruz del Gorbea. Tomamos este activo como punto de partida para **reinterpretarlo y construir una marca mucho más actual, potente y diferencial, ampliando su lenguaje más allá del símbolo original.**

Su construcción incorpora una flecha que representa **avance, movimiento y proyección**, manteniendo la referencia al paisaje y al monte Gorbea.



APLICACIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA: Rediseñando un símbolo

A partir de este nuevo símbolo desarrollamos el resto de elementos que construyen la identidad, entre ellos **una tipografía propia creada específicamente para Arratia**, que refuerza su personalidad y consolida un lenguaje visual reconocible.

El resultado es **una identidad renovada**, que no se limita a un nuevo logotipo: **desarrolla un sistema de identidad verbal y visual propio**, construido para reforzar el reconocimiento y diferenciar el territorio.





APLICACIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA: Universo gráfico flexible

La A de Arratia construye un universo gráfico propio, en el que **la flecha** trasciende el logotipo para funcionar como un **recurso visual** capaz de generar composiciones, ritmos y diferentes aplicaciones de la identidad. **El elemento más reconocible de la marca se convierte así en un activo gráfico flexible, memorable y con capacidad para construir sistema.**

A este lenguaje **se incorporan además símbolos propios** asociados a diferentes aspectos del carácter de Arratia, que amplían el universo visual y permiten representar **la diversidad del territorio** de una forma reconocible y versátil.





Lankidetza



Aurrera



Komunitatea



Historia



Partekatu



Zubia



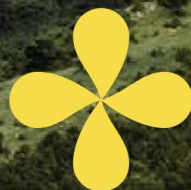
Jasangarria



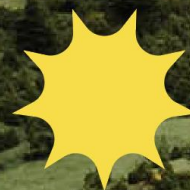
Ibaia



Ezagutu



Nortasun



Udalerriak



Mendiak



Helmuga



Maitea



Jendea



Aniztasuna



Kultura



Natura

APLICACIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA : Universo gráfico flexible

El **amarillo y el azul**, colores históricamente asociados a Arratia, se mantienen como activos reconocibles de la marca. Sobre esta base se desarrolla una **segunda paleta cromática** que amplía las posibilidades del sistema y aporta mayor riqueza y volumen a los diferentes soportes y aplicaciones. A ella se incorpora el rosa como color secundario, pensado para aportar un acento de color diferencial en aplicaciones y momentos puntuales.

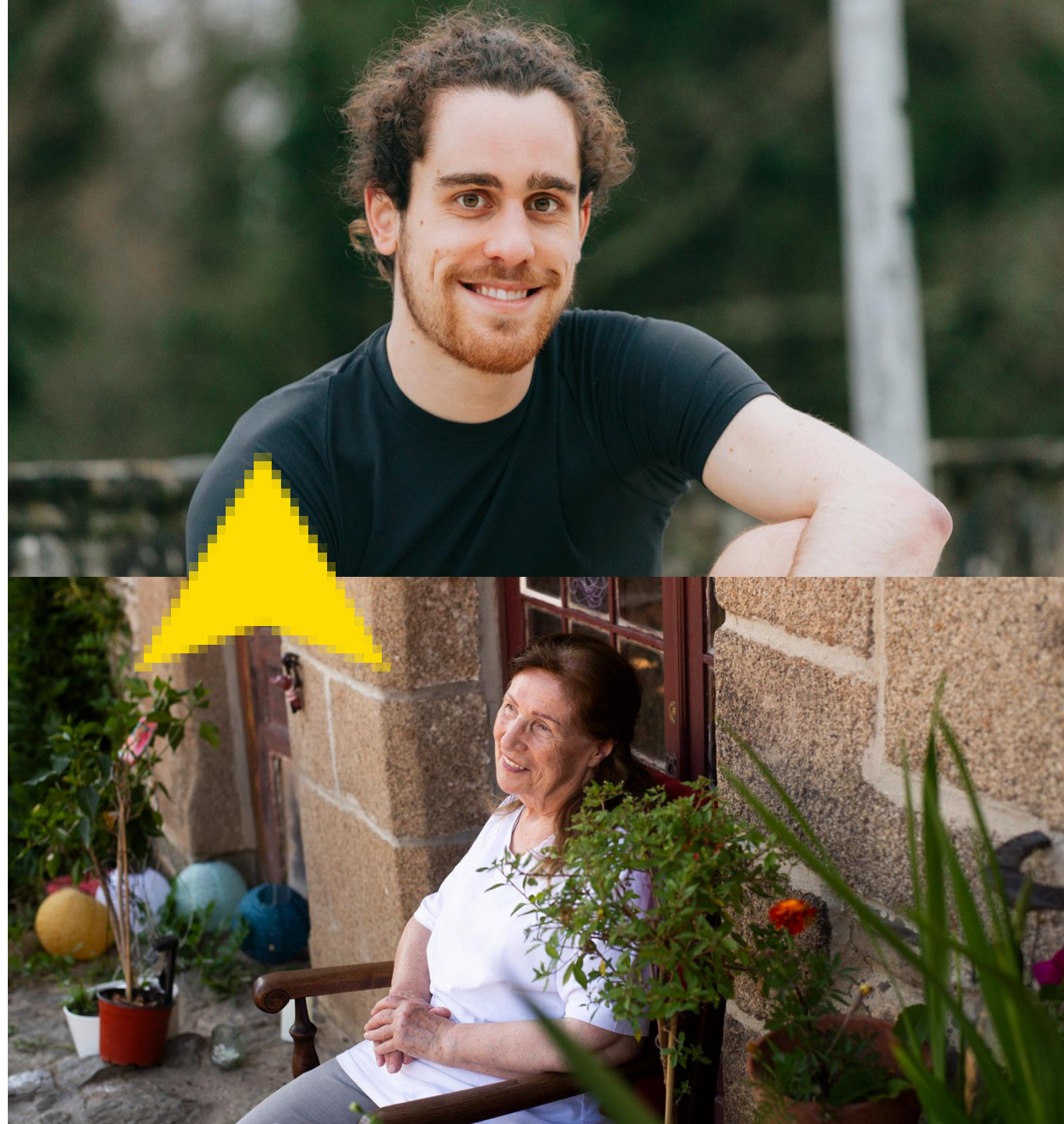
De este modo, **la identidad conserva sus códigos de reconocimiento, pero gana flexibilidad** y capacidad de expresión, adaptándose a diferentes contextos sin perder su vínculo con Arratia.



APLICACIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA: Universo gráfico flexible

Pero si hay un elemento central en la comunicación de la marca son las **personas**. Las fotografías sitúan a los habitantes de Arratia en el centro de la identidad, porque el territorio no se entiende únicamente a través de sus paisajes o su patrimonio, sino a través de quienes lo viven, lo construyen y le dan significado.

El icono, los símbolos, el color y la fotografía construyen un sistema visual común capaz de expresar Arratia desde diferentes perspectivas, poniendo en el centro sus valores **de territorio, identidad y comunidad**.



BEDIA
LEMOA
IGORRE

ÀRRATIA

GEUREA

ARANTZAZU
ARTEA
AREATZA

DIMA
ZEANURI
UBIDE

APLICACIÓN DE IDENTIDAD CORPORATIVA:

Identidad verbal

Desarrollamos una **nueva identidad verbal** capaz de expresar el posicionamiento y la personalidad del territorio. El **tagline “Arratia, geurea”** sintetiza el concepto central de la marca: Arratia es nuestra, de quienes la viven, la cuidan y la construyen.

“Geurea” introduce una dimensión colectiva e inclusiva. **Habla de las generaciones que han construido el territorio y de las que seguirán haciéndolo.**

Así, “Arratia, geurea” funciona como mucho más que un tagline: se convierte en una declaración de identidad y en una herramienta de posicionamiento, capaz de activar **orgullo, pertenencia y vínculo con el territorio.**



RESULTADOS

A nivel estratégico, el proyecto consolida una **marca territorial** con una identidad más contemporánea, cohesionada y preparada para su gestión y **proyección**, capaz de representar la diversidad de Arratia bajo un lenguaje común.

El resultado es una marca que no solo identifica el **territorio**, sino que refuerza su **identidad**, activa el **sentimiento de pertenencia** y proporciona una herramienta para proyectar **Arratia hacia el futuro**.



RESULTADOS

El proyecto ha supuesto **una evolución y reposicionamiento integral de la marca Arratia**, manteniendo los códigos que formaban parte de su reconocimiento y dotándolos de una expresión **más actual, potente y flexible**.

La nueva aplicación de identidad corporativa potencia la presencia y el reconocimiento de la marca, construyendo un **sistema visual propio** alrededor de la A como activo diferencial y desarrollando una **identidad verbal** capaz de condensar el posicionamiento territorial en **“Arratia, geurea”**.







ÂRRATia

GEUREA