



Creación de la nueva identidad visual corporativa de Montilla-Moriles

Proyecto Final de Grado

Grado Multimedia

Creación gráfica

Autor: Arkaitz Olariaga Lejarcegui

Consultor: Ivan Serrano Regol

Profesor: Irma Vilà Òdena

16 de Enero de 2017

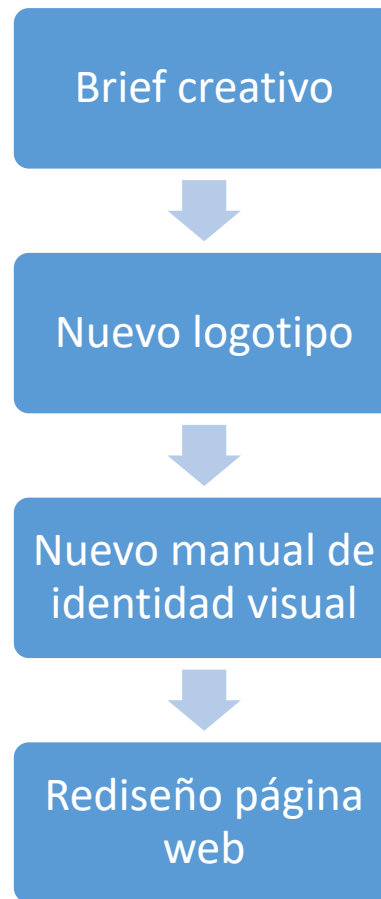
Este trabajo aborda la creación de una nueva identidad visual corporativa para la denominación de origen vinícola española Montilla-Moriles.



Con la creación de la nueva identidad visual se pretende **modernizar** y **rejuvenecer** la marca Montilla-Moriles y conseguir así:

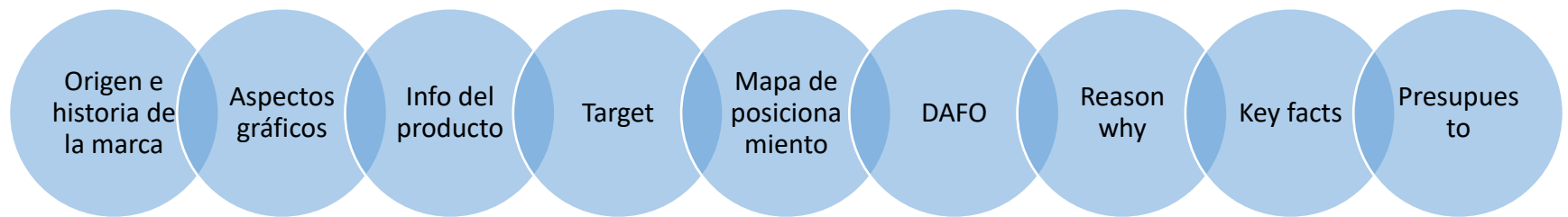
- Mejorar el **posicionamiento** frente a la competencia
- Dejar de ser una marca minoritaria
- **Fidelizar** clientes
- Ofrecer una **experiencia** asociada a la marca

El esquema de trabajo seguido es el siguiente:



Brief creativo

Es el documento donde se incluye información clave para el desarrollo de una campaña:



El documento final debe ser breve, claro y conciso, y contener la información necesaria para tener una amplia visión de la situación de la marca

Nuevo logotipo

Las marcas y la percepción que los clientes tienen sobre ellas cambia constantemente y por ello las marcas deben ser capaces de adaptarse a nuevas realidades económicas, culturales y sociales.

Renovar el logotipo es el primer paso para crear una experiencia asociada al consumo de la marca.

El logotipo debe ser **memorable, reconocible, único y atemporal.**



- Sintetiza la mezquita a través de los arcos
- La forma redondeada recuerda a una uva
- Diseño minimalista
- Arte lineal
- Tipografía creativa

Manual identidad visual

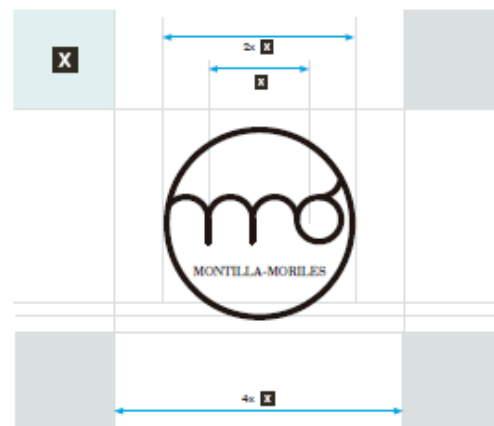
Es el documento de referencia para todos los departamentos implicados en la comunicación de la marca.

El manual de identidad visual especifica:

- Explica el logotipo y su utilización
- Especifica la **construcción** y el **espacio vacío** alrededor del logotipo
- Los **usos incorrectos** del logotipo
- Las **tipografías** corporativas
- Los **colores** corporativos y su aplicación en el logotipo
- Las aplicaciones del logotipo en papelería y otros elementos corporativos.

Construcción y espacio vacío

A continuación se muestra la construcción y las proporciones de las formas, alturas y anchos..
Se debe preservar un área vacía entre los límites del círculo y cualquier otro elemento con el objetivo de preservar y realzar la imagen de marca.



Usos incorrectos



Aplastar



Alargar

Rediseño web

El rediseño de la página web se ha llevado a cabo siguiendo la filosofía del **Diseño centrado en el Usuario**. Se ha situado al usuario en el centro del proceso de diseño, involucrándolo desde los primeros pasos del proceso.

Todas las decisiones de diseño se han tomado teniendo en mente al usuario.

Objetivos de la nueva página web

www.montillamorileswine.com :

- Ofrecer una **experiencia de usuario** de gran calidad
- Mejorar la **usabilidad, funcionalidad y simplicidad**.
- Ofrecer una búsqueda y **navegación sencillas**, claras, **intuitivas y accesibles**.
- Adaptación de la página web al contexto actual.

[Home](#)

[Nuestro vino](#)

[Zona de producción](#)

[Consejo regulador](#)

[Vino y ocio](#)

[Contacto](#)



El mejor vino es el que se
comparte

DESCUBRE NUESTROS VINOS



DULCES DE
LICOR



GENEROSOS
DE LICOR



VINOS
GENEROSOS



VINOS
BLANCOS

Los vinos Montilla Moriles han sido siempre un referente en el mundo tabernario cordobés y andaluz. La taberna, escenario público de vida social, ha sido el lugar donde el vino de Montilla Moriles ha desarrollado todo su esplendor. Los caldos típicos de esta zona se elaboran con diferentes variedades de uva blanca y alcanzan una graduación alcohólica máxima de unos 20%.

DESCÚBRELOS

Zona de producción



VARIEDADES



TIERRA



LOCALIZACIÓN



CLIMA

Consejo regulador

H

HISTORIA

Los viajeros europeos pasaron por los pueblos más importantes de la campiña sur buscando sus afamados caldos y comentaron "Produce un excelente vino generoso, muy seco, poco conocido fuera de España, pero muy apreciado por los entendidos".



ANTECEDENTES

El nombre de Montilla, como aglutinador y representante de una comarca productora de vinos singulares, se fue imponiendo a partir de mediados del siglo XIX. La denominación completa, tal cual es hoy, empezó a sonar a partir de 1891.



FUNCIONES

Los fines del Consejo Regulador son la representación, defensa, garantía, formación, investigación, desarrollo e innovación de mercados y promoción tanto de los vinos y vinagres amparados, como de las Denominaciones de Origen.



IDENTIDAD CORPORATIVA

En esta sección podrás acceder al manual de identidad corporativa de la Denominación de Origen Protegida "Montilla-Moriles". También podrás descargar el nuevo Logotipo de Montilla-Moriles en varios formatos de imagen o vectores.

Vino y ocio



Ruta del vino



Gastronomía



Actividades