



Fotomontajes creados desde los prototipos de diseño

# NUEVA IMAGEN E IDENTIDAD VISUAL CORPORATIVA PARA ULMA

A lo largo del pasado año 2020 y primeros meses del 2021 el Comité de Comunicación del Grupo trabajó y coordinó el proyecto de revisión de la imagen e identidad visual corporativa que, recientemente, ha sido aprobada por los órganos corporativos del Grupo ULMA. Se trata de un importante proyecto de revisión que ha adaptado, ordenado y definido todas las claves gráficas y visuales de ULMA de cara a la próxima década.

Para poner en contexto el proyecto es importante señalar que la Política de Comunicación, Imagen e Identidad del Grupo ULMA viene definida en el POGU y se concreta en la gestión y coordinación de la comunicación externa e interna del Grupo y en el uso y protección de la Marca ULMA. Es, precisamente, en este tema de la Marca donde recae la mayor parte del peso de nuestra Imagen e Identidad Visual Corporativa. El objetivo finalista es construir una imagen e identidad corporativa de Grupo consistente, diferenciadora y sostenida en el tiempo.

## Manual de imagen e Identidad Visual Corporativa

La regulación y normativa, definida y aprobada, se va a concretar en el nuevo Manual de Identidad Visual Corporativa del Grupo ULMA que recogerá todos aquellos aspectos que están vinculados a nuestra imagen e identidad y que serán de obligado cumplimiento. A partir de ahí se desarrollarán los soportes, mensajes y contenidos corporativos que reforzarán la imagen de marca y apoyarán el posicionamiento de nuestros Negocios en sus respectivos mercados.

## OBJETIVOS

1

Consolidar y potenciar nuestra personalidad corporativa para soportar en ella nuestra Cultura Empresarial Cooperativa como Grupo a través de una nueva imagen e identidad Visual más digital y más adecuada al Siglo XXI.

2

Comunicar y proyectar coherentemente nuestros Valores a través de la correcta utilización y aplicación de la Marca ULMA.

3

Trasladar y difundir, de forma reiterada, en todos nuestros mensajes y comunicaciones, un proyecto de Grupo ULMA potente a través de un **Respaldo Fuerte de Marca.**

“

*Queremos sentar las bases y referencias gráficas y visuales de toda nuestra Imagen e Identidad como Grupo de cara a la próxima década*

**CARLOS SARABIA**

Responsable del Área de Marca y Comunicación de ULMA y Coordinador del Comité de Comunicación del Grupo.