A person wearing a red jacket and dark pants stands on a rocky, snow-dusted shore, looking out over a calm lake. The lake perfectly reflects the surrounding snow-capped mountains and the clear blue sky. The scene is set in a high-altitude, mountainous region during what appears to be late afternoon or early morning, with soft lighting on the peaks.

TERNUA 

—  
**TERNUA**  
OUR BRAND  
BOOK

Esta guía ha sido creada para todos aquellos que formáis TERNUA, para que conozcáis cada detalle de la marca, su por qué, su cómo, su para qué. Porque sólo así conseguiréis que, allá donde ella vaya, comunique, refleje e inspire lo mismo. Acude a ella cuando tengas dudas, ganas de saber más o para asegurarte de que, lo que estás haciendo, es TERNUA.

Gracias a todos por formar parte en la construcción de esta marca. Vuestra marca.

## OUR ADN



CONOCE LO QUE LATE DENTRO DE LA MARCA.

- 1.1. A quién nos dirigimos
- 1.2. Qué ofrecemos
- 1.3. Qué nos diferencia
- 1.4. Un relato, una marca
- 1.5. Nuestros Valores

## OUR LOOK & FEEL



CONOCE CÓMO NOS MOSTRAMOS AL MUNDO...

- 2.1. El logotipo
- 2.2. Nuestro Estilo Visual
- 2.3. Aplicaciones Comerciales

## OUR TARGET



CONOCE LOS DIFERENTES USUARIOS A LOS QUE LA MARCA SE DIRIGE.

- 3.1. Mapa Target
- 3.2. Performance
- 3.3. Outdoor Native
- 3.4. Adventurer
- 3.5. Urban Traveller

## OUR VOICE



LAS PALABRAS TIENEN ALAS. CUÍDALAS, MÍMALAS Y ELIGE AQUELLAS QUE REFLEJEN BIEN LO QUE LA MARCA QUIERE DECIR.

- 4.1. Nuestro Tono
- 4.2. Declaración
- 4.3. El tono de nuestros usuarios
- 4.4. Tono Performance
- 4.5. Tono Outdoor Native
- 4.6. Tono Adventurer
- 4.7. Tono Urban Traveller



TERNUA 

---

## OUR ADN

CONOCE LO QUE LATE  
DENTRO DE LA MARCA.

- 1.1. A quién nos dirigimos
- 1.2. Qué ofrecemos
- 1.3. Qué nos diferencia
- 1.4. Un relato, una marca
- 1.5. Nuestros Valores

—  
**À QUIÉN NOS DIRIGIMOS**

—  
TERNUA ES  
LA MARCA  
PARA PERSONAS  
**DE ALMA  
AVENTURERA  
Y ESPÍRITU  
OUTDOOR**  
QUE BUSCAN  
CONECTAR CON  
LA NATURALEZA.



Un alma aventurera que te activa, te mueve, te empuja a descubrir siempre nuevos lugares, experiencias y actividades.

Un espíritu outdoor que te impulsa hacia afuera, al aire libre, a lugares sin paredes ni barreras que conecten con la naturaleza a todas aquellas personas expertas o no, para que respiren aire limpio, corran, anden y disfruten de un entorno natural que les permita sentir la esencia del planeta.





—  
**QUÉ OFRECEMOS**

—  
**LA MARCA OUTDOOR DE  
ALTAS PRESTACIONES  
TÉCNICAS, POLIVALENTES  
Y DE DISEÑO ÚNICO,  
SOSTENIBLE Y RESPETUOSA  
CON EL MEDIO AMBIENTE.**

Nuestra apuesta para conseguirlo: la INNOVACIÓN.  
Una innovación en línea con nuestra filosofía y con  
los ejes fundamentales de la marca:



**COMPROMISO CON EL FUTURO**  
Un compromiso con lo que queremos ser  
y hacer mañana: proteger a las personas  
y al planeta.



**COMPROMISO CON EL PLANETA Y LAS PERSONAS**  
Un concepto que promueve una fabricación sostenible y unos  
principios que trabajan por el desarrollo, interactuando con el  
medio natural y las personas de una forma armónica y ética.

## — QUÉ NOS DIFERENCIA

# — PROTEGEMOS AL PLANETA Y A LAS PERSONAS

Porque nacimos con un claro espíritu de protección.

Una protección que está en nuestra historia y en nuestro ADN. Cada paso que damos cumple con procesos sostenibles y respetuosos que puedan devolver a la tierra lo que ella nos ha dado.

Protegemos. Ese es nuestro compromiso, nuestra esencia y nuestra razón de ser.

Proteger la tierra y a las personas de alma aventurera y espíritu outdoor para que puedan conectar con la naturaleza y que, como nosotros, sientan también que la están protegiendo.



## UNA MARCA UN RELATO

# OUR NATURE

Ternua es la marca que viste a aquellas personas de alma aventurera y espíritu outdoor que buscan conectar con la naturaleza. Personas que recargan su energía al aire libre con prendas de altas prestaciones técnicas, polivalentes y de diseño único. Una marca comprometida y sostenible que protege al planeta y a las personas desde un símbolo que representa la relación y el respeto entre ambas.

No vendemos sólo ropa... Vendemos aquello que significa llevarla. Somos la marca de quienes salen, viajan, buscan, encuentran... de quienes conectan con la naturaleza y eligen lanzar un mensaje de protección al mundo. Un mensaje que se respira en la transparencia de nuestros procesos y la calidad de nuestros productos, en la innovación que nos permite desarrollar las soluciones más avanzadas, sostenibles, y mirar al futuro...

En nuestro Símbolo. En cumplir para que cada uno de nuestros pasos sea fiel a la esencia que late en su historia. Porque de ella nacimos. Del espíritu aventurero, de superación y respetuoso de los valientes balleneros. Y ese es el camino, hoy y siempre: necesitar y devolver al Planeta lo que él nos ha dado, respetando la naturaleza y a las personas sin destruir ni una mínima parte esencial de ellas.

Porque ellas tienen el poder de cambiarlo todo. Y nosotros el compromiso de protegerles... De protegerlo. Esa es nuestra naturaleza: sostenible, respetuosa, aventurera. Una naturaleza enraizada e innata que nos da los medios, la fuerza y la perseverancia para construir una tierra mejor.

**Una tierra nueva.**





—  
**NUESTROS VALORES**

—  
**INNOVACIÓN  
DISEÑO  
SOSTENIBILIDAD  
ESPÍRITU OUTDOOR  
CRAFTSMANSHIP**

Nuestros valores marcan nuestro camino. Cada paso que damos refleja nuestro compromiso con ellos y nuestra pasión por mantenernos fieles al espíritu de superación y respetuoso que los hizo posibles.



---

## OUR LOOK & FEEL

CONOCE CÓMO NOS  
MOSTRAMOS AL MUNDO...

- 2.1. El logotipo
- 2.2. Nuestro Estilo Visual
- 2.3. Aplicaciones Comerciales

2.1.

## EL LOGOTIPO

El logotipo es la cara más visible de nuestra marca. Es nuestro nombre, nuestro primer “hola”...

Y, en estas páginas que siguen, vamos a explicarte y mostrarte, cómo usarlo.

## 2.1.1. Versiones de logotipo

> Dependiendo de la pieza o del espacio disponible, nuestro logotipo debe funcionar de diferentes maneras:

Logotipo Ternua Group



**TERNUA**  
GROUP

Este logotipo se utilizará en todas las piezas corporativas, como por ejemplo, papelería en general, firma de mail, notas de prensa..

Logotipo Ternua



**TERNUA**

Utilizaremos este logotipo para todas las piezas comerciales, de producto, de marca, etc. Por ejemplo: etiquetas de producto, cartelería, publicidad, patrocinios, ferias, etc.

Logotipo Ternua con claim



**TERNUA**  
non gogoa, han zangoa

La utilización de este logotipo se reserva para aquellas piezas que permitan explicar el significado de nuestro claim, como por ejemplo: catálogo, magazine, vídeos...

## 2.1.2. Versiones de logotipo

> Dependiendo de la pieza o del espacio disponible, nuestro logotipo debe funcionar de diferentes maneras:

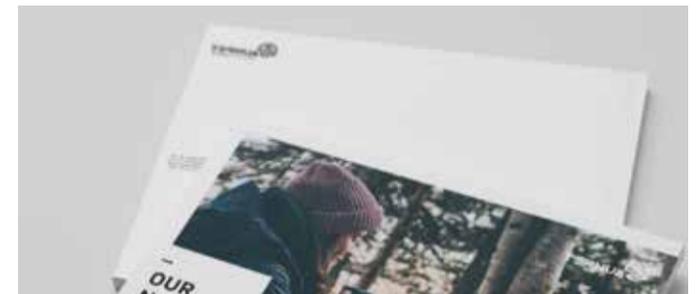
Logotipo Ternua Group



Logotipo Ternua



Logotipo Ternua con claim



## 2.1.3. El logotipo corporativo de Grupo

> Composición del Grupo.

La composición prioritaria de la marca es su conjunto completo como unidad, es decir Ternua Group con sus 3 marcas comerciales: Astore, Ternua y Lorpen, quedando Ternua siempre en el medio.

Para consultar estándares universales de este logotipo consultar Guía de Identidad de Ternua Group.

**TERNUA**  
GROUP



2.1.4.  
El logotipo Ternua comercial



# 2.1.5. Color Logotipo

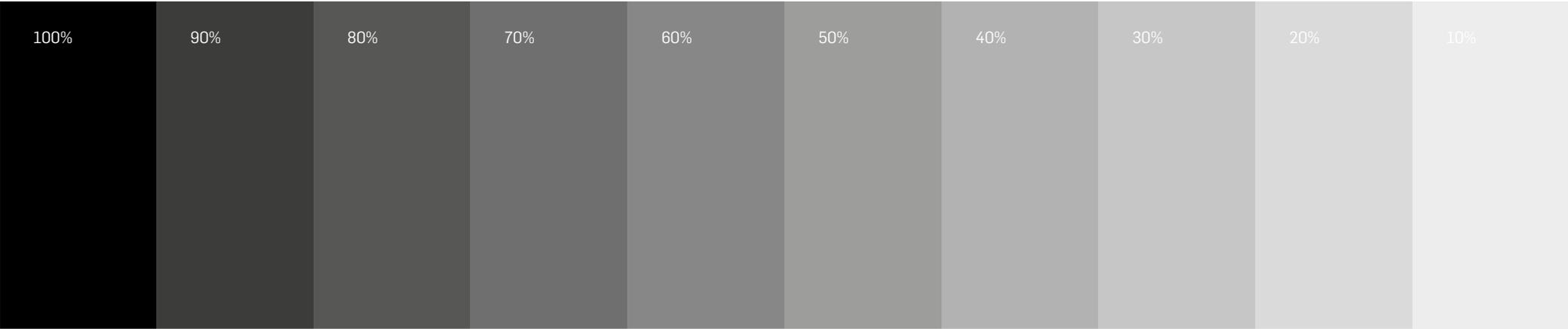
> El color de nuestro logotipo es blanco o negro, dependiendo de la superficie sobre la que éste se presente, de tal manera que sea perfectamente legible.

Black	C	000	R	000	Website	RAL
	M	000	G	000	# 00000	9011
	Y	000	B	000		
	K	100				

White	C	000	R	255	Website	RAL
	M	000	G	255	# fffff	9010
	Y	000	B	255		
	K	000				

# 2.1.5. Color Logotipo

> Utilizaremos todo el rango cromático que va desde el negro puro hasta el blanco, utilizando así toda la gama posible de grises intermedios para asegurar así su legibilidad y visibilidad.



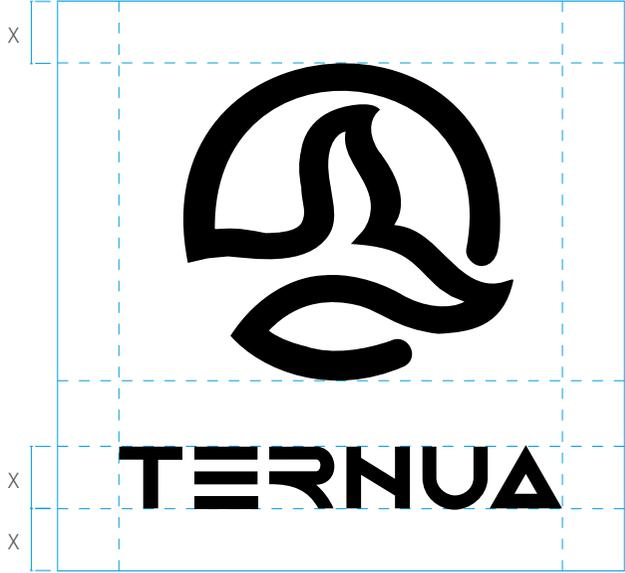
## 2.1.6. Área de protección

- > El espacio de seguridad del logotipo debe tener como mínimo una distancia «X» de separación con el resto de elementos, tal y como se muestra a continuación. Este espacio no podrá ser invadido en ningún caso por otros elementos como texto, otras marcas, etc.



2.1.6.  
Área de protección

> Lo mismo sucederá con la versión vertical de nuestro logotipo.



## 2.1.7. Versiones de logotipo

> Dependiendo de la pieza o del espacio disponible, nuestro logotipo debe funcionar de diferentes maneras:

Logotipo Comercial



Para aquellas piezas y espacios comerciales de comunicación de marca.

Versión Horizontal



El imagotipo + el nombre en versión VERTICAL, en aquellas piezas especiales o en las que el tamaño o el área disponible lo no permita otra aplicación.

Trademark



En aquellas piezas especiales de naturaleza diferente, o en aquellas piezas en las que el tamaño reducido impida ninguna de las aplicaciones anteriores.

## 2.1.7. Versiones de logotipo

> La marca funciona sobre cualquier color plano. Hay que tener en cuenta que en función de los colores de fondo que se usen, cambiará el color del logotipo, utilizando siempre, blanco o negro y toda su gama de grises.

Logotipo Comercial



Versión Horizontal



Trademark



## 2.1.8. Reductibilidad

> Que nuestra marca se lea y se vea allá donde vaya, es muy importante. Por eso, te mostramos aquí los tamaños mínimos hasta los que puedes reducir cualquiera de las versiones del logotipo.

En caso de tener que aplicar el logotipo de otra forma diferente a los usos correctos comentados en esta guía, consultar con los responsables de comunicación y marketing de TERNUA.

Logotipo Comercial

Versión Horizontal

Trademark



## 2.1.9. Usos Erróneos

> Por favor, ten en cuenta lo que te mostramos a continuación para que no cambies la forma, perspectiva o efectos del logotipo.

**X** No alteraremos la marca



**X** No utilizaremos degradados



**X** No añadiremos efectos



**X** No usaremos colores no corporativos



**X** No usaremos perspectivas



**X** No utilizaremos la marca sin el imagotipo



**X** No usaremos opacidad



**X** No delinearemos la marca



**X** No usaremos efectos 3D



2.2.

## **Nuestro Estilo Visual**

Así nos verá el mundo... Con estos colores, esta tipografía y de la mano de este tipo de imágenes. Te presentamos y explicamos qué criterios debes seguir a la hora de elegirlos.

## 2.2.1. Imagen

> Tal y como hemos visto en la página 16, nuestro logotipo es blanco, negro o cualquier gris de la gama. Por eso mismo, nuestras imágenes no tienen límite de color... Ellas serán las que añadan color a las piezas.





---

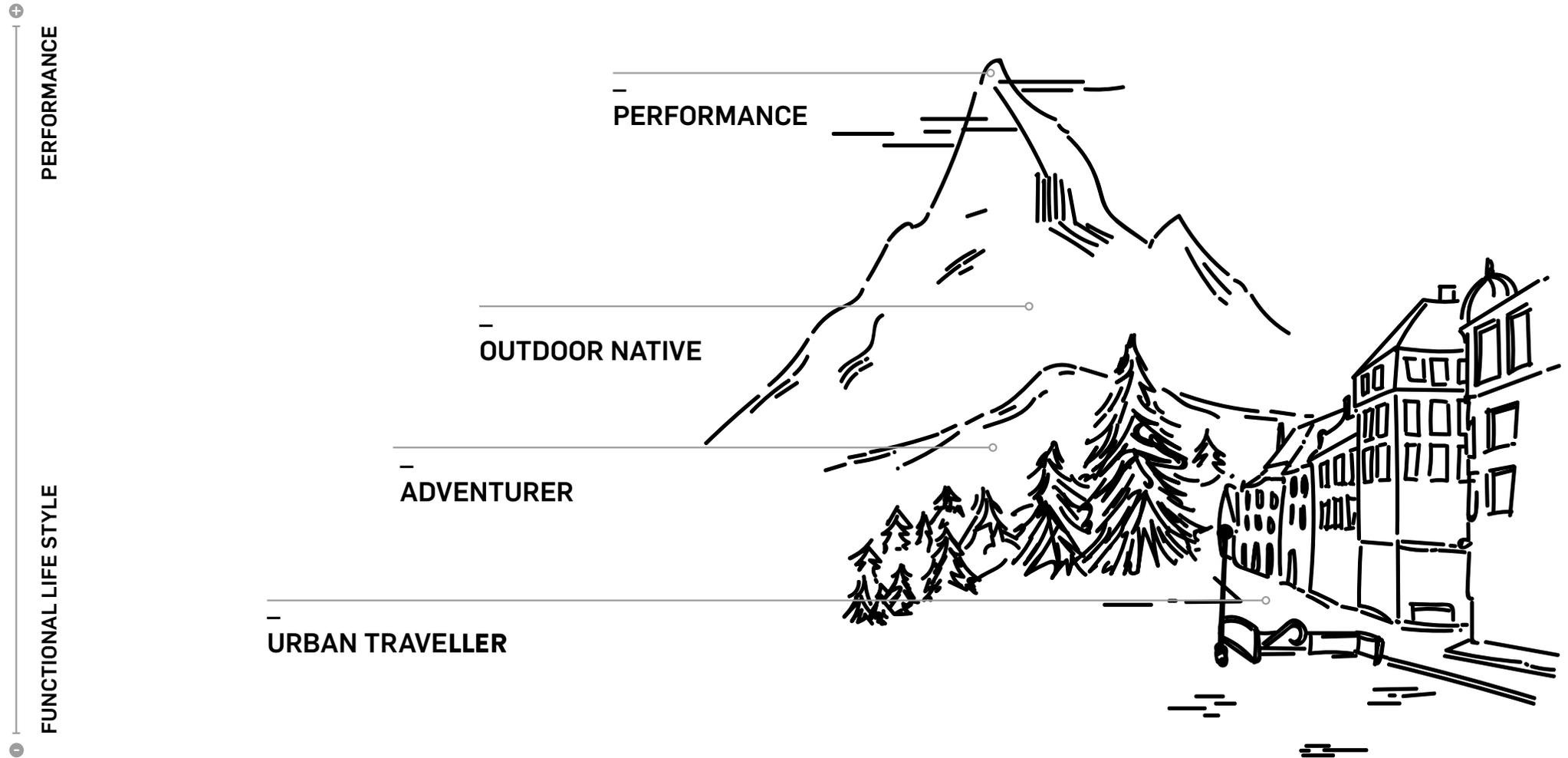
## OUR TARGET

CONOCE LOS DIFERENTES  
USUARIOS A LOS QUE LA  
MARCA SE DIRIGE.

- 3.1. Mapa Target
- 3.2. Performance
- 3.3. Outdoor Native
- 3.4. Adventurer
- 3.5. Urban Traveller

### 3.1. Mapa Target

> Los productos Ternua se dirigen a una amplia variedad de usuarios que, por el tipo de actividad que practican, su personalidad y estilo de vida, requieren un tratamiento diferente y concreto. Sólo así conseguiremos conocerles plenamente y saber lo que buscan.



---

# PERFORMANCE

UN PERFIL EN EL QUE SE DIBUJAN DOS REALIDADES DIFERENTES...

## 1. THE COMPETITOR:

Aquella persona a la que el rendimiento le motiva por encima de todo. Buscar su marca, mejorarla, superarla y, con ello, superar a otros... Un perfil muy exigente que prioriza su tiempo para entrenarse y, lograr así, conseguir sus metas, y encontrar otras nuevas que perseguir...

## 2. THE SELF-COMPETITOR.

Una persona rigurosa, estricta con lo que hace y lo que elige. Un perfil gran conocedor del terreno que pisa, al que le gusta ser exigente, sobre todo, consigo mismo, por lo que entrena diariamente midiendo sus tiempos y nivelando él mismo su esfuerzo.

Ambos perfiles son grandes descubridores de nuevos productos y tecnologías que les ayuden a superar sus retos. Solitarios en la práctica ya que, otros, pueden ser motivo de "freno"...

### PALABRAS CLAVE

Rendimiento

Descubridores

Exigencia

Sufridores

Competición

Extremos



### 3.3. Outdoor Native

## — OUTDOOR NATIVE

### DESCRIPCIÓN

Se siente instintivamente atraído por toda actividad que lo sitúe al aire libre. No corren pendientes de un reloj, ni de batir su mejor marca. Parar, charlar, hacen fotos... Salir al aire libre siempre ha sido parte de su estilo de vida y lo hacen equilibrando su pasión personal por actividades más extremas con planes familiares o en compañía de amigos.

### PALABRAS CLAVE

Practica por disfrute

Estilo de vida

Actividades en familia / entre amigos



## 3.4. Adventurer

# ADVENTURER

### DESCRIPCIÓN

El adventurer valora la oportunidad de conocer y experimentar las mil y una sensaciones que ofrece el aire libre. Esas sensaciones que saquen su "yo" más natural, aventurero y salvaje. Entiende que el camino es parte del viaje y elige para andarlo transportes que le ayuden a relacionarse con personas locales.

### PALABRAS CLAVE

Aventura

Descubrir

Intrépido

Experiencia

Vacaciones



## 3.5. Urban Traveller

# URBAN TRAVELLER

### DESCRIPCIÓN

El asfalto es el lugar en el que vive y en el que practica actividades, pero los fines de semana, con más tiempo, elige moverse también por las afueras para descubrir nuevos lugares. Muy sociable y más “occidentalizado”, apuesta por vivir la ciudad de una manera más activa.

### PALABRAS CLAVE

Urbano

Ciudad

Disfrute

Movimiento





—  
**OUR  
NATURE**

—  
**OUR NATURE.**  
NUESTRA  
DECLARACIÓN.

Contiene la esencia de nuestra razón de ser, refleja unas intenciones que enganchan y seducen al usuario con un tono más pasional. Es nuestra promesa HOY, pero puede CAMBIAR CON EL TIEMPO.

Qué significa:

Fiel, sostenible, aventurera. Esa es nuestra naturaleza. Una naturaleza que nos une con aquellos que piensan y sienten lo mismo que nosotros y nos hace sentirnos parte de un todo mucho más grande...

Una naturaleza innata que tiene el poder de cambiarlo todo, y que nos da la fuerza para construir una tierra mejor. Una tierra nueva.

Fieles a lo que nos vio nacer, toda la información contenida en esta guía nos ayudará, a ti, a nosotros, a todos, a mantener el rumbo allá donde vayamos, allá donde vaya la marca.

Gracias por hacerlo posible.