La Comunidad Portuaria de Cádiz renueva su imagen corporativa

La asociación para la promoción del Puerto de Cádiz, Cádiz-Port, ha presentado y aprobado, en el transcurso de la última Asamblea General, su nueva identidad corporativa.

Esta renovación toma como punto de partida la historia de la marca, lo que ha permitido que la nueva imagen conserve la personalidad de la Asociación, en un formato más legible, moderno y novedoso.

Siguiendo las líneas de la versatilidad y la innovación, se ha conseguido representar la esencia de Cádiz-Port en esta nueva identidad visual, la cual será introducida progresivamente en las comunicaciones de la Asociación.

La imagen y sus correspondientes aplicaciones gráficas, han sido fruto de diversos estudios de la arquitectura y diseño de la identidad actual, vigente desde el origen de la asociación desde el año 1997.

La nueva imagen corporativa responde sin lugar a dudas al deseo de las empresas asociadas de poder expresar de forma gráfica y sencilla la voluntad de Cádiz-Port: La innovación y la renovación frente al movimiento y los cambios de un sector en continuo movimiento.

La Asociación de la Comunidad Portuaria de Cádiz, Cádiz-Port, fue constituida en el año 1997, y acoge a un conjunto de empresas y entidades directa o indirectamente ligadas a la actividad marítima, cuya razón de ser, estriba en el logro de la mayor promoción del Puerto de la Bahía de Cádiz.

Una asociación que lleva por bandera sus peculiaridades geográficas y técnicas, y su proyección como uno de los más importantes puntos marítimos de encuentro intercontinental. Actualmente, cuenta con casi una cuarentena de asociados que representan los distintos sectores que operan en el puerto.