

MANUAL **IDENTIDAD** **CORPORATIVA**

1

Elementos básicos

Logotipo

La nueva imagen de marca de ORIVA - INTERPROFESIONAL DEL ACEITE DE ORUJO DE OLIVA, basa gran parte de su carga visual en una atractiva composición gráfica que aúna los elementos esenciales que evocan a esta organización, al producto y a las materias primas.

Visualmente el logotipo transmite modernidad, elegancia y naturaleza, gracias a su colorido y representativo símbolo. Por su parte la tipografía, sobria y elegante, otorga a la imagen la serenidad y estabilidad que lo equilibra.



El símbolo

Constituye un elemento diferenciador de la marca, tanto por su carga visual como por su significado.

La combinación de la letra "o" con un par de hojas, nos traen la oliva como materia prima. Este anagrama nos evoca al orujo de oliva y nos sitúa en el sector, además de introducir el producto resultante del trabajo de la Interprofesional.

Además, aporta color al conjunto de la identidad corporativa, con todos los significados que transmite el verde: medio ambiente, sostenibilidad, simpleza, limpieza, naturaleza, confianza, seguridad, etc.



Construcción gráfica de la marca

Se ha utilizado una retícula con el fin de facilitar la reproducción de la marca a tamaños especialmente grandes, donde no se puede usar fotomecánica.



Usos del logotipo / Uso horizontal

Para papelería o en firmas digitales, se podrá utilizar una aplicación horizontal del logotipo, tal como se muestra en la imagen. Esto es debido a que, dadas las características del medio, así se facilita su legibilidad y entendimiento.



Usos del logotipo / Reducción mínima

El logotipo puede ampliarse y reducirse a escala siguiendo las pautas aquí mencionadas. La reducción será de hasta un mínimo de 30 mm de ancho por 12,8 mm de alto para optimizar su legibilidad.

Estas indicaciones son válidas para los soportes externos, folletos u otras piezas que no recoge este manual. La reducción mínima no afecta a la papelería.



30mm

Usos del logotipo / Área de seguridad

Para aplicar y percibir el logotipo de manera óptima en, determinamos una área de seguridad que establece una distancia mínima de 5mm respecto a los textos y elementos gráficos .



Usos incorrectos

El logotipo, símbolo o construcción de marca no puede ser alterado en cuanto a proporción original entre sus elementos, colores u orden de los mismos.

En todo momento debe utilizarse como una única construcción gráfica inalterable e indivisible para garantizar su correcto uso, legibilidad y uniformidad.



2

Complementos técnicos

La tipografía y el color

El diseño corporativo de un producto/marca tiene como objetivo fundamental ofrecer una imagen sólida y unificada a través de la comunicación visual y audiovisual.

El uso de la tipografía corporativa es imprescindible para su comunicación. El color contribuye a la mejora de la visualización de la marca y a su memorización.



**INTERPROFESIONAL
DEL ACEITE DE ORUJO
DE OLIVA**



**INTERPROFESIONAL
DEL ACEITE DE ORUJO
DE OLIVA**

La tipografía

La tipografía utilizada para la imagen de marca es Gotham en sus versiones "regular" y "bold", una fuente elegante, sólida y con mucho carácter, que respira modernidad y otorga geometría al conjunto de la marca. La tipografía del naming está intervenida, para otorgarle mayor personalidad a la marca.

Gotham regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Aa Bb Cc Dd 1234

Gotham Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

Aa Bb Cc Dd 1234

El color

Los colores principales de la marca son verde y negro. Los dos verdes presentes en la hojas contextualizan la marca y le añaden valores de sostenibilidad a la organización. El negro da seriedad y elegancia al conjunto.

Planteamos la opción del degradado dorado en lugar de los verdes del detalle de las hojas como alternativa. Este dorado se usará para aplicaciones especiales, y otorga mayor calidad a los atributos de la marca.

Los colores corporativos son el PANTONE Black7C (negro), el PANTONE 7739C (verde1), el PANTONE 7731 (verde2) y el PANTONE 103C.

También queda representada su conversión a CMYK.



Pantone Neutral Black C



CMYK: (0,0,0,95)



Pantone 7739C



CMYK: (75,1,74, 0)



Pantone 7731



CMYK: (79,17, 81,2)



Pantone 103C



CMYK: (35,24,100,0)



Pantone 111C



CMYK: (34,38,100,0)

Versión blanco y negro

Para la impresión en blanco y negro sobre fondo blanco se usará por defecto la marca en negro.

En la impresión sobre fondo negro, la utilizada será la versión en negativo.



Versión escala de grises

La impresión en diferentes escalas de grises será la utilizada oficialmente en toda impresión y/o representación de la marca en soportes ausentes de color.



