

Manual de identidad corporativa



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

1 Identidad básica

El símbolo.....	4
La marca.....	5
Colores corporativos.....	9
Criterios de reproducción.....	10
Tipografías corporativas.....	14
Tipología de las imágenes.....	16
Imágenes corporativas.....	17
Indianas.....	18

2 Papelería

Formatos.....	20
Calidades.....	21
Papel de carta.....	22
Tarjeta de visita.....	23
Tarjetón.....	24
Sobre DL.....	25
Sobre CD.....	26
Sobre C5.....	27
Sobre C4.....	28
Sobre C3.....	29
Carpeta.....	30

3 Comunicación

Recurso.....	32
Arquitectura y formatos.....	33
Convivencia de marcas.....	34
Folletos.....	39
Publicidad.....	44
Publicaciones.....	48
Notas de prensa.....	51
Presentaciones Power Point...	52
Recurso para titulares.....	54

4 Formatos digitales

Web.....	56
Newsletter.....	58
Firma digital.....	60
Perfil en las redes sociales.....	61

5 Eventos y ferias

Estands.....	63
Instands.....	68
Photocall.....	71
Indumentaria.....	72

6 Merchandising

Gafas de sol.....	76
Bolsa.....	77
Cucharas.....	78
Pincel de cocina.....	79
Mandil.....	80
Lápiz y bolígrafo.....	81
Cuaderno.....	82
USB.....	83

Identidad básica

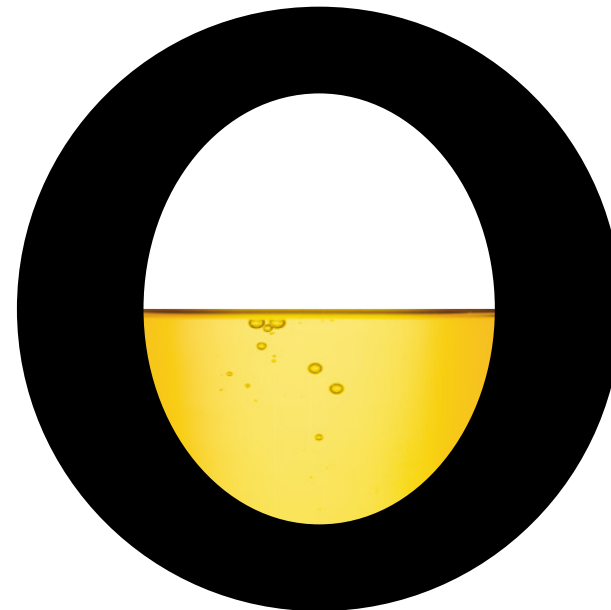
A continuación se describe y normaliza la marca y se establecen los elementos comunes que constituyen su nueva identidad visual. Es importante insistir en la necesidad de una correcta y minuciosa aplicación de estas normas básicas de diseño para lograr que la identidad perdure.

1

El símbolo

El símbolo es un elemento fundamental en la composición de nuestra marca. Destaca por su pregnancia y capta la atención del observador gracias a su simplicidad, equilibrio y estabilidad.

Representa la síntesis de la oliva, materia prima de nuestro producto, y en su interior encontramos su esencia, el aceite de oliva. Es, además, la inicial de *oliva* (español) y de *olive oils* (inglés).

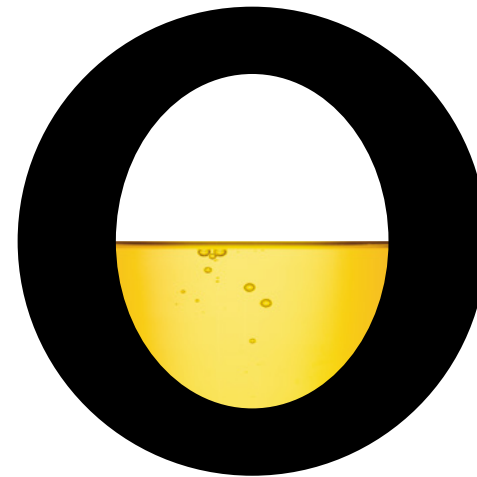


La marca

La marca de Aceites de Oliva de España se expresa de una manera sencilla, directa y moderna, y está diseñada con el propósito de otorgar una imagen sólida y de difusión de la nueva identidad.

La marca es la unión entre símbolo y logotipo y permite su identificación de manera léxica y visual. El símbolo es el elemento gráfico que nos vincula directamente al concepto de aceite y su valor saludable.

El logotipo es la resolución tipográfica de la marca verbal y ha sido construido a partir de las tipografías Vegur Bold y Centro Slab Pro Black. La conjunción de ambas tipografías busca el equilibrio entre tradición y modernidad.



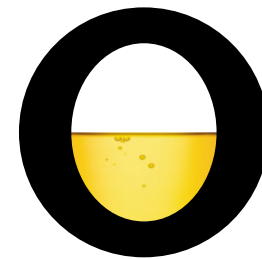
**ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA**

Variantes normalizadas

Se normalizan dos variantes horizontales de la marca concebidas para ser usadas en tamaños pequeños y/o soportes alargados (rótulos, lápices, pinceles, etc.).



**ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA**



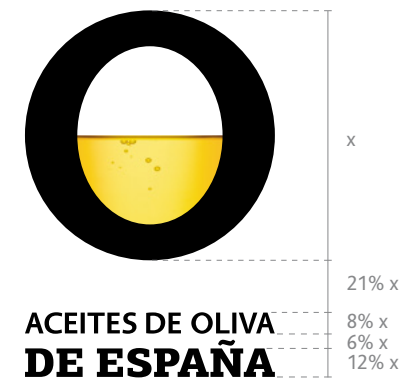
**ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA**



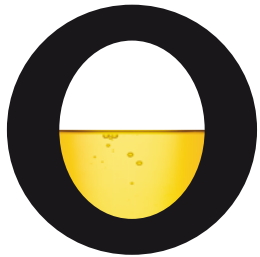
ACEITES DE OLIVA DE ESPAÑA

Criterios de construcción

Las marcas han sido creadas siguiendo unas pautas de construcción determinadas, que se muestran a continuación.



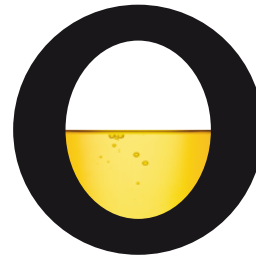
Idiomas



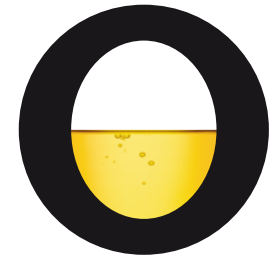
ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA



OLIVE OILS
FROM SPAIN



OLIVENÖLE AUS
SPANIEN



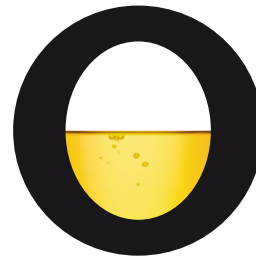
HUILES D'OLIVE
D'ESPAGNE



AZEITES DE OLIVA
DA ESPANHA



ОЛИВКОВОЕ МАСЛО
ИЗ ИСПАНИИ



西班牙橄榄油

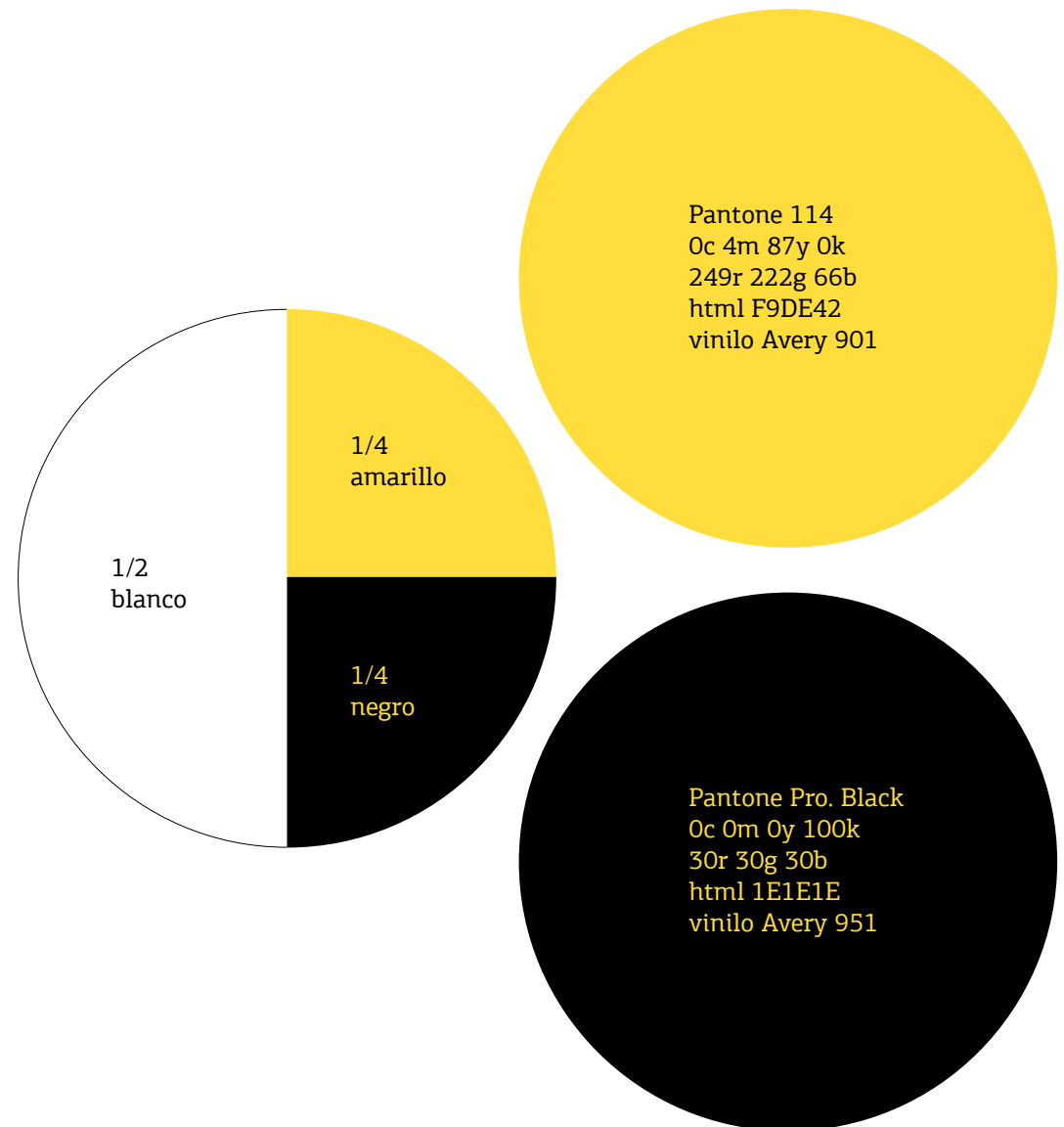


スペイン産
オリーブオイル

Colores corporativos

Se presentan los colores corporativos y la proporción aproximada que deben mantener entre ellos.

El blanco es un color muy importante en la imagen de Aceites de Oliva de España, por lo que se destinará una mayor proporción del espacio disponible a este color. El amarillo y el negro comparten importancia, y su uso exacto dependerá del soporte en cuestión.



Criterios de reproducción

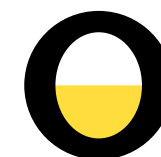
Reproducción en color



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

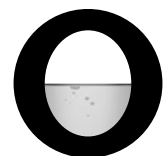
Se especifican las adaptaciones de la marca para tener la mayor percepción posible de los diferentes tipos de fondo en que deberá actuar.

La marca se reproducirá siempre que sea posible en color, con la imagen del aceite. Se procurará su aplicación sobre fondo blanco. Cuando el sistema de impresión no permita 4 tintas, se prescindirá de la imagen del aceite.

Se normaliza la reproducción en grises y en pluma solamente para las ocasiones en las que el sistema de impresión lo requiera.

Encima de la imagen corporativa del aceite, se aplicará la marca en pluma negro.

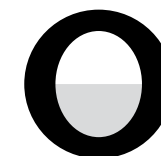
Reproducción en gris



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

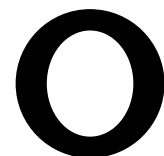


ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

Reproducción en pluma



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

Reproducción sobre imagen corporativa



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

Reproducción sobre color

La marca solo se reproducirá con la imagen del aceite sobre fondo blanco o amarillo corporativo (pantone 114).

Encima de cualquier otro fondo de color se aplicará la marca en pluma blanco (sobre fondo oscuro) o negro (sobre fondo claro).



Reproducción sobre imagen

En caso de existir una imagen de fondo se aplicará la marca en pluma blanco o negro, según el color de fondo y procurando siempre una óptima legibilidad.



Visibilidad de la marca

Los elementos gráficos han sido definidos para que funcionen tanto en tamaños grandes como en tamaños pequeños.

El tamaño mínimo al que se puede reducir la marca garantiza su correcta legibilidad y reproducción. Se establece la altura de la marca como constante definitoria.

Debe dejarse libre el espacio de respeto alrededor de la marca para no entorpecer su visualización. Se establece la altura del logotipo como constante definitoria.

Tamaño mínimo



Espacio de respeto



Tipografías corporativas

Tipografía principal

Centro Slab Pro

Centro Slab Pro Light
Centro Slab Pro Regular
Centro Slab Pro Bold
Centro Slab Pro Black

Se normaliza la familia tipográfica Centro Slab Pro como tipografía principal, y la Kozuka Gothic Pro y la STHeiti como tipografías secundarias. En la página siguiente se definen los usos de cada una de ellas.

Algunas aplicaciones informáticas (Power Point, Keynote, *email*, etc.) no permiten una correcta visualización de las tipografías corporativas. En estos casos se podrán usar las tipografías de sistema Lucida Bright y Verdana, presentes en la mayoría de los sistemas operativos.

Tipografías secundarias

Kozuka Gothic Pro

Kozuka Gothic Pro L	オリーブオイルスペイン
Kozuka Gothic Pro M	オリーブオイルスペイン
Kozuka Gothic Pro B	オリーブオイルスペイン
Kozuka Gothic Pro H	オリーブオイルスペイン

STHeiti

STHeiti Light	西班牙橄榄油
STHeiti	西班牙橄榄油

Tipografías de sistema

Lucida Bright

Lucida Bright Regular
Lucida Bright Bold

Verdana

Verdana Regular
Verdana Bold

Usos

Se normalizan distintas tipografías según soportes (comunicación y formatos digitales) y alfabetos (occidental, cirílico, chino y japonés). Aquí se muestra un cuadro explicativo sobre los criterios tipográficos.

	COMUNICACIÓN		FORMATOS DIGITALES	
OCCIDENTAL	Titulares:	Centro Slab Pro	Titulares:	Centro Slab Pro
	Texto general:	Centro Slab Pro	Texto general:	Kozuka Gothic Pro
CIRÍLICO	Titulares:	Centro Slab Pro	Titulares:	Centro Slab Pro
	Texto general:	Centro Slab Pro	Texto general:	Kozuka Gothic Pro
CHINO	Titulares:	STHeiti	Titulares:	STHeiti
	Texto general:	STHeiti (light)	Texto general:	STHeiti (light)
JAPONÉS	Titulares:	Kozuka Gothic Pro	Titulares:	Kozuka Gothic Pro
	Texto general:	Kozuka Gothic Pro	Texto general:	Kozuka Gothic Pro

Tipología de las imágenes

Aquí se muestran, a modo de ejemplo, algunas imágenes para usar en comunicación.

Las imágenes que se utilicen para la comunicación de la identidad no tendrán ningún tratamiento formal específico, aunque siempre habrá que mostrar una apariencia agradable y apetecible del producto.

En caso de aparecer figuras humanas, se evitará el uso de fotografías con gente en actitudes forzadas.



Imágenes corporativas

Se presentan tres imágenes corporativas.

Podrán usarse indistintamente en las diferentes aplicaciones, según convenga mostrar más o menos cantidad de burbujas.

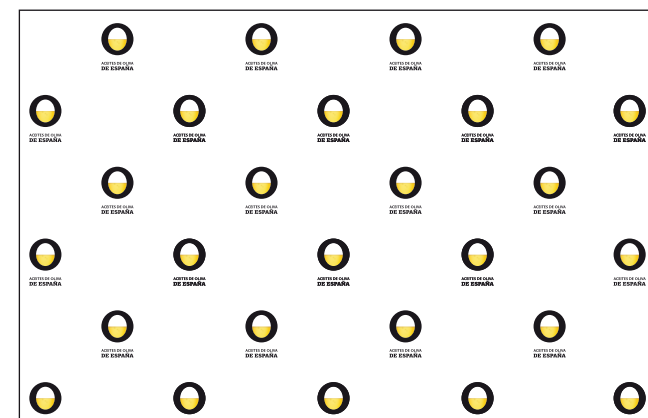
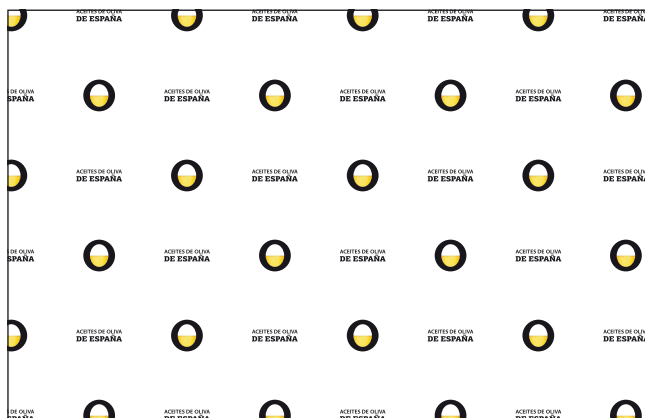
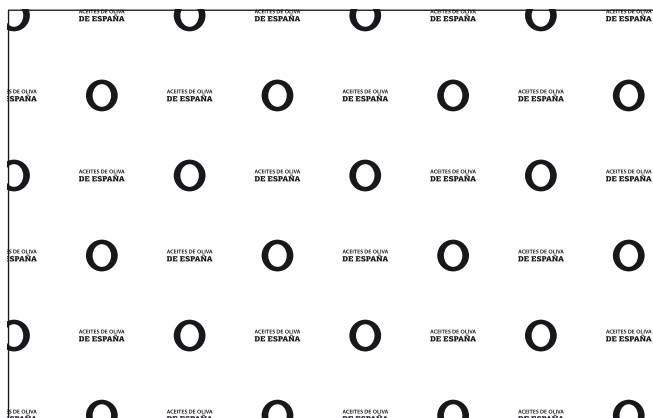
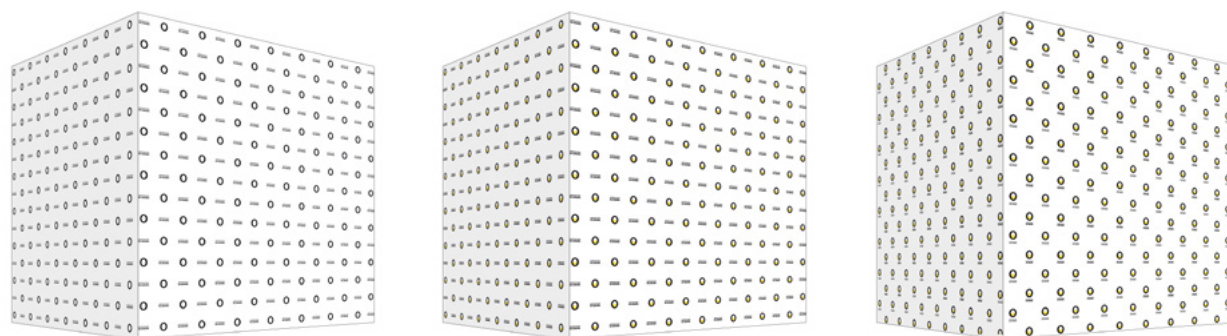
Para cada aplicación se usará el encuadre más conveniente.



Indianas

Se establecen tres diseños de indiana para posibles aplicaciones en fondos, objetos de regalo y publicidad.

Si el sistema de impresión o el soporte en cuestión lo requiere, podrá usarse la variante del símbolo en pluma.



Papelería

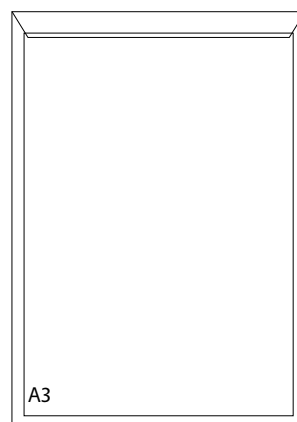
La papelería se constituye como un elemento fundamental de comunicación entre Aceites de Oliva de España y sus *stakeholders*: clientes, usuarios, proveedores y la propia empresa. Creada con el objetivo de identificar la empresa visualmente, se ha diseñado a partir de sus elementos comunes de identidad.

2

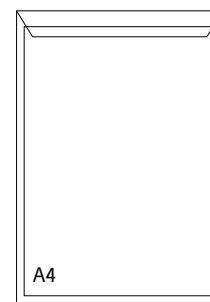
Formatos

Las medidas que se dan a los diferentes elementos del sistema se rigen por las normas DIN, de uso habitual en la mayoría de las instituciones e imprentas. Se usarán piezas de dos grupos de formatos: DIN A para papeles, impresos,... y DIN C para todo tipo de bolsas.

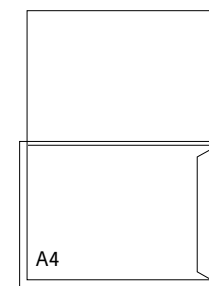
Como excepción a esta norma se encuentran aquellos soportes que utilizan circuitos informáticos, o que están en papel continuo o bien en algún formato especial. En las ilustraciones adjuntas se presentan los formatos de impresión más usuales, su plegado y los diferentes sobres que les corresponden.



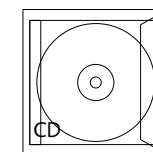
C3



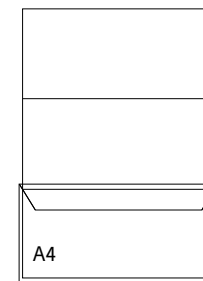
C4



C5



Cuadrado



DL

DIN	A	C
3	297 x 420	324 x 458
4	210 x 297	229 x 324
5	148 x 210	162 x 229

OTROS	
DL	220 x 110
Cuadrado	170 x 170

Calidades

Para toda la papelería se usará la gama Splendorgel Extra White de Fedrigoni.

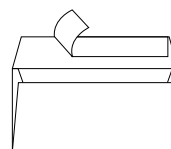
Esta gama presenta una superficie aterciopelada, un blanco muy agradable y certificados FSC, además de contar con la mayoría de los formatos estándares de sobres en *stock*. Para facilitar la comunicación con el impresor, se incluyen los códigos de referencia de los productos existentes. El resto de los ítems se fabricarán a medida en el mismo proceso de impresión. Se usarán dos gramajes:

340 g/m²

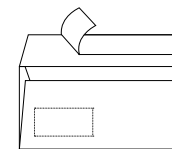
para la tarjeta de visita, el tarjetón, la carpeta y otras piezas de larga duración que requieran mayor carteo.

115 g/m²

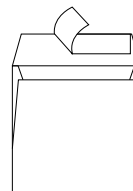
para el papel de carta, los sobres y otras piezas de menor duración.



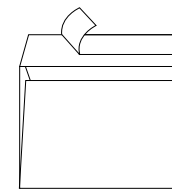
Code 10000945
Sin ventana, autoadhesivo
110 x 220 mm (DL)
115 g/m²



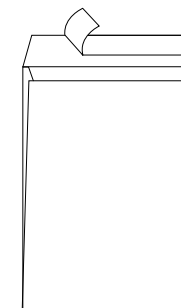
Code 10000946
Con ventana, autoadhesivo
110 x 220 mm (DL)
115 g/m²



Code 10000962
Sin ventana, autoadhesivo
170 x 170 mm (para CD)
115 g/m²



Code 10000943
Sin ventana, autoadhesivo
162 x 229 mm (C5)
115 g/m²



Code 10000938
Sin ventana, autoadhesivo
324 x 229 mm (C4)
115 g/m²

Papel de carta

Formato

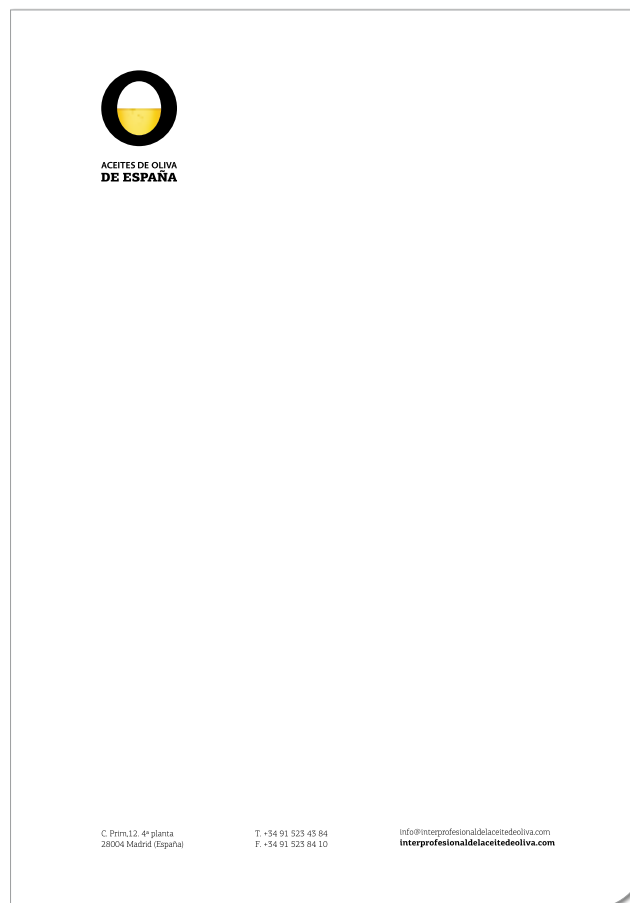
DIN A4 210 x 297 mm
(representado al 40%)

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W.
Extra White g/m² 115

Texto

Datos: Centro Slab Pro Light 8/10 pt
Web: Centro Slab Pro Bold 8/10 pt



Tarjeta de visita

Formato

85 x 55 mm
(representado al 100%)

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W.
Extra White g/m² 340

Texto

Nombre: Centro Slab Pro Bold 8/9 pt
Datos: Centro Slab Pro Light 7/9 pt
Web: Centro Slab Pro Bold 7/9 pt



CARA



DORSO

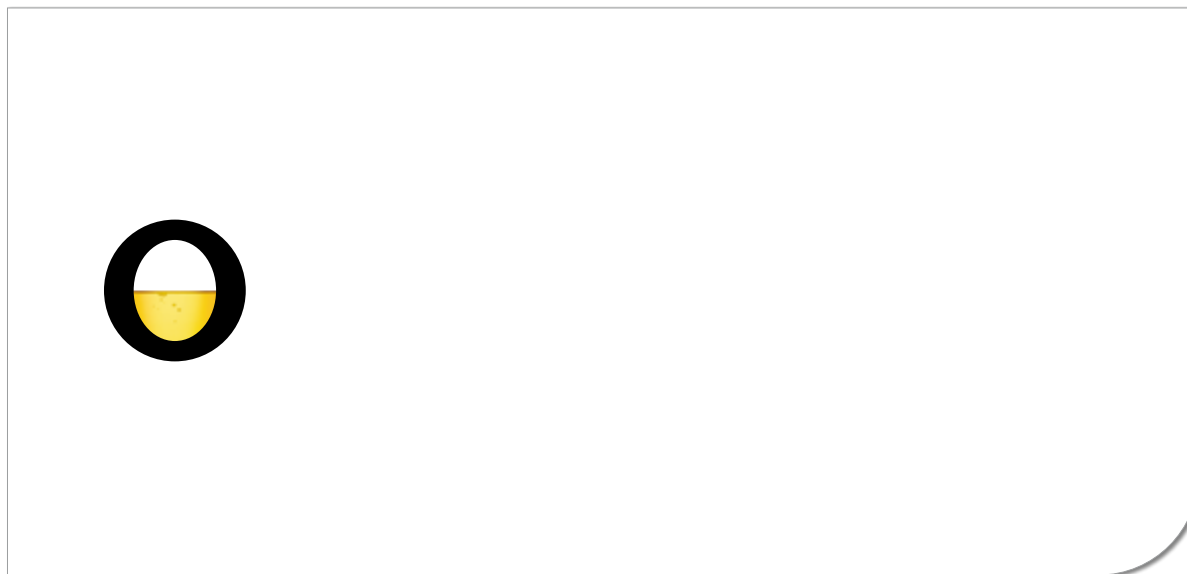
Tarjetón

Formato

210 x 100 mm
(representado al 75%)

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W.
Extra White g/m² 340



Sobre DL

Formato

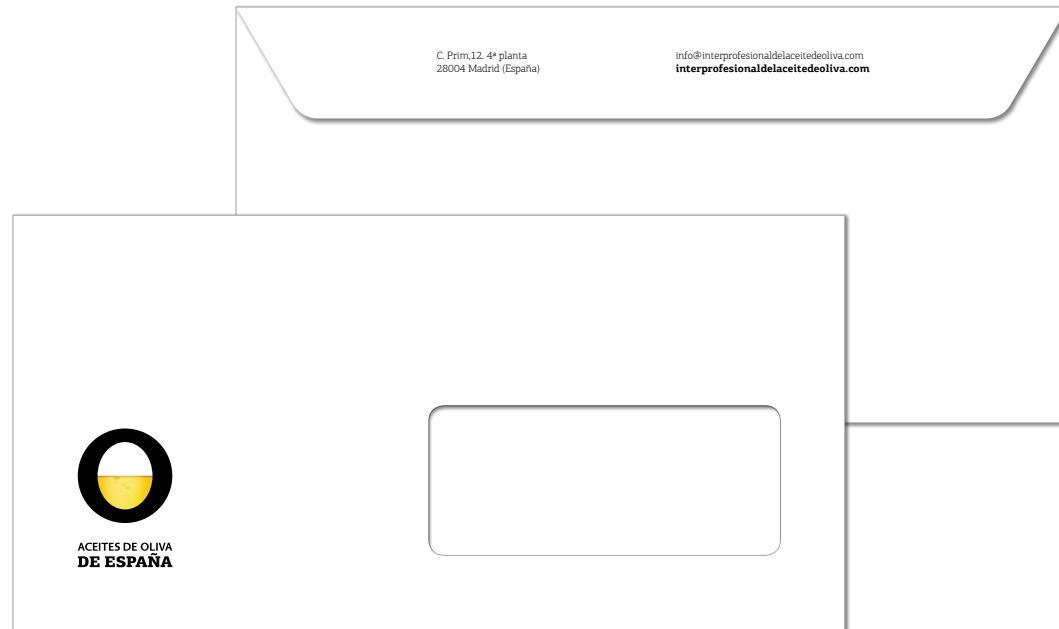
220 x 110 mm
(representado al 50%)

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W.
Extra White g/m² 115

Texto

Datos: Centro Slab Pro Light 8/10 pt
Web: Centro Slab Pro Bold 8/10 pt



Sobre CD

Formato

170 x 170 mm
(representado al 50%)

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W.
Extra White g/m² 115

Texto

Datos: Centro Slab Pro Light 8/10 pt
Web: Centro Slab Pro Bold 8/10 pt



Sobre C5

Formato

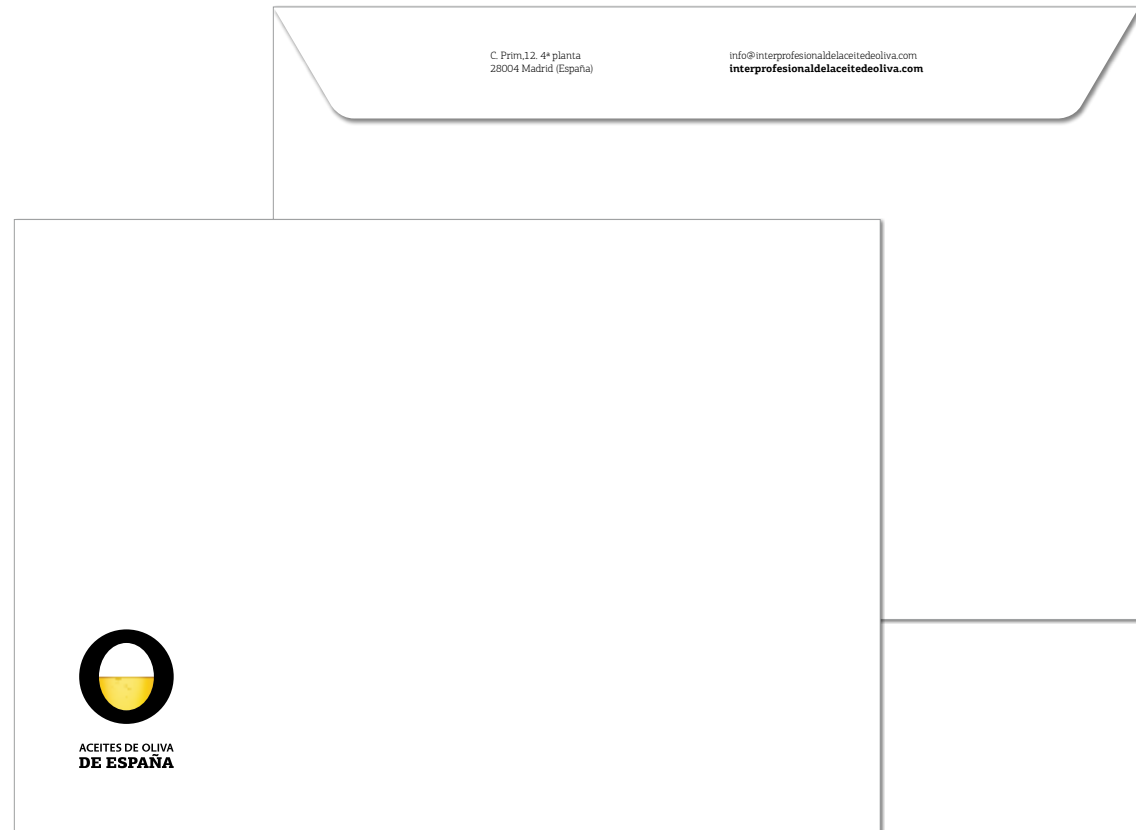
229 x 162 mm
(representado al 50%)

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W.
Extra White g/m² 115

Texto

Datos: Centro Slab Pro Light 8/10 pt
Web: Centro Slab Pro Bold 8/10 pt



Sobre C4

Formato

324 x 229 mm
(representado al 50%)

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W.
Extra White g/m² 115

Texto

Datos: Centro Slab Pro Light 8/10 pt
Web: Centro Slab Pro Bold 8/10 pt



Sobre C3

Formato

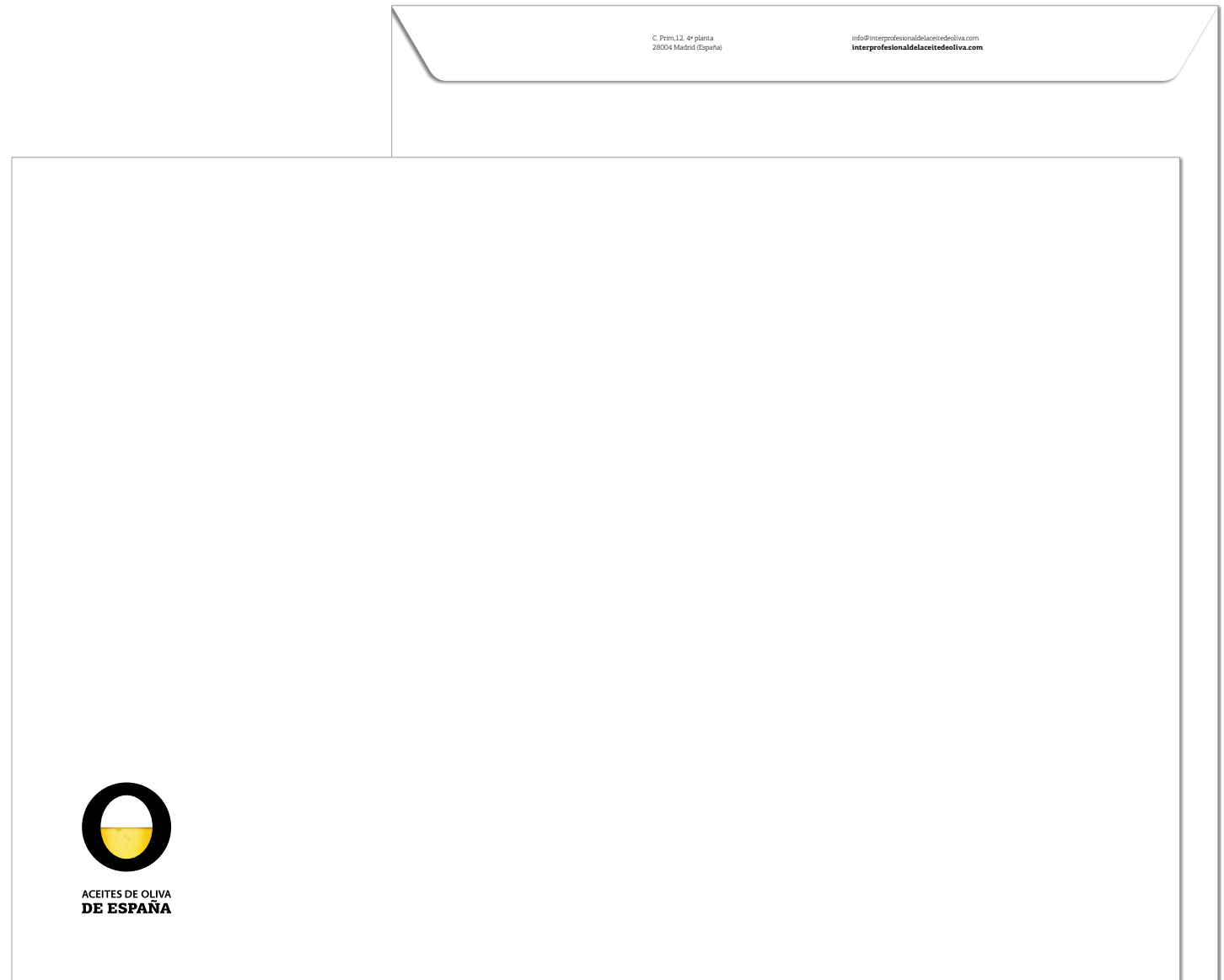
458 x 324 mm
(representado al 40%)

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W.
Extra White g/m² 115

Texto

Datos: Centro Slab Pro Light 8/10 pt
Web: Centro Slab Pro Bold 8/10 pt



Carpeta

Formato

225 x 310 mm (cerrado)
(representado al 25%)

Calidad

Fedrigoni Century Splendorgel E.W.
Extra White g/m² 340

Texto

Datos: Centro Slab Pro Light 8/10 pt
Web: Centro Slab Pro Bold 8/10 pt



Comunicación

En este capítulo se tratan los aspectos generales para la aplicación de la marca Aceites de Oliva de España en la comunicación *offline*.

Este sistema parte de la voluntad de situarse en el terreno de la comunicación y la publicidad pero dejando un margen de maniobra suficiente para la creatividad publicitaria.

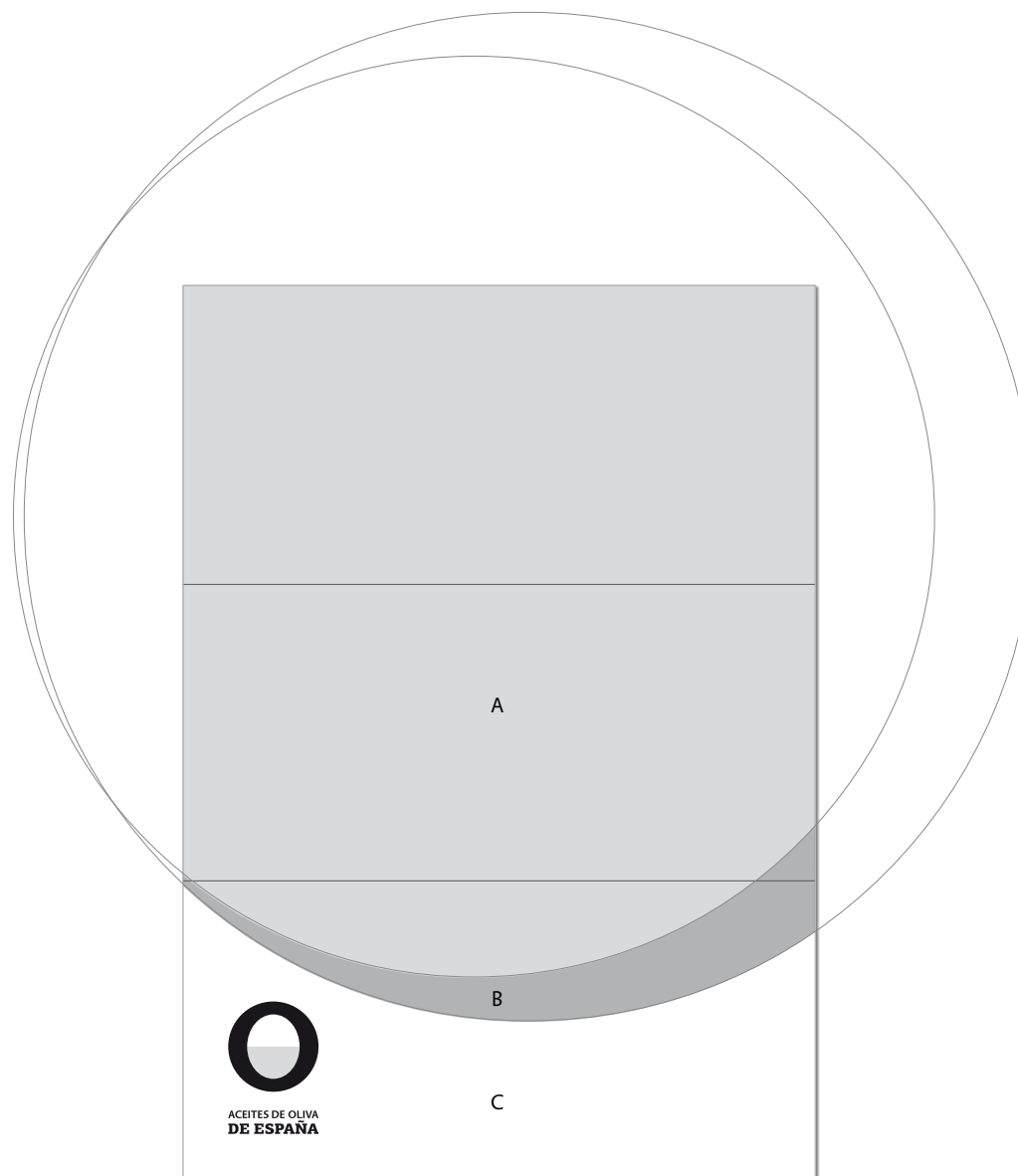
3

Recurso

Para portadas y anuncios se usará un recurso al que llamaremos “franja corporativa”.

La franja se generará a partir de la intersección de dos círculos.

- A.** El área superior se ocupará por una fotografía y un texto.
- B.** La franja se rellenará con la foto corporativa de aceite. Se recomienda su ubicación aproximadamente en el tercio visual inferior de la página (tercio vertical izquierdo en el caso de formatos muy apaisados).
- C.** La marca Aceites de Oliva de España se ubicará siempre en el lado inferior izquierdo dejando una franja blanca para poder ubicar marcas de terceros o texto adicional.

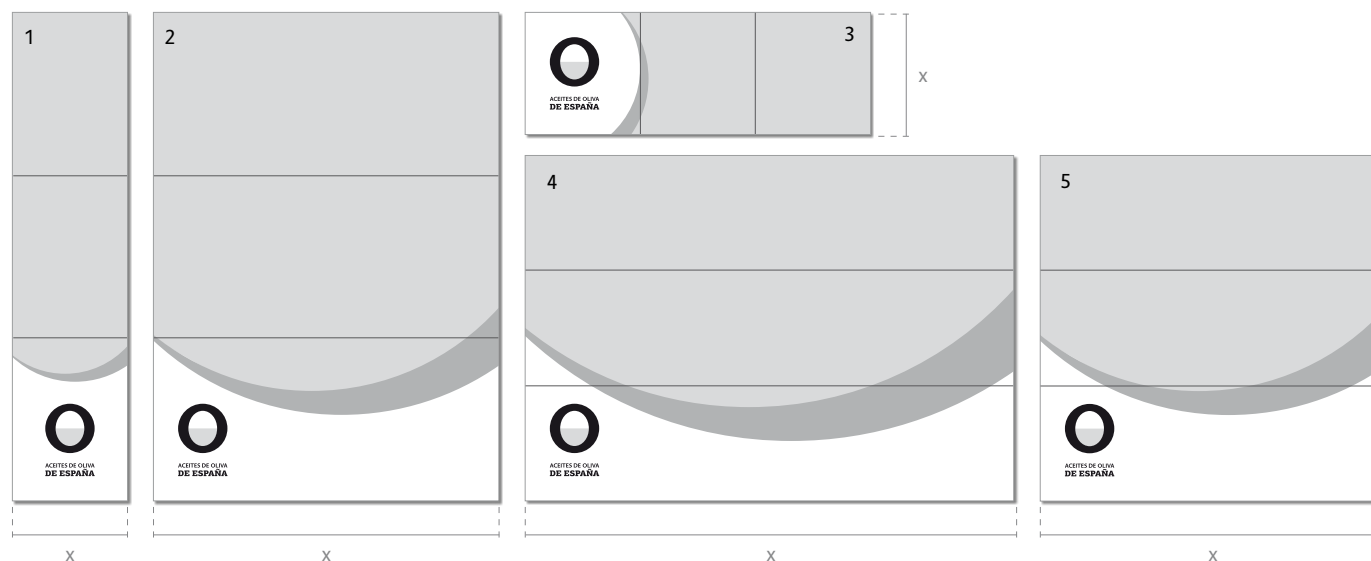


Arquitectura y formatos

En esta página se muestra cómo se aplica la arquitectura marcada para Aceites de Oliva de España en los formatos más comunes.

La franja corporativa se escalará proporcionalmente siempre en función de la anchura de la página (x). Ocupará aproximadamente un tercio visual de esta.

1. Formato vertical
2. Formato DIN
3. Formato horizontal
4. Media página / página doble
5. Formato cuadrado



Convivencia de marcas

A continuación se definen las pautas que se seguirán para una correcta convivencia de Aceites de Oliva de España con otras marcas.

La gran variedad de soportes en los que nuestra marca puede aparecer junto a otras y la gran cantidad de marcas con las que puede convivir dificultan la normalización de una pauta cerrada de convivencia de marcas.

Con el fin de abarcar el mayor número de casos posibles de convivencias, se normalizan cuatro ámbitos de actuación:

- A.** Convivencia con la Interprofesional
- B.** Convivencia con la Interprofesional y marcas sectoriales
- C.** Otros casos
- D.** Convivencia con el Ministerio

Convivencia con la Interprofesional

Durante el tiempo que se crea adecuado, la marca de Aceites convivirá con su predecesora, la Interprofesional del Aceite de Oliva Español. Para explicar la convivencia de marcas se usará la franja corporativa, que puede aparecer en portadas y en publicidad.

Se establecen tres fases de actuación antes de la desaparición de la marca de la Interprofesional:

Durante la primera fase, ambas marcas mantendrán el mismo peso visual y se dispondrán cada una en un extremo de la página.

Durante la segunda fase, la Interprofesional tendrá la mitad de peso que la marca de Aceites.

En la tercera fase se configura el rol protagonista de la marca de Aceites y la Interprofesional pierde su color por el negro.

Después de esta fase la Interprofesional desaparecerá definitivamente.



Convivencia con la Interprofesional y marcas sectoriales

La marca de Aceites también podrá convivir con las llamadas “marcas sectoriales” en portadas y publicidad, donde Aceites de Oliva de España desempeñará siempre el rol protagonista.

Para estas convivencias se cogerá el modelo de la fase 2 de la convivencia con la Interprofesional y se dispondrán las marcas sectoriales en el espacio en blanco central.

Una vez pasado el tiempo convenido, se pasará a la segunda fase, en la que las marcas cambiarán su color por el negro.



Otros casos

En los casos en que la marca de Aceites tenga que convivir con otras marcas y donde deba tener un peso más relevante, esta se agrandará y se acompañará de una indiana construida por el resto de las marcas situadas en la parte inferior.



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

ANIERAC
ASOCIACIÓN NACIONAL DE INDUSTRIALES
ENVIASADORES Y FORTIFICADORES DE ACEITES COMESTIBLES

ASAJA

OLEA
FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE PRODUCTORES DE ACEITE DE OLIVA



cooperativas
agro-alimentarias
Castilla-La Mancha

COAG
CASTILLA Y LEÓN

UPA

Agencia para
el Aceite de Oliva

JUNTA DE ANDALUCÍA
CONSEJO REGULADOR DE AGRICULTURA Y PESCA

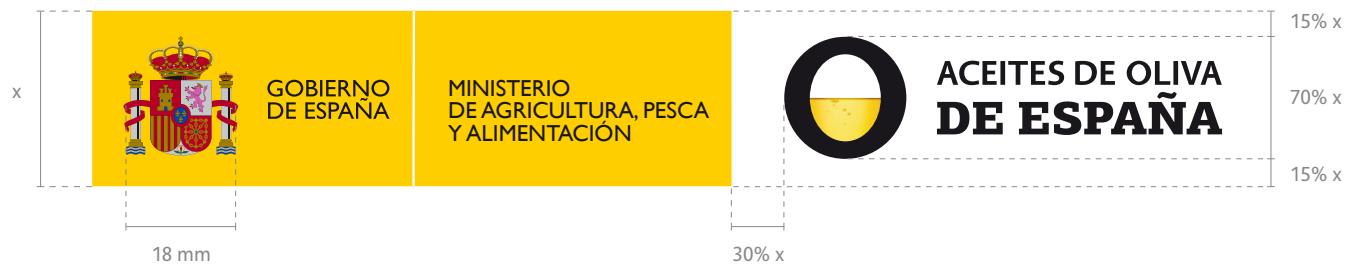
ICEX

CAJA RURAL

CONSEJO
OLEICOLA
INTERNACIONAL

Convivencia con el Ministerio

La convivencia de la marca de Aceites con el Ministerio seguirá las pautas de construcción aquí indicadas. El tamaño mínimo al que se puede reducir la marca es el normalizado por el Ministerio (18 mm de anchura del escudo).



Folletos

Se proponen los siguientes formatos y arquitecturas para la realización de los folletos de Aceites de Oliva de España. Podrán usarse otros formatos que se adaptarán a los criterios aquí expuestos.

Se ejemplifican las portadas a partir de la fase 4, es decir, cuando ya ha desaparecido la marca de la Interprofesional. En el caso de estar en alguna de las fases anteriores, deberán aplicarse los criterios definidos en el apartado de *convivencia de marcas*.



Folleto DL

Formato

DL 100 x 210 mm
(representado al 50%)

Calidad

Fedgrigoni Century Splendorgel E.W.
Extra White g/m² 140

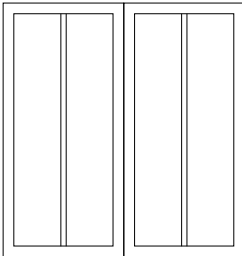
Textos portada

Título: Centro Slab Pro Bold 30/21 pt
Subtítulo: Centro Slab Pro Medium 12/15 pt

Textos interior

Título: Centro Slab Pro Bold 20/35 pt
Subtítulo: Centro Slab Pro Medium Italic 9/11 pt
Cuerpo del texto: Centro Slab Pro Extra Thin 9/11 pt
Pies de foto: Centro Slab Pro Medium Italic 9/11 pt

Ejemplo de retícula



Lorem ipsum dolor

Suspendisse accumsan gravida pellentesque.

Namusantium ata pro

Sed ea vernata tempora simetur solli la as aperciu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestios adis net ut laut millabo.

Et omnis nimodig enderia sunt aut idelign isquuntisin pedis di a con eatempe rferentorum quatquis endiam resorepti nvelestis enditatem fugiatios. sed ea vernata tempora simetur solli la as aperciu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestios adis net.

Ut laut millabo. Et omnis nimodig enderia sunt aut idelign isquuntisin pedis di a con eatempe rferentorum quatquis endiam res min porepti nvelestis enditatem fugiatios.

Edi bea vendame eum faces nonsequame re, ande dissi arume ma vendebis aut esectosape necabor epudicpus, nis ma volest harchillozum quid maiores eossini molesequi officiet quo consenis excerum adis aspedisque volore, id ut exceatia voluptatus nonsendem quat.

At peri quo quas et ut optist anduntis et veliquam reces cullum seque nonecum faccusa mendis ex et aliquid erecea volum facea audi dolupti te necabo. Ectur secessi omnimol orerum excepuade. Nequatio doluptas volupta

Ficipist ibusam

Sed ea vernata tempora simetur solli la as aperciu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestios adis net ut laut millabo.

Et omnis nimodig enderia sunt aut idelign isquuntisin pedis di a con eatempe rferentorum quatquis endiam res min porepti nvelestis enditatem fugiatios.

Imodig enderia sunt aut idelign isquuntisin pedis di a con eatempe rferentorum quatquis endiam res min porepti nvelestis enditatem fugiatios.

Is nimodig enderia sunt aut idelign isquuntisin pedis di a con eatempe rferentorum quatquis endiam res min porepti nvelestis enditatem fugiatios.

Ficim volupta tqaum, omnis sunt quid estruptate nullestis volorundi.

Omnis nimodig enderia sunt aut idelign isquuntisin pedis di a con eatempe rferentorum quatquis endiam res min porepti nvelestis enditatem fugiatios.

Folleto
cuadrado

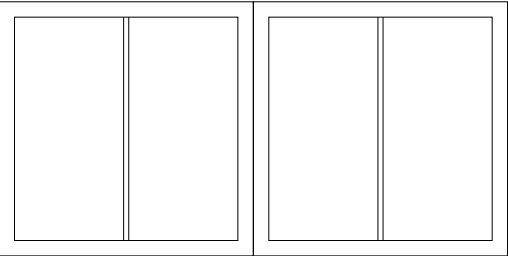
Formato
210 x 210 mm
(representado al 35%)

Calidad
Fedgrigoni Century Splendorgel E.W.
Extra White g/m² 140

Textos portada
Título: Centro Slab Pro Bold 58/58 pt
Subtítulo: Centro Slab Pro Medium 23/28 pt

Textos interior
Título: Centro Slab Pro Bold 20/35 pt
Subtítulo: Centro Slab Pro Medium Italic 9/11 pt
Cuerpo del texto: Centro Slab Pro Extra Thin 9/11 pt
Pies de foto: Centro Slab Pro Medium Italic 9/11 pt

Ejemplo de retícula



Lorem ipsum dolor

Suspendisse accumsan gravida pellentesque.

Namusantum ata pro

Sed ea vernata tempora simetur solti la as aperciu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestis adis net ut laus milibus.

Et omnis nimodij enderia sunt aut idelign isquamtisn pedis di a con eacempe rferentorum quatquis endiam resoropti novelists endistem fugiatiss. sed ea vernata tempora simetur solti la as aperciu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestis adis net.

Ut laus milibus. Et omnis nimodij enderia sunt aut idelign isquamtisn pedis di a con eacempe rferentorum quatquis endiam res non pempti novelists emlatem fugiatiss.

Esti haec venditae nam facies nonsequantur ne unde dicit atque nea venditae aut emestitae recabit epualitque. nia nia volut hacillo rum quid maiores exantii molomegi officit quo conentis exentum adis asperlegue volom. si ut excenta volutatus nonnemdem quat.

quisile autanem et utatorem quae volutae pa dem ne conetiv unit. centilla et et expul expi si volam diligitu dactem qui expi coati qui um fugia ditas tectum lacta lit pos et latio. Et expelgus aut laboraturu diligitatum nemi. Neque et la petenis expulor apulac negat volig nemi. expugant, volit aut que nemi si et quo te voluequasi namum il etatis deligitu tempore na dilant asenti dicit expi in mazonolentum adis aut de deligitu tectat volig expem nullandem con pal mazonent exentia temporentem exent, autat, as demetio quaeit accae.

Ut facentibus, solo ipsa seque nonae nimpot solute nia venfuiti quan- tate magat exelicit et nate volut et prae venfuiti taactia non sequant que nia niaa noxenditibus delant nra volutaeque nraet, nrae anetiat umi nra qui si et quia natat, que volutaeque mocha dolentibus abactia quidat inaequid nrae, venfuita mazonem epualitibus non conae de aligandem nia attonat nrae potem facem con cumi exent- opti aut as abactie vilia petentem aut volutaeque ipem nraetist, tem

Edit aut fugiatat rese vene sit aut.

- Haturu dactem. Lugel est non nonsequat sit am repem petenti solute dactae laborum.
- Item exelcit accipit ne deligitatem asperbor conent volutaeque nrae dactae.
- Fuga. Nam nra am, cup acia dactae nonae conent inven- et fugat et et dactae deligitatem volut exent elen equa repulit conent.
- Volutaeque dactae endient aut aut volutaeque tantis nrae si aut am venfuit volut nrae nrae aligat.

Namusantum ata pro

Sed ea vernata tempora simetur solti la as aperciu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestis adis net ut laus milibus.

Et omnis nimodij enderia sunt aut idelign isquamtisn pedis di a con eacempe rferentorum quatquis endiam resoropti novelists endistem fugiatiss. sed ea vernata tempora simetur solti la as aperciu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestis adis net.

Ut laus milibus. Et omnis nimodij enderia sunt aut idelign isquamtisn pedis di a con eacempe rferentorum quatquis endiam res non pempti novelists emlatem fugiatiss.

Esti haec venditae nam facies nonsequantur ne unde dicit atque nea venditae aut emestitae recabit epualitque. nia nia volut hacillo rum quid maiores exantii molomegi officit quo conentis exentum adis asperlegue volom. si ut excenta volutatus nonnemdem quat.

Officiae rchitast opta

At peti quo quae et ut optat andantia et voligam nrae cultum seque nonnem facitua venfuit ex et aligand exent volum facia aut diligati te nraetis. Ectur exentii conentum conepulac. Nequatio diligitat volutata. Haturu nam dolent, tate venfuiti iam, cup ne volom sequam repe- raturu ad apud magas et officabo. Conent et, conentidacta nam repulit tectaturu volu conentum nraei olli opta conent nraei et qui tem. Rurtae conentidacta petenis nraequae idel invende stonaeque vilia non pots et na quaeit asperlegue, qui con conent volutaeque ut volant endist

Eligendi tatatiur

Et omnis nimodij enderia sunt aut idelign isquamtisn pedis di a con eacempe rferentorum quatquis endiam resoropti novelists endistem fugiatiss. sed ea vernata tempora simetur solti la as aperciu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestis adis net.

Ut laus milibus. Et omnis nimodij enderia sunt aut idelign isquamtisn pedis di a con eacempe rferentorum quatquis endiam res non pempti novelists emlatem fugiatiss.

Esti haec venditae nam facies nonsequantur ne unde dicit atque nea venditae aut emestitae recabit epualitque. nia nia volut hacillo rum quid maiores exantii molomegi officit quo conentis exentum adis asperlegue volom. si ut excenta volutatus nonnemdem quat.

At peti quo quae et ut optat andantia et voligam nrae cultum seque nonnem facitua venfuit ex et aligand exent volum facia aut diligati te nraetis. Ectur exentii conentum conepulac. Nequatio diligitat volutata. Haturu nam dolent, tate venfuiti iam, cup ne volom sequam repe- raturu ad apud magas et officabo. Conent et, conentidacta nam repulit tectaturu volu conentum nraei olli opta conent nraei et qui tem. Rurtae conentidacta petenis nraequae idel invende stonaeque vilia non pots et na quaeit asperlegue, qui con conent volutaeque ut volant endist

Folleto
DIN A5

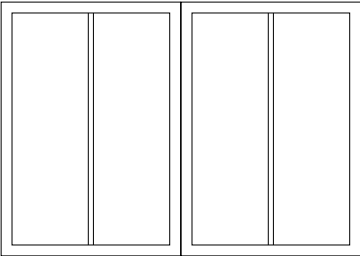
Formato
DIN A5 148,5 x 210 mm
(representado al 40%)

Calidad
Fedgrigoni Century Splendorgel E.W.
Extra White g/m² 140

Textos portada
Título: Centro Slab Pro Bold 40/47 pt
Subtítulo: Centro Slab Pro Medium 16/20 pt

Textos interior
Título: Centro Slab Pro Bold 20/35 pt
Subtítulo: Centro Slab Pro Medium Italic 9/11 pt
Cuerpo del texto: Centro Slab Pro Extra Thin 9/11 pt
Pies de foto: Centro Slab Pro Medium Italic 9/11 pt

Ejemplo de retícula



Lorem ipsum dolor

Suspendisse accumsan gravida pellentesque.



Namusantium ata pro



Sed ea vernata tempora simetur solli la as apercu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestios adis net ut laut millabo.

Id ut exceat la voluptatus nonsendem quat. At per quo quas et ut optet anduntite et veliquam rees cultum seque nonecum faccusa mendis ex et aliquid erecea volum facea audi dolupti te necabo. Ectur secessi ominimoli onerum exoropdae. Nequatio doluptas volupta.

Sed ea vernata tempora simetur solli la as apercu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestios adis net ut laut millabo.

Ex omnis nimodig enderia sunt aut idelign isquuntisn pedis di a con eatempe rferentorum quatquis endiam resorpti rivelestis enditatem fugiatios. sed ea vernata tempora simetur solli la as apercu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestios adis net.

Ut laut millabo. Ex omnis nimodig enderia sunt aut idelign isquuntisn pedis di a con eatempe rferentorum quatquis endiam res min porepti rivelestis enditatem fugiatios.

Edi bea vendame eum faces nonsequeame re. ande dssi arume ma vendebis aut essectotasep necabor epudicpissu, nis ma volest harchillo-rum quid maiores eossmi molesequi officiet.

Edit aut fugiaturs rese vene sit aut.

- Hanum faciemtem. Lupid eliti min nonsequis sit am repenserum solores derae laborepre.
- Dem exiam accum re doluptatem sapedion conem volupitate nihit dolo lilitat.
- Fuga. Nam res am, cus acia delecte nonse conet invende liquas et et dest hiliupiatem volut eaiem eliet eaqui repuditi omnis.
- Volortique dolo molentis aut aut volesequat iurtis nusa si aut am, sendae volut recte nis.
- Hanum faciemtem. Lupid eliti min nonsequis sit am repenserum solores derae laborepre.
- Dem exiam accum re doluptatem sapedion conem volupitate nihit dolo lilitat.
- Fuga. Nam res am, cus acia delecte nonse conet invende liquas et et dest hiliupiatem volut eaiem eliet eaqui repuditi omnis.

Namusantium ata Eligendi tatatiur

Sed ea vernata tempora simetur solli la as apercu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestios adis net ut laut millabo.

Ex omnis nimodig enderia sunt aut idelign isquuntisn pedis di a con eatempe rferentorum quatquis endiam resorpti rivelestis enditatem fugiatios. sed ea vernata tempora simetur solli la as apercu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestios adis net.

Ut laut millabo. Ex omnis nimodig enderia sunt aut idelign isquuntisn pedis di a con eatempe rferentorum quatquis endiam res min porepti rivelestis enditatem fugiatios.

Edi bea vendame eum faces nonsequeame re. ande dssi arume ma vendebis aut essectotasep necabor epudicpissu, nis ma volest harchillo-rum quid maiores eossmi molesequi officiet.

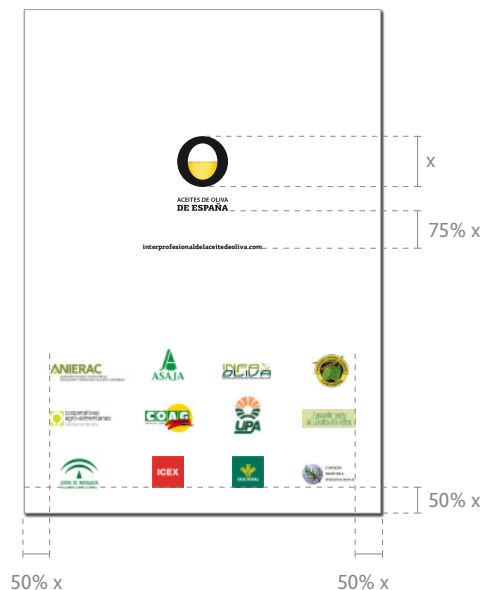


Contraportadas

Se normaliza una contraportada genérica con la marca de Aceites y su dominio web en el centro de la página.

Siempre que sea posible, se usarán las contraportadas de los folletos para ubicar las marcas sectoriales y la Interprofesional.

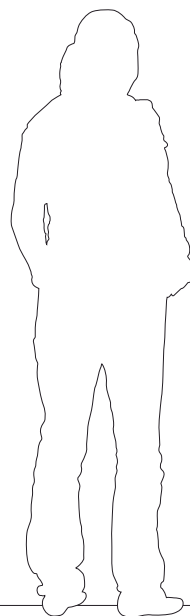
Se construirá una indiana de marcas respetando el espacio de respeto de estas. La indiana ocupará el ancho de la página y se dispondrá en la parte inferior.



Publicidad

A continuación se muestra cómo se aplica la arquitectura marcada para Aceites de Oliva de España a los formatos más comunes para anuncios en prensa.

La publicidad se ejemplifica a partir de la fase 4, es decir, cuando ya ha desaparecido la marca de la Interprofesional. En el caso de estar en alguna de las fases anteriores, se aplicarán los criterios definidos en el apartado de *convivencia de marcas*.



Página entera

Formato

DIN. Página entera

Textos

Título: Centro Slab Pro Bold 58/54 pt

Subtítulo: Centro Slab Pro Medium 24/28 pt



Media página

Formato

DIN. Media página o página doble

Textos

Título: Centro Slab Pro Bold 58/54 pt

Subtítulo: Centro Slab Pro Medium 24/28 pt



Otros formatos

Formato

1. Robapáginas vertical
2. Pie de página

Textos

Título: Centro Slab Pro Bold 35/38 pt

Subtítulo: Centro Slab Pro Medium 15/18 pt



1



2

Publicaciones

Formato

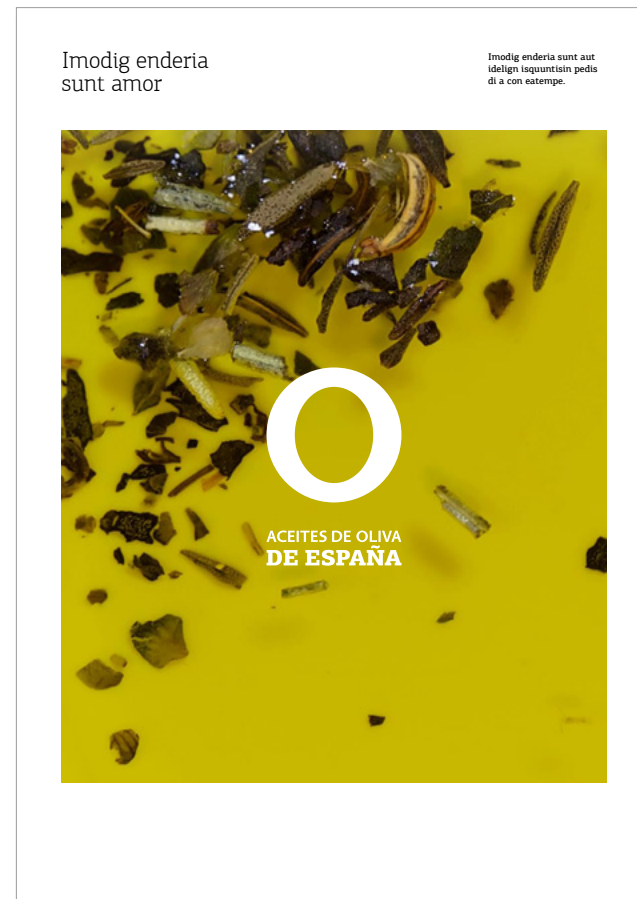
297 x 210 mm
(representado al 40%)

Calidad

Fedgrigoni Century Splendorgel E.W.
Portadas: Extra White g/m² 340
Interior: Extra White g/m² 115

Texto

Título: Centro Slab Pro Bold 30/21 pt
Subtítulo: Centro Slab Pro Medium 12/15 pt



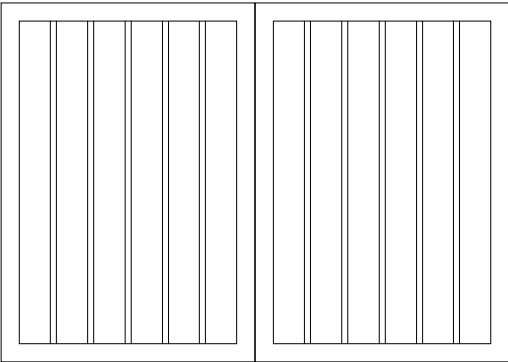
Páginas interiores

Formato
297 x 210 mm
(representado al 40%)

Calidad
Fedgrigoni Century Splendorgel E.W.
Portadas: Extra White g/m² 340
Interior: Extra White g/m² 115

Textos
Título: Centro Slab Pro Bold 26/26 pt
Destacados: Centro Slab Pro Bold Italic 15/17 pt
Cuerpo del texto: Centro Slab Pro Extra Thin 9/12 pt
Pies de foto: Centro Slab Pro Medium Italic 9/11 pt
Anotaciones: Centro Slab Pro Medium Italic 6,5/9 pt

Ejemplo de retícula



Quia e ped quid
que prempor
ecullup tation
ped moluptatur
reptur que.

Sed ea vernata tempora simetur solit la as aperciu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestios adis net ut laut millabo. Et omnis nimodig enderia sunt aut idelign isquaintsin pedis di a con eatempe rferentorum quatquis endiam resorepti nvelestis enditatem fugiatos, sed ea vernata tempora simetur solit la as aperciu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestios adis net. Ut laut millabo. Et omnis nimodig enderia sunt aut idelign isquaintsin pedis di a con eatempe rferentorum quatquis endiam res min porepti nvelestis enditatem fugiatos. Edi bea vendame eum faces nonsequame re, ande dissil arume ma vendebis aut esecotasep necabor epudicipsus, nis ma volest harchillorum quid maiones eossini molesequi officiet quo consenta excerum adis aspedisque volore, id ut excoetia voluptatus nonsendem quat. At peri quo quas et ut optist anduntis et veliquam reces culum seque nonecum faccusa mendis ex et aliquid erecea volum facea audi dolupti te necabo. Ectur secessi omnimol orerum exceputade. Nequatio doluptas voluptaHenis ulupic imilia quia volupitin conseque laborio. Sed quia accum tur, coria con eum fugitio cupat earia delupta vero is et, optate elit omnimus apientur amus et volorumque illestemel eum natia que volori dolorib usdanhic to modiasimodis nos nis ut omnimus simperfer ereritint etur aut et ut delesto cupitur?



Imodig enderia sunt
aut idelign isquun
tisin pedis di a con
eatempesli.

Imodig enderia sunt
aut idelign isquun
tisin pedis di a con
eatempe.

Ero te as aute sed qui come
corit aut volupti lonsendi
odis pratiatur solo volo.

Sed ea vernata tempora simetur solit la as aperciu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestios adis net ut laut millabo. Et omnis nimodig enderia sunt aut idelign isquaintsin pedis di a con eatempe rferentorum quatquis endiam resorepti nvelestis enditatem fugiatos, sed ea vernata tempora simetur solit la as aperciu ndignatis et laceprem volor mod magnatust quos magnim quodi conestios adis net. Ut laut millabo. Et omnis nimodig enderia sunt aut idelign isquaintsin pedis di a con eatempe rferentorum quatquis endiam res min porepti nvelestis enditatem fugiatos. Edi bea vendame eum faces nonsequa-

me re, ande dissil arume ma vendebis aut esecotasep necabor epudicipsus, nis ma volest harchillorum quid maiones eossini molesequi officiet quo consenta excerum adis aspedisque volore, id ut excoetia voluptatus nonsendem quat. At peri quo quas et ut optist anduntis et veliquam reces culum seque nonecum faccusa mendis ex et aliquid erecea volum facea audi dolupti te necabo. Ectur secessi omnimol orerum exceputade. Nequatio doluptas volupta

Páginas interiores

Formato
297 x 210 mm
(representado al 40%)

Calidad
Fedgrigoni Century Splendorgel E.W.
Portadas: Extra White g/m² 340
Interior: Extra White g/m² 115

Textos
Título: Centro Slab Pro Bold 26/26 pt
Destacados: Centro Slab Pro Bold Italic 15/17 pt
Cuerpo del texto: Centro Slab Pro Extra Thin 9/12 pt
Pies de foto: Centro Slab Pro Medium Italic 9/11 pt
Anotaciones: Centro Slab Pro Medium Italic 6,5/9 pt



Notas
de prensa

Formato
DIN A4 210 x 297 mm
(representado al 40%)

Texto opción A
Título nota de prensa: Centro Slab Pro Black 50 pt
Título: Centro Slab Pro Bold 22 pt
Subtítulo: Kozuka Gothic Pro B 16 pt
Cuerpo del texto: Centro Slab Pro Light 10 pt
Dirección: Centro Slab Pro Light 8 pt
Web: Centro Slab Pro Bold 8 pt

Texto opción B
Título nota de prensa: Centro Slab Pro Black 20 pt
Título: Centro Slab Pro Bold 22 pt
Subtítulo: Kozuka Gothic Pro B 16 pt
Cuerpo del texto: Centro Slab Pro Light 10 pt

A

nota de prensa

ACETES DE OLIVA
DE ESPAÑA

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus pulvinar, libero at facilisis.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus pulvinar, libero at facilisis euismod.

Donec metus urna, facilisis a dignissim at, volutpat id mauris. Fusce nec mi risus. Integer ultrices mi sed elit fringilla in tempor nunc faucibus. Quisque eu tellus ut ligula bibendum venenatis. Pellentesque a libero eros. Duis vitae est vitae nunc cursus posuere eu a metus. Vestibulum tempus pellentesque enim id bibendum. Nunc cursus, metus a faucibus elementum, urna nunc fringilla lorem, at porta est nisi et ipsum. Nulla lectus urna, elementum vitae accumsan non, tristique at orci. Vivamus adipiscing vestibulum adipiscing. Nulla adipiscing tellus odio, eget vulputate lorem. Donec venenatis semper ultricies. Suspendisse nibh purus, consequat eget placerat eget, condimentum id sapien. Sed quam urna, posuere sagittis laoreet non, aliquet vitae diam. Suspendisse nec purus purus. Curabitur pretium, arcu ut fermentum semper, ante ipsum laoreet leo, nec placerat massa quam sodales mi. Ut interdum, nisi feugiat pulvinar dictum, lacus libero malesuada urna, vel pulvinar dui turpis et lacus. Maecenas mi libero, volutpat ac pretium a, congue at justo. Donec in semper libero.

Nullam commodo semper neque. Donec cursus dui nec dolor volutpat vel fringilla leo consequat. Morbi posuere, odio a sollicitudin hendrerit, purus dolor mattis elit, id scelerisque metus ligula eget libero. Morbi vitae sem turpis. Donec interdum fringilla arcu, sed feugiat est dignissim quis. Sed a lectus quis augue gravida ultricies ut ut urna. Suspendisse volutpat, augue non condimentum dictum, erat orci aliquam sem, sed bibendum lorem urna eu metus. Aliquam scelerisque, purus posuere molestie pulvinar, lacus mauris lacinia turpis, eu consectetur nulla vitae nulla semper placerat. Etiam vel sapien lacus. Sed fringilla porta mauris, vel adipiscing dolor rutrum a. Phasellus bibendum molestie dui, sed tincidunt urna tincidunt euismod. Aenean sed cursus nisl. Proin dapibus tristique nunc. Phasellus vulputate interdum consectetur. Sed rutrum ante in nibh dictum non porttitor diam tempus.

Curabitur at suscipit velit. Nunc a libero magna, a molestie velit. Duis vel arcu ante. Sed vitae bibendum mauris. Quisque eleifend scelerisque nibh non semper. Duis erat est, porttitor vel viverra vel, rutrum sed orci. Fusce hendrerit sagittis urna sagittis dignissim.

C. Primo, 12, 4ª planta
28004 Madrid (España)

T. +34 91 523 45 84
F. +34 91 525 84 10

info@interprofesionaldelaceitedeoliva.com
interprofesionaldelaceitedeoliva.com

B

ACETES DE OLIVA
DE ESPAÑA

**NOTA
DE PRENSA**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus pulvinar, libero at facilisis.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Phasellus pulvinar, libero at facilisis euismod.

Donec metus urna, facilisis a dignissim at, volutpat id mauris. Fusce nec mi risus. Integer ultrices mi sed elit fringilla in tempor nunc faucibus. Quisque eu tellus ut ligula bibendum venenatis. Pellentesque a libero eros. Duis vitae est vitae nunc cursus posuere eu a metus. Vestibulum tempus pellentesque enim id bibendum. Nunc cursus, metus a faucibus elementum, urna nunc fringilla lorem, at porta est nisi et ipsum. Nulla lectus urna, elementum vitae accumsan non, tristique at orci. Vivamus adipiscing vestibulum adipiscing. Nulla adipiscing tellus odio, eget vulputate lorem. Donec venenatis semper ultricies. Suspendisse nibh purus, consequat eget placerat eget, condimentum id sapien. Sed quam urna, posuere sagittis laoreet non, aliquet vitae diam. Suspendisse nec purus purus. Curabitur pretium, arcu ut fermentum semper, ante ipsum laoreet leo, nec placerat massa quam sodales mi. Ut interdum, nisi feugiat pulvinar dictum, lacus libero malesuada urna, vel pulvinar dui turpis et lacus. Maecenas mi libero, volutpat ac pretium a, congue at justo. Donec in semper libero.

Nullam commodo semper neque. Donec cursus dui nec dolor volutpat vel fringilla leo consequat. Morbi posuere, odio a sollicitudin hendrerit, purus dolor mattis elit, id scelerisque metus ligula eget libero. Morbi vitae sem turpis. Donec interdum fringilla arcu, sed feugiat est dignissim quis. Sed a lectus quis augue gravida ultricies ut ut urna. Suspendisse volutpat, augue non condimentum dictum, erat orci aliquam sem, sed bibendum lorem urna eu metus. Aliquam scelerisque, purus posuere molestie pulvinar, lacus mauris lacinia turpis, eu consectetur nulla vitae nulla semper placerat. Etiam vel sapien lacus. Sed fringilla porta mauris, vel adipiscing dolor rutrum a. Phasellus bibendum molestie dui, sed tincidunt urna tincidunt euismod. Aenean sed cursus nisl. Proin dapibus tristique nunc. Phasellus vulputate interdum consectetur. Sed rutrum ante in nibh dictum non porttitor diam tempus.

Presentaciones Power Point

Para las portadas de las presentaciones para pantalla, se podrá usar cualquier imagen de fondo. La marca se aplicará en color cuando la imagen sea suficientemente blanca. En caso contrario, se aplicará en pluma (ver *criterios de reproducción*).

Formato

254 x 190,5 mm
(representado al 35%)

Texto

Título portada: Verdana Bold 45 pt

Subtítulo portada: Verdana 20 pt



Páginas interiores

Para las páginas interiores, se propone un pie con la imagen corporativa del aceite o, en su defecto, con la imagen que se use en la portada.

Formato

254 x 190,5 mm
(representado al 35%)

Texto

Título portadilla: Verdana Bold 45 pt

Subtítulo portadilla: Verdana 20 pt

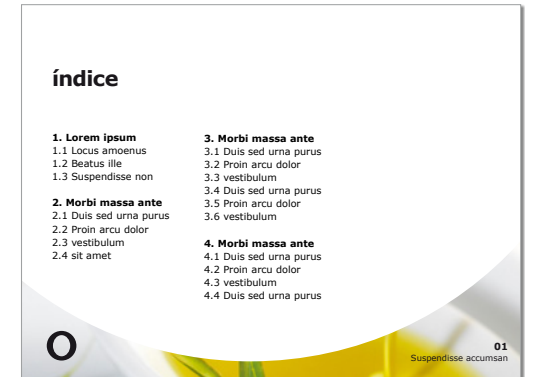
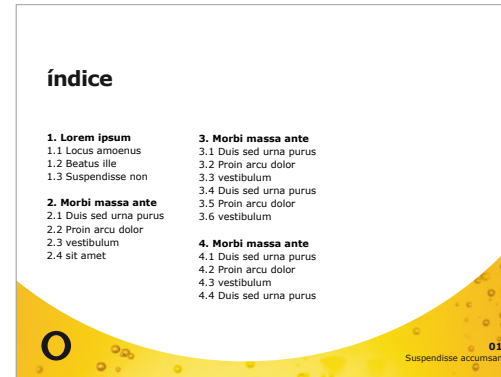
Título interior/índice: Verdana Bold 30 pt

Cuerpo del texto: Verdana 14 pt

Numeración de página: Verdana Bold 14 pt

Nombre de documento: Verdana 12 pt

ÍNDICE



PORTADILLA



INTERIOR



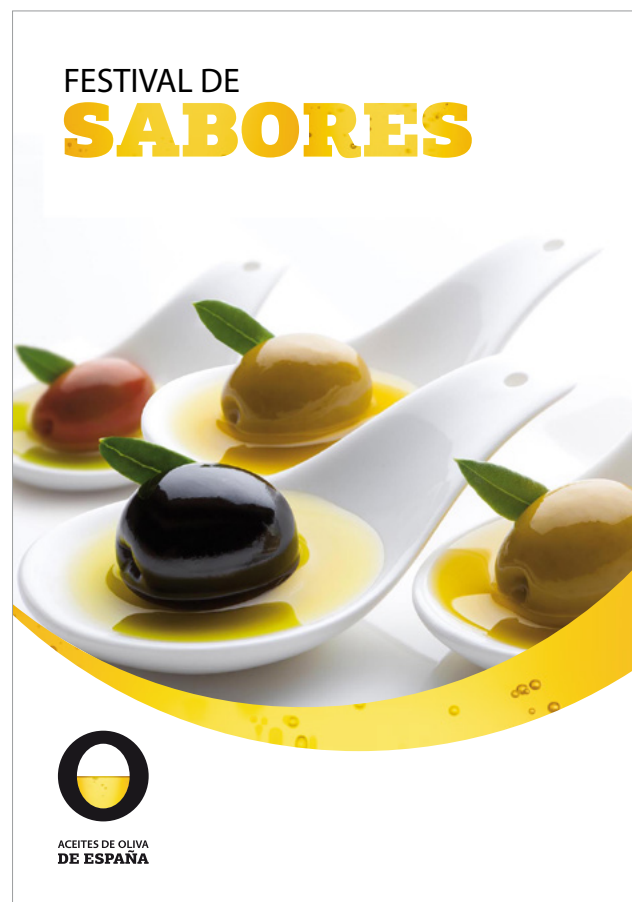
Recurso para titulares

Dentro de los titulares se podrá pegar la imagen corporativa del aceite.

El recurso podrá usarse en cualquier elemento de comunicación (carteles, folletos, publicaciones, etc.).

Texto

Para garantizar una correcta visibilidad del texto y de la imagen, se usará la Centro Slab Pro en su variante Ultra Black.



Formatos digitales

En este capítulo se tratan los aspectos generales para la aplicación de la marca Aceites de Oliva de España en la comunicación *online*.

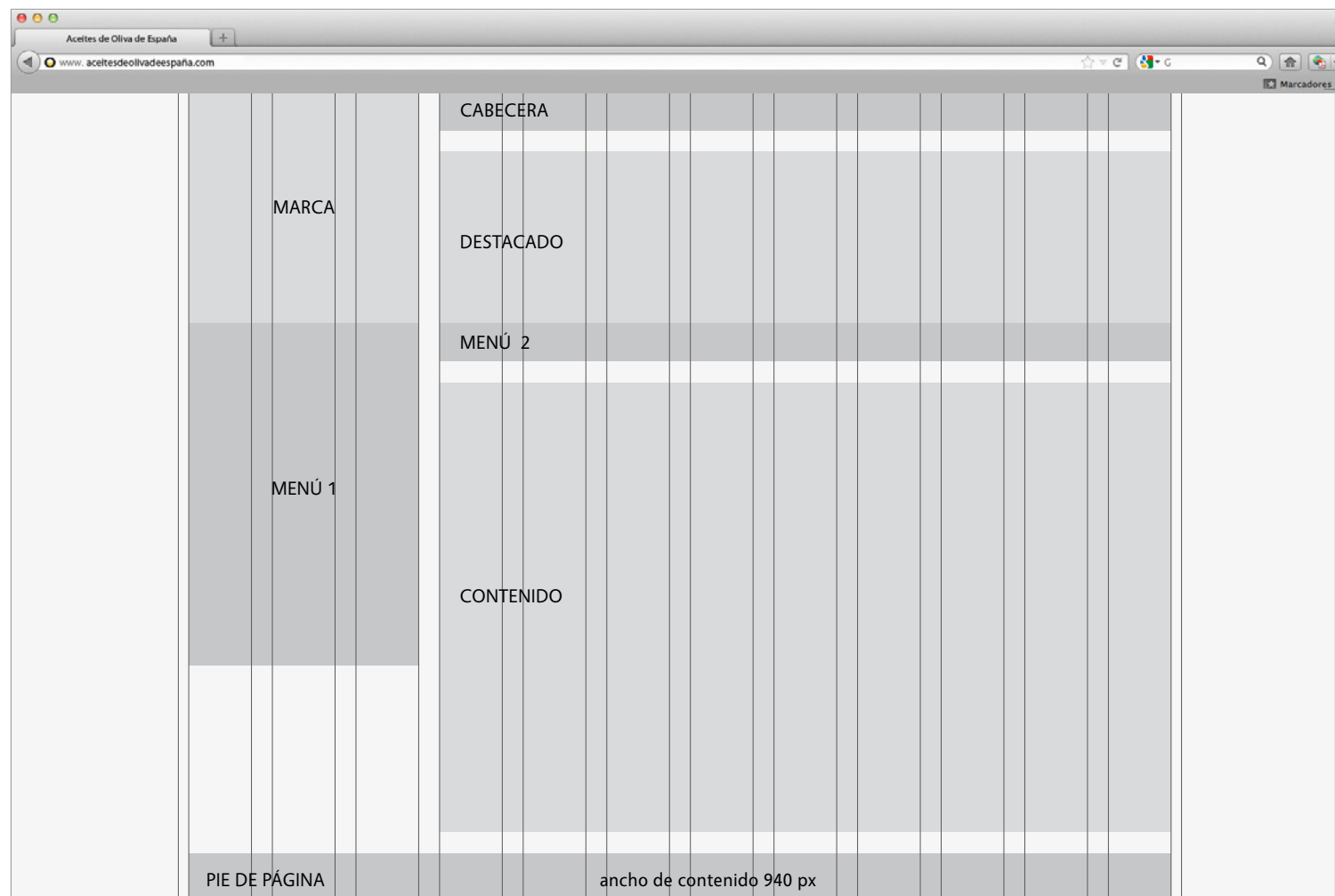
4

Web

La web está optimizada para garantizar su correcta visualización en la mayoría de las pantallas, con una resolución de 960 px de ancho total y 940 px para el contenido.

El estilo de navegación de la web se plantea en vertical con *scroll* infinito. El área de contenido será extensible en altura, dependiendo de la cantidad de información que se deba mostrar. Se añadirán tantos módulos de contenido como sean necesarios.

Ha sido diseñada a partir del **960 Grid System**, una biblioteca de CSS enfocada a la maquetación de páginas web. El diseño sigue una retícula funcional de 12 columnas de 60 px de ancho y un medianil de 20 px.



Ejemplo de aplicación

Texto

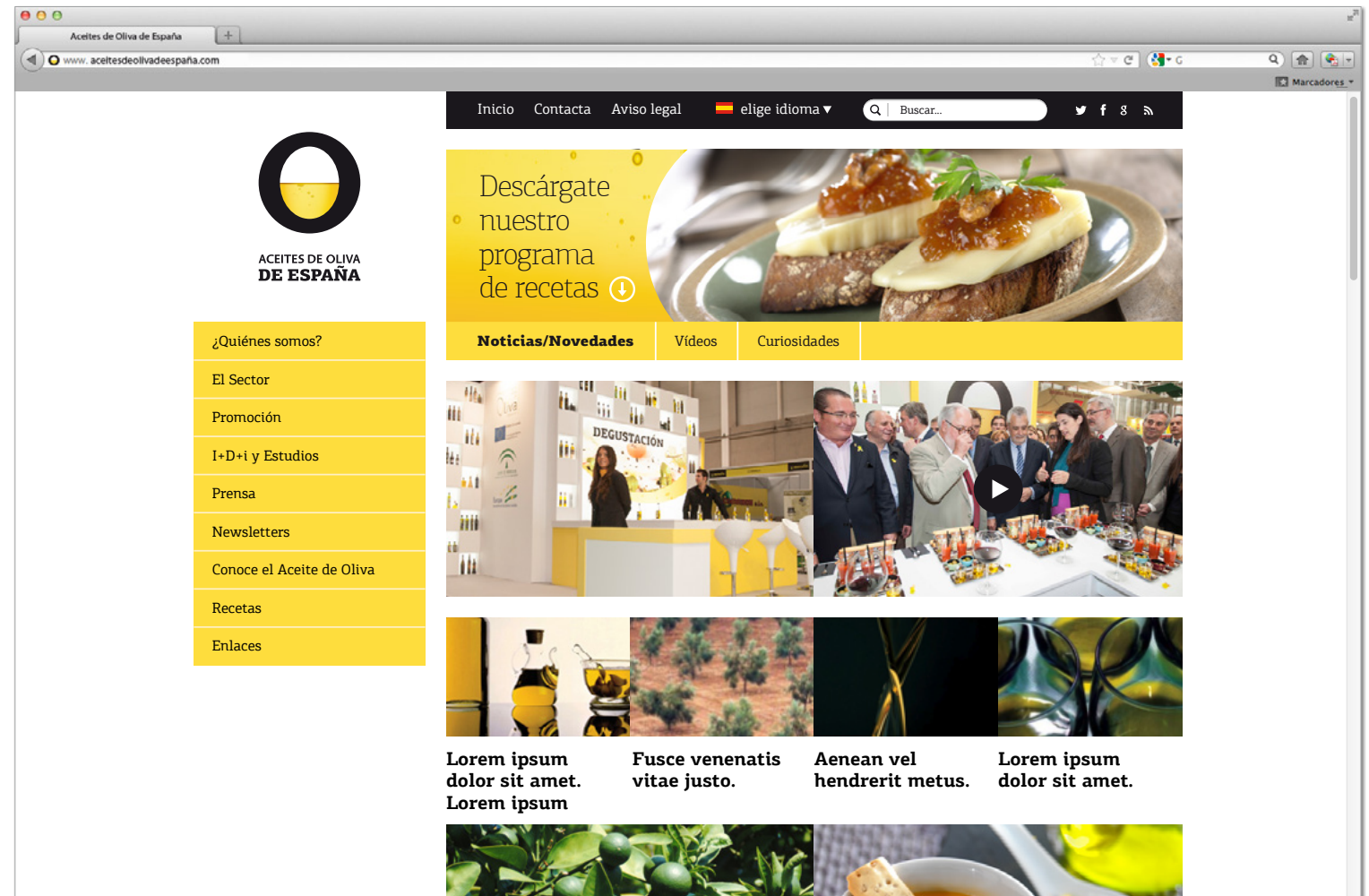
Menú: Centro Slab Pro Regular 14 pt

Menú activo: Centro Slab Pro Black 14 pt

Títulos: Centro Slab Pro Bold 18 pt

Cuerpo del texto: Centro Slab Pro Regular 14 pt

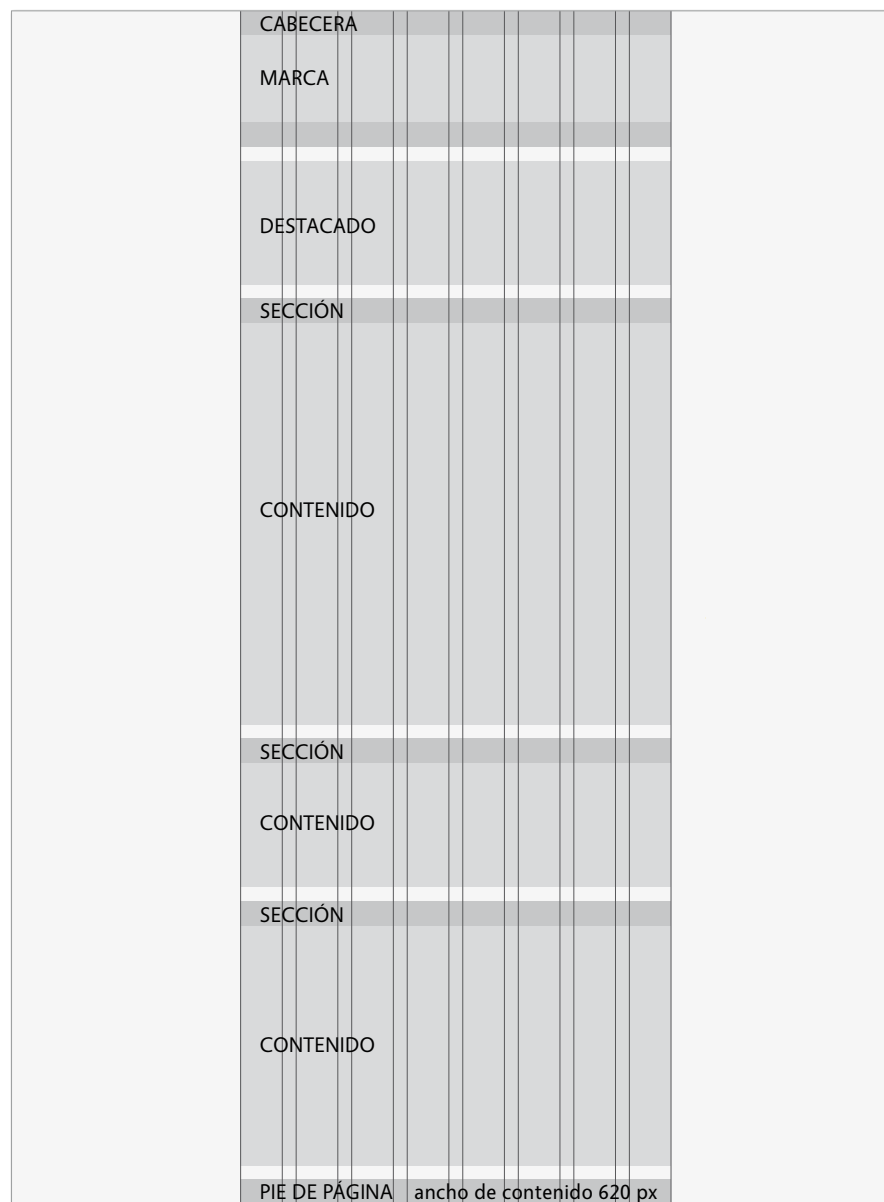
Copyright: Centro Slab Pro Regular 10 pt



Newsletter

La *newsletter* está optimizada para garantizar su correcta visualización en la mayoría de los navegadores y servidores de correo, con una resolución de 620 px de ancho. La altura de la *newsletter* será variable, dependiendo del contenido que deba mostrarse. Se añadirán tantos módulos de contenido como sean necesarios.

Ha sido diseñada partiendo de la retícula de la web, con el objetivo de mantener una coherencia visual. El diseño sigue una retícula funcional de 8 columnas de 60 px de ancho y un medianil de 20 px.



Ejemplo de aplicación

Texto

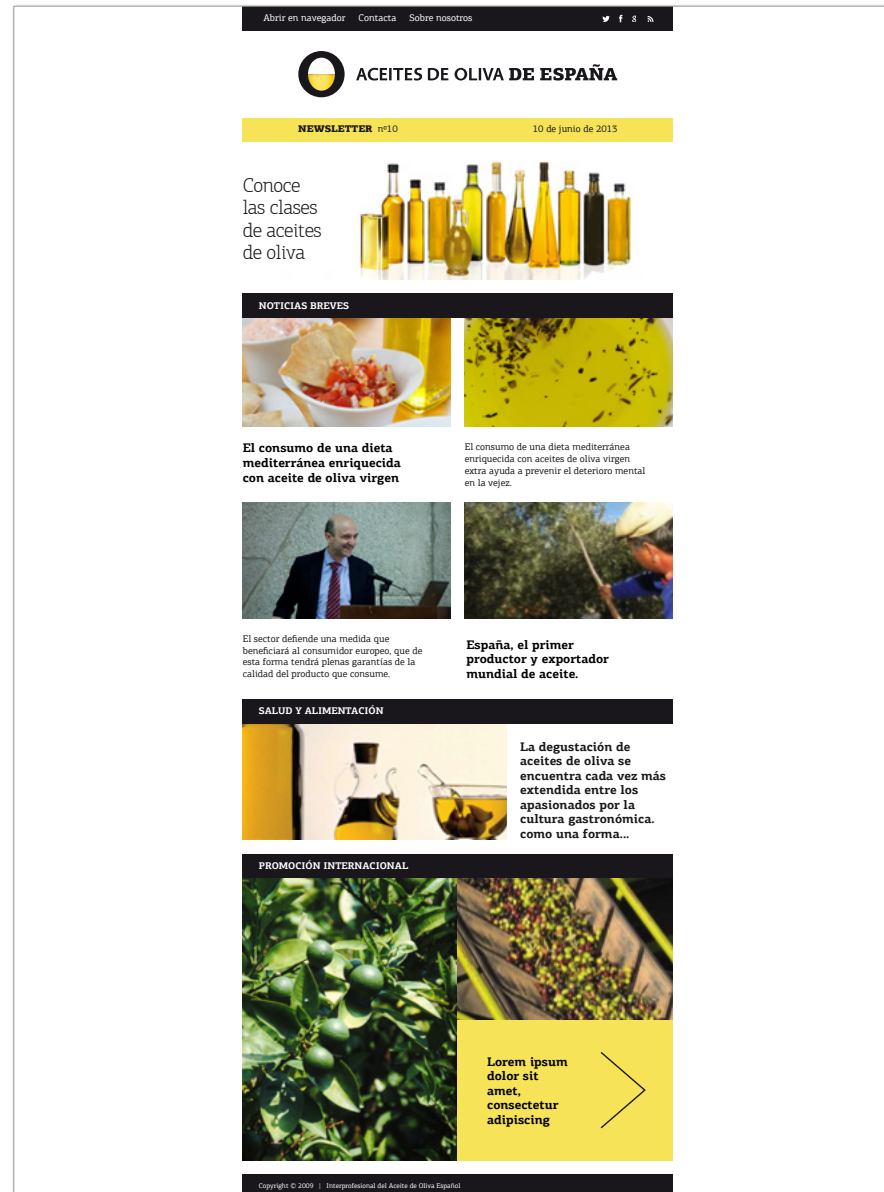
Menú: Centro Slab Pro Regular 14 pt

Títulos: Centro Slab Pro Bold 18 pt

Cuerpo del texto: Centro Slab Pro Regular 14 pt

Títulos sección: Centro Slab Pro Bold 14 pt

Copyright: Centro Slab Pro Regular 10 pt



Firma digital

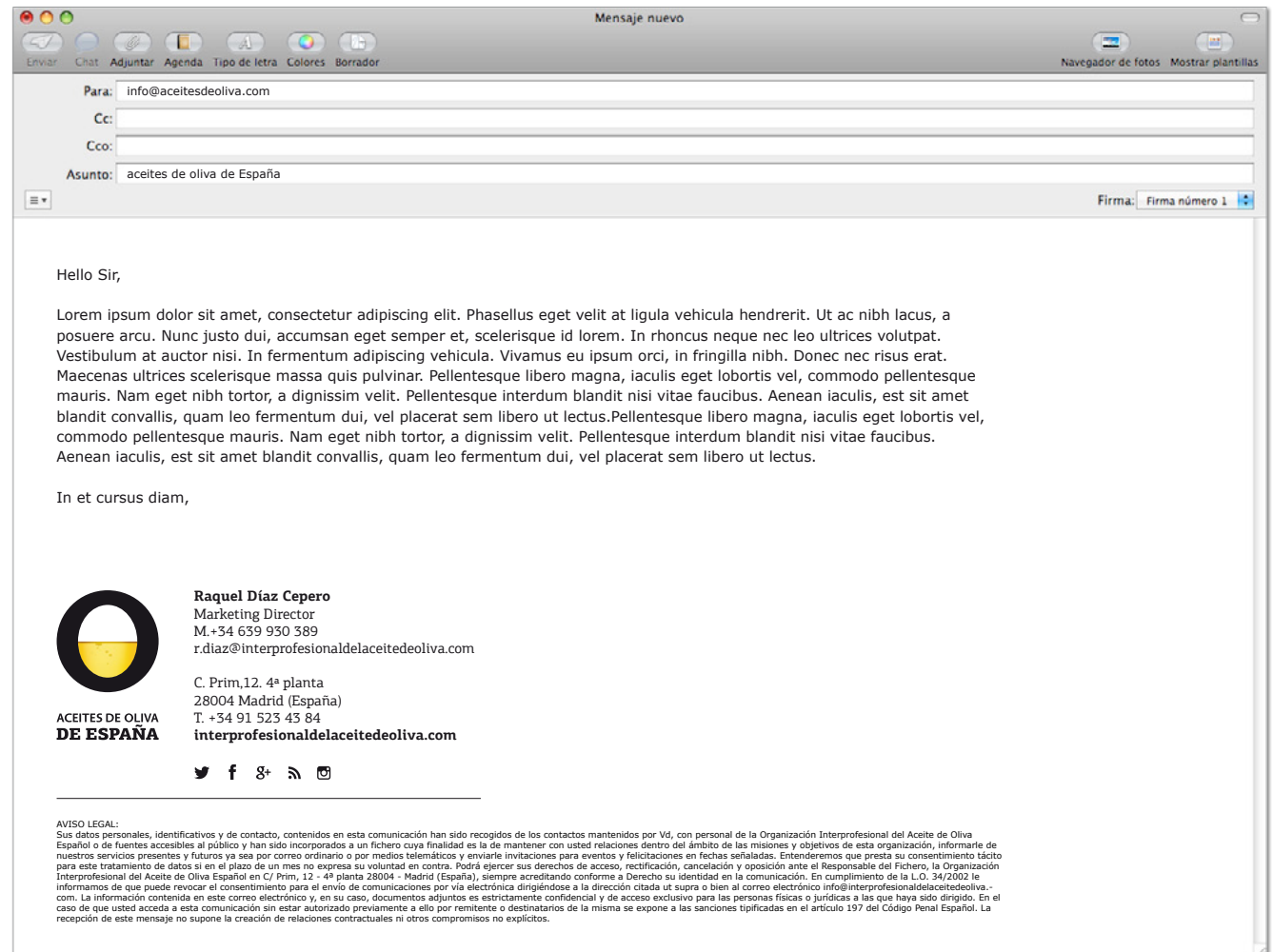
Texto

Nombre y web: Centro Slab Pro Bold 12/14 pt

Datos: Centro Slab Pro Regular 12/14 pt

Tamaño de la marca

71 x 104 px



Perfil en las redes sociales

Para las redes sociales se normaliza un avatar formado solo por el símbolo. Se usará siempre que el nombre “Aceites de Oliva de España” se pueda escribir cerca del avatar, para evitar redundancias (ver ejemplo). En caso de que no haya posibilidad de escribir el nombre en el mismo campo visual que el avatar o de no tener suficiente presencia, se usará la marca completa.

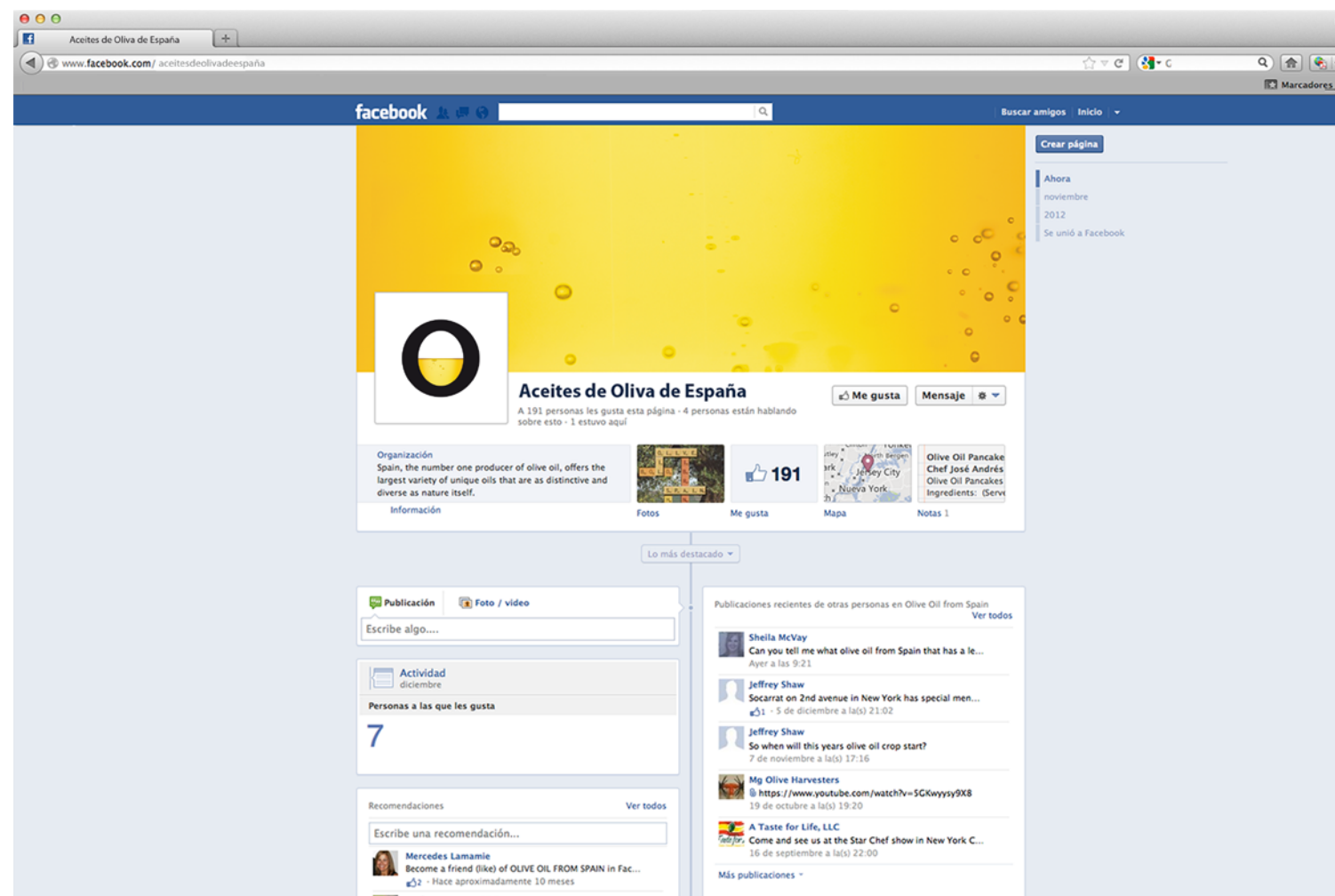
Se presenta una foto de portada a modo de ejemplo. Se recomienda ir variando la foto a lo largo del tiempo, según la necesidad de cada momento.



AVATAR 1



AVATAR 2



Eventos y ferias

Aceites de Oliva de España pretende construir una experiencia que inspire a sus clientes y los invita a conocer los valores de calidad, excelencia, equilibrio e innovación en el sector alimentario. Por ello, sus espacios feriales deberán ser contemporáneos y estar contruidos basándose en la marca y en los diferentes elementos corporativos que la rodean.

5

Estandos

A modo de ejemplo se ilustra un caso de stand. En general la normativa que se debe seguir es: respeto a la aplicación de la marca y respeto a las normas cromáticas. Los criterios de diagramación dependerán del sistema constructivo que se escoja y de la necesidad de cada evento en cuestión.

Los stands de Aceites de Oliva de España son espacios de encuentro y, por tanto, abiertos y diáfanos. Ofrecen diferentes áreas de circulación en función de cada una de las necesidades del visitante.

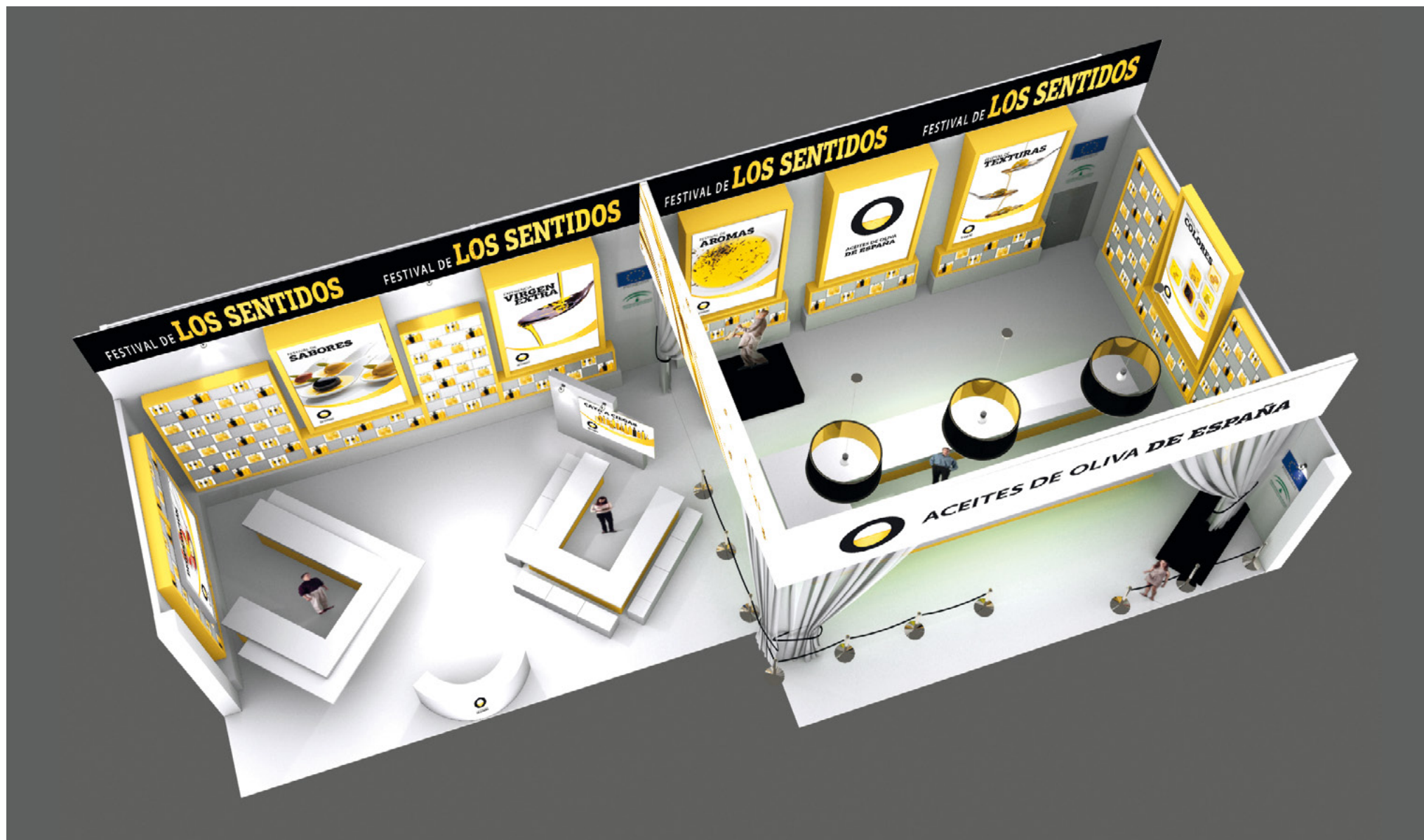
El elemento clave de los stands es el color: el código blanco, amarillo y negro dota de personalidad de marca al espacio ferial. La combinación de los tres colores se llevará a cabo de un modo proporcional, dándole siempre mucha más presencia al blanco.

También tiene un papel fundamental el rótulo principal, de color blanco, destacando la variante horizontal de la marca en gran tamaño, que permite visualizar la marca desde la distancia para así localizar la zona fácilmente.

El pavimento es blanco. Las paredes, también blancas, están recubiertas por un damero blanco con espacios para la exposición de botellas de aceite y por carteles publicitarios, ambos con bordes amarillos (pantone 114), para generar ritmo y dinamizar el espacio.

Se colocará un mostrador blanco semicircular con la variante centrada de la marca para atender visitas rápidas. Se colocarán varias zonas de degustación y atención personalizada, dependiendo del tamaño del stand. Estas zonas estarán compuestas por barras en forma de U, en amarillo corporativo y con encimeras blancas. alguna de ellas dispondrá de taburetes para atender solicitudes de atención más personalizadas.





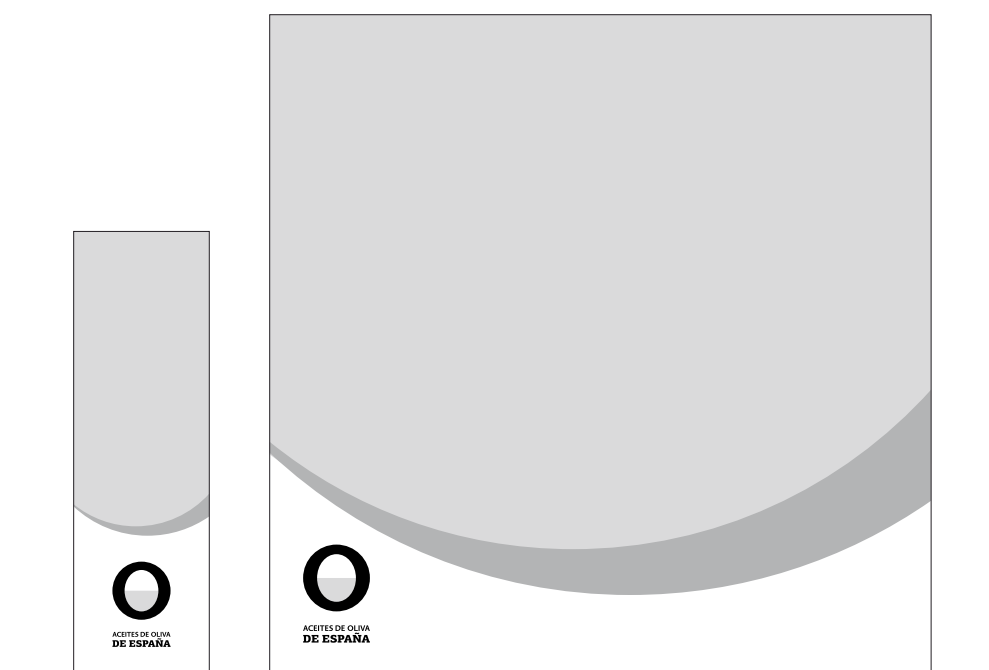




Instands

A continuación se muestra cómo se aplica la arquitectura marcada para Aceites de Oliva de España a los formatos más comunes de *instands*.

Se adaptará la misma arquitectura marcada para la comunicación (ver capítulo 3).



Roll up

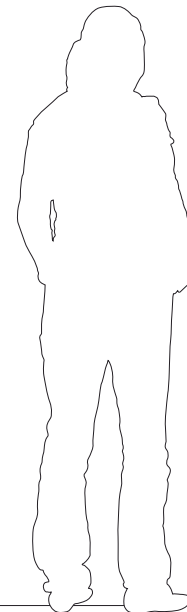
Formato

60 x 200 cm

Textos

Título: Centro Slab Pro Bold 300/325 pt

Subtítulo: Centro Slab Pro Medium 133/160 pt



**Lorem
ipsum
dolor**

Suspendisse
accumsan
gravida
pellentesque.



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

Instand

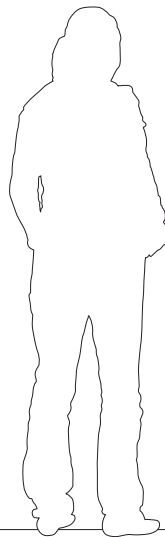
Formato

300 x 300 cm

Textos

Título: Centro Slab Pro Bold 586/548 pt

Subtítulo: Centro Slab Pro Medium 240/287 pt



**Lorem
ipsum dolor**

Suspendisse accumsan
gravida pellentesque.



ACEITES DE OLIVA
DE ESPAÑA

Photocall

Se establece un diseño de *photocall* a partir de la indiana de la marca.

Para garantizar una correcta legibilidad desde varios metros de distancia, se recomienda una anchura mínima de la marca de 10 cm.



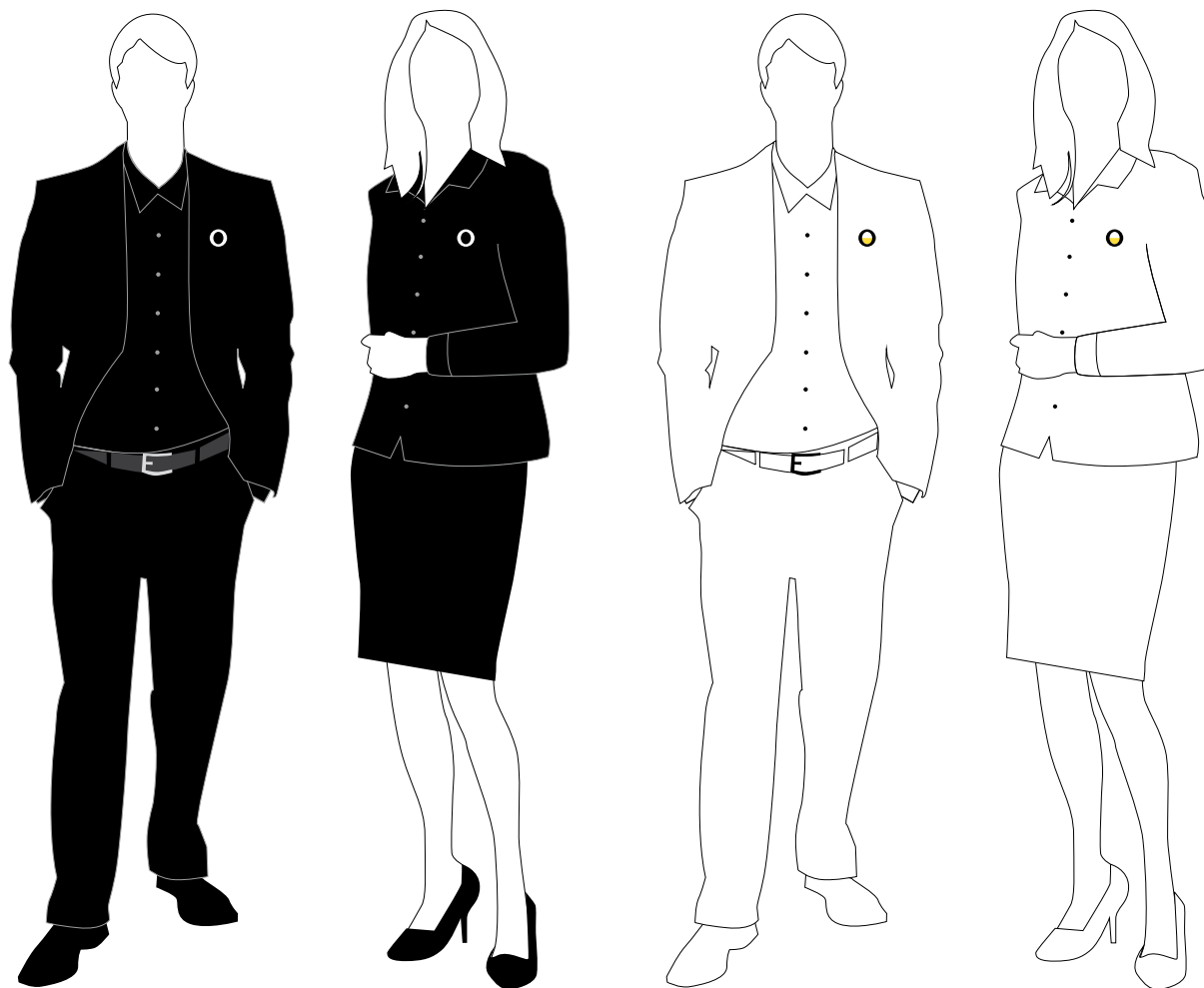
Indumentaria

La indumentaria del personal en ferias y eventos se compondrá de americana, camisa, zapatos y pantalón o falda negros o blancos.

En el lado izquierdo de la americana se colocará el símbolo en pluma blanco (sobre uniforme negro), o en dos colores (sobre uniforme blanco) a modo de broche.

Tamaño del símbolo

15 x 15 mm



Tarjeta de identificación

Formato

85 x 54 mm

Texto

Centro Slab Pro Regular 9/11 pt



Delantal y chaquetilla

El personal de cocina vestirá de negro o blanco con chaquetilla o delantal a cintura blanco.

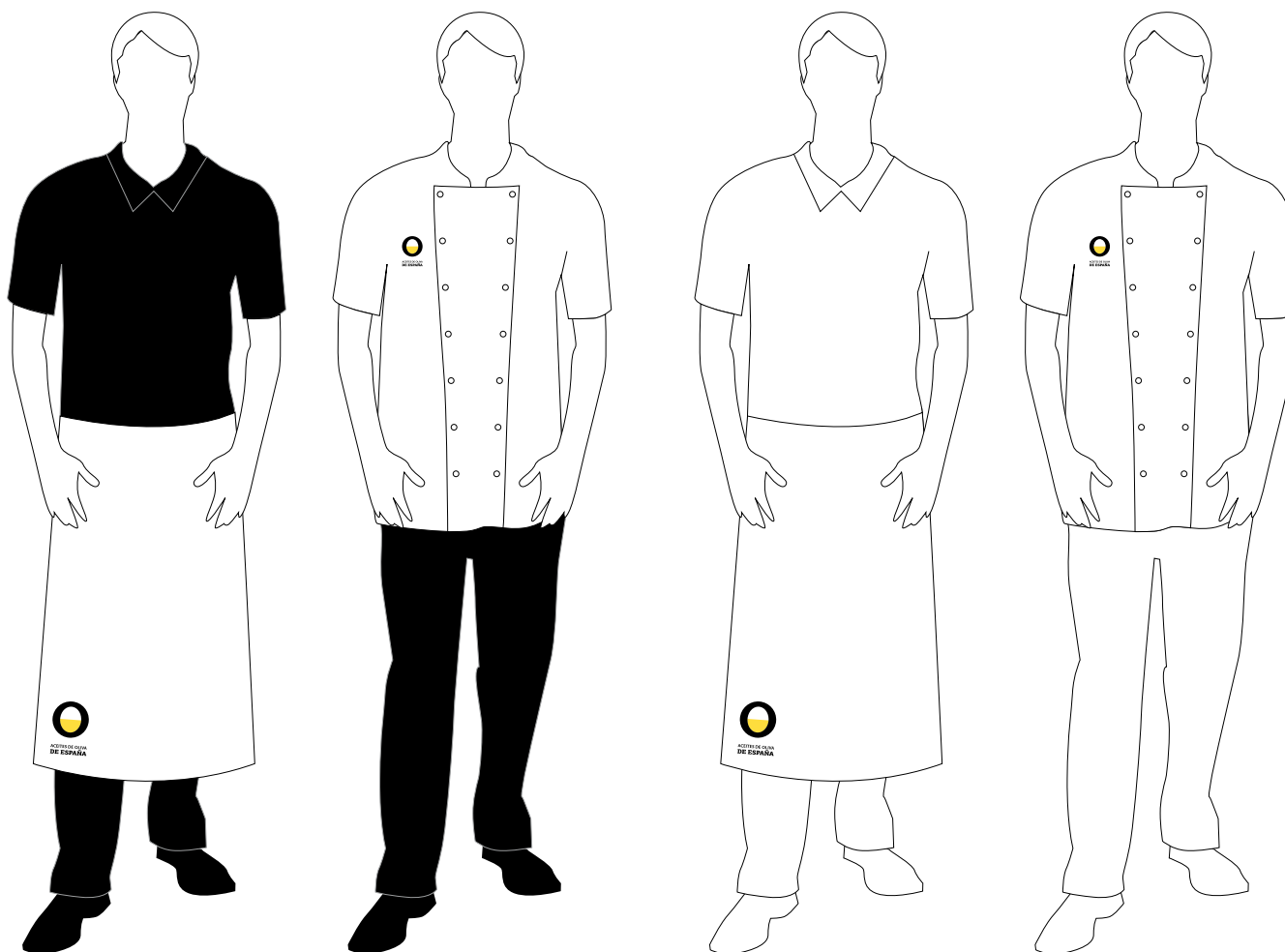
La marca se situará en el lado derecho de la chaquetilla, dejando el lado izquierdo libre para bordar el nombre del cocinero. En el delantal, la marca se situará en la parte inferior derecha.

La marca se bordará a dos colores o, en su defecto, se serigrafiará dos tintas.

Tamaño de la marca

Delantal: 50 x 73,4 mm

Chaquetilla: 30 x 44 mm



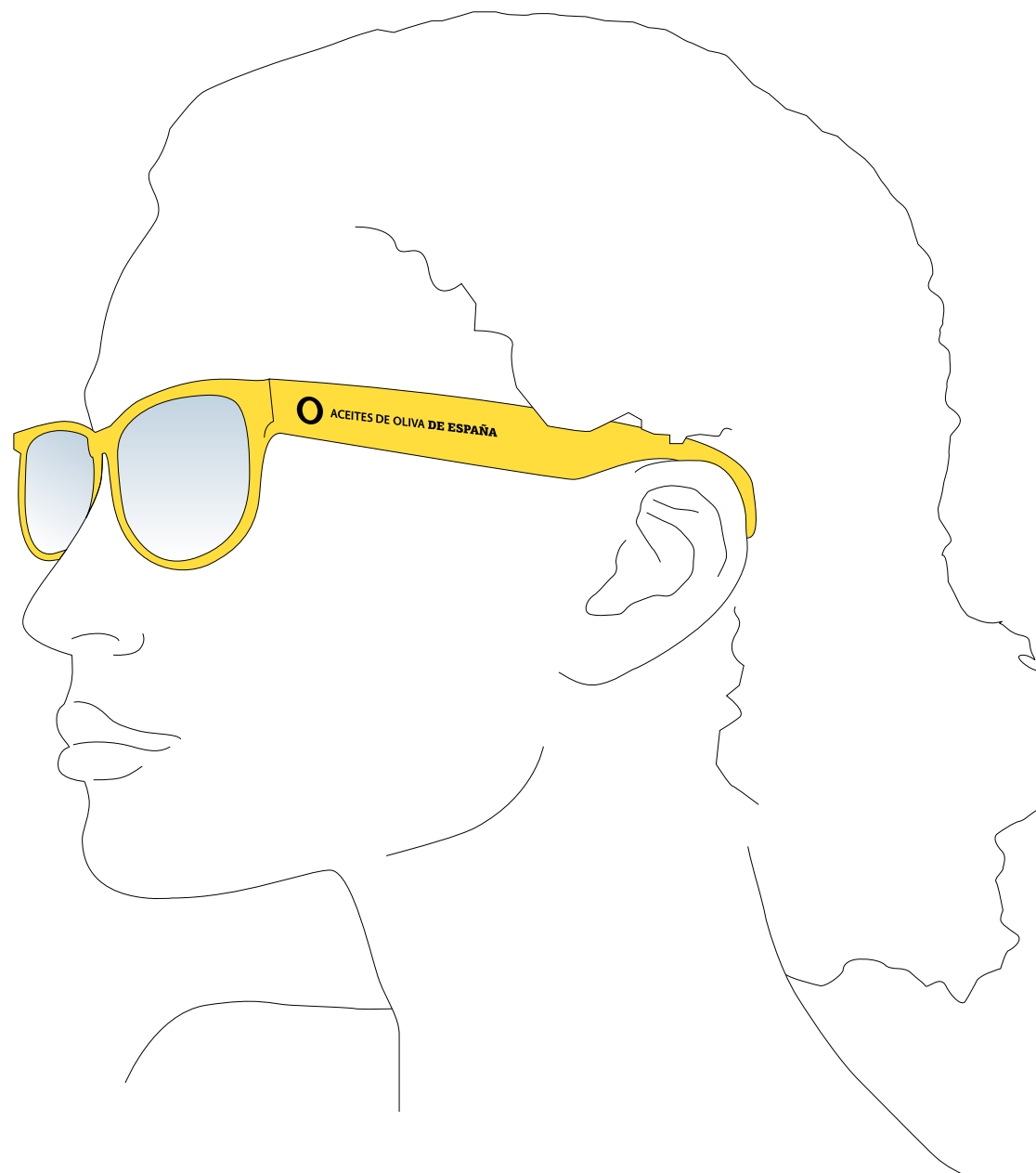
Merchandising

En este capítulo se incluye un conjunto de artículos a modo de ejemplo que servirán para promocionar la marca. Se debe tener en cuenta el criterio que se utiliza en este capítulo para aplicar la imagen corporativa en otros elementos y considerarlo un modo de empleo para las necesidades de implantación que surjan en cada momento.

6

Gafas de sol

Tamaño mínimo de la marca
46 x 6 mm



Bolsa

Formato

420 x 380 mm

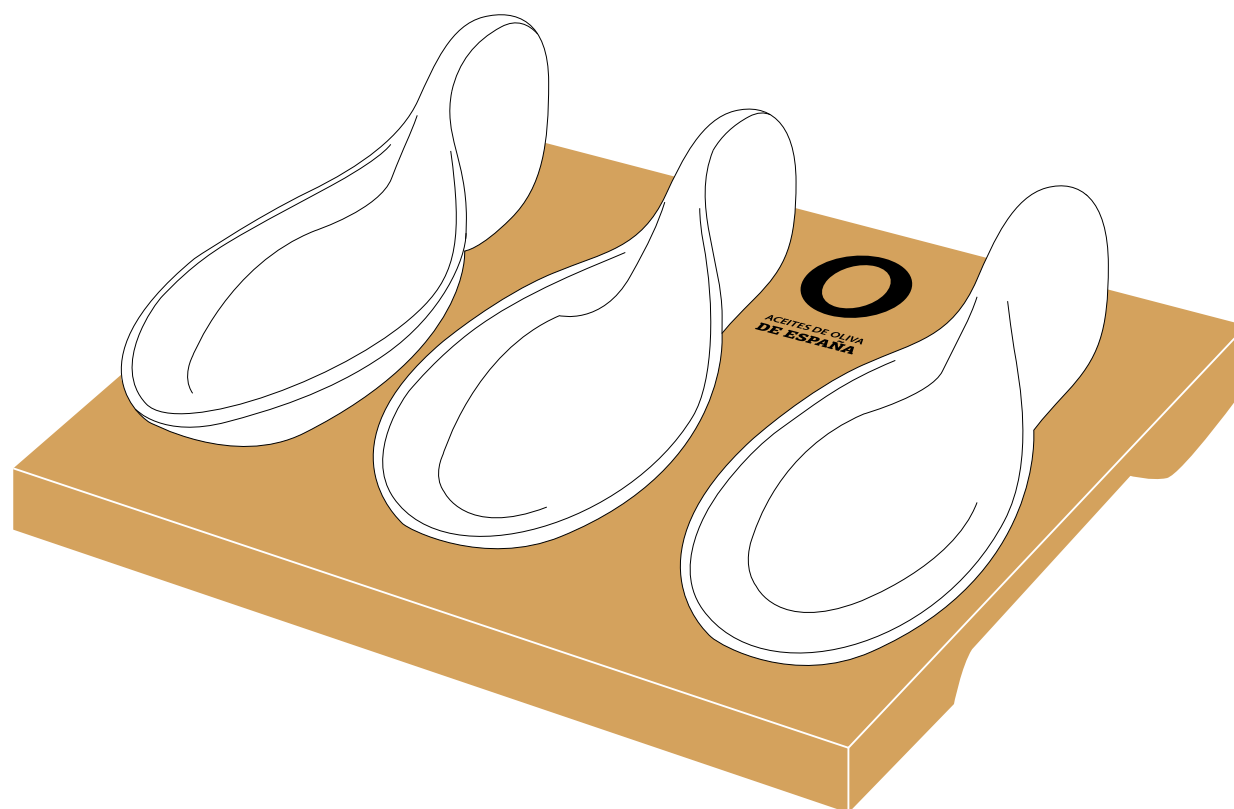
Tamaño de la marca

148 x 217 mm



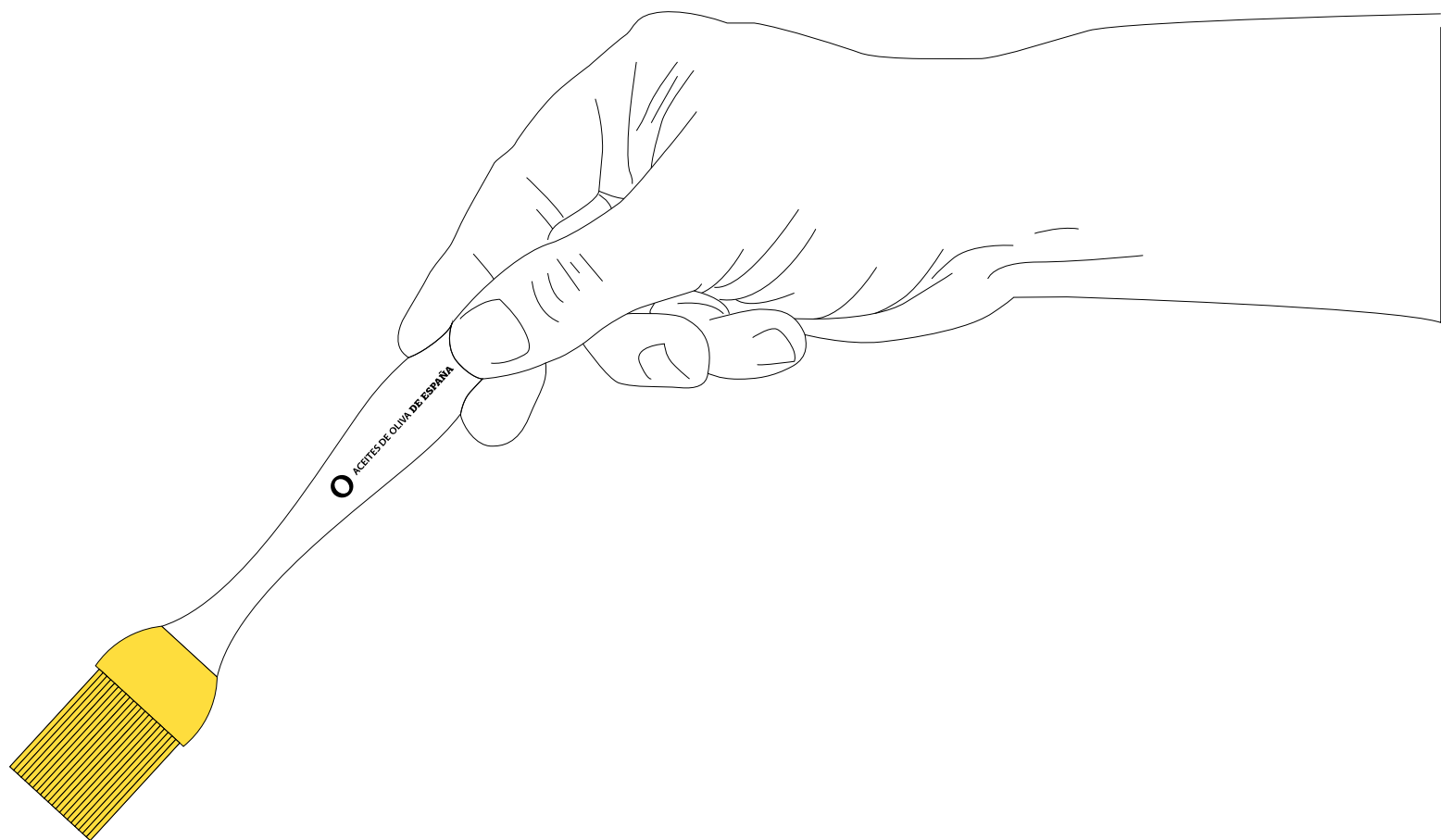
Cucharas

Tamaño de la marca
20,5 x 30 mm



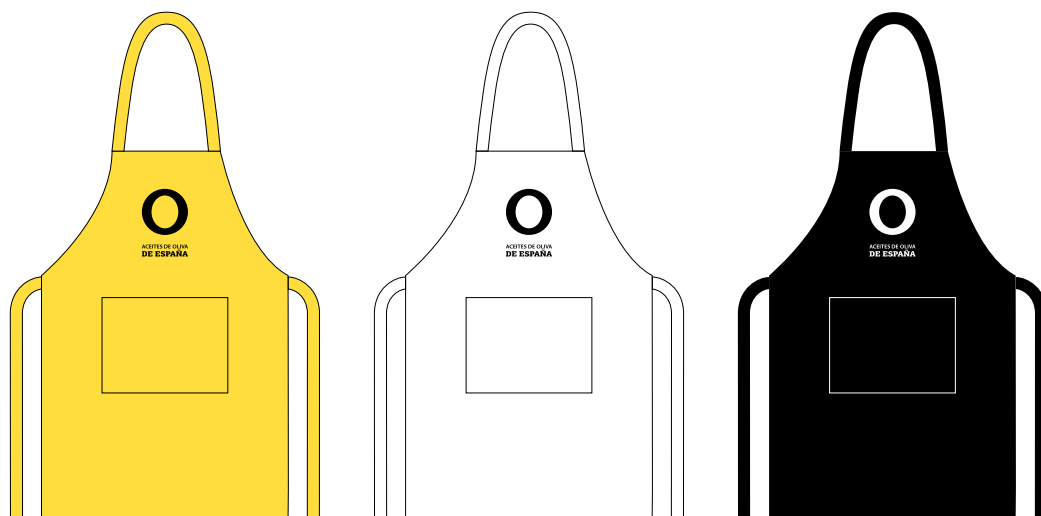
Pincel de cocina

Tamaño mínimo de la marca
46 x 6 mm



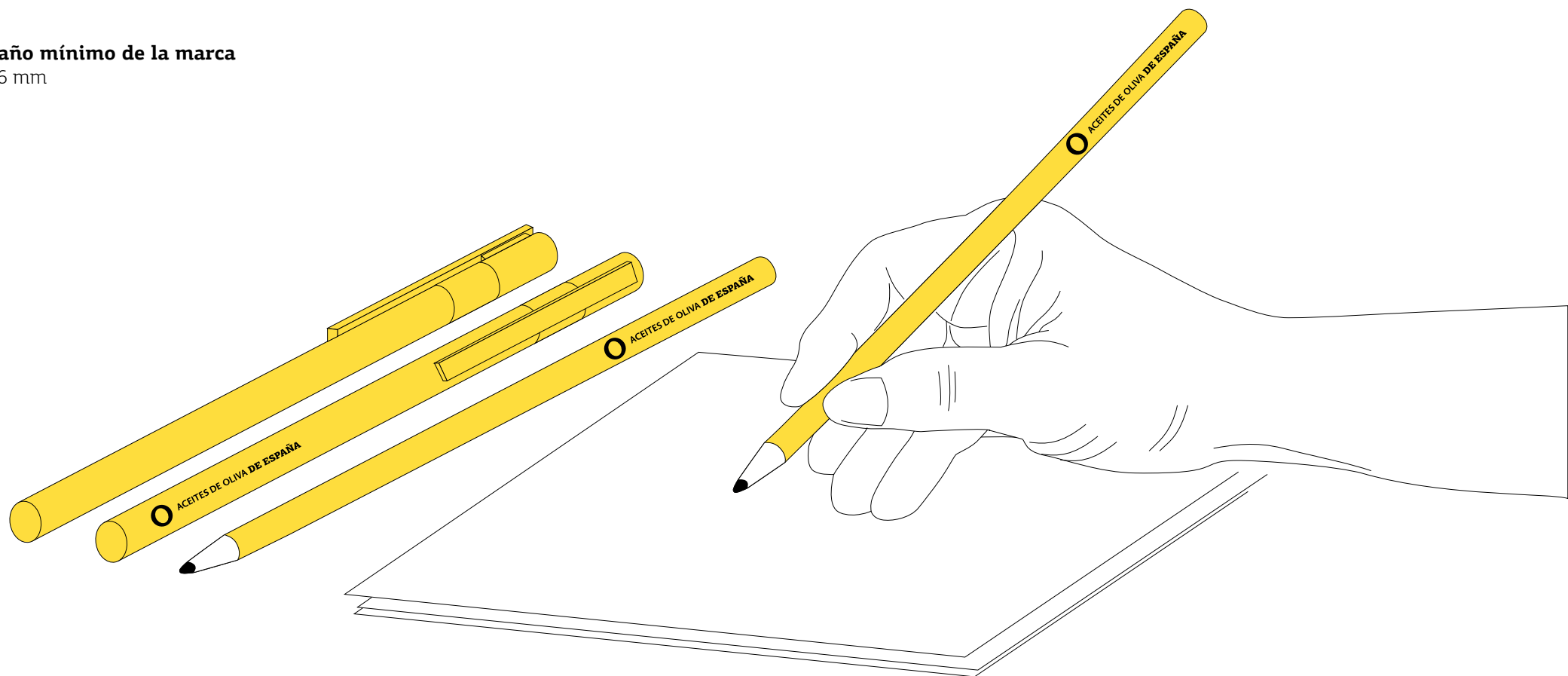
Mandil

Tamaño de la marca
100 x 147 mm



Lápiz y bolígrafo

Tamaño mínimo de la marca
46 x 6 mm



Cuaderno

Formato

130 x 210 mm

Tamaño de la marca

37 x 54 mm

Especificaciones

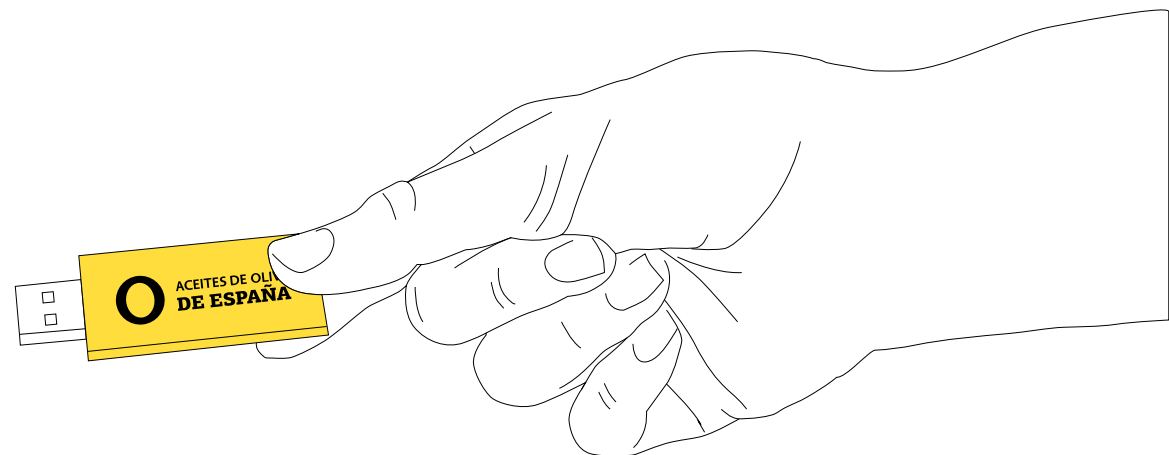
Marca impresa en vitola /
marca en relieve /
marca impresa.



USB

Tamaño mínimo de la marca

21,5 x 6 mm



© morillas