



VINO DE  
ESPAÑA



---

MANUAL IDENTIDAD  
CORPORATIVA

## **SIMBOLOGÍA BÁSICA**

- Logotipos: Horizontal y vertical
- Área de Seguridad
- Color corporativo
- Tipografías

## **NORMAS DE USO**

- Versiones correctas
- Aplicaciones correctas

## **APLICACIONES DE LA MARCA**

- Papelería corporativa
- Merchandising y elementos expositivos.

LOGOTIPO CORPORATIVO

---



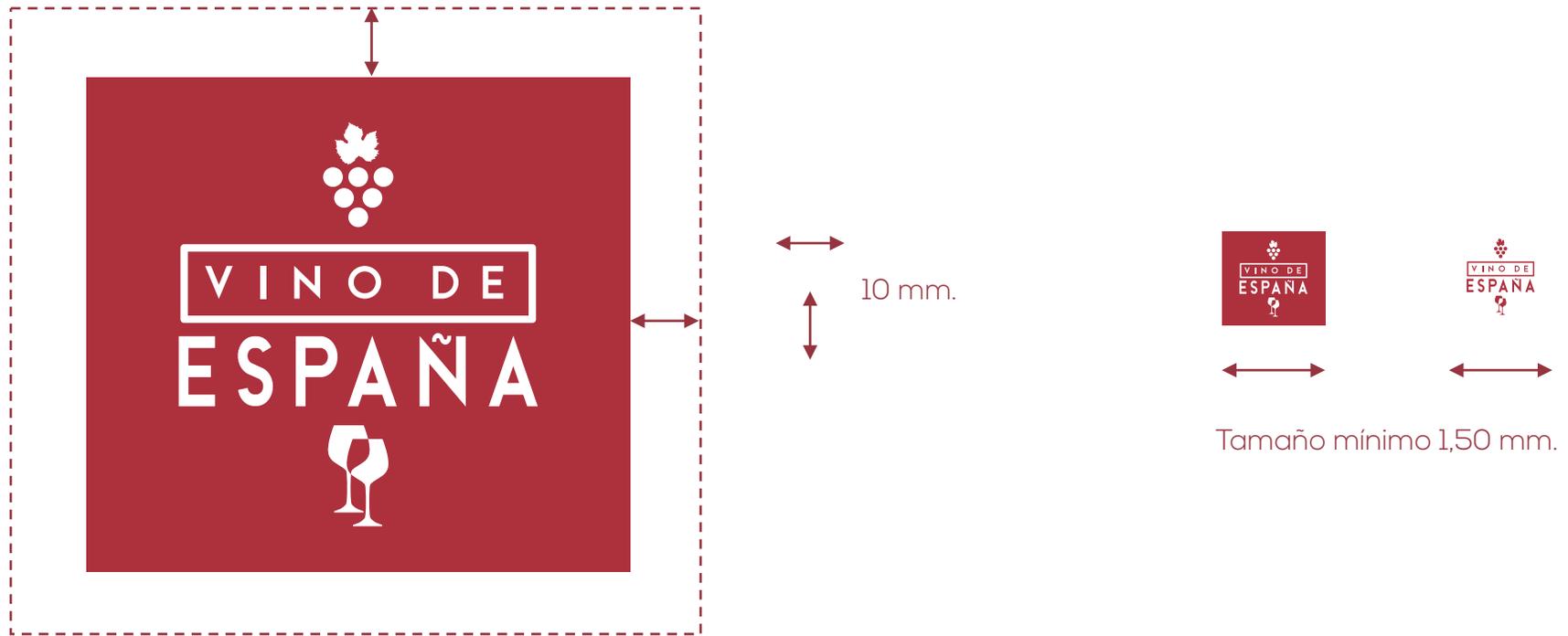
---

Logotipo principal

## ÁREA DE SEGURIDAD

---

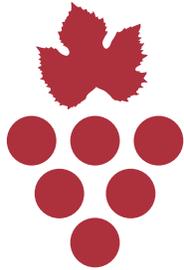
Logotipo Horizontal con espacio de 10mm como área de seguridad y que es una distancia mínima respecto a los textos o elementos gráficos que hay que respetar.



## ICONOS

---

Los iconos se pueden utilizar por separado para detalles en diferentes elementos o presentaciones. Los Textos del logotipo nunca se pueden separar.



---

Iconos

Logotipo base

## COLOR CORPORATIVO

---

Las referencias de color de OIVE es el Pantone aquí especificados. Si las condiciones de impresión no permiten el uso de éste, el logotipo podrá ser impreso en cuatricromía, o en negro.

Este es el color principal de la marca y el que debe predominar.

**PANTONE**

7427M

**CMYK**

18 / 90 / 65 / 20

**RGB**

149 / 51 / 62

**HTML**

#95333e

## TIPOGRAFÍAS

---

Para utilizar en Títulos y textos secundarios.

### TÍTULOS

## BECKMAN FREE

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
0123456789 !,:;.&%€

### Texto Secundario

## Nexa Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789 (.,;.&%€)

## TIPOGRAFÍAS

---

Para WEB o por razones técnicas no se pueda utilizar la corporativa

### Tipografía sustitutiva

#### CALIBRI

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

0123456789 (.:;&%€)

## NORMAS DE USO

---

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca OIVE se tienen que seguir una serie de normas genéricas. Con el objetivo de no debilitar el mensaje visual de la marca es fundamental evitar los efectos contraproducentes en su aplicación. Un uso desordenado de la identidad visual crea confusión, y repercute muy negativamente en el perfil de la marca y en la percepción que el público ha de tener de sus valores y servicios.



Versión principal



Versión principal negativo

## NORMAS DE USO

---

Siempre que sea posible se aplicará la marca en su versión principal. En el caso que no sea posible por razones técnicas se utilizará la versión en blanco y negro.



---

Versión principal en Blanco y Negro



---

Versión principal en Blanco y Negro Negativo

## APLICACIONES CORRECTAS

---

La máxima visibilidad, legibilidad y contraste tienen que asegurarse en todas las aplicaciones. Si el logotipo se tiene que aplicar sobre fondos no corporativos o fotografías, debe aplicarse en blanco o negro, en función de la luminosidad del fondo.



Fondo fotográfico oscuro



Fondo fotográfico claro

# PAPELERÍA CORPORATIVA

Para evitar resultados no deseados en la puesta en práctica de la marca en diferentes soportes deben seguir una serie de normas genéricas. Ordenar y aplicar de forma correcta el logo es garantía de que transmitirá perfectamente la jerarquía dentro del conjunto de la imagen corporativa.



## MERCHANDISING Y ELEMENTOS EXPOSITIVOS

---

Aplicación de la marca en diferentes productos y elementos .



# ETIQUETA VINO

Aplicado en la etiqueta de vino, recomendado por OIVE. (Etiqueta ficticia basada en una real)

