

Versión  
09/01/2025

Brandbook

---

# Indicación Geográfica Protegida Gordal de Sevilla

---



Consejo Regulador  
de la IGP Aceituna  
Gordal de Sevilla

---

## Enero 2025

---

## Nota Importante

---



### Uso de los distintivos de la IGP Aceituna Manzanilla de Sevilla



Se informa a los socios que los distintivos y elementos gráficos relacionados con la IGP Aceituna Manzanilla de Sevilla, referidos en este manual, no podrán ser utilizados hasta la publicación en el Boletín Oficial de la Junta de Andalucía [BOJA] de su incorporación al Consejo Regulador de la IGP Aceituna Gordal de Sevilla, constituido al amparo de la Orden de 28 de octubre de 2024, por la que se aprueba el Reglamento de Funcionamiento del Consejo Regulador de la Indicación Geográfica Protegida «Aceituna Gordal Sevillana»/«Aceituna Gordal de Sevilla».

Cualquier uso de dichos distintivos antes de la publicación oficial será considerado como una infracción de las normas establecidas en este manual y en la normativa vigente.

# 0

## Indice



### 1. INTRODUCCIÓN

- 1.1 Normas de utilización
- 1.2 Presentación marca

### 2. ELEMENTOS DE IDENTIFICACIÓN

- 2.1. Marcas Manzanilla y Gordal de Sevilla
- 2.2. Área de protección
- 2.3. Tamaños de aplicación
- 2.4. Colores corporativos
- 2.5. Normativa cromática
- 2.6. Aplicación sobre fondos
- 2.7. Tipografía
- 2.8. Composición de marca + símbolo UE
- 2.9. Normativa

### 3. USOS DE LOGOTIPO EN ASOCIADOS

- 3.1. Etiquetas
- 3.2. Contraetiquetas
- 3.3. Precintos
- 3.4. Elementos de refuerzo en etiquetas

### 4. USOS DE LOGOTIPO CONSEJO REGULADOR

- 4.1. Composición de marca
- 4.2. Tamaños mínimos
- 4.3. Área de protección
- 4.4. Colores y equivalencias cromáticas
- 4.5. Usos incorrectos
- 4.6. Uso de logo de Impacto

# Introducción

# 1

1.1 Normas de utilización

1.2 Presentación marca

# 1.1

## Normas de utilización



El manual básico de identidad corporativa sirve como guía para la correcta utilización de los elementos gráficos que conforman la imagen de **ACEITUNA MANZANILLA DE SEVILLA Y GORDAL DE SEVILLA**. Es, por tanto, una herramienta de uso indispensable para la aplicación de los elementos que en ella se definen.

Una nueva marca, precisa de una imagen corporativa clara, unívoca y homogénea capaz de proyectar su actividad y carácter específico, tanto en los espacios públicos como en las comunicaciones internas. Para ello, las normas de este manual han de respetarse y mantenerse constantes, a fin de facilitar una difusión única y reforzar y asentar la identidad de la marca.

El manual incluye una descripción precisa del grafismo de las marca,s así como sus pautas de construcción, el uso de las tipografías y de sus aplicaciones cromáticas, no estando permitida la utilización de versiones y formatos distintos a los que se especifican en los apartados correspondientes de este documento.

El presente manual se acompaña de todos los originales de la marca, así como todos los archivos usados a lo largo de estas páginas -incluidas las tipografías- y una copia del manual en formato.pdf

## 1.2 Presentación de marca



**La Indicación Geográfica Protegida (IGP) de la Manzanilla y Gordal de Sevilla** es una señal de calidad de ámbito europeo que protege a un producto agrícola o alimentario estrechamente ligado a un área geográfica. Cualquier presentación de estas aceitunas etiquetada como **IGP Aceituna Manzanilla de Sevilla o IGP Aceituna Gordal de Sevilla** nos ofrece la garantía de que estas aceitunas son de procedencia de Sevilla y han sido producidas bajo unas condiciones específicas de calidad, recogidas en los pliegos de condiciones de cada una de las marcas.

### Las Aceitunas

La Indicación Geográfica Protegida (IGP) se refiere a las aceitunas Manzanilla Sevillana y Gordal Sevillana, recolectadas de manera tradicional durante los meses de septiembre y octubre. Esta manera de recolección es denominada "ordeño" o "verdeo".

### La Preparación

La Indicación Geográfica Protegida (IGP) de la Manzanilla y de la Gordal de Sevilla indica que las aceitunas han sido preparadas al conocido como estilo sevillano. Para ello las aceitunas primero se lavan, se cuecen en cáustica (tratamiento alcalino), y se sumergen en salmuera (agua con sal), para conservarse así produciéndose una fermentación láctica natural.

### La Presentación Final

- **Aceitunas enteras:** aceitunas con o sin pedúnculo que no está deshuesada.
- **Aceitunas deshuesadas:** aceitunas sin hueso.
- **Aceitunas rellenas:** aceitunas deshuesadas y rellenas con otro alimento como anchoa, pimiento, ajo, y muchos otros más.

## 1.2 Presentación de marca



### El Calibrado

Para que una aceituna sea certificada como IGP Aceituna Manzanilla de Sevilla o IGP Aceituna Gordal de Sevilla tiene que tener un tamaño determinado. El calibre indica el número de aceitunas que caben un 1 kg de aceitunas. Los diferentes calibres que contempla la IGP para cada variedad de aceituna son los siguientes:



#### ACEITUNA MANZANILLA:

de 141/160 a 321/350 aceitunas/kg.



#### ACEITUNA GORDAL:

de 60/70 a 121/140 aceitunas/kg.

### Las Categorías

Son certificadas bajo la IGP Aceituna Manzanilla de Sevilla o bajo la IGP Aceituna Gordal de Sevilla las **categorías Extra y Primera** (según Norma Comercial aplicable a las Aceitunas de Mesa del Comité Oleícola Internacional).

### El Contexto Geográfico e Histórico

El área de producción de la IGP Aceituna Manzanilla de Sevilla y de la IGP Aceituna Gordal de Sevilla abarca toda la provincia de Sevilla y algunos municipios de Huelva.

# 2

## Elementos de identificación

- 2.1. Marcas Manzanilla y Gordal de Sevilla
- 2.2. Área de protección
- 2.3. Tamaños de aplicación
- 2.4. Colores corporativos
- 2.5. Normativa cromática
- 2.6. Aplicación sobre fondos
- 2.7. Tipografía
- 2.8. Composición de marca + símbolo UE
- 2.9. Normativa



## 2.1 Marcas Manzanilla y Gordal de Sevilla



El manual básico de identidad corporativa sirve como guía para la correcta utilización de los elementos gráficos que conforman la imagen de **ACEITUNA MANZANILLA Y GORDAL DE SEVILLA**. Es, por tanto, una herramienta de uso indispensable para la aplicación de los elementos que en ella se definen.

Una nueva marca, precisa de una imagen corporativa clara, unívoca y homogénea capaz de proyectar su actividad y carácter específico, tanto en los espacios públicos como en las comunicaciones internas. Para ello, las normas de este manual han de respetarse y mantenerse constantes, a fin de facilitar una difusión única y reforzar y asentar la identidad de la marca.



## 2.2 Área de protección

A fin de preservar la integridad de la marca y asegurar una correcta visualización de la misma, aquí se exponen los **márgenes mínimos de seguridad** que debemos respetar. Ningún elemento gráfico que la acompañe deberá superar estos márgenes de seguridad.

De este modo conseguiremos crear el espacio limpio suficiente en torno a la logomarca para su correcta visualización.



## 2.3 Tamaños de aplicación

Se ha establecido un tamaño mínimo de reproducción impresa (offset) de 28mm de alto para el logotipo completo. A pesar de ello, se recomienda aumentar estos tamaños siempre que sea posible, especialmente para sistemas bajos de reproducción, como la impresión digital o la serigrafía.

Para reproducción en pantalla (72ppp) se aconsejan tamaños mínimos de 17 píxeles de alto.

Bajo ningún concepto se reproduzcan estos elementos a un menor tamaño que el aquí expuesto.



Medios impresos



Medios digitales



## 2.4 Colores corporativos



El color es un elemento fundamental para identificar y personalizar la identidad visual corporativa, ya que define el escenario de valores emocionales concretos que la marca desea transmitir. La aplicación de estos colores debe mantenerse constante.

Cuando los colores de identidad deban ser impresos por tintas planas se utilizarán las referencias originales de Pantone, por ser el estándar en las artes gráficas. Cuando se reproduzcan los colores en otros sistemas se utilizarán las correspondencias establecidas también en este epígrafe (modelos de color CMYK -para impresión en cuatricomía- y RGB -para versiones digitales-).

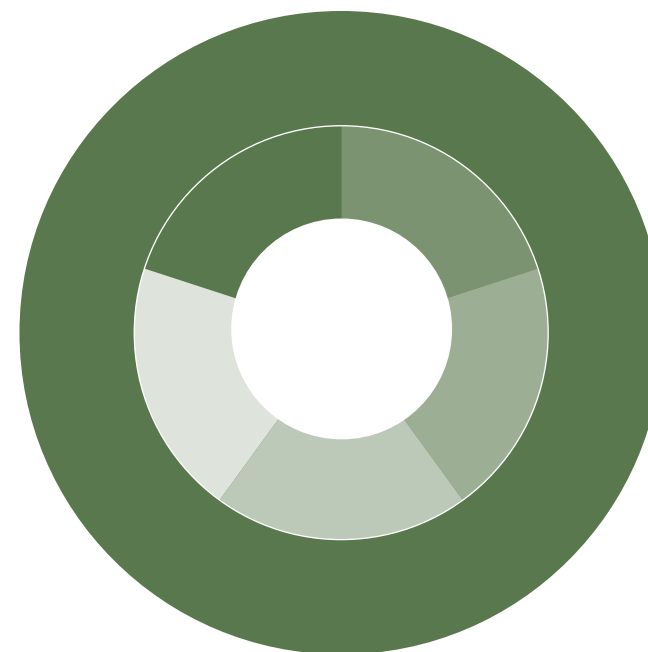


### **Pantone 390 U**

CMYK 48 / 17 / 100 / 3

RGB 151 / 168 / 34

# 97a822



### **Pantone 364 U**

CMYK 66 / 33 / 76 / 20

RGB 91 / 120 / 77

# 5a784d

## 2.5 Normativa cromática



En este apartado se muestran las diferentes versiones de la logomarca. No se permite su representación de distinta manera a las aquí reflejadas

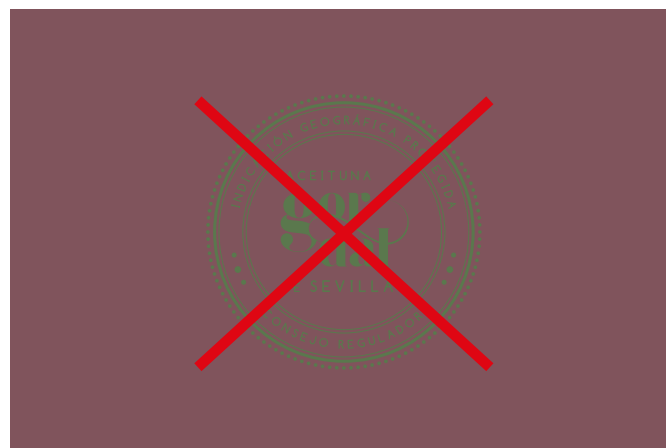
Para fondos blancos se recomienda emplear la versión a color, mientras que para colores oscuros se recomienda la versión negativa de la marca.

El logotipo no podrá emplearse de otra forma diferente a sus versiones en positivo (negro) o negativo (blanco).



## 2.6 Aplicación sobre fondos

Cuando por razones técnicas de impresión o formato de diseño que no sean los estándares mostrados en este manual se tenga que mostrar la marca sobre fondos de diferentes colores lo haremos encuadrándolo sobre los colores corporativos.



## 2.7 Tipografía



La tipografía corporativa es la Comfortaa, que se empleará para destacados, rótulos, titulares, etc. Siempre se utilizará con un 300 de tracking.

**A a** Comfortaa regular  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

**A a** Comfortaa bold  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890

## 2.8 Composición de marca + símbolo UE

Para productos con Denominación de Origen Protegida Manzanilla y Gordal de Sevilla la marca deberá ir siempre acompañada del símbolo de la "Indicación Geográfica Protegida" de la Unión Europea. La composición de ambos elementos juntos se deberá realizar siempre según las proporciones y colocación aquí indicados.

### Área de protección

El área de protección se refiere al área vacía mínima que habrá que dejar en torno a las marcas cuando éstas vayan acompañadas de textos, fotografías, ilustraciones o compuestas al lado de otras marcas.

Esta zona de protección tiene como propósito asegurar la independencia visual de las marcas con respecto al resto de elementos gráficos y asegurar su correcta identificación.



Se toma como referencia el ancho X de las marcas para obtener el resto de las proporciones.



## 2.8 Composición de marca + símbolo UE



### Colores

Cuando se utilice la reproducción en color, se podrán utilizar colores directos (Pantone) o cuatricomía. Los colores de referencia son los que directos (Pantone) o cuatricomía. Los colores de referencia son los que se indican a continuación. Existe también versión monocromática en blanco y negro así como utilización en negativo para etiquetas o embalajes con fondo oscuro.

En caso de que el símbolo resulte difícil de ver debido al color utilizado en el símbolo o en el fondo del mismo, se circunscribirá con un círculo de delimitación para su mejor contraste con el color del fondo.



Versión color



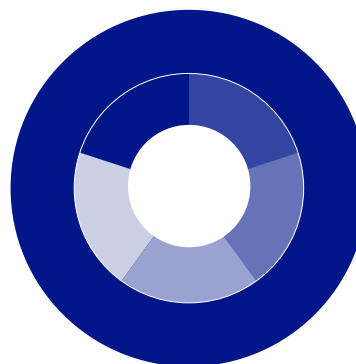
Versión monocromático



Versión negativo



Versión contraste

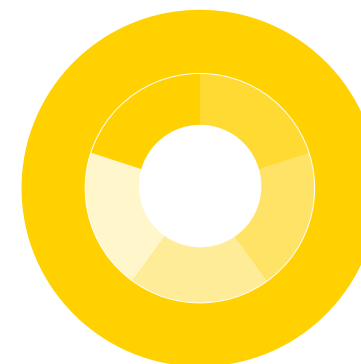


#### Pantone Reflex Blue

CMYK 100 / 91 / 23 / 7

RGB 0 / 22 / 137

# 001689



#### Pantone 109 C

CMYK 0 / 17 / 100 / 0

RGB 255 / 209 / 0

# ffd100

# 3

## Uso de logotipo en asociados

- 3.1. Etiquetas
- 3.2. Contraetiquetas
- 3.3. Precintos
- 3.4. Elementos de refuerzo en etiquetas

## 3.1 Etiquetas



A continuación se presenta una opción del uso del logotipo en las etiquetas de las envasadoras asociadas y autorizadas por el CR. Así mismo se indica la tipografía empleada, los tamaños mínimos en los que puede ser utilizado el mismo, distancia de seguridad con respecto a los márgenes y alineación.

Las empresas inscritas en el Registro de Envasadoras - Comercializadoras autorizadas, cuya marcas hayan sido previamente registradas y las etiquetas vinculadas a la utilización de las IGP aprobadas por el CR, deberán utilizar exclusivamente las etiquetas/contratiquetas y/o precintos con la numeración, seriada y expedida por el Consejo Regulador.

Dichas etiquetas integraran los logotipos que en este apartado se muestran, de las marcas de IGP “Aceituna Manzanilla Sevillana” / “Aceituna Manzanilla de Sevilla” y “Aceituna Gordal Sevillana” / “Aceituna Gordal de Sevilla”, adaptadas al formato de envasado utilizado.

Todos los etiquetados de los envases de producto amparado deberán incluir el símbolo europeo asociado a la IGP. Dicho símbolo irá acompañado de la mención “Indicación Geográfica Protegida”, o su abreviatura (“IGP”), y del nombre geográfico protegido, cuya inclusión deberá incluirse en el campo visual principal de la etiqueta.

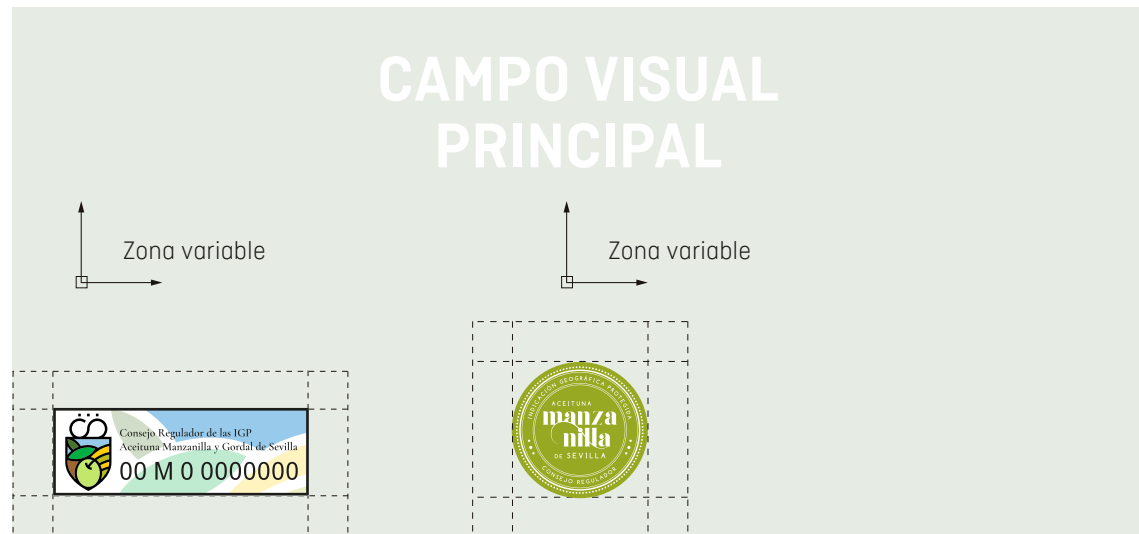
**\* EL SELLO DE LA UNIÓN EUROPEA NO SE PODRÁ UTILIZAR HASTA QUE LO NOTIFIQUE EL CONSEJO REGULADOR.**

### 3.1 Etiquetas opción 1 color Manzanilla



Las marcas a emplear en las aceitunas certificadas bajo IGP "Manzanilla de Sevilla", se compondrá del elemento base de marca y deberá ir siempre acompañada, y en el mismo campo visual, del símbolo de la "Indicación Geográfica Protegida " de la Unión Europea.

La normativa de composición y uso del símbolo europeo está detallada en el Reglamento (UE) nº 668/2014 de la Comisión, del 13 de junio de 2014, que establece las normas de desarrollo del Reglamento (UE) nº 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios.



### 3.1 Etiquetas opción 1 color Gordal



Las marcas a emplear en las aceitunas certificadas bajo IGP "Gordal de Sevilla", se compondrá del elemento base de marca y deberá ir siempre acompañada, y en el mismo campo visual, del símbolo de la "Indicación Geográfica Protegida " de la Unión Europea.

La normativa de composición y uso del símbolo europeo está detallada en el Reglamento (UE) nº 668/2014 de la Comisión, del 13 de junio de 2014, que establece las normas de desarrollo del Reglamento (UE) nº 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios.

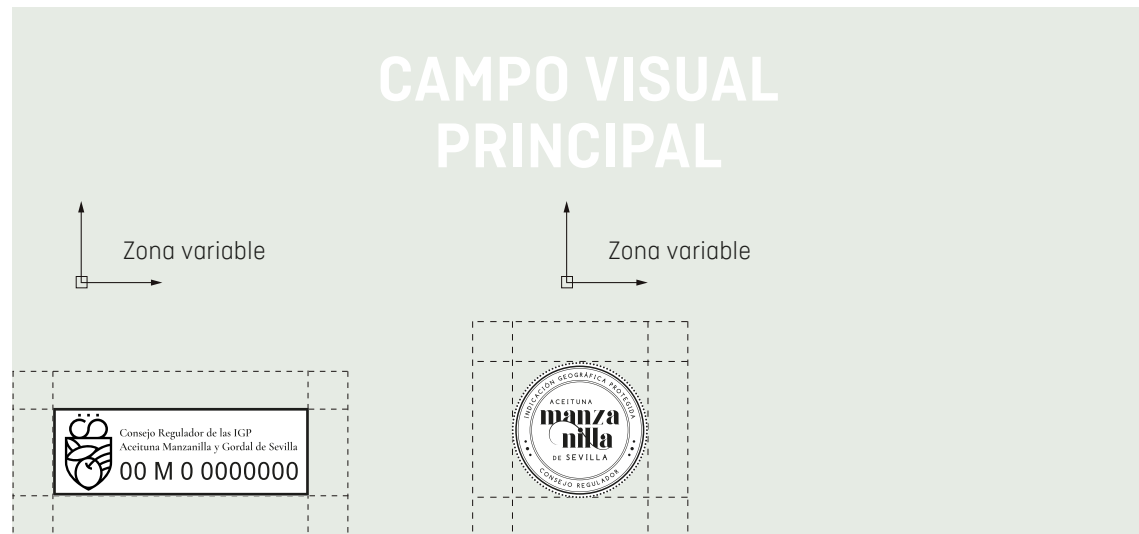


### 3.1 Etiquetas opción 1 monocromo Manzanilla



Las marcas a emplear en las aceitunas certificadas bajo IGP "Manzanilla de Sevilla", se compondrá del elemento base de marca y deberá ir siempre acompañada, y en el mismo campo visual, del símbolo de la "Indicación Geográfica Protegida " de la Unión Europea.

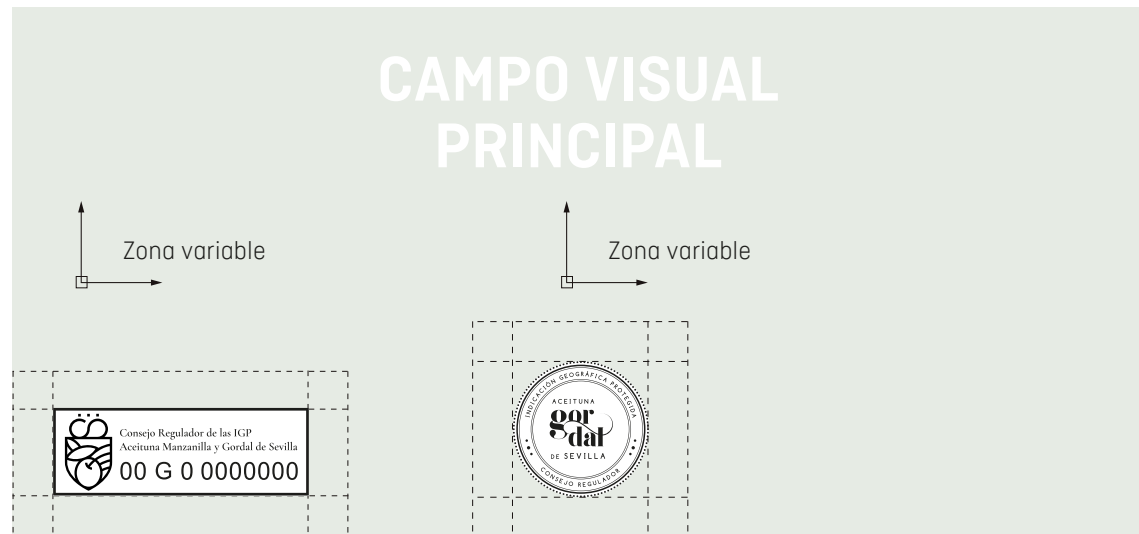
La normativa de composición y uso del símbolo europeo está detallada en el Reglamento (UE) nº 668/2014 de la Comisión, del 13 de junio de 2014, que establece las normas de desarrollo del Reglamento (UE) nº 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios.



### 3.1 Etiquetas opción 1 monocromo Gordal

Las marcas a emplear en las aceitunas certificadas bajo IGP "Gordal de Sevilla", se compondrá del elemento base de marca y deberá ir siempre acompañada, y en el mismo campo visual, del símbolo de la "Indicación Geográfica Protegida " de la Unión Europea.

La normativa de composición y uso del símbolo europeo está detallada en el Reglamento (UE) nº 668/2014 de la Comisión, del 13 de junio de 2014, que establece las normas de desarrollo del Reglamento (UE) nº 1151/2012 del Parlamento Europeo y del Consejo sobre regímenes de calidad de los productos agrícolas y alimenticios.



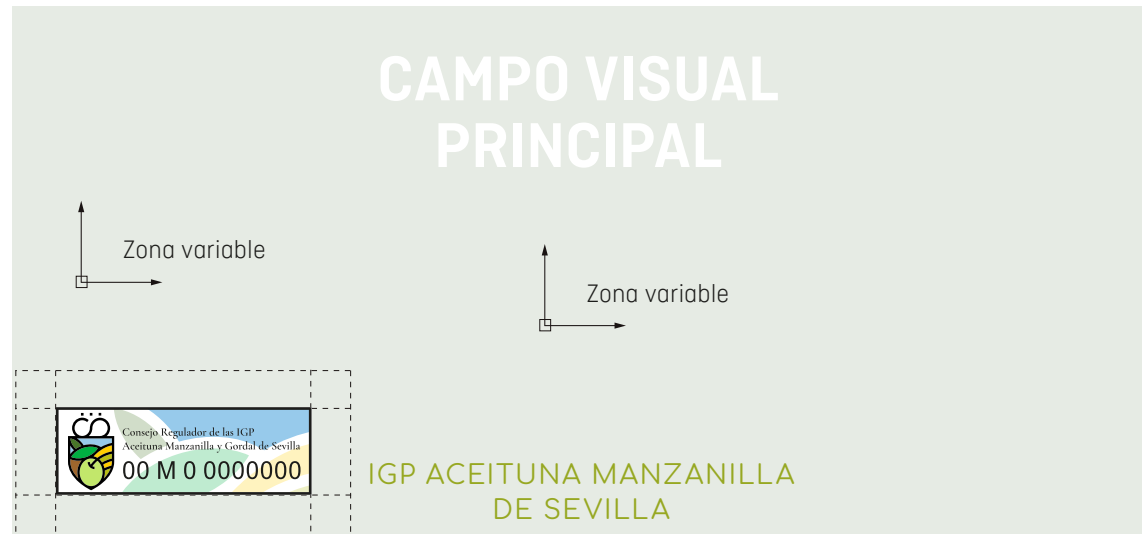
# 3.1 Etiquetas opción 2 color



## Área de protección

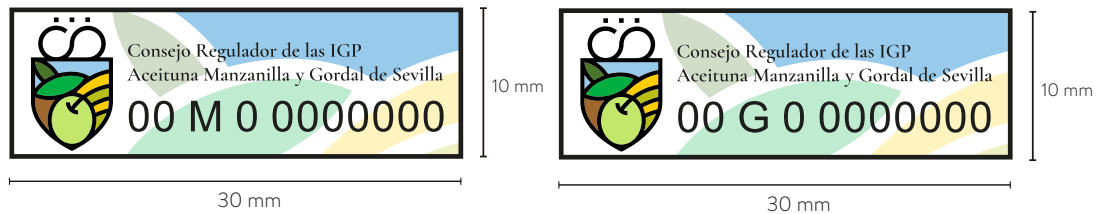
El área de protección se refiere al área vacía mínima que habrá que dejar en torno a las marcas cuando éstas vayan acompañadas de textos, fotografías, ilustraciones o compuestas al lado de otras marcas.

Esta zona de protección tiene como propósito asegurar la independencia visual de las marcas con respecto al resto de elementos gráficos y asegurar su correcta identificación.



Texto Tipografía: Confortaa

Tamaño mínimo: 10 pt





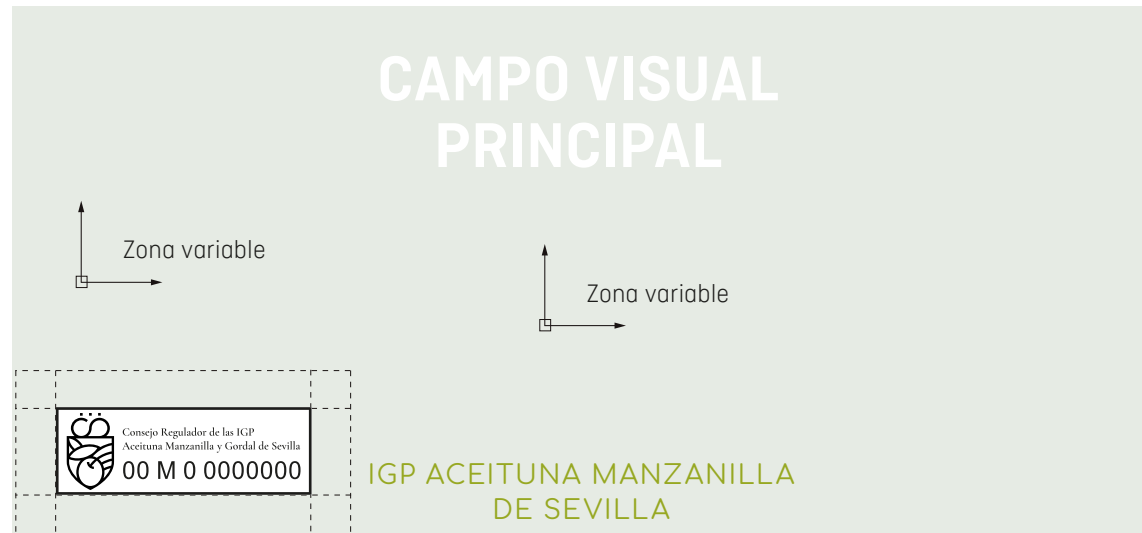


### 3.1 Etiquetas opción 2 monocromo

#### Área de protección

El área de protección se refiere al área vacía mínima que habrá que dejar en torno a las marcas cuando éstas vayan acompañadas de textos, fotografías, ilustraciones o compuestas al lado de otras marcas.

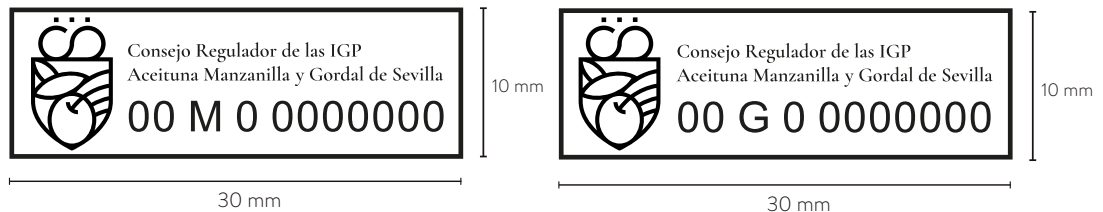
Esta zona de protección tiene como propósito asegurar la independencia visual de las marcas con respecto al resto de elementos gráficos y asegurar su correcta identificación.



Área de protección  5 mm

Texto Tipografía: Confortaa

Tamaño mínimo: 10 pt



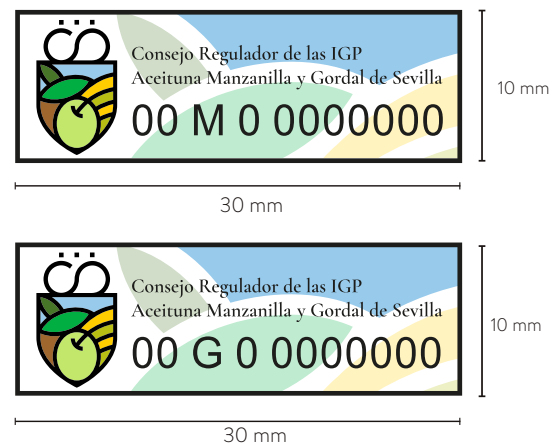
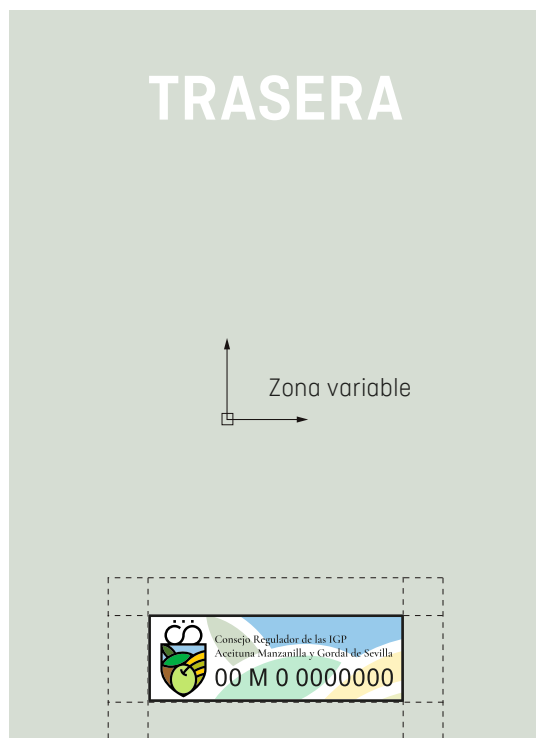
## 3.2 Contraetiquetas color



Las contraetiquetas son etiquetas seriadas y numeradas unitariamente y codificadas que certifica, que incluye el logotipo de la IGP.

Las contraetiquetas usadas por una marca y tipo de envase, serán iguales en cuanto a tamaño, forma, color y restantes características. La única diferencia entre ellas será el código inicial (los dos primeros dígitos) de la numeración se refieren al número de inscripción en el CR de la envasadora, seguidos de la numeración correlativa controlada y suministrada por el Consejo Regulador.

Los precinto deben incluir el logotipo de la IGP, más la numeración expedida por el Consejo Regulador.



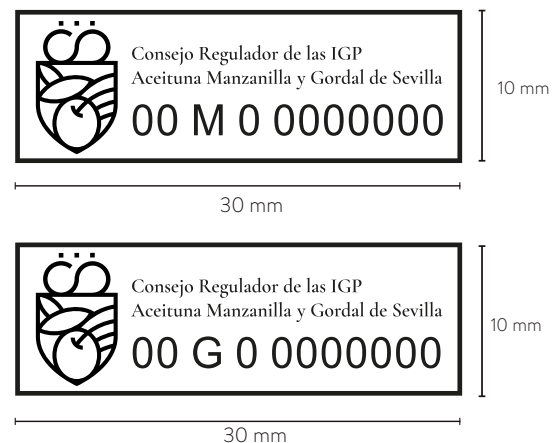
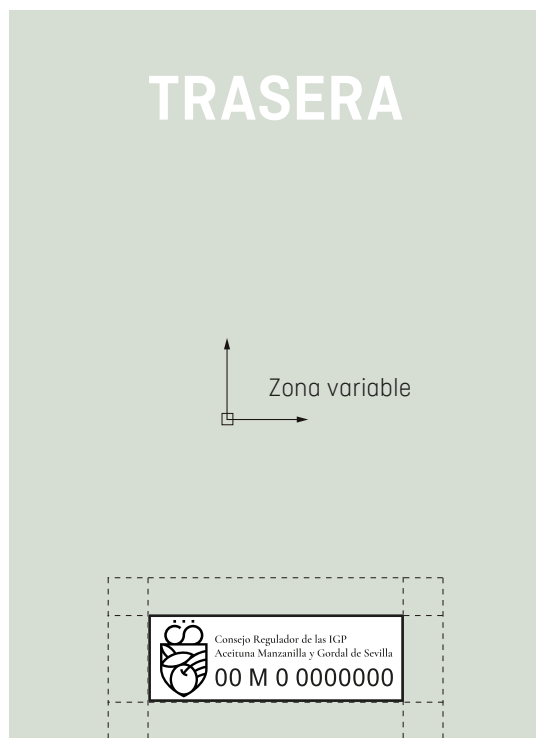
## 3.2 Contraetiquetas monocromo



Las contraetiquetas son etiquetas seriadas y numeradas unitariamente y codificadas que certifica, que incluye el logotipo de la IGP.

Las contraetiquetas usadas por una marca y tipo de envase, serán iguales en cuanto a tamaño, forma, color y restantes características. La única diferencia entre ellas será el código inicial (los dos primeros dígitos) de la numeración se refieren al número de inscripción en el CR de la envasadora, seguidos de la numeración correlativa controlada y suministrada por el Consejo Regulador.

Los precinto deben incluir el logotipo de la IGP, más la numeración expedida por el Consejo Regulador.

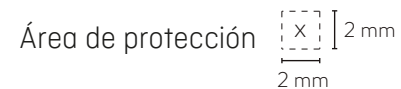
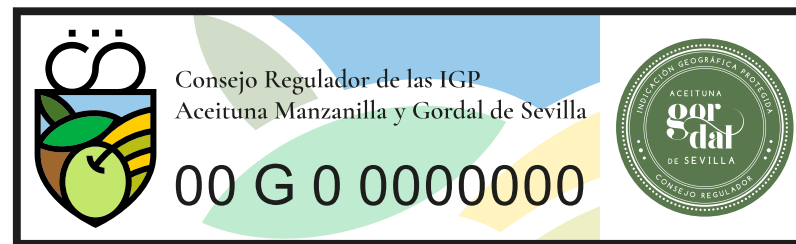


### 3.3 Precintos



A continuación se presenta el uso de las Marcas de Conformidad de las IGP "Manzanilla de Sevilla y Gordal de Sevilla" en precintos en el caso que las envasadoras asociadas y autorizadas por el CR opten por su uso.

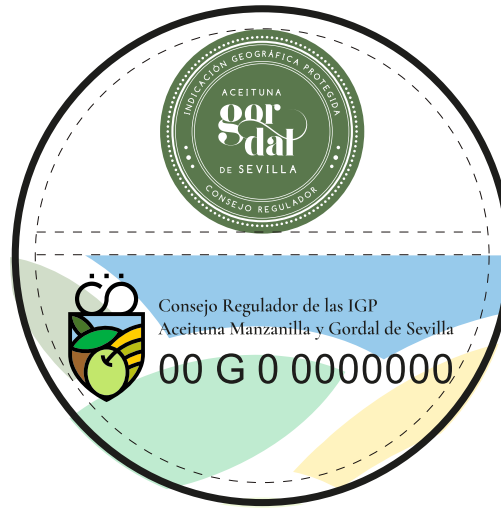
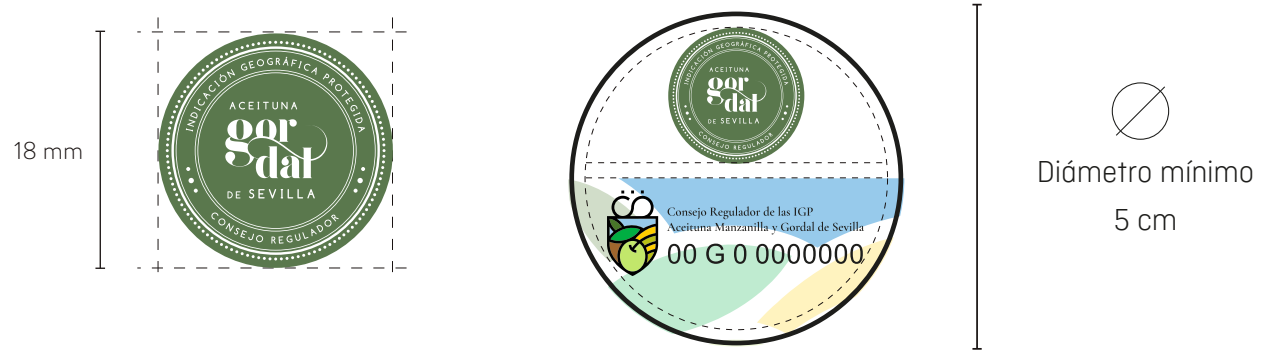
Los precintos son etiquetas seriadas y numeradas unitariamente y codificadas que certifica, que el producto está certificado con las IGP de referencia "Manzanilla de Sevilla o Gordal de Sevilla".



### 3.3 Precintos

Los precintos usados por una marca y tipo de envase, serán iguales en cuanto a tamaño, forma, color y restantes características. La única diferencia entre ellas será el código inicial (los dos primeros dígitos) de la numeración se refieren al número de inscripción en el CR de la envasadora, seguidos de la numeración correlativa controlada y suministrada por el Consejo Regulador.

Los precinto deben incluir el logotipo de la IGP, más la numeración expedida por el Consejo Regulador.



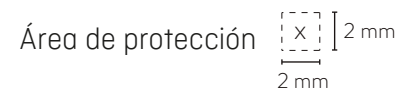
Área de protección  2 mm

### 3.3 Precintos



Los precintos usados por una marca y tipo de envase, serán iguales en cuanto a tamaño, forma, color y restantes características. La única diferencia entre ellas será el código inicial (los dos primeros dígitos) de la numeración se refieren al número de inscripción en el CR de la envasadora, seguidos de la numeración correlativa controlada y suministrada por el Consejo Regulador.

Los precinto deben incluir el logotipo de la IGP, más la numeración expedida por el Consejo Regulador.



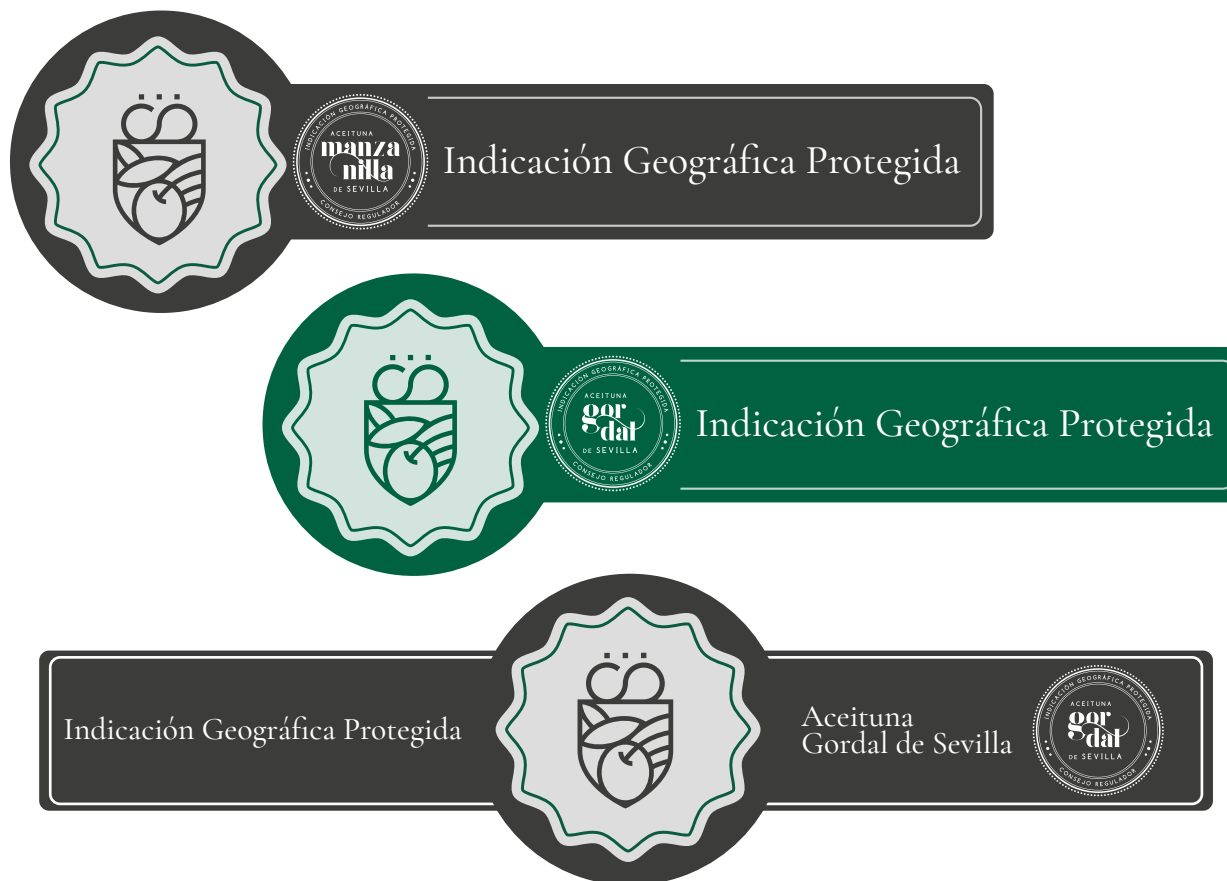
## 3.4. Precintos Comerciales



Para otras opciones, estos son ejemplos de precintos más comerciales.

Es importante que los precintos sean coherentes con la identidad visual de nuestra marca, utilizando los colores, tipografías y elementos gráficos específicos descritos en nuestro brandbook. La posición de los elementos en el precinto puede ser tanto en el campo visual principal, como en el secundario o contra-etiqueta.

Es importante destacar que estos elementos son opcionales, pero recomendados para mejorar el reconocimiento de la calidad de nuestros productos. La envasadora tiene la libertad de elegir cómo diseñar su etiqueta y su precinto, siempre y cuando se ajuste a los estándares establecidos en nuestro brandbook.



**\*IMPORTANTE:** cambiar el logotipo del Consejo Regulador por el logotipo de la marca de la envasadora o distribuidora.

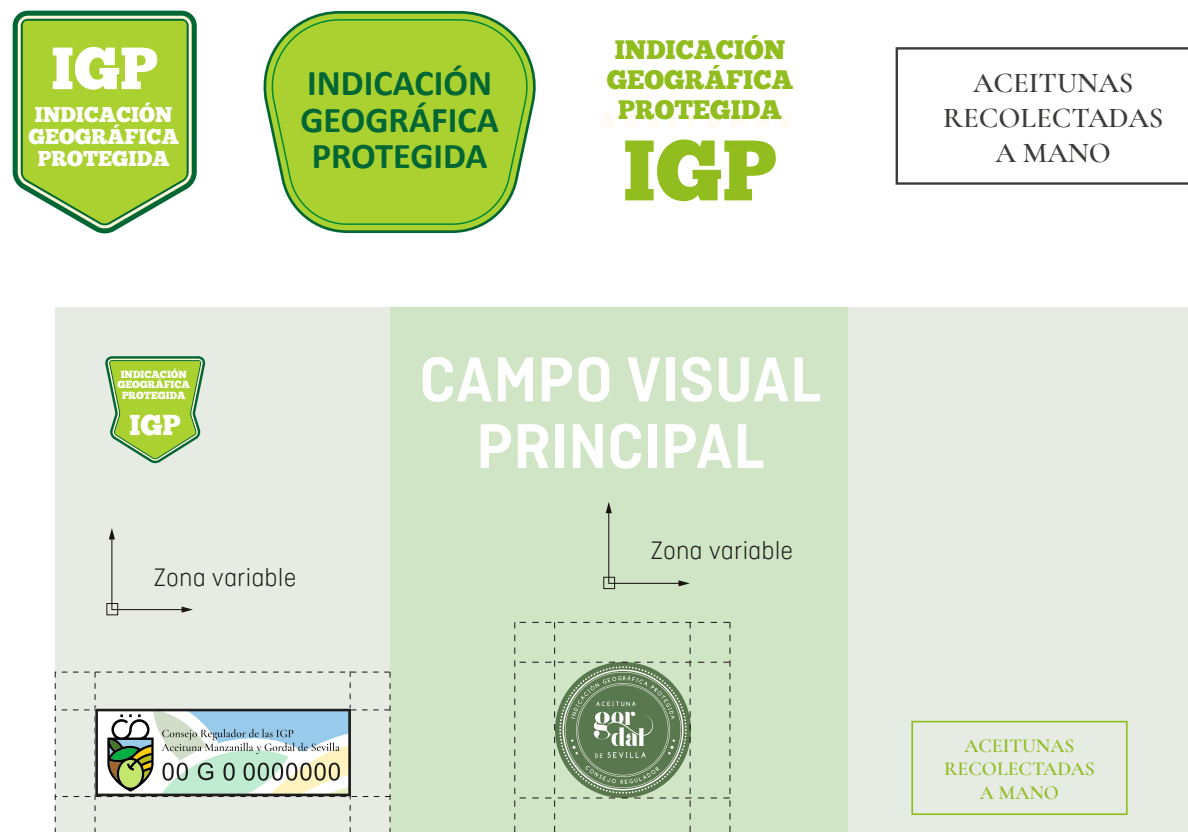
## 3.5. Elementos de refuerzo en Etiquetas



Mostramos una serie de recomendaciones gráficas opcionales para que la envasadora autorizada pueda reforzar en su etiqueta tanto el distintivo de la IGP, como la importancia de la recolección manual de las aceitunas.

Hacemos hincapié que son elementos opcionales en el etiquetado pero recomendables por reconocimiento de la figura de calidad.

A modo de ejemplos os dejamos unos bocetos que pueden usarse como orientación, dejando siempre plena libertad a la envasadora a la hora del diseño de la misma, así como, la posición de dicho elemento, pudiendo ser colocado tanto en el campo visual principal como en el secundario o contra-etiqueta.





# 4

## Uso de logotipo Consejo Regulador

- 4.1. Composición de marca
- 4.2. Tamaños mínimos
- 4.3. Área de protección
- 4.4. Colores y equivalencia cromática
- 4.5. Usos incorrectos
- 4.6. Uso de logo de impacto

## 4.1 Composición de marca



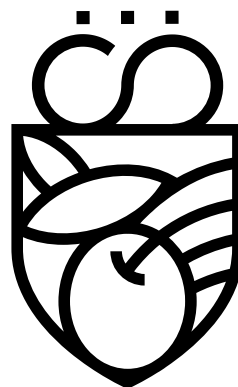
Aunque se recomienda emplear el isologotipo completo, cuando las circunstancias lo requieran podrán utilizarse sus elementos por separado: símbolo y logotipo. Se tendrá en cuenta siempre las proporciones indicadas.

### Utilización del Logotipo del CR:

Las empresas inscritas y autorizadas por el Consejo Regulador, tendrán derecho a utilizar el logotipo del Consejo Regulador en su documentación comercial y publicitaria, para la promoción de aceitunas certificadas, acompañada de la leyenda

**“Empresa inscrita en el Consejo Regulador de la IGP “Aceituna Manzanilla Sevillana” / “Aceituna Manzanilla de Sevilla” y “Aceituna Gordal Sevillana” “Aceituna Gordal de Sevilla”.**

Isologo

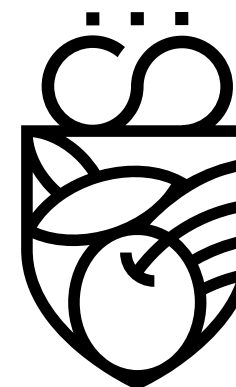


Consejo Regulador de las IGP  
Aceituna Manzanilla  
y Gordal de Sevilla  
EMPRESA INSCRITA

Logotipo

Consejo Regulador de las IGP  
Aceituna Manzanilla  
y Gordal de Sevilla  
EMPRESA INSCRITA

Símbolo

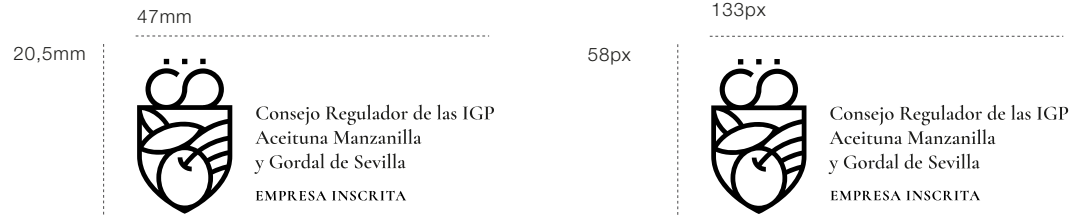


# 4.2 Tamaños mínimos



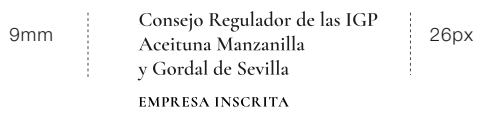
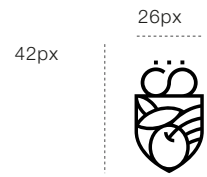
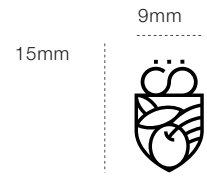
Bajo ningún concepto se reproducirá la marca a un tamaño más reducido que los mínimos aquí expuestos.

Los valores expresados en milímetros se refieren a su reproducción impresa, mientras que los reflejados en píxeles aluden a su visualización en formatos digitales.



### Símbolo

### Logotipo



## 4.3

### Área de protección



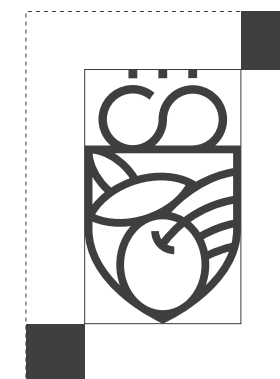
A fin de preservar la integridad de la marca y asegurar una correcta visualización de la misma, aquí se exponen los márgenes mínimos de seguridad que debemos respetar.

Ningún elemento gráfico que la acompañe deberá superar estos márgenes de seguridad. La construcción del área de respeto queda determinada por la medida "X". En el caso del uso del logotipo en solitario, el área de seguridad corresponderá a dos veces el alto hacia derecha e izquierda y a una vez el alto hacia arriba y hacia abajo.

Sin embargo, siempre que sea posible, es preferible aumentar al máximo este espacio separando el logotipo del resto de elementos de la página (textos e imágenes). De este modo conseguiremos crear el espacio limpio suficiente en torno a la logomarca para su correcta visualización.



■ Unidad (X) x7 =



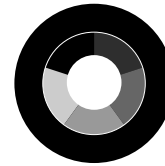
# 4.4 Colores y equivalencias cromáticas

El color define un escenario de valores emocionales concretos que debemos considerar en su aplicación a cualquier soporte de comunicación.



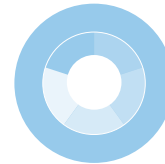
Colores corporativo

Colores corporativo



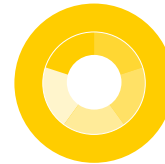
**Pantone Black C**

CMYK: 0% 0% 0% 95%  
 RGB: r12 g12 b12  
 HEX: #0c0c0c



**Pantone 291 C**

CMYK: 43% 9% 2% 0%  
 RGB: r153 g202 b234  
 HEX: #99c0ea



**Pantone 116 C**

CMYK: 0% 20% 96% 0%  
 RGB: r255 g205 b0  
 HEX: #ffcd00



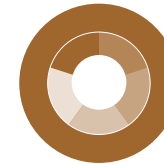
**Pantone 583 C**

CMYK: 35% 11% 99% 1%  
 RGB: r185 g190 b16  
 HEX: #b9be10



**Pantone 374 C**

CMYK: 31% 0% 69% 0%  
 RGB: r196 g231 b106  
 HEX: #c4e76a



**Pantone 730 C**

CMYK: 28% 58% 87% 23%  
 RGB: r160 g102 b44  
 HEX: #a0662c



**Pantone 354 C**

CMYK: 90% 0% 96% 0%  
 RGB: r0 g174 b65  
 HEX: #ec6725



**Pantone 364 C**

CMYK: 74% 32% 100% 19%  
 RGB: r73 g117 b39  
 HEX: #497527

## 4.4

### Versiones cromáticas I

En este apartado se muestran las diferentes versiones de la logomarca. No se permite su representación de distinta manera a las aquí reflejadas.

Para fondos blancos se recomienda emplear la versión full color, mientras que para colores oscuros se recomienda la versión negativa de la marca.

El logotipo no podrá emplearse de otra forma diferente a sus versiones en positivo (negro) o negativo (blanco).

Hay que tener en cuenta que las pastillas negras sobre las que se muestran las versiones en negativo no forman parte de la marca.



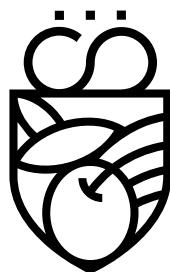
Isologo full color



Consejo Regulador de las IGP  
Aceituna Manzanilla  
y Gordal de Sevilla

EMPRESA INSCRITA

Isologo en positivo: negro



Consejo Regulador de las IGP  
Aceituna Manzanilla  
y Gordal de Sevilla

EMPRESA INSCRITA

Isologo en negativo: blanco



Consejo Regulador de las IGP  
Aceituna Manzanilla  
y Gordal de Sevilla

EMPRESA INSCRITA

# 4.4

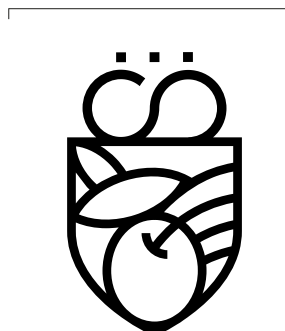
## Versiones cromáticas II



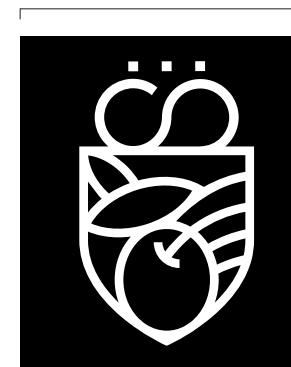
Símbolo full color



Símbolo en positivo: negro



Símbolo en negativo: blanco



Logotipo en positivo: negro

Consejo Regulador de las IGP  
Aceituna Manzanilla  
y Gordal de Sevilla  
EMPRESA INSCRITA

Logotipo en negativo: blanco

Consejo Regulador de las IGP  
Aceituna Manzanilla  
y Gordal de Sevilla  
EMPRESA INSCRITA

# 4.5

## Usos incorrectos



Error de composición



Consejo Regulador de las IGP  
Aceituna Manzanilla  
y Gordal de Sevilla

Invasión de la zona de seguridad



Consejo Regulador de las IGP  
Aceituna Manzanilla  
y Gordal de Sevilla

Lorem ipsum dolor sit amet,  
consectetur adipiscing elit.

Error tipográfico



Consejo Regulador de las IGP  
Aceituna Manzanilla  
y Gordal de Sevilla

Error de proporciones



Consejo Regulador de las IGP  
Aceituna Manzanilla  
y Gordal de Sevilla

Error cromático



Tamaño excesivamente reducido



Consejo Regulador de las IGP  
Aceituna Manzanilla  
y Gordal de Sevilla



## 4.6

### Uso de logo de Impacto



Cuando las circunstancias lo requieran en caso de poca legibilidad por el material publicitario o promocional elegido por el autorizado se podrá a elección de la empresa inscrita hacer uso de este logotipo de impacto para reforzar la diferenciación de las IGP.

Como ejemplos de uso, puede ser en vallas publicitarias, señalización, rótulos, portadas de vídeos, y medios publicitarios que por su naturaleza se necesite una fuente gráfica de mayor grosor para su correcta legibilidad.

Isologo full color



Isologo en positivo: negro



Isologo en negativo: blanco





Consejo Regulador  
de la IGP Aceituna  
Gordal de Sevilla

[+34] 666 202 756

[admin@igpmanzanillaygordaldesevilla.org](mailto:admin@igpmanzanillaygordaldesevilla.org)

[www.igpmanzanillaygordaldesevilla.org](http://www.igpmanzanillaygordaldesevilla.org)