



GARDA

Manuale d'uso

Indice

- | | |
|---|--|
| 1.1 Introduzione
1.2 Obiettivo
1.3 Uso del manuale | 3.3 Uso istituzionale: piccoli formati
3.4 Uso istituzionale: grandi formati
3.5 Uso istituzionale: lockup
3.6 Uso partner
3.7 Web: area di rispetto e griglia
3.8 Web: uso istituzionale |
| 2.0 PRINCIPI DEL LOGO
2.1 Logo principale multicolore
2.2 Logo principale bianco e nero
2.3 Logo principale monocromatico
2.4 Logo con payoff
2.5 Logo con payoff inglese
2.6 Logo con payoff russo
2.7 Colori
2.8 Font
2.9 Modalità di riproduzione
2.10 Divieti: uso del logo
2.11 Divieti: uso del colore | 4.0 ESEMPI DI APPLICAZIONE DEL LOGO
4.1 Uso istituzionale
4.2 Uso istituzionale con partner alla pari / territoriali
4.3 Uso partner
4.4 Web: uso istituzionale
4.5 Web: uso partner |
| 3.0 POSIZIONE E DIMENSIONE DEL LOGO
3.1 Area di rispetto e griglia A e B
3.2 Uso istituzionale: carta intestata | 5.0 CONTATTI |

1.1 Introduzione

Questo è il Manuale d'uso del marchio Garda, strumento di marketing territoriale che rappresenta l'intero "sistema lago di Garda" fatto di persone, aziende, comunità locali, patrimoni territoriali ed ambientali, tradizioni e storia.

Il Marchio quindi significa, per chi lo include nella comunicazione, l'essere parte del sistema territoriale del lago di Garda, condividendo e testimoniando i valori specifici che questa terra considera identitari. Solo un corretto utilizzo del Marchio potrà garantirne la riconoscibilità e quindi l'effetto evocativo, con un conseguente reciproco trasferimento di valori fra territorio e soggetto utilizzatore.

1.2 Obiettivo

Il Manuale rappresenta lo sviluppo di un progetto di comunicazione che il Lago di Garda ha intrapreso in questi anni, in una costante evoluzione. L'obiettivo è quello di allineare e migliorare l'applicazione del logo attraverso l'uso corretto dei criteri e delle linee guida contenute in questo manuale.

1.3 Uso del manuale

Il nuovo Manuale fornisce ai vari settori le indicazioni riguardanti le applicazioni per un uso corretto e univoco del logotipo. Il manuale si compone di tre sezioni inerenti i criteri e gli esempi di applicazione sui materiali istituzionali e promozionali.

2.0 Principi del LOGO

Nelle pagine che seguono sono indicati i principi e le linee guida che regolano l'uso corretto del marchio Garda.

- 2.1 Logo principale multicolore
- 2.2 Logo principale bianco e nero
- 2.3 Logo principale monocromatico
- 2.4 Logo con payoff
- 2.5 Logo con payoff inglese
- 2.6 Logo con payoff russo
- 2.7 Colori
- 2.8 Font
- 2.9 Modalità di riproduzione
- 2.10 Divieti: uso del logo
- 2.11 Divieti: uso del colore

2.1

LOGO PRINCIPALE

Multicolore

In questa pagina viene mostrato il logo principale multicolore nei colori pantone istituzionale. La versione cromatica multicolore del logo è da utilizzare solo ed esclusivamente su sfondo bianco.

Logo Principale |
Multicolore



2.2

Logo Principale
Bianco e nero



Logo Principale
Bianco e nero negativo



LOGO PRINCIPALE

Bianco e nero

La pagina mostra la versione bianco e nero in positivo (in nero) e in negativo (in bianco) del Logo Principale. Si utilizzi la versione in nero solo ed esclusivamente in caso di stampa in bianco e nero o eventualmente in ragione di una conformità con gli altri elementi. Si vedano gli esempi nella sezione "Esempi di applicazione del logo".

2.3

Logo Principale
Monocromatico



Esempio di
Logo Principale
Monocromatico
in negativo



LOGO PRINCIPALE

Monocromatico

La pagina mostra la versione del logotipo monocromatica positiva e negativa, a titolo di esempio in pantone 2995 C. La versione monocromatica del logo può essere applicata su sfondo bianco o colorato e su illustrazioni e sfondi fotografici che garantiscono alto contrasto e piena visibilità.

Logo Principale
Monocromatico



Logo principale monocolor
Pantone 661 C



Logo principale monocolor bianco
su sfondo Pantone 661 C



Logo principale monocolor
Pantone 368 C



Logo principale monocolor bianco
su sfondo Pantone 368 C



Logo principale monocolor
Pantone 2405 C



Logo principale monocolor bianco
su sfondo Pantone 2405 C



Logo principale monocolor
Pantone 1375 C



Logo principale monocolor bianco
su sfondo Pantone 1375 C

2.3

LOGO PRINCIPALE

Monocromatico Esempi

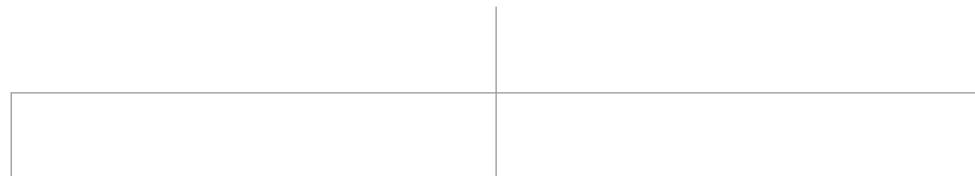
Questi sono alcuni esempi di Logo Principale Monocromatico in positivo e in negativo.

Si utilizzino preferibilmente i colori della paletta cromatica come mostrato in questa pagina.

2.4

LOGO CON PAYOFF

Le espressioni verbali e geografiche (payoff) consentite sono indicate nel presente manuale d'uso (compresa la loro traduzione in lingua straniera) e vanno personalizzate, quanto alle espressioni geografiche, a seconda del territorio di appartenenza (Trentino, Lombardia, Veneto). I payoff vanno applicati secondo il presente schema.



2.4

LOGO CON PAYOFF

Marchio Garda |
con payoff Trentino
Multicolore



Le espressioni verbali e geografiche (payoff) consentite sono indicate nel presente manuale d'uso (compresa la loro traduzione in lingua straniera) e vanno personalizzate, quanto alle espressioni geografiche, a seconda del territorio di appartenenza (Trentino, Lombardia, Veneto). I payoff vanno applicati secondo il presente schema.

2.4

LOGO CON PAYOFF

Le espressioni verbali e geografiche (payoff) consentite sono indicate nel presente manuale d'uso (compresa la loro traduzione in lingua straniera) e vanno personalizzate, quanto alle espressioni geografiche, a seconda del territorio di appartenenza (Trentino, Lombardia, Veneto). I payoff vanno applicati secondo il presente schema.

Marchio Garda |
con payoff Lombardia
Multicolore



2.4

LOGO CON PAYOFF

Marchio Garda |
con payoff Veneto
Multicolore



Le espressioni verbali e geografiche (payoff) consentite sono indicate nel presente manuale d'uso (compresa la loro traduzione in lingua straniera) e vanno personalizzate, quanto alle espressioni geografiche, a seconda del territorio di appartenenza (Trentino, Lombardia, Veneto). I payoff vanno applicati secondo il presente schema.

2.5

LOGO CON PAYOFF Inglese

Il logo Inglese è da utilizzare laddove la comunicazione del Lago sia rivolta a uno specifico paese anglofono dove descrizione "Lago di" e località "Trentino", se riportati in italiano, sarebbero del tutto inefficaci. Utilizza le stesse versioni cromatiche e le regole di utilizzo del Logo Principale.

Marchio Garda |
con payoff Trentino
in inglese



2.5

LOGO CON PAYOFF Inglese

Il logo Inglese è da utilizzare laddove la comunicazione del Lago sia rivolta a uno specifico paese anglofono dove descrizione "Lago di" e località "Lombardia", se riportati in italiano, sarebbero del tutto inefficaci. Utilizza le stesse versioni cromatiche e le regole di utilizzo del Logo Principale.

Marchio Garda |
con payoff Lombardia
in inglese



2.5

LOGO CON PAYOFF Inglese

Il logo Inglese è da utilizzare laddove la comunicazione del Lago sia rivolta a uno specifico paese anglofono dove descrizione "Lago di" e località "Veneto", se riportati in italiano, sarebbero del tutto inefficaci. Utilizza le stesse versioni cromatiche e le regole di utilizzo del Logo Principale.

Marchio Garda |
con payoff Veneto
in inglese



2.6

LOGO CON PAYOFF Russo

Marchio Garda |
con payoff Trentino
in russo



Il logo Russo è da utilizzare laddove la comunicazione del Lago sia rivolta a uno specifico paese di lingua russa dove descrizione "Lago di" e località "Trentino", se riportati in italiano o in inglese, sarebbero del tutto inefficaci. Utilizza le stesse versioni cromatiche e le regole di utilizzo del Logo Principale.

2.6

LOGO CON PAYOFF Russo

Il logo Russo è da utilizzare laddove la comunicazione del Lago sia rivolta a uno specifico paese di lingua russa dove descrizione "Lago di" e località "Lombardia", se riportati in italiano o in inglese, sarebbero del tutto inefficaci. Utilizza le stesse versioni cromatiche e le regole di utilizzo del Logo Principale.

Marchio Garda |
con payoff Lombardia
in russo



2.6

LOGO CON PAYOFF Russo

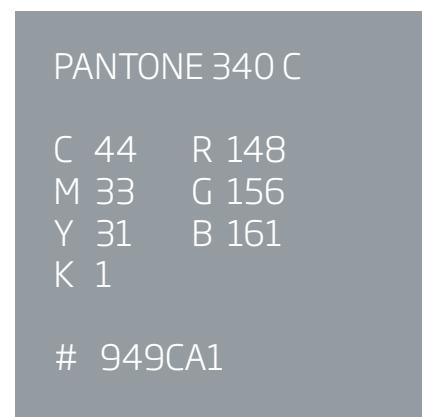
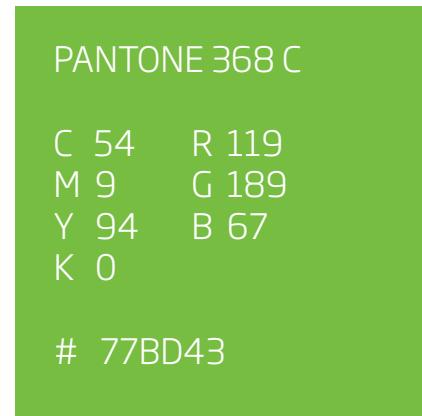
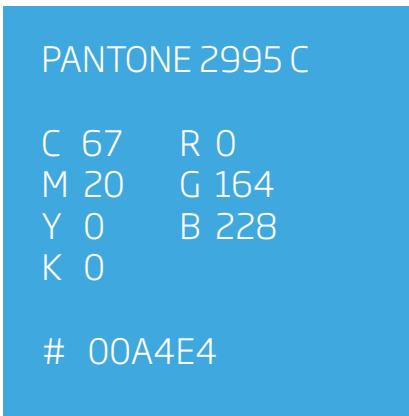
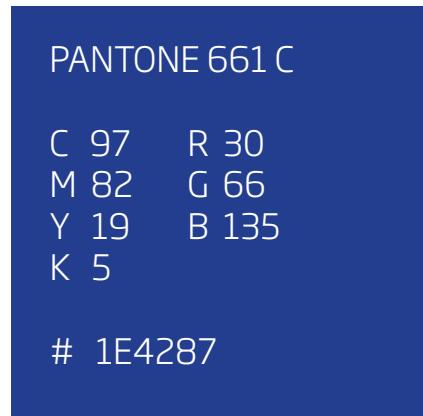
Marchio Garda |
con payoff Veneto
in russo



Il logo Russo è da utilizzare laddove la comunicazione del Lago sia rivolta a uno specifico paese di lingua russa dove descrizione "Lago di" e località "Veneto", se riportati in italiano o in inglese, sarebbero del tutto inefficaci. Utilizza le stesse versioni cromatiche e le regole di utilizzo del Logo Principale.

2.7

COLORI



La paletta cromatica è costituita dai seguenti colori:
Pantone 661 C, Pantone 2995 C, Pantone 368 C,
Pantone 2405 C, Pantone 1375 C.

Il grigio utilizzato per Descrizione e Località è un Pantone 340 C.

Per la riproduzione dei pantoni citati sopra in RGB o CMYK, è necessario seguire le specifiche riportate in questa pagina.

Principale

Pluto Sans MEDIUM

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
0123456789 !?&€%**

Secondario

Pluto Sans REGULAR

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
0123456789 !?&€%**

Secondario

PLUTO SANS BOLD

**ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
ABCDEFGHIJKLMNPQRSTUVWXYZ
0123456789 !?&€%**

2.8

FONT

La pagina mostra la font principale, il Pluto Sans Medium, utilizzata per Descrizione e Località, e le font secondarie, Pluto Sans Regular e Bold, utilizzabili nella comunicazione del Lago di Garda.

2.9

Logo Principale Piccolo
Multicolore



Utilizzare il
Logo Principale
quando MAGGIORE di 30 mm



Utilizzare il
Logo Principale Piccolo
quando INFERIORE a 30 mm



MODALITÀ DI RIPRODUZIONE

Nelle situazioni in cui il marchio Garda con payoff Trentino debba essere riprodotto in piccolo (meno di 30 mm di larghezza) è necessario adottare il Logo Principale Piccolo. Esso presenta descrizione e località in proporzione leggermente maggiore con il logotipo.

Questa variazione è necessaria per mantenere la leggibilità anche a dimensioni ridotte. Utilizza le stesse versioni cromatiche e le regole di utilizzo del Logo Principale.

2.9

Logo Principale Piccolo
Multicolore



Utilizzare il
Logo Principale
quando MAGGIORE di 30 mm



Utilizzare il
Logo Principale Piccolo
quando INFERIORE a 30 mm



MODALITÀ DI RIPRODUZIONE

Nelle situazioni in cui il marchio Garda con payoff Lombardia debba essere riprodotto in piccolo (meno di 30 mm di larghezza) è necessario adottare il Logo Principale Piccolo. Esso presenta descrizione e località in proporzione leggermente maggiore con il logotipo.

Questa variazione è necessaria per mantenere la leggibilità anche a dimensioni ridotte. Utilizza le stesse versioni cromatiche e le regole di utilizzo del Logo Principale.

2.9

Logo Principale Piccolo
Multicolore



Utilizzare il
Logo Principale
quando MAGGIORE di 30 mm



Utilizzare il
Logo Principale Piccolo
quando INFERIORE a 30 mm



MODALITÀ DI RIPRODUZIONE

Nelle situazioni in cui il marchio Garda con payoff Veneto debba essere riprodotto in piccolo (meno di 30 mm di larghezza) è necessario adottare il Logo Principale Piccolo. Esso presenta descrizione e località in proporzione leggermente maggiore con il logotipo.

Questa variazione è necessaria per mantenere la leggibilità anche a dimensioni ridotte. Utilizza le stesse versioni cromatiche e le regole di utilizzo del Logo Principale.

2.10

DIVIETI

Uso del logo

Per garantire una corretta applicazione del logotipo e non commettere errori di trattamento, è necessario rispettare alcune regole. In questa pagina sono mostrati alcuni usi non corretti del logo.



a. Non distorcere il logo.



b. Non ruotare il logo.



c. Non alterare in modo arbitrario le proporzioni tra le lettere che compongono il logotipo.



d. Non alterare in modo arbitrario le proporzioni tra gli elementi che compongono il logo.



e. Non cambiare font alla descrizione o alla località.



f. Non utilizzare descrizione o località in minuscolo.

2.10

DIVIETI

Uso del logo

Per garantire una corretta applicazione del logotipo e non commettere errori di trattamento, è necessario rispettare alcune regole. In questa pagina sono mostrati alcuni usi non corretti del logo.



a. Non distorcere il logo.



b. Non ruotare il logo.



c. Non alterare in modo arbitrario le proporzioni tra le lettere che compongono il logotipo.



d. Non alterare in modo arbitrario le proporzioni tra gli elementi che compongono il logo.



e. Non cambiare font alla descrizione o alla località.



f. Non utilizzare descrizione o località in minuscolo.

2.10

DIVIETI

Uso del logo

Per garantire una corretta applicazione del logotipo e non commettere errori di trattamento, è necessario rispettare alcune regole. In questa pagina sono mostrati alcuni usi non corretti del logo.



a. Non distorcere il logo.



b. Non ruotare il logo.



c. Non alterare in modo arbitrario le proporzioni tra le lettere che compongono il logotipo.



d. Non alterare in modo arbitrario le proporzioni tra gli elementi che compongono il logo.



e. Non cambiare font alla descrizione o alla località.



f. Non utilizzare descrizione o località in minuscolo.



a. Non alterare l'ordine dei colori del logotipo.



a. Non usare mai la traccia sul logo.



a. Non modificare la posizione di nessun elemento del logo.



a. Non alterare i colori di descrizione e località.



a. Non utilizzare mai ombre o effetti che alterino il disegno e i colori del logo.



a. Non distorcere i colori logo.

2.10

DIVIETI

Uso del logo

Per garantire una corretta applicazione del logotipo e non commettere errori di trattamento, è necessario rispettare alcune regole. In questa pagina sono mostrati alcuni usi non corretti del logo.



a. Non alterare l'ordine dei colori del logotipo.



a. Non usare mai la traccia sul logo.



a. Non modificare la posizione di nessun elemento del logo.



a. Non alterare i colori di descrizione e località.



a. Non utilizzare mai ombre o effetti che alterino il disegno e i colori del logo.



a. Non distorcere i colori logo.

2.10

DIVIETI

Uso del logo

Per garantire una corretta applicazione del logotipo e non commettere errori di trattamento, è necessario rispettare alcune regole. In questa pagina sono mostrati alcuni usi non corretti del logo.



a. Non alterare l'ordine dei colori del logotipo.



a. Non usare mai la traccia sul logo.



a. Non modificare la posizione di nessun elemento del logo.



a. Non alterare i colori di descrizione e località.



a. Non utilizzare mai ombre o effetti che alterino il disegno e i colori del logo.



a. Non distorcere i colori logo.

2.10

DIVIETI

Uso del logo

Per garantire una corretta applicazione del logotipo e non commettere errori di trattamento, è necessario rispettare alcune regole. In questa pagina sono mostrati alcuni usi non corretti del logo.

DIVIETI

Uso del colore

Questa pagina mostra l'uso errato del colore. Non usare in maniera arbitraria i colori della paletta cromatica o altri colori utilizzabili. Inoltre non aggiungere in maniera arbitraria contorni di colore o eventuali ombre. Prestare grande attenzione al contrasto tra logo e sfondo, così da assicurare alta visibilità.

Sono permessi:

- Multicolore
Solo su sfondo bianco.
- Monocolore
Su immagini o sfondi colorati con sufficiente contrasto.
- Nero:
Come monocolore ma solo se indispensabile
- Bianco:
Su immagini o sfondi colorati con sufficiente contrasto.



DIVIETI

Uso del colore

Questa pagina mostra l'uso errato del colore. Non usare in maniera arbitraria i colori della paletta cromatica o altri colori utilizzabili. Inoltre non aggiungere in maniera arbitraria contorni di colore o eventuali ombre. Prestare grande attenzione al contrasto tra logo e sfondo, così da assicurare alta visibilità.

Sono permessi:

- Multicolore
Solo su sfondo bianco.
- Monocolore
Su immagini o sfondi colorati con sufficiente contrasto.
- Nero:
Come monocolore ma solo se indispensabile
- Bianco:
Su immagini o sfondi colorati con sufficiente contrasto.



Logo
Multicolore



a. Sfondo colorato



Logo
Monocromatico
Colori paletta



a. Sfondo colorato senza contrasto



Logo
Nero



a. Sfondo colorato senza contrasto



Logo
Bianco



a. Sfondo colorato chiaro.



a. Immagine



b. Immagine senza contrasto



b. Immagine senza contrasto
con linea di contorno del logo



b. Immagine chiara

DIVIETI

Uso del colore

Questa pagina mostra l'uso errato del colore. Non usare in maniera arbitraria i colori della paletta cromatica o altri colori utilizzabili. Inoltre non aggiungere in maniera arbitraria contorni di colore o eventuali ombre. Prestare grande attenzione al contrasto tra logo e sfondo, così da assicurare alta visibilità.

Sono permessi:

- Multicolore
Solo su sfondo bianco.
- Monocolore
Su immagini o sfondi colorati con sufficiente contrasto.
- Nero:
Come monocolore ma solo se indispensabile
- Bianco:
Su immagini o sfondi colorati con sufficiente contrasto.



3.0 Posizione e dimensione del logo

La disposizione e la dimensione del logo dipendono dalla tipologia di utilizzo che se ne fa:

a. Uso istituzionale:

materiale prodotto da licenziatari

b. Uso partner:

materiale prodotto da sub-licenziatari

3.1

AREA DI RISPETTO E GRIGLIA



Griglia A

La pagina mostra l'area di rispetto del logo, rappresentata da un griglia (A o B).

All'interno di quest'area non dovrà esserci altro che il logo.

Ogni categoria di utilizzo dell'identità visiva richiede una specifica area di rispetto. La griglia A indica l'area di rispetto per l'uso del logo:

- istituzionale
- per la promozione di macro-eventi (eventi di interesse nazionale o internazionale).

La griglia A non è utilizzata per i formati A5 e DL anche se per uso istituzionale e per la promozione di macro eventi.

Nelle pagine che seguono sarà indicata per ogni tipologia di applicazione la griglia da adottare.

3.1

AREA DI RISPETTO E GRIGLIA



Griglia A

La pagina mostra l'area di rispetto del logo, rappresentata da un griglia (A o B).

All'interno di quest'area non dovrà esserci altro che il logo.

Ogni categoria di utilizzo dell'identità visiva richiede una specifica area di rispetto. La griglia A indica l'area di rispetto per l'uso del logo:

- istituzionale
- per la promozione di macro-eventi (eventi di interesse nazionale o internazionale).

La griglia A non è utilizzata per i formati A5 e DL anche se per uso istituzionale e per la promozione di macro eventi.

Nelle pagine che seguono sarà indicata per ogni tipologia di applicazione la griglia da adottare.

3.1

AREA DI RISPETTO E GRIGLIA



Griglia A

La pagina mostra l'area di rispetto del logo, rappresentata da un griglia (A o B).

All'interno di quest'area non dovrà esserci altro che il logo.

Ogni categoria di utilizzo dell'identità visiva richiede una specifica area di rispetto. La griglia A indica l'area di rispetto per l'uso del logo:

- istituzionale
- per la promozione di macro-eventi (eventi di interesse nazionale o internazionale).

La griglia A non è utilizzata per i formati A5 e DL anche se per uso istituzionale e per la promozione di macro eventi.

Nelle pagine che seguono sarà indicata per ogni tipologia di applicazione la griglia da adottare.

3.1

AREA DI RISPETTO E GRIGLIA

Griglia B



La pagina mostra l'area di rispetto del logo, rappresentata da un griglia (A o B). All'interno di quest'area non dovrà esserci altro che il logo.

Ogni categoria di utilizzo dell'identità visiva richiede una specifica area di rispetto. La griglia B indica l'area di rispetto per l'uso del logo:

- da parte dei partner
- per la promozione di micro-eventi (eventi di interesse locale o regionale).
- A5 e DL per uso istituzionale o per la promozione di macro-eventi.

Nelle pagine che seguono sarà indicata per ogni tipologia di applicazione la griglia da adottare.

3.1

AREA DI RISPETTO E GRIGLIA

Griglia B



La pagina mostra l'area di rispetto del logo, rappresentata da un griglia (A o B).

All'interno di quest'area non dovrà esserci altro che il logo.

Ogni categoria di utilizzo dell'identità visiva richiede una specifica area di rispetto. La griglia B indica l'area di rispetto per l'uso del logo:

- da parte dei partner
- per la promozione di micro-eventi (eventi di interesse locale o regionale).
- A5 e DL per uso istituzionale o per la promozione di macro-eventi.

Nelle pagine che seguono sarà indicata per ogni tipologia di applicazione la griglia da adottare.

3.1

AREA DI RISPETTO E GRIGLIA

Griglia B



La pagina mostra l'area di rispetto del logo, rappresentata da un griglia (A o B). All'interno di quest'area non dovrà esserci altro che il logo.

Ogni categoria di utilizzo dell'identità visiva richiede una specifica area di rispetto. La griglia B indica l'area di rispetto per l'uso del logo:

- da parte dei partner
- per la promozione di micro-eventi (eventi di interesse locale o regionale).
- A5 e DL per uso istituzionale o per la promozione di macro-eventi.

Nelle pagine che seguono sarà indicata per ogni tipologia di applicazione la griglia da adottare.

3.2

USO ISTITUZIONALE

Carta intestata e biglietto da visita

Nella pagina vengono mostrate le regole composite per la carta intestata e i biglietti da visita per Garda Trentino s.p.a. Si utilizzino sempre il Logo Principale multicolore (in caso di stampa in bianco e nero è necessario utilizzare il Logo Principale Bianco e nero).



A4
Griglia A
X=70 mm



Biglietto da visita
Griglia B
X=34 mm

3.2

USO ISTITUZIONALE

Carta intestata e biglietto da visita

Nella pagina vengono mostrate le regole composite per la carta intestata e i biglietti da visita per Consorzio Lago di Garda Lombardia. Si utilizzino sempre il Logo Principale multicolore (in caso di stampa in bianco e nero è necessario utilizzare il Logo Principale Bianco e nero).



A4
Griglia A
X=70 mm



Biglietto da visita
Griglia B
X=34 mm

3.2

USO ISTITUZIONALE

Carta intestata e biglietto da visita

Nella pagina vengono mostrate le regole composite per la carta intestata e i biglietti da visita per Consorzio Lago di Garda Veneto.

Si utilizzino sempre il Logo Principale multicolore (in caso di stampa in bianco e nero è necessario utilizzare il Logo Principale Bianco e nero).

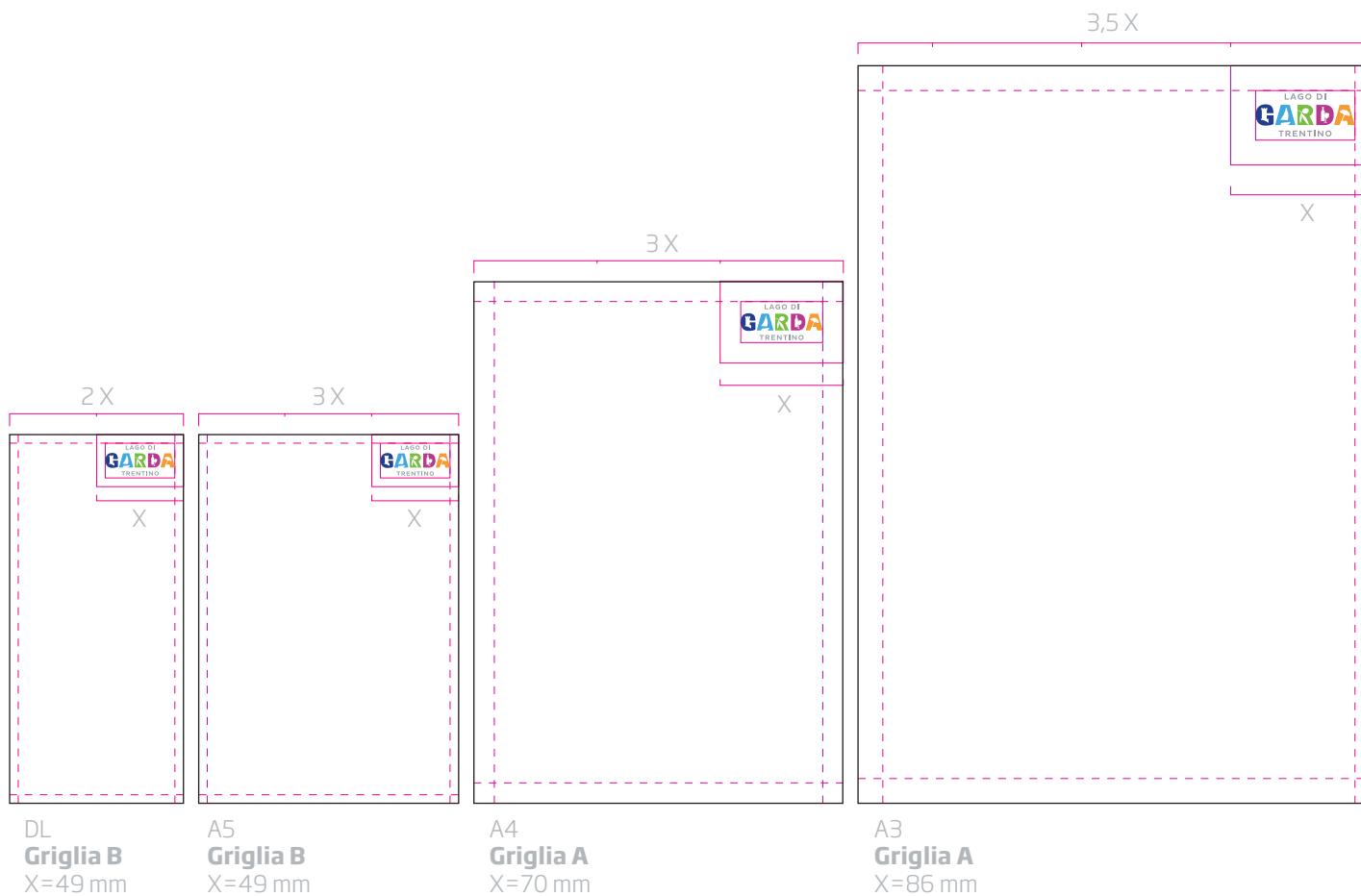


A4
Griglia A
X=70 mm



Biglietto da visita
Griglia B
X=34 mm

3.3



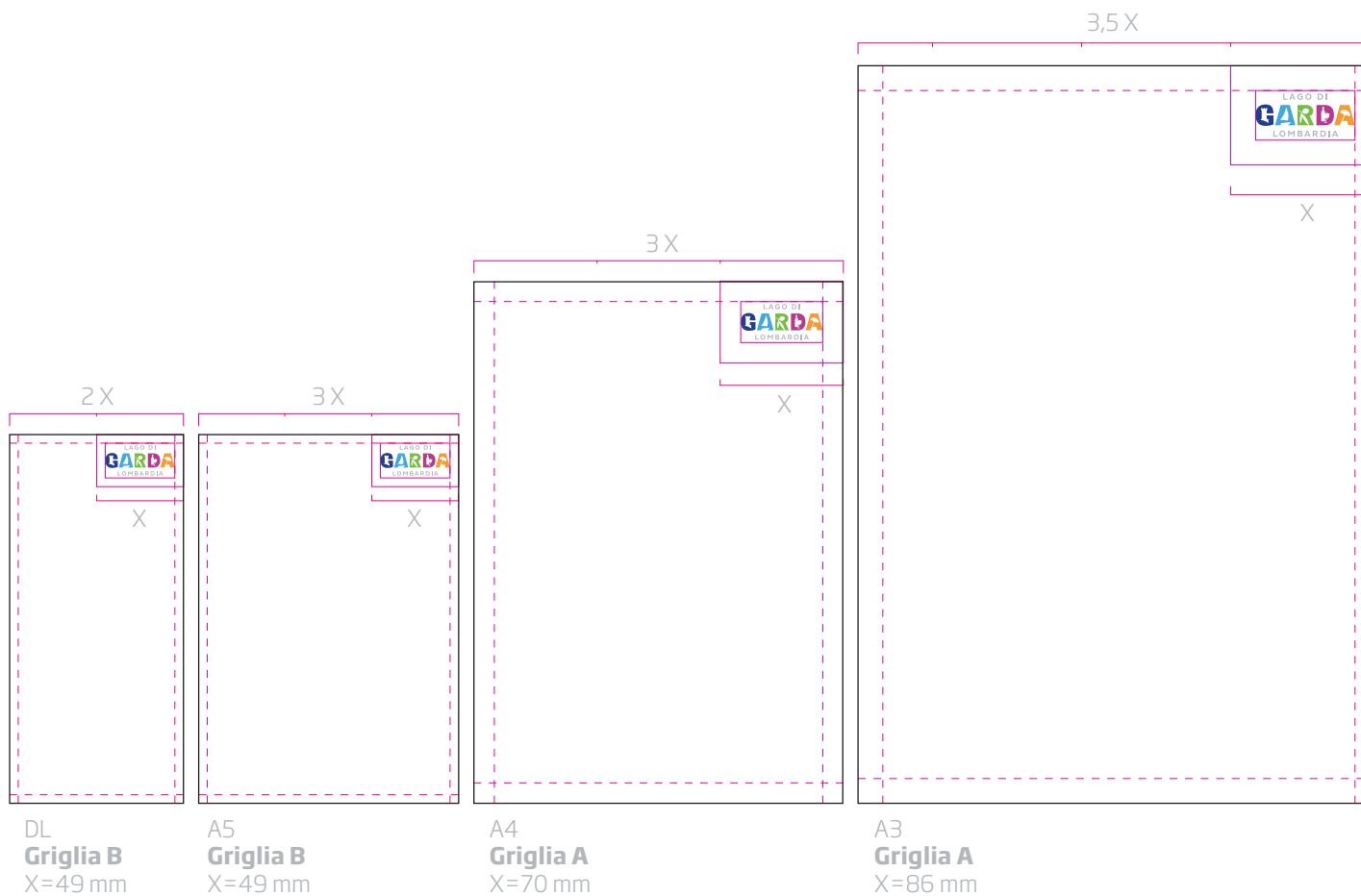
USO ISTITUZIONALE TRENTINO

Piccoli formati

Come mostrato in questa pagina, il marchio Garda con payoff Trentino deve essere sempre posizionato nell'angolo in alto a destra e nelle proporzioni indicate. Le regole di posizionamento e dimensione valgono per tutte le varianti del logo. Oltre alle regole di posizionamento e dimensione andranno applicati tutti i principi di utilizzo del colore.

Al capitolo 4.1 sono presentati degli esempi di applicazione del logo per uso istituzionale

3.3



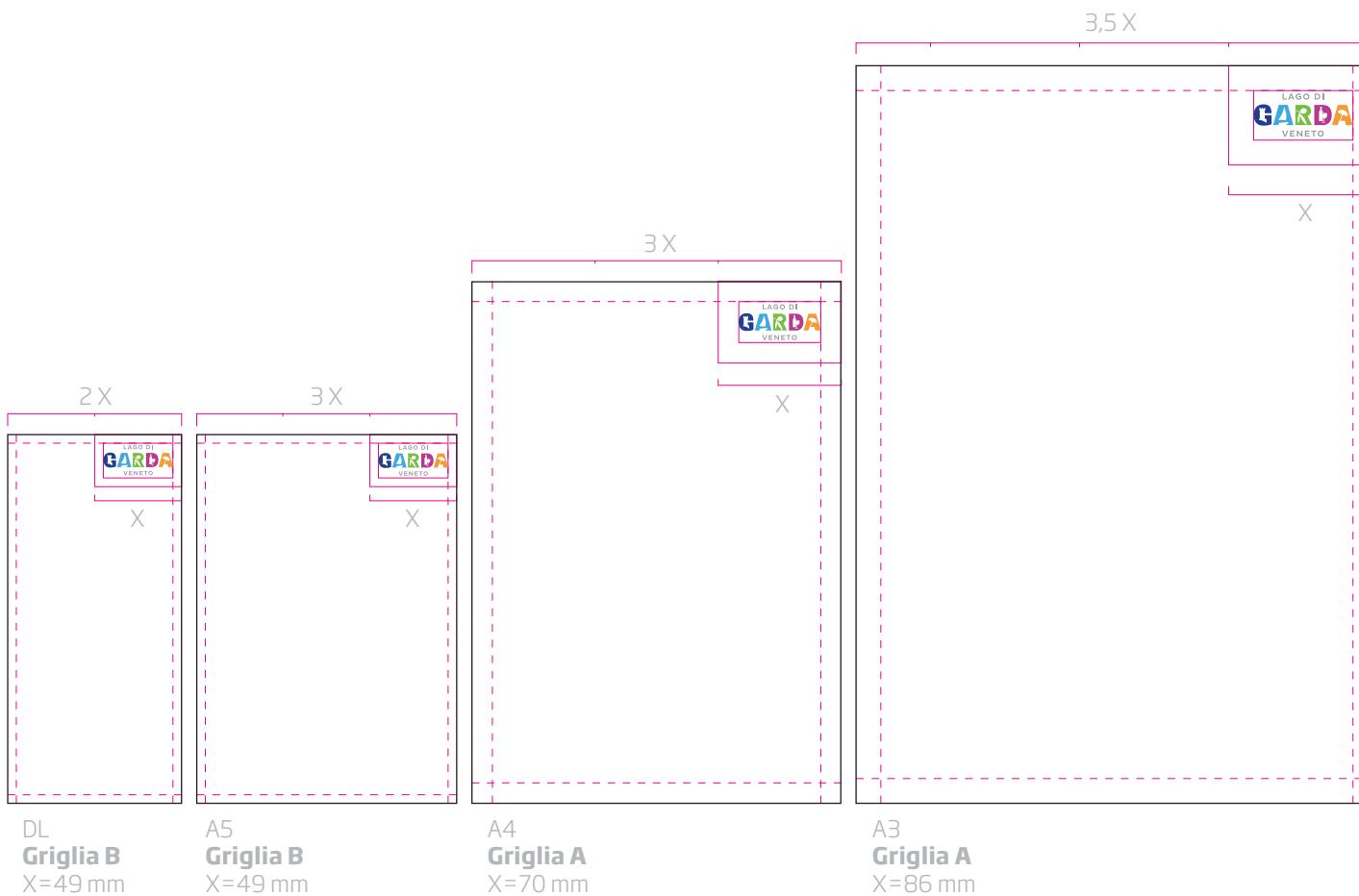
USO ISTITUZIONALE LOMBARDIA

Piccoli formati

Come mostrato in questa pagina, il marchio Garda con payoff Lombardia deve essere sempre posizionato nell'angolo in alto a destra e nelle proporzioni indicate. Le regole di posizionamento e dimensione valgono per tutte le varianti del logo. Oltre alle regole di posizionamento e dimensione andranno applicati tutti i principi di utilizzo del colore.

Al capitolo 4.1 sono presentati degli esempi di applicazione del logo per uso istituzionale

3.3



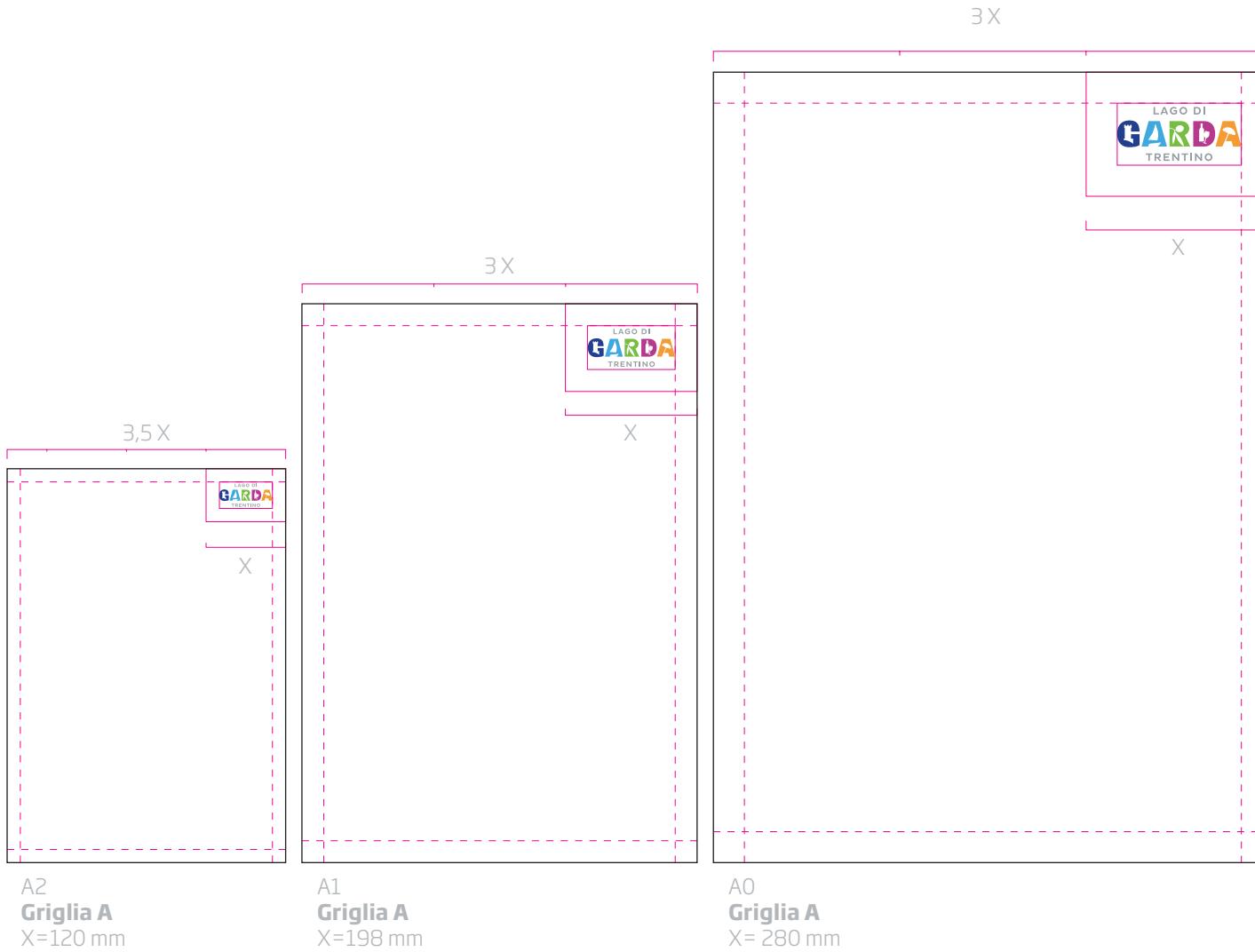
USO ISTITUZIONALE VENETO

Piccoli formati

Come mostrato in questa pagina, il marchio Garda con payoff Veneto deve essere sempre posizionato nell'angolo in alto a destra e nelle proporzioni indicate. Le regole di posizionamento e dimensione valgono per tutte le varianti del logo. Oltre alle regole di posizionamento e dimensione andranno applicati tutti i principi di utilizzo del colore.

Al capitolo 4.1 sono presentati degli esempi di applicazione del logo per uso istituzionale

3.4



A2
Griglia A
X=120 mm

A1
Griglia A
X=198 mm

A0
Griglia A
X= 280 mm

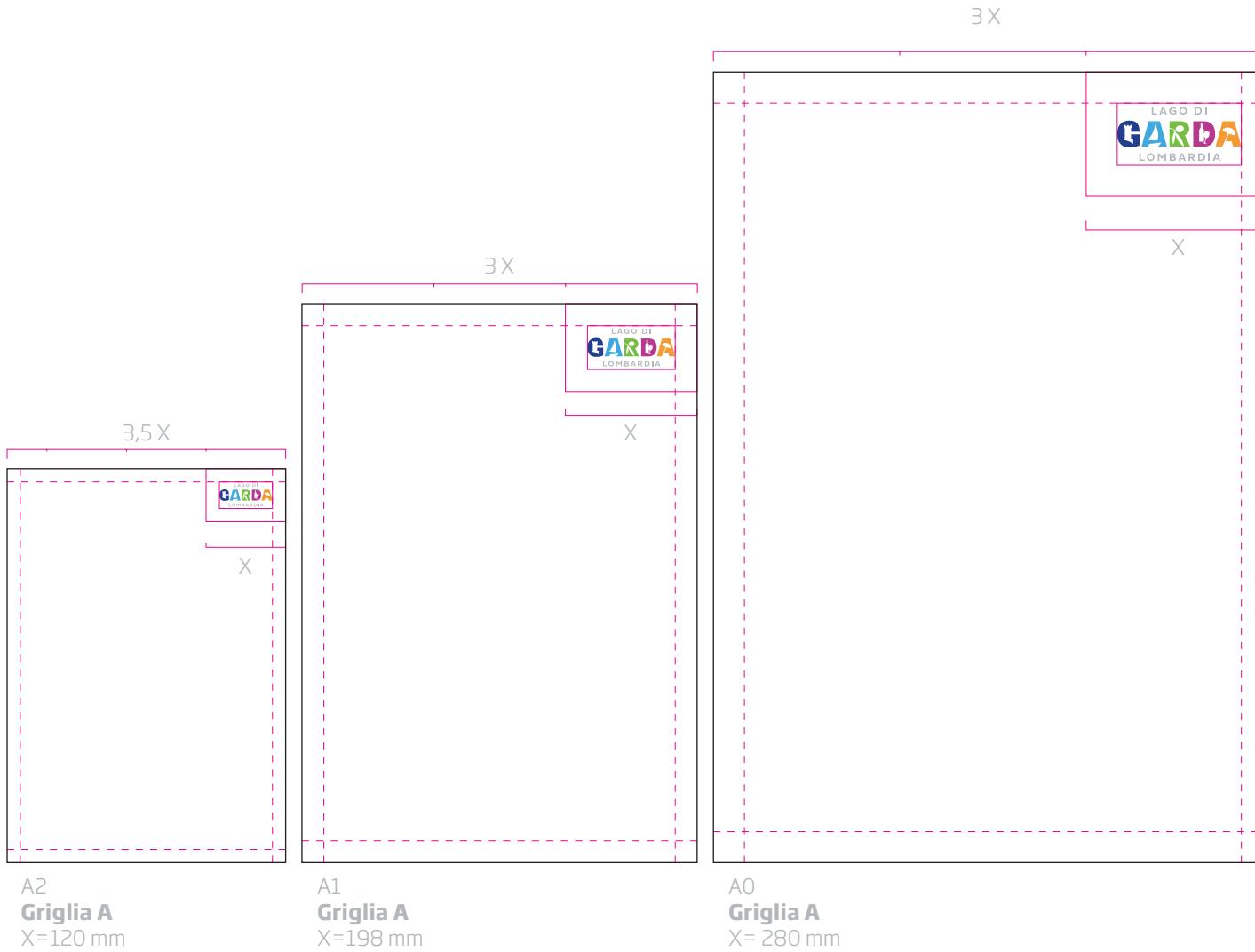
USO ISTITUZIONALE TRENTINO

Grandi formati

Come mostrato in questa pagina, il marchio Garda con payoff Trentino deve essere sempre posizionato nell'angolo in alto a destra e nelle proporzioni indicate. Le regole di posizionamento e dimensione valgono per tutte le varianti del logo. Oltre alle regole di posizionamento e dimensione andranno applicati tutti i principi di utilizzo del colore.

Al capitolo 4.1 sono presentati degli esempi di applicazione del logo per uso istituzionale

3.4



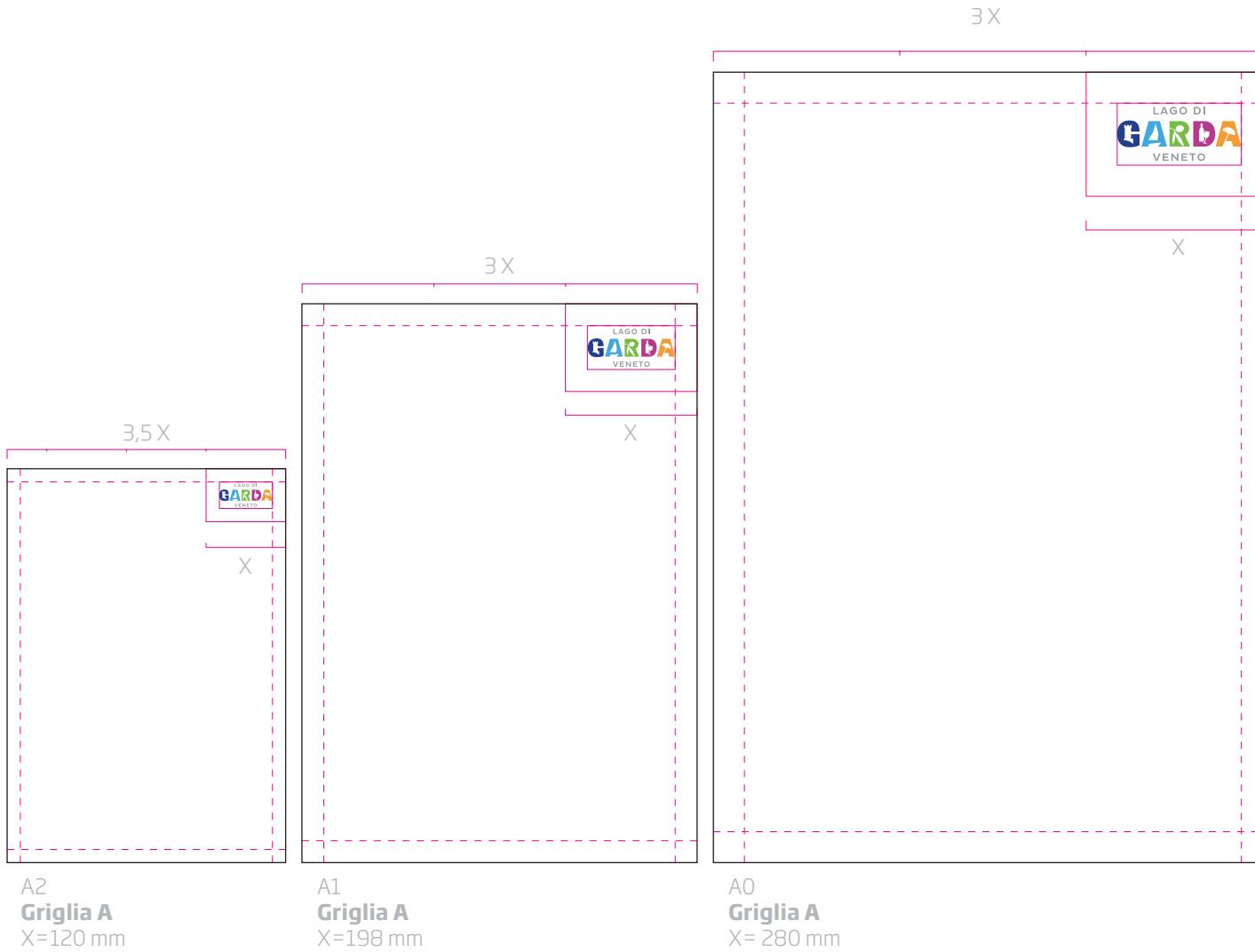
USO ISTITUZIONALE LOMBARDIA

Grandi formati

Come mostrato in questa pagina, il marchio Garda con payoff Lombardia deve essere sempre posizionato nell'angolo in alto a destra e nelle proporzioni indicate. Le regole di posizionamento e dimensione valgono per tutte le varianti del logo. Oltre alle regole di posizionamento e dimensione andranno applicati tutti i principi di utilizzo del colore.

Al capitolo 4.1 sono presentati degli esempi di applicazione del logo per uso istituzionale

3.4



USO ISTITUZIONALE VENETO

Grandi formati

Come mostrato in questa pagina, il marchio Garda con payoff Veneto deve essere sempre posizionato nell'angolo in alto a destra e nelle proporzioni indicate. Le regole di posizionamento e dimensione valgono per tutte le varianti del logo. Oltre alle regole di posizionamento e dimensione andranno applicati tutti i principi di utilizzo del colore.

Al capitolo 4.1 sono presentati degli esempi di applicazione del logo per uso istituzionale

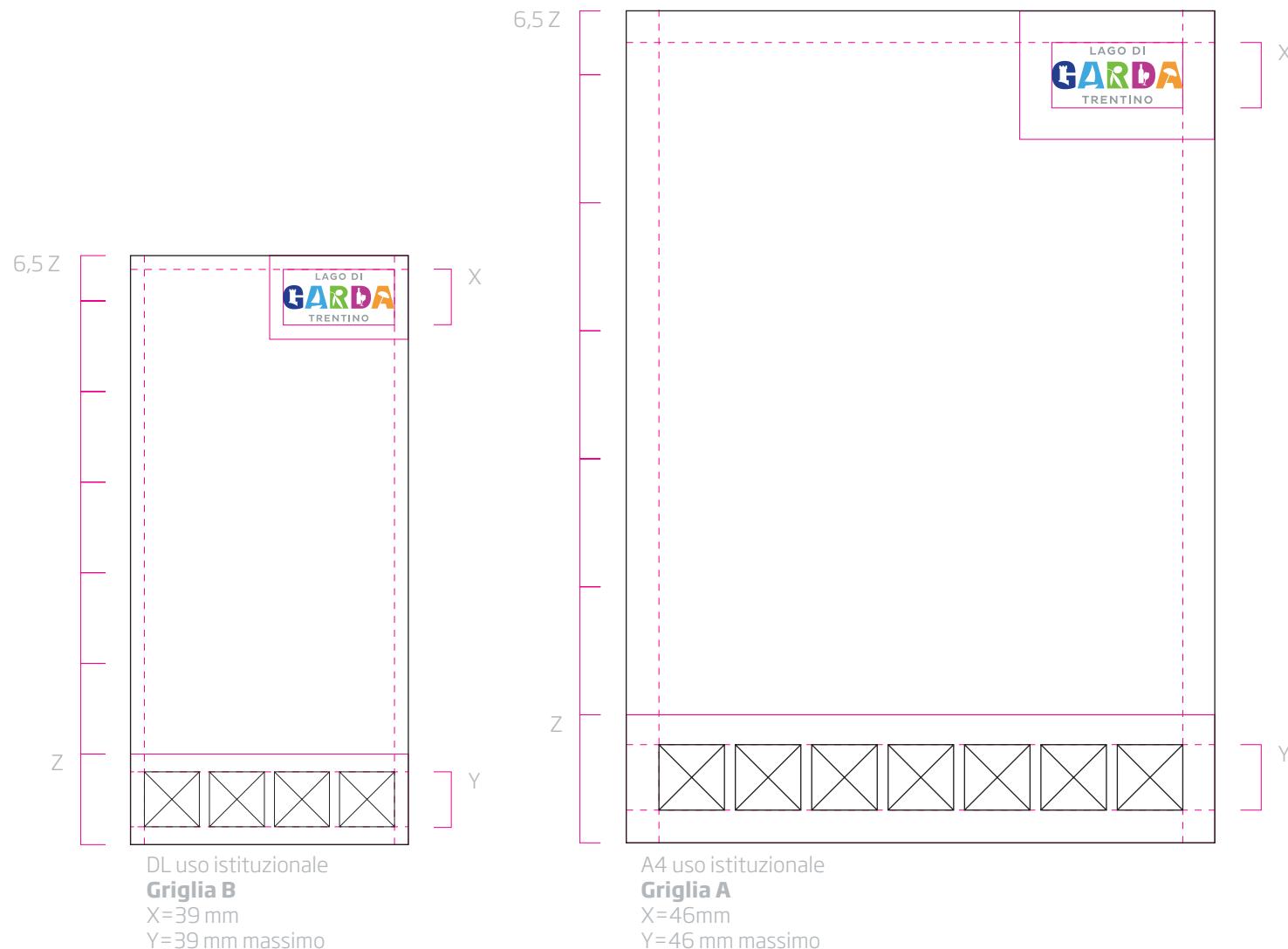
3.5

USO ISTITUZIONALE TRENTINO

Lockup

La pagina mostra l'area destinata ad eventuali loghi dei PARTNER per uso istituzionale . Il lock up dovrà essere posizionato alla base dell'elaborato e dovrà rispettare le regole indicate in questa pagina.

Loghi
partner



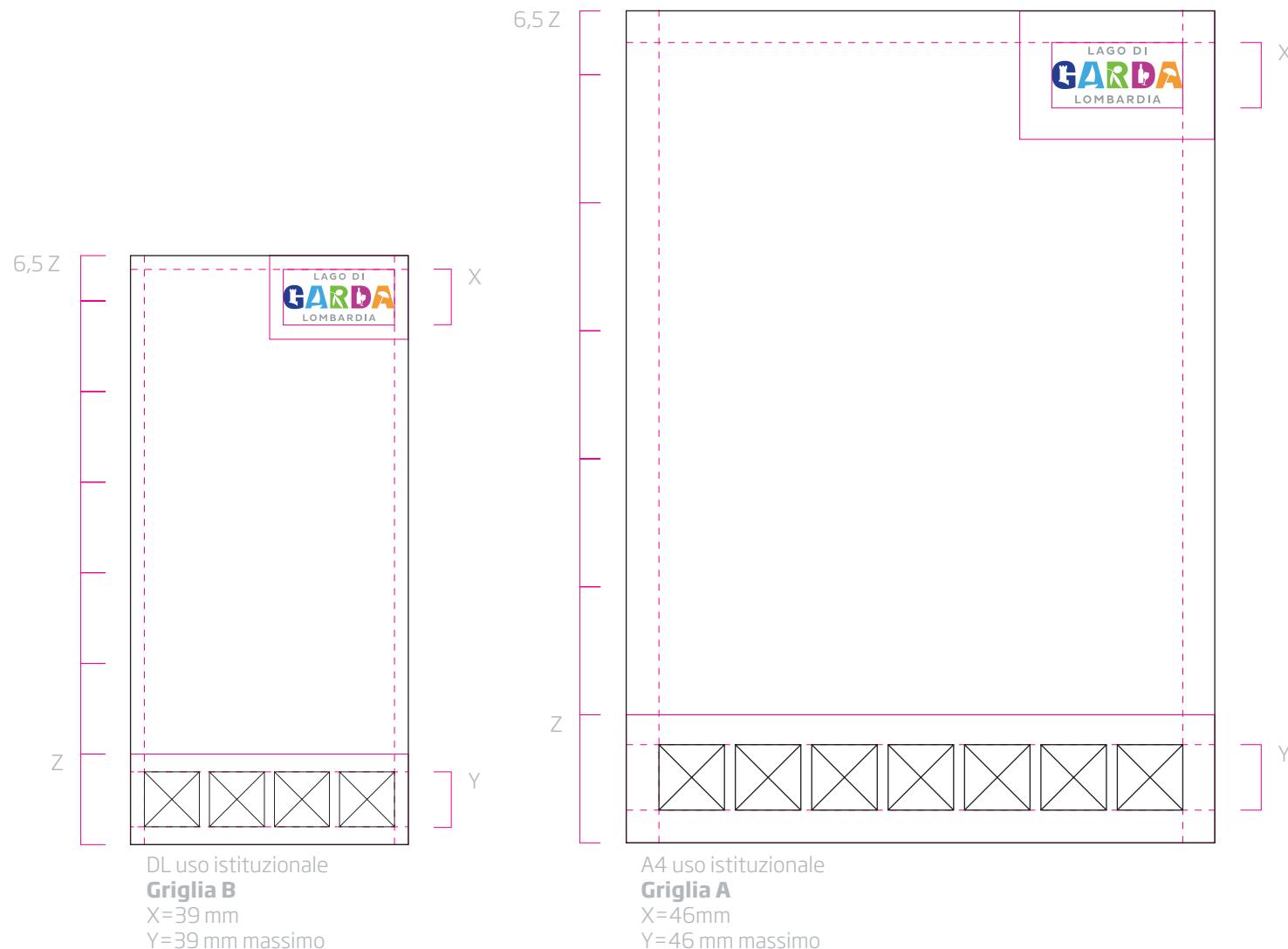
3.5

USO ISTITUZIONALE LOMBARDIA

Lockup

La pagina mostra l'area destinata ad eventuali loghi dei PARTNER per uso istituzionale . Il lock up dovrà essere posizionato alla base dell'elaborato e dovrà rispettare le regole indicate in questa pagina.

Loghi
partner



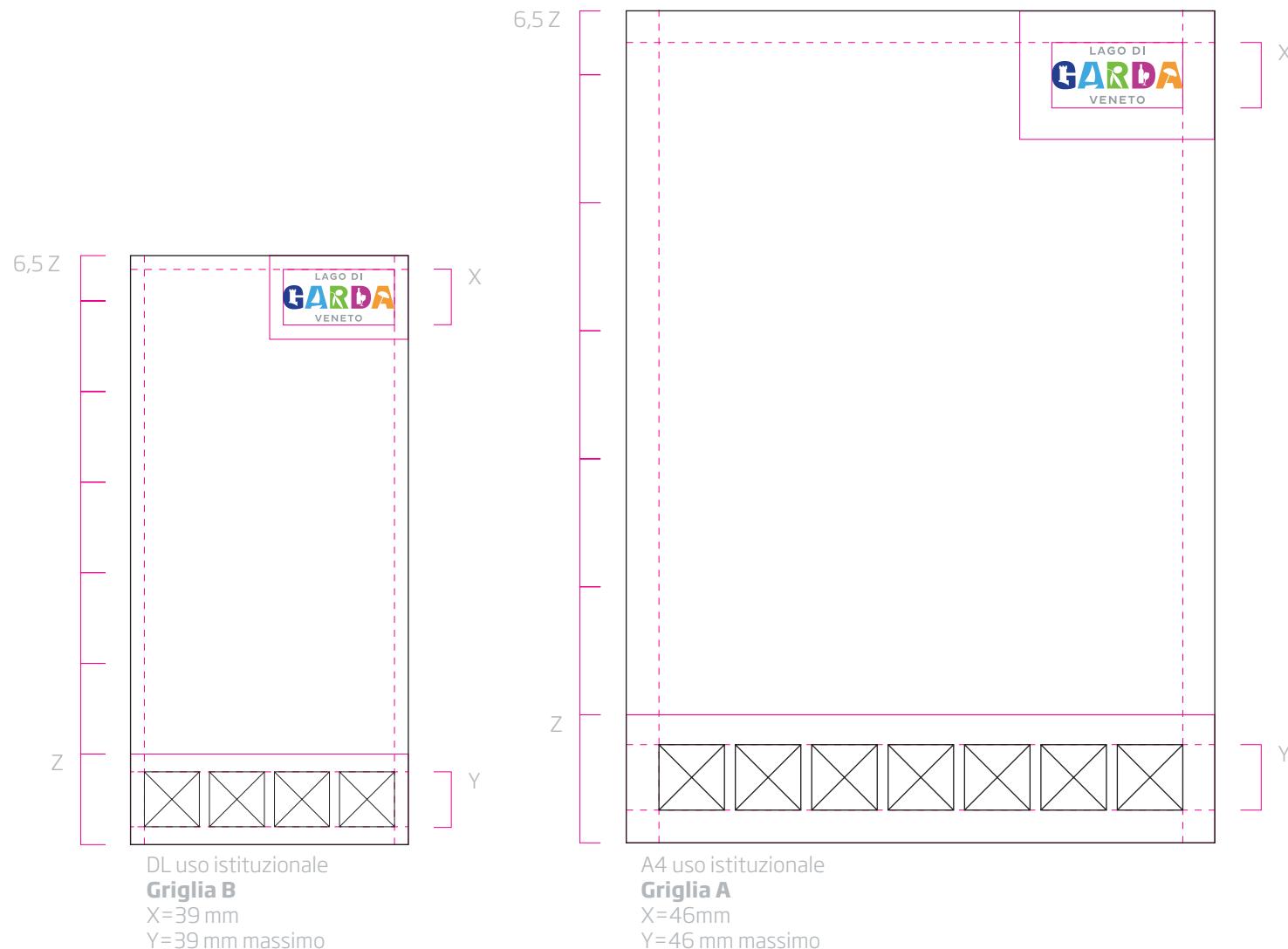
3.5

USO ISTITUZIONALE VENETO

Lockup

La pagina mostra l'area destinata ad eventuali loghi dei PARTNER per uso istituzionale . Il lock up dovrà essere posizionato alla base dell'elaborato e dovrà rispettare le regole indicate in questa pagina.

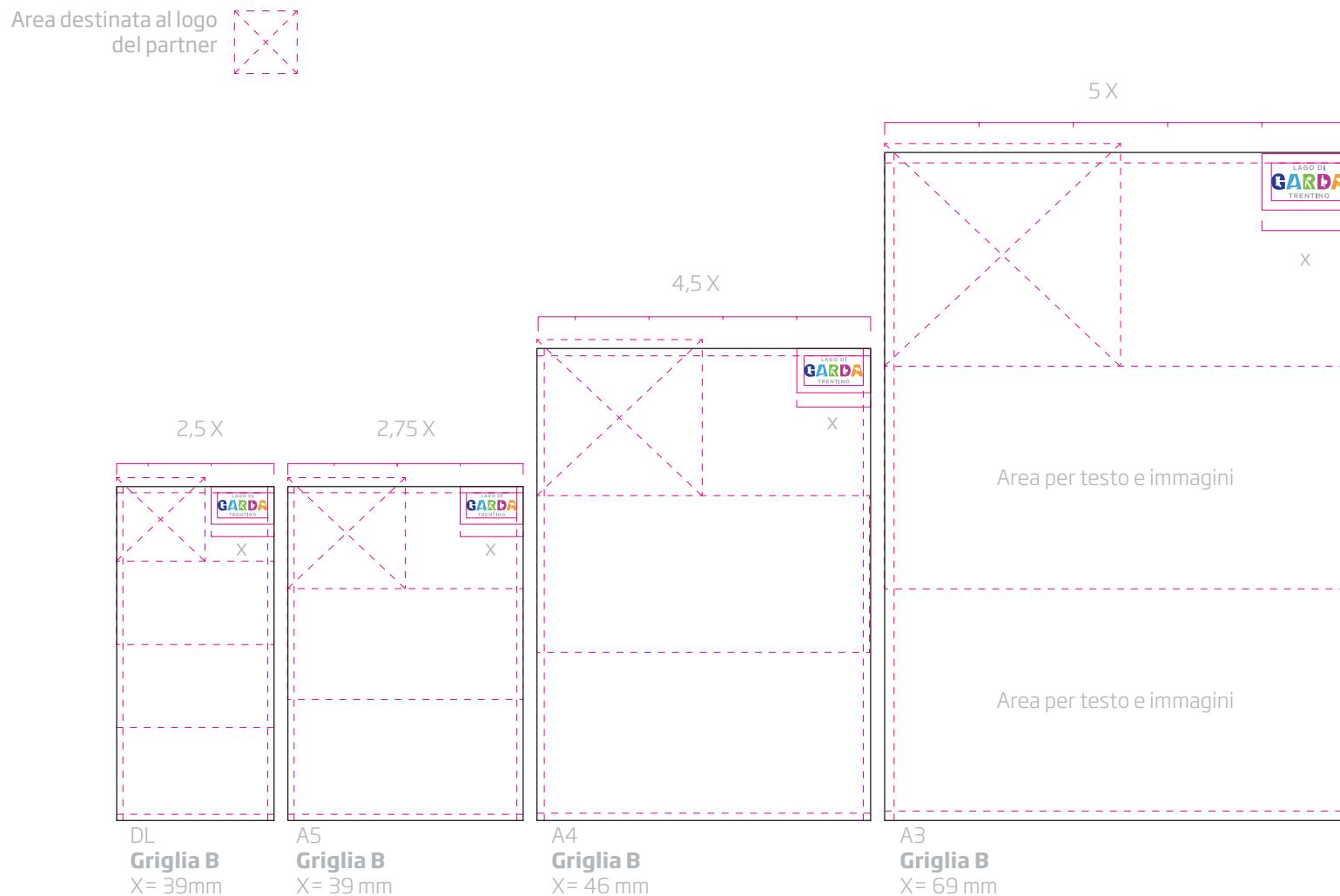
Loghi
partner



3.6

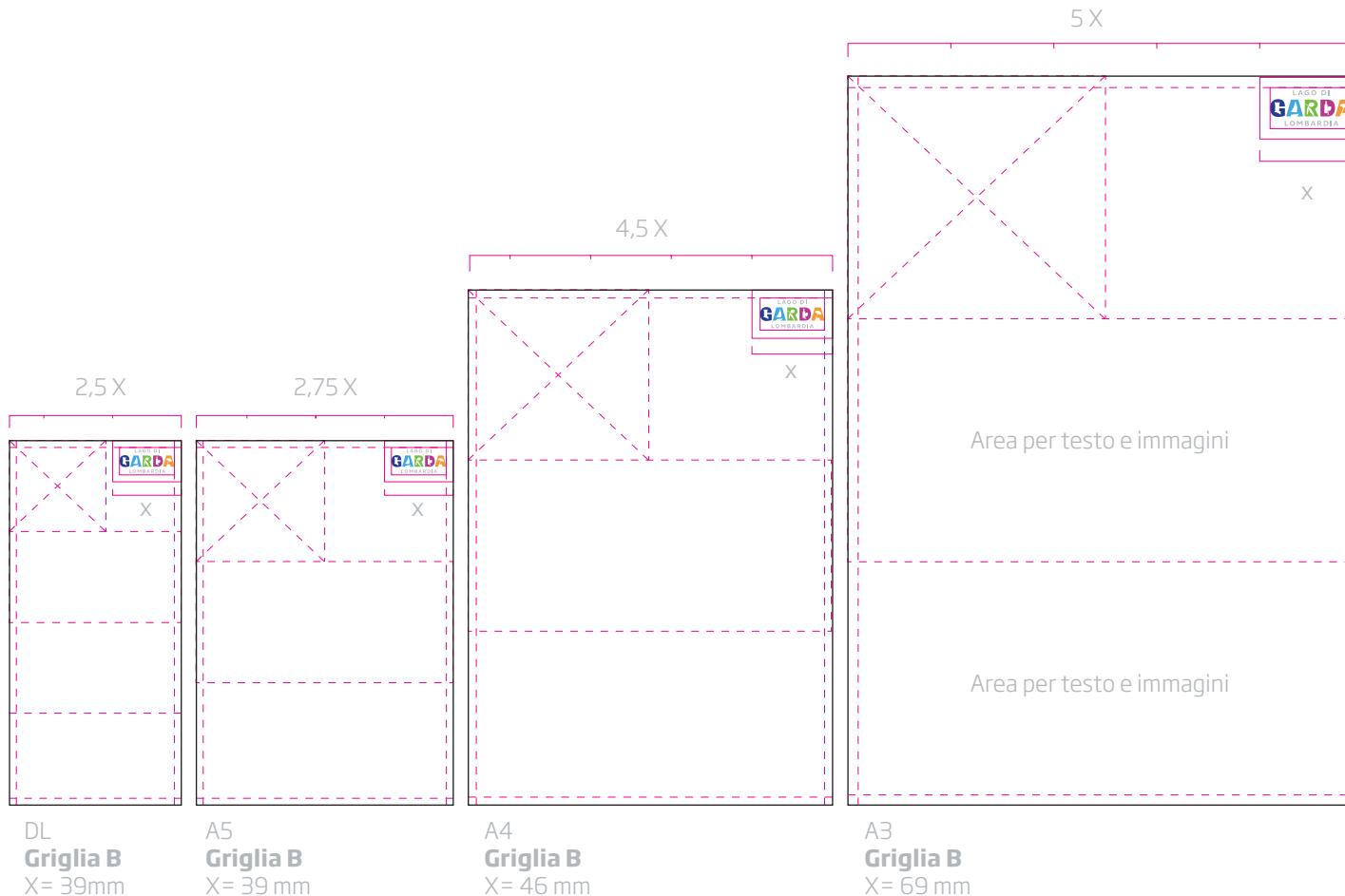
USO Partner

Come mostrato in questa pagina, il marchio Garda con payoff Trentino deve essere sempre posizionato nell'angolo in alto a destra e nelle proporzioni indicate. Le regole di posizionamento e dimensione valgono per tutte le varianti del logo. Oltre alle regole di posizionamento e dimensione andranno applicati tutti i principi di utilizzo del colore.



Al capitolo 4.3 sono presentati degli esempi di applicazione del logo per uso da parte dei partner

Area destinata al logo
del partner



3.6

USO Partner

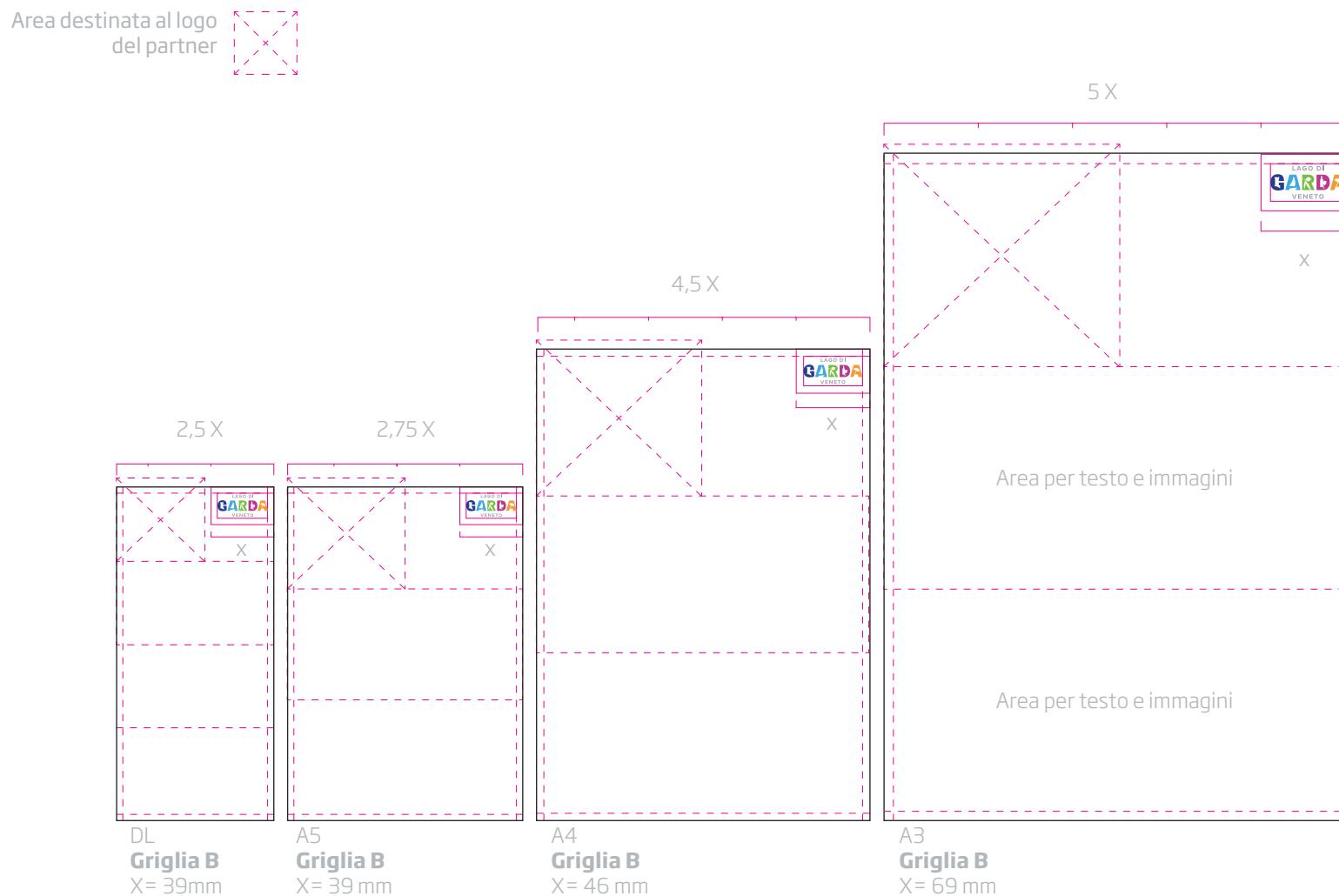
Come mostrato in questa pagina, il marchio Garda con payoff Lombardia deve essere sempre posizionato nell'angolo in alto a destra e nelle proporzioni indicate. Le regole di posizionamento e dimensione valgono per tutte le varianti del logo. Oltre alle regole di posizionamento e dimensione andranno applicati tutti i principi di utilizzo del colore.

Al capitolo 4.3 sono presentati degli esempi di applicazione del logo per uso da parte dei partner

3.6

USO Partner

Come mostrato in questa pagina, il marchio Garda con payoff Veneto deve essere sempre posizionato nell'angolo in alto a destra e nelle proporzioni indicate. Le regole di posizionamento e dimensione valgono per tutte le varianti del logo. Oltre alle regole di posizionamento e dimensione andranno applicati tutti i principi di utilizzo del colore.



Al capitolo 4.3 sono presentati degli esempi di applicazione del logo per uso da parte dei partner

3.7



Griglia B

Logo maggiore di 85 pixel

WEB

Area di rispetto e griglia

La pagina mostra l'area di rispetto e la griglia per l'utilizzo del marchio Garda con payoff Trentino su siti web quando utilizzato con larghezza superiore a 85 pixel.
In questi casi si utilizzi il Logo Principale.

3.7



Griglia B

Logo maggiore di 85 pixel

WEB

Area di rispetto e griglia

La pagina mostra l'area di rispetto e la griglia per l'utilizzo del marchio Garda con payoff Lombardia su siti web quando utilizzato con larghezza superiore a 85 pixel.
In questi casi si utilizzi il Logo Principale.

3.7



Griglia B

Logo maggiore di 85 pixel

WEB

Area di rispetto e griglia

La pagina mostra l'area di rispetto e la griglia per l'utilizzo del marchio Garda con payoff Veneto su siti web quando utilizzato con larghezza superiore a 85 pixel.
In questi casi si utilizzi il Logo Principale.

3.7



Griglia B

Logo inferiore a 85 pixel

WEB

Area di rispetto e griglia

La pagina mostra l'area di rispetto e la griglia per l'utilizzo del marchio Garda con payoff Trentino su siti web quando utilizzato con larghezza inferiore a 85 pixel.
In questi casi si utilizzi il Logo Principale Piccolo.

3.7



Griglia B

Logo inferiore a 85 pixel

WEB

Area di rispetto e griglia

La pagina mostra l'area di rispetto e la griglia per l'utilizzo del marchio Garda con payoff Lombardia su siti web quando utilizzato con larghezza inferiore a 85 pixel.
In questi casi si utilizzi il Logo Principale Piccolo.

3.7



Griglia B

Logo inferiore a 85 pixel

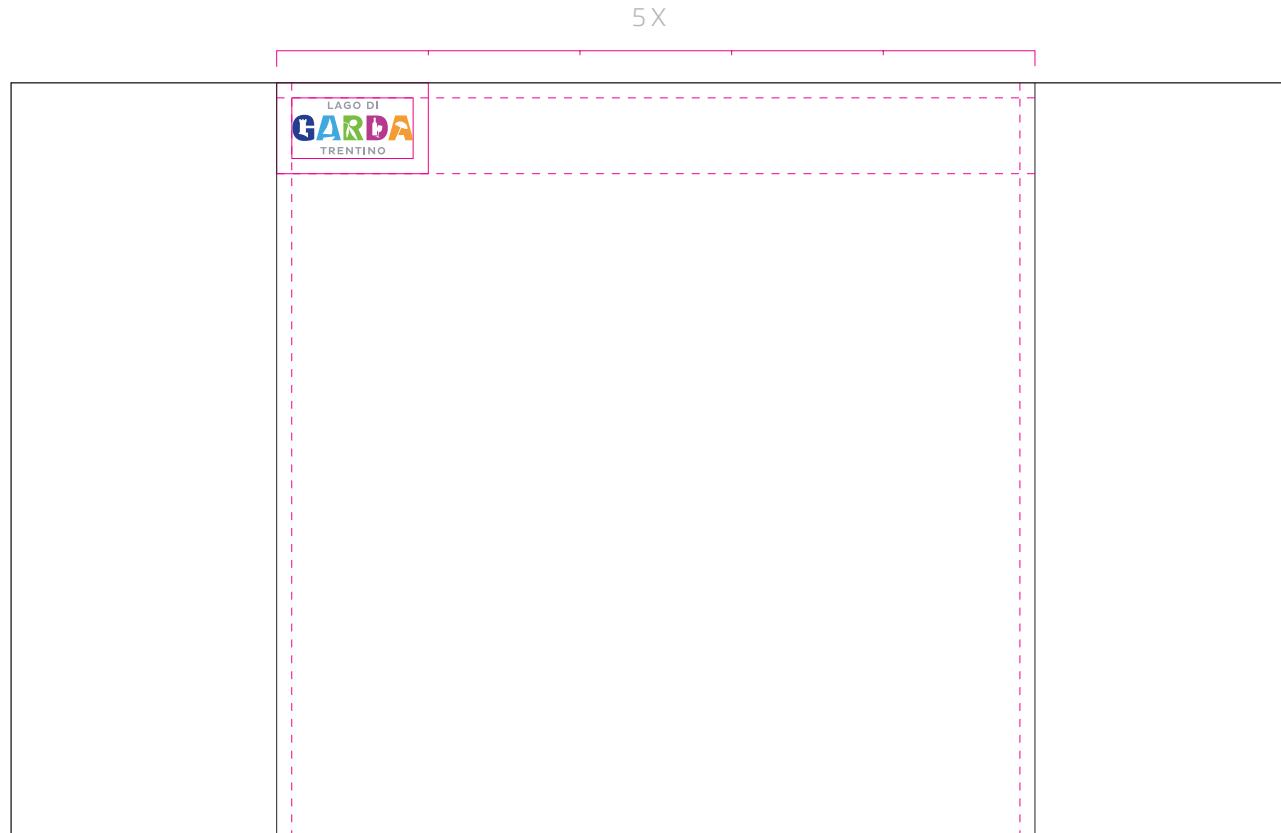
WEB

Area di rispetto e griglia

La pagina mostra l'area di rispetto e la griglia per l'utilizzo del marchio Garda con payoff Veneto su siti web quando utilizzato con larghezza inferiore a 85 pixel.
In questi casi si utilizzi il Logo Principale Piccolo.

3.8

Logo Principale
Multicolore



Griglia B

WEB

Uso istituzionale

Utilizzo sul sito istituzionale. Come mostrato in questa pagina, il marchio Garda con payoff Trentino deve essere sempre posizionato nell'angolo in alto a sinistra e nelle proporzioni indicate. Sul sito istituzionale andrà sempre utilizzato il Logo Principale nella sua versione multicolore.

Al capitolo 4.4 sono presentati degli esempi di applicazione del logo sui siti web istituzionali.

3.8

Logo Principale
Multicolore



Griglia B

WEB

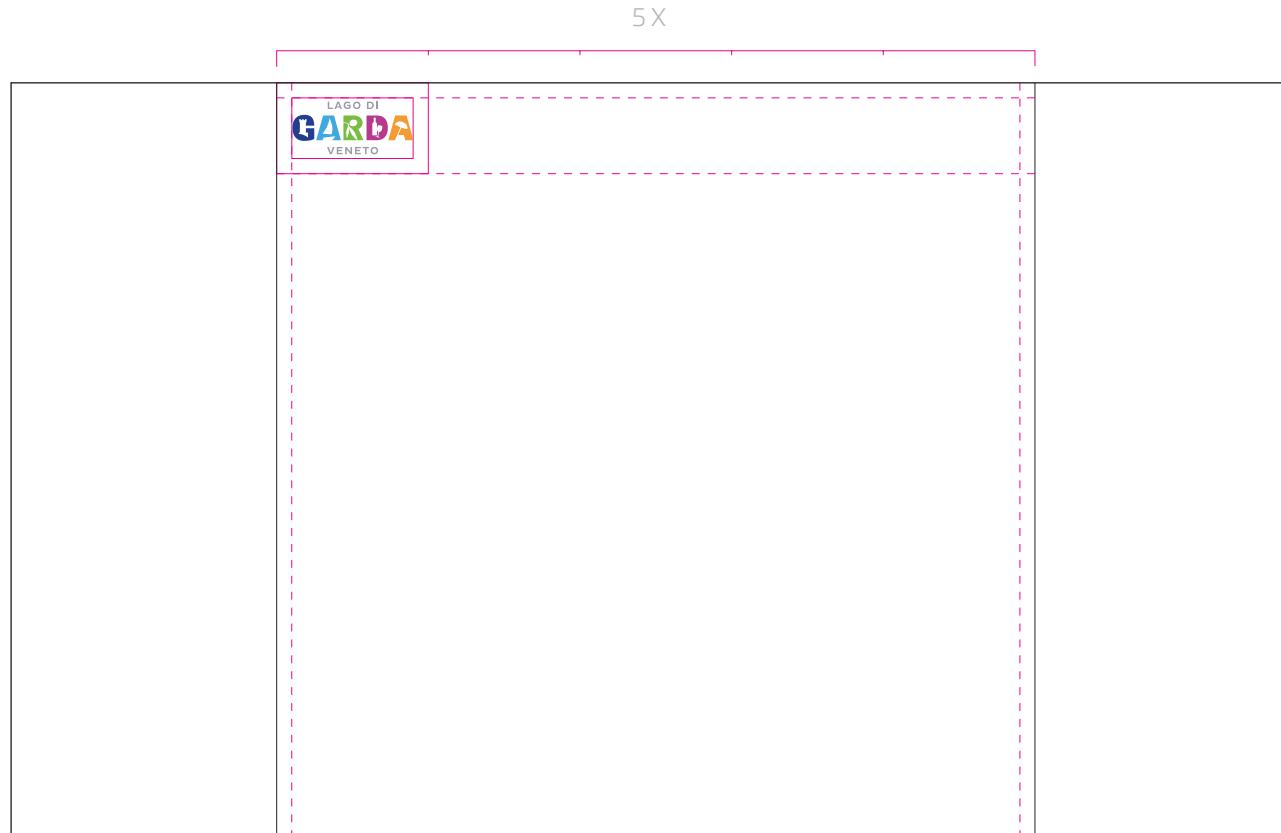
Uso istituzionale

Utilizzo sul sito istituzionale. Come mostrato in questa pagina, il marchio Garda con payoff Lombardia deve essere sempre posizionato nell'angolo in alto a sinistra e nelle proporzioni indicate. Sul sito istituzionale andrà sempre utilizzato il Logo Principale nella sua versione multicolore.

Al capitolo 4.4 sono presentati degli esempi di applicazione del logo sui siti web istituzionali.

3.8

Logo Principale
Multicolore



WEB

Uso istituzionale

Utilizzo sul sito istituzionale. Come mostrato in questa pagina, il marchio Garda con payoff Veneto deve essere sempre posizionato nell'angolo in alto a sinistra e nelle proporzioni indicate. Sul sito istituzionale andrà sempre utilizzato il Logo Principale nella sua versione multicolore.

4.0 Esempi di applicazione del logo

Nelle pagine che seguono sono presentate immagini che possono servire da riferimento per l'applicazione dell'identità visiva nei diversi casi in cui essa può essere applicata

- 4.1 Uso istituzionale
- 4.2 Uso istituzionale con partner alla pari / territoriali
- 4.3 Uso partner
- 4.4 Web: uso istituzionale
- 4.5 Web: uso partner



4.1

USO ISTITUZIONALE

Applicazioni corrette

Si notino:

- l'utilizzo del logo principale
- l'utilizzo della versione in bianco su sfondo fotografico sufficientemente scuro
- la scelta della griglia A

4.1

USO ISTITUZIONALE

Applicazioni errate

Negli esempi sono stati evidenziati gli errori da evitare al fine di un corretto utilizzo del logo Garda:

- nella scelta della versione del logo
- nel trattamento del logo
- nel trattamento del colore
- nel posizionamento
- nella dimensione
- nella scelta della griglia.



No contrasto - versione colore errata
Ombra



Errato posizionamento
No contrasto -
versione colore errata



Utilizzo della griglia errata

4.2

USO ISTITUZIONALE CON PARTNER ALLA PARI/ TERRITORIALI

Applicazioni corrette

In caso di partner territoriale alla pari si considerino le disposizioni circa l'utilizzo del relativo logo territoriale.

Negli esempi si noti infatti la posizione del logo Garda con payoff Trentino diversa da quella indicato in questo manuale.

In caso di competizione dello stesso spazio nella pagina consultare il manuale del logo partner o contattarne il gestore.



4.2

USO ISTITUZIONALE CON PARTNER ALLA PARI

Applicazioni errate

Negli esempi sono stati evidenziati gli errori da evitare al fine di un corretto utilizzo del logo Garda:

- nella scelta della versione del logo
- nel trattamento del logo
- nel trattamento del colore
- nel posizionamento
- nella dimensione
- nella scelta della griglia.
- nel posizionamento del logo del partner territoriale.





4.3

USO Partner

Applicazioni corrette

Si noti l'utilizzo nel logo Garda con payoff Lombardia, di un colore diverso da quelli indicati nella paletta cromatica.

In caso di incompatibilità tra la paletta colori del marchio Garda e quella dell'elaborato, è autorizzato a fini compositivi, l'utilizzo di colori non indicati in questo manuale.



Errati posizionamento e dimensione
Distorsione dei colori

Errati posizionamento e dimensione.
No contrasto
(logo multicolore su fotografia)
Outline

Mancato rispetto di
griglia e margini.
Ombra



4.3

USO Partner

Applicazioni errate

Negli esempi sono stati evidenziati gli errori da evitare al fine di un corretto utilizzo del logo Garda:

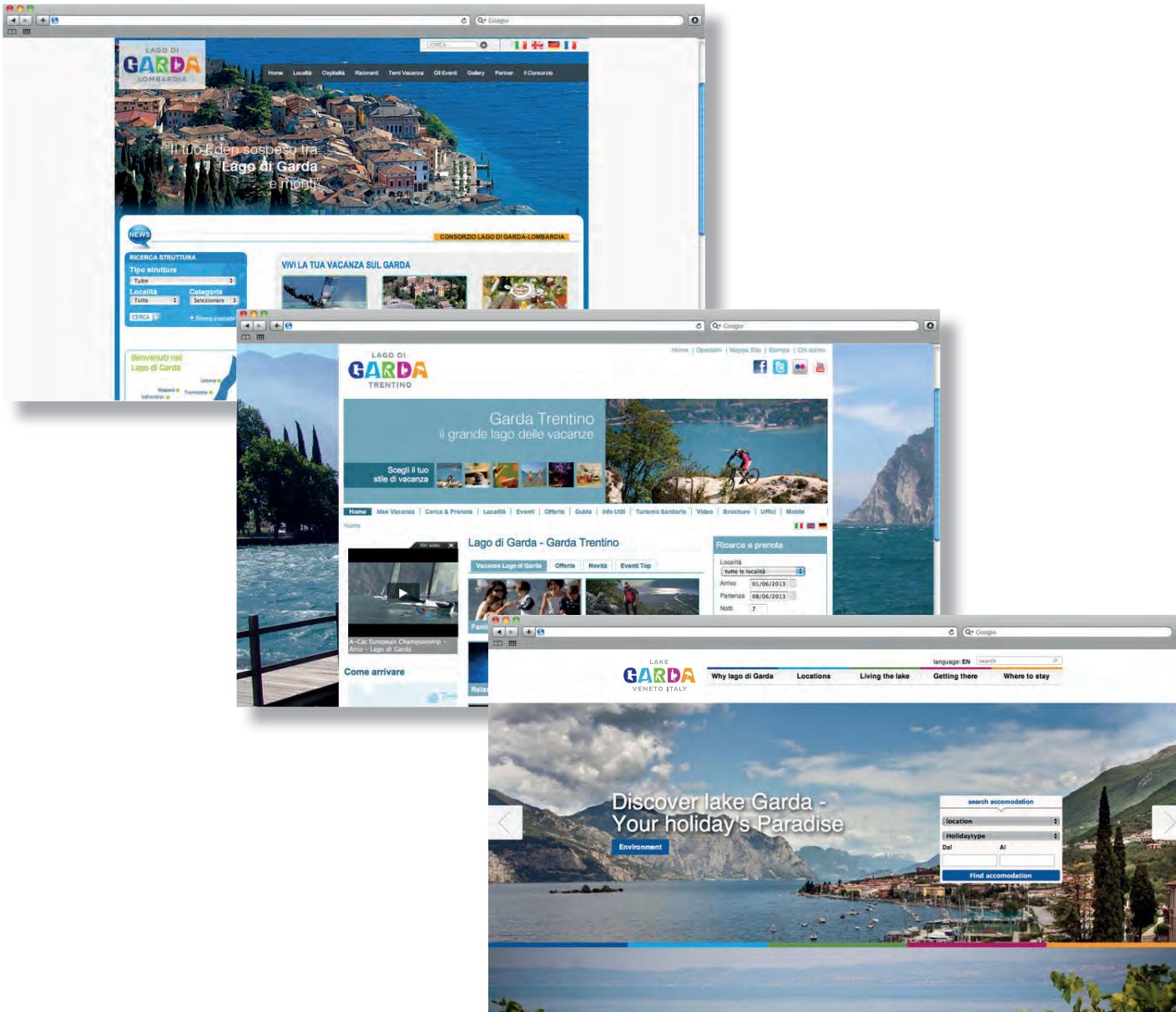
- nella scelta della versione del logo
- nel trattamento del logo
- nel trattamento del colore
- nel posizionamento
- nella dimensione
- nella scelta della griglia.

4.4

WEB: USO ISTITUZIONALE

Applicazioni corrette

La pagina mostra la corretta applicazione del logo sui siti istituzionali.



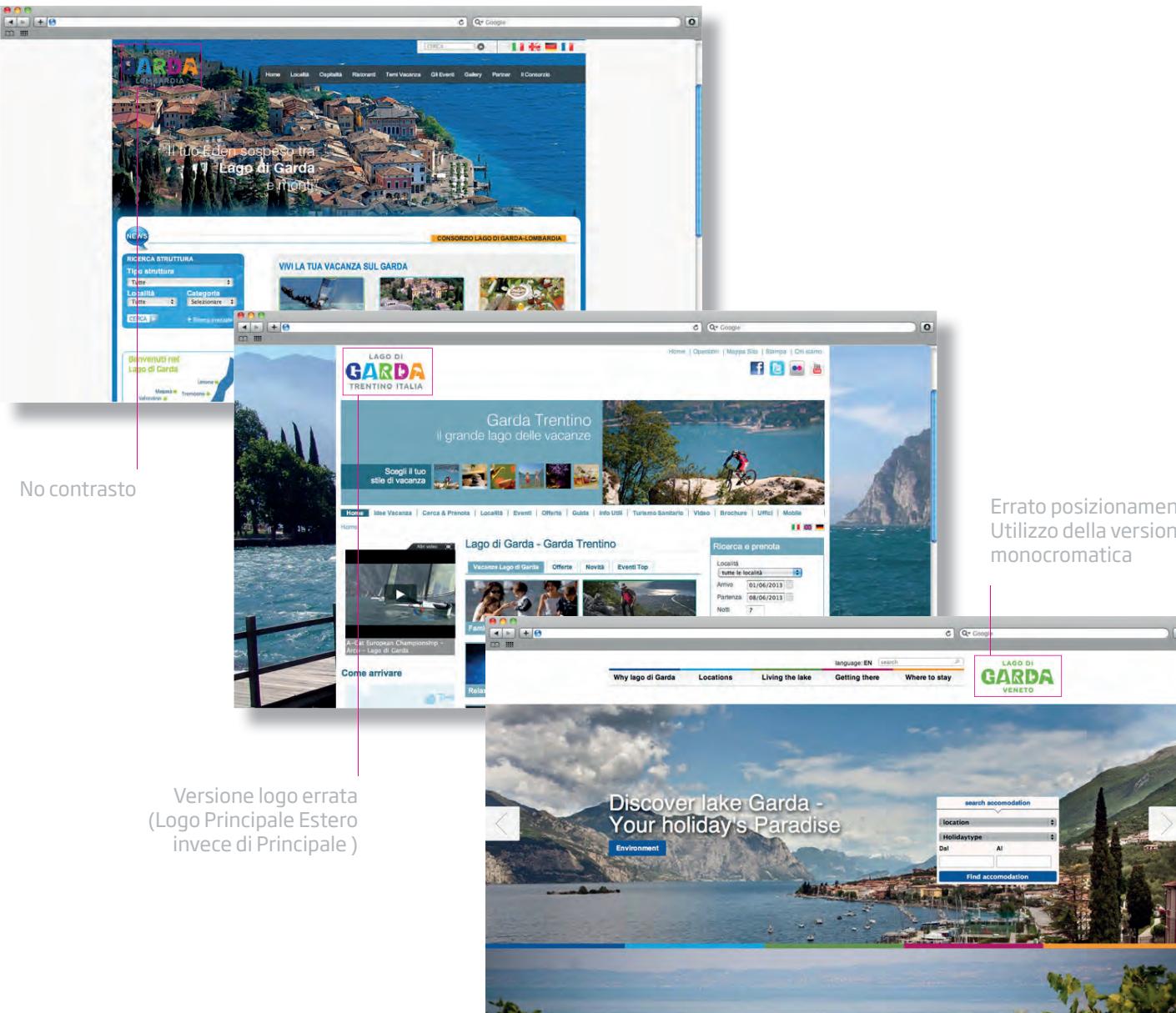
WEB: USO ISTITUZIONALE

Applicazioni errate

La pagina mostra la scorretta applicazione del logo sui siti istituzionali.

Negli esempi sono stati evidenziati gli errori da evitare al fine di un corretto utilizzo del logo Garda:

- nella scelta della versione del logo
- nel trattamento del logo
- nel trattamento del colore
- nel posizionamento
- nella dimensione
- nella scelta della griglia.





4.5

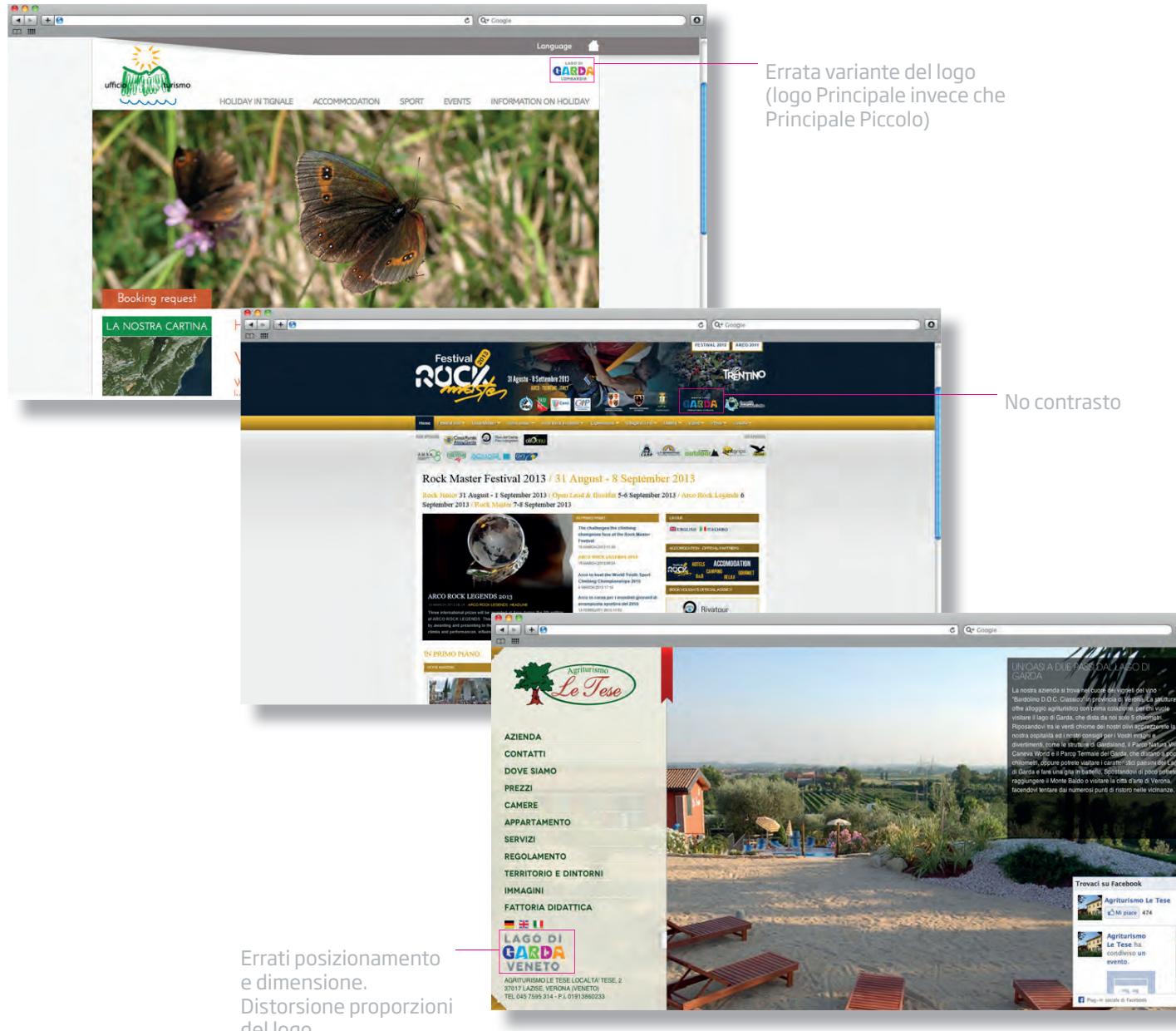
WEB: USO Partner

Applicazioni corrette

La pagina mostra degli esempi di corretta applicazione del logo su siti web prodotti da sub-licenziatari.

Si notino:

- l'utilizzo della griglia B
- il posizionamento in basso a destra del marchio Garda con payoff Trentino.



4.5

WEB: USO Partner

Applicazioni errate

La pagina mostra degli esempi di scorretta applicazione del logo su siti web prodotti da sub-licenziatari.

Negli esempi sono stati evidenziati gli errori da evitare al fine di un corretto utilizzo del logo Garda:

- nella scelta della versione del logo
- nel trattamento del logo
- nel trattamento del colore
- nel posizionamento
- nella dimensione
- nella scelta della griglia.

5.0 Contatti

Se si desidera ricevere ulteriori informazioni o chiarimenti rispetto a modalità d'uso non contemplate in questo manuale, si prega di contattare il gestore del marchio Garda:

TRENTINO MARKETING S.R.L.

38122 Trento
via Romagnosi, 11
T: + 39 0461 219300
E: direzione@trentinomarketing.org

www.trentinomarketing.org

Titolare del marchio Garda è:

TRENTINO SVILUPPO S.P.A.

38068 Rovereto (TN)
via Fortunato Zeni, 8
T: +39 0464 443 111
E: info@trentinosviluppo.it

www.trentinosviluppo.it