

Venezia Unica

Brand Guidelines 2014

Intro

Questo manuale descrive la revisione dell'identità Venezia Unica e definisce le linee guida da seguire per utilizzare correttamente gli elementi base della marca quali il marchio, i colori, le forme e la tipografia.

Indice

1.1	Il marchio Lockup Versione primaria	2.1	Look & feel Color palette	3.1	Costruzione dei Laflet
1.2	Area di rispetto Lockup Versione primaria	2.2	Tipografia	3.2	Leaflet
1.3	Dimensioni minime Lockup Versione primaria	2.3	Gerarchia tipografica	3.3	Interno leaflet 01
1.4	Il marchio Lockup Versione Secondaria	2.4	Gestione della tipografia su fondi cromatici	3.4	Interno leaflet 02
1.5	Area di rispetto Lockup Versione Secondaria	2.5	Gabbie e formati	3.5	Cover brochure
1.6	Dimensioni minime lockup versione secondaria	2.6	Allineamento del marchio	3.6	Supergraphics
1.7	Palette cromatica	2.7	Le diagonali	3.7	Cover brochure
1.8	Utilizzo su fondi cromatici	2.8	Costruzione dei device su formati verticali	3.8	Card Venezia Unica
1.9	Versione monocromatica positivo / negativo	2.9	Costruzione dei device su formati orizzontali	3.9	Gadget Venezia Unica
1.10	Utilizzo su fondi cromatici	2.10	Device endorsment		
1.11	Affiancamento con loghi partner	2.11	Costruzione dei device endorsment		
1.12	Divieti di utilizzo	2.12	Il motto (Claim) di Venezia Unica		
		2.13	La punteggiatura del Claim		
		2.14	Relazione fra claim e brand logo		
		2.15	Relazione fra claim e brand logo su formati speciali		

Sezione 1 / Marchio

In questo capitolo sono esplicate tutte le regole per un corretto e coerente utilizzo del marchio Venezia Unica.

- 1.1** Il marchio
Lockup Versione
primaria
- 1.2** Area di rispetto
Lockup Versione
primaria
- 1.3** Dimensioni minime
Lockup Versione
primaria
- 1.4** Il marchio
Lockup Versione
Secondaria
- 1.5** Area di rispetto
Lockup Versione
Secondaria
- 1.6** Dimensioni minime
lockup versione
secondaria
- 1.7** Palette cromatica
- 1.8** Utilizzo su fondi
cromatici
- 1.9** Versione
monocromatica
positivo / negativo
- 1.10** Utilizzo su fondi
cromatici
- 1.11** Affiancamento
con loghi partner
- 1.12** Divieti di utilizzo

1.1 Il marchio
Lockup Versione
primaria

Il marchio Venezia Unica è identificato dal logotipo che grazie ad un gioco di alternanza cromatica permette la lettura del nome Venezia Unica.

Logo versione primaria: con scritta "CITY PASS"



Logotipo

1.1 Il marchio
Lockup Versione
primaria

Il marchio Venezia Unica è identificato dal logotipo che grazie ad un gioco di alternanza cromatica permette la lettura del nome Venezia Unica.

Logo versione primaria: senza scritta "CITY PASS"



VENEZIA
UNICA

Logotipo

1.2 Area di rispetto
Lockup Versione
primaria

L'area di rispetto del marchio, stabilisce lo spazio entro il quale non possono influire elementi grafici di nessun tipo.



1.3 Dimensioni minime
Lockup Versione
primaria

La dimensione minima calcolata per garantire una corretta leggibilità del marchio è stabilita da un'altezza minima di 7,5mm.



1.4 Il marchio
Lockup Versione
Secondaria

Solo per applicazioni con formato estremamente orizzontale
è possibile utilizzare questa versione secondaria di lockup
del logotipo. (matita, banner ecc.)

Logo versione secondaria: con scritta "CITY PASS"



The logo features a red curved shape above the word "CITYPASS" in black. Below this, the words "VENEZIA UNICA" are displayed in a large, bold, sans-serif font. The letters "V", "E", "Z", "I", "A", and "N", "I", "C", "A" are black, while the letters "E", "E", "I", "I", "A" are red.

Logotipo

Logo versione secondaria: senza scritta "CITY PASS"

VENEZIA UNICA

The logo consists of the word "VENEZIA UNICA" in a bold, sans-serif font. The letters "V", "E", "N", "E", "Z", "I", "A", and "U" are black, while "N", "I", "C", "A", and "U" are pink. A small pink curved shape is positioned above the first "E".

Logotipo

1.5 Area di rispetto
Lockup Versione
Secondaria

L'area di rispetto del marchio, stabilisce lo spazio entro il quale non possono influire elementi grafici di nessun tipo.



1.6 Dimensioni minime
lockup versione
secondaria

La dimensione minima calcolata per garantire una corretta leggibilità
del marchio è stabilita da un'altezza minima di 7,5mm.

5 mm [



1.7 Palette cromatica

Venezia Unica Red

CMYK

15 / 90 / 50 / 0

RGB

210 / 55 / 90

Pantone®

7635 C / 7635 U

Venezia Unica Black

CMYK

0 / 0 / 0 / 0

RGB

0 / 0 / 0

Pantone®

Process Black C
Process Black U

1.8 Utilizzo su fondi cromatici

Sulla base della caratterizzazione cromatica del marchio, sono state definite tre possibili modalità di applicazione:

- .1 su fondo bianco:** alternanza cromatica di nero e magenta.
- .2 su fondo magenta:** alternanza cromatica di bianco e nero.
- .3 su fondo nero:** alternanza cromatica di bianco e magenta.



fondo bianco



fondo magenta



fondo nero

1.9 Versione monocromatica positivo / negativo

La versione monocromatica deve essere utilizzata ogni volta che la versione di base non può essere riprodotto a colori.

Versione monocromatica in positivo



Versione monocromatica in negativo



1.10 Utilizzo su fondi cromatici

Le diverse applicazioni cromatiche del marchio si riflettono anche nella sua applicazione sui fondi fotografici:

- .1 su fondi chiari:** alternanza cromatica di nero e magenta.
- .2 su fondo medi:** alternanza cromatica di bianco e nero.
- .3 su fondo scuri:** alternanza cromatica di bianco e magenta.



fondi chiari



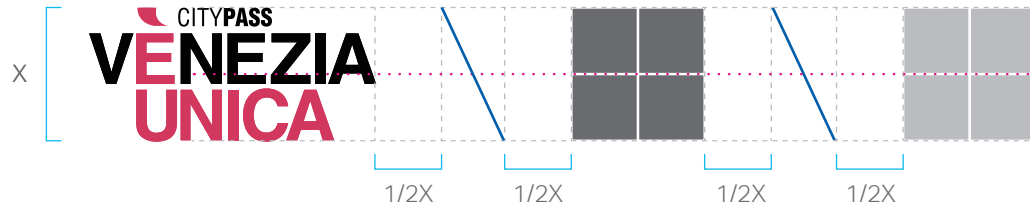
fondi medi



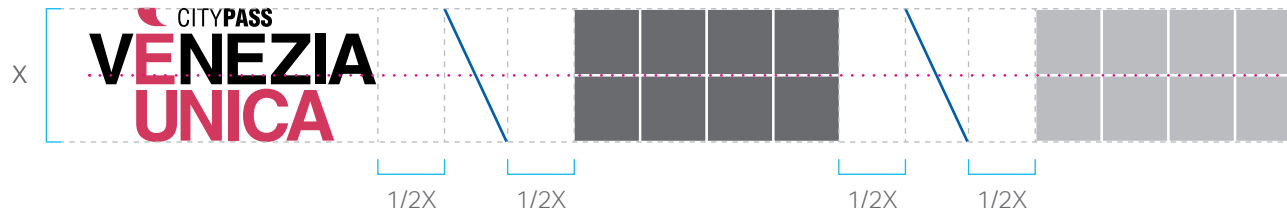
fondi scuri

1.11 Affiancamento con loghi partner

Di seguito illustrata la ratio per l'affiancamento del marchio Venezia Unica ad altri loghi con diverse proporzioni, il simbolo slash funge sempre da separatore degli spazi fra i vari marchi.



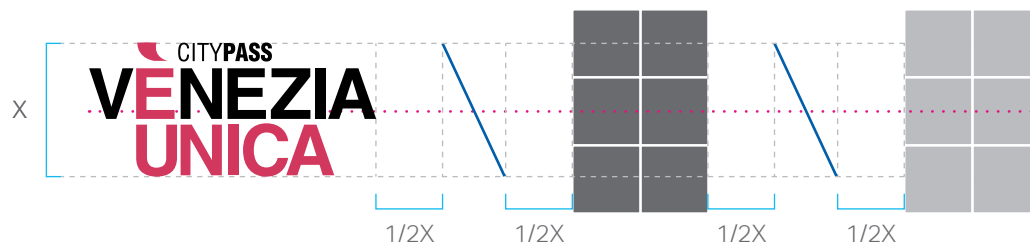
Affiancamento logo partner 01
quadrato o circolare



Affiancamento logo partner 02
Rettangolare a sviluppo orizzontale



Affiancamento logo partner 03
Rettangolare a forte sviluppo orizzontale



Affiancamento logo partner 04
Rettangolare a sviluppo verticale

1.12 Divieti di utilizzo

È da considerarsi uso improprio qualsiasi applicazione del marchio non normata in questo manuale: il ridimensionamento dei singoli elementi, la distorsione, la reinterpretazione, e qualsiasi altro intervento di alterazione del marchio.



VENEZIA
UNICA

Utilizzare colori diversi da quelli normati



VENEZIA
UNICA

Applicare i colori diversamente da come normato



VENEZIA
UNICA

Utilizzare una tipografia diversa da quella normata



VENEZIA
UNICA

Ruotare il marchio



VENEZIA
UNICA

Utilizzare lockup diversi da quelli normati



VENEZIA
UNICA

Distorcere il marchio



VENEZIA
UNICA

Utilizzare il marchio in verticale



VENEZIA
UNICA

Applicare effetti al marchio



VENEZIA
UNICA

Creare forme contenitore



VENEZIA
UNICA
brand line

Utilizzare brand line o descriptor

Sezione 2 / Look&feel

In questo capitolo vengono esplicitati i temi principali per una corretta e coerente applicazione del look&feel di marca quali: utilizzo di forme e colori, Gabbie grafiche di impaginazione, gestione della tipografia.

- 2.1 Look & feel
Color palette
- 2.2 Tipografia
- 2.3 Gerarchia
tipografica
- 2.4 Gestione
della tipografia
su fondi cromatici
- 2.5 Gabbie e formati
- 2.6 Allineamento
del marchio
- 2.7 Le diagonali
- 2.8 Costruzione dei device
su formati verticali
- 2.9 Costruzione dei device
su formati orizzontali
- 2.10 Device
endorsement
- 2.11 Costruzione dei device
endorsement
- 2.12 Il motto (Claim)
di Venezia Unica
- 2.13 La punteggiatura
del Claim
- 2.14 Relazione fra claim
e brand logo
- 2.15 Relazione fra claim
e brand logo su formati
speciali

2.1 Look & feel
Color palette

La palette primaria è stata ampliata con un gradiente di tonalità della cromia principale, da utilizzare in caso di necessità di una palette più estesa quale per esempio la gestione di grafici

complessi (torte, istogrammi, box).A supporto della palette primaria e secondaria è stato introdotto l'uso della scala di grigio.

Rosso
Palette primaria



Venezia Unica / Rosso 01	Venezia Unica / Rosso 02	Venezia Unica / Rosso 03	Venezia Unica / Rosso 04						
CMYK 15 / 90 / 50 / 0 RGB 210 / 55 / 90 Pantone® 7635 C / 7635 U Ral design 010.50.50	CMYK 0 / 80 / 50 / 0 RGB 235 / 80 / 95 Pantone® 23-2-5 C / 23-2-5 U Ral 3017	CMYK 0 / 60 / 40 / 0 RGB 240 / 130 / 130 Pantone® 2029 C / 2029 U Ral design 030.70.40	CMYK 0 / 35 / 25 / 0 RGB 245 / 185 / 180 Pantone® 692 C / 692 U Ral design 030.80.20						
K 10 %	K 20 %	K 30 %	K 40 %	K 50 %	K 60 %	K 70 % <small>Pantone® Cool Gray 10 C Cool Gray 11 U</small>	K 80 %	K 90 %	K 100 %

Grigio
Palette di supporto



La tipografia scelta per l'espressione del look&feel di Venezia Unica è Aktiv Grotesk, un carattere lineare estremamente flessibile facilmente adattabile a qualsiasi tipo di applicazione.

Per tutte le applicazioni sviluppate con strumenti Office, il font sostitutivo dell'Aktiv Grotesk è sempre Arial in tutte le sue declinazioni.

Aktiv Grotesk

A grotesque sans serif that can be applied across a broad range of applications.

Aktiv Grotesk Light

ABC abc

Aktiv Grotesk Regular

ABC abc

Aktiv Grotesk Italic

ABC abc

Aktiv Grotesk Medium

ABC abc

Aktiv Grotesk Medium Italic

ABC abc

Aktiv Grotesk Medium

ABC abc

2.3 Gerarchia tipografica

La gerarchia tipografica fra titoli e testi è determinata da un cambio di corpo e peso del carattere Aktiv Grotesk.

Titolo
Aktiv Grotesk Light



Titolo Aktiv Grotesk Light
Rosso 01 Venezia Unica

Testo corrente
Aktiv Grotesk Regular



Testo corrente Aktiv Grotesk Light Grey 80 %
sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec faucibus
facilisis pharetra. Nam quis leo orci. Sed rhoncus magna
vitae neque ullamcorper, et rutrum dolor molestie.

2.4 Gestione della tipografia su fondi cromatici

Su fondi cromatici pieni, indifferentemente dalla cromia in questione, titoli e testi vanno gestiti in bianco seguendo le indicazioni gerarchiche definite.

Titolo
su fondo cromatico
Rosso 01 Venezia Unica
Aktiv Grotesk Light bianco



Titolo Aktiv Grotesk Bold
testo in bianco

Testo corrente
su fondo cromatico
Rosso 01 Venezia Unica
Aktiv Grotesk Light bianco



Testo corrente Aktiv Grotesk Regular bianco
sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec faucibus
facilisis pharetra. Nam quis leo orci. Sed rhoncus magna
vitae neque ullamcorper, et rutrum dolor molestie.

Titolo
su fondo cromatico
Rosso 02 Venezia Unica
Aktiv Grotesk Light bianco



Titolo Aktiv Grotesk Bold
testo in bianco

Testo corrente
su fondo cromatico
Rosso 02 Venezia Unica
Aktiv Grotesk Light bianco



Testo corrente Aktiv Grotesk Regular bianco
sit amet, consectetur adipiscing elit. Donec faucibus
facilisis pharetra. Nam quis leo orci. Sed rhoncus magna
vitae neque ullamcorper, et rutrum dolor molestie.

2.5 Gabbie e formati

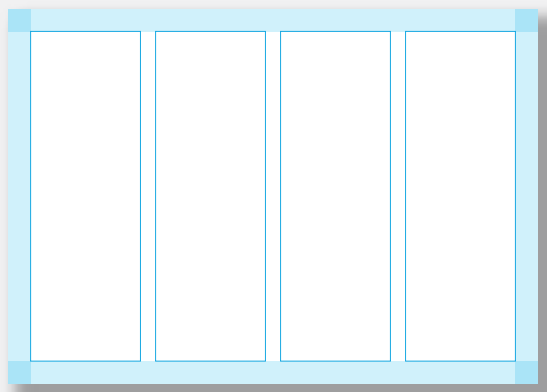
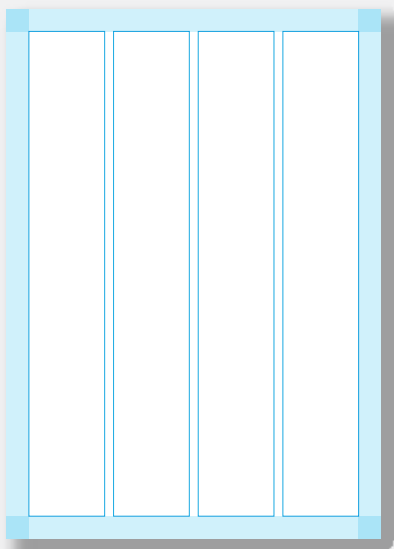
Per i formati A3, A4 e A5, sono state progettate delle gabbie a 4 e 8 colonne con margini pari su tutti i lati, così da poter avere un sistema di gabbie di impaginazione estremamente flessibile, adattabile

a qualsiasi esigenza di layout. Questa struttura è adattabile anche ad altri formati, rispettando i margini e declinando la gabbia in base all'area del formato.

Gabbia 4 colonne / margini pari

- **A3** / 297 × 420 mm
- **A4** / 210 × 297 mm
- **A5** / 148 × 210 mm

- **Poster** / 500 × 700 mm
- **Poster** / 700 × 1000 mm



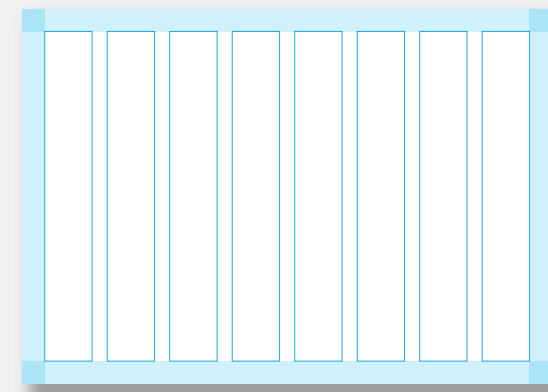
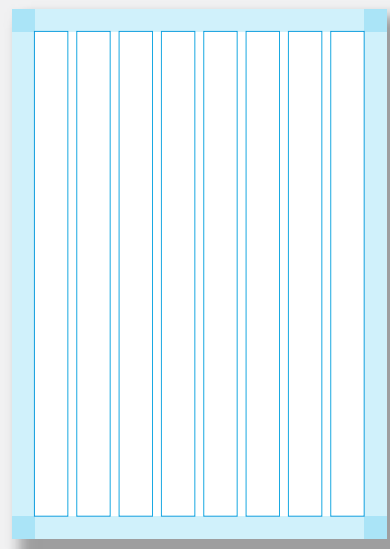
Formato verticale

Formato orizzontale

Gabbia 8 colonne / margini pari

- **A3** / 297 × 420 mm
- **A4** / 210 × 297 mm

- **Poster** / 500 × 700 mm
- **Poster** / 700 × 1000 mm



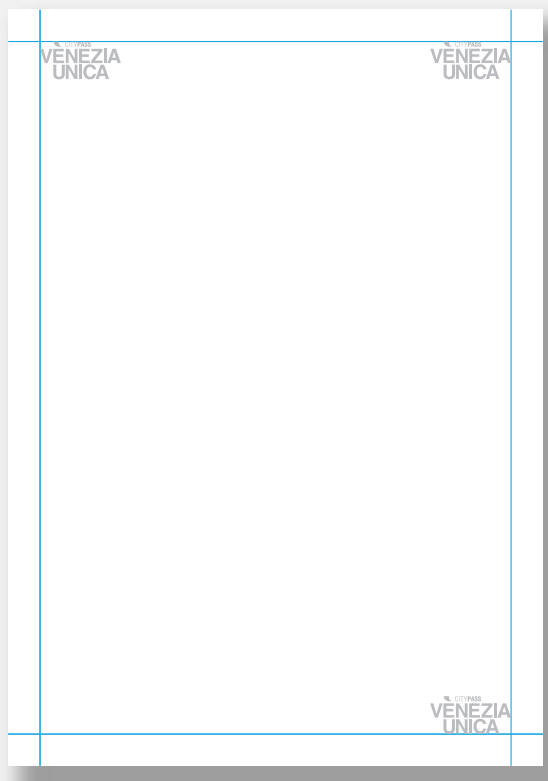
2.6 Allineamento del marchio

In tutti gli strumenti, il marchio è disposto sempre al top della pagina con allineamento a destra o sinistra dei margini o alla base della pagina con allineamento a sinistra così da adattarsi a tutte le esigenze del layout studiati.

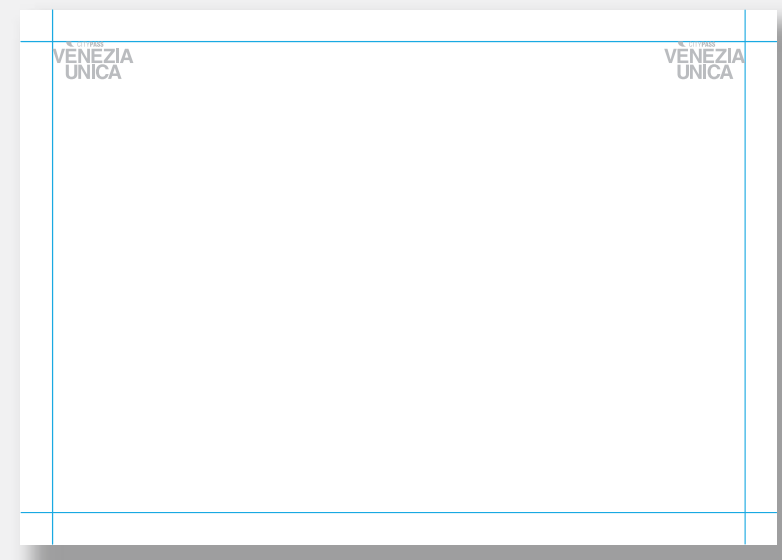
Allineamento dei marchi sui formati:

- **A3** / 297 × 420 mm
- **A4** / 210 × 297 mm
- **A5** / 148 × 210 mm

- **Poster** / 500 × 700 mm
- **Poster** / 700 × 1000 mm



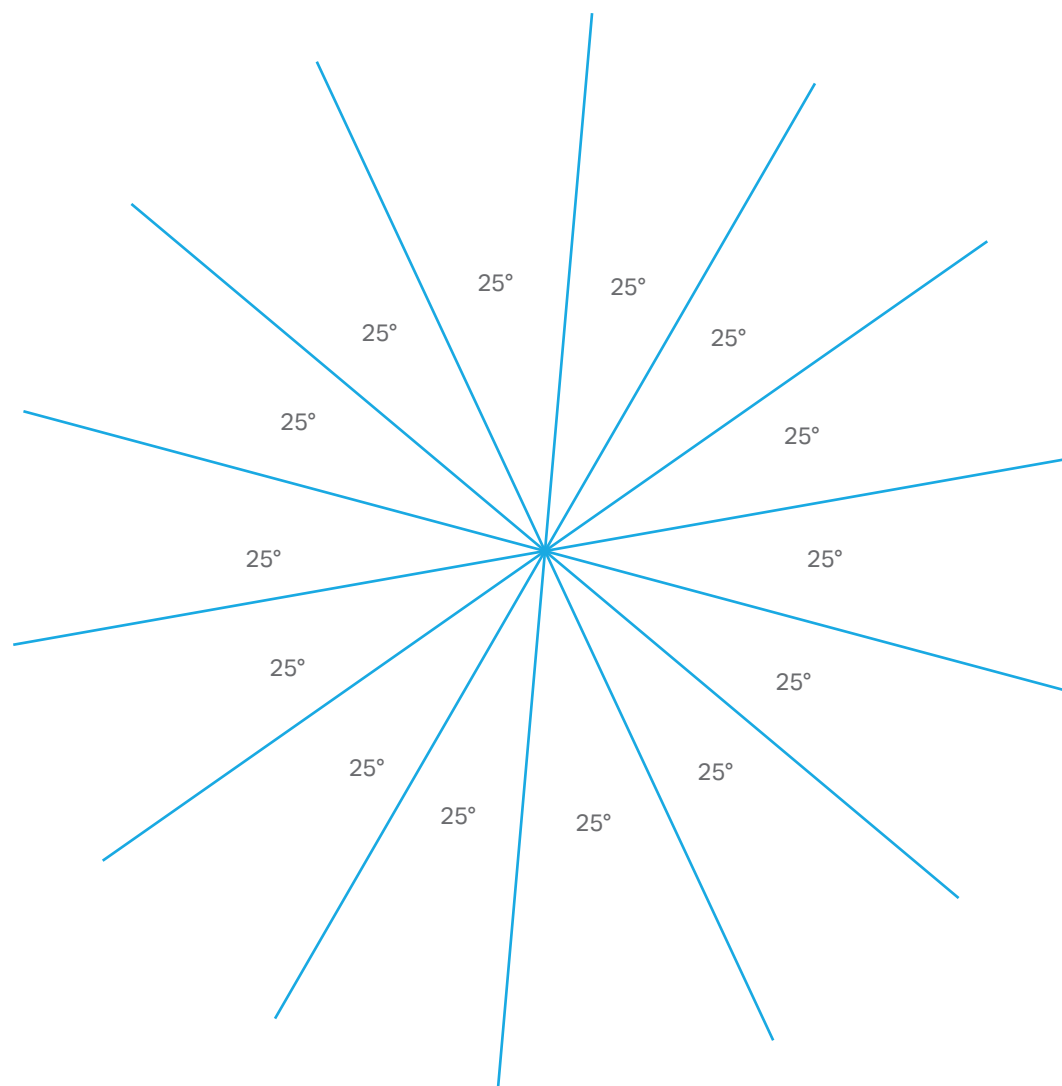
Formato verticale



Formato orizzontale

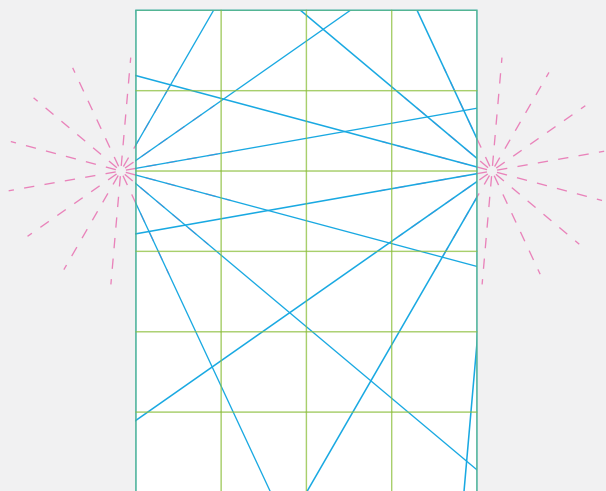
2.7 Le diagonali

La genesi di tutti i device grafici e texture che caratterizzano l'identità del look&feel di Venezia Unica è definita da una griglia con incremento di 25°.



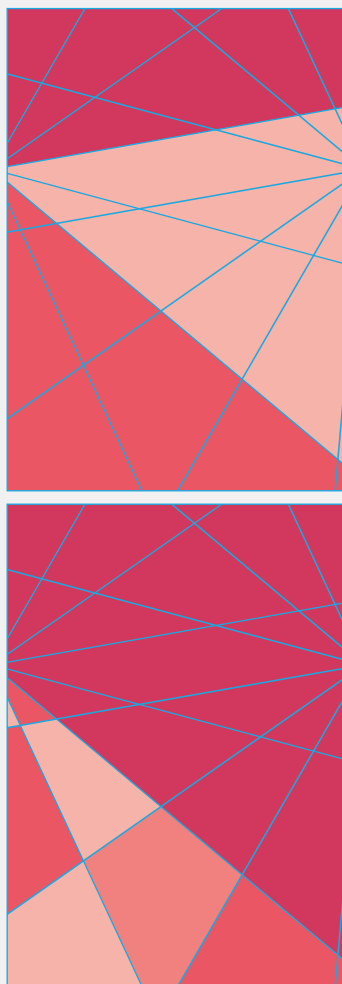
2.8 Costruzione dei device su formati verticali

Processo di generazione dei device su formato verticale



Su formati verticali ed orizzontali, l'incrocio di due raggi opposti, genera una trama che viene utilizzata per generare un insieme di forme caratterizzate da inclinazioni con un incremento di 25°.

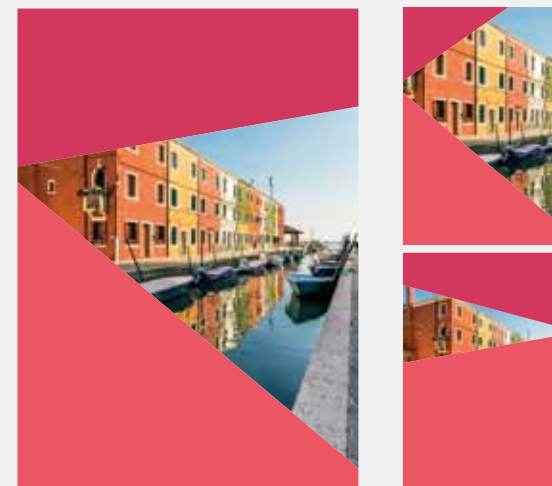
Definizione delle aree cromatiche



Utilizzo di una porzione come texture decorativa "calli"

Le forme generate, più o meno complesse, fungono da contenitori per immagini e contenuti quali: headline, titoli, testi. La posizione delle due raggiere è libera ma normata da una griglia di base a modulo quadrato.

Utilizzo di una porzione come maschera fotografica

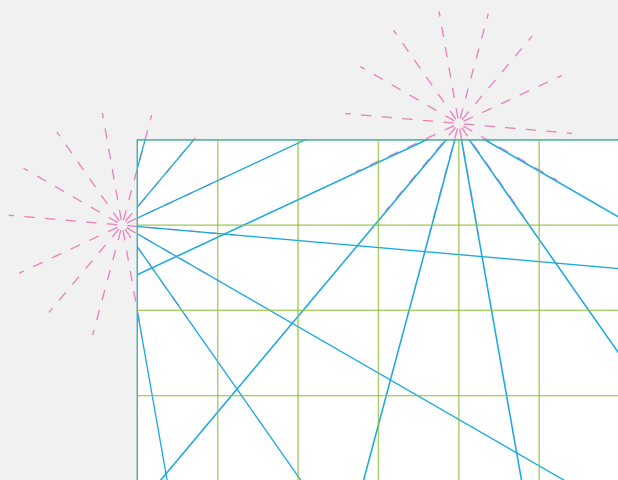


2.9 Costruzione dei device su formati orizzontali

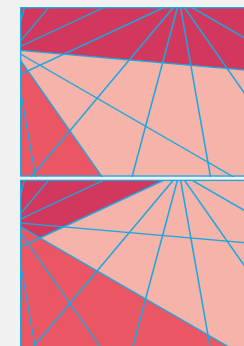
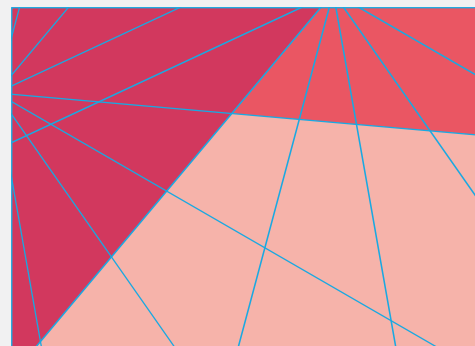
Su formati verticali ed orizzontali, l'incrocio di due raggiere opposte, genera una trama che viene utilizzata per generare un insieme di forme caratterizzate da inclinazioni con un incremento di 25°.

Le forme generate, più o meno complesse, fungono da contenitori per immagini e contenuti quali: headline, titoli, testi. La posizione delle due raggiere è libera ma normata da una griglia di base a modulo quadrato.

Processo di generazione dei device su formato orizzontale



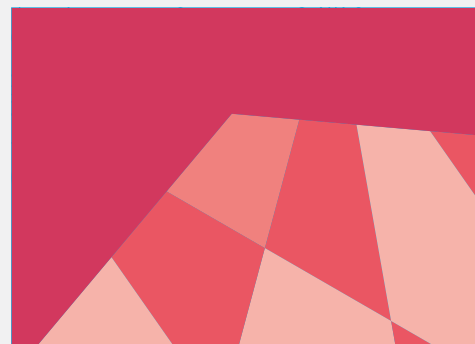
Definizione delle aree cromatiche



Utilizzo di una porzione come maschera fotografica



Utilizzo di una porzione come texture decorativa "calli"



2.10 Device endorsment

Per i supporti in cui il marchio vive come endorsement, sono stati studiati tre device grafici da applicare in base alle esigenze contenutistiche dello strumento.

A /

Versione Small
solo marchio.

B /

Versione Medium
marchio + body copy.

C /

Versione Large
marchio + body copy
+ loghi terzi.



A



B



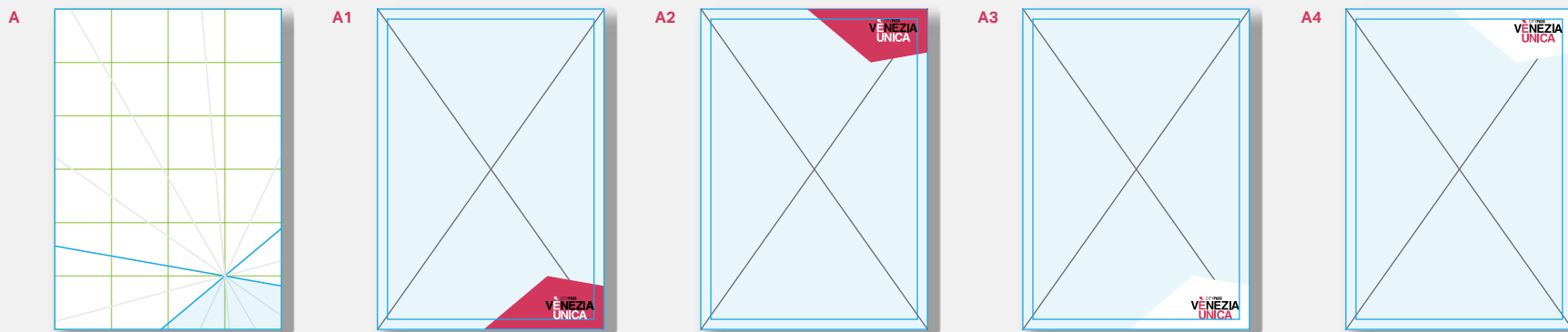
C

2.11 Costruzione dei device endorsment

Le tre versioni di device endorsment possono essere applicate in maniera versatile al top e a piede pagina nelle versioni in bianco e magenta.

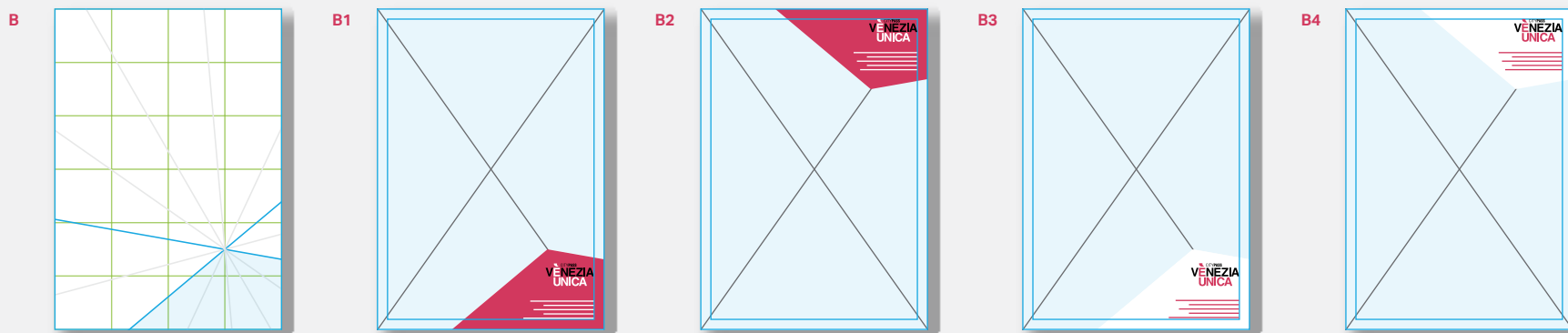
Versione Small

- A1 /**
Versione Small Bottom Red
- A2 /**
Versione Small Top Red
- A3 /**
Versione Small Bottom White
- A4 /**
Versione Small Top White



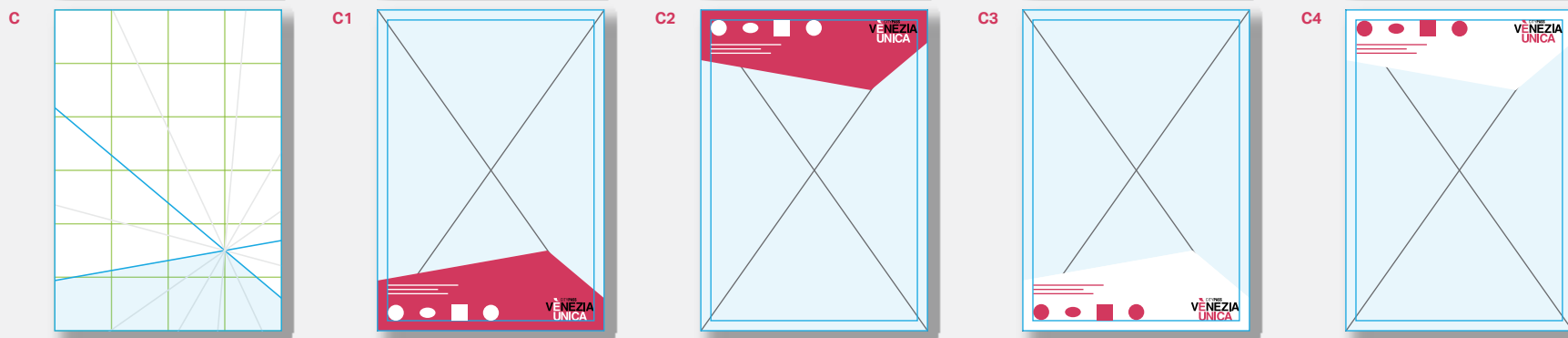
Versione Medium

- B1 /**
Versione Medium Bottom Red
- B2 /**
Versione Medium Top Red
- B3 /**
Versione Medium Bottom White
- B4 /**
Versione Medium Top White



Versione Large

- C1 /**
Versione Large Bottom Red
- C2 /**
Versione Large Top Red
- C3 /**
Versione Large Bottom White
- C4 /**
Versione Large Top White



2.12 Il motto (Claim)
di Venezia Unica

Il motto Hello Venezia, caratterizza tutte le applicazioni dell'identità Venezia Unica. È possibile utilizzare il claim su una o due righe in base all'applicazione in questione.

Versione in positivo

Possibilità di utilizzo del
Claim su una riga



HelloVenezia

Possibilità di utilizzo del
Claim su una riga



**Hello
Venezia**

Versione in positivo

Possibilità di utilizzo del
Claim su una riga



HelloVenezia

Possibilità di utilizzo del
Claim su una riga



**Hello
Venezia**

2.13 La punteggiatura del Claim

Il Claim, che è seguito da messaggi di diverso tipo potrà grazie alla punteggiatura: introdurre, chiarificare ed esclamare il messaggio che si vuole comunicare.

Introduce

Hello Venezia,

Hello Venezia;

Chiarisce

Hello Venezia:

Hello Venezia?

Esclama

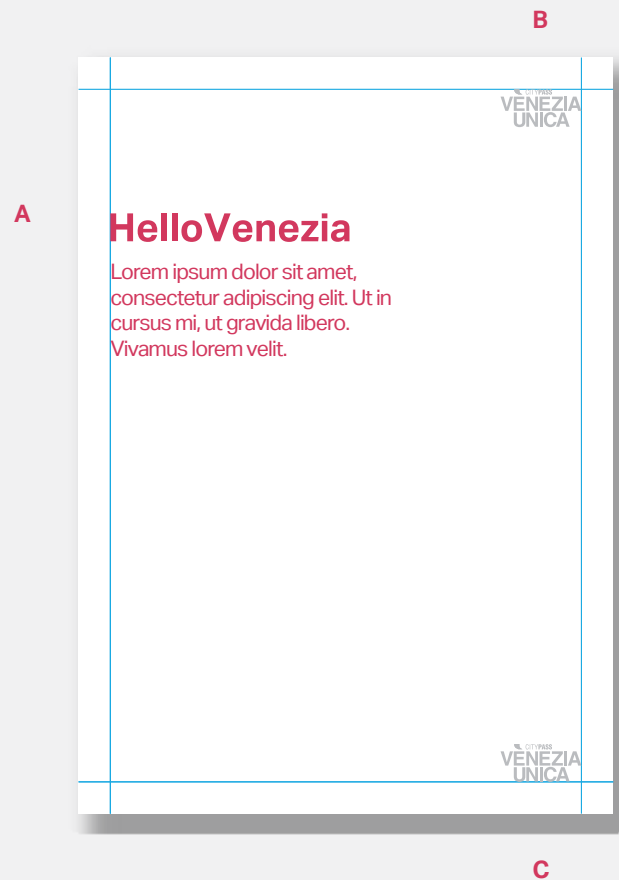
Hello Venezia!

Hello Venezia.

2.14 Relazione fra claim e brand logo

È preferibile, sia su formati orizzontali che verticali, avere un posizionamento opposto fra claim e marchio, così da definire delle aree di intervento ben distinguibili fra brand e messaggio verbale.

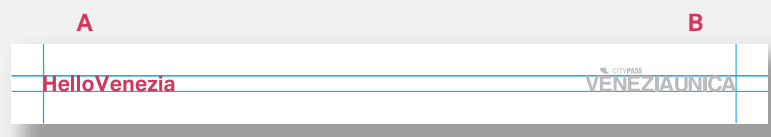
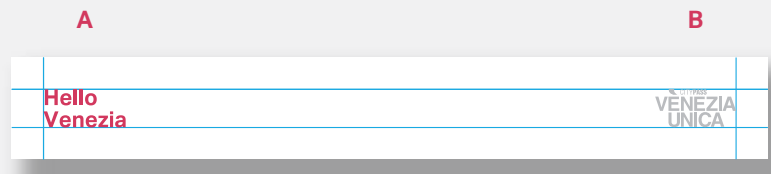
- **A** / Posizionamento Claim
- **B** / Posizionamento marchio 01
- **C** / Posizionamento marchio 02



2.15 Relazione fra claim e brand logo su formati speciali

In caso di formati estremamente orizzontali il claim ed il marchio possono allinearsi sulla stessa riga in entrambe le tipologie di lockup.

- **A** / Posizionamento Claim
- **B** / Posizionamento marchio



Sezione 3 / Applicazioni

In questo capitolo vengono normate le applicazioni base in cui si esprime il look&feel di marca definito da stile di impaginazione, l'utilizzo delle cromie ed i ruoli gerarchici che la tipografia ricopre nelle principali pubblicazioni stampate quali: brochure, leaflet, supergraphics, ecc.

- 3.1 Costruzione dei Laflet
- 3.2 Leaflet
- 3.3 Interno leaflet 01
- 3.4 Interno leaflet 02
- 3.5 Cover brochure
- 3.6 Supergraphics
- 3.7 Cover brochure
- 3.8 Card Venezia Unica
- 3.9 Gadget Venezia Unica

3.1 Costruzione dei Laflet

Come per tutti i device che caratterizzano l'identità di Venezia Unica, anche le cover dei leaflet sono definite dall'incrocio di due o più diagonali delle raggie.

Heder /

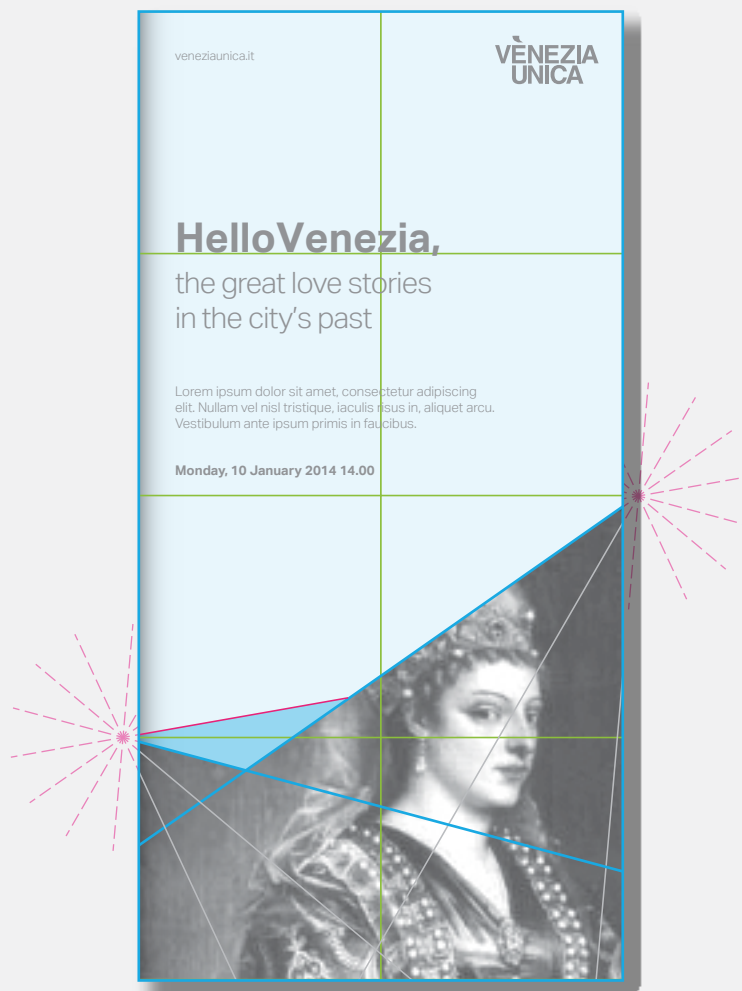
Area brand + Website

Body

Area claim + contenuto

Visual /

Foto / illustrazione



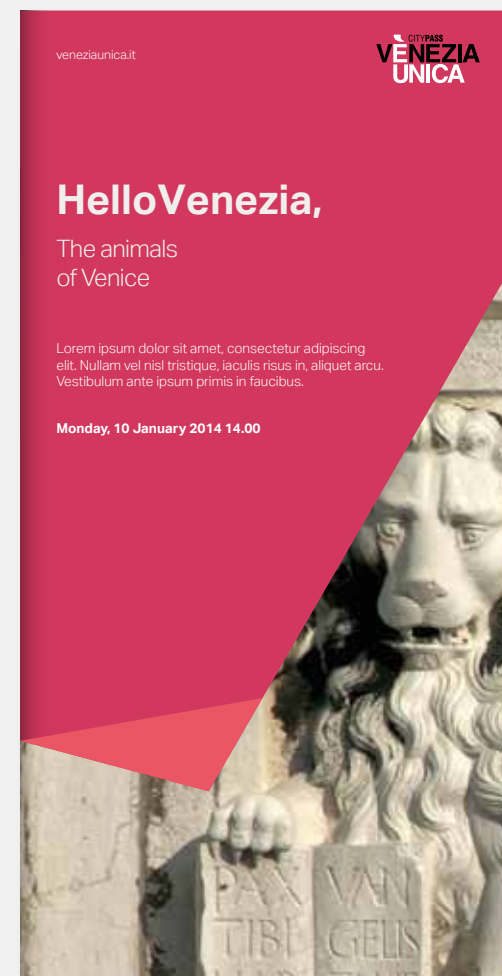
3.2 Leaflet

Per le cover dei leaflet sono state definite tre aree di contenuti:
Header / Body / Visual

Header /
Area brand + Website

Body
Area claim + contenuto

Visual /
Foto / illustrazione



Esempio di impaginazione interna leaflet.
L'impaginazione dei contenuti rispetta le regole di gerarchia tipografica e di allineamento delle griglie.



3.4 Interno leaflet 02

Esempio di impaginazione interna leaflet.
L'impaginazione dei contenuti rispetta le regole di gerarchia tipografica e di allineamento delle griglie.

Lorenzo Lotto,
a great Venetian
Monday
10 January 2011
14:16

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla euismod eu diam nec dapibus. Etiam posuere neque nibh. Aenean aliquam eros ut ligula vulputate interdum. Integer eu neque id augue auctor auctor.

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla euismod eu diam nec dapibus. Etiam posuere neque nibh. Aenean aliquam eros ut ligula vulputate interdum. Integer eu neque id augue auctor auctor.



>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla euismod eu diam nec dapibus. Etiam posuere neque nibh. Aenean aliquam eros ut ligula vulputate interdum. Integer eu neque id augue auctor auctor.

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla euismod eu diam nec dapibus. Etiam posuere neque nibh. Aenean aliquam eros ut ligula vulputate interdum. Integer eu neque id augue auctor auctor.

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla euismod eu diam nec dapibus. Etiam posuere neque nibh. Aenean aliquam eros ut ligula vulputate interdum. Integer eu neque id augue auctor auctor.

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla euismod eu diam nec dapibus. Etiam posuere neque nibh. Aenean aliquam eros ut ligula vulputate interdum. Integer eu neque id augue auctor auctor.



>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Nulla euismod eu diam nec dapibus. Etiam posuere neque nibh. Aenean aliquam eros ut ligula vulputate interdum. Integer eu neque id augue auctor auctor.

www.hellovenezia.it

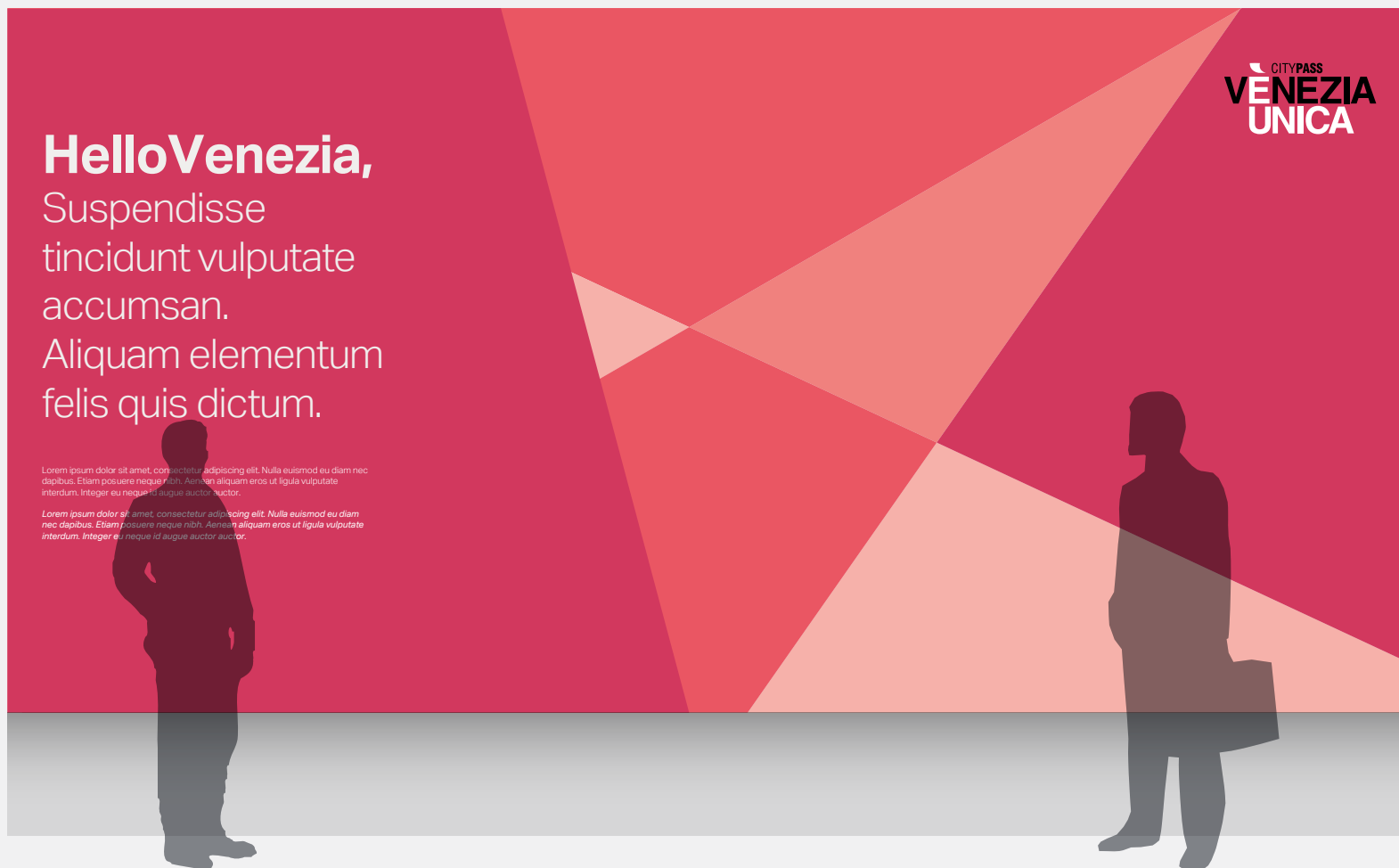


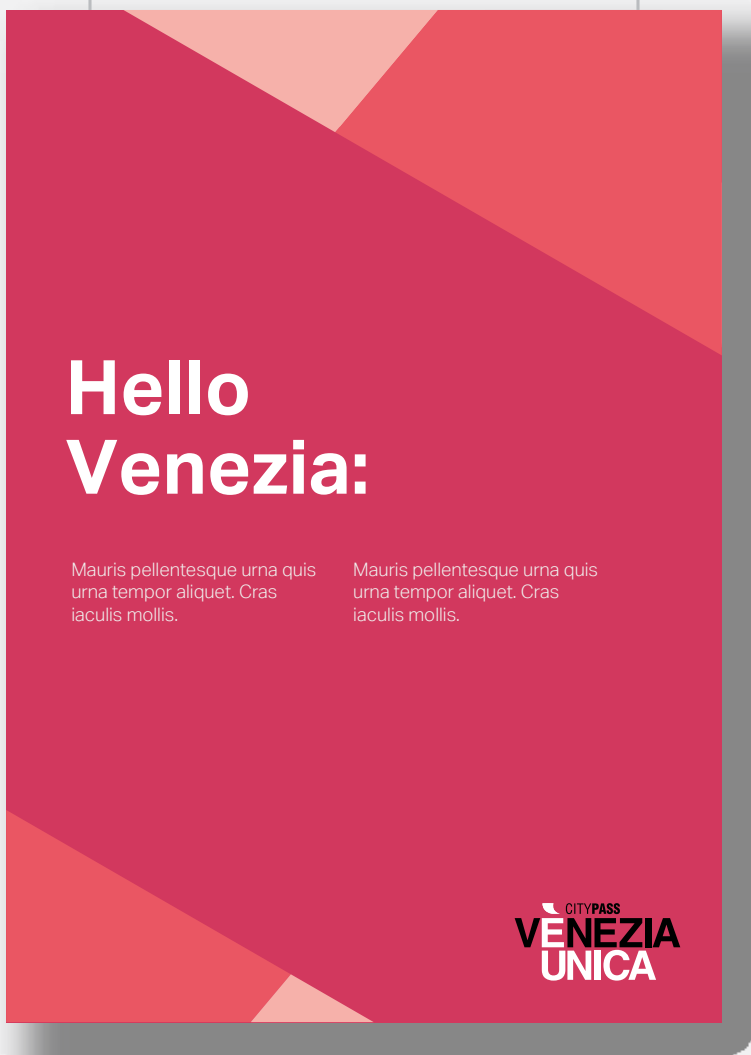
3.5 Cover brochure

Alcuni esempi di applicazione delle regole di costruzione dei device per la generazione di cover brochure.



Il sistema di generazione dei device si estende alle applicazioni environment e supergraphics.





3.8 Card Venezia Unica



3.9 Gadget Venezia Unica

L'applicazione del motivo grafico "calli" unita al logo e all'headline, costituiscono gli asset indentitari del brand e consentono un'applicazione semplice ed impattante del look&feel.



