

MANUALE GUIDA PER LA CORRETTA APPLICAZIONE DEL MARCHIO TERRITORIALE DEL TRENINO

Volume 1

Elementi di base



PREMESSA

Il presente manuale è lo strumento indispensabile per comprendere il progetto del marchio territoriale nelle sue linee essenziali e per consentirne una corretta applicazione.

Il marchio viene di seguito presentato non solo nella sua essenzialità estetica, ma anche nelle varie situazioni concretamente possibili. La sua struttura è stata progettata per consentire una rappresentazione unitaria dei vari assi di attrattiva e per affiancarsi ad altri marchi, in un sistema comunicativo integrato funzionale alle diverse esigenze.

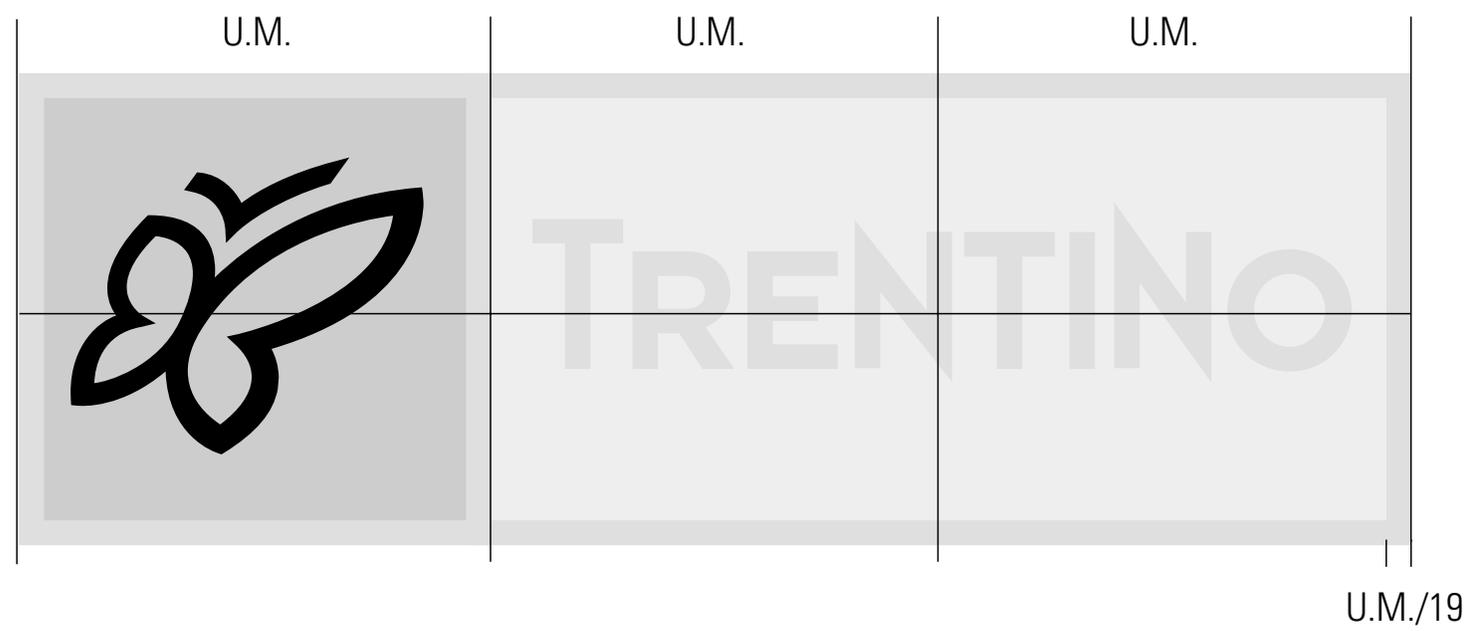
È originale nello stile, piacevole a vedersi, mentre il pluralismo dei colori utilizzati consente una comunicazione di sistema, pur mantenendo una rigorosa unità semantica. È il nuovo marchio del Trentino, destinato a diventare il segno distintivo dei vari prodotti e del territorio stesso.

INDICE

GLI ELEMENTI DI BASE	1.1	VERSIONE "C" (BIANCO E NERO)	1.5
Il simbolo	1.1.1	Marchio	1.5.1
Il logotipo	1.1.2	Marchio registrato e rapporti di riduzione	1.5.2
La struttura e i rapporti cromatici	1.1.3	Marchio per la comunicazione internazionale	1.5.3
I colori	1.1.4	Marchio inclinato di 15°	1.5.4
Le tre versioni del marchio	1.1.5	Marchio inclinato di 15° zona di protezione	1.5.5
		Marchio inclinato di 15°	
		per la comunicazione internazionale	1.5.6
IL MARCHIO TERRITORIALE	1.2	COMBINAZIONI DI UTILIZZO	1.6
		Combinazioni	1.6.1
VERSIONE "A" (COLORI)	1.3	Marchio versione "A" – variante	1.6.2
Marchio	1.3.1	Marchio versione "C" – variante	1.6.3
Applicazioni cromatiche suggerite	1.3.2		
Zona di protezione	1.3.3	USI ERRATI	1.7
Marchio registrato e rapporti di riduzione	1.3.4	Usi errati del marchio	1.7.1
Marchio per la comunicazione internazionale	1.3.5	Usi errati del marchio nei 4 colori	1.7.2
Rapporti	1.3.6		
Zona di protezione	1.3.7	ALFABETI DI SUPPORTO	1.8
		AGaramond	1.8.1
VERSIONE "B" (MONOCROMATICA)	1.4	Trentino Sans	1.8.2
Marchio	1.4.1		
Applicazioni cromatiche suggerite	1.4.2	ESECUTIVI	1.9
Marchio registrato e rapporti di riduzione	1.4.3	Campioni colore	1.9.1
Marchio per la comunicazione internazionale	1.4.4	Marchio	1.9.4

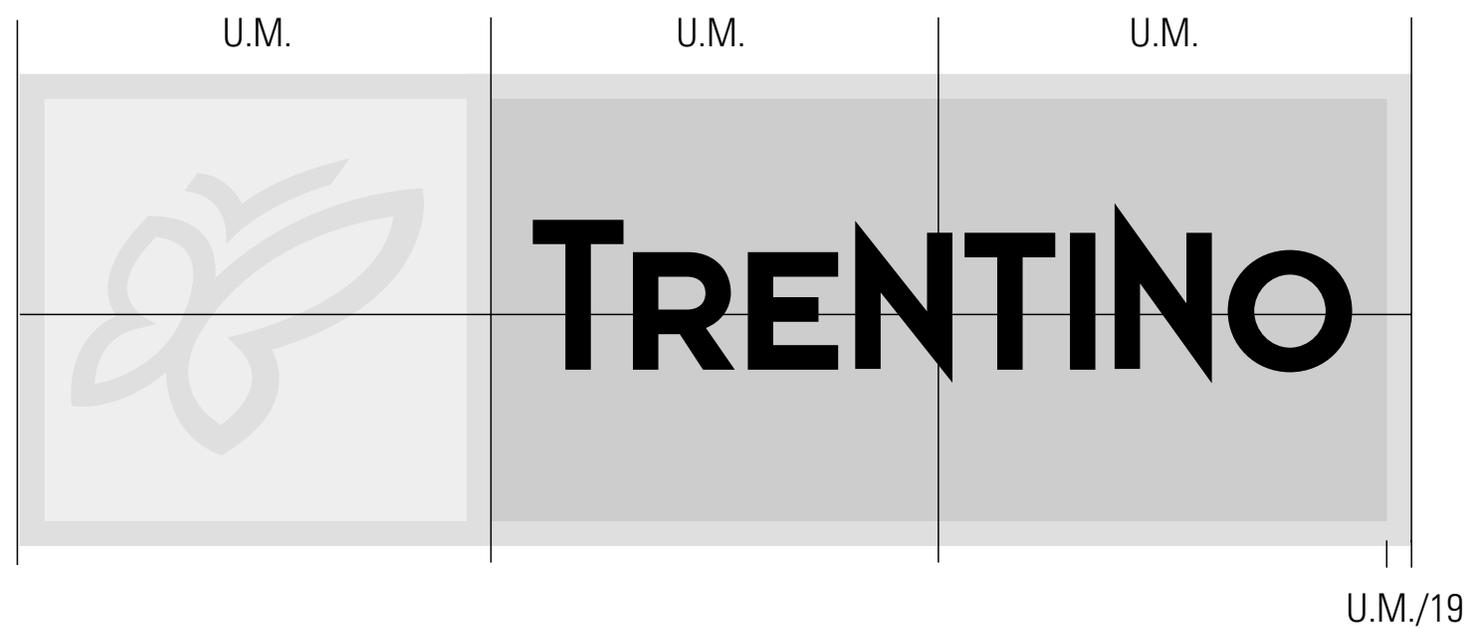
GLI ELEMENTI DI BASE

I due elementi fondamentali, simbolo e logotipo, costituiscono i mattoni su cui poggia l'intero sistema identificativo del marchio territoriale. La struttura modulare, e i colori istituzionali, completano il sistema marchio, che per capacità evocativa, originalità e riconoscibilità, si adatta a rappresentare, nella sua sintesi grafica, la complessità dell'offerta del Trentino e la sua identità.



Il simbolo è quello evidenziato in nero.
Dovrà essere, comunque, sempre associato al logotipo
all'interno del marchio.

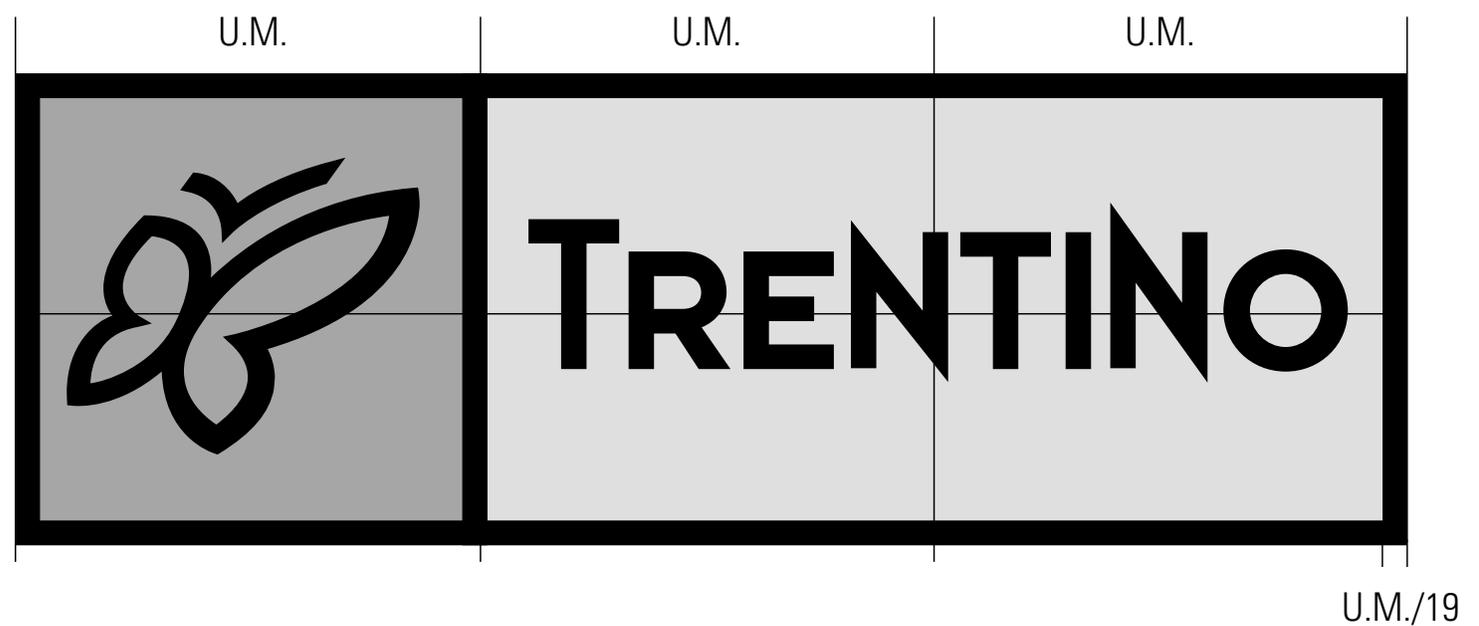
IL SIMBOLO NON VA MAI ALTERATO, RIPROGETTATO O RIDISEGNATO. LE SUE PROPORZIONI SONO FISSE IN QUALSIASI USO, APPLICAZIONE O METODO DI RIPRODUZIONE. IL SIMBOLO VIENE SEMPRE E SOLO RIPRODOTTO E/O USATO SULLA BASE DEGLI ESECUTIVI ALLEGATI A QUESTO MANUALE.



Il logotipo istituzionale rappresenta l'elemento essenziale della Corporate Identity del Trentino. Insieme e in rapporto preciso e invariabile con il simbolo.
Il lettering che lo compone è stato appositamente disegnato.

IL LOGOTIPO È STATO CREATO IN ESCLUSIVA PER IL TERRITORIO DEL TRENTINO, CHE NE È ANCHE PROPRIETARIO, E VIENE IMPIEGATO COME RIFERIMENTO DI TUTTI I VALORI DELL'ENTE. ESSO VIENE RIPRODOTTO, QUANDO È POSSIBILE, CON COLORI PIENI PER ASSICURARE UN EQUILIBRIO FRA GLI ELEMENTI GRAFICI E QUELLI CROMATICI.

Il rapporto geometrico 3/1, inteso come base per altezza, consente la facile riproduzione del marchio per grandi applicazioni fisse o mobili e per qualsiasi riproduzione tridimensionale. Per una corretta riproduzione del marchio si consiglia di utilizzare supporti che abbiano le proporzioni del marchio.



La struttura in cui vivono e sono inseriti il simbolo e il logotipo è un rettangolo costruito sul rapporto di 3 a 1 base per altezza. Il primo terzo è occupato dal simbolo e il fondo colore può mutare, insieme al logotipo, in base al settore a cui appartiene. Gli altri due terzi sono occupati dal logotipo il cui fondo ha il colore sempre fisso e neutro.

I DUE ELEMENTI FONDAMENTALI, SIMBOLO E LOGOTIPO, RACCHIUSI NELLA STRUTTURA MODULARE, COSTITUISCONO IL MARCHIO TERRITORIALE DEL TRENTINO. QUESTI ELEMENTI NON SONO MODIFICABILI E SONO INSEPARABILI.

PMS 294	PMS 420
C 100 – M 56 Y 0 – K 18	C 100 – M 0 Y 69 – K 30
K 20	K 20
PMS 313	PMS 420
C 100 – M 0 Y 6 – K 18	C 0 – M 100 Y 18 – K 34
K 20	K 20

Per ciascun colore è stato indicato il colore pantone corrispondente secondo il metodo, riconosciuto a livello internazionale, del Pantone Matching System PMS. Tutti i colori presenti nel Manuale fanno riferimento specificamente a questo sistema e saranno identificati secondo codici numerati preceduti dal prefisso: PMS. Per ulteriore informazione sono state indicate anche le percentuali dei vari colori di quadricromia che compongono i singoli colori.

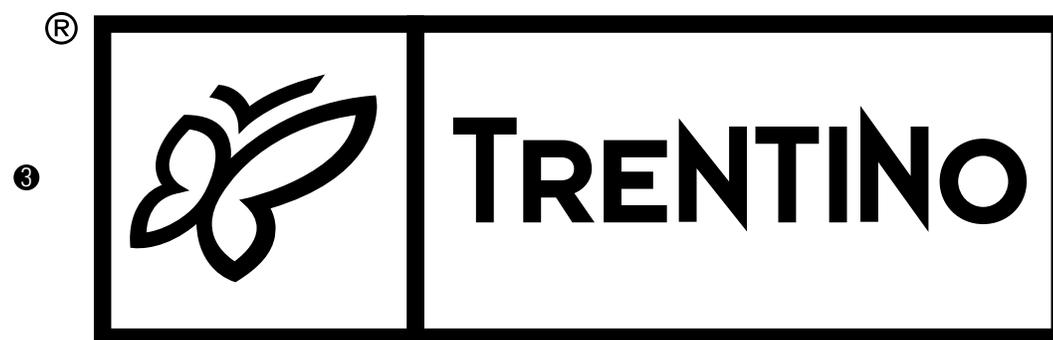
Il colore secondario ha la funzione di coadiuvare la comunicazione istituzionale del marchio. Potrà apparire solo in presenza dei colori istituzionali ma mai sostituirli.

LE CROMIE SOPRA RIPORTATE SONO DIVISE IN QUATTRO SETTORI CORRISPONDENTI AI QUATTRO COLORI IN CUI IL SISTEMA MARCHIO PUÒ ESSERE RAPPRESENTATO.

IL MARCHIO TERRITORIALE

Per risolvere tutti i casi di criticità nella riproduzione del marchio sono state progettate tre versioni del marchio, coordinate e strutturalmente identiche nella costruzione, differiscono per il tipo di riproduzione a cui sono destinate e dal tipo di comunicazione che si vuole ottenere.

Nelle pagine che seguono sono presentate le tre versioni “A”, “B”, e “C” del marchio.



① Il marchio "A" va utilizzato per comunicazioni istituzionali su fondo bianco.

② Il marchio "B" va utilizzato per comunicazioni istituzionali su diverse applicazioni.

③ Il marchio "C" va utilizzato per comunicazioni istituzionali in bianco o in nero.

VERSIONE “A” (COLORI)

La versione “A” del marchio è quella destinata alla comunicazione istituzionale prevalentemente su fondo bianco. Va utilizzata preferibilmente su supporti cartacei ed è caratterizzata da una coerente eleganza stilistica. Il simbolo e il logotipo, contenuti in 2 aree, distinte da differenti campiture cromatiche, non vanno né separati né isolati poiché non rappresenterebbero il marchio territoriale. Il marchio, nella versione “A” è strutturalmente costruito sul rapporto 3/1, tale rapporto è basato su proporzioni fisse e inalterabili. Non è ammesso nessun tipo di alterazione grafica (ombreggiatura, filetti, rotazioni, sfumature, riquadri, ecc.).

Il marchio territoriale del Trentino è un marchio registrato presso gli uffici competenti. Accanto al marchio è stato quindi apposto il simbolo ® di marchio registrato a tutela e garanzia di usi non autorizzati del marchio medesimo.

Esso dovrà seguire precise norme di posizionamento e dimensionamento che vengono indicate nelle pagine successive.

Il simbolo ® di marchio registrato deve essere sempre presente accanto al marchio territoriale.



Il marchio definitivo ed unico nella versione “A” è quello riportato qui sopra. Esso viene impiegato come principale elemento d’identificazione del marketing territoriale del Trentino per identificare e sostenere le varie attività, intese nel loro senso più ampio, e per garantire i prodotti ed i servizi. Il marchio e la sua unicità consolidano la interassociazione delle diverse realtà del territorio e comunicano ai rispettivi segmenti di mercato ed ai vari collaboratori il concetto di “Sistema” e la forza commerciale

e competitiva che da esso emana. Viene anche indicata la misura in millimetri della minima riduzione possibile.

IL SISTEMA MARCHIO NON VA MAI ALTERATO, RIPROGETTATO O RIDISEGNATO. LE SUE PROPORZIONI SONO FISSE IN QUALSIASI USO, APPLICAZIONE O METODO DI RIPRODUZIONE.



TURISMO



AGRICOLTURA



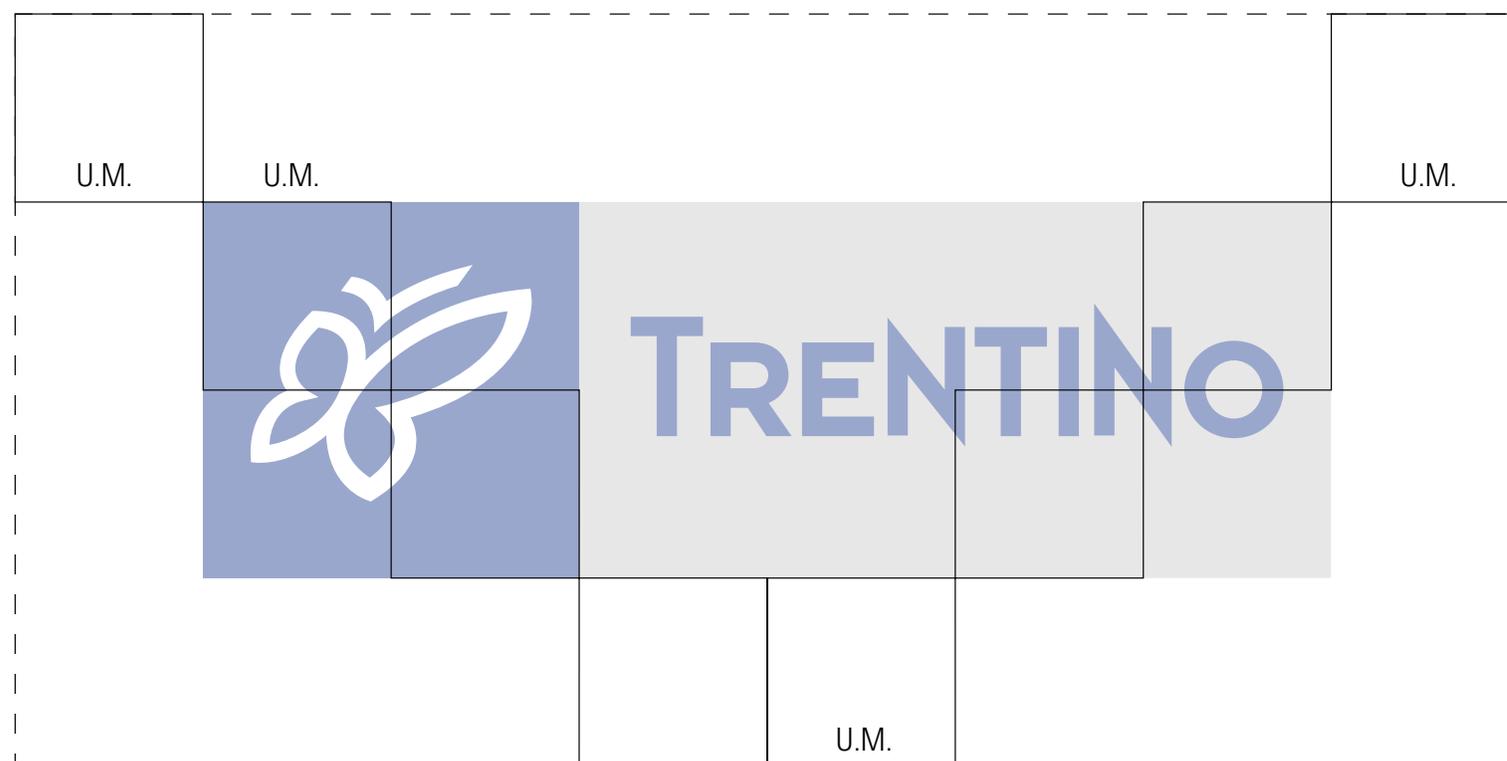
INDUSTRIA / ARTIGIANATO



CULTURA

Le applicazioni cromatiche sopra riportate rappresentano le varianti consigliate per rappresentare i 4 settori in cui il marchio territoriale del Trentino opera:

- blu per il settore Turismo;
- verde per il settore Agricoltura;
- azzurro per il settore Industria e Artigianato;
- bordeaux per il settore Cultura.



U.M. unità di misura.

La quantità di spazio vuoto da lasciare attorno al marchio è pari alla metà del modulo quadrato in cui è iscritto il simbolo (farfalla).

Affinché, in riproduzione, il marchio "A" sia sempre leggibile con la massima chiarezza, è fondamentale che in ogni occasione ci sia una corretta zona di protezione in cui lo spazio bianco serva a bilanciare i pesi visivi dei vari elementi. È necessario che il vuoto li separi per facilitarne la riconoscibilità e per evitare confusione con altri testi, illustrazioni o elementi grafici.

QUESTE ZONE STABILISCONO LE REGOLE PER INDIVIDUARE LA QUANTITÀ E LA FORMA DELLO SPAZIO CHE DEVONO ESSERE SEMPRE LASCIATE INTORNO AL MARCHIO. È POSSIBILE LASCIARE PIÙ SPAZIO DI QUELLO INDICATO, MA NON È CONCESSO LASCIARNE MENO.



la ® é 1/10 del quadrato del simbolo



la ® é 1/6,5 del quadrato del simbolo



la ® é 1/5 del quadrato del simbolo



Ci si dovrà attenere scrupolosamente a quanto sopra indicato al fine di garantire sempre la leggibilità della ® di registrazione del marchio.

Il marchio con la ®, infatti, deve essere riparametrato secondo le scale di adattamento indicate, per mantenere una buona leggibilità nelle varie riduzioni presentate che coprono alcuni esempi che abitualmente si possono presentare.

AL DI SOTTO DEI 45 MM E FINO A 20 MM VA SCELTA LA VERSIONE DEL MARCHIO CON LA ® CHE PIÙ SI AVVICINA ALLA DIMENSIONE FINALE DI STAMPA. LA DIMENSIONE MINIMA DI RIPRODUZIONE È DI 20 MM.

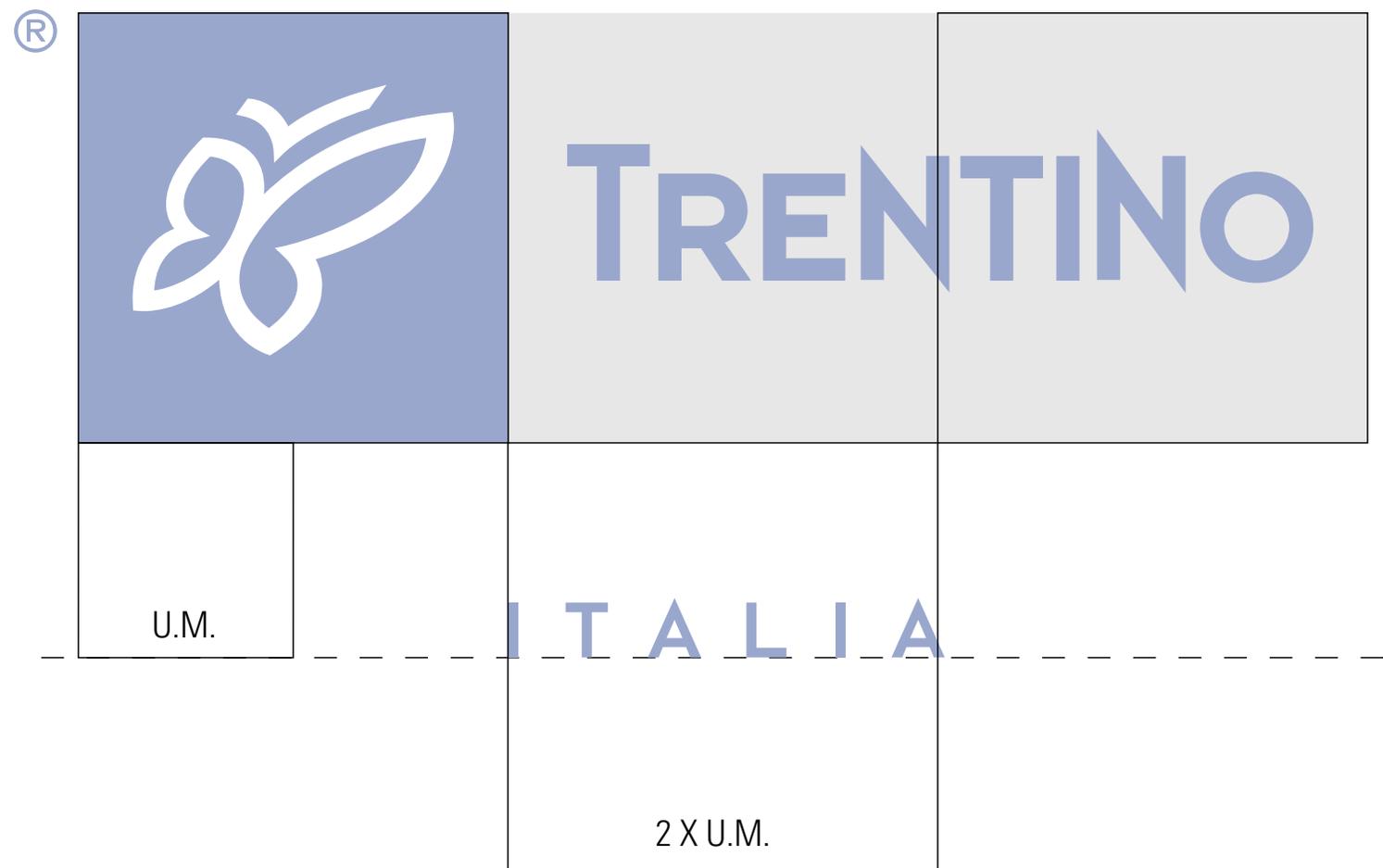


ITALIA



Il sistema marchio con l'indicazione "ITALIA" è destinato a connotare il marchio nei mercati esteri.
 Non sono ammesse diciture come Italy oppure Italien per connotare la nazione.
 Viene anche indicata la misura della minima riduzione possibile.

NON SONO AMMESSE ALTRE DICITURE ECCETTO "ITALIA".
L'UTILIZZO DOVRÀ LIMITARSI ESCLUSIVAMENTE ALLE AREE ESTERE, EVITANDO SOVRAPPOSIZIONI CON IL MERCATO ITALIANO.



Il posizionamento dell'indicazione "ITALIA" rispetto al marchio. La modularità del quadrato con cui è costruito il marchio viene riportata anche per il posizionamento dell'indicazione "ITALIA".



Affinché, in riproduzione, il marchio “A” con la dicitura Italia sia sempre leggibile con la massima chiarezza, è fondamentale che in ogni occasione ci sia una corretta zona di protezione in cui lo spazio bianco serva a bilanciare i pesi visivi dei vari elementi.

QUESTE ZONE STABILISCONO LE REGOLE PER INDIVIDUARE LA QUANTITÀ E LA FORMA DELLO SPAZIO CHE DEVONO ESSERE SEMPRE LASCIATE INTORNO AL MARCHIO. È POSSIBILE LASCIARE PIÙ SPAZIO DI QUELLO INDICATO, MA NON È CONCESSO LASCIARNE MENO.

VERSIONE “B” (MONOCROMATICA)

La versione “B”, monocromatica del marchio è quella destinata alla comunicazione istituzionale in quasi tutti i campi di applicazione, e può essere utilizzata sia su supporti cartacei che su sistemi di segnaletica o ovunque sia richiesto un forte impatto visivo mantenendo il colore di riferimento. La caratteristica che contraddistingue questa soluzione è la possibilità di rappresentare il marchio ad un colore: quello istituzionale. Il simbolo e il logotipo, contenuti in 2 aree distinte, non vanno né separati né isolati poiché non rappresenterebbero il marchio territoriale. Il marchio, nella versione “B” è strutturalmente costruito sul rapporto 3/1, tale rapporto è basato su proporzioni fisse e inalterabili. Non è ammesso nessun tipo di alterazione grafica (ombreggiatura, filetti, rotazioni, sfumature, riquadri, ecc.).

Per la zona di protezione del marchio si veda la tavola 1.1.3

Il marchio territoriale del Trentino è un marchio registrato presso gli uffici competenti. Accanto al marchio è stato quindi apposto il simbolo ® di marchio registrato a tutela e garanzia di usi non autorizzati del marchio medesimo.

Esso dovrà seguire precise norme di posizionamento e dimensionamento che vengono indicate nella tavola 1.4.3



| 20 |



Il marchio definitivo ed unico nella versione “B” è quello riportato qui sopra. Viene impiegato come principale elemento d’identificazione del marketing territoriale del Trentino per identificare e sostenere le varie attività. Viene anche indicata la misura in millimetri della minima riduzione possibile.

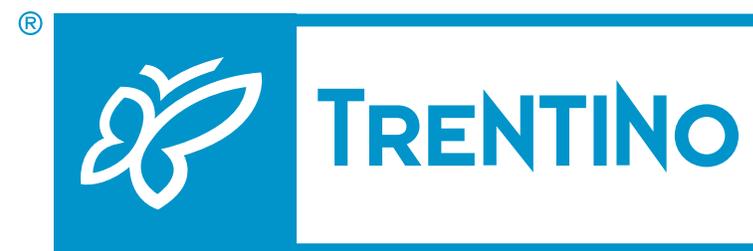
IL SISTEMA MARCHIO NON VA MAI ALTERATO, RIPROGETTATO O RIDISEGNATO. LE SUE PROPORZIONI SONO FISSE IN QUALSIASI USO, APPLICAZIONE O METODO DI RIPRODUZIONE.



TURISMO



AGRICOLTURA



INDUSTRIA / ARTIGIANATO



CULTURA

Le applicazioni cromatiche sopra riportate rappresentano le varianti consigliate per rappresentare i 4 settori in cui il marchio territoriale del Trentino opera:

- blu per il settore Turismo;
- verde per il settore Agricoltura;
- azzurro per il settore Industria e Artigianato;
- bordeaux per il settore Cultura.



la ® é 1/10 del quadrato del simbolo



la ® é 1/6,5 del quadrato del simbolo



la ® é 1/5 del quadrato del simbolo



Ci si dovrà attenere scrupolosamente a quanto sopra indicato al fine di garantire sempre la leggibilità della ® di registrazione del marchio.

Il marchio con la ®, infatti, deve essere riparametrato secondo le scale di adattamento indicate per mantenere una buona leggibilità nelle varie riduzioni presentate che coprono alcuni esempi che abitualmente si possono presentare.

AL DI SOTTO DEI 45 MM E FINO A 20 MM VA SCELTA LA VERSIONE DEL MARCHIO CON LA ® CHE PIÙ SI AVVICINA ALLA DIMENSIONE FINALE DI STAMPA. LA DIMENSIONE MINIMA DI RIPRODUZIONE È DI 20 MM.

Per il posizionamento e la dimensione della dicitura Italia si faccia riferimento alla tavola 1.3.6

Per la zona di protezione del marchio si veda la tavola 1.3.7



ITALIA



Il sistema marchio con l'indicazione "ITALIA" è destinato a connotare il marchio nei mercati esteri.
Non sono ammesse diciture come Italy oppure Italien per connotare la nazione.
Viene anche indicata la misura della minima riduzione possibile.

NON SONO AMMESSE ALTRE DICITURE ECCETTO "ITALIA".
L'UTILIZZO DOVRÀ LIMITARSI ESCLUSIVAMENTE ALLE AREE ESTERE, EVITANDO SOVRAPPOSIZIONI CON IL MERCATO ITALIANO.

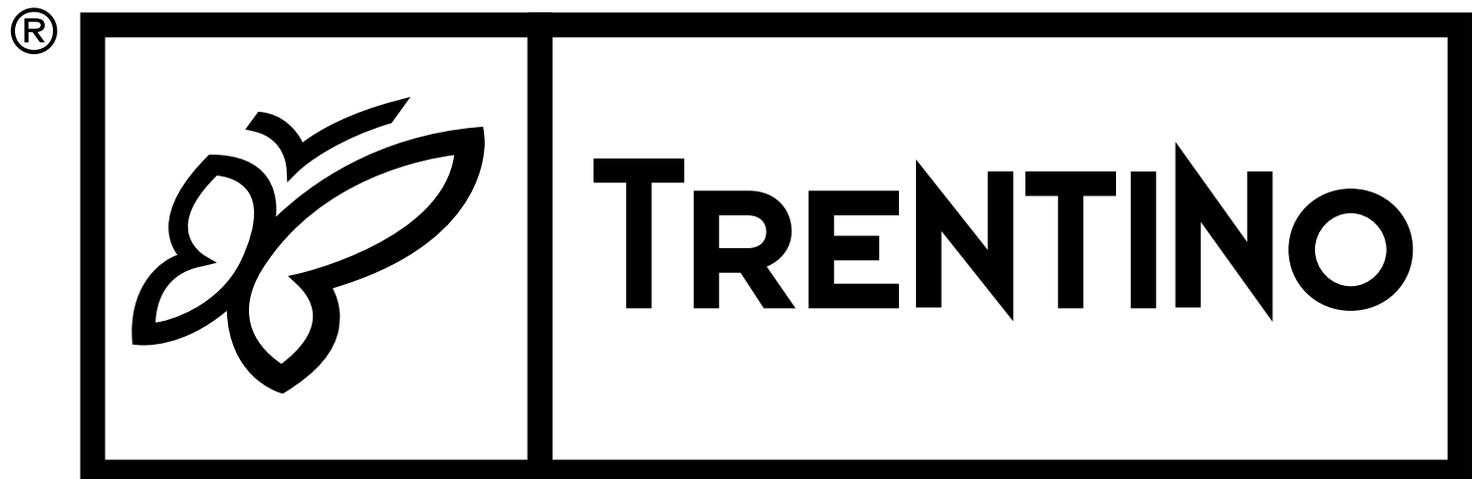
VERSIONE “C” (BIANCO E NERO)

La versione “C” bianco e nero del marchio, è destinata a tutti quegli impieghi in cui l’uso del colore non è possibile o comunque non è richiesto. Può essere impiegata sia su supporti cartacei che su sistemi di segnaletica. La caratteristica della versione “C” è la possibilità di rappresentare il marchio in bianco su fondi scuri oppure in nero su fondi chiari. È ammesso l’utilizzo di colori e finiture particolari come oro o argento, oppure con retinature del nero. Il simbolo e il logotipo, contenuti in 2 aree distinte, non vanno né separati né isolati poiché non rappresenterebbero il marchio territoriale. Il marchio, nella versione “C” è strutturalmente costruito sul rapporto 3/1, tale rapporto è basato su proporzioni fisse e inalterabili. Non è ammesso nessun tipo di alterazione grafica (ombreggiatura, filetti, rotazioni, sfumature, riquadri, ecc.).

Per la zona di protezione del marchio si veda la tavola 1.3.3

Il marchio territoriale del Trentino è un marchio registrato presso gli uffici competenti. Accanto al marchio è stato quindi apposto il simbolo ® di marchio registrato a tutela e garanzia di usi non autorizzati del marchio medesimo.

Esso dovrà seguire precise norme di posizionamento e dimensionamento che vengono indicate nella pagina successiva.



Il marchio definitivo ed unico nella versione “C” è quello riportato qui sopra. Viene impiegato come principale elemento d’identificazione del marketing territoriale del Trentino per identificare e sostenere le varie attività. Viene anche indicata la misura in millimetri della minima riduzione possibile.

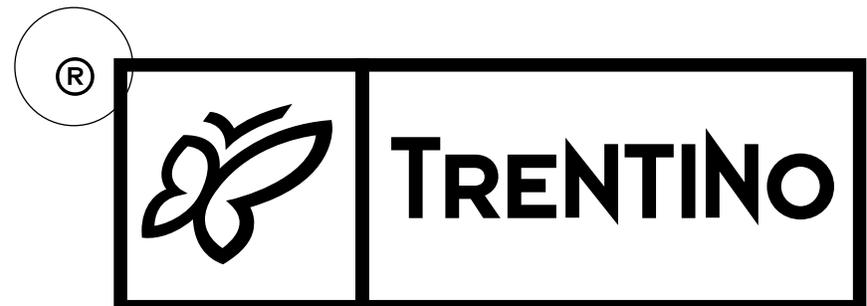
IL SISTEMA MARCHIO NON VA MAI ALTERATO, RIPROGETTATO O RIDISEGNATO. LE SUE PROPORZIONI SONO FISSE IN QUALSIASI USO, APPLICAZIONE O METODO DI RIPRODUZIONE.



la ® é 1/10 del quadrato del simbolo



la ® é 1/6,5 del quadrato del simbolo



la ® é 1/5 del quadrato del simbolo



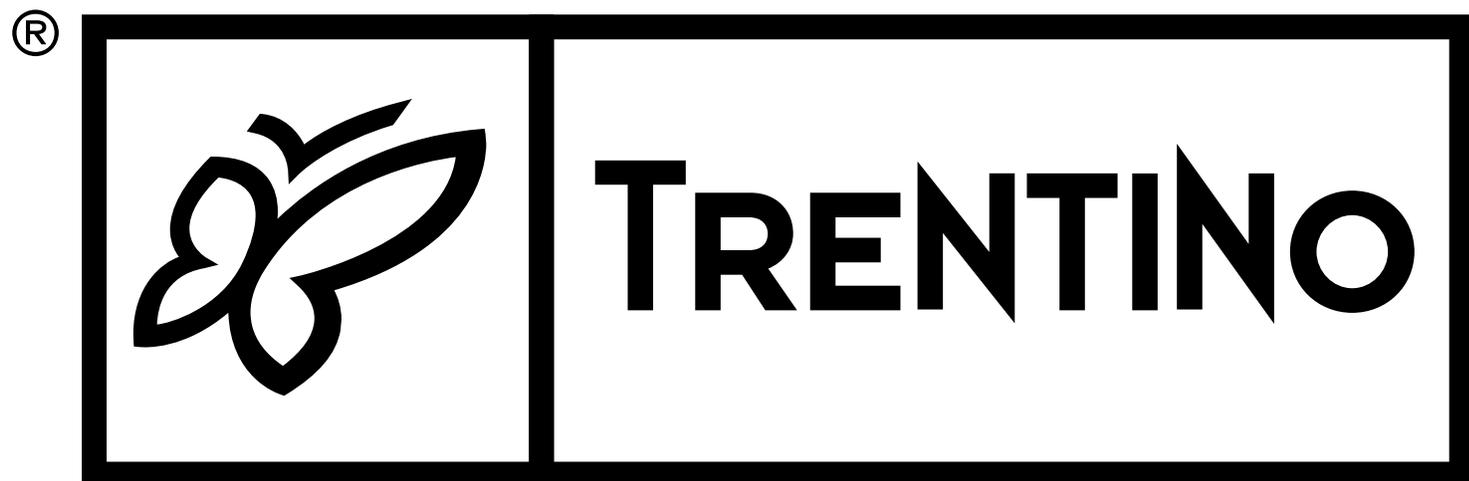
Ci si dovrà attenere scrupolosamente a quanto sopra indicato al fine di garantire sempre la leggibilità della ® di registrazione del marchio.

Il marchio con la ®, infatti, deve essere riparametrato secondo le scale di adattamento indicate per mantenere una buona leggibilità nelle varie riduzioni presentate che coprono alcuni esempi che abitualmente si possono presentare.

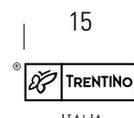
AL DI SOTTO DEI 45MM E FINO A 15MM VA SCELTA LA VERSIONE DEL MARCHIO CON LA ® CHE PIÙ SI AVVICINA ALLA DIMENSIONE FINALE DI STAMPA. LA DIMENSIONE MINIMA DI RIPRODUZIONE È DI 15 MM

Per il posizionamento e la dimensione della dicitura Italia si faccia riferimento alla tavola 1.3.6

Per la zona di protezione del marchio si veda la tavola 1.3.7



I T A L I A



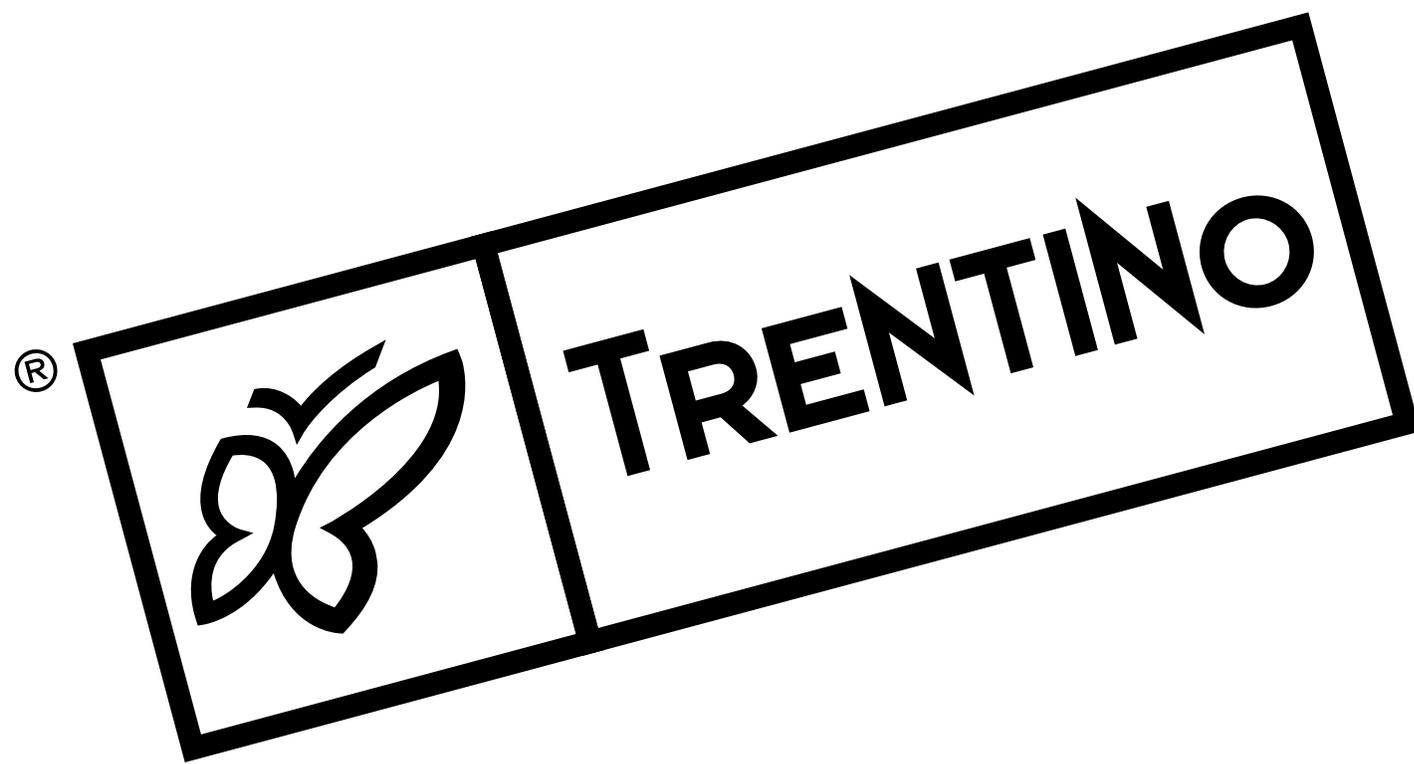
Il sistema marchio con l'indicazione "ITALIA" è destinato a connotare il marchio nei mercati esteri.

Non sono ammesse diciture come Italy oppure Italien per connotare la nazione.

Viene anche indicata la misura della minima riduzione possibile.

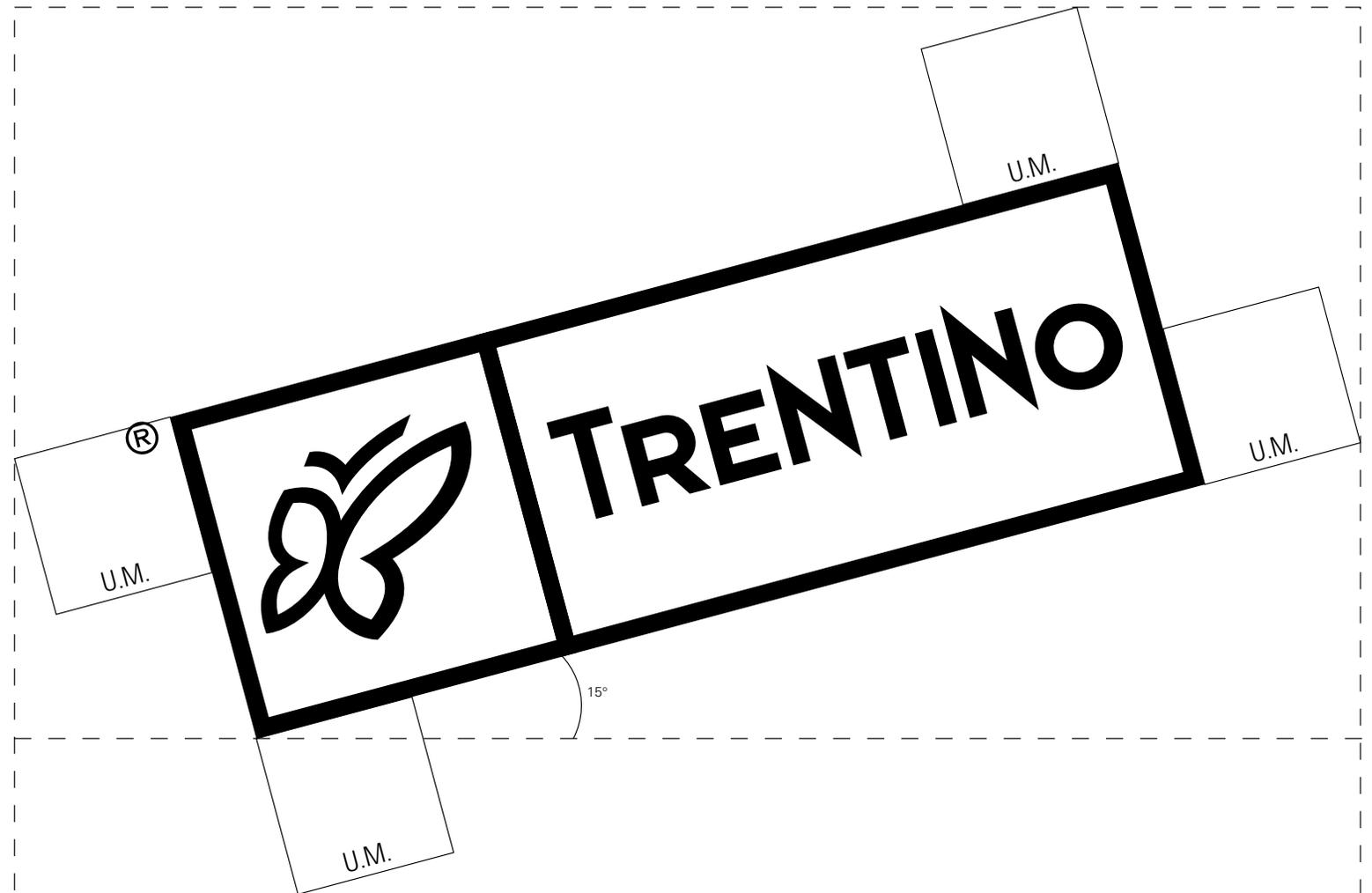
NON SONO AMMESSE ALTRE DICITURE ECCETTO "ITALIA".

L'UTILIZZO DOVRÀ LIMITARSI ESCLUSIVAMENTE ALLE AREE ESTERE, EVITANDO SOVRAPPOSIZIONI CON IL MERCATO ITALIANO.



È prevista la possibilità di inclinare il marchio rispetto al proprio asse orizzontale, ma solo attenendosi alla inclinazione di 15°, così come indicato nell'esempio. Viene anche indicata la misura della minima riduzione possibile.

QUESTA POSSIBILITÀ È DA METTERE IN PRATICA ESCLUSIVAMENTE NELL'UTILIZZO DEL MARCHIO SU IMMAGINI (FOTO O ILLUSTRAZIONI).



U.M. unità di misura.

La quantità di spazio vuoto da lasciare attorno al marchio è pari alla metà del modulo quadrato in cui è iscritto il simbolo (farfalla).

Affinché, in riproduzione, il marchio “C” nella versione inclinata di 15° sia sempre leggibile con la massima chiarezza, è fondamentale che in ogni occasione ci sia una corretta zona di protezione in cui lo spazio bianco serva a bilanciare i pesi visivi dei vari elementi. È necessario che il vuoto li separi per facilitarne la riconoscibilità e per evitare confusione con altri testi, illustrazioni o elementi grafici.

QUESTE ZONE STABILISCONO LE REGOLE PER INDIVIDUARE LA QUANTITÀ E LA FORMA DELLO SPAZIO CHE DEVONO ESSERE SEMPRE LASCIATE INTORNO AL MARCHIO. È POSSIBILE LASCIARE PIÙ SPAZIO DI QUELLO INDICATO, MA NON È CONCESSO LASCIARNE MENO.

*Per il posizionamento e la
dimensione della dicitura
Italia si faccia riferimento
alla tavola 1.3.6*

*Per la zona di protezione
del marchio si veda la
tavola 1.3.7*

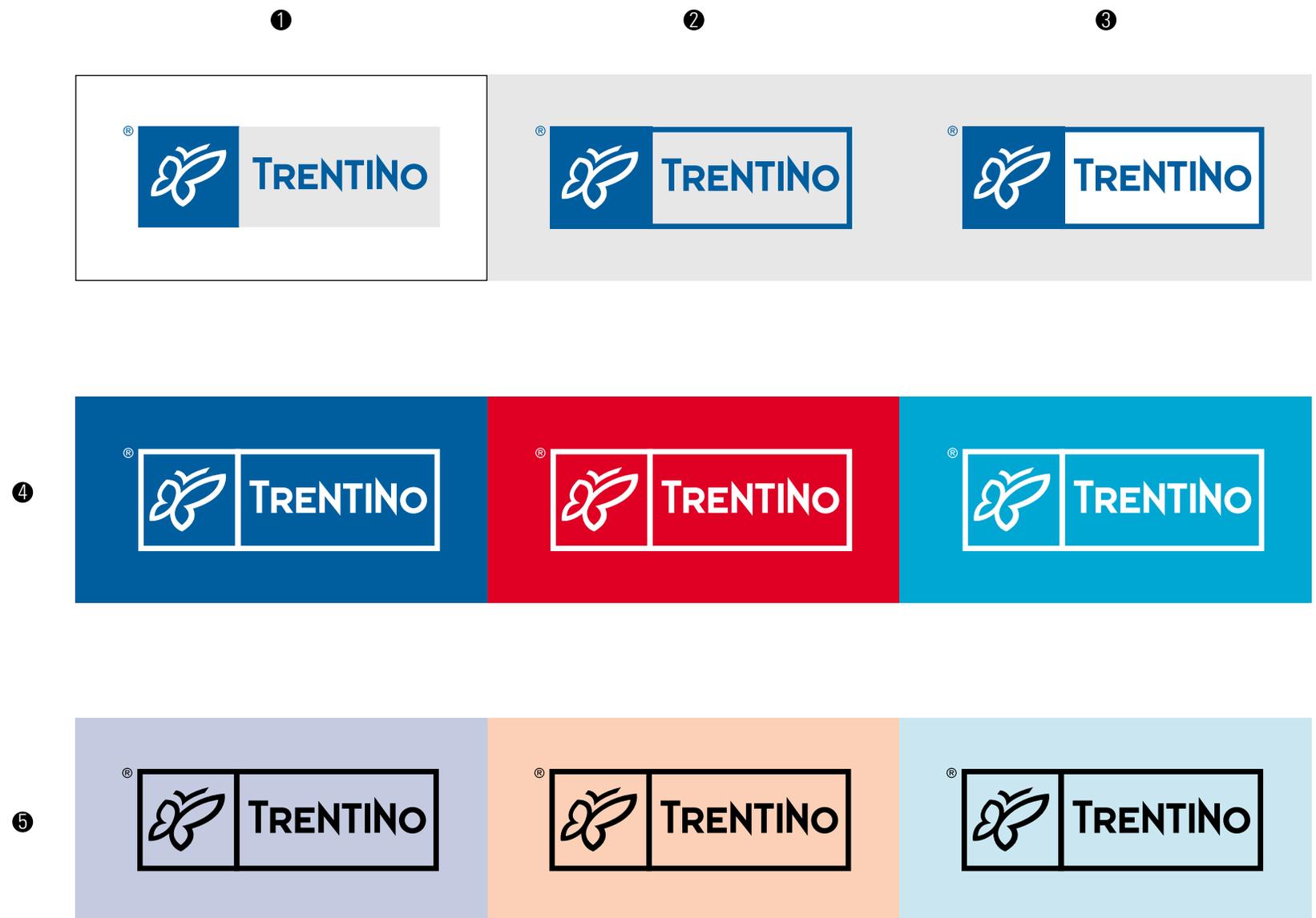


Il sistema marchio con l'indicazione "ITALIA" è destinato a connotare il marchio nei mercati esteri.
Non sono ammesse diciture come Italy oppure Italien per connotare la nazione.
Viene anche indicata la misura della minima riduzione possibile.

**NON SONO AMMESSE ALTRE DICITURE ECCETTO "ITALIA".
L'UTILIZZO DOVRÀ LIMITARSI ESCLUSIVAMENTE ALLE AREE ESTERE, EVITANDO SOVRAPPOSIZIONI CON IL MERCATO ITALIANO.**

COMBINAZIONI DI UTILIZZO

Il marchio viene di seguito presentato in alcune situazioni concretamente possibili.



❶ Il marchio "A" va applicato su fondo bianco.

❷ Il marchio "B" applicato su campiture di colore. L'area del logotipo è trasparente.

❸ Il marchio nella versione "B" applicato su campiture di colore. In particolari situazioni di difficile lettura l'area del logotipo è bianca.

❹ Applicazioni del marchio "C" in negativo su campiture di colore nero o che garantiscano un adeguato contrasto.

❺ Applicazioni del marchio "C" in positivo su campiture colori pastello o fondi di colore bianco



La soluzione applicativa combinata ad una immagine è particolarmente indicata per la realizzazione di stendardi (sia singoli che seriali), totem, e segnaletica di grandi dimensioni.



Utilizzo del marchio abbinato ad una immagine inserita come sfondo del logotipo. Si consiglia di orientare la scelta iconografica in base al settore territoriale del marchio. Tale soluzione può essere adottata solo quando la dimensione della base del marchio è superiore ai 50 mm. Il marchio così composto prevede il logotipo in bianco. Questa particolare versione del marchio può essere utilizzata anche in verticale, ruotando l'immagine al suo interno.

①

②



La scelta dell'utilizzo della versione negativa o positiva, è da fare in base al tipo di fondo su cui si inserisce il marchio. Va comunque garantita un'adeguata leggibilità e riconoscibilità.

L'inclinazione di 15 gradi conferisce al marchio l'aspetto di un timbro. Si ottiene un forte legame con la foto: "marchiare" ciò che l'immagine rappresenta come appartenente al territorio trentino.

①



①



①



- ① Applicazioni del marchio "C" in negativo su immagine fotografica inclinato di 15 gradi.
- ② Applicazioni del marchio "C" in positivo su immagine fotografica a tinte pastello inclinato di 15 gradi.

**QUANDO LA VERSIONE "C" DEL MARCHIO È INSE-
RITA SU IMMAGINI FOTOGRAFICHE, DEVE ESSERE
SEMPRE INCLINATA DI 15° RISPETTO ALL'ASSE
ORIZZONTALE.**

USI ERRATI

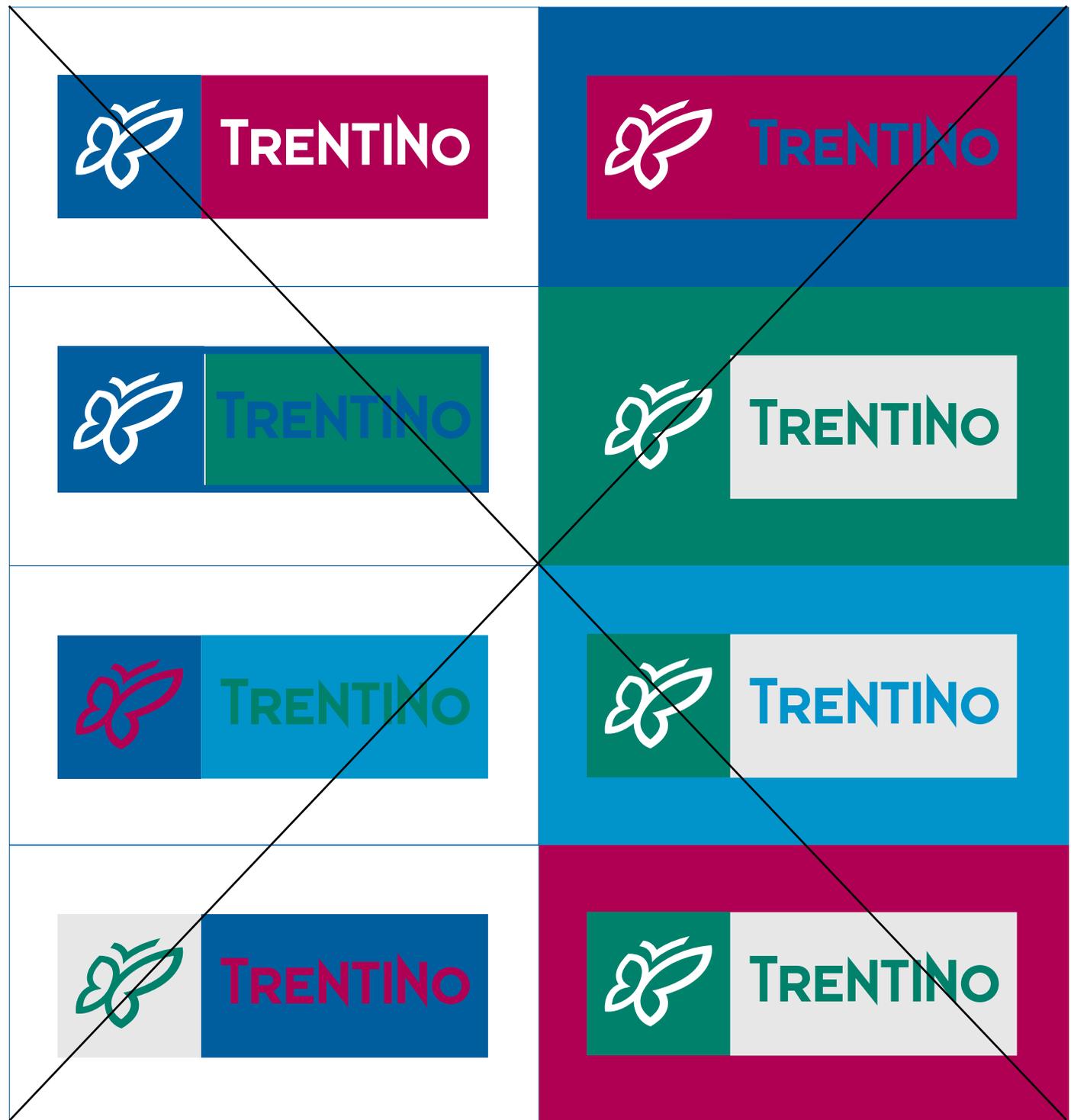
Per rafforzare il corretto uso del segno, di seguito si forniranno una serie di esempi in grado di indirizzare gli utilizzatori finali verso un'applicazione corretta, così da evitare abusi, errori o applicazioni non ortodosse.

Specie in una prima fase di debutto si dovrà porre la massima attenzione per non compromettere, anche in buona fede, il successo del nuovo marchio.

Le indicazioni seguenti tendono a coprire una fascia di possibilità e a segnalare possibili errori da evitare, ma non possono impedire eventuali nuovi casi critici. In questo caso è consigliabile rivolgersi a coloro che sono preposti alla tutela del marchio, che potranno individuare, di volta in volta, la strada migliore per risolvere particolari casi reali sempre possibili.



Otto possibilità di «tradire» il simbolo e il logotipo.



Otto possibilità all'interno del marchio di «tradire» il simbolo e il logotipo nei colori istituzionali.

QUALORA CI SIA L'ESIGENZA DI INSERIRE IL MARCHIO SU UN FONDO COLORE NON ISTITUZIONALE VA USATA LA VERSIONE "C" (VEDI TAV. 1.1.21)

ALFABETI DI SUPPORTO

L'utilizzo degli alfabeti istituzionali è consigliata nella comunicazione istituzionale.

Sono stati scelti due alfabeti di supporto per il materiale stampato. I criteri di selezione hanno tenuto conto delle esigenze di flessibilità e di accessibilità alle fonti e la continuità grafica con il logotipo. Gli alfabeti di supporto sono **AGaramond** e **Trentino Sans**. Le famiglie di caratteri tipografici possono essere usate separatamente o insieme. Selezionando due famiglie specifiche di caratteri tipografici, ed usando una combinazione di “facce” diverse all'interno di quelle famiglie, è possibile ottenere una considerevole varietà in termini di tono e di enfasi per un'ampia gamma di applicazioni ed allo stesso tempo mantenere l'uniformità dell'aspetto generale.

AGaramond

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

AGaramond Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

AGaramond Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

AGaramond BoldItalic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Il carattere tipografico Serif AGaramond è stato selezionato per la sua eleganza. Può essere usato per fornire una chiara differenziazione all'interno di un testo su tutti gli articoli di stampa laddove si richieda una differenza di stile o di peso. Andrebbe usato per comunicare messaggi emotivi, testi discorsivi, introduzioni, nomi personali e documentazione informativa.

TRENTINOSANS

TrentinoSans

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

TrentinoSans Bold

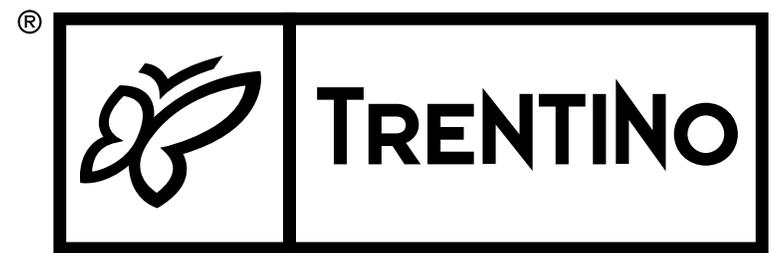
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Il carattere tipografico Sans Serif “Trentino Sans” è stato selezionato per la sua leggibilità e può essere usato per titolazione, schede tecniche, informazioni ufficiali, avvisi, segnaletica e per la presentazione di descrizioni dettagliate. Il carattere tipografico Trentino Sans è stato appositamente studiato e disegnato per meglio avvicinarsi alle caratteristiche del logotipo e rafforzarle.

SI CONSIGLIA L'USO DEL MAIUSCOLO AL MINUSCOLO, PER RAFFORZARE IL RICHIAMO AL LOGO-TIPO. NELLE TITOLAZIONI IL CARATTERE TRENTINO SANS DEVE ESSERE USATO CON UNA SPAZIATURA DI CIRCA 1/3 DELLA LETTERA “A” MAIUSCOLA (TRACK 20). NEL TESTO CORRENTE (COME QUESTO CHE STA LEGGENDO) VA USATO CON LE SUE IMPOSTAZIONI STANDARD.

ESECUTIVI

Le pagine che seguono contengono i campioni colore da consegnare alla tipografia come esatto riferimento cromatico. In allegato anche la versione “C” del marchio in diversi gradi di riduzione.





SOCIETÀ DI MARKETING TERRITORIALE DEL TRENTINO

Trentino SpA
I - 38100 Trento, via Romagnosi 11
WWW.TRENTINO.TO