



Visual Identity **Guidelines**



Visual Identity **Guidelines**

Sommario

- 1 Marchio orizzontale**
 - 1.1 Proporzioni originali e dimensioni minime del marchio
 - 1.2 Spazio minimo dei margini
- 2 Marchio Verticale**
 - 2.1 Proporzioni originali e dimensioni minime del marchio
 - 2.2 Spazio minimo dei margini
- 3 Specifiche cromatiche**
- 4 Specifiche monocromatiche**
- 5 Corporate fonts**
 - 5.1 Tipografia primaria
 - 5.2 Tipografia di supporto
- 6 Corporate files**

Presentazione

Il marchio del GAL Polesine Adige rappresenta la “firma” dell’Associazione, la pietra miliare del suo progetto di identità visiva, l’elemento di design che conferisce coerenza e identità a tutte le sue comunicazioni, il mezzo attraverso cui il GAL identifica se stesso e viene riconosciuto dall’esterno.

Lo scopo di queste “Linee-guida di identità visiva” è duplice: individuare gli elementi standard di tipo grafico-funzionale che caratterizzano il marchio del GAL Polesine Adige e declinare i criteri e le regole della loro applicazione. Il marchio del GAL potrà così essere applicato sistematicamente e in modo coordinato in tutti gli strumenti nei quali si articolerà la comunicazione del Gruppo di Azione Locale.

Il concetto principale che si è voluto trasferire nel logotipo GAL Polesine Adige è quello di un ente che insiste e promuove la propria attività in un contesto territoriale caratterizzato da significative emergenze urbanistiche e monumentali (ville, chiese, abbazie, ecc.). Da qui la scelta di un marchio che ha nel marrone, declinato nelle tonalità mattone, il proprio colore-guida e che nella complementarietà dell’azzurro, attraverso le linee dinamiche centrali del segno, ripropone l’andamento di un’ansa del fiume Adige, elemento di raccordo tra l’istituzione e il territorio.

1 Marchio Orizzontale

Il marchio prevede un'unica tipologia orizzontale.
È importante che le proporzioni originali del marchio non cambino durante l'utilizzo: tutte le componenti - segno, logotipo e nome del marchio - devono ridimensionarsi in sincronia, per garantirne sempre l'uniformità di proporzioni.



1 Marchio Orizzontale

1.1 Proporzioni originali e dimensioni minime del marchio



Dimensioni minime

1 Marchio Orizzontale

1.2 Spazio minimo dei margini



2 Marchio Verticale

Il marchio prevede un'unica tipologia verticale.
È importante che le proporzioni originali del marchio non cambino durante l'utilizzo: entrambe le componenti - segno e logotipo - devono ridimensionarsi in sincronia, per garantire sempre l'uniformità di proporzioni.



2 Marchio Verticale

2.1 Proporzioni originali e dimensioni minime del marchio



Dimensioni minime

2 Marchio Verticale

2.2 Spazio minimo dei margini



3 Specifiche cromatiche

I colori per il marchio nella sua configurazione principale sono il Pantone® 1675, 3003 e il Black 100%.



Pantone 1675

Process (CMYK)

C: 30

M: 80

Y: 80

K: 0

RGB

R: 185

G: 78

B: 58



Pantone 3003

Process (CMYK)

C: 100

M: 37

Y: 0

K: 0

RGB

R: 0

G: 121

B: 192



Pantone Black

Process (CMYK)

C: 0

M: 0

Y: 0

K: 100

RGB

R: 35

G: 31

B: 32

4 Specifiche monocromatiche

La riproduzione del marchio in monocromia prevede che le tinte adottate per la produzione dello stampato siano utilizzate al 100% e al 70% a seconda delle componenti, come sotto indicato.



100%



70%

5 Corporate fonts

5.1 Tipografia primaria

Adobe Garamond Pro®

Il font Adobe Garamond Pro® appartiene a un'originale famiglia di caratteri tipografici di Adobe, creata da Robert Slimbach nel 1988 come reinterpretazione delle linee-base del Garamond.

Il risultato è un font che associa le caratteristiche ottiche e la freschezza dei disegni originali alla contemporaneità dei tratti ariosi e leggeri, dalle geometrie morbide e, al tempo stesso, "istituzionali", anche grazie alla presenza delle grazie.

Il suo utilizzo è previsto per le versioni del carattere destinate esclusivamente a titolazioni generali.

Adobe Garamond Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#\$%^&?*()

Adobe Garamond Pro Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

*1234567890!@#\$%^&?**

Adobe Garamond Pro Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#\$%^&?*

Adobe Garamond Pro Semibold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#\$%^&?*

5 Corporate fonts

Adobe Garamond Pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#\$%^&?*

Adobe Garamond Pro Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#\$%^&?*

5 Corporate fonts

5.2 Tipografia di supporto

Avenir®

Il font Avenir® è stato selezionato per la sua classicità “moderna” e per l’estrema leggibilità in tutte le sue variazioni: flessibile e applicabile su un gran numero di pubblicazioni, è stato ritenuto il più adeguato ad accompagnare il marchio.

Il suo utilizzo è previsto per le versioni del carattere destinate a testi correnti, testi brevi e didascalici.

Avenir 35 Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&?*()

Avenir 35 Light Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&?*()

Avenir 55 Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&?*()

Avenir 55 Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&?*()

5 Corporate fonts

Avenir 65 Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&?*()

Avenir 65 Medium Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&?()*

Avenir 85 Heavy

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&?*()

Avenir 85 Heavy Oblique

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#\$%^&?*()

6 Corporate files





Visual Identity **Guidelines**

Piazza Garibaldi, 6 - 45100 Rovigo - Italy
Tel. e fax: +39 0425 090371
adige@galadige.it - www.galadige.it