



FONDAZIONE
Cassa di Risparmio di IMOLA



Introduzione

Un marchio forte ha bisogno di uniformità e coerenza, quindi sono stati creati standard che garantiscono che tutti gli elementi siano integrati in tutte le manifestazioni grafiche - inclusi logo, tipografia e colore - garantendo uniformità e armonia.

Lo scopo di questo manuale è di guidare e facilitare l'uso corretto degli elementi che identificano il marchio, facilitando l'applicazione e, di conseguenza, l'assimilazione da parte del pubblico.

1. Uso dei file
 2. Simbolo
 3. Logotipo: Versione principale
 4. Logotipo: Versione verticale
 5. Logotipo: Versione estesa (A)
 6. Logotipo: Versione estesa (B)
 7. Elemento grafico (A)
 8. Elemento grafico (B)
 9. Icona
 10. Area di non interferenza
 11. Usi non corretti
 12. Colori
 13. Tipografie di supporto
 14. Riduzioni dei logotipi
 15. Applicazioni su sfondi colorati e fotografici
 16. Esempi di Applicazione
-

1. Uso dei file

I file dei loghi e degli elementi che compongono l'identità visiva vengono forniti in 2 cartelle principali da utilizzare secondo l'applicazione:

—

P.S. Le versioni in bianco e nero sono per usi specifici. Utilizzare solo quando richiesto dal fornitore.

1. RGB

Deve essere usato se lo scopo è la visualizzazione su schermi di dispositivi elettronici come siti Web, social network, video, ecc.

**File forniti nei formati:
JPEG, PDF, PNG e SVG.**

2. CMYK

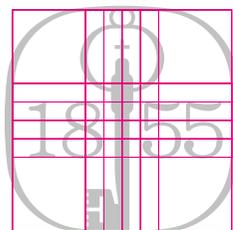
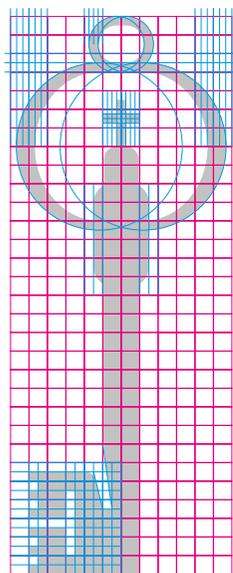
Deve essere usato quando l'obiettivo finale è la stampa.

**File forniti nei formati:
PDF e JPEG.**

2. Simbolo

Il simbolo del logo rappresenta un elemento essenziale e distintivo dell'identità visiva della fondazione. È progettato per essere riconoscibile, versatile e capace di comunicare i valori fondamentali dell'istituzione. Il simbolo deve essere utilizzato in modo coerente, rispettando le proporzioni e gli spazi di sicurezza stabiliti in questo manuale per garantire una resa ottimale su ogni supporto. Il suo utilizzo è consentito solo nelle varianti cromatiche specificate, mantenendo sempre il massimo contrasto e leggibilità. Ogni alterazione, deformazione o modifica del simbolo è da evitare per preservare l'integrità e la riconoscibilità del brand.

Esempi d'uso: Avatar di social media, retro di copertina...



Griglie di costruzione



Simbolo

3. Logotipo

Versione principale

La versione principale del logo della fondazione, come mostrato qui, rappresenta l'espressione visiva completa e ufficiale dell'identità del brand. È composta dal simbolo della chiave affiancato dalla denominazione 'FONDAZIONE Cassa di Risparmio di Imola'. Questa versione orizzontale è ideale per applicazioni in cui è necessario mostrare il logo in modo completo e leggibile, come su materiale istituzionale, pubblicazioni ufficiali e comunicazioni digitali. È importante utilizzare questa versione in dimensioni sufficienti a garantire la leggibilità di tutti i dettagli, mantenendo lo spazio di rispetto per evitare interferenze visive con altri elementi grafici.



FONDAZIONE
Cassa di Risparmio di **IMOLA**



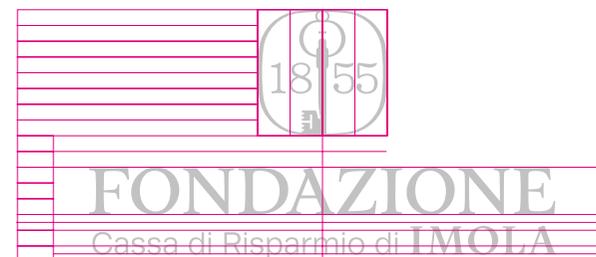
4. Logotipo

Versione verticale

La versione verticale del logo è stata progettata per applicazioni dove uno sviluppo compatto e centrale è preferibile o necessario. In questa configurazione, il simbolo della chiave è posizionato sopra la denominazione 'FONDAZIONE Cassa di Risparmio di Imola,' garantendo un equilibrio visivo ottimale e un impatto significativo in spazi ristretti. Questa variante è ideale per materiali con layout verticali, come copertine di brochure, banner, segnaletica o documenti digitali visualizzati su dispositivi mobili. È essenziale mantenere le proporzioni e gli spazi di sicurezza definiti per assicurare che la leggibilità e l'integrità del logo siano sempre preservate.



FONDAZIONE
Cassa di Risparmio di **IMOLA**



5. Logotipo

Versione estesa (A)

La versione estesa del logo, caratterizzata dall'uso allungato degli elementi grafici e testuali, è pensata per applicazioni in cui è possibile sfruttare lo spazio orizzontale. Questo formato è ideale per contesti come intestazioni di documenti, pagine web, segnaletica orizzontale e banner pubblicitari.

L'allungamento del logo enfatizza l'eleganza e la stabilità della fondazione, conferendo un aspetto autorevole e strutturato. Come per tutte le versioni, è fondamentale rispettare le proporzioni e gli spazi di sicurezza definiti per garantire che la leggibilità e l'equilibrio visivo siano sempre mantenuti.



FONDAZIONE

Cassa di
Risparmio
di **IMOLA**



Griglia di costruzione

6. Logotipo

Versione estesa (B)

Questa variante è ideale per contesti in cui si richiede una maggiore visibilità del nome completo della fondazione, senza sacrificare l'equilibrio e l'impatto visivo del logo. È particolarmente efficace su materiali in cui è necessario occupare piccoli spazi orizzontali o stretti, come intestazioni di documenti ufficiali, banner e alcuni formati digitali, garantendo così una presentazione completa e ben bilanciata del marchio.



FONDAZIONE Cassa di Risparmio di **IMOLA**



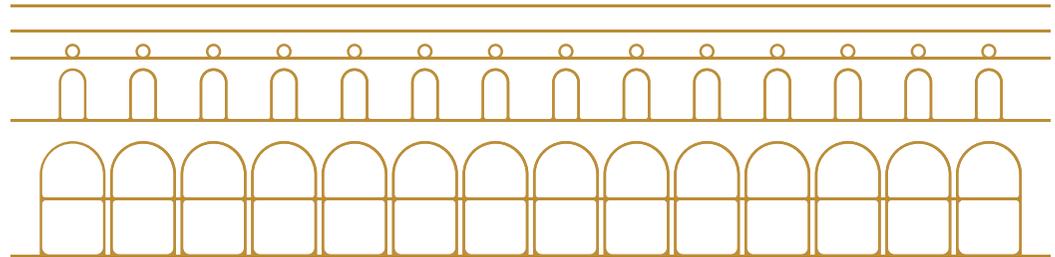
7. Elemento Grafico (A)

L'elemento grafico del logo rappresenta il palazzo storico della Fondazione, un simbolo di identità e radicamento nel territorio. Realizzato a partire da una fotografia del palazzo, l'immagine è stata posterizzata e ridotta a un solo colore, utilizzando il nero o l'ocra del brand per garantirne la coerenza visiva. Questa stilizzazione monocromatica enfatizza le linee essenziali dell'edificio, rendendo l'immagine moderna e versatile per diversi supporti e dimensioni. L'elemento del palazzo conferisce al logo un forte legame visivo con il patrimonio culturale e la tradizione della fondazione, mantenendo al contempo uno stile elegante e contemporaneo.



8. Elemento Grafico (B)

Un ulteriore elemento grafico creato per il brand è un disegno geometrico stilizzato del palazzo della Fondazione, raffigurato frontalmente. Questa illustrazione, pensata per rappresentare visivamente l'indirizzo della Fondazione, offre un'immagine chiara e immediatamente riconoscibile della sua sede storica. Grazie al suo design essenziale, il disegno mantiene una connessione visiva con l'architettura dell'edificio, garantendo al contempo un'estetica moderna e versatile. Questo elemento può essere impiegato in vari materiali di comunicazione per rafforzare il legame del marchio con il suo territorio e facilitare la localizzazione visiva della Fondazione.



9. Icona

Le icone, progettate in stile outline per rappresentare le diverse aree di intervento della Fondazione, sono inserite all'interno di una forma squircle con contorno. Questa scelta stilistica conferisce alle icone un aspetto uniforme e distintivo, creando un elemento grafico che richiama il simbolo principale del brand e rafforza l'identità visiva complessiva. Il design a contorno semplice e moderno si integra perfettamente con la tipografia del brand, offrendo una comunicazione visiva chiara e coerente. Ogni icona rappresenta in modo immediato e riconoscibile i settori di attività della Fondazione, facilitando la comprensione del pubblico.



10. Area di non interferenza

Per evitare interferenze con altri elementi grafici e preservare l'integrità e la leggibilità del marchio, è necessario proteggere uno spazio attorno ad esso.

Per determinare l'area di protezione del marchio utilizzeremo l'altezza del logotipo come misura. Questo valore è uguale a "X" e determina la dimensione dello spazio che dovrebbe essere riservato per il logo. Indipendentemente dall'applicazione, è importante che nulla interferisca con questo spazio.

Alcune eccezioni possono ignorare questa regola, se il logo deve essere applicato in spazi stretti per esempio su tende o matite...



11. Usi non corretti

Al fine di mantenere l'identità del marchio, il logo non deve mai essere modificato, nei colori, nella disposizione o nelle proporzioni. Controlla gli usi errati del marchio e confronta con la versione corretta.

Tutti i usi non corretti elencati valgono per entrambi, logo e simbolo.

Alterare gli spazi e/o
proporzione degli
elementi



Comprimere il marchio



Alterare le tonalità
o i colori



Eliminare elementi che
compongono il logo



12. Colori

Garantire la fedeltà dei colori aiuta a mantenere la coerenza del marchio. Lo standard CMYK e Pantone devono essere utilizzati su materiali stampati. Già RGB ed esadecimali in materiali che devono essere visualizzati in schermi elettronici, come siti Web e video.

Bianco

C: 0

M: 0

Y: 0

K: 0

Pantone:

-

Hexadecimal:

FFFFFFFF

R: 255

G: 255

B: 255

Ocra

C: 7

M: 37

Y: 79

K: 17

Pantone:

4026 C

Hexadecimal:

BC8C44

R: 188

G: 140

B: 68

Nero

C: 0

M: 0

Y: 0

K: 100

Pantone:

-

Hexadecimal:

1D1D1B

R: 29

G: 29

B: 27

13. Tipografie di supporto

...

Le tipografie TENEZ regular e TENEZ italic sono disponibili su Adobe fonts o possono essere acquistate in <https://plau.design/fontes/tenez>

La famiglia tipografica INTER può essere scaricata in <https://fonts.google.com/>

Tenez regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

123456789

Tenez italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

123456789

Inter

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

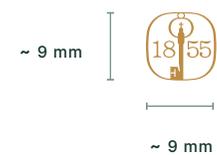
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

123456789

14. Riduzioni dei logotipi

Ridurre troppo il logotipo può rendere difficile la lettura e il suo riconoscimento. Inoltre, i limiti di riduzione sono soggetti al processo impiegato, alla qualità dell'originale utilizzato e alla qualità di riproduzione ottenuta.

La raccomandazione come limite di riduzione per le stampe offset è le misure specificate successivamente. Ridurlo oltre questo limite può compromettere la lettura del marchio.



15. Applicazioni su sfondi colorati e fotografici

Il brand può essere posizionato su uno sfondo bianco o su colori istituzionali.

È importante non applicare mai i logotipi su sfondi con contrasto insufficiente per la leggibilità.



AreaWeb 

www.areawebimola.it

info@areawebimola.it