



CORPORATE IDENTITY GUIDE

Guida all'utilizzo del marchio **Apindustria Vicenza**

1.0

Introduzione

La presente guida ha lo scopo di fornire agli utenti interni e ai propri interlocutori esterni indicazioni e consigli utili per il corretto utilizzo del nuovo logo di Apindustria Vicenza e di tutti gli altri marchi correlati, riferiti ad Uffici Servizi, Consorzi o Gruppi di lavoro della stessa Associazione.

Una forte brand strategy codifica e comunica in modo efficace e distintivo l'essenza del brand, e con esso la capacità di comunicare il proprio mondo di appartenenza e i propri valori. Ecco quindi che non solo di logo si parla, ma di una serie di piccoli elementi che nella loro interezza rappresentano il campo di riferimento di ogni forma di comunicazione.

Due i punti essenziali: chiarezza e coerenza, da trasferire in tutti gli strumenti di comunicazione, sia verbali che visivi, condivisi a tutti i livelli da coloro che devono gestirli e utilizzarli. Per mantenere chiarezza e coerenza, pur non vincolando o restringendo il campo di espressione del brand, sono importanti alcune "regole" di utilizzo della Corporate Identity, da declinare a tutti i livelli di comunicazione: dalla documentazione alla modulistica, ai diversi progetti grafici, la redazione di brochure, newsletter e quant'altro.

All'interno del Manuale si trovano quindi le regole per l'utilizzo del marchio, oltre a quelle per la scelta e l'utilizzo dei font, i colori, pesi e misure delle parti scritte, nonché di spazi e margini. Vi si trova altresì indicato un ventaglio di situazioni "non concesse" e un'appendice contenente i modelli dei principali documenti da utilizzare (dalle lettere, ai fax, agli inviti a convegni e assemblee, ecc...).

L'utilizzo del marchio non conforme alle prescrizioni contenute nella guida costituisce uso improprio, e quindi non autorizzato, con facoltà di Apindustria Vicenza di tutelare i propri diritti, anche d'immagine, lesi da ogni indebito uso del proprio marchio. Nel caso di uso non autorizzato del marchio, Apindustria Vicenza ne chiede l'immediata cessazione, la distruzione dei materiali sui quali compare e l'eventuale risarcimento del danno.

La guida è disponibile anche in formato pdf sul sito www.apindustria.vi.it, al quale si rimanda per eventuali, futuri aggiornamenti.

Indice

CORPORATE IDENTITY GUIDE

vol.01

01	Forma marchio	4
02	Colore marchio	5
03	Fondo marchio	6
04	Font	7
05	Marchio Associato	8

01

FORMA MARCHIO

Il marchio **APINDUSTRIA** è composto da 3 elementi:

- il simbolo del leone alato
- il logotipo APINDUSTRIA
- l'appendice VICENZA

I 3 elementi sono disposti sempre e solo come rappresentato a lato.

Ogni altra combinazione deve essere evitata.

leone alato

logotipo APINDUSTRIA



appendice VICENZA

NO

Completezza

Il marchio deve sempre comparire completo in tutte le sue parti



NO

Combinazione

Gli elementi che compongono il marchio devono essere sempre presenti e mantenere la stessa posizione e proporzione tra di loro



NO

Scala

La riduzione o l'ingrandimento del marchio devono rispettare le proporzioni fra base ed altezza



02

COLORE MARCHIO

I colori del marchio sono **BLU** e **GIALLO** (1)

BLU

Pantone BLU 541 U

Quadricromia: 100% C - 51% M - 0% Y - 30% K

GIALLO

Pantone GIALLO 110 U

Quadricromia: 0 % C - 20% M - 90% Y - 20% K

Nella stampa in Bianco e Nero il marchio potrà essere tutto Nero (2)
oppure Nero con il "leone alato" retinato al 40% (3)

Nel caso di stampa monocromatica, il colore del marchio sarà ovviamente lo stesso dell'inchiostro di stampa.

La versione negativa prevede tutti gli elementi in bianco (4)



1



2



3



4

NO

Ogni altra combinazione di colori è vietata.



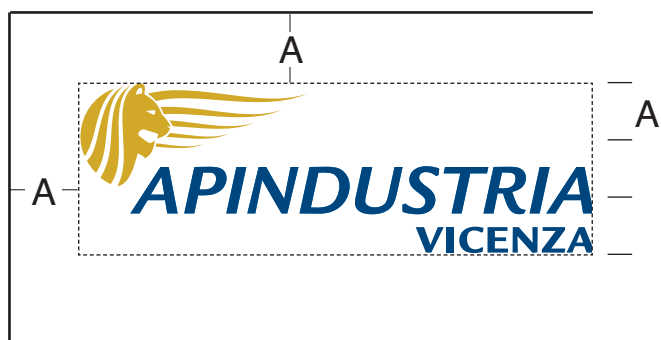
FONDO MARCHIO

Il marchio è studiato per essere riprodotto su fondi CHIARI.

Il fondo ideale è bianco, o comunque un tono che sia il più chiaro possibile.

Attorno al marchio deve esserci spazio libero.

Come regola minima identifichiamo l'area rappresentata in figura:



La distanza minima (A) è pari ad 1/3 dell'altezza complessiva del marchio

NO

Il marchio non deve essere riprodotto su fondi SCURI.

In caso di fondi scuri si utilizza la versione NEGATIVA.



Il marchio non deve essere riprodotto su fondi

ad alto contrasto.



Il marchio non deve essere riprodotto ravvicinato

ad altri elementi.



Descrizione e riferimenti dell'Associazione

Accompagnano il marchio nei documenti e nella pubblicità. Questo pacchetto di testo viene riprodotto nel colore nero retinato al 60% (grigio) oppure in grigio PANTONE 424 C

ITC Legacy Sans Book

Associazione delle Piccole e Medie
Imprese della Provincia di Vicenza

ITC Legacy Sans Bold

www.apindustria.vi.it

Variante per sola sede centrale, con indirizzo

Associazione delle Piccole e Medie
Imprese della Provincia di Vicenza

Galleria Crispi, 45 - 36100 Vicenza
Tel. 0444.232210 Fax 0444.960835

info@apindustria.vi.it
www.apindustria.vi.it

Variante per gruppo sedi provincia, con indirizzo

Associazione delle Piccole e Medie Imprese
della Provincia di Vicenza

VICENZA Galleria Crispi, 45 Tel. 0444.232210
ALTO VIC.NO Via Lago di Garda, 28 Tel. 0445.576358
BASSANO Strada Cartigliana 125/C Tel. 0424.523803

info@apindustria.vi.it
www.apindustria.vi.it

NO

Font

Il blocco indirizzo non deve presentare font diversi da quelli indicati

Associazione delle Piccole e Medie
Imprese della Provincia di Vicenza

www.apindustria.vi.it

Colore

Il blocco indirizzo non deve presentare colori diversi da quelli indicati

Associazione delle Piccole e Medie
Imprese della Provincia di Vicenza

www.apindustria.vi.it

MARCHIO ASSOCIATO

Il marchio **ASSOCIATO APINDUSTRIA VICENZA** è un fregio distintivo che viene utilizzato dagli Associati - laddove previsto - per indicare l'appartenenza alla Associazione.

È composto da 2 elementi:

- il marchio APINDUSTRIA VICENZA
- il logotipo ASSOCIATO

I 2 elementi sono disposti sempre e solo come rappresentato a lato.

Ogni altra combinazione deve essere evitata.

Il marchio non deve essere modificato rispetto alla sua integrità e deve essere riprodotto nei colori indicati

BLU	Pantone BLU 541 U Quadricromia: 100% C - 51% M - 0% Y - 30% K
GIALLO	Pantone GIALLO 110 U Quadricromia: 0 % C - 20% M - 90% Y - 20% K
GRIGIO	Pantone GRIGIO 424 C Quadricromia: 0 % C - 0% M - 0% Y - 60% K

Nella stampa in Bianco e Nero il marchio potrà essere tutto Nero (1)
oppure Nero con il logo ASSOCIATO retinato al 60% (2)

Nel caso di stampa monocromatica, il colore del marchio sarà ovviamente lo stesso dell'inchiostro di stampa.

La versione negativa prevede tutti gli elementi in bianco (3)



1



2



3



Associazione delle Piccole e Medie
Imprese della Provincia di Vicenza

Galleria Crispi, 45 - 36100 Vicenza
Tel. 0444 232210 Fax 0444 960835

info@apindustria.vi.it
www.apindustria.vi.it