

Manuale d'uso del marchio Turismo Veneto



Veneto
The Land of Venice

®

www.veneto.eu

Manuale d'uso del marchio Turismo Veneto

1.0 Il marchio, il logotipo, il pay-off	pag 6
1.1 Costruzione geometrica della stella	pag 7
1.2 Definizione dei colori e uso relativo ai prodotti turistici	pag 8
1.3 Rapporto leone / stella	pag 9
1.4 Logotipo e pay-off	pag 10
1.5 Tipografia	pag 11
1.6 Marchio versione nazionale	pag 12
1.7 Marchio versione nazionale: versione per dimensioni ridotte	pag 13
1.8 Marchio versione nazionale: prove di riduzione	pag 14
1.9 Marchio versione internazionale	pag 18
1.10 Marchio versione internazionale: versione per dimensioni ridotte	pag 19
1.11 Marchio versione internazionale: prove di riduzione	pag 20
1.12 Utilizzi scorretti del marchio	pag 24
2.0 Linee guida e rapporto tra i marchi	pag 26
2.1 Posizionamento e dimensioni	pag 27
3.0 Immagine coordinata: stampati per corrispondenza	pag 34
3.1 Stampati per corrispondenza della Regione del Veneto	pag 35
4.0 Immagine coordinata: pubblicità e materiale promozionale	pag 38
4.1 Posizionamento del marchio nei materiali promozionali di altri enti	pag 39
4.2 Vetrofania	pag 42
4.3 Posizionamento del marchio nel materiale video	pag 43
5.0 Immagine coordinata: web, siti e portali	pag 44
5.1 Posizionamento del marchio nel sito www.veneto.eu	pag 45
5.2 Posizionamento del marchio nel sito della Regione del Veneto	pag 46
5.3 Posizionamento del marchio nel sito di altri enti	pag 47

Gli elementi costitutivi: la stella e il leone

Il primo, imprescindibile elemento costitutivo di ogni identità è sicuramente il marchio. In questo caso la scelta fondamentale è stata innanzitutto una scelta di metodo, quella cioè di creare un nuovo marchio specifico per il "prodotto" Turismo, diverso da quello "istituzionale" della Regione del Veneto, accanto a cui può e deve coesistere in conformità alle direttive in ordine alla immagine coordinata della Regione (D.G.R. 3462 del 10.12.2002). Un prodotto come il turismo deve essere comunicato con uno stile diverso, più fresco, emozionale, per il tipo – o i tipi – di pubblico a cui si rivolge e per le motivazioni che ne sono alla base. Il turismo è sempre e comunque divertimento – nel senso etimologico (divertere: volgere altrove) oltre che comune del termine – voglia di conoscere il diverso, e tanto più in una regione come il Veneto che offre molteplici occasioni di "diversità". Dal punto di vista strategico e grafico, quindi, il punto di partenza è stata la "V" di Veneto. Sette "V" di diversi colori si uniscono a formare una stella. Sette come le province, Sette come i colori dell'arcobaleno, effetto della riflessione e dispersione della luce del Sole, Sette infine come i sette principali prodotti turistici del Veneto (Dolomiti e montagna, Pedemontana e Colli, mare, terme, lago, Venezia e città d'arte, parchi e Delta del Po) e che in questo senso possono costituire un valido criterio di diversificazione e integrazione. L'uso dei colori dà un'innegabile carattere gioioso al marchio e contribuisce a comunicare la varietà del "prodotto" Turismo Veneto. I colori verranno utilizzati e declinati in tutte le diverse forme di comunicazione (dall'editoria alle pagine pubblicitarie) per identificare i diversi segmenti. Accanto al nuovo simbolo si è voluto tuttavia assicurare il legame con la tradizione e la continuità della comunicazione, accostando alla stella il leone marciano, che deriva da quello istituzionale. Il leone del marchio deve essere utilizzato esclusivamente in quadricromia, posizionato in basso a sinistra, eccezione fatta per il posizionamento della vetrofania che rimane libero. Il leone e la stella convivono quindi all'interno di una precisa gabbia grafica (un rettangolo con un lato stondato, anch'esso riferito al marchio istituzionale) dando vita così al nuovo marchio del Turismo Veneto.

Il logotipo

Accanto ai due simboli, e all'interno della gabbia grafica definita, il logotipo è rappresentato dalla semplice denominazione della regione, Veneto, composto in Univers Condensed Bold Oblique.

Il pay-off

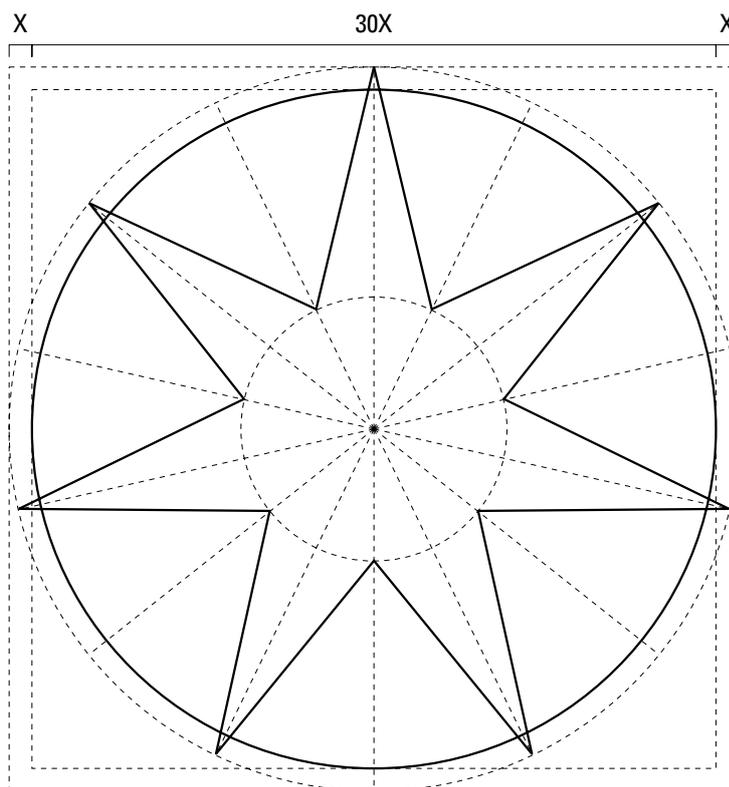
Il logotipo è sempre accompagnato dal pay-off "The Land of Venice", composto in Univers Condensed Oblique. Il pay-off evidenzia la vicinanza a Venezia come elemento di attrattività indiscusso e ineguagliabile della Regione; allo stesso tempo, valorizza l'identità storica, artistica e culturale veneta, fondata su millenni di civiltà che ne hanno plasmato e consolidato tradizioni, memoria e modo di "essere nel mondo". Il pay-off è sempre in lingua inglese, sia nell'uso nazionale che internazionale, nell'ottica della massima comprensibilità e semplificazione di utilizzo.

Ulteriori elementi

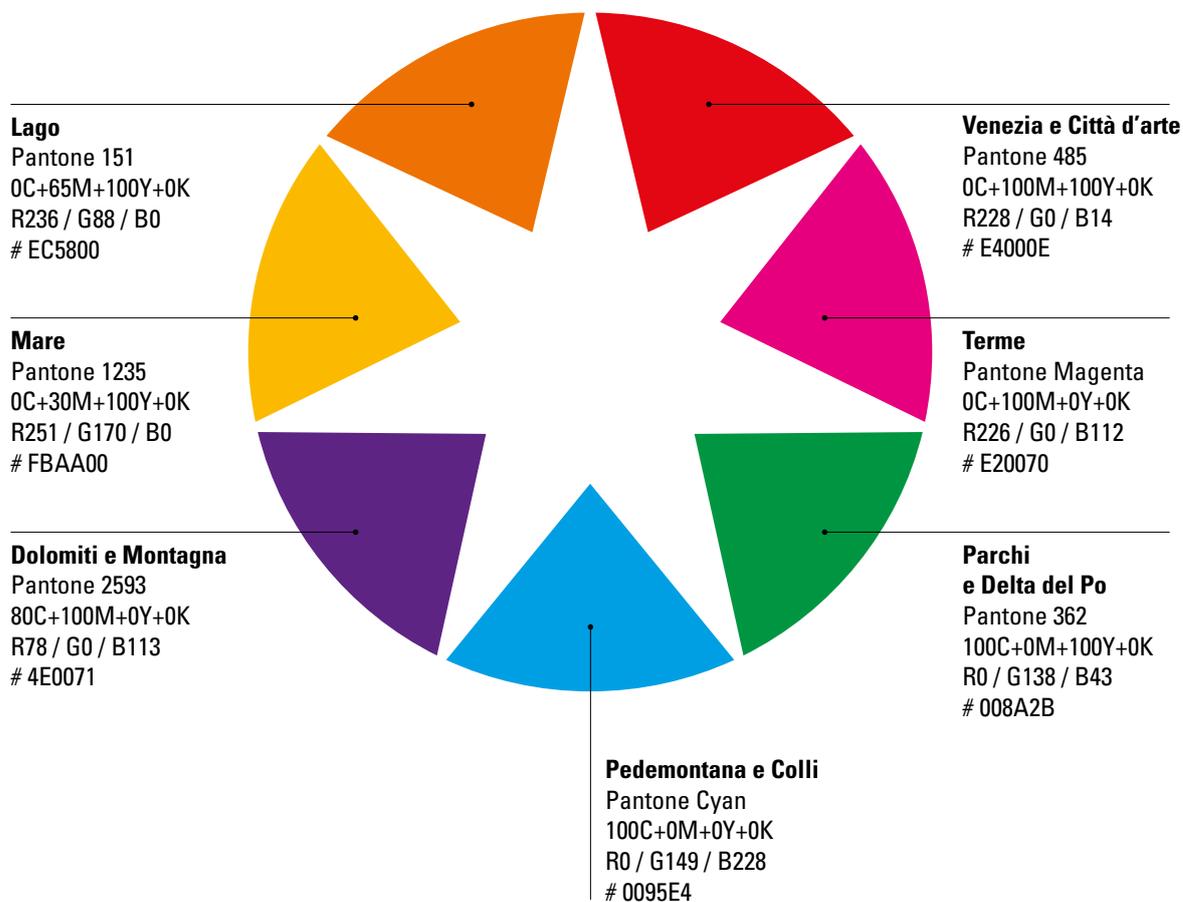
Il marchio prevede inoltre due ulteriori elementi:

- l'indirizzo internet www.veneto.eu, che va riportato sia nella versione nazionale che internazionale.
- il termine ITALY, che va riportato solo nella versione internazionale del marchio.

Il simbolo è costituito da 7 elementi conici che appoggiano l'apice sulla circonferenza di un cerchio concentrico a quello che definisce la forma semicircolare della base degli stessi elementi e che taglia allo stesso tempo le 7 punte della stella che ne è la risultante. I 7 elementi conici risultano così non a contatto tra loro e lasciano alla forma stella la possibilità di espandersi verso l'esterno, come raggi effettivi di luce.



Il simbolo appare come una stella bianca a sette punte che ritaglia altrettanti spicchi di colori diversi, per ognuno dei quali è stato definito un Pantone di riferimento e la relativa trascodifica in quadricromia, RGB e codice esadecimale. I sette coni di colore diverso del marchio rappresentano i sette prodotti turistici principali del Veneto: Dolomiti e montagna, Pedemontana e Colli, mare, lago, terme, Venezia e città d'arte, parchi e Delta del Po. Ogni colore caratterizza fortemente un'area tematica, offrendo un colpo d'occhio immediato sull'offerta dei settori specifici.



Alla "stella" viene accostata l'immagine di un leone ripresa dall'emblema istituzionale della Regione del Veneto e ritoccata in modo da risultare compositivamente equilibrata all'interno di un quadrato. Il leone e la stella sono accostati in proporzione 1:1 idealmente posizionati al centro di due quadrati dalle medesime dimensioni.



Il logotipo è rappresentato dalla semplice denominazione della regione, Veneto, composta in Univers Condensed Bold Oblique. Il pay-off, composto in Univers Condensed Oblique, è posizionato sotto il logotipo e allineato a sinistra. Il pay-off va utilizzato in inglese per tutti i mercati (nazionali e internazionali) di applicazione.

Veneto
The Land of Venice

Univers

Condensed Oblique

*ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyz1234567890*

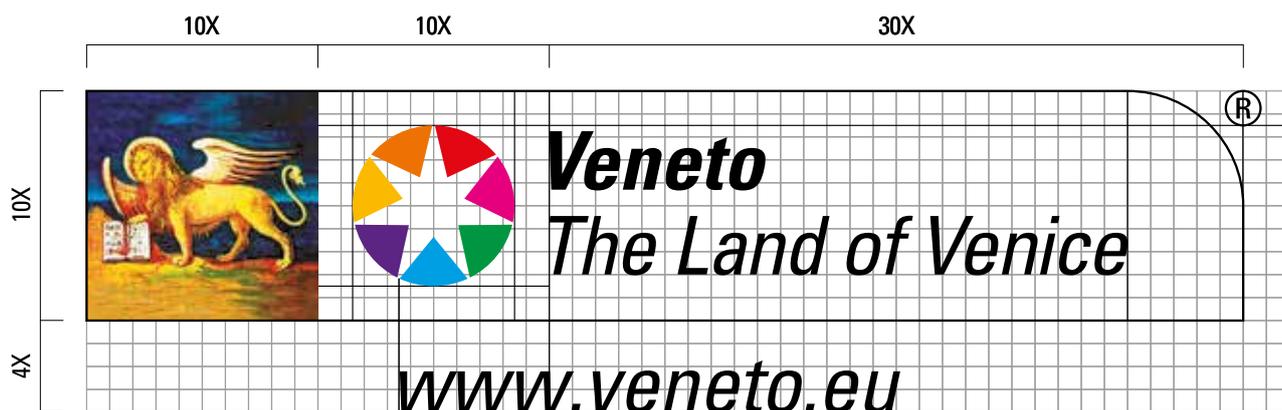
Univers

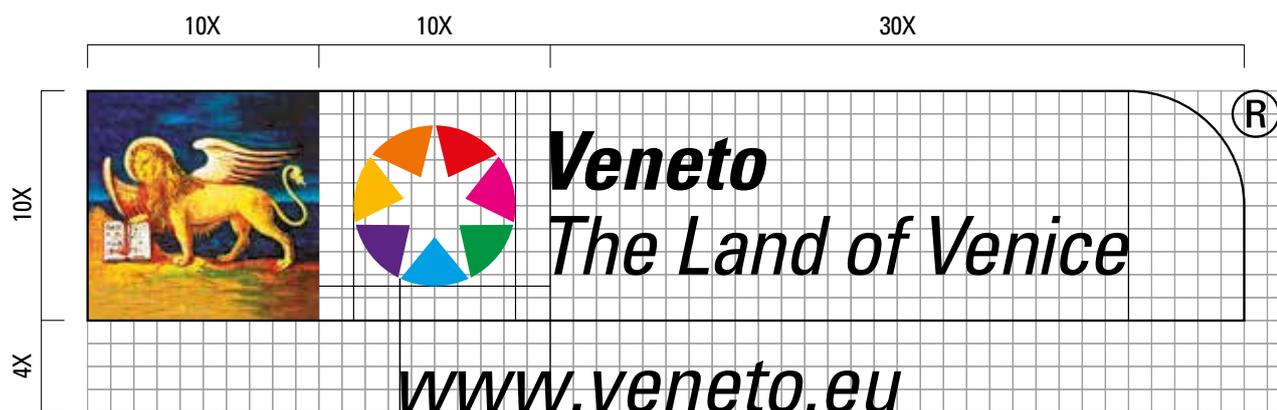
Condensed Bold Oblique

***ABCDEFGHIJKLMNO
PQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqr
stuvwxyz1234567890***

Il leone e la stella convivono in una gabbia secondo precisi rapporti geometrici. Lo spessore del filo che contorna il marchio è 1/10 di X.
Il marchio completo di pay-off riporta, fuori dell'outline, l'indirizzo internet www.veneto.eu centrato otticamente rispetto al "biscotto", con lo stesso carattere tipografico e dimensione del pay-off.

12







www.veneto.eu



www.veneto.eu



www.veneto.eu

Limite dimensione
per l'utilizzo del marchio
nazionale normale

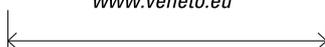


larghezza 55 mm



www.veneto.eu

Dimensione minima
Utilizzo della versione
per dimensioni ridotte del marchio
nazionale (con ® ingrandito)



larghezza 42 mm



www.veneto.eu



www.veneto.eu



www.veneto.eu

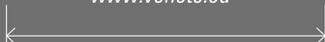
Limite dimensione
per l'utilizzo del marchio
nazionale normale



larghezza 55 mm



www.veneto.eu



larghezza 42 mm

Dimensione minima
Utilizzo della versione
per dimensioni ridotte del marchio
nazionale (con ® ingrandito)



www.veneto.eu



www.veneto.eu



www.veneto.eu

Limite dimensione
per l'utilizzo del marchio
nazionale normale

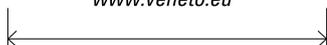


larghezza 55 mm



www.veneto.eu

Dimensione minima
Utilizzo della versione
per dimensioni ridotte del marchio
nazionale (con ® ingrandito)



larghezza 42 mm



www.veneto.eu



www.veneto.eu



www.veneto.eu



larghezza 55 mm



www.veneto.eu

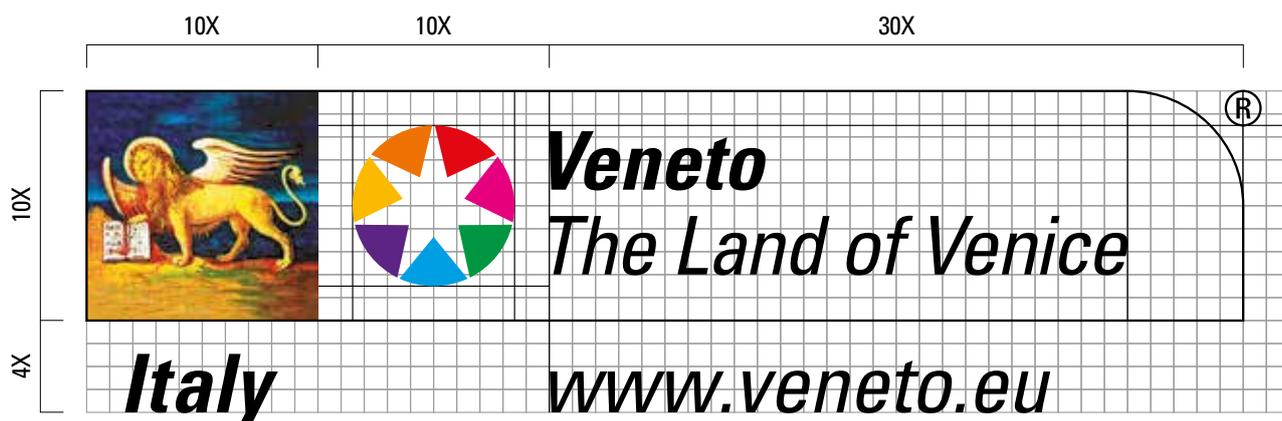


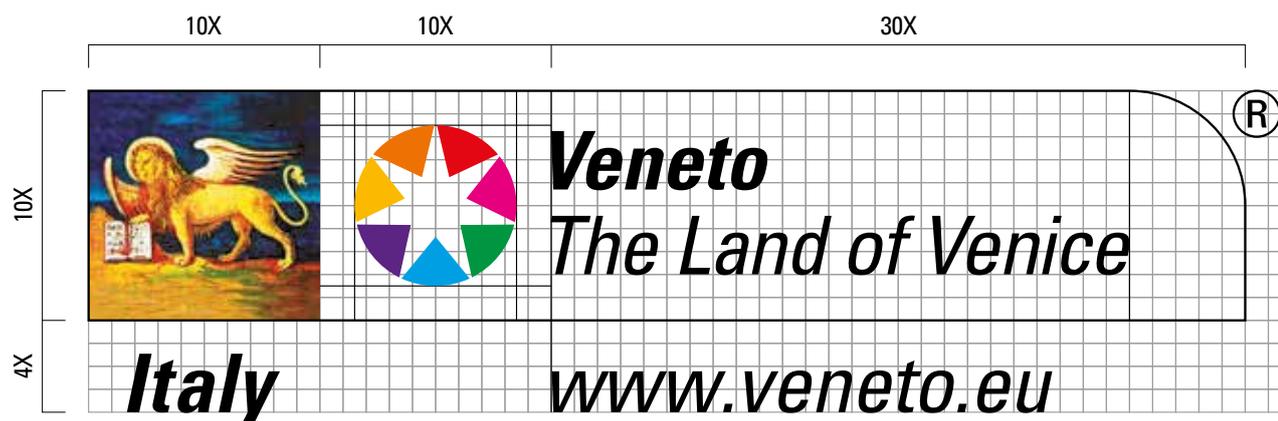
larghezza 42 mm

Limite dimensione
per l'utilizzo del marchio
nazionale normale

Dimensione minima
Utilizzo della versione
per dimensioni ridotte del marchio
nazionale (con ® ingrandito)

Il leone e la stella convivono in una gabbia secondo precisi rapporti geometrici. Lo spessore del filo che contorna il marchio è 1/10 di X.
Il marchio completo di pay-off riporta, fuori dell'outline e centrato rispetto al leone, il termine "Italy" con lo stesso carattere tipografico e dimensione del logotipo. Il sito è allineato al logotipo e ha lo stesso carattere tipografico e dimensione del pay-off.







Italy

www.veneto.eu



Italy

www.veneto.eu



Italy

www.veneto.eu

Limite dimensione
per l'utilizzo del marchio
internazionale normale



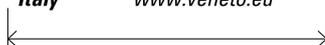
larghezza 55 mm



Italy

www.veneto.eu

Dimensione minima
Utilizzo della versione
per dimensioni ridotte del marchio
internazionale (con ® ingrandito)



larghezza 42 mm



Italy

www.veneto.eu



Italy

www.veneto.eu



Italy

www.veneto.eu

Limite dimensione
per l'utilizzo del marchio
internazionale normale



larghezza 55 mm



Italy

www.veneto.eu

Dimensione minima
Utilizzo della versione
per dimensioni ridotte del marchio
internazionale (con ® ingrandito)



larghezza 42 mm



Italy

www.veneto.eu



Italy

www.veneto.eu



Italy

www.veneto.eu

Limite dimensione
per l'utilizzo del marchio
internazionale normale



larghezza 55 mm



Italy

www.veneto.eu

Dimensione minima
Utilizzo della versione
per dimensioni ridotte del marchio
internazionale (con ® ingrandito)



larghezza 42 mm



Italy

www.veneto.eu



Italy

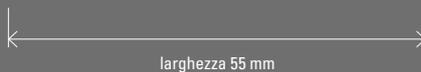
www.veneto.eu



Italy

www.veneto.eu

Limite dimensione
per l'utilizzo del marchio
internazionale normale



larghezza 55 mm



Italy

www.veneto.eu

Dimensione minima
Utilizzo della versione
per dimensioni ridotte del marchio
internazionale (con ® ingrandito)



larghezza 42 mm





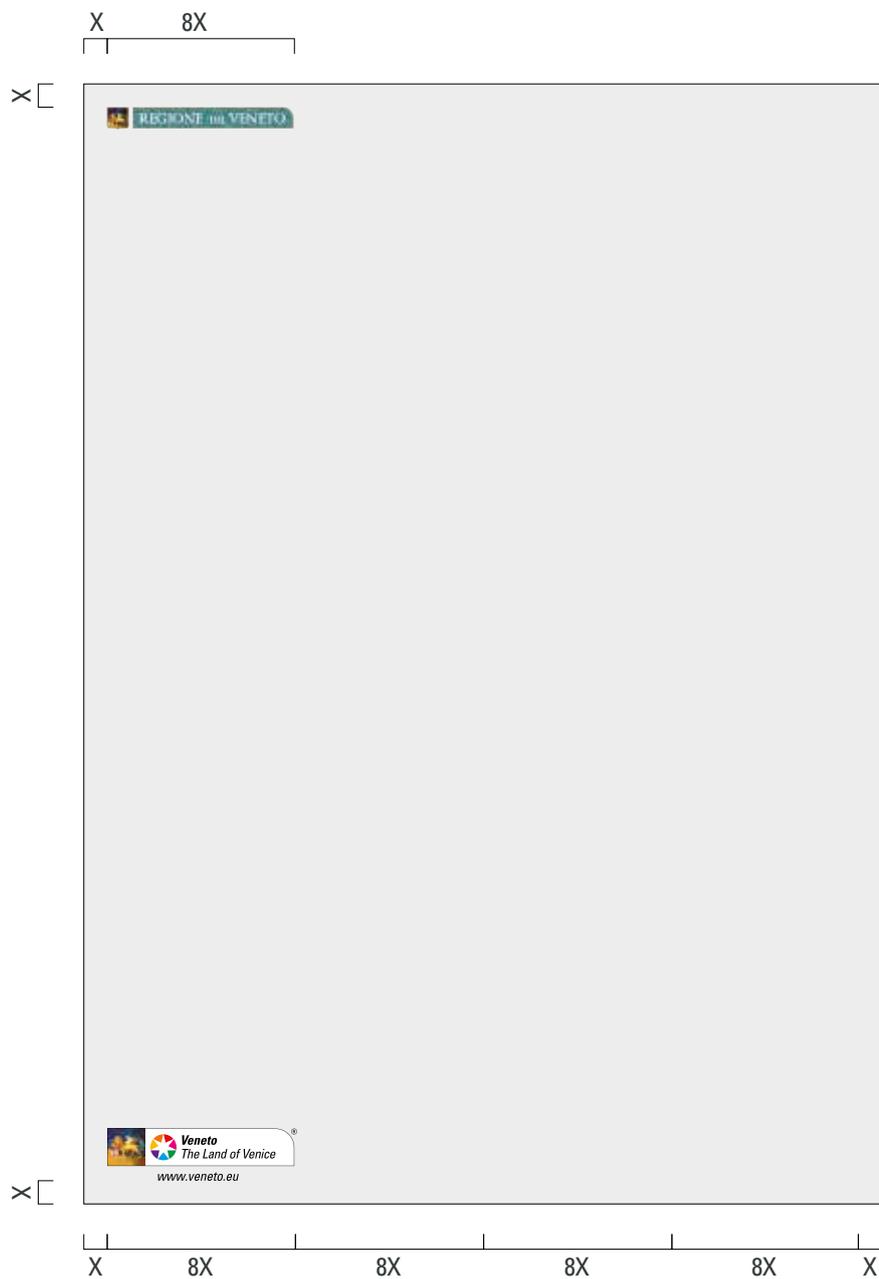
Linee guida

Gli elementi fondamentali dell'identità del prodotto "Turismo Veneto" individuano una cifra stilistica che dovrà costituire l'elemento di raccordo e coerenza in grado di legare l'immagine e il materiale prodotto dalla Regione, dalle Province, dalle Strutture associate e dagli altri soggetti utilizzatori.

Il rapporto tra marchio Turismo Veneto e marchio della Regione del Veneto

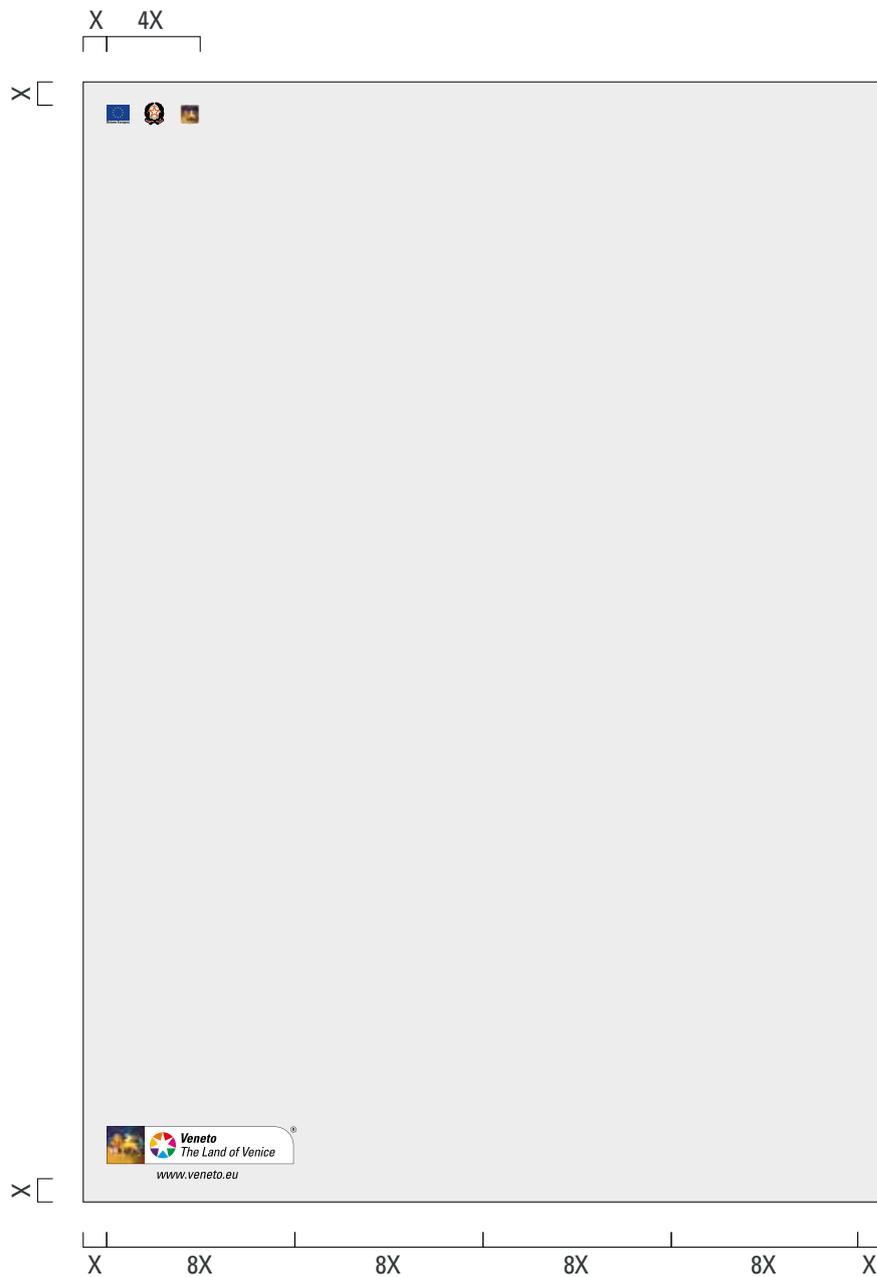
Il primo fondamentale punto riguarda il rapporto tra marchio Turismo Veneto e marchio istituzionale Regione del Veneto. Considerata la diversità degli elementi si è definita una forma grafica che racchiude i due marchi e li uniforma, riprendendo la forma caratteristica del rettangolo del marchio istituzionale con l'angolo superiore destro stonato, creando così un sistema applicabile a tutti i materiali ed estensibile anche ad altre realtà quali quelle delle Province e delle Strutture associate. L'idea di base è che, nonostante gli elementi costitutivi dell'immagine del Veneto siano molti, per alcuni almeno è possibile identificare norme tali da farli interagire all'interno di un sistema coordinato, che crei sinergia e non dispersione, pur nel rispetto delle diverse specificità. Al centro di questa strategia sta chiaramente il Marchio, al cui uso codificato e al cui corretto posizionamento, va affidata principalmente la comunicazione dell'offerta regionale. Al nuovo "Turismo Veneto" regionale si chiede quindi di essere perno di una politica di marca grazie ad un rafforzamento della personalità del prodotto, e cioè ad una più chiara fisionomia rispondente agli obiettivi generali di promozione, e a un incremento della fidelizzazione nel rapporto con i clienti/turisti. Ovviamente il corretto utilizzo del marchio rappresenta solo il primo step e tuttavia alcune linee guida e scelte di base, facilmente applicabili a mezzi e modi di comunicazione diversi, possono rafforzare l'elemento unificante già implicito nella personalità e fisionomia del marchio. Il marchio Turismo Veneto deve sempre essere tenuto distinto dal logotipo e dallo stemma istituzionale della Regione del Veneto (il cui utilizzo è disciplinato dalle Direttive in ordine all'immagine coordinata della Regione, di cui alla deliberazione della giunta regionale n. 3462 del 10 dicembre 2002). Anche graficamente il marchio Turismo Veneto dovrà pertanto essere distinto sia dai simboli istituzionali della Regione del Veneto, sia da quelli degli altri soggetti utilizzatori.

Materiale prodotto dalla Regione del Veneto con finanziamenti propri. Il marchio Turismo Veneto viene posizionato sempre in basso a sinistra.



Materiale prodotto dalla Regione del Veneto realizzato con fondi di derivazione comunitaria. Il marchio Turismo Veneto viene posizionato sempre in basso a sinistra.

28



Materiale prodotto da altri enti pubblici realizzato con fondi propri. Il marchio Turismo Veneto viene posizionato sempre in basso a sinistra. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.

**LOGO
ISTITUZIONALE**



X [

X 8X 8X 8X 8X X

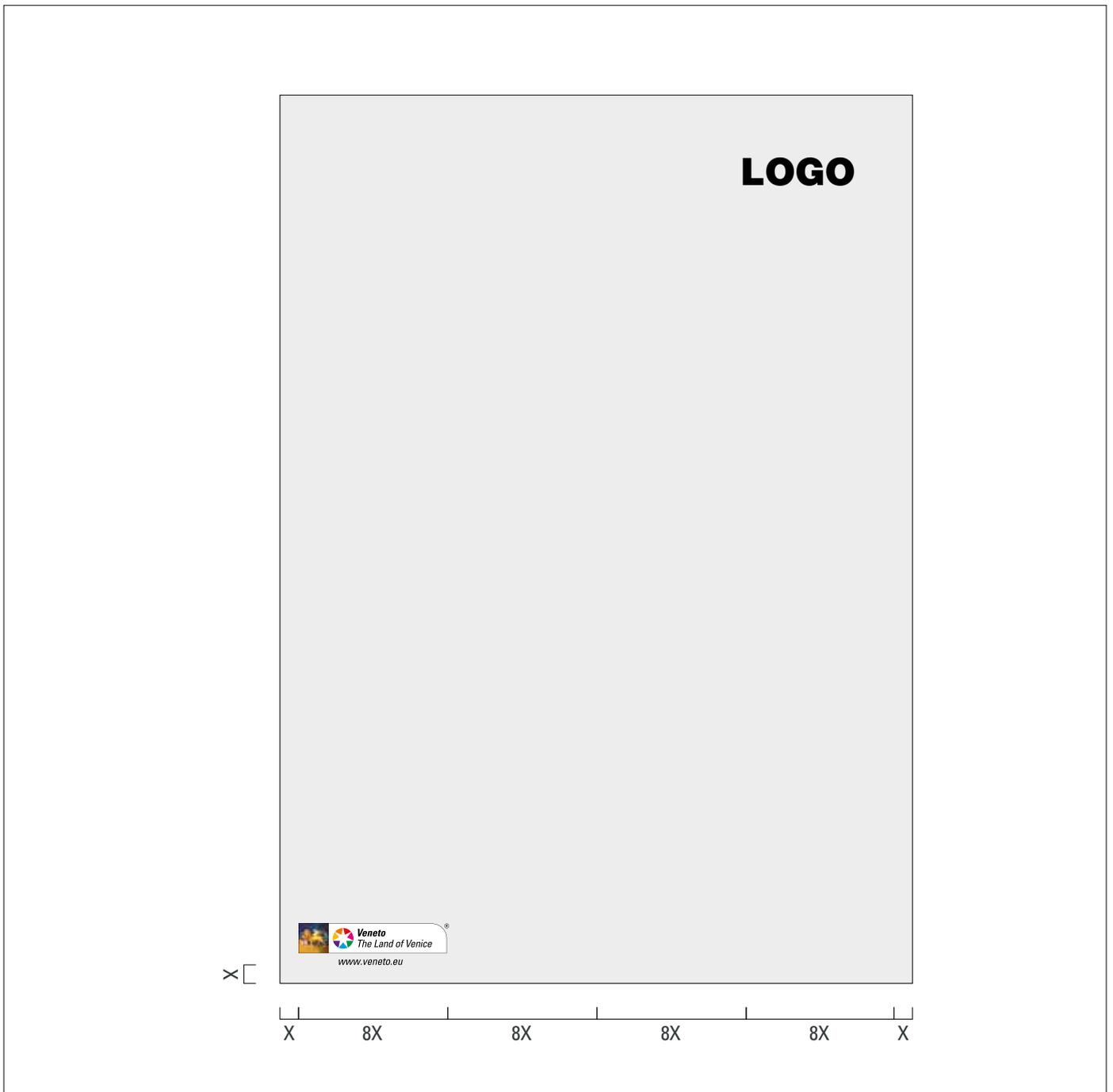
Materiale prodotto da altri enti pubblici realizzato anche con fondi regionali. Il marchio Turismo Veneto viene posizionato sempre in basso a sinistra. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.



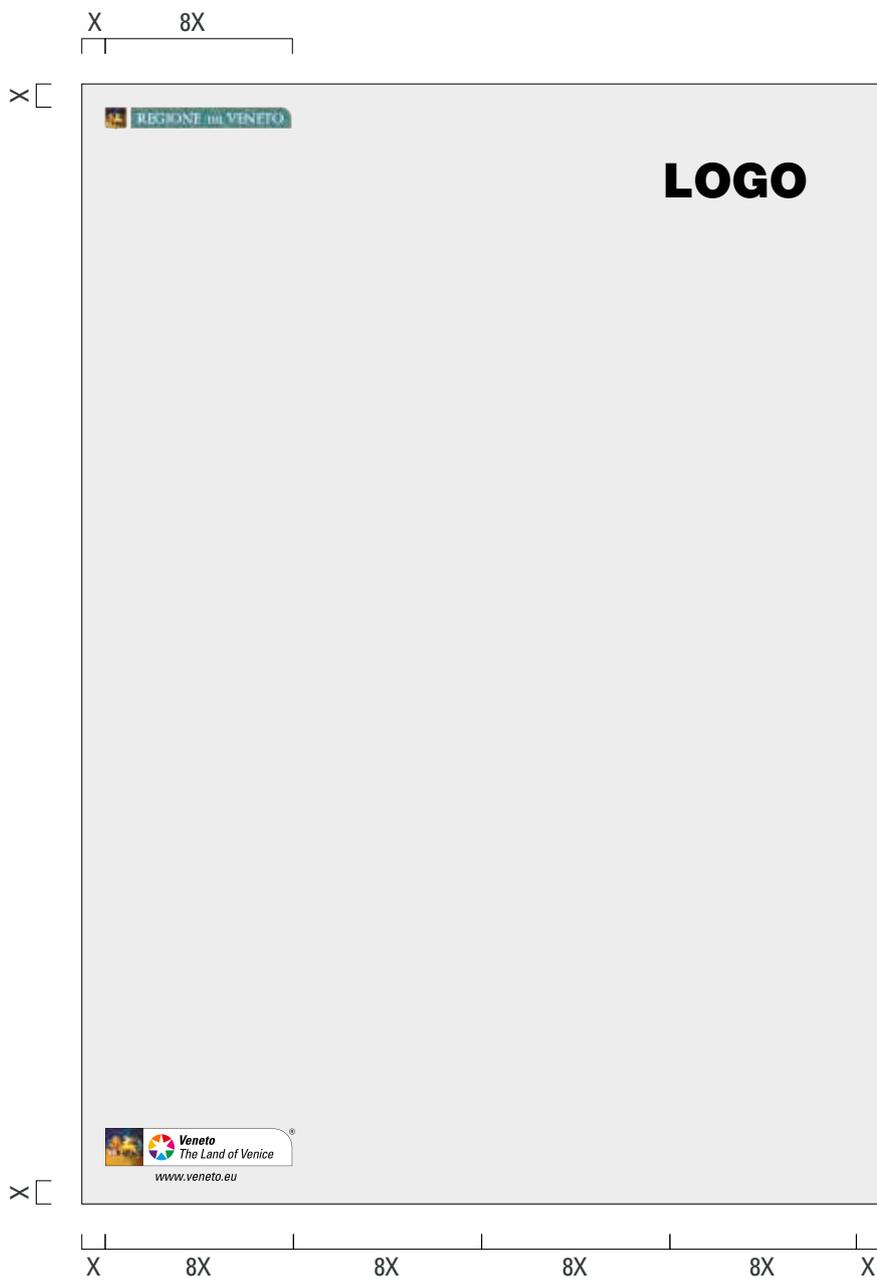
Materiale prodotto da altri enti pubblici
realizzato anche con fondi comunitari.
Il marchio Turismo Veneto viene
posizionato sempre in basso a sinistra.
I loghi istituzionali conservano la loro
collocazione originaria.



Materiale prodotto dalle Strutture associate e da altri soggetti realizzato con fondi propri. Il marchio Turismo Veneto viene posizionato sempre in basso a sinistra. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.



Materiale prodotto dalle Strutture associate e da altri soggetti realizzato anche con fondi regionali. Il marchio Turismo Veneto viene posizionato sempre in basso a sinistra. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.



L'impaginazione del marchio Turismo Veneto negli stampati di corrispondenza segue una gabbia grafica molto pulita, dove sono previsti gli spazi di inserimento degli estremi societari, del testo e del marchio Regione del Veneto. In questo manuale sono contemplati alcuni elementi base dell'identità coordinata del settore Turismo, quali: carta da lettere (primo e secondo foglio), buste e copertina fax. È previsto l'utilizzo del marchio anche da parte di altri enti o strutture collegate nei propri stampati di corrispondenza.

Il marchio Turismo Veneto è collocato
in basso a sinistra. I loghi istituzionali
conservano la loro collocazione originaria.

LOGO ISTITUZIONALE

Spett.le
Studio Bianchi
Cannaregio 1234
30121 Venezia

C.a.
dottor Bianchi

Venezia, 15 ottobre 2005

re: Impostazione grafica della nuova carta da lettere.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisicing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum.

Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium doloremque laudantium, totam rem aperiam, eaque ipsa quae ab illo inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt explicabo. Nemo enim ipsam voluptatem quia voluptas sit aspernatur aut odit aut fugit, sed quia consequuntur magni dolores eos qui ratione voluptatem sequi nesciunt.

Neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit, sed quia non numquam eius modi tempora incidunt ut labore et dolore magnam aliquam quaerat voluptatem. Ut enim ad minima veniam, quis nostrum exercitationem ullam corporis suscipit laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi consequatur? Quis autem vel eum iure reprehenderit qui in ea voluptate velit esse quam nihil molestiae consequatur, vel illum qui dolorem eum fugiat quo voluptas nulla pariatur?
Distinti saluti.

Mario Rossi

Il marchio Turismo Veneto è collocato
in basso a sinistra. I loghi istituzionali
conservano la loro collocazione originaria.

LOGO ISTITUZIONALE

LOGO ISTITUZIONALE



Il marchio Turismo Veneto è collocato in basso a sinistra con declinazione del leone marciano in bianco e nero. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.

LOGO ISTITUZIONALE



Il marchio Turismo Veneto deve rispettare, anche nella promozione pubblicitaria, delle regole di posizionamento. Negli esempi che seguono vengono contemplate diverse casistiche di formati, sia per le pagine stampa che per altri materiali promozionali.

Negli **spot televisivi** il marchio Turismo Veneto viene inserito alla fine, al centro dello schermo e su fondo bianco. A seguire, sempre al centro e su fondo bianco, i tre stemmi istituzionali dell'Unione Europea, della Repubblica Italiana e della Regione del Veneto.

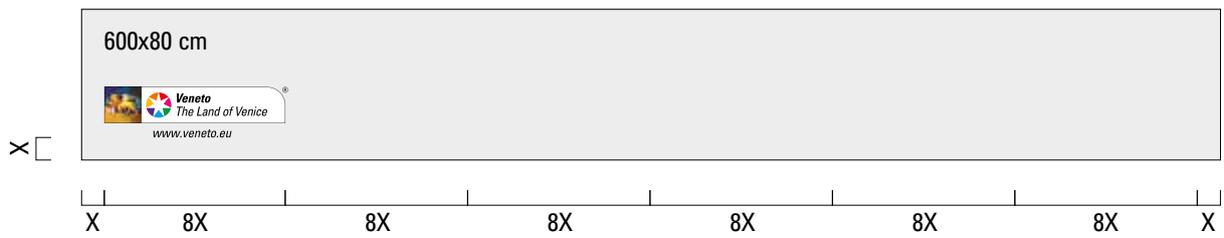
In chiusura degli **spot radiofonici**, invece, deve essere inserita la seguente frase: "realizzato con il contributo dell'Unione Europea e della Regione del Veneto"

35x50 cm
70x100 cm



X [

X 8X 8X 8X X



200x250 cm

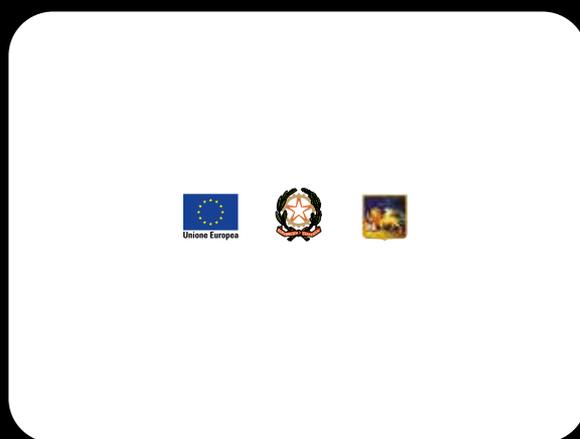


X [

X 8X 8X 8X 8X X

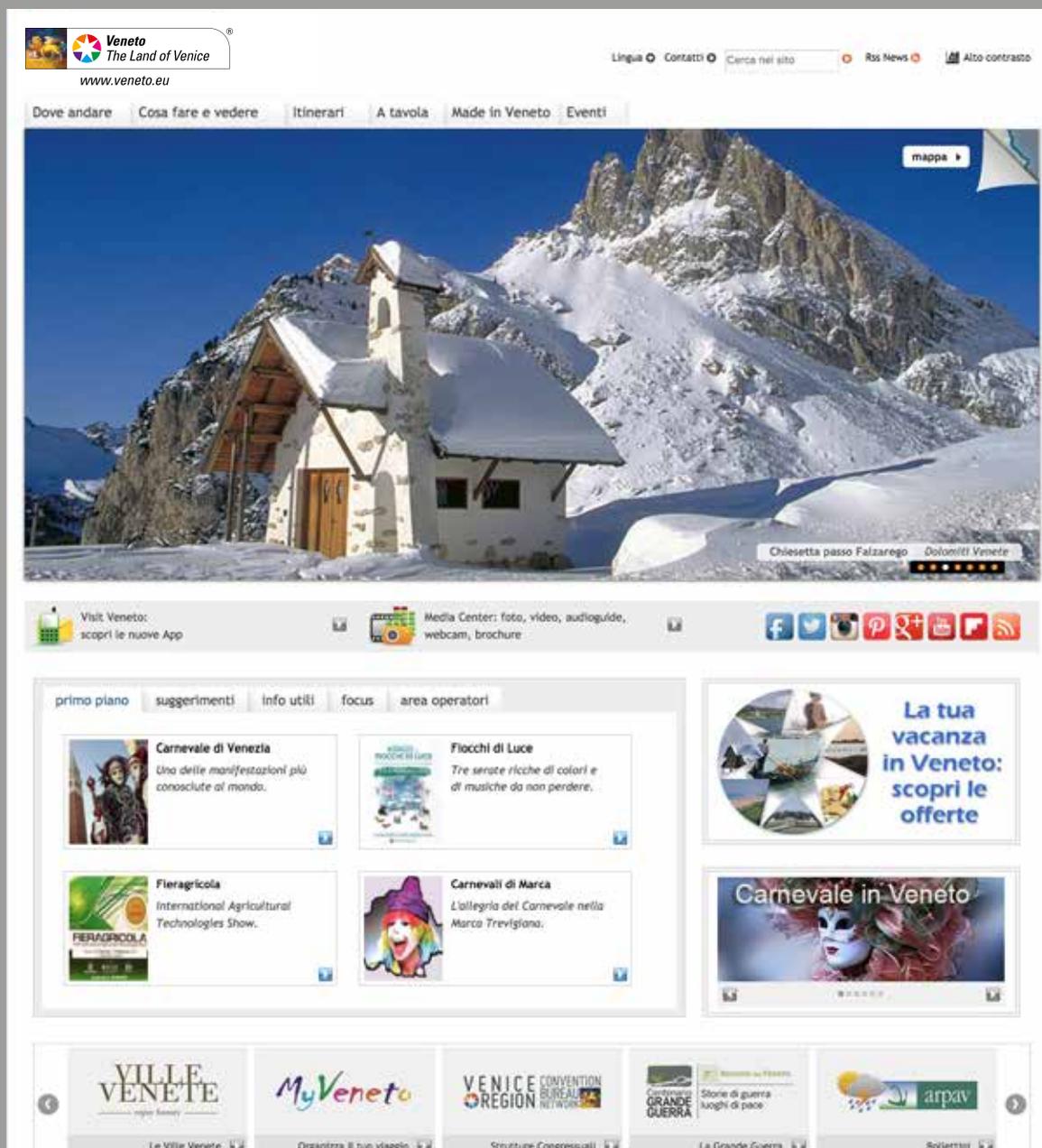


Nei video realizzati dalla Regione del Veneto con i fondi comunitari, il marchio Turismo Veneto deve essere posizionato al centro dello schermo su fondo bianco. In sequenza, i tre marchi istituzionali dell'Unione Europea, della Repubblica Italiana e della Regione del Veneto.



Il marchio può essere posizionato nelle pagine web della Regione del Veneto, o di altri soggetti collegati, come link di approfondimento. Devono essere rispettate le dimensioni minime e le distanze di sicurezza da altri marchi. Nei siti dei soggetti collegati, il marchio va posizionato preferibilmente in basso a sinistra, cercando di mantenere una coerenza grafica con la griglia del sito.

Solo sul portale turistico del Veneto è possibile utilizzare il marchio in alto a sinistra. Nei siti dei soggetti collegati, il marchio va posizionato preferibilmente in basso a sinistra, cercando di mantenere una coerenza grafica con la griglia del sito.



Il posizionamento del marchio nel sito istituzionale della Regione del Veneto deve rispettare l'allineamento della colonna di testo sulla destra della pagina web.

The screenshot displays the official website of the Regione del Veneto. At the top, there is a navigation bar with the regional logo and the text 'REGIONE DEL VENETO'. A search bar with the placeholder 'Ricerca nel sito...' and a 'CERCA' button is located on the right. Below the navigation bar, a horizontal menu lists various sections: 'la REGIONE', 'PERCORSI', 'SERVIZI', 'BANDI, AVVISI e CONCORSI', 'BOLLETTINO UFFICIALE', 'NORMATIVA', and 'URP'. The main content area features a large banner for 'ELEVATOR CAMP' with the headline 'Elevator camp: valorizzare le competenze attraverso il digitale'. The banner includes a graphic of a colorful elephant and text describing the event as a training course promoted by the Region of Veneto, held from January 30 to February 1. To the right of the banner is a profile of Luca Zaia, the President of the Region, with a photo and text: 'LUCA ZAIA L'area del Presidente, con interviste, approfondimenti e curriculum.' Below the banner, there is a section titled 'elenco news primo piano' which is divided into three columns. The first column, 'IN EVIDENZA', lists three items: 'Complesso immobiliare denominato "Castello del Catajo"', 'Docenze in materia di contratti pubblici', and 'Informazioni utili in caso di incidente stradale causato da animali selvatici'. The second column, 'COMUNICATI STAMPA', lists three items: 'PROTEZIONE CIVILE. CONTINUANO A PIENO RITMO I CORSI DI FORMAZIONE.', 'PESCA SPORTIVA: DA REGIONE VENETO 800 MILA EURO PER FORMAZIONE PESCATORI E TUTELA FAUNA...', and 'SPECIFICITÀ DI BELLUNO. ASSESSORE REGIONALE: "BELLUNO PIU' FORTE SOLO IN UN VENETO PIU' ...'. The third column contains a graphic for 'AUTONOMIA DEL VENETO' and a logo for 'Veneto The Land of Venice' with the website 'www.veneto.eu'. At the bottom of the page, there are sections for 'AMMINISTRAZIONE TRASPARENTE', 'Palazzo Balbi Per un dialogo con i giovani', and 'SPV SUPERSTRADA PEDEMONTANA VENETA'. A referendum notice for 'REFERENDUM INDIPENDENZA DEL VENETO - MODALITA' PER LA RESTITUZIONE SOMME VERSATE' is also visible at the bottom center.

Il marchio Turismo Veneto all'interno della pagina web di un sito collegato, va inserito preferibilmente in basso a sinistra, cercando di mantenere una coerenza grafica con la griglia del sito.



