



FONDAZIONE
DI PIACENZA
E VIGEVANO



IL LOGO

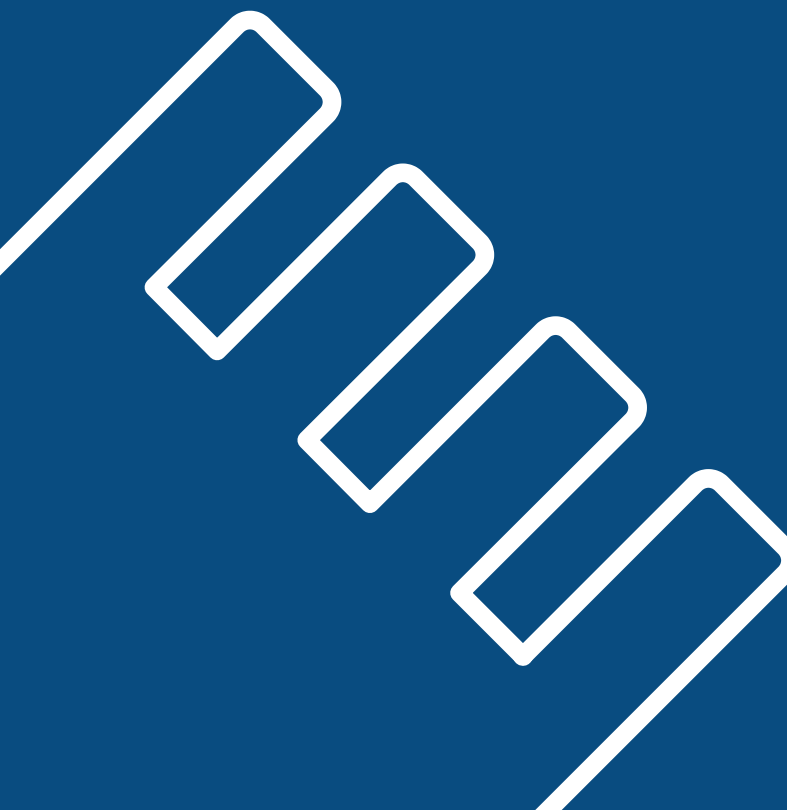
manuale d'applicazione del logo
e dell'identità visiva
dicembre 2023

indice



il marchio	3
versioni del marchio	6
principi d'uso del marchio	9
font istituzionali	20
file	25

01. il marchio



Elementi costitutivi del marchio sono il logo,
i colori e la tipografia.
Insieme a elementi secondari (grafica, illustrazioni, fotografia e icone)
costituiscono la visual identity,
un modo per spiegare qualcosa di ciò che siamo
e dei nostri valori.

Affinché questo racconto sia coerente e riconoscibile,
chiediamo a chiunque utilizzi il nostro marchio
di seguire con cura queste semplici linee guida.

01.1 STORIA



FONDAZIONE
DI PIACENZA E VIGEVANO

La Fondazione di Piacenza e Vigevano
- formalmente istituita nel 1991 - è la
continuazione storica della Cassa di
Risparmio di Piacenza e Vigevano.

Nei primi anni di attività utilizzò il marchio
dell'istituto di credito; fu solo fra il 1998 e il
1999, quando il processo di separazione dalla
Cassa fu completato, che la Fondazione di
Piacenza e Vigevano si dotò di un marchio
proprio.

Ispirato a una formella della città di Piacenza,
di forma quadrata, riportava la data di
istituzione della Fondazione (1991), lo stemma
della città di Piacenza e una cornice di stelle
ispirate alla bandiera europea.

01.2 IL MARCHIO ATTUALE



CONCEPT

L'attuale logo della Fondazione è l'esito di un restyling del marchio storico dell'ente, realizzato al fine di renderlo più funzionale, essenziale e contemporaneo senza minarne la riconoscibilità e il patrimonio di notorietà.

Il lavoro di redesign ha consentito di:

- renderlo **lavorabile** con qualsiasi programma di grafica.
- **semplificarlo e stilizzarlo**, per una maggiore versatilità e leggibilità nel piccolo formato
- **declinarlo** in più formati, per un uso più flessibile anche sui media digitali e social.
- **codificarne gli elementi**, costitutivi, dalle linee ai colori, dalle fonti ai formati.

02. versioni del marchio



02.1 PRINCIPALE



02.2 SECONDARIO



QUANDO USARE IL LOGO PRINCIPALE

La versione orizzontale del marchio è quella da preferire ogni volta che le condizioni di spazio e visibilità lo consentano.

QUANDO USARE IL LOGO SECONDARIO

Si può utilizzare la versione verticale del marchio, più compatta, qualora il logo debba essere inserito in un'impaginazione a sviluppo particolarmente verticale o in spazi molto ridotti, che comprometterebbero la leggibilità della versione orizzontale.

02.3 MONOCROMATICO NERO



02.4 NEGATIVO



Nel caso di utilizzo su fondo nero, il logo deve essere adottato nella versione in negativa.

Il marchio monocolore mantiene stile e versatilità, e deve essere riprodotto come nell'esempio riportato, in modo che risultino ben evidenziati gli elementi che lo compongono.

03. principi d'uso del marchio



03.1 AREA DI RISPETTO



La zona delimitata dal rettangolo con la traccia grigia rappresenta l'area di rispetto: è la porzione di spazio che non può essere occupata da testi, immagini o altri elementi grafici. Questo concorre a garantire la leggibilità del logo in tutte le diverse applicazioni.

Lo schema seguente mostra come l'altezza della bandiera stilizzata sia da intendersi come parametro per la definizione dell'area di rispetto.



03.2 LEGGIBILITÀ E RIDUZIONI



55 mm



30 mm
larghezza minima
consentita



40 mm



20 mm
larghezza minima
consentita

PROVE DI RIDUZIONE DEL MARCHIO

In questa tavola sono indicati i fattori di riduzione del marchio consentiti per le due versioni orizzontale e verticale, affinché sia mantenuta una corretta leggibilità.

Il rimpicciolimento del logo orizzontale non dovrà determinare una dimensione inferiore ai 30 mm di larghezza.

Il logo verticale non dovrà mai essere ridotto al di sotto dei 20 mm di larghezza.

03.3 COLORI ISTITUZIONALI

ROSSO

PANTONE: CHILLI PEPPER 19-1557

CMYK: C25 M100 Y73 K21

RGB: R161 G24 B49

WEB: #a11530

BLU

PANTONE: CLASSIC BLUE 19-4052

CMYK: C98 M70 Y24 K8

RGB: R9 G76 B128

WEB: #014b80

Gli specchietti illustrano i colori istituzionali del logo: il rosso e il blu.

Lo schema riporta i codici per le applicazioni più frequenti.

03.4 USI CORRETTI



FONDO COLORATO SCURO

Su fondi colorati scuri è opportuno utilizzare il logo nella versione in bianco, per ottenere un elevato contrasto e mantenere la leggibilità.

FONDO COLORATO MEDIO

Su fondi colorati medi utilizzare la versione monocromatica nera.

FONDO COLORATO CHIARO

Su fondo colorato molto chiaro è concesso l'utilizzo del marchio colorato, a condizione che se ne preservi la leggibilità.

FOTOGRAFIE

L'utilizzo del logo su fotografie è accettabile, purché vi sia un contrasto sufficiente per distinguere chiaramente il logo dallo sfondo.

La scelta dei colori del marchio dovrà seguire le regole di seguito riportate.

Foto con tonalità scure: versione bianca.

Foto con tonalità chiare: versione a colori. È raccomandata l'applicazione su porzioni con sfondo il più possibile uniformi e lineari.

03.5 DIVIETI DI UTILIZZO



ERRORI DI UTILIZZO

L'uso del marchio deve rispettare rigidamente le indicazioni fornite in queste pagine.

Si chiede di evitare assolutamente di sostituire i caratteri, deformare il logo, cambiare i colori, l'ordine e le proporzioni fra egli elementi.

In caso di dubbi sull'applicazione del marchio è sempre possibile contattare gli uffici di Fondazione di Piacenza e Vigevano per un consulto:

comunicazione@lafondazione.com

03.6 DIVIETI DI UTILIZZO SU SFONDI

Altri esempi di errato utilizzo del marchio.



posizionare su sfondo colorato troppo scuro



posizionare su pattern



aggiungere contorni di colore



aggiungere ombre

03.7 APPLICAZIONE DEL MARCHIO SU TARGHE DELLA FONDAZIONE



FONDAZIONE
DI PIACENZA
E VIGEVANO

uffici

orari:
9,00 | 13,00
14,00 | 18,00



FONDAZIONE
DI PIACENZA
E VIGEVANO

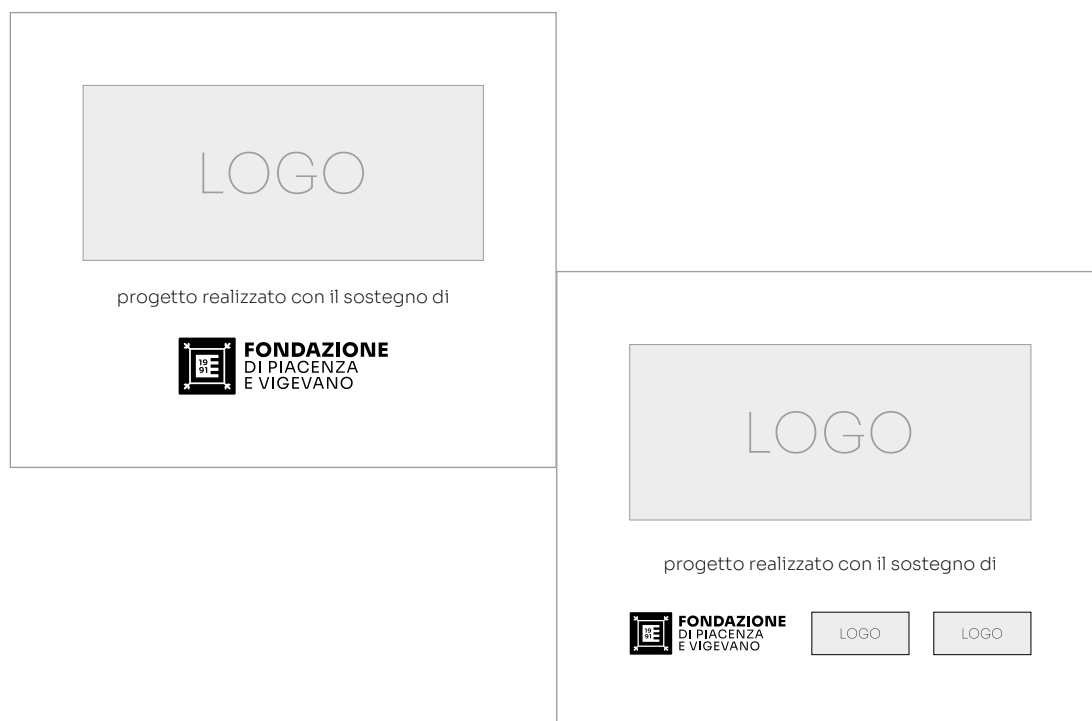
auditorium

Esempi di impaginazione delle targhe proprie della Fondazione di Piacenza e Vigevano.

Nel caso in cui nella targa compaia del testo questo dovrà essere sempre accompagnato dalle due righe orizzontali di spessore 7 punti. Il tutto dovrà essere allineato al logotipo e non al simbolo della Fondazione.

La font utilizzata sarà sempre Sora, nelle sue varianti.

03.8 APPLICAZIONE DEL MARCHIO SU TARGHE DI PROGETTI



Nel caso il marchio vada inserito in una targa, si raccomanda di adottare uno dei format consigliati.

LOGO SINGOLO

Quando il logo di Fondazione è l'unico presente sulla targa si predilige l'impaginazione qui riprodotta (esempio a sinistra).

LOGO ACCOMPAGNATO

Nel caso sia da affiancare ad altro marchio oppure a piede, si chiede di adottare la versione qui rappresentata (esempio a destra) e di mantenere l'area di rispetto prevista dalle presenti linee guida.

Prima dell'incisione o della stampa della targa, si prega di inviare la bozza in visione all'Ufficio Comunicazione della Fondazione di Piacenza e Vigevano:

comunicazione@lafondazione.com

03.9 INDICAZIONI PER I BENEFICIARI DI CONTRIBUTO

CORRETTE IN GRAFICA

1 Con il sostegno di



2 Con il contributo di



CORRETTE NEL TESTO:

1 Il progetto è sostenuto dalla Fondazione di Piacenza e Vigevano.

2 Il progetto è realizzato con il contributo della Fondazione di Piacenza e Vigevano.

Coloro che ricevono da parte della Fondazione di Piacenza e Vigevano un sostegno per la realizzazione delle proprie attività - in termini di erogazioni o come utilizzo gratuito degli spazi di proprietà dell'ente per incontri e iniziative - sono tenuti a indicare le diciture "con il sostegno di", "con il contributo di" come nella grafica indicata.

VERIFICA E APPROVAZIONE DELLE BOZZE

Per verificare il corretto utilizzo del marchio della Fondazione si richiede di sottoporre le bozze di tutti i propri materiali - con adeguato anticipo e prima della stampa o della diffusione on-line - all'Ufficio Comunicazione della Fondazione.

La mail a cui spedire i materiali è:
comunicazione@lafondazione.com

La divulgazione di materiali dovrà avvenire dopo l'approvazione delle bozze da parte dell'ente.

03.10 INDICAZIONI PER PROGETTI IN COLLABORAZIONE

CORRETTE IN GRAFICA

- 1** Evento promosso da



- 2** Evento promosso da



in collaborazione con



CORRETTE NEL TESTO:

- 1** L'evento è promosso dalla Fondazione di Piacenza e Vigevano e dall'ENTE X.

oppure


L'iniziativa è promossa dall'ENTE X e dalla Fondazione di Piacenza e Vigevano.

- 2** L'iniziativa è promossa dall'ENTE X, in collaborazione con la Fondazione di Piacenza e Vigevano.

Quando un evento è promosso o organizzato dalla Fondazione di Piacenza e Vigevano in partnership con un altro ente indicare come negli **specchietti 1** riportati a lato (in ordine variabile o alfabetico).

Quando l'evento è organizzato da un altro ente in stretta collaborazione con la Fondazione di Piacenza e Vigevano indicare come negli **specchietti 2** riportati a lato.

04. font istituzionali



Nel corso del lavoro di progettazione di un logo e di una brand image, per ottenere un risultato che sia insieme funzionale e d'impatto, la scelta delle fonti richiede particolare accuratezza.

Per aggiornare l'immagine della Fondazione di Piacenza e Vigevano senza interrompere il legame con il suo passato, si è scelto di adottare due fonti: SORA e LIBRE BASKERVILLE.

04.1 FONT PRIMARIA

SORA thin

SORA extralight

SORA light

SORA regular

SORA semibold

SORA bold

SORA extrabold

SORA, UN “BASTONI” ISTITUZIONALE MA CONTEMPORANEO.

Il carattere **SORA** si distingue da fonti simili, ma più mainstream e inflazionate, per il design di alcune lettere dalla foggia originale e a tratti informale.

Lo specchietto a lato illustra le possibili varianti della font primaria.

La font Sora può essere utilizzata nel testo in tutte le possibili declinazioni.

Per le titolazioni delle pagine e nel corpo del testo occorre usare la variante Light. Per i titoli principali è possibile ricorrere al Semibold e Bold, mentre la variante Thin è preferibile per i testi di dimensioni molto grandi.

FONDAZIONE
DI PIACENZA
E VIGEVANO

04.2 FONT SECONDARIA

LIBRE BASKERVILLE
regular

LIBRE BASKERVILLE
italic

LIBRE BASKERVILLE
bold

LIBRE BASKERVILLE, LA CLASSICA, SENZA TEMPO.

La fonte “graziata” **LIBRE BASKERVILLE** si caratterizza per un design classico e mantiene un legame solido con la storia visiva dell’ente.

È stata scelta per l’ottima resa estetica e la flessibilità anche su supporti digitali.

L’ABBINAMENTO DI SORA E LIBRE BASKERVILLE

L’incontro fra i due differenti stili, moderno e contemporaneo, produce un risultato gradevole e garantisce inoltre un’ottima flessibilità d’uso.

Entrambe le fonti assicurano ottima resa tipografica (su materiali stampati come lettere, gadget, volumi, manifesti, volantini) e nella comunicazione digitale (inviti digitali, web, social network).

SENZA VINCOLI D’UTILIZZO

Le due fonti SORA e LIBRE BASKERVILLE sono entrambe state selezionate dal database Google Fonts, e sono scaricabili al link <https://fonts.google.com>.

Sono perciò di libero accesso e possono essere scaricate e utilizzate senza vincoli. Adottarle è perciò molto semplice.

04.3 FONT ALTERNATIVA

ARIAL regular

ARIAL italic

ARIAL bold

ARIAL bold italic

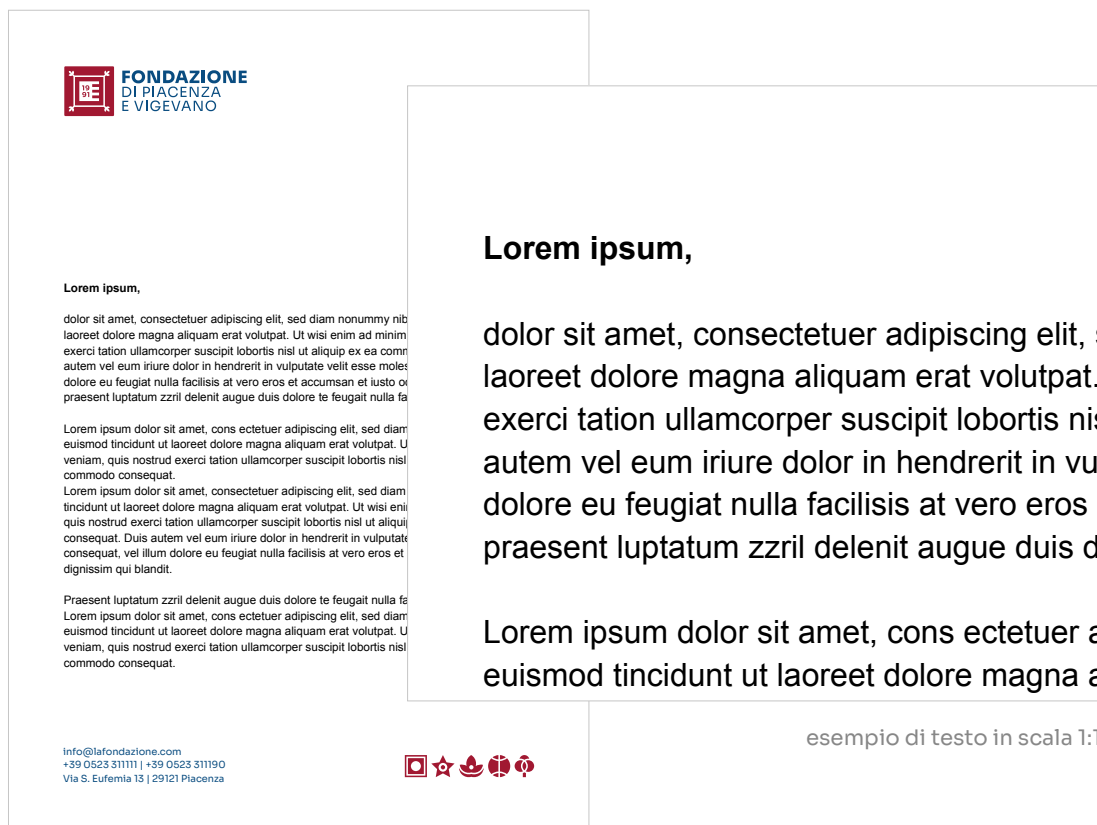
FONT PER DOCUMENTI, NEWSLETTER E DOCUMENTI DIGITALI

Nel caso di documenti da condividere o gestire in proprio, come la carta intestata, è possibile utilizzare nel corpo del testo la font **ARIAL**.

Si offre questa possibilità alternativa per semplificare la gestione quotidiana dei documenti.

Lo specchietto illustra le sue possibili varianti.

04.4 ESEMPIO DI DOCUMENTO DIGITALE



esempio di testo in scala 1:1

Riportiamo un esempio per la formattazione su carta intestata: illustra come utilizzare la font Arial nell'uso quotidiano.

Corpo della lettera: Arial 12 punti su interlinea 16 punti.

Potranno essere utilizzate le varianti italic, bold e bold italic a seconda delle necessità.

Per documenti realizzati in Word valutare l'interlinea singola o 1,5 a seconda delle necessità e della lunghezza del testo.

Per maggiore uniformità di stili e comunicazione si consiglia di utilizzare queste indicazioni per tutti i documenti prodotti dall'ente.

05. file



05.1 I FILE DIGITALI

FILE PNG

(Portable Network Graphics, formato di compressione per immagini che supporta l'uso di fondi trasparenti). File leggermente compresso, in RGB, con fondo trasparente, per web.

FILE PDF

(Portable Document Format, originato con programmi di grafica vettoriale). File da usare quando è necessario stampare il marchio - anche in dimensioni ingrandite - senza perdere di definizione (nota: è quello da inoltrare all'utilizzatore finale).

QUANDO USARE COSA

Queste specifiche sono destinate a un uso corretto dei file digitali contenuti nella cartella allegata al presente manuale, e non per uso generale.

19

FONDAZIONE DI PIACENZA E VIGEVANO
comunicazione@lafondazione.com

91

VIA S. EUFEMIA 13 | 29121 PIACENZA | +39 0523 311111
WWW.LAFONDAZIONE.COM