

UTILITÀ

Sistema di identità visiva

Regole generali per la riproduzione del marchio



IL MARCHIO

Il marchio di Utilità è rappresentato da un elemento grafico che richiama all'appartenenza al mondo Compagnia delle Opere e dalla scritta Utilità che identifica in modo chiaro ed inequivocabile la vocazione al servizio della società.

Nelle pagine successive verranno descritte le regole di utilizzo e le caratteristiche del marchio.

Il marchio non può essere in alcun modo modificato nelle sue proporzioni, usato parzialmente ad eccezione dei casi descritti in questo documento. La riproduzione del marchio deve avvenire utilizzando solo i supporti originali rilasciati dalla società o da uffici incaricati da essa.

Per evitare documenti dai risultati scadenti, non sono ammesse copie riprodotte da altre fonti non originali.

IL MARCHIO

VERSIONE A COLORI



Questo è l'abbinamento marchio- logotipo nelle proporzioni consentite. Il carattere scelto è l'Eurostile, ma non potrà mai essere composto elettronicamente o manualmente: infatti rispetto al disegno originale sono state apportate modifiche alla lettera "U" e "À". Sono state inoltre apportate correzioni ottiche in alternativa alla spaziatura automatica originale. Per questo motivo dovranno essere utilizzati sempre i file vettoriali che sono stati forniti. Per qualsiasi indicazioni relativa alla gestione del marchio, dei colori e delle spaziature, si dovrà fare riferimento unicamente a questa guida e ad eventuali aggiornamenti.

IL MARCHIO

VERSIONE A COLORI – VARIANTI CROMATICHE



Dal punto di vista cromatico è prevista una unica versione composta dal simbolo in blu e dalla scritta in verde. In nessun caso il marchio potrà essere riprodotto con un colore diverso dai due indicati qui sotto.



IL MARCHIO

VERSIONE A COLORI – CODICI COLORI



PANTONE 287 M

R = 0 G= 83 B= 155

C= 100 M=68 Y =0 K=12



PANTONE 355 M

R = 0 G= 169 B= 79

C= 94 M=0 Y =100 K=0



IL MARCHIO

VERSIONE CON IL PAY OFF

Il logo ha anche una versione con il pay off.

Il font utilizzato per la scritta del pay off è Din Regular



IL MARCHIO

VERSIONE BIANCO E NERO

Per esigenze particolari e specifiche (FAX, pubblicazioni monocromatiche, ...) il logo può essere utilizzato nella versione b/n

VERSIONE BIANCO



VERSIONE NERO



IL MARCHIO

FONT

I font utilizzati sono due:

EUROSTILE per la scritta del marchio

A B C D E F G H I L M N O P Q R S T U V Z
a b c d e f g h i l m n o p q r s t u v z

DIN REGULAR per il pay off

A B C D E F G H I L M N O P Q R S T U V Z
a b c d e f g h i l m n o p q r s t u v z



IL MARCHIO

SFONDO CHIARO

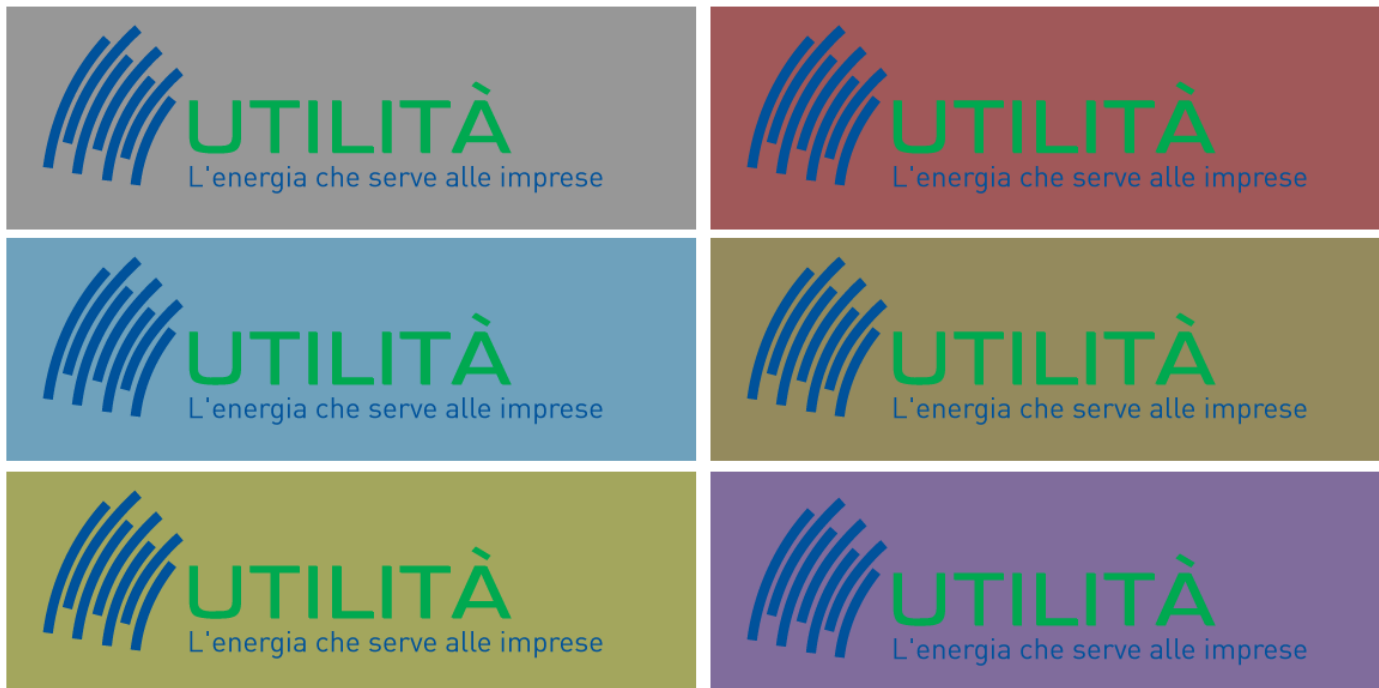
Se il logo viene utilizzato su sfondi chiari è possibile utilizzare la versione originale a colori.



IL MARCHIO

SFONDO SCURO

Se il logo viene utilizzato su sfondi scuri non si può utilizzare la versione a colori ma bisogna ricorrere alla versione negativa (vedi esempio slide successiva).



NO

IL MARCHIO

SFONDO SCURO

Se il logo viene utilizzato su sfondi scuri bisogna utilizzare la versione negativa, con il logo completamente bianco.



IL MARCHIO

SFONDO FOTOGRAFICO

E' comune buon senso non sovrapporre mai il marchio ad un'immagine ove esso limiti la leggibilità o non la faccia risaltare in modo appropriato. Fermo restando questo principio, nel caso in cui lo sfondo dove essere di tipo fotografico suggeriamo di inserire una fascia di colore uniforme. Se la foto lo permette e la visibilità del logo resta buona si può applicare alla fascia una trasparenza non inferiore al 80%.



IL MARCHIO

DIMENSIONI

Le proporzioni tra simbolo e scritta sono state accuratamente stabilite e hanno sempre la stessa posizione. Non esiste una versione verticale del logo.



La versione standard del logo può essere ridotta:

- In proporzione fino ad un minimo di 1,5 cm di larghezza nel caso di stampa di qualità
- In proporzione fino ad un minimo di 2 cm di larghezza nel caso di stampa di bassa qualità, fotocopia o fax



La versione del logo con pay off può essere ridotta:

- In proporzione fino ad un minimo di 2 cm di larghezza nel caso di stampa di qualità
- In proporzione fino ad un minimo di 2,5 cm di larghezza nel caso di stampa di bassa qualità, fotocopia o fax

IL MARCHIO

AREE DI RISPETTO

Sarebbe bene lasciare “respirare” il logo lasciando un’area di rispetto (vuota) pari a metà della distanza tra la scritta e la fine del logo ($a/2$). Questo sia che si tratti di scritte, immagine o altri elementi grafici.

VERSIONE STANDARD



IL MARCHIO

AREE DI RISPETTO

Anche per il logo con il payoff bisogna lasciare un'area di rispetto (vuota) pari a metà della distanza tra la scritta e la fine del logo ($a/2$). Questo sia che si tratti di scritte, immagine o altri elementi grafici.

VERSIONE CON PAYOFF

