

**PARCO NAZIONALE DELLO
STELVIO LOMBARDIA
CORPORATE DESIGN MANUAL
2021**



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSE
JOCH

**PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO
LOMBARDIA CORPORATE DESIGN MANUAL**

Una comunicazione unitaria per affermarsi come area modello di sviluppo sostenibile dell'arco alpino.

PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO – LA QUOTA NON È TUTTO

Nel Parco Nazionale dello Stelvio si alternano habitat naturali e paesaggi culturali utilizzati dall'uomo. Idilliaci villaggi di montagna, incastonati nella straordinaria natura di alta quota della seconda area protetta più grande dell'arco alpino, testimoniano lo stretto rapporto millenario tra uomo, animali e natura. Oggi come allora, i contadini di montagna producono nel pieno rispetto del loro habitat una varietà di prodotti regionali genuini e di altissima qualità e contribuiscono ogni giorno alla cura e alla conservazione del paesaggio alpino.

Proteggere questa ricchezza naturale, gli ecosistemi e la fauna in armonia con gli aspetti culturali, sociali ed economici è il compito più importante del Parco Nazionale. L'ampia gamma di strutture e offerte per i visitatori favorisce le pubbliche relazioni, l'informazione e l'educazione ambientale e promuove un turismo alternativo e sostenibile. Consapevoli di questa responsabilità, i comuni del Parco Nazionale mirano a presentarsi come un'area modello di

vita sostenibile nelle Alpi. L'uso attento delle risorse naturali e la rete di fornitori regionali costituiscono la base per lo sviluppo sostenibile nella regione alpina.

Una comunicazione unitaria rafforza il posizionamento del Parco Nazionale dello Stelvio come regione innovativa e sostenibile. L'obiettivo dichiarato è quello di aumentare la consapevolezza, rivolgersi a nuovi visitatori e promuovere i prodotti regionali e i circuiti economici. Questo Corporate Design Manual contiene le linee guida per la progettazione grafica con esempi di applicazione per i mezzi di comunicazione del Parco Nazionale dello Stelvio, allo scopo di dare un'immagine unitaria di tutti gli utilizzatori: l'Ufficio del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia, i centri visitatori e gli info point, comprese le loro agenzie di comunicazione, i grafici e i designer.

Vi auguriamo una buona progettazione!

INTRODUZIONE	3
---------------------	---

LEGENDA	6
----------------	---

MARCHIO OMBRELLO	7	
del Parco Nazionale dello	I colori	9
Stelvio Lombardia	Scala di grigi, line art e in negativo	11
	Dimensioni minime e applicazioni ridotte	12
	Aree di rispetto delle diverse applicazioni	13
	Utilizzo del marchio per i Social Media	14
	Marchio compatto	16
	Esempi errati di applicazione del marchio ombrello da evitare	18

GERARCHIA DEI MARCHI	21
-----------------------------	----

Organigramma e marchi	Organigramma	22
	I marchi	24

I MARCHI DI 2° E 3° LIVELLO	27
------------------------------------	----

del Parco Nazionale dello	Marchio di famiglia "Centri visitatori"	28
Stelvio Lombardia	Sotto-marchi centri visitatori	30
	Marchio "Alte Vie"	32
	Marchio "Prodotti Regionali"	34
	Marchio "Esperienze"	36
	Marchio "Ricerca scientifica"	38
	Marchio "Educazione ambientale"	40
	Marchi in negativo e line art	42
	Dimensioni minime dei marchi	43
	Marchi in scala di grigi	44
	Area di rispetto dei marchi	46
	Contatto tra area di rispetto dei marchi e immagine	47
	Esempi errati di applicazione dei marchi	48

CO-BRANDING CON IL MARCHIO**REGIONE LOMBARDIA**

		51
Linee guida ed esempi di applicazione	Co-branding orizzontale del marchio ombrello	52
	Co-branding verticale del marchio ombrello	54
	Co-branding orizzontale dei marchi di 2° e 3° livello	56
	Co-branding verticale dei marchi di 2° e 3° livello	58

PITTOGRAMMI

		61
del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia		

TIPOGRAFIA

		65
per le azioni di comunicazione del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia		

LINGUAGGIO VISIVO

		69
del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia		

STAMPATI

		75
del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia	Stampati, carta e formati	76
	Linea guida per la composizione di brochure:	
	Formato 1, 2, 5	78
	Formato 3	90
	Formato 4	94
	Formato 6	100
	Concetto grafico manifesti:	
	700 x 1.000 mm	104
	500 x 700 mm	106
	297 x 420 mm (DIN A3)	108
	1.000 x 700 mm	110
	700 x 500 mm	112
	420 x 297 mm (DIN A3)	114
	Esempi di stampati errati	116

PRESENTAZIONE POWER POINT

		119
del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia		

LEGENDA

I pittogrammi qui accanto servono per orientarsi e facilitano l'applicazione delle specifiche indicazioni nel manuale. Indicano le linee guida importanti che devono essere rispettate. Vi consigliamo di familiarizzarvi con il loro significato prima di iniziare il lavoro.



Specifiche vincolanti

Le linee guida o i layout indicati da questo simbolo devono essere assolutamente rispettati per applicare rigorosamente il Corporate Design.



File allegati

Le applicazioni sono contenute nella cartella allegata a questo manuale "Parco nazionale dello Stelvio Lombardia Corporate Design Manual". I formati disponibili sono indicati di volta in volta.



Da evitare

Gli esempi indicati da questo simbolo mostrano applicazioni e progettazioni errate, che devono essere assolutamente evitate.



Eccezione

Questo simbolo si riferisce ad eccezioni che valgono solo per l'esempio fornito e che devono essere applicate nel modo indicato.

MARCHIO OMBRELLO

del Parco Nazionale dello Stelvio

Lombardia

MARCHIO OMBRELLO DEL PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO LOMBARDIA

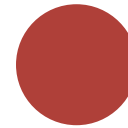
Il marchio ombrello è la base di tutte le applicazioni del marchio del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia. La sua identità viene mantenuta a tutti i livelli (famiglia di marchi, sotto-marchi e marchi tematici). Il marchio ombrello è stato riprodotto nella sua forma originale. In genere, viene sempre rappresentato su sfondo bianco in tutte le forme e a tutti i livelli di utilizzo. Il bianco, insieme ai colori del marchio, crea un quadro generale chiaro e fresco. Questo corporate design è stato sviluppato sulla base del corporate design del Parco Nazionale dello Stelvio Alto Adige.



Formati disponibili: EPS | PDF | JPG | PNG | SVG



I COLORI



C 35 M 90 Y 90 K 0
Pantone 7593 C | 167 U
R 174 G 55 B 44 | #ae372c
L 42 a 49 b 35

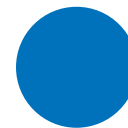
Sistema di colore RAL D2 Design

RAL 040 | 40 | 60

Pellicole adesive

Stampa digitale 4c Euroscala

C 35 M 90 Y 90 K 0



C 100 M 50 Y 0 K 0
Pantone 285 C | 300 U
R 0 G 104 B 180 | #0068b4
L 42 a -3 b -48

Sistema di colore RAL D2 Design

RAL 260 | 40 | 45

Pellicole adesive

Avery Dennison® Supreme Wrapping Film

Intense Blue

UTILIZZO DEL MARCHIO VERSIONE SCALA DI GRIGI, LINE ART E IN NEGATIVO

Le gradazioni (retino) mostrate qui vengono utilizzate per applicazioni in scala di grigi monocromatiche. L'applicazione line art viene utilizzata per riprodurre il marchio in un unico colore senza gradazioni, se il tipo di riproduzione consente l'utilizzo di un solo colore senza retino. Se non è possibile utilizzare uno sfondo bianco, il marchio può essere applicato eccezionalmente in negativo su uno sfondo nero esclusivamente all'85%.



Formati disponibili: EPS | PDF | JPG | PNG | SVG



SCALA DI GRIGI



LINE ART



NEGATIVO





DIMENSIONI MINIME E APPLICAZIONI RIDOTTE

Per garantire la leggibilità del marchio, sono state definite le seguenti dimensioni minime per le applicazioni di dimensioni ridotte: altezza 27 mm (per il web 200 px), larghezza in proporzione, vedi fig. 1. Queste dimensioni corrispondono alla riproduzione del marchio nella sua forma completa nelle dimensioni più piccole. Per tutte le applicazioni di altezza inferiore a 27 mm (per il web tra 200 e 50 px) viene utilizzato solo il marchio figurativo in forma ridotta. L'altezza minima del marchio figurativo in forma ridotta è 8 mm (per il web 50 px); questa è anche la dimensione minima del marchio ombrello, vedi figura 2.



A 27 mm
A 200 px

1



A 8 mm
A 50 px

2



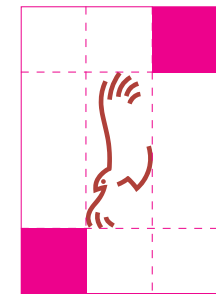
Formati disponibili: EPS | PDF | JPG | PNG | SVG

AREE DI RISPETTO DELLE DIVERSE APPLICAZIONI

Il concetto di design del marchio prevede uno spazio libero definito intorno al marchio, la cosiddetta area di rispetto, all'interno della quale non possono essere posizionati altri elementi. Questo riguarda il posizionamento del marchio su sfondo bianco. L'area di rispetto intorno al marchio corrisponde esattamente alla distanza tra i marchi denominativi italiani e tedeschi in rapporto alla dimensione del marchio (vedi figura 3). L'area di rispetto dell'applicazione più piccola corrisponde alla larghezza di questa applicazione del marchio (vedi figura 4).



3



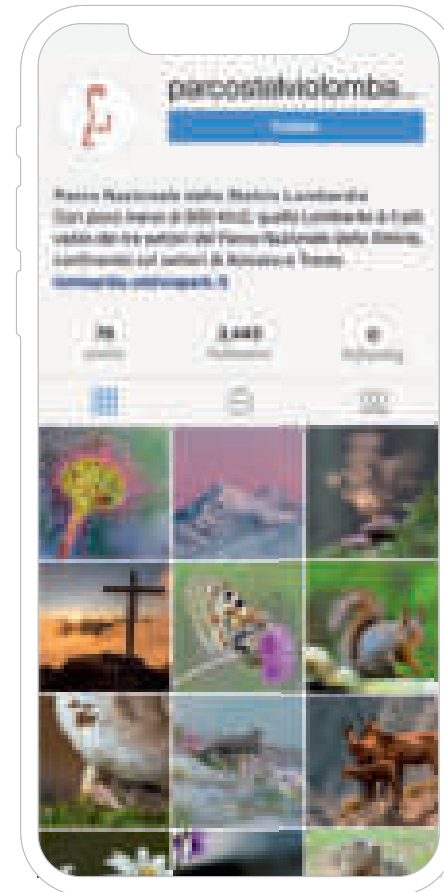
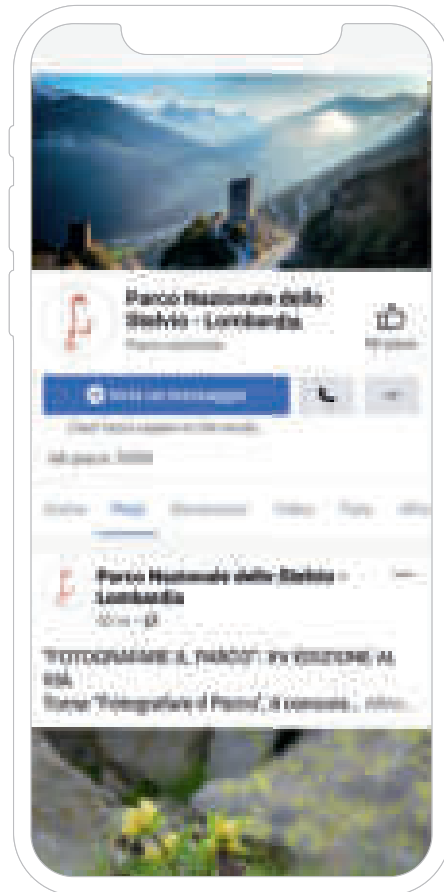
4

UTILIZZO DEL MARCHIO PER I SOCIAL MEDIA

Per quanto riguarda la comunicazione sui social media, per l'immagine del profilo consigliamo di utilizzare il marchio figurativo in forma ridotta, vedi figura accanto. Il marchio figurativo in forma ridotta va sempre utilizzato nel suo colore originale (rosso su sfondo bianco).



Formati disponibili: PNG | JPG





MARCHIO COMPATTO

L'utilizzo di questo marchio è previsto solo in situazioni di eccezione, come ad esempio in caso di superfici tonde. L'altezza minima del marchio compatto è 19 mm (per il web 140 px). In ogni caso, l'autorizzazione all'utilizzo di questo marchio deve essere richiesta per iscritto inviando una mail a: info@stelviopark.it. L'eventuale approvazione viene inviata anch'essa via mail.



Formati disponibili: EPS | PDF | JPG | PNG | SVG





A 19 mm
A 140 px



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

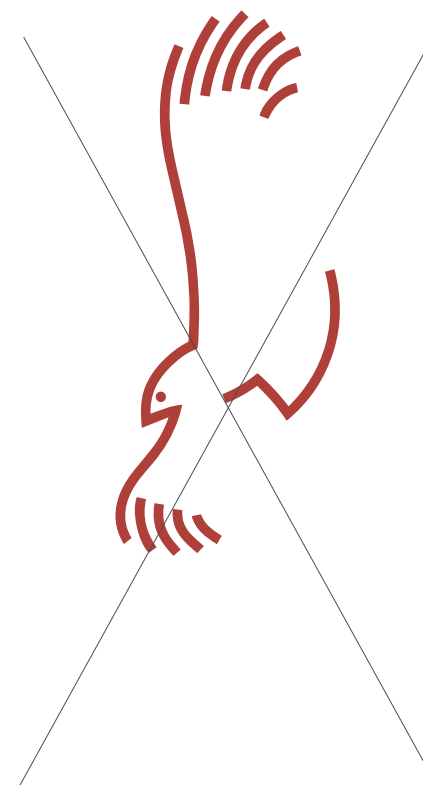
NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH



ESEMPI ERRATI DI APPLICAZIONE DEL MARCHIO OMBRELLO DA EVITARE

Qui accanto riportiamo alcuni esempi di applicazioni del marchio ombrello assolutamente da evitare.

- a.** Il marchio ombrello è costituito da un marchio figurativo e da un marchio denominativo e deve essere sempre presentato nel suo insieme. Fa eccezione la dimensione minima del marchio ombrello (vedi pag. 12).
- b.** Il posizionamento del marchio denominativo è errato.
- c.** I colori del marchio ombrello sono definiti in questo corporate design manual e devono quindi essere sempre mantenuti.
- d.** L'applicazione in positivo del marchio ombrello deve essere sempre posizionata su uno sfondo bianco.



a.



b.



c.



d.

GERARCHIA DEI MARCHI

Organigramma e marchi

ORGANIGRAMMA DELLA GERARCHIA DEI MARCHI DEL PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO LOMBARDIA

Le esigenze di comunicazione del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia sono molto estese a causa della sua complessità. Ciò richiede una chiara strutturazione della gerarchia dei marchi all'interno di questa organizzazione. Al primo livello c'è il marchio ombrello, che viene sempre utilizzato quando la comunicazione vuole avere un approccio olistico o quando riguarda l'intera area del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia. Al di sotto del marchio ombrello si colloca il secondo livello della gerarchia dei marchi, costituito dalla famiglia di marchi "Centri Visitatori" e dai marchi tematici "Alte Vie", "Prodotti Regionali", "Esperienze", "Ricerca Scientifica" ed "Educazione ambientale". Il marchio "Centri Visitatori" viene utilizzato ogniqualvolta la comunicazione riguarda tutte le strutture di questa famiglia (ad es. sulla copertina di una brochure dedicata a tutte e sei le strutture).

Come suggerisce il nome, i marchi tematici vengono utilizzati per i temi corrispondenti, ad es. sull'etichetta di un produttore (miele, artigianato, ecc.) del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia, su un opuscolo relativo alle attività di ricerca nell'area dello Stelvio, ecc. Il terzo livello è costituito dai sotto-marchi della famiglia di marchi "Centri Visitatori". Ognuna delle sei strutture deve avere un proprio marchio perché si tratta di organizzazioni separate all'interno del Parco Nazionale (ad es. facciata, pannello espositivo, brochure, volantino, ecc.). Il marchio più importante è il marchio ombrello. È presente ad ogni livello e in ogni applicazione al fine di garantire l'obiettivo centrale del posizionamento strategico, ovvero la sua convincente visibilità.

1° livello

2° livello

3° livello

CENTRI VISITATORI

**INFO POINT
TORRE ALBERTI**

**CENTRO VISITATORI
DI VALFURVA**

**MUSEO VALLIVO
DI VALFURVA**

**GIARDINO BOTANICO
ALPINO REZIA**

**AREA FAUNISTICA
DI PEZZO**

**RENT A BIKE
CANCANO**



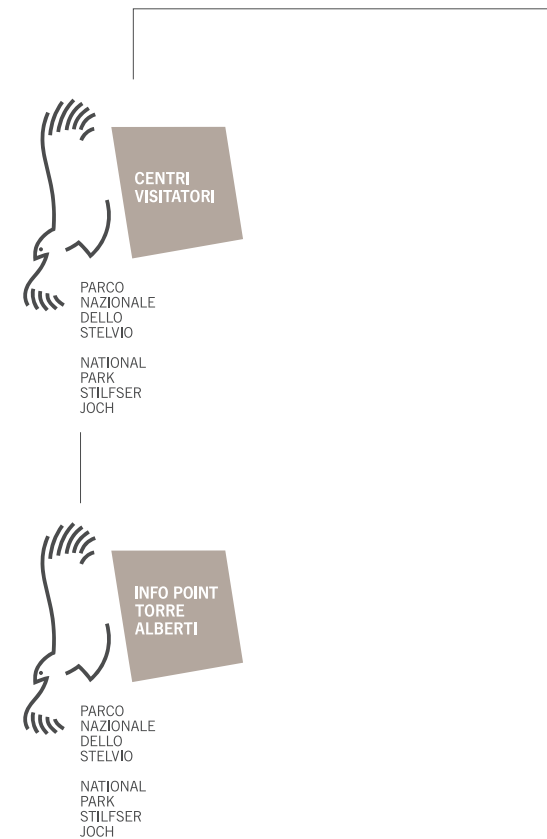
MARCHI DEL PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO LOMBARDIA

Questo organigramma mostra tutti e 3 i livelli dei marchi del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia: il marchio ombrello, la famiglia di marchi “Centri Visitatori”, i marchi tematici “Alte Vie”, “Prodotti Regionali”, “Esperienze”, “Ricerca Scientifica” e “Educazione Ambientale” e fornisce un esempio di applicazione di terzo livello con il sotto-marchio “Info Point Torre Alberti”. Tutti i marchi sono riprodotti nei loro colori originali.

1° livello

2° livello

3° livello





I MARCHI

DI 2° E 3° LIVELLO

del Parco Nazionale dello Stelvio
Lombardia

MARCHIO DI FAMIGLIA “CENTRI VISITATORI”

A destra abbiamo inserito il marchio di famiglia che comprende le sei strutture “Info Point Torre Alberti”, “Centro Visitatori di Valfurva”, “Museo Vallivo di Valfurva”, “Giardino Botanico Alpino Rezia”, “Area Faunistica di Pezzo” e “Rent a Bike Cancano”, con al vertice il marchio “Centri Visitatori”. Questa immagine viene utilizzata ogniqualvolta la comunicazione riguarda contemporaneamente tutte le strutture, come ad esempio sulla copertina di una brochure.



Formati disponibili: EPS | PDF | JPG | PNG | SVG



I COLORI



C 0 M 0 Y 0 K 85
Pantone 425 C | 426 U
R 74 G 74 B 74 | #4a4a4a
L 31 a 0 b 0

Sistema di colore RAL D2 Design

RAL 000 | 35 | 00

Pellicole adesive

Avery Dennison® Supreme Wrapping Film
Dark Grey



C 10 M 15 Y 20 K 25
Pantone 406 C | 406 U
R 189 G 179 B 169 | #bdb3a9
L 74 a 2 b 6

Sistema di colore RAL D2 Design

RAL 060 | 70 | 10

Pellicole adesive

Stampa digitale 4c Euroscala

C 10 M 15 Y 20 K 25

SOTTO-MARCHI CENTRI VISITATORI

A destra sono riportati i sotto-marchi di tutte e sei le strutture subordinate al marchio "Centri Visitatori". Questi vengono utilizzati ogniqualvolta la comunicazione riguarda una singola struttura, come ad esempio sul pannello informativo di una specifica struttura.



Formati disponibili: EPS | PDF | JPG | PNG | SVG



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH

MARCHIO “ALTE VIE”

Quello raffigurato qui accanto è il marchio tematico delle Alte Vie. È un sotto-marchio del marchio ombrello e viene utilizzato in tutte le comunicazioni che riguardano le alte vie del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia. Si trova al secondo livello della gerarchia dei marchi e viene utilizzato, ad esempio, sulla copertina di una brochure dedicata a tutti i percorsi in alta quota.



Formati disponibili: EPS | PDF | JPG | PNG | SVG



I COLORI



C 0 M 0 Y 0 K 85
Pantone 425 C | 426 U
R 74 G 74 B 74 | #4a4a4a
L 31 a 0 b 0

Sistema di colore RAL D2 Design

RAL 000 | 35 | 00

Pellicole adesive

Avery Dennison® Supreme Wrapping Film
Dark Grey



C 20 M 20 Y 45 K 15
Pantone 7502 C | 4525 U
R 190 G 177 B 138 | #beb18a
L 73 a 0 b 22

Sistema di colore RAL D2 Design

RAL 070 | 70 | 30

Pellicole adesive

Stampa digitale 4c Euroscala

C 20 M 20 Y 45 K 15

MARCHIO “PRODOTTI REGIONALI”

Quello raffigurato qui accanto è il marchio tematico “Prodotti Regionali”. È un sotto-marchio del marchio ombrello e viene utilizzato in tutte le comunicazioni che riguardano i prodotti e i servizi del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia. Si trova al secondo livello della gerarchia dei marchi e viene utilizzato, ad esempio, sulle etichette, ma anche su opuscoli, manifesti, ecc.



Formati disponibili: EPS | PDF | JPG | PNG | SVG



I COLORI



C 0 M 0 Y 0 K 85
Pantone 425 C | 426 U
R 74 G 74 B 74 | #4a4a4a
L 31 a 0 b 0

Sistema di colore RAL D2 Design

RAL 000 | 35 | 00

Pellicole adesive

Avery Dennison® Supreme Wrapping Film
Dark Grey



C 25 M 10 Y 30 K 10
Pantone 5655 C | 5655 U
R 189 G 197 B 176 | #bdc5b0
L 78 a -6 b 10

Sistema di colore RAL D2 Design

RAL 140 | 70 | 10

Pellicole adesive

Stampa digitale 4c Euroscala
C 25 M 10 Y 30 K 10

MARCHIO “ESPERIENZE”

Quello raffigurato qui accanto è il marchio tematico “Esperienze”. È un sotto-marchio del marchio ombrello e viene utilizzato in tutte le comunicazioni che riguardano le esperienze e gli eventi del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia. Si trova al secondo livello della gerarchia dei marchi e viene utilizzato ad esempio negli opuscoli e nei manifesti di eventi.



Formati disponibili: EPS | PDF | JPG | PNG | SVG



I COLORI



C 0 M 0 Y 0 K 85
Pantone 425 C | 426 U
R 74 G 74 B 74 | #4a4a4a
L 31 a 0 b 0

Sistema di colore RAL D2 Design

RAL 000 | 35 | 00

Pellicole adesive

Avery Dennison® Supreme Wrapping Film
Dark Grey



C 25 M 5 Y 0 K 20
Pantone 651 C | 651 U
R 172 G 193 B 210 | #acc1d2
L 77 a -5 b -11

Sistema di colore RAL D2 Design

RAL 250 | 70 | 15

Pellicole adesive

Stampa digitale 4c Euroscala
C 25 M 5 Y 0 K 20

MARCHIO “RICERCA SCIENTIFICA”

Quello raffigurato qui accanto è il marchio tematico “Ricerca Scientifica”. È un sotto-marchio del marchio ombrello e viene utilizzato in tutte le comunicazioni che riguardano i temi scientifici e le attività di ricerca nell’area del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia. Si trova al secondo livello della gerarchia dei marchi e viene utilizzato ad esempio nelle brochure, ecc.



Formati disponibili: *EPS | PDF | JPG | PNG | SVG*



I COLORI



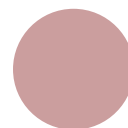
C 0 M 0 Y 0 K 85
Pantone 425 C | 426 U
R 74 G 74 B 74 | #4a4a4a
L 31 a 0 b 0

Sistema di colore RAL D2 Design

RAL 000 | 35 | 00

Pellicole adesive

Avery Dennison® Supreme Wrapping Film
Dark Grey



C 20 M 40 Y 30 K 0
Pantone 7633 C | 7633 U
R 209 G 165 B 164 | #d1a5a4
L 72 a 17 b 7

Sistema di colore RAL D2 Design

RAL 040 | 70 | 10

Pellicole adesive

Stampa digitale 4c Euroscala

C 20 M 40 Y 30 K 0

MARCHIO “EDUCAZIONE AMBIENTALE”

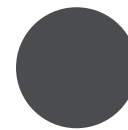
Quello raffigurato qui accanto è il marchio tematico “Educazione Ambientale”. È un sotto-marchio del marchio ombrello e viene utilizzato in tutte le comunicazioni di carattere divulgativo relative alla flora, alla fauna e alla geologia del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia. Si trova al secondo livello della gerarchia dei marchi e viene utilizzato ad esempio nelle brochure, ecc.



Formati disponibili: EPS | PDF | JPG | PNG | SVG



I COLORI



C 0 M 0 Y 0 K 85
Pantone 425 C | 426 U
R 74 G 74 B 74 | #4a4a4a
L 31 a 0 b 0

Sistema di colore RAL D2 Design

RAL 000 | 35 | 00

Pellicole adesive

Avery Dennison® Supreme Wrapping Film
Dark Grey



C 20 M 5 Y 15 K 25
Pantone 442 C | 442 U
R 174 G 185 B 181 | #aeb9b5
L 74 a -5 b 1

Sistema di colore RAL D2 Design

RAL 160 | 70 | 05

Pellicole adesive

Stampa digitale 4c Euroscala

C 20 M 5 Y 15 K 25

MARCHI DI 2° E 3° LIVELLO IN NEGATIVO E LINE ART

In linea di massima, il design di tutti i marchi del Parco Nazionale è concepito in modo che essi siano sempre visualizzati su uno sfondo bianco. Se ciò non dovesse essere possibile, i marchi possono essere eccezionalmente riprodotti in negativo, ma solo su uno sfondo con l'85% di nero.

La line art viene utilizzata per rappresentare il marchio in un unico colore e senza gradazioni. Questa versione si utilizza per le riproduzioni monocromatiche e nei casi in cui il tipo di riproduzione non consente l'uso del retino. Qui accanto forniamo un esempio con il marchio "Centri Visitatori" in negativo e in versione line art.



Formati disponibili: EPS | PDF | JPG | PNG | SVG



NEGATIVO



C 0 M 0 Y 0 K 85



A 34 mm
A 200 px

DIMENSIONI MINIME DEI MARCHI DI 2° E 3° LIVELLO

Per garantire la leggibilità dei marchi di 2° e 3° livello, sono state definite le seguenti dimensioni minime: altezza 34 mm (web 200 px), larghezza in proporzione, vedi figura in alto. Queste dimensioni corrispondono alla riproduzione di dimensioni più piccole dei marchi nella loro forma completa. Non sono previste riproduzioni di dimensioni inferiori.

LINEART



C 0 M 0 Y 0 K 100

MARCHI DI 2° E 3° LIVELLO IN SCALA DI GRIGI

Le applicazioni in scala di grigi dei singoli marchi del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia vengono utilizzate per la riproduzione monocromatica in gradazioni (retino). I valori cromatici sono identici per tutti i marchi di 2° e 3° livello.



I COLORI



Formati disponibili: EPS | PDF | JPG



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH

AREA DI RISPETTO DEI MARCHI DI 2° E 3° LIVELLO

Il concetto di design dei marchi prevede uno spazio libero definito intorno ai marchi, all'interno del quale non possono essere posizionati altri elementi. Questo riguarda il posizionamento del marchio su sfondo bianco. L'area di rispetto intorno al marchio corrisponde esattamente alla distanza tra "Parco Nazionale dello Stelvio" e "Nationalpark Stilfserjoch" in rapporto alla dimensione del marchio (vedi figura a lato, valida per tutti i marchi di 2° e 3° livello).





CONTATTO TRA AREA DI RISPETTO DEI MARCHI DI 2° E 3° LIVELLO E IMMAGINE

Sulla copertina delle brochure, sui manifesti e sui pannelli espositivi il corporate design prevede un punto di contatto tra l'immagine e i marchi di 2° e 3° livello. Ciò significa che in questi casi viene utilizzata l'area di rispetto del marchio ombrello (vedi figura accanto, valida per tutti i marchi di 2° e 3° livello).

Punto di contatto
Questo è il punto di incontro tra l'area di rispetto del marchio ombrello e l'inclinazione dell'immagine.

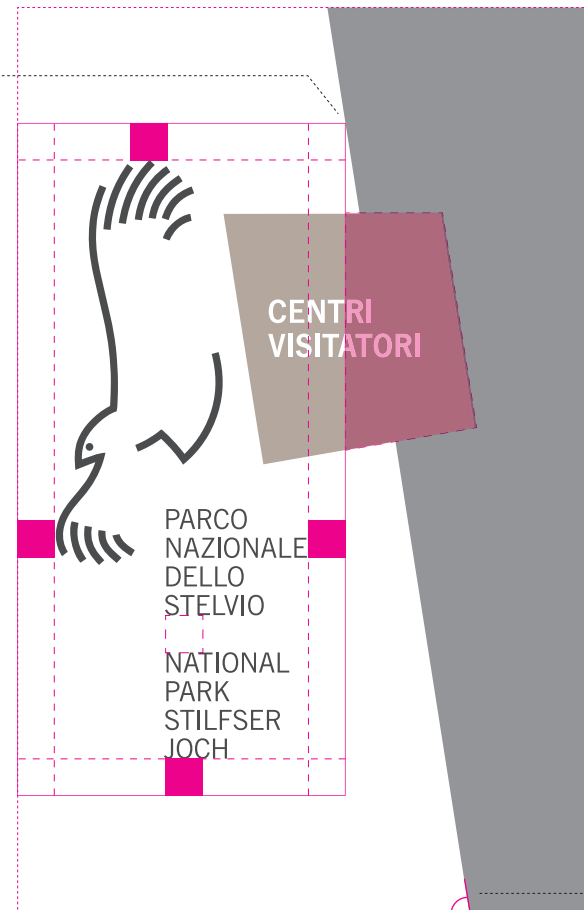


Immagine
Quest'area grigia corrisponde sempre ad una immagine contigua.



Angolo: 81°
L'angolo di inclinazione è sempre di 81°.



ESEMPI ERRATI DI APPLICAZIONE DEI MARCHI DI 2° E 3° LIVELLO

Qui accanto riportiamo alcuni esempi di applicazioni dei marchi di 2° e 3° livello assolutamente da evitare.

- a.** I marchi sono sempre costituiti da un'immagine e da due marchi denominativi e devono essere sempre rappresentati per intero (in questo caso manca il marchio denominativo "Parco Nazionale dello Stelvio | Nationalpark Stilserjoch").
- b.** I colori di questa applicazione del marchio sono sbagliati. Tutti i marchi sono sempre costituiti dalla versione monocromatica del marchio ombrello con l'85% di nero e dal colore dello sfondo del rispettivo settore.
- c.** I colori delle singole categorie di marchi sono definiti in questo corporate design manual e devono quindi essere sempre mantenuti. In questo caso per il marchio "Centri Visitatori" è stato erroneamente utilizzato il colore del marchio "Esperienze".
- d.** Per l'applicazione in positivo di tutti i marchi deve essere sempre utilizzato lo sfondo bianco. Fa eccezione l'applicazione del marchio con immagine contigua (vedi figura a pagina 47).



a.



b.



c.



d.

CO-BRANDING CON IL MARCHIO REGIONE LOMBARDIA

Linee guida ed esempi di applicazione



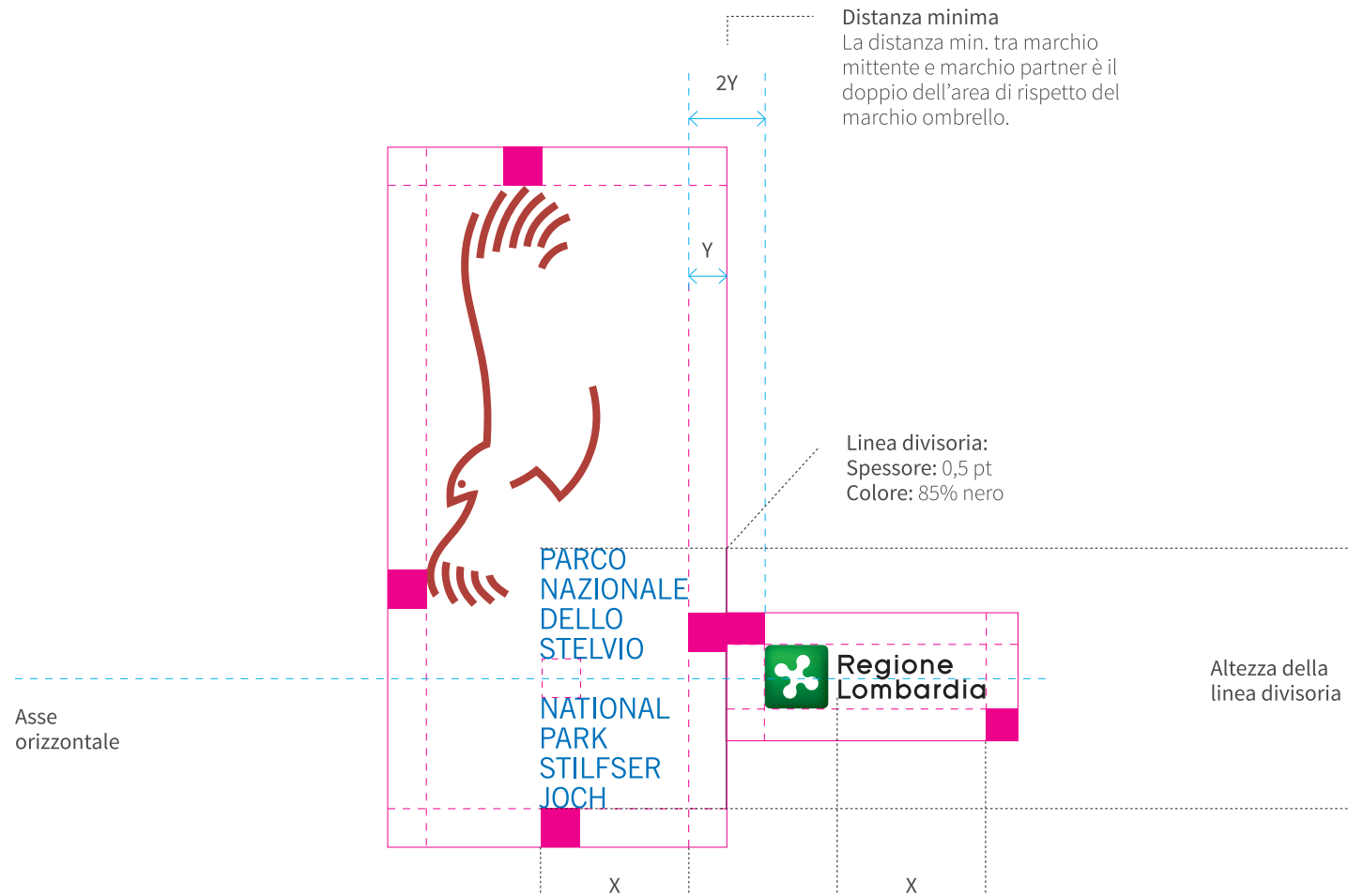
CO-BRANDING ORIZZONTALE DEL MARCHIO OMBRELLO

Nel co-branding orizzontale il marchio “Regione Lombardia” è posizionato sull’asse orizzontale centrale del marchio denominativo. La larghezza del marchio denominativo del marchio ombrello e quella del marchio partner “Regione Lombardia” sono uguali (vedi x nella figura 2).

La distanza minima tra i due marchi corrisponde al doppio dell’area di rispetto del marchio ombrello (vedi 2Y nella figura 2).

La linea divisoria verticale nera corrisponde all’altezza del marchio denominativo del marchio ombrello ed è posizionata al centro tra i due marchi. Questa linea viene utilizzata solo se i due marchi vengono riprodotti con la distanza minima prevista. Se la distanza tra i due marchi è maggiore della distanza minima qui definita, la linea divisoria viene omessa. Il marchio partner può quindi essere spostato a destra a piacimento e a discrezione del designer. È importante che sia sempre centrato sull’asse orizzontale centrale del marchio denominativo.







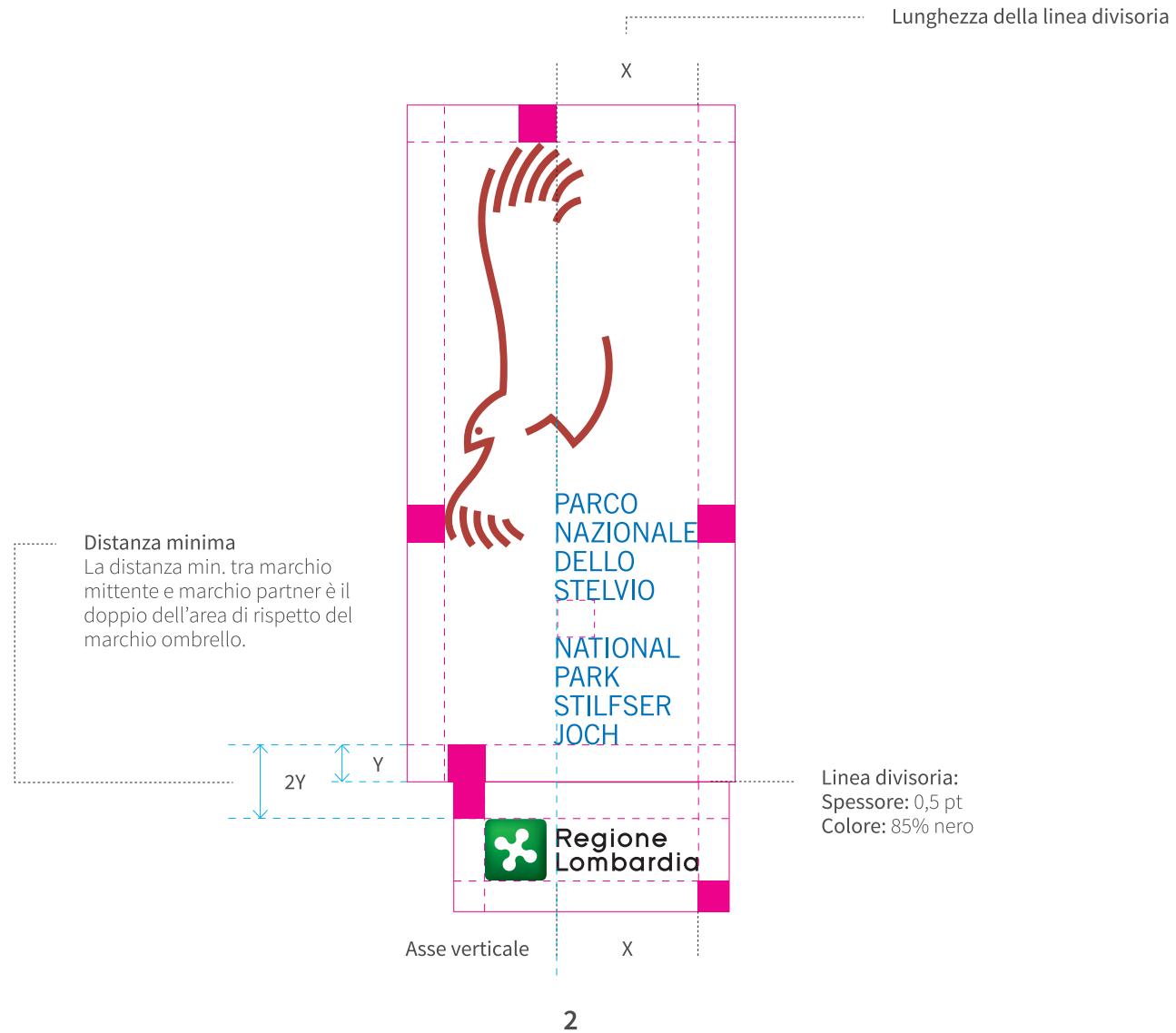
CO-BRANDING VERTICALE DEL MARCHIO OMBRELLO

I due marchi denominativi hanno esattamente la stessa larghezza (vedi x nella figura 2). La distanza minima tra i due marchi corrisponde al doppio dell'area di rispetto del marchio ombrello (vedi 2Y nella figura 2). La linea divisoria orizzontale nera corrisponde alla larghezza del marchio denominativo ed è posizionata al centro tra i due marchi. Questa linea viene utilizzata solo se i due marchi vengono riprodotti con la distanza minima prevista. Se la distanza tra i due marchi è maggiore della distanza minima qui definita, la linea divisoria viene omessa.



NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH





N.B.: Lo spessore della linea divisoria per la dimensione del co-branding qui sopra è di 0,5 pt. Questo spessore aumenta o diminuisce in proporzione alla dimensione dei due marchi.



CO-BRANDING ORIZZONTALE DEI MARCHI DI 2° E 3° LIVELLO

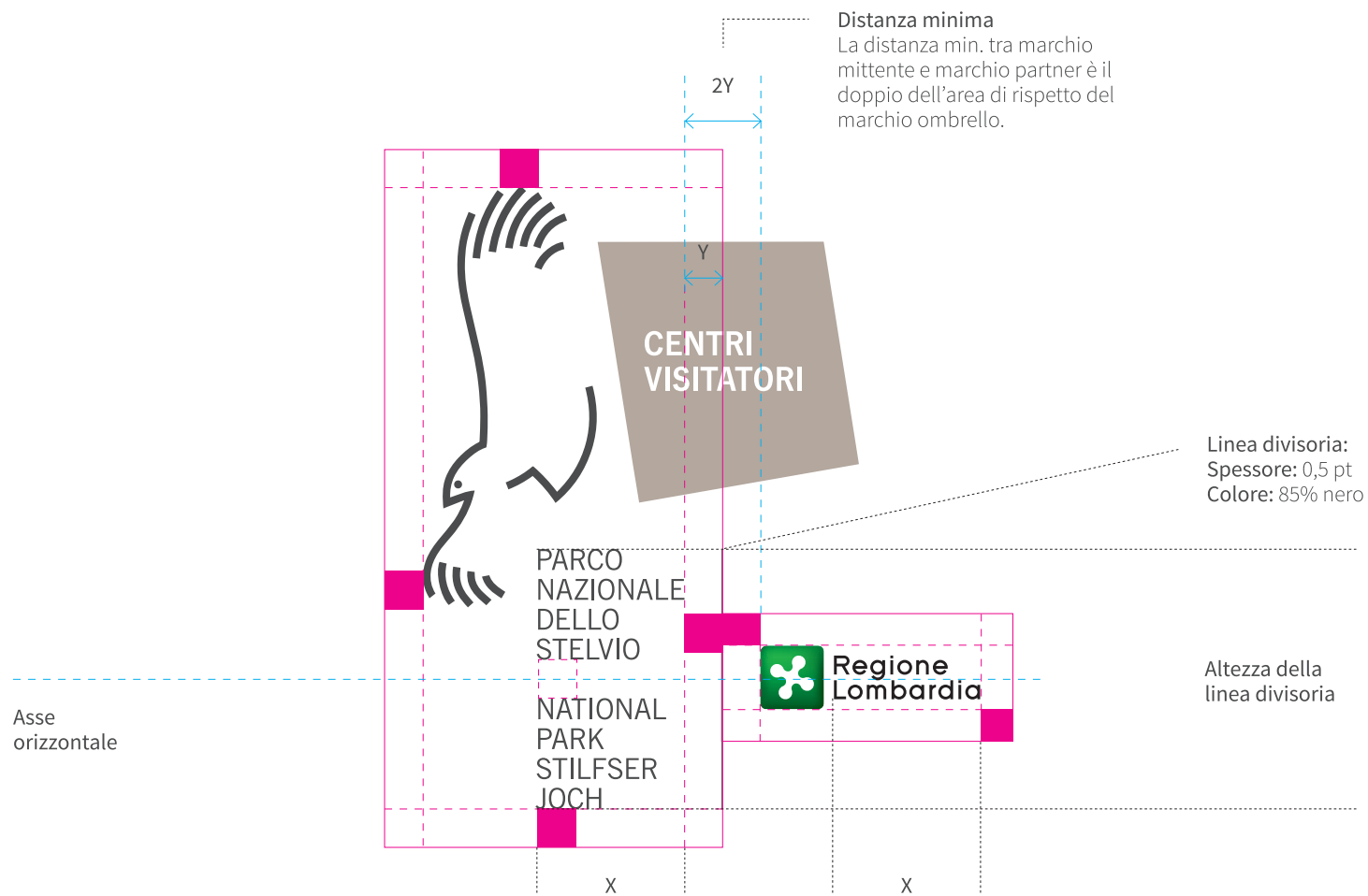
Nel co-branding orizzontale il marchio “Regione Lombardia” è posizionato sull’asse orizzontale centrale del marchio denominativo. La larghezza del marchio denominativo del relativo marchio e quella del marchio partner “Regione Lombardia” sono uguali (vedi x nella figura 2).

La distanza minima tra i due marchi corrisponde al doppio dell’area di rispetto del marchio mittente (vedi 2Y nella figura 2).

La linea divisoria verticale nera corrisponde all’altezza del marchio denominativo del marchio mittente ed è posizionata al centro tra i due marchi. Questa linea viene utilizzata solo se i due marchi vengono riprodotti con la distanza minima prevista. Se la distanza tra i due marchi è maggiore della distanza minima qui definita, la linea divisoria viene omessa. Il marchio partner può quindi essere spostato a destra a piacimento e a discrezione del designer. È importante che sia sempre centrato sull’asse orizzontale centrale del marchio denominativo.



1



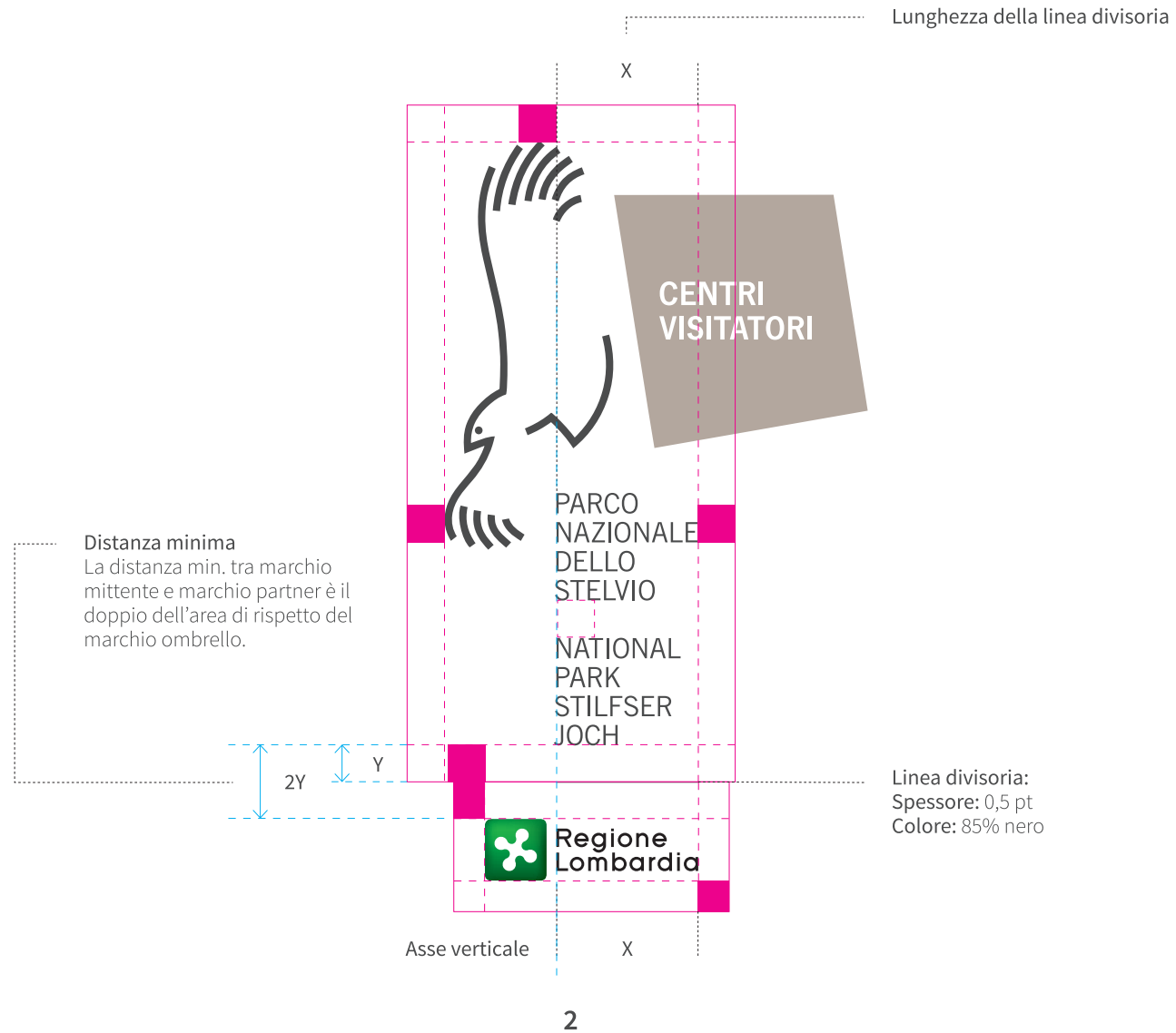
N.B.: Lo spessore della linea divisoria per la dimensione del co-branding qui sopra è di 0,5 pt. Questo spessore aumenta o diminuisce in proporzione alla dimensione dei due marchi.



CO-BRANDING VERTICALE DEI MARCHI DI 2° E 3° LIVELLO

I due marchi denominativi hanno esattamente la stessa larghezza (vedi x nella figura 2). La distanza minima tra i due marchi corrisponde al doppio dell'area di rispetto del marchio mittente (vedi 2Y nella figura 2). La linea divisoria orizzontale nera corrisponde alla larghezza del marchio denominativo ed è posizionata al centro tra i due marchi. Questa linea viene utilizzata solo se i due marchi vengono riprodotti con la distanza minima prevista. Se la distanza tra i due marchi è maggiore della distanza minima qui definita, la linea divisoria viene omessa.





N.B.: Lo spessore della linea divisoria per la dimensione del co-branding qui sopra è di 0,5 pt. Questo spessore aumenta o diminuisce in proporzione alla dimensione dei due marchi.

PITTOGRAMMI

del Parco Nazionale dello Stelvio

Lombardia

PITTOGRAMMI

I pittogrammi rendono la comunicazione più comprensibile e allo stesso tempo fungono da guida rapida. Vengono riprodotti negli stessi colori della gerarchia dei marchi (famiglia di marchi, sotto-marchi e marchi tematici) e riflettono la rispettiva categoria.



Formati disponibili: EPS | PDF | JPG | PNG | SVG



Centri visitatori



Info Point
Torre Alberti



Giardino botanico alpino
Rezia



Centro visitatori
di Valfurva



Area faunistica
di Pezzo



Museo vallivo
di Valfurva



Rent a bike
Cancano



Alte vie



Prodotti regionali



Esperienze



Ricerca scientifica



Educazione
ambientale



Ciclismo



Escursionismo

TIPOGRAFIA

per le azioni di comunicazione del Parco
Nazionale dello Stelvio Lombardia

TIPOGRAFIA

Per la composizione tipografica è disponibile la famiglia di font “Source Sans Pro” (vedi figure). I suoi numerosi tagli facilmente leggibili si adattano bene ai vari livelli di testo e al design. I dettagli relativi alle specifiche del font sono indicati a partire da pagina 79.

Questa famiglia di font è un font di Google e può quindi essere utilizzata online e offline senza problemi. Si può scaricare gratuitamente (vedi link qui di seguito).

Link per scaricare la famiglia di font “Source Sans Pro”

<https://fonts.google.com/specimen/Source+Sans+Pro>

Source Sans Pro ExtraLight

aA123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
 1234567890!@#\$%^&*();:;><?

Source Sans Pro Light

aA123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
 1234567890!@#\$%^&*();:;><?

Source Sans Pro ExtraLight Italic

aA123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
 1234567890!@#\$%^&*();:;><?

Source Sans Pro Light Italic

aA123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
 1234567890!@#\$%^&*();:;><?

Source Sans Pro Regular

aA123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890!@#\$%^&*();:;><?

Source Sans Pro Semibold

aA123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890!@#\$%^&*();:;><?

Source Sans Pro Bold

aA123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890!@#\$%^&*();:;><?

Source Sans Pro Black

aA123

abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890!@#\$%^&*();:;><?

Source Sans Pro Italic

aA123

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890!@#\$%^&*();:;><?*

Source Sans Pro Semibold Italic

aA123

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890!@#\$%^&*();:;><?*

Source Sans Pro Bold Italic

aA123

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890!@#\$%^&*();:;><?*

Source Sans Pro Black Italic

aA123

*abcdefghijklmnopqrstuvwxyäöüß
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÄÖÜ
1234567890!@#\$%^&*();:;><?*

LINGUAGGIO VISIVO

del Parco Nazionale dello Stelvio

Lombardia

LINGUAGGIO VISIVO PRIMAVERA-ESTATE

I colori naturali creano un'autentica atmosfera di benessere, soprattutto in estate. Il linguaggio visivo è diretto, moderno, emotivamente coinvolgente e autonomo. Una luce soffusa e naturale sottolinea il fascino del "Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia" in tutte le sue sfaccettature. L'obiettivo è ottenere una riproduzione bilanciata che rifletta l'interazione tra uomo, animali e natura.

Le immagini qui riportate sono tratte dal CD Manual del Parco Nazionale dello Stelvio Alto Adige. Fungono unicamente da esempio di linguaggio visivo e non possono essere utilizzate.



Da evitare: fotomontaggi, colori accesi, effetti cromatici nell'immagine, ombre dure, luce dura.



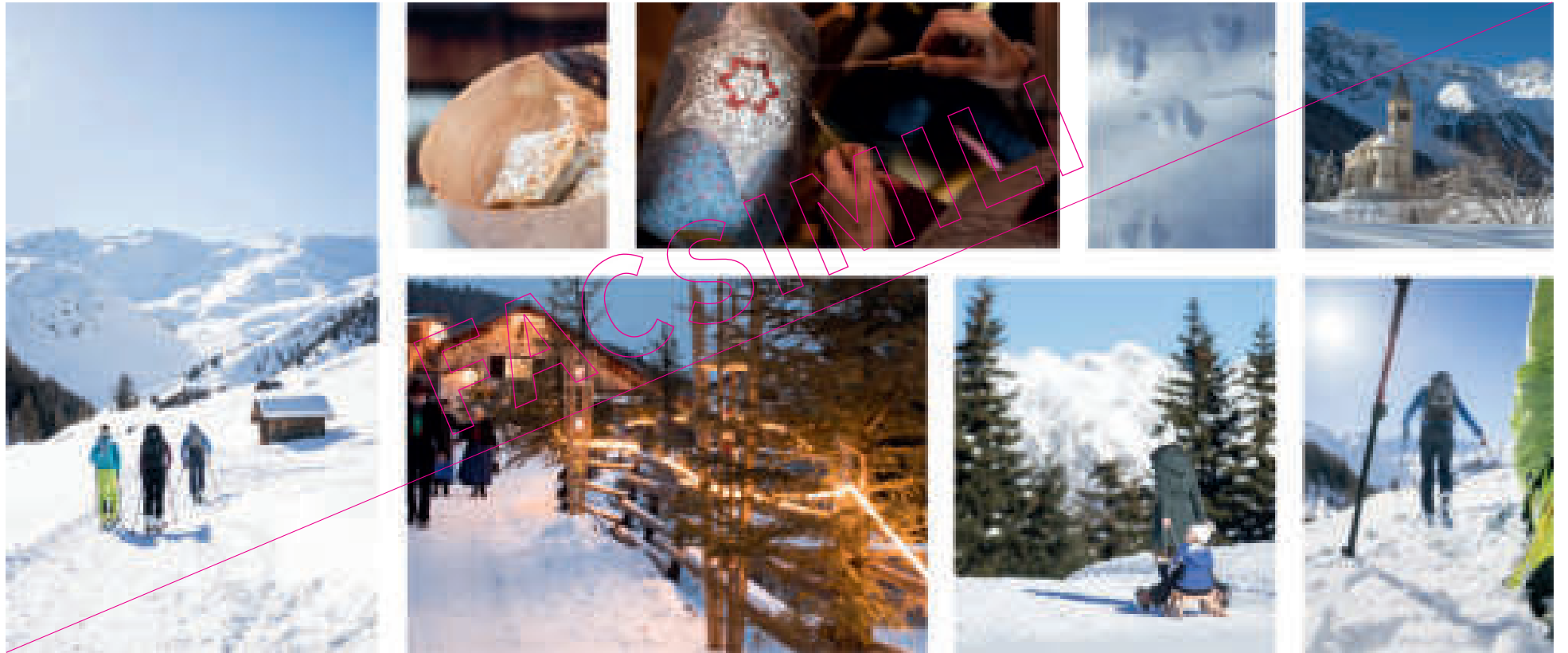
LINGUAGGIO VISIVO AUTUNNO-INVERNO

I colori chiari e naturali creano un autentico feeling invernale. Il linguaggio visivo è diretto, moderno, emotivamente coinvolgente e autonomo. Il fascino del “Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia” viene messo in risalto da luci soffuse e naturali. L’interazione bilanciata tra uomo, animali e natura si riflette nella rappresentazione multiforme.

Le immagini qui riportate sono tratte dal CD Manual del Parco Nazionale dello Stelvio Alto Adige. Fungono unicamente da esempio di linguaggio visivo e non possono essere utilizzate.



Da evitare: fotomontaggi, colori accesi, effetti cromatici nell’immagine, ombre dure, luce dura.



STAMPATI

del Parco Nazionale dello Stelvio
Lombardia

STAMPATI

I formati illustrati a destra costituiscono la base per tutti i tipi di stampa e possono essere riportati nei rispettivi mezzi di comunicazione. Per ogni applicazione occorre scegliere il formato più adatto. L'armoniosa visione d'insieme che ne risulta sottolinea l'immagine unitaria e l'associazione tra tutti i mezzi di comunicazione. Oltre alla gestione semplice ed intuitiva, l'utilizzo ottimale dei fogli stampati contribuisce a ridurre gli sprechi di carta.

CARTA E FORMATI

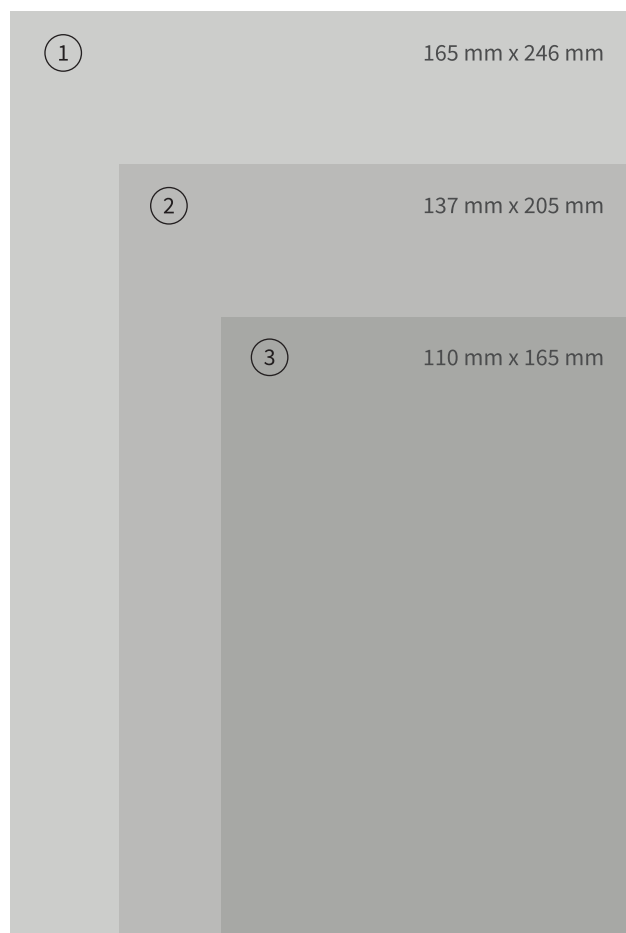
Naturalezza e genuinità sono i valori fondamentali del Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia, che si ritrovano nei tipi di carta scelti e possono essere vissuti al tatto.

Produttore: Fedrigoni

Carta: Arcoset White White, adatta per stampa offset e serigrafia
Carta certificata FSC. Carta naturale non patinata di alta qualità.

Carta alternativa alla carta Arcoset: Tauro Matt bianca senza pasta legno, offset

Formati: sono disponibili 6 formati standard per la pubblicazione, illustrati qui a destra.



Le immagini sono ridimensionate proporzionalmente.

LINEE GUIDA PER LA COMPOSIZIONE DI BROCHURE PER I FORMATI 1, 2, 5

COPERTINA

In linea generale, la brochure ha un formato verticale chiuso. Sulla copertina il marchio è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine di copertina della brochure è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore della pagina di copertina. Il marchio ombrello è posizionato in modo da rispettare la sua area di rispetto (vedi figura a destra). Il riquadro con lo sfondo rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo. La figura sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative al testo, a cui bisogna attenersi. Queste informazioni riguardano i formati 1, 2, 5.



Titolo applicazione monolingue:
 Source Sans Pro Bold
 Corpo: 18 pt
 Interlinea: 18 pt

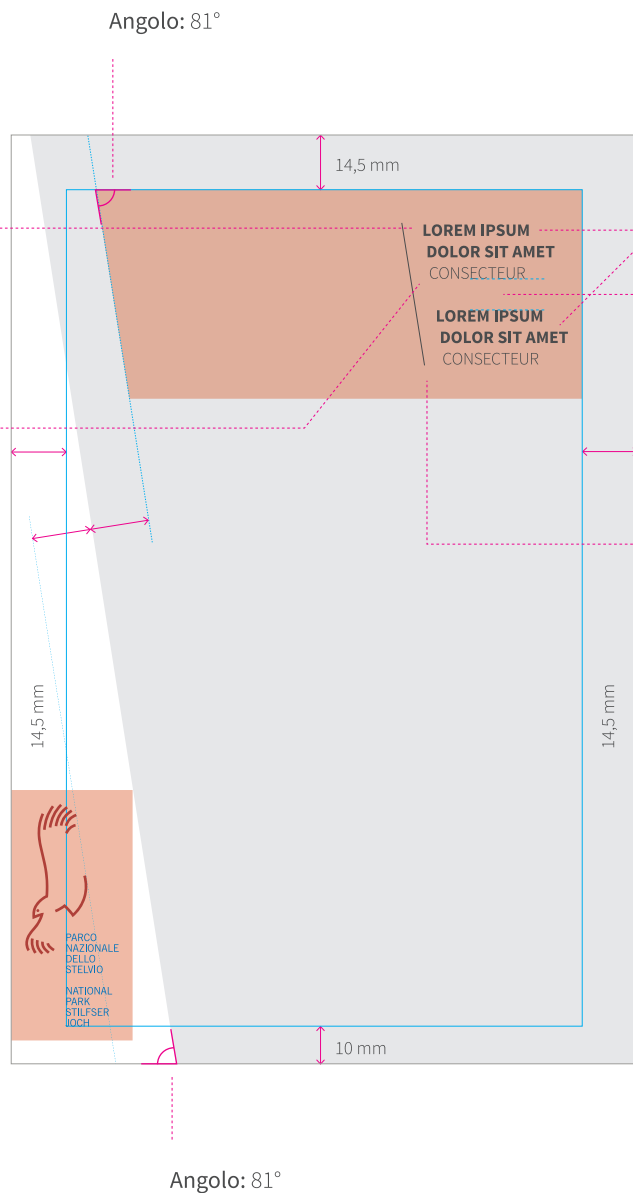
Titolo applicazione bilingue:
 Source Sans Pro Bold
 Corpo: 13 pt
 Interlinea: 16 pt

Sottotitolo per tutte le applicazioni linguistiche:
 Source Sans Pro Light
 Corpo: 13 pt
 Interlinea: 16 pt

Titolo e sottotitolo:
 Italiano
 Inglese

Interspazio tra le lingue: 13 pt

Linea:
 Spessore: 0,5 pt
 Angolo: 81°
 Colore: 85% nero



Colore del testo in positivo : 85% nero
 Queste informazioni si applicano ai formati 1, 2, 5.
 Formato 1 chiuso: 165 x 246 mm
 Formato 2 chiuso: 137 x 205 mm
 Formato 5 chiuso: 148 x 210 mm
 L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER I FORMATI 1, 2, 5

PAGINE INTERNE

Nelle pagine che seguono vengono forniti vari esempi di design di pagine interne. Come si evince dalle pagine di esempio mostrate in questo manuale, la composizione grafica lascia spazio libero sufficiente intorno all'immagine e al testo, a condizione che il volume di informazioni lo consenta. Le immagini possono essere ritagliate orizzontalmente o verticalmente con un angolo di 81° a discrezione del designer. La figura sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative al testo, a cui bisogna attenersi. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue e bilingue, nonché i formati 1, 2, 5.

Titolo:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 13 pt
Interlinea: 16 pt

Sottotitolo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 13 pt
Interlinea: 16 pt

Interspazio tra le lingue: 13 pt

Linea:
Spessore: 0,5 pt
Angolo: 81°
Colore: 85% nero

Titolo e sottotitolo:
Italiano
Inglese

Testo:
Italiano
Inglese

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.
AENEAN COMMODO LIGULA EGET DOLOR.

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.
AENEAN COMMODO LIGULA EGET DOLOR.

Eperferit faccum incius dem. Ignist, sin re dolectatur? Genda dolorument officia paris exerciae officipsani quiscipsam.

Quibus quo volecescipsa secum reicabitibus, is doluptur re que pro ipsanihil idipsusda eosanti oreptaque soluptatat volum estio. Sum ressimus eos volupta tinullut omnimusament odit, cuptasp iditaturis minvenimil ipsame doluptas atum re, nobita quias andem cume vernates vero te maionseque esequia nobita dest, ut re, ut aut occabor rovidis miliquis et velis aut ut ipsam il expel eius ditatec atesecestem aut doluptatur rehenimpelit dolorum volo odisti nectempost quam voluptaspic. Quidem earum qui adipsan disquunte es essim consequis explat et ut volut abor molore eiusam nonsequam elis mi, totatem que consequ amenit occuscil mi, solut pos cusamus, que volorio ssuntio quae. Nequo blabo. Ut rest, tem. Ut ut que et quia quatisq uuntisque consed quas et, conesseque con pore net Nemquidipsam desequeae et re cuptates reheniminus. Pistion pra in est odi nes et.

Eperferit faccum incius dem. Ignist, sin re dolectatur? Genda dolorument officia paris exerciae officipsani quiscipsam.

Quibus quo volecescipsa secum reicabitibus, is doluptur re que pro ipsanihil idipsusda eosanti oreptaque soluptatat volum estio. Sum ressimus eos volupta tinullut omnimusament odit, cuptasp iditaturis minvenimil ipsame doluptas atum re, nobita quias andem cume vernates vero te maionseque esequia nobita dest, ut re, ut aut occabor rovidis miliquis et velis aut ut ipsam il expel eius ditatec atesecestem aut doluptatur rehenimpelit dolorum volo odisti nectempost quam voluptaspic. Quidem earum qui adipsan disquunte es essim consequis explat et ut volut abor molore eiusam nonsequam elis mi, totatem que consequ amenit occuscil mi, solut pos cusamus, que volorio ssuntio quae. Nequo blabo. Ut rest, tem. Ut ut que et quia quatisq uuntisque consed quas et, conesseque con pore net Nemquidipsam desequeae et re cuptates reheniminus. Pistion pra in est odi nes et.

Linea:
Spessore: 0,5 pt
Angolo: 81°
Colore: C 100 M 50 Y 0 K 0

Sottotitolo:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 9 pt
Interlinea: 13,5 pt

Testo paragrafo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 9 pt
Interlinea: 13,5 pt

Linea:
Spessore: 0,5 pt
Colore: C 100 M 50 Y 0 K 0

Sottotitolo:
Source Sans Pro Bold ilalic
Corpo: 8 pt
Interlinea: 13,5 pt
Colore: C 100 M 50 Y 0 K 0

Testo:
Source Sans Pro Light Italic
Corpo: 8 pt
Interlinea: 13,5 pt

10 mm

Angolo: 81°



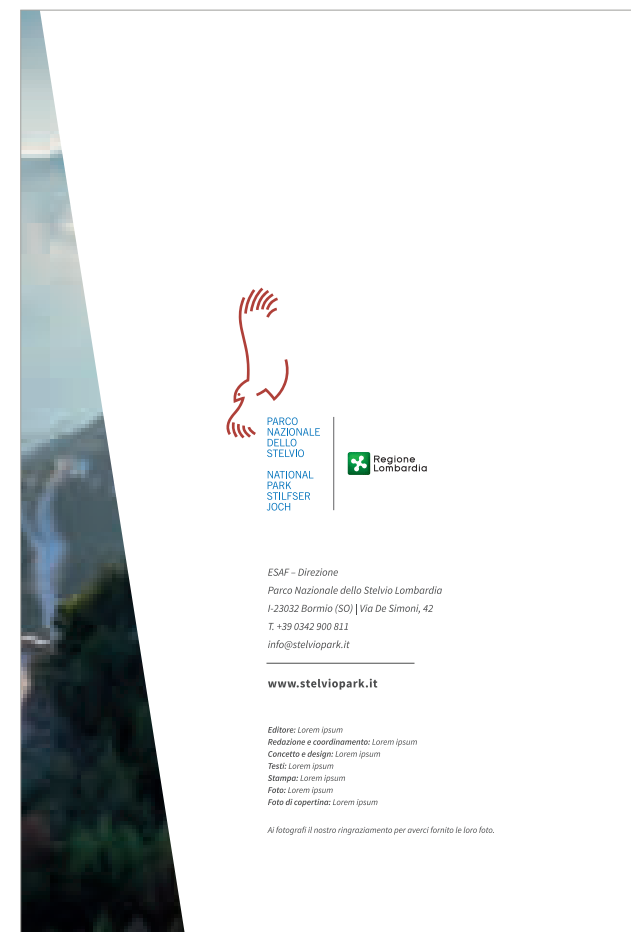
Colore testo: 85% nero. Queste informazioni riguardano i formati 1, 2, 5.

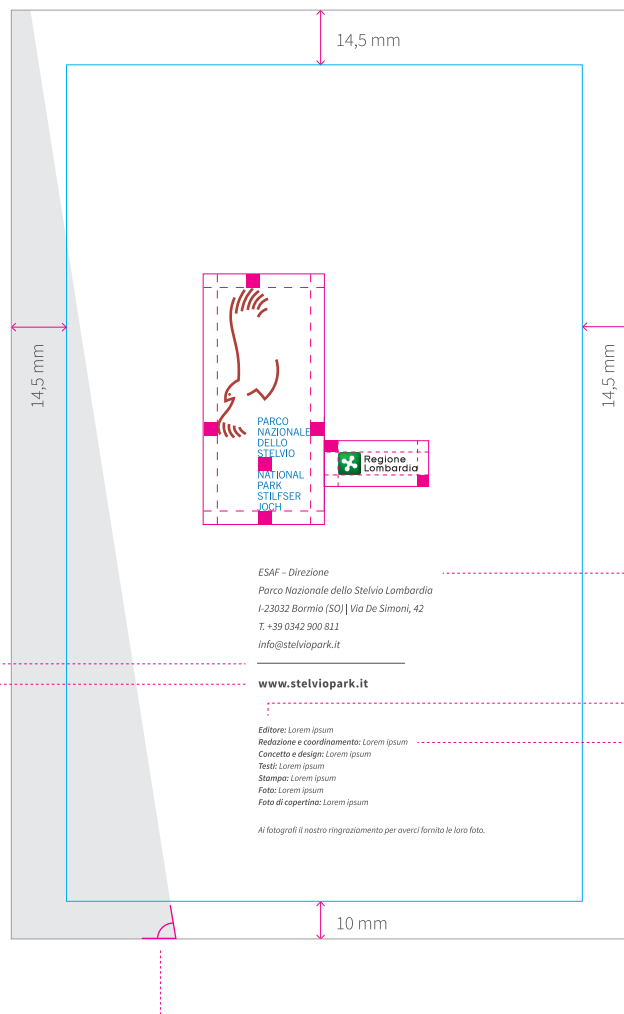
Formato 1 aperto: 330x246 mm. Formato 2 aperto: 274x205 mm. Formato 5 aperto: 297x210 mm. L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER I FORMATI 1, 2, 5 QUARTA DI COPERTINA

Sulla quarta di copertina la situazione è invertita rispetto a quella della prima di copertina. L'immagine si trova a sinistra, mentre sul lato destro sono posizionati, su sfondo bianco, il marchio (o i marchi in caso di co-branding) e i testi istituzionali, come ad esempio indirizzi, impressum, ecc. Il marchio ombrello ha le stesse dimensioni di quello sulla copertina.

L'immagine è ritagliata a destra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore della pagina. Il marchio ombrello è posizionato in modo da rispettare la sua area di rispetto (vedi figura a destra). La scheda tecnica sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative al testo, a cui bisogna attenersi. Queste informazioni riguardano i formati 1, 2, 5.





Linea:
Spessore: 0,5 pt
Colore: 85% nero

URL:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 9 pt

Testo:
Source Sans Pro Light Italic
Corpo: 8 pt
Interlinea: 13,5 pt

Titolo Impressum:
Source Sans Pro
Semibold Italic
Corpo: 6,5 pt
Interlinea: 9 pt

Testo Impressum:
Source Sans Pro Italic
Corpo: 6,5 pt
Interlinea: 9 pt

Angolo: 81°



Colore testo: 85% nero

Queste informazioni si applicano ai formati 1, 2, 5.

Formato 1 chiuso: 165 x 246 mm

Formato 2 chiuso: 137 x 205 mm

Formato 5 chiuso: 148 x 210 mm

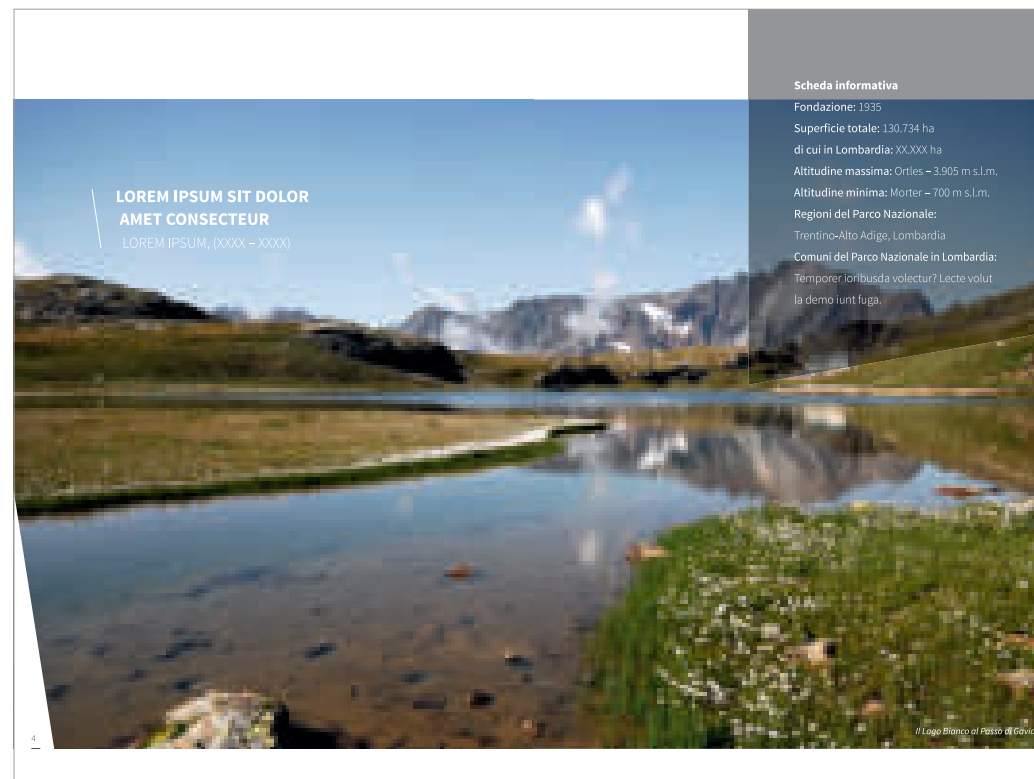
L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

**LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET,
CONSECTETUER ADIPISCING ELIT.
AENEAN COMMODO LIGULA EGET DOLOR.**

Quibus quo volecescipsa secum reicatus, is doluptur re que pro ipsanihil idipsusda eosanti oreptaque soluptatat volum estio. Sum ressimus eos volupta tinullut omnimusament odit, cuptasp iditaturis minvenimil ipsame doluptas atum re, nobita quas andem cume vernates vero quam voluptaspic.



Quibus quo volecescipsa secum reicatus, is doluptur re que pro ipsanihil idipsusda eosanti oreptaque soluptatat volum estio. Sum ressimus eos volupta tinullut omnimusament odit, cuptasp iditaturis minvenimil ipsame doluptas atum re, nobita quas andem cume vernates vero te maionseque esequia nobita dest, ut re, ut aut occabor rovidis miliquis et velis aut ut ipsam il expel eius ditatec atesecestem aut doluptatur rehenimpelit dolorum volo odisti nectempost quam voluptaspic.



Esempio di layout (monolingue) per il formato 2
Colore del testo in negativo: bianco





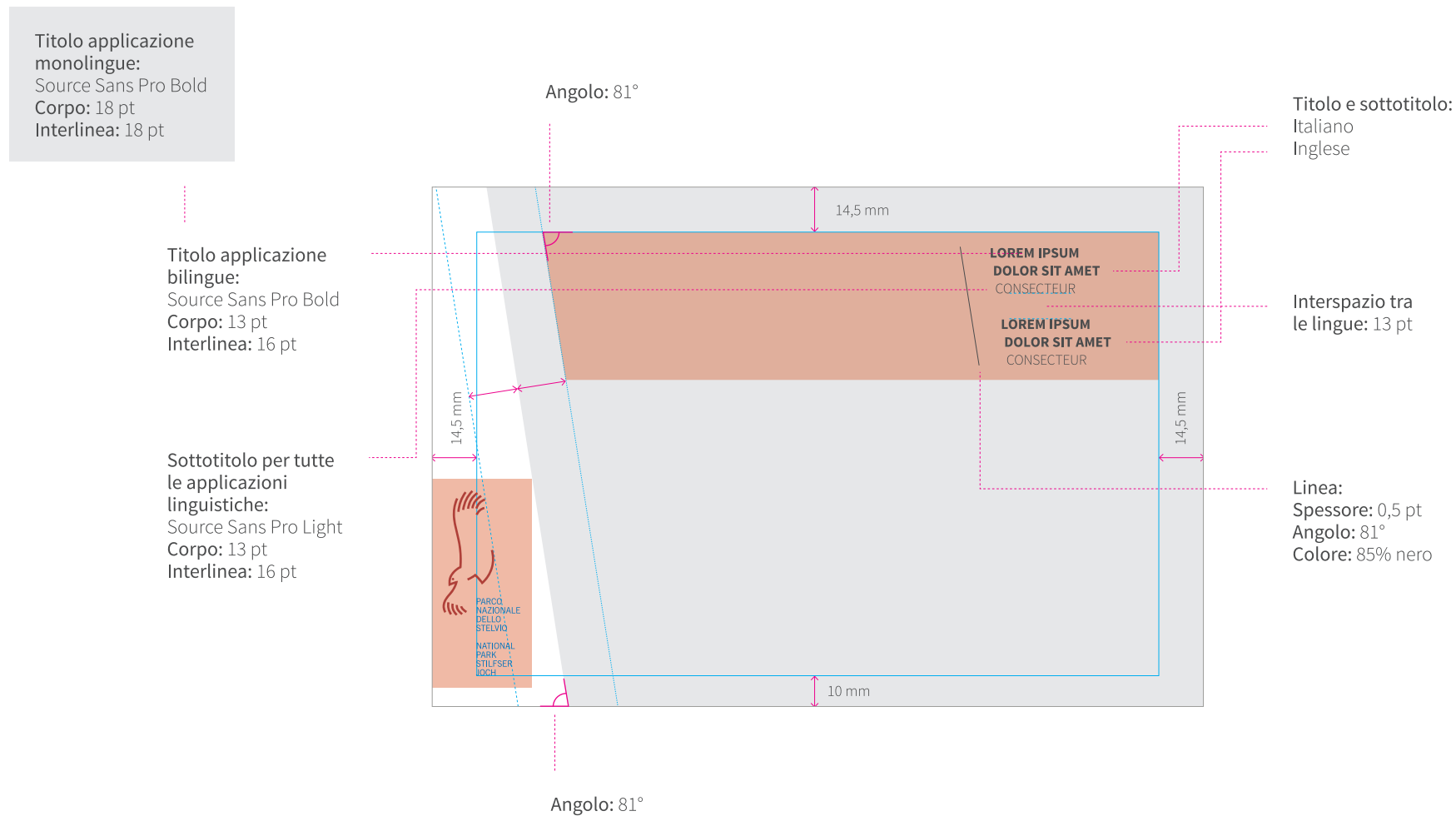
CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER IL FORMATO 1 ORIZZONTALE

COPERTINA

In questa pagina mostriamo un formato di stampa che consideriamo un'eccezione, ovvero il formato orizzontale. In generale, le brochure hanno uno formato verticale chiuso. Anche nel formato orizzontale il marchio sulla copertina è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine di copertina della brochure è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore della brochure. Il marchio ombrello è posizionato in modo da rispettare la sua area di rispetto (vedi figura a destra).

Il riquadro con lo sfondo rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo. La figura sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative ai testi della pagina di copertina; per le pagine interne valgono le stesse linee guida fornite per le brochure in grande formato verticale.





Queste informazioni si applicano al formato 1 orizzontale.

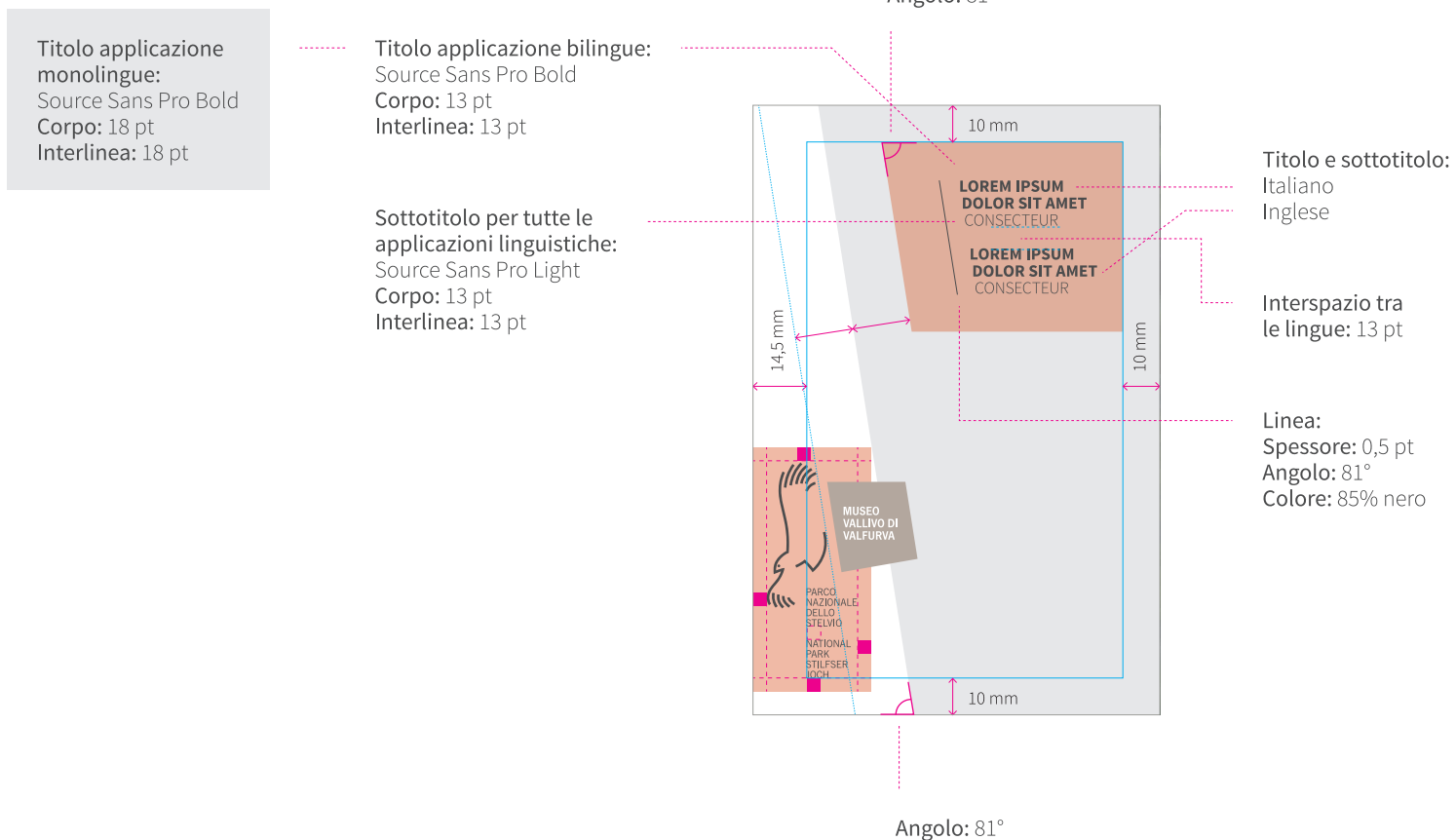
Formato 1 orizzontale chiuso: 246 x 165 mm

L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER IL FORMATO 3 COPERTINA

In generale, la brochure ha un formato verticale chiuso. Sulla copertina il marchio è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine di copertina è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore della pagina. A destra si vede un esempio di applicazione dei marchi sulla copertina (vedi anche le informazioni a pagina 47 "Contatto tra area di rispetto dei marchi e immagine"). Il riquadro con lo sfondo rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo. La figura sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative al testo, a cui bisogna attenersi. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue e bilingue, nonché il formato 3.





Esempio di layout (monolingue) per il formato 3.

Formato chiuso: 110 x 165 mm

L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER IL FORMATO 3

PAGINE INTERNE

Nelle pagine che seguono vengono forniti vari esempi di design di pagine interne per il formato 3. Le immagini possono essere ritagliate orizzontalmente o verticalmente con un angolo di 81° a discrezione del designer. La figura sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni sul testo relative a questo formato. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue e bilingue, nonché il formato 3.

Sottotitolo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 13 pt
Interlinea: 16 pt

Titolo:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 13 pt
Interlinea: 16 pt

Linea:
Spessore: 0,5 pt
Angolo: 81°
Colore: stesso colore del rispettivo pittogramma

**LOREM IPSUM DOLOR
ALIQUAM LOREM ANTE
NAM PRETIUM TURPIS**

Duis leo. Sed fringilla mauris sit amet nibh. Donec sodales sagittis magna. Sed consequat, leo eget bibendum sodales, augue velit cursus nunc, quis gravida magna mi a libero. Fusce vulputate eleifend sapien. Vestibulum purus quam, scelerisque ut, mollis sed, nonummy id, metus. Nullam accumsan lorem in dui. Cras ultricies mi eu turpis hendrerit fringilla. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; In ac dui quis mi consec-

tetuer lacinia. Nam pretium turpis et arcu. Duis arcu tortor, suscipit eget, imperdiet nec, imperdiet iaculis, ipsum. Sed aliquam ultrices mauris. Integer ante arcu, accumsan a, consectetur eget, posuere ut, mauris. Praesent adipiscing. Phasellus ullamcorper ipsum rutrum nunc. Nunc nonummy metus. Vestibulum volutpat pretium libero. Cras id dui. Aenean ut eros et nisl sagittis vestibulum. Nullam nulla eros, ultricies sit amet, nonummy id, imperdiet feugiat, pede.

Testo paragrafo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 8 pt
Interlinea: 13,5 pt

Angolo: 81°

Angolo: 81°



Colore testo: 85% nero.

Esempio di layout per il formato 3.

Formato aperto: 220 x 165 mm

L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER IL FORMATO 4 COPERTINA

In generale, la brochure ha un formato verticale chiuso. Sulla copertina il marchio è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine di copertina è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore della pagina. Il marchio ombrello è posizionato in modo da rispettare la sua area di rispetto (vedi figura a destra). Il riquadro con lo sfondo rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo. La figura sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative al testo, a cui bisogna attenersi. Queste informazioni riguardano il formato 4.



Titolo applicazione monolingue:
 Source Sans Pro Bold
 Corpo: 18 pt
 Interlinea: 18 pt

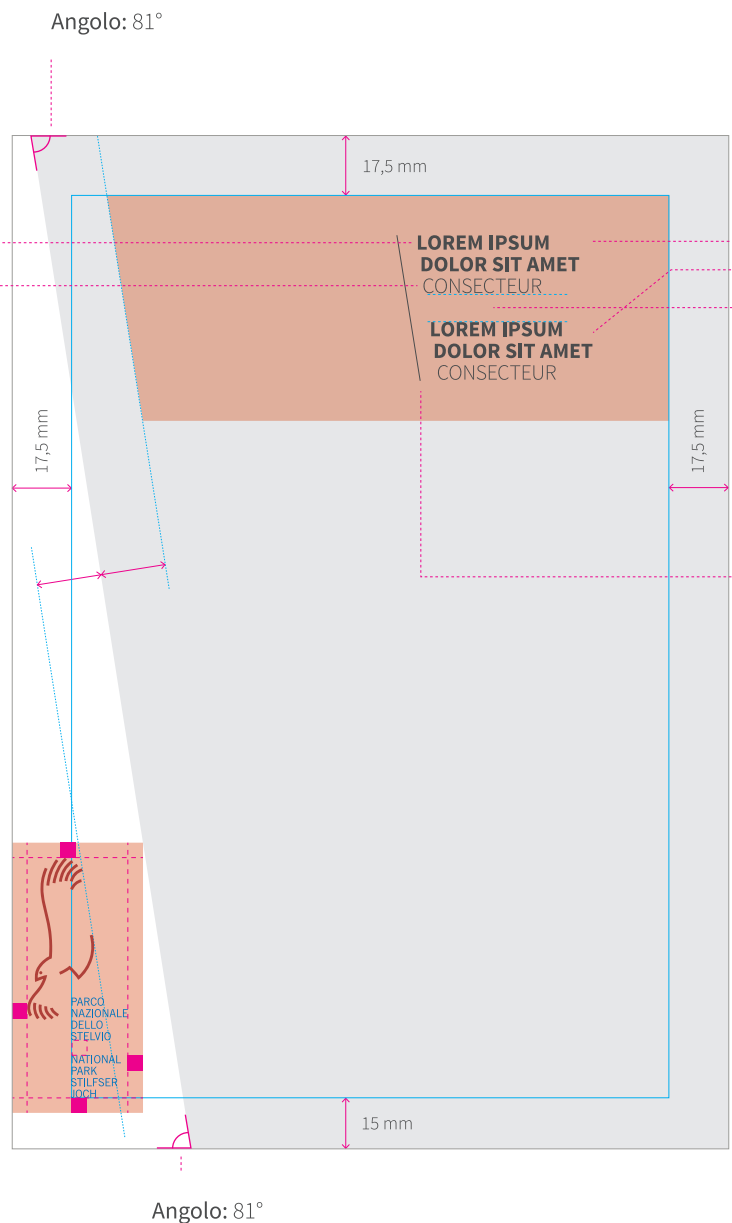
Titolo:
 Source Sans Pro Bold
 Corpo: 13 pt
 Interlinea: 13 pt

Sottotitolo:
 Source Sans Pro Light
 Corpo: 13 pt
 Interlinea: 13 pt

Titolo e sottotitolo:
 Italiano
 Inglese

Interspazio tra le lingue: 13 pt

Linea:
 Spessore: 0,5 pt
 Angolo: 81°
 Colore: 85% nero



*Esempio di layout per il formato 4.
 Formato chiuso: 210 x 297 mm
 L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.*

CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER IL FORMATO 4

PAGINE INTERNE

Nelle pagine che seguono vengono forniti vari esempi di design di pagine interne. Come si evince dalle pagine di esempio mostrate, la composizione grafica lascia spazio libero sufficiente intorno all'immagine e al testo, a condizione che il volume di informazioni lo consenta. Le immagini possono essere ritagliate orizzontalmente o verticalmente con un angolo di 81° a discrezione del designer. La figura sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative al testo, a cui bisogna attenersi. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue e bilingue di stampati formato 4.

Titolo:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 18 pt
Interlinea: 25 pt

Sottotitolo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 18 pt
Interlinea: 25 pt

Interspazio tra le lingue: 18 pt

Linea:
Spessore: 0,5 pt
Angolo: 81°
Colore: 85% nero

15 mm

Angolo: 81°

Titolo e sottotitolo:
Italiano
Inglese

Testo:
Italiano
Inglese

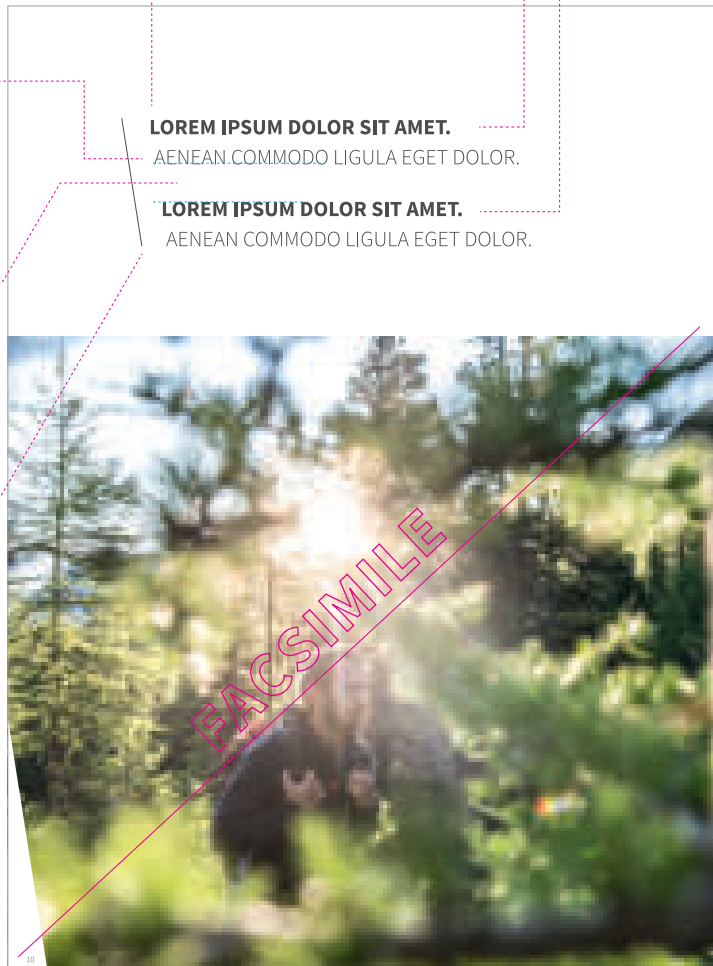
Sottotitolo:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 10 pt
Interlinea: 15 pt

Testo paragrafo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 10 pt
Interlinea: 15 pt

Linea:
Spessore: 0,5 pt
Colore: C 100 M 50 Y 0 K 0

Sottotitolo:
Source Sans Pro Bold italic
Corpo: 9 pt
Interlinea: 15 pt
Colore: C 100 M 50 Y 0 K 0

Testo:
Source Sans Pro Light Italic
Corpo: 9 pt
Interlinea: 15 pt



LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.
AENEAN.COMMODO LIGULA EGET DOLOR.

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET.
AENEAN.COMMODO LIGULA EGET DOLOR.

Eperferit faccum incius dem. Ignist, sin re dolectatur? Genda dolorument officia paris exerciae officipsani quiscipsam.

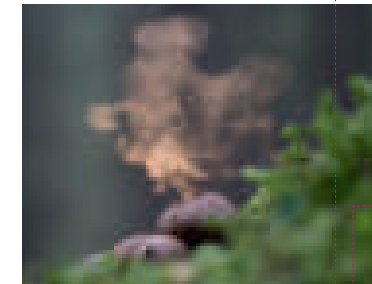
Quibus quo voleescipsa secum reicabitus, is doluptur re que pro ipsanihil idipsusda eo-santi oreptaque soluptatat volum estio. Sum ressimus eos volupta tinullut omnimusement odit, cuptasp iditaturis minvenimil ipsame doluptas atum re, nobita quias andem cume vernates vero te maionseque esequia nobita dest, ut re, ut aut occabor rovidis milliquis et velis aut ut ipsam il expel eius ditatec atesecestem aut doluptatur rehenimpelit dolorum volo odisti nectempost quam voluptaspic. Is et que earcient, con remperi blant as earum voluptatia ium asperia tusdam volorum Lescius, ius di cum quatibustio mos eaquoditas magnisto quaeriat endipsam que estis sa voluptatum eic te pa dusdam repudipsa volesero es cuscim id que deleni volorit odis conseqe ipsunt pro bearuptat quiae aliquam ut volum audam volenis eat aut arcirur? Obissit aspero volorite plia cone poreraectis quae mossita tatisin cidestinum consed mil

Eperferit faccum incius dem. Ignist, sin re dolectatur? Genda dolorument officia paris exerciae officipsani quiscipsam.

Quibus quo voleescipsa secum reicabitus, is doluptur re que pro ipsanihil idipsusda eo-santi oreptaque soluptatat volum estio. Sum ressimus eos volupta tinullut omnimusement

LOREM IPSUM FACCU INCUS
Quibus quo voleescipsa secum reicabitus, is doluptur re que pro ipsanihil.

odit, cuptasp iditaturis minvenimil ipsame doluptas atum re, nobita quias andem cume vernates vero te maionseque esequia nobita dest, ut re, ut aut occabor rovidis milliquis et velis aut ut ipsam il expel eius ditatec atesecestem aut doluptatur rehenimpelit dolorum volo odisti nectempost quam voluptaspic. Is et que earcient, con remperi blant as earum voluptatia ium asperia tusdam volorum Lescius, ius di cum quatibustio mos eaquoditas magnisto quaeriat endipsam que estis sa voluptatum eic te pa dusdam repudipsa volesero es cuscim id que deleni volorit odis conseqe ipsunt pro bearuptat quiae aliquam ut volum audam volenis eat aut arcirur? Obissit aspero volorite plia cone poreraectis quae mossita tatisin cidestinum consed mil

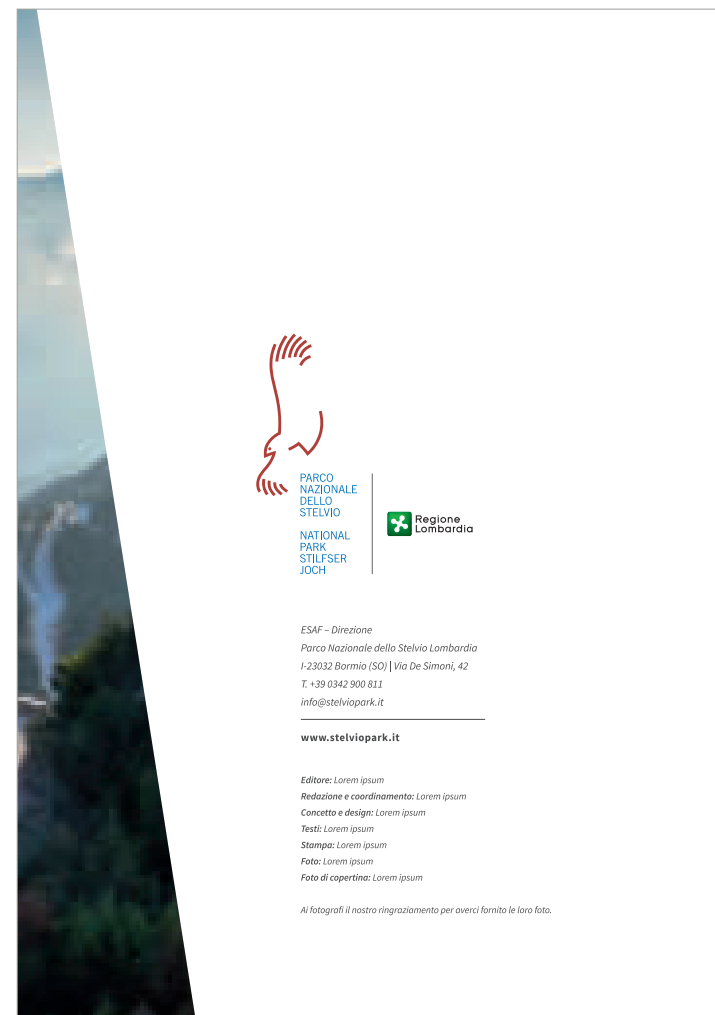


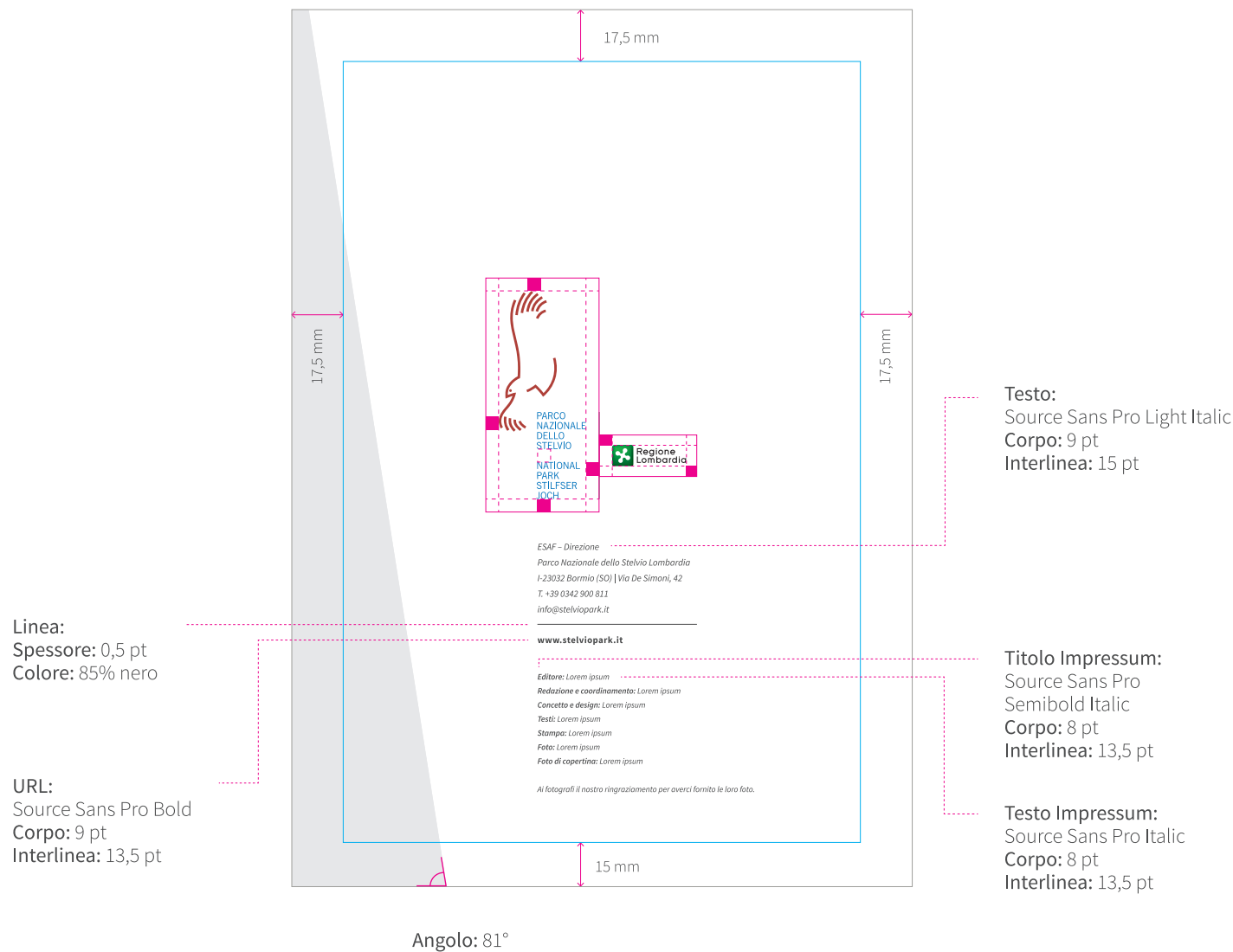
LOREM IPSUM FACCU INCUS
Quibus quo voleescipsa secum reicabitus, is doluptur re que pro ipsanihil.

CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER IL FORMATO 4 QUARTA DI COPERTINA

Sulla quarta di copertina la situazione è invertita rispetto a quella della prima di copertina. L'immagine si trova a sinistra, mentre sul lato destro sono posizionati, su sfondo bianco, il marchio (o i marchi in caso di co-branding) e i testi istituzionali, come ad esempio indirizzi, impressum, ecc. Il marchio ombrello ha le stesse dimensioni di quello sulla copertina.

L'immagine è ritagliata a destra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore della pagina. Il marchio ombrello è posizionato in modo da rispettare la sua area di rispetto (vedi figura a destra). La scheda tecnica sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative al testo, a cui bisogna attenersi. Queste informazioni riguardano i formati 4.





CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER IL FORMATO 6 COPERTINA

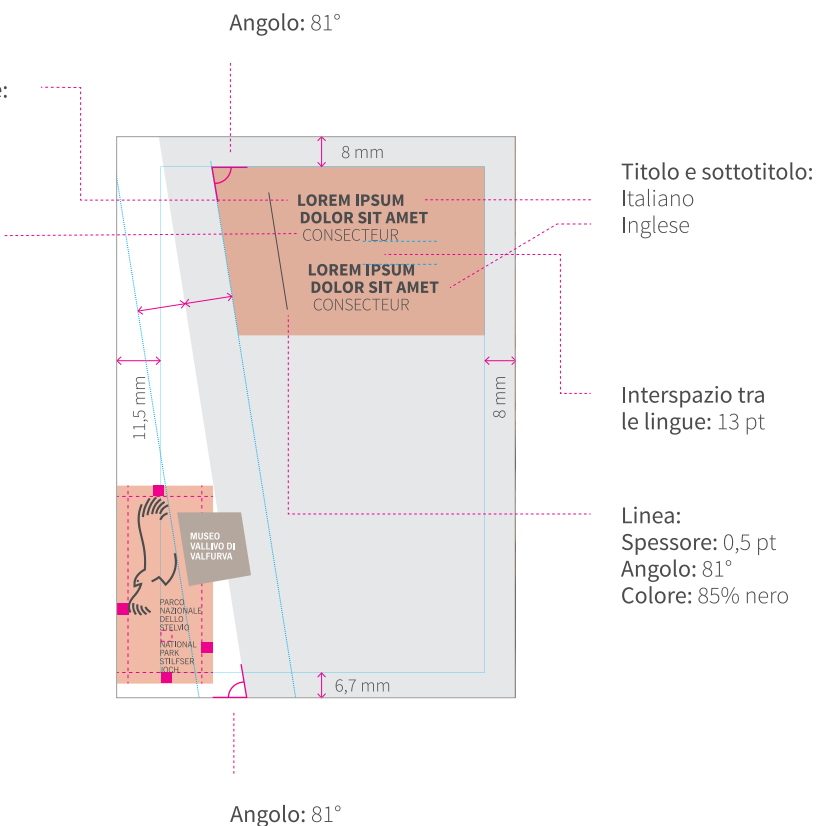
In generale, la brochure ha un formato verticale chiuso. Sulla copertina il marchio è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine di copertina è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore della pagina. A destra viene fornito un esempio di applicazione dei marchi sulla copertina (vedi anche le informazioni a pagina 47 "Contatto tra area di rispetto dei marchi e immagine"). Il riquadro con lo sfondo rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo. La figura sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative al testo, a cui bisogna attenersi. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue e bilingue del formato 6.



Titolo applicazione monolingue:
 Source Sans Pro Bold
 Corpo: 18 pt
 Interlinea: 18 pt

Titolo applicazione bilingue:
 Source Sans Pro Bold
 Corpo: 13 pt
 Interlinea: 13 pt

Sottotitolo per tutte le applicazioni linguistiche:
 Source Sans Pro Light
 Corpo: 13 pt
 Interlinea: 13 pt



Esempio di layout (monolingue) per il formato 6.

Formato chiuso: 105 x 148 mm

L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER IL FORMATO 6

PAGINE INTERNE

Nelle pagine che seguono vengono forniti vari esempi di design di pagine interne per il formato 6. Le immagini possono essere ritagliate orizzontalmente o verticalmente con un angolo di 81° a discrezione del designer. La figura sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni sul testo relative a questo formato. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue e bilingue del formato 6.

Titolo:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 13 pt
Interlinea: 16 pt

Sottotitolo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 13 pt
Interlinea: 16 pt

Linea:
Spessore: 0,5 pt
Angolo: 81°
Colore: 85% nero

Testo paragrafo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 9 pt
Interlinea: 13,5 pt

Angolo: 81°

Angolo: 81°



Colore testo: 85% nero.

Esempio di layout per il formato 6

Formato aperto: 210 x 148 mm

L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

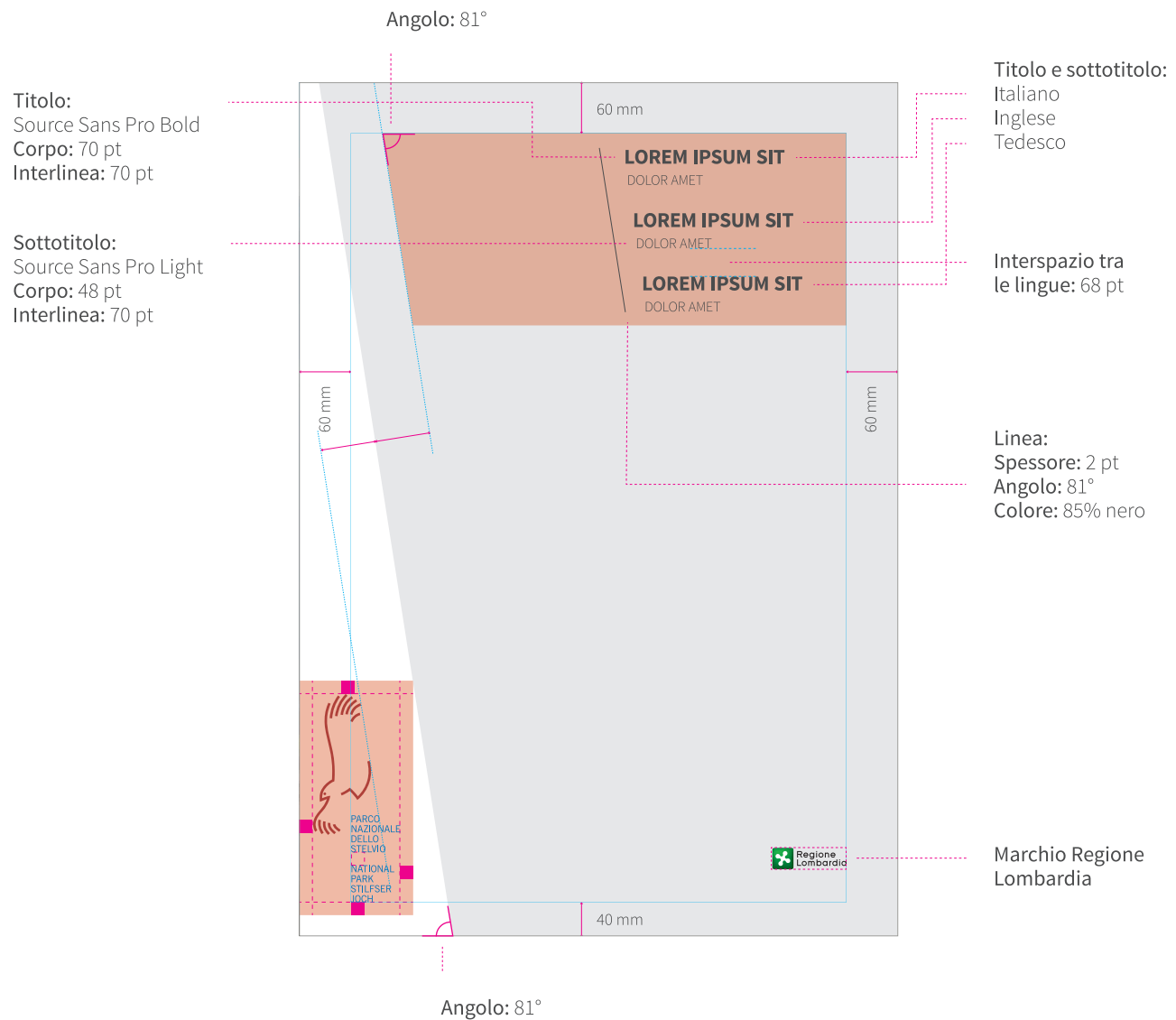
CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA MANIFESTI

700 X 1.000 MM

Per la progettazione dei manifesti valgono le stesse linee guida delle brochure. Il marchio è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine del manifesto è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore del manifesto. Il riquadro con lo sfondo rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo. Le informazioni relative al testo riguardano le applicazioni monolingue e bilingue.

L'utilizzo del marchio partner in negativo è previsto con immagini o sfondi scuri. L'utilizzo del marchio partner in positivo a colori è previsto con immagini o sfondi chiari.





CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA MANIFESTI

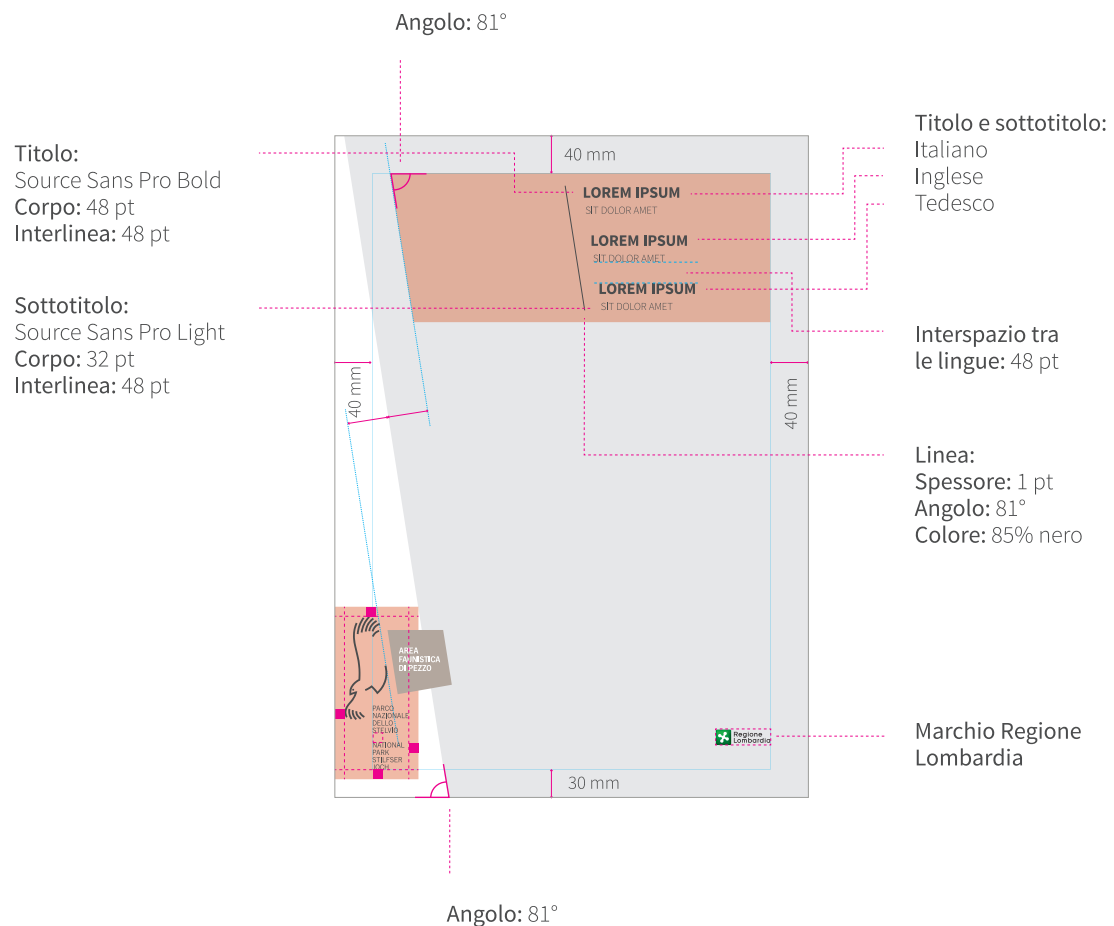
500 X 700 MM

Per la progettazione dei manifesti valgono le stesse linee guida relative alla copertina delle brochure. Il marchio è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine del manifesto è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore del manifesto. La figura di esempio a destra mostra l'applicazione dei marchi su un manifesto (vedi anche le informazioni a pagina 47 "Contatto tra area di rispetto dei marchi e immagine"). Il riquadro con lo sfondo rosso in alto indica lo spazio massimo per il titolo e il sottotitolo. Per tutte le informazioni relative al testo fare riferimento alla figura a destra. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue e bilingue.

L'utilizzo del marchio partner in negativo è previsto con immagini o sfondi scuri.

L'utilizzo del marchio partner in positivo a colori è previsto con immagini o sfondi chiari.



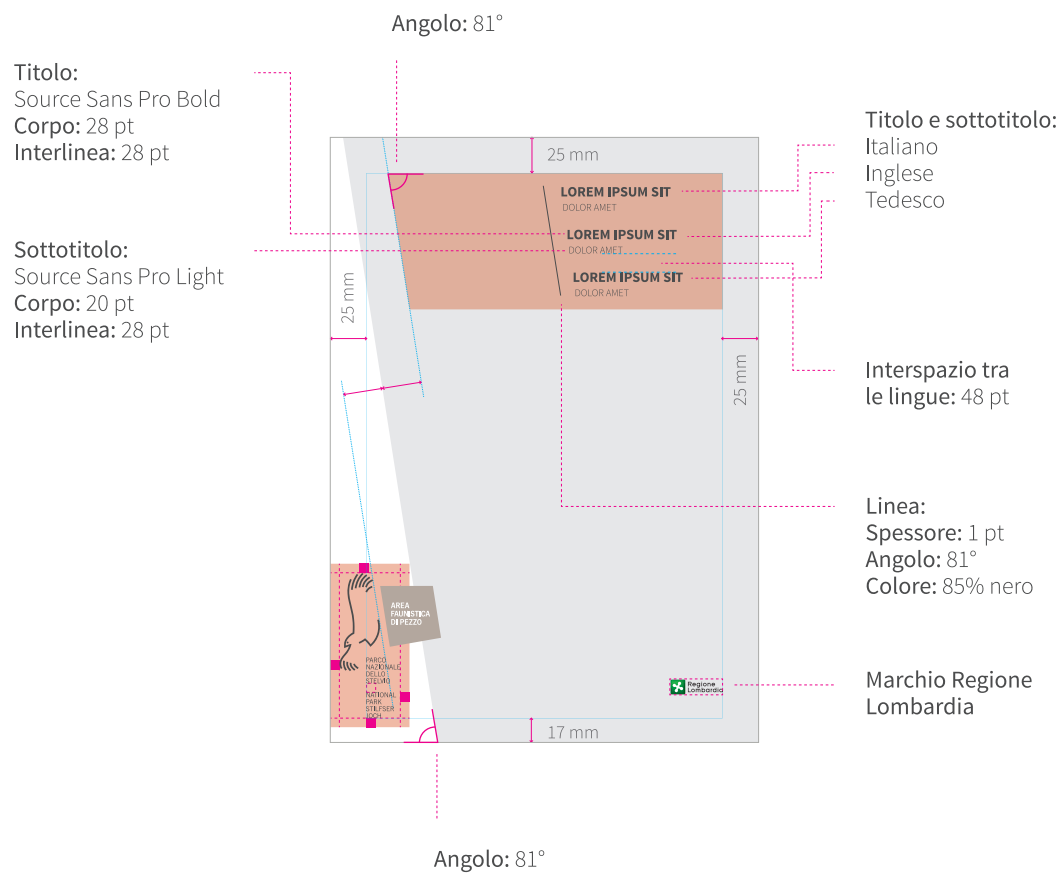


CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA MANIFESTI

297 X 420 MM (DIN A3)

Per la progettazione dei manifesti valgono le stesse linee guida relative alla copertina delle brochure. Il marchio è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine del manifesto è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore del manifesto. La figura di esempio a destra mostra l'applicazione dei marchi su un manifesto (vedi anche le informazioni a pagina 47 "Contatto tra area di rispetto dei marchi e immagine"). Il riquadro con lo sfondo rosso in alto indica il massimo spazio per il titolo e il sottotitolo. Le informazioni relative al testo riguardano le applicazioni monolingue e bilingue. L'utilizzo del marchio partner in negativo è previsto con immagini o sfondi scuri. L'utilizzo del marchio partner in positivo a colori è previsto con immagini o sfondi chiari.

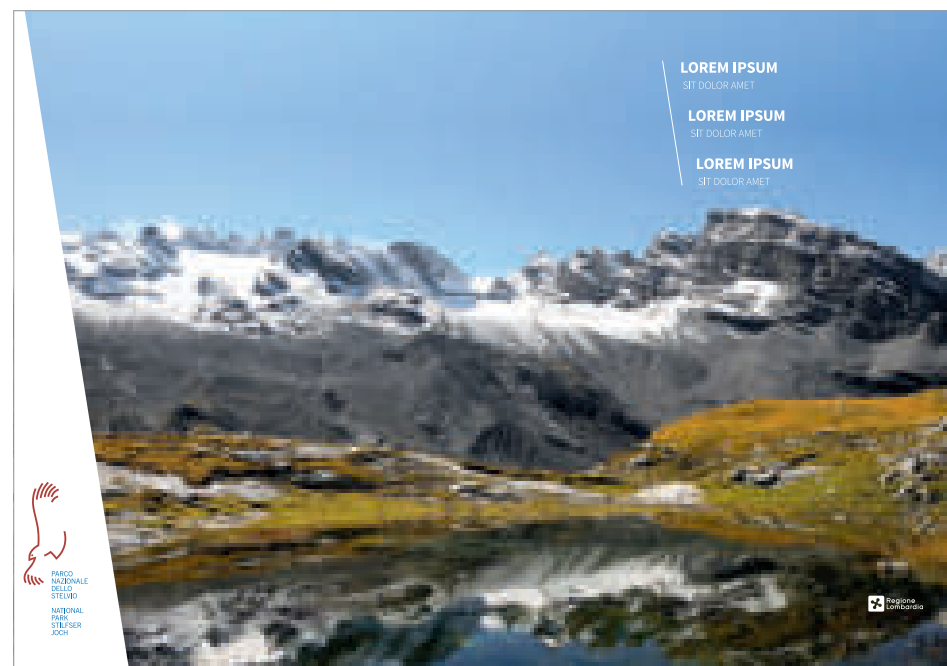


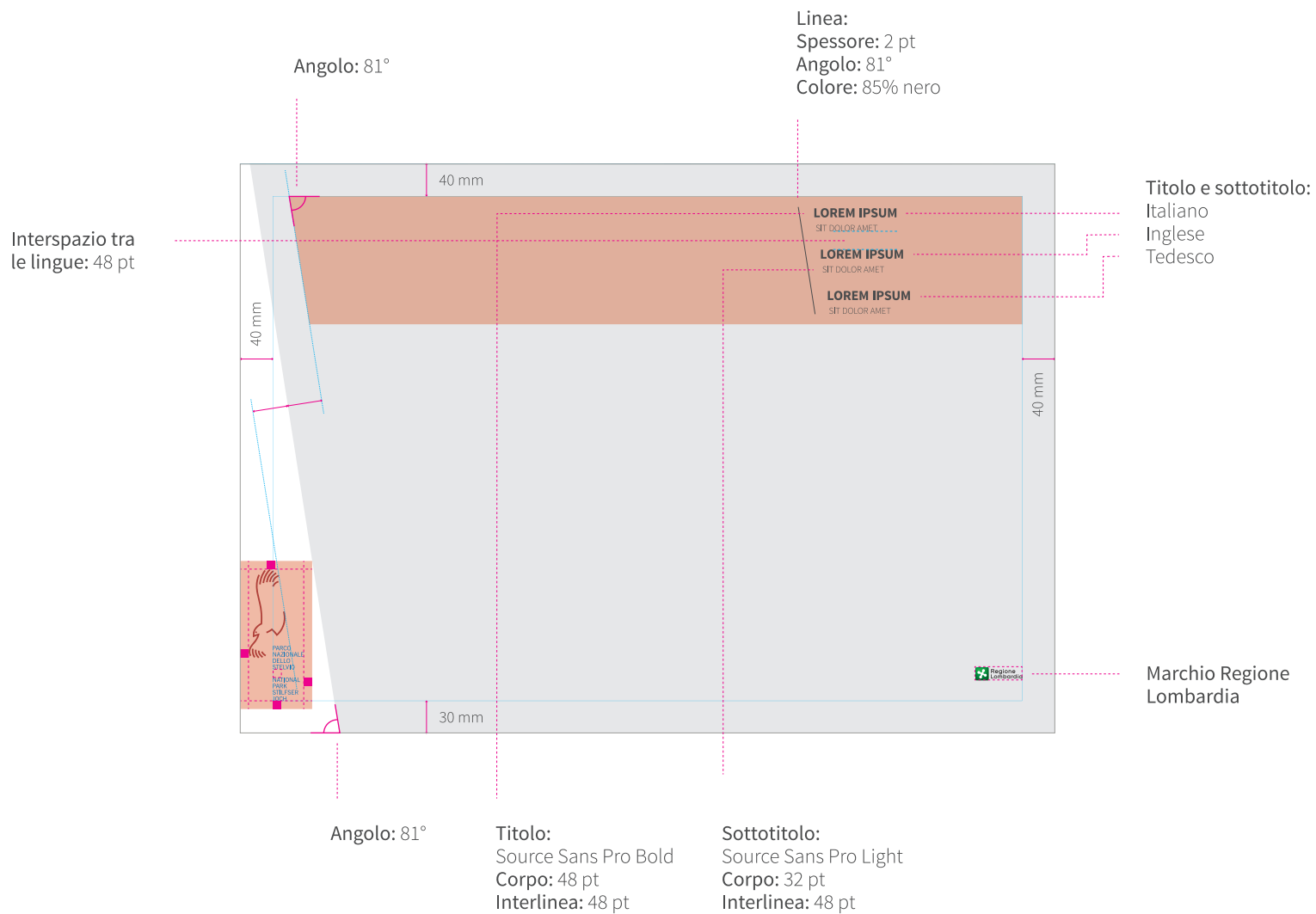


CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA MANIFESTI

1.000 X 700 MM

Per la progettazione dei manifesti valgono le stesse linee guida delle brochure. Il marchio è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine del manifesto è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore del manifesto. Il riquadro con lo sfondo rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo. Le informazioni relative al testo riguardano le applicazioni monolingue e bilingue. L'utilizzo del marchio partner in negativo è previsto con immagini o sfondi scuri. L'utilizzo del marchio partner in positivo a colori è previsto con immagini o sfondi chiari.





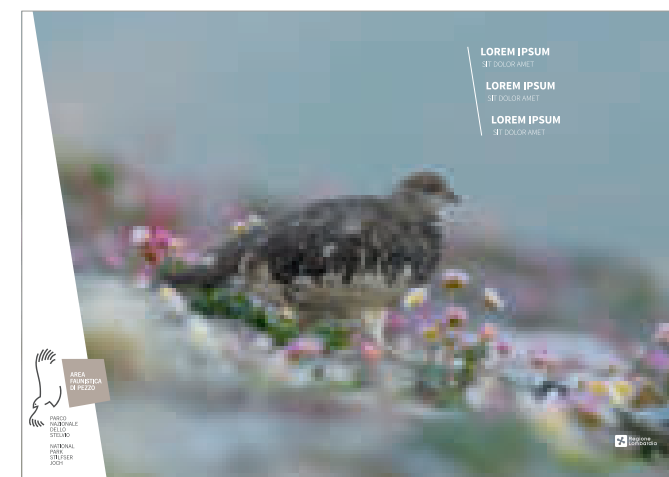
L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

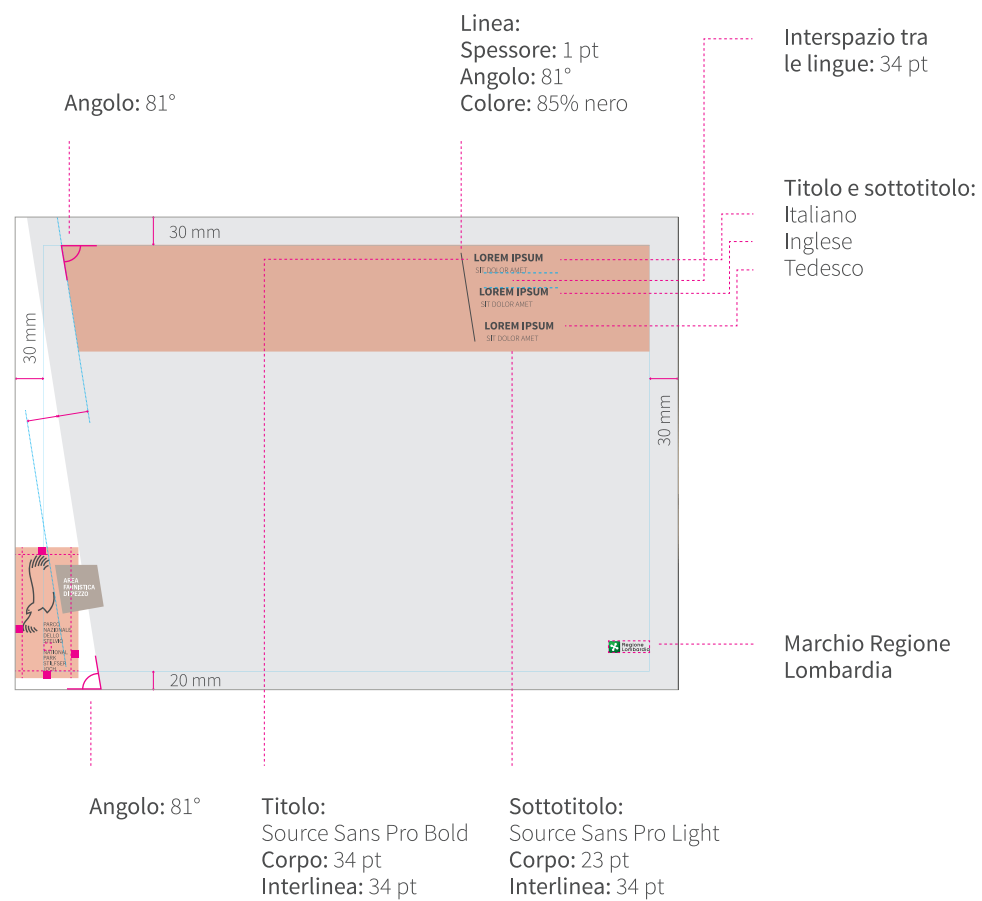
CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA MANIFESTI

700 X 500 MM

Per la progettazione dei manifesti valgono le stesse linee guida relative alla copertina delle brochure. Il marchio è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine del manifesto è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore del manifesto. La figura di esempio a destra mostra l'applicazione dei marchi su un manifesto (vedi anche le informazioni a pagina 47 "Contatto tra area di rispetto dei marchi e immagine"). Il riquadro con lo sfondo rosso in alto indica il massimo spazio per il titolo e il sottotitolo. Per tutte le informazioni relative al testo fare riferimento alla figura a destra. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue e bilingue.

L'utilizzo del marchio partner in negativo è previsto con immagini o sfondi scuri. L'utilizzo del marchio partner in positivo a colori è previsto con immagini o sfondi chiari.





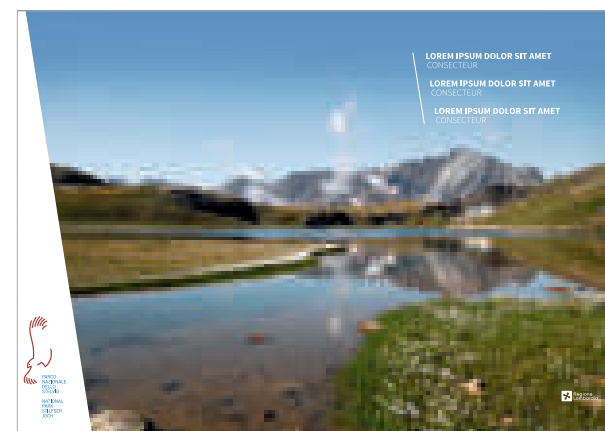
CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA MANIFESTI

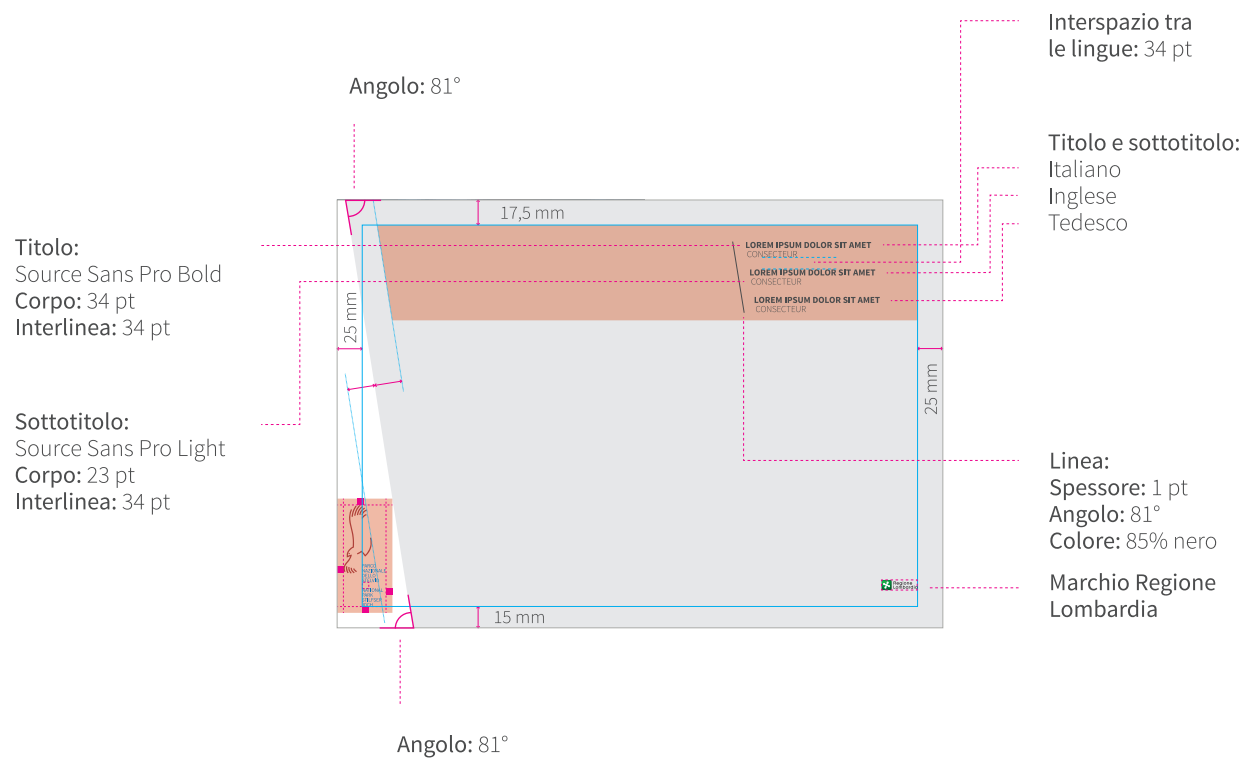
420 X 297 MM (DIN A3)

Per la progettazione dei manifesti valgono le stesse linee guida delle brochure. Il marchio è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine del manifesto è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore del manifesto. Il riquadro con lo sfondo rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo. Le informazioni relative al testo riguardano le applicazioni monolingue e bilingue.

L'utilizzo del marchio partner in negativo è previsto con immagini o sfondi scuri.

L'utilizzo del marchio partner in positivo a colori è previsto con immagini o sfondi chiari.



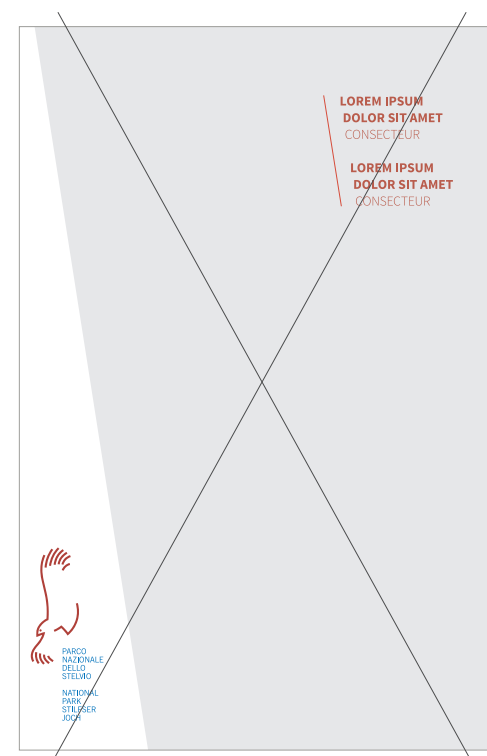




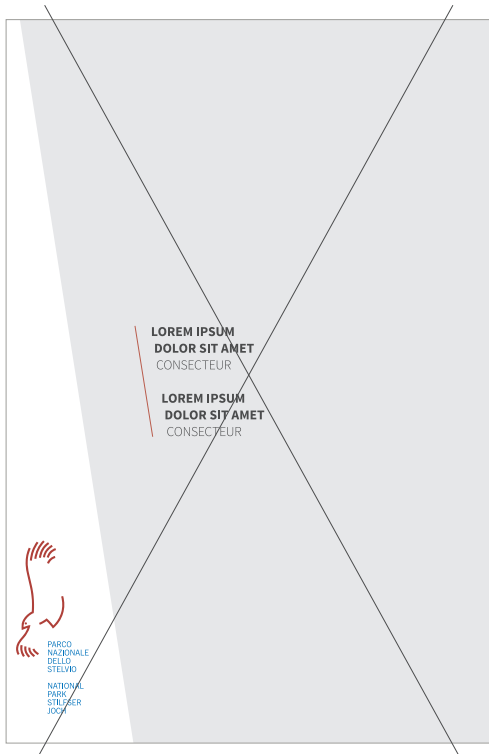
ESEMPI DI STAMPATI ERRATI

Ecco alcuni esempi di applicazioni assolutamente da evitare.

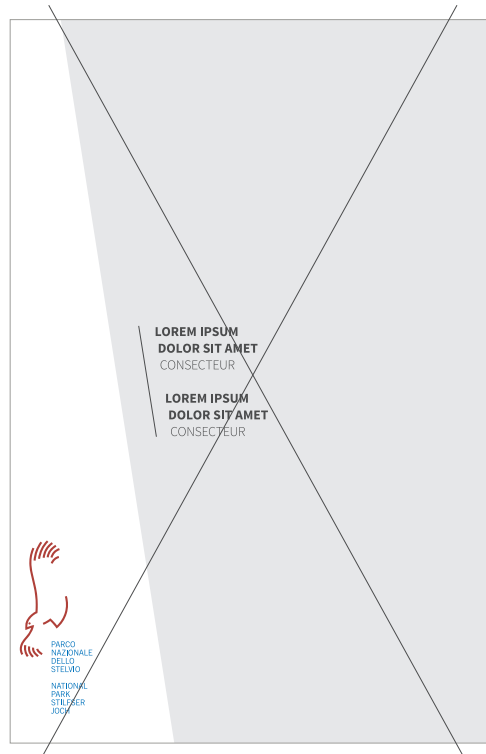
- a.** Il titolo è a colori e questo non è consentito.
- b.** Errato posizionamento della headline.
- c.** L'inclinazione a sinistra è troppo distante dal marchio.
- d.** Lo sfondo dell'area inclinata contenente il marchio è colorato; questo non è consentito.



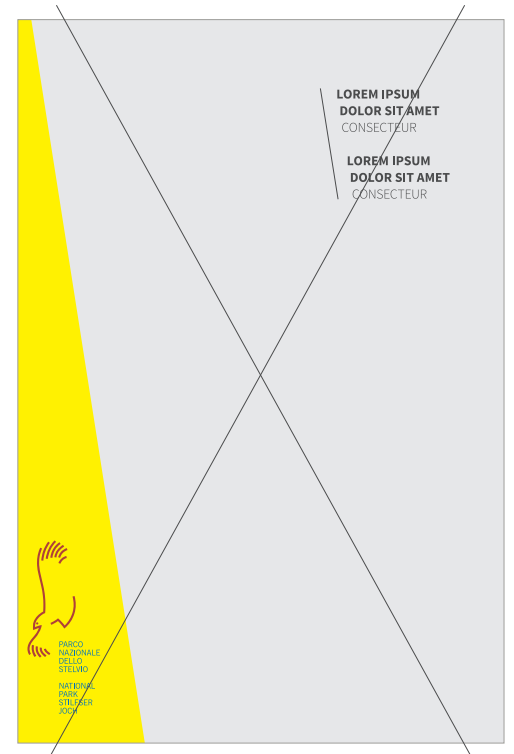
a.



b.



c.



d.

PRESENTAZIONE POWERPOINT

del Parco Nazionale dello Stelvio
Lombardia

1° LIVELLO

SLIDE INTRODUTTIVA

La presentazione PowerPoint viene realizzata in formato 1.920 x 1.080 px (16:9). Sulla slide introduttiva di 1° livello di comunicazione il marchio ombrello è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore sinistro della slide. Il marchio ombrello è posizionato in modo da rispettare la sua area di rispetto (vedi scheda tecnica a destra). Il riquadro con lo sfondo rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo.



92 px

92 px

92 px

65 px

Angolo: 81°

**CONSECTEURDA QUATESS
IMOLUPTAT ES ELIBUS EVE
NIMUS, SUM IPSA SUNTE**
LOREM IPSUM
DOLOR SIT AMET

PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO
NATIONAL PARK STILFSEER JOCH

Titolo:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 39 pt
Interlinea: 48 pt

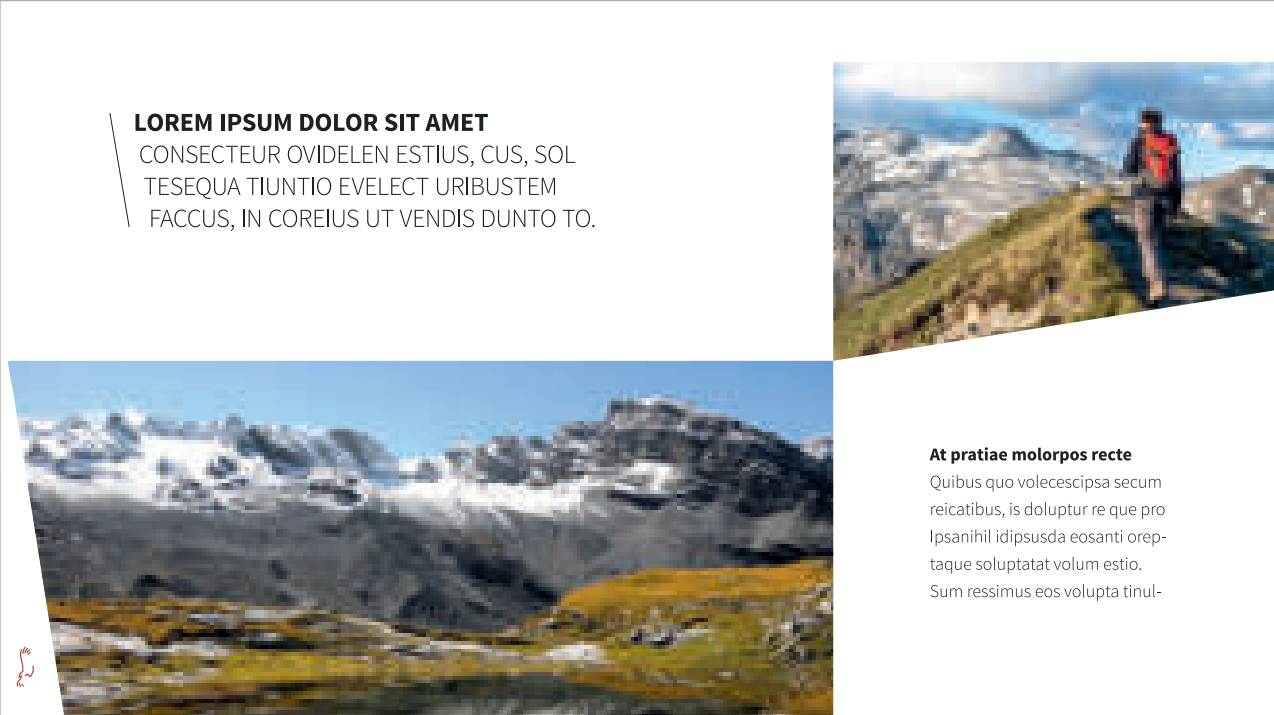
Sottotitolo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 39 pt
Interlinea: 48 pt

Linea:
Spessore: 1 pt
Angolo: 81°
Colore: R 74 G 74 B 74

1° LIVELLO

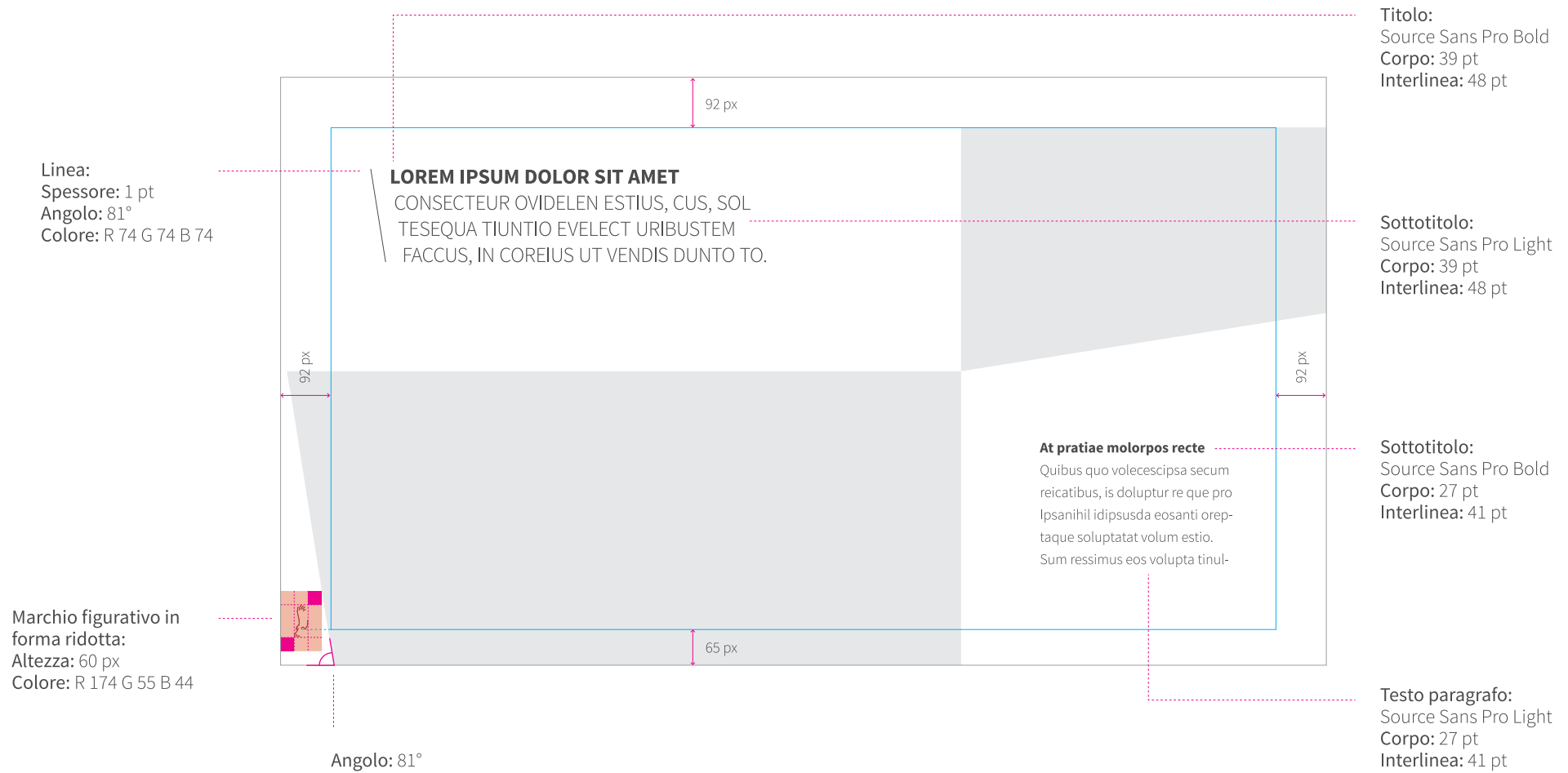
SLIDE GENERICA

In questa slide vediamo un esempio di una slide generica della comunicazione di 1° livello. Come si evince dalle slide di esempio mostrate in questo manuale, la composizione grafica lascia spazio libero sufficiente intorno all'immagine e al testo, a condizione che il volume di informazioni lo consenta. Le immagini possono essere ritagliate orizzontalmente o verticalmente con un angolo di 81° a discrezione del designer. In basso a sinistra viene posizionato il marchio figurativo in forma ridotta nel colore rosso originale. La figura sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative a colori e testi, a cui bisogna attenersi.



LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET
CONSECTEUR OVIDELEN ESTIUS, CUS, SOL
TESEQUA TIUNTIO EVELECT URIBUSTEM
FACCUS, IN COREIUS UT VENDIS DUNTO TO.

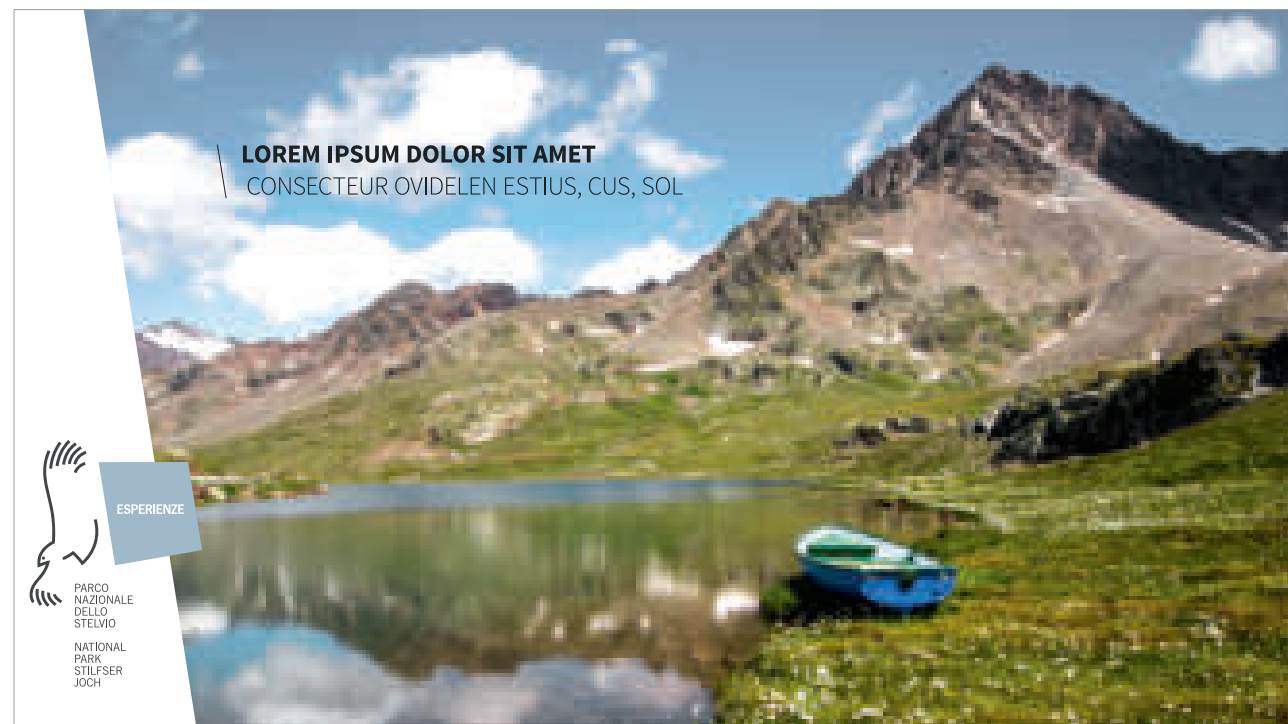
At pratiae molorpos recte
Quibus quo volecescipsa secum
reicatibus, is doluptur re que pro
Ipsanihil idipsusda eosanti orep-
taque soluptatat volum estio.
Sum ressimus eos volupta tinul-

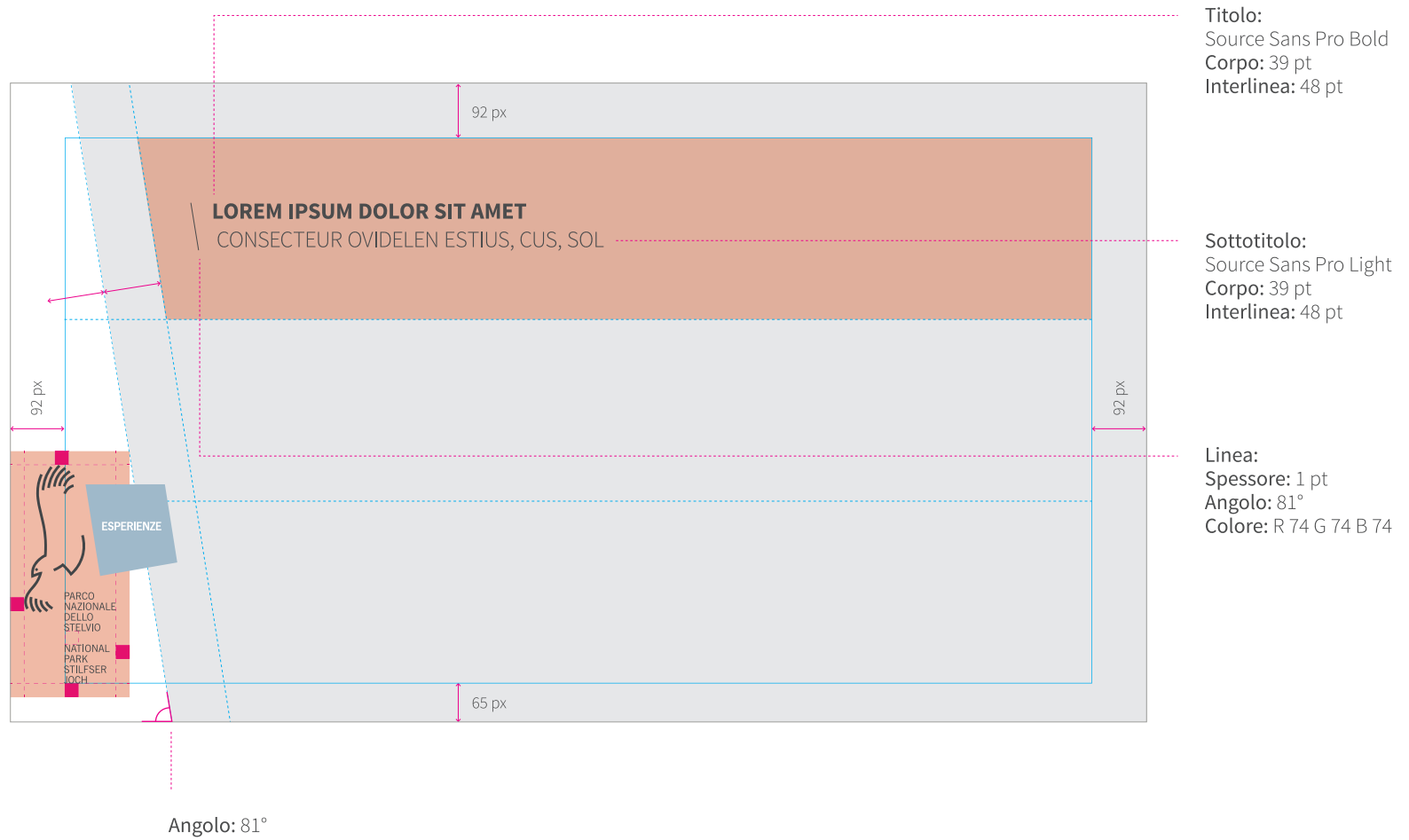


2° E 3° LIVELLO

SLIDE INTRODUTTIVA

Sulla slide introduttiva di 2° e 3° livello di comunicazione il rispettivo marchio è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore sinistro della slide. Il marchio di 2° o 3° livello è posizionato in modo da rispettare la sua area di rispetto (vedi scheda tecnica a destra). Il riquadro con lo sfondo rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo.

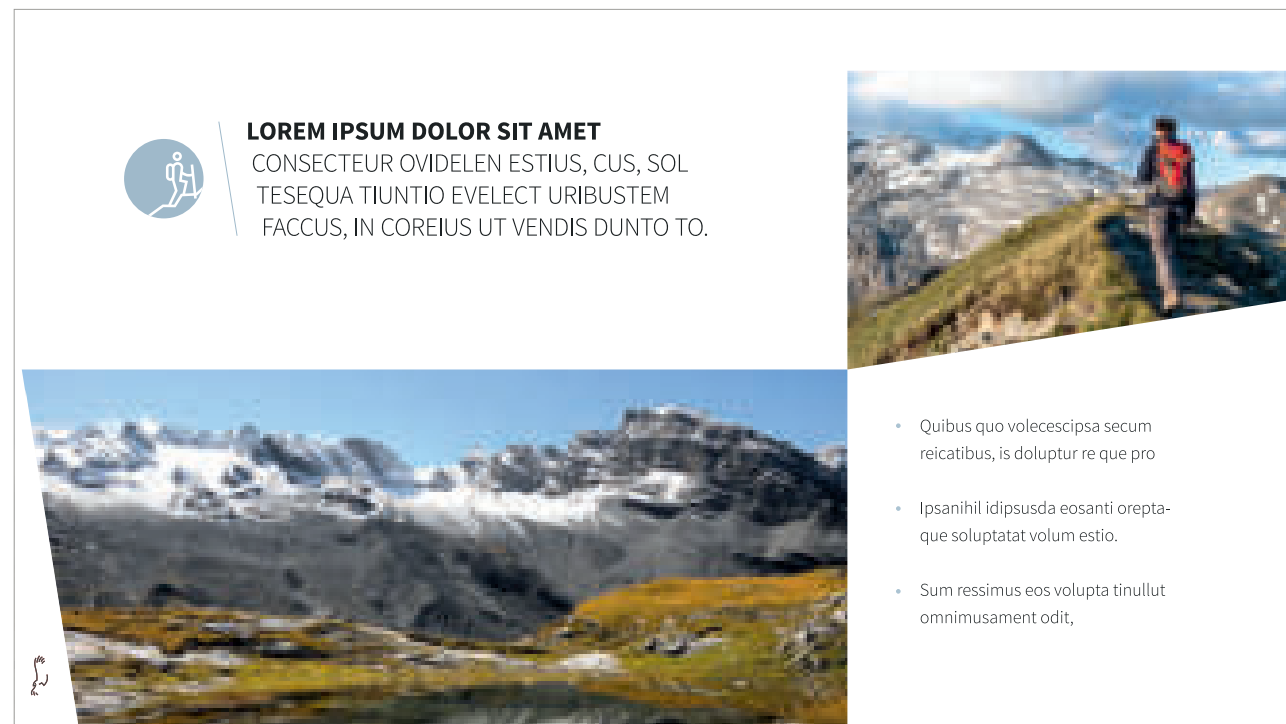




2° E 3° LIVELLO

SLIDE DIVISORIA TEMATICA

Sulla slide divisoria tematica di 2° e 3° livello di comunicazione il rispettivo pittogramma (dimensione 120 px) è sempre disposto in alto a sinistra accanto al titolo e al sottotitolo. Le immagini possono essere ritagliate orizzontalmente o verticalmente con un angolo di 81° a discrezione del designer. In basso a sinistra viene posizionato il marchio figurativo in forma ridotta nel colore antracite (R 74 G 74 B 74). La figura sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative a colori e testi, a cui bisogna attenersi.



LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET
 CONSECTEUR OVIDELEN ESTIUS, CUS, SOL
 TESEQUA TIUNTIO EVELECT URIBUSTEM
 FACCUS, IN COREIUS UT VENDIS DUNTO TO.

- Quibus quo volecescipsa secum reicatibus, is doluptur re que pro
- Ipsanihil idipsusda eosanti orepta- que soluptatat volum estio.
- Sum ressimus eos volupta tinullut omnimusament odit,

Linea:
Spessore: 1 pt
Angolo: 81°
Colore: stesso colore del rispettivo pittogramma

Grandezza del pittogramma: 120 px
Colore del pittogramma:
R 172 G 193 B 210

Marchio figurativo in forma ridotta:
Altezza: 60 px
Colore: R 74 G 74 B 74

Angolo: 81°

Titolo:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 39 pt
Interlinea: 48 pt

Sottotitolo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 39 pt
Interlinea: 48 pt

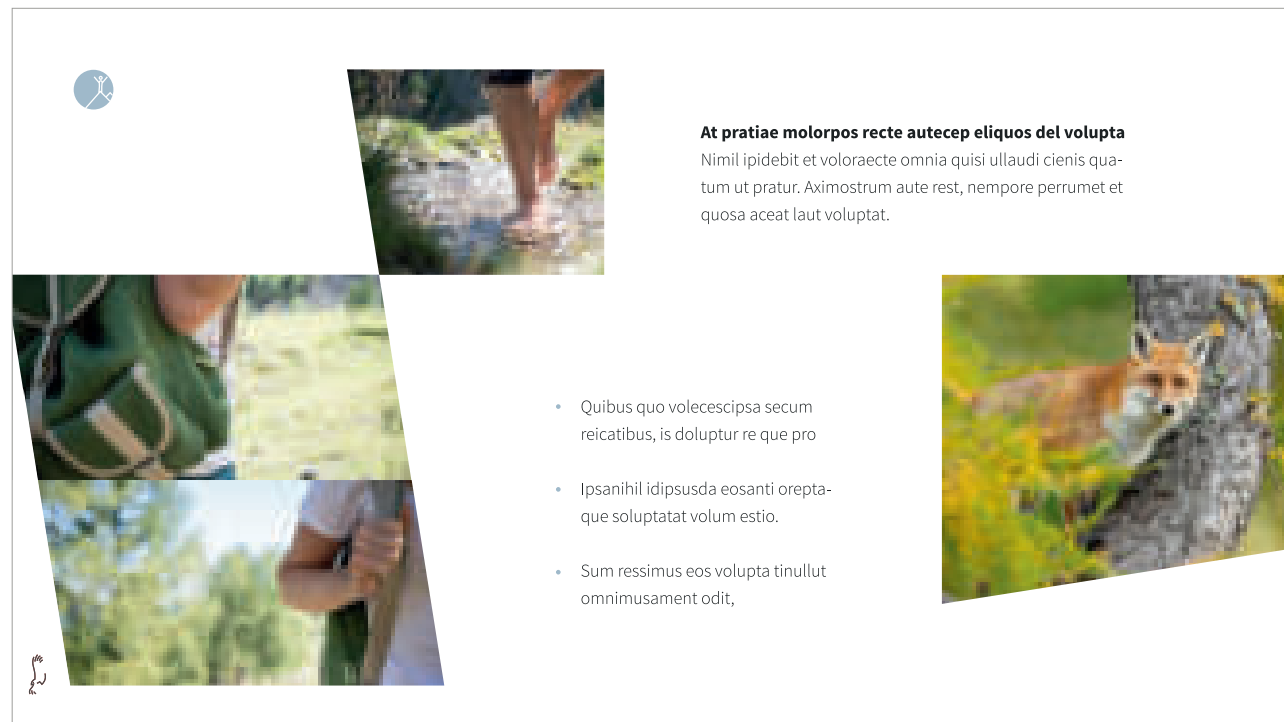
Testo punti elenco:
Source Sans Pro Light
Corpo: 27 pt
Interlinea: 41 pt

Colore punti elenco:
Stesso colore del rispettivo pittogramma

2° E 3° LIVELLO

SLIDE CON CONTENUTO GENERICO

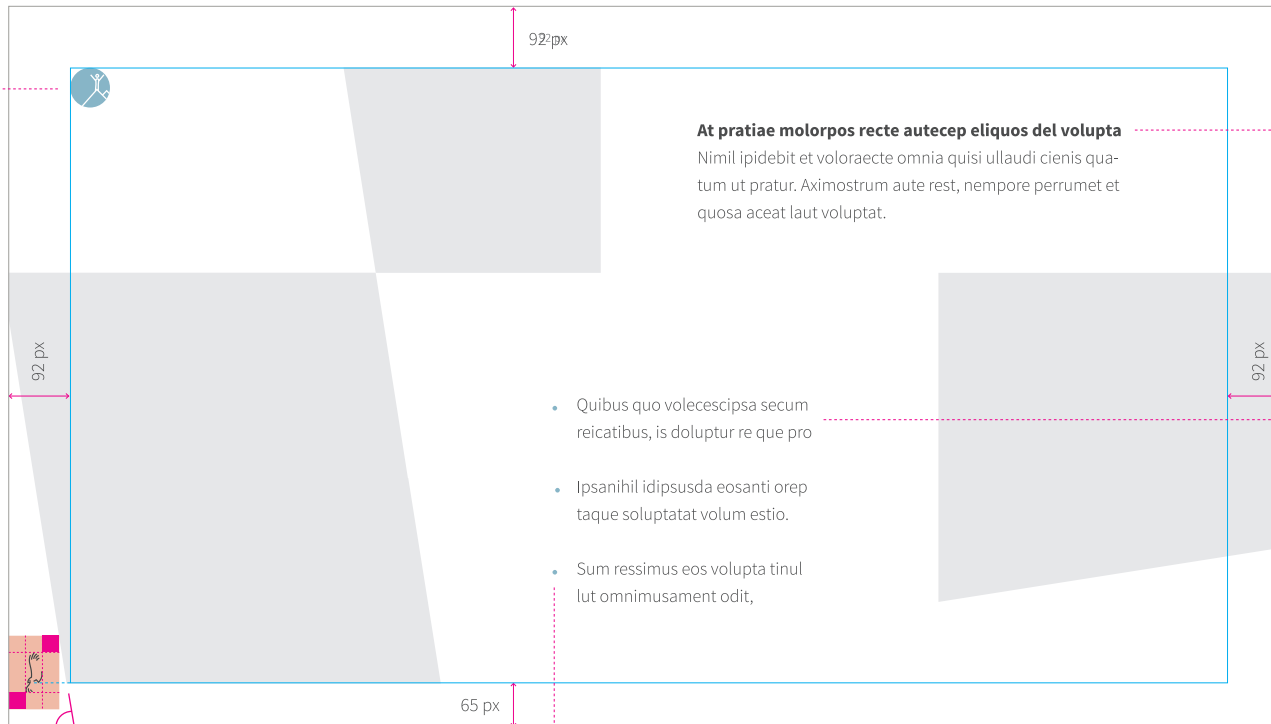
In questa slide vediamo un esempio di una slide generica della comunicazione di 2° e 3° livello. Come si evince dalle slide di esempio mostrate in questo manuale, la composizione grafica lascia spazio libero sufficiente intorno all'immagine e al testo, a condizione che il volume di informazioni lo consenta. Le immagini possono essere ritagliate orizzontalmente o verticalmente con un angolo di 81° a discrezione del designer. In basso a sinistra viene posizionato il marchio figurativo in forma ridotta nel colore antracite (R 74 G 74 B 74). In alto a sinistra viene posizionato il pittogramma rispettivo alla tematica con una grandezza di 60px. La figura sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative a colori e testi, a cui bisogna attenersi.



At pratiae molorpos recte autecep eliquos del volupta
Nihil ipidebit et voloraecte omnia quisi ullaudi cienis quantum ut pratur. Aximostrium aute rest, nempore perrumet et quosa aceat laut voluptat.

- Quibus quo volecescipsa secum reicaticibus, is doluptur re que pro
- Ipsanihil idipsusda eosanti orepta-que soluptatat volum estio.
- Sum ressimus eos volupta tinullut omnimusament odit,

Grandezza del
pittogramma: 60 px
Colore del
pittogramma:
R 172 G 193 B 210



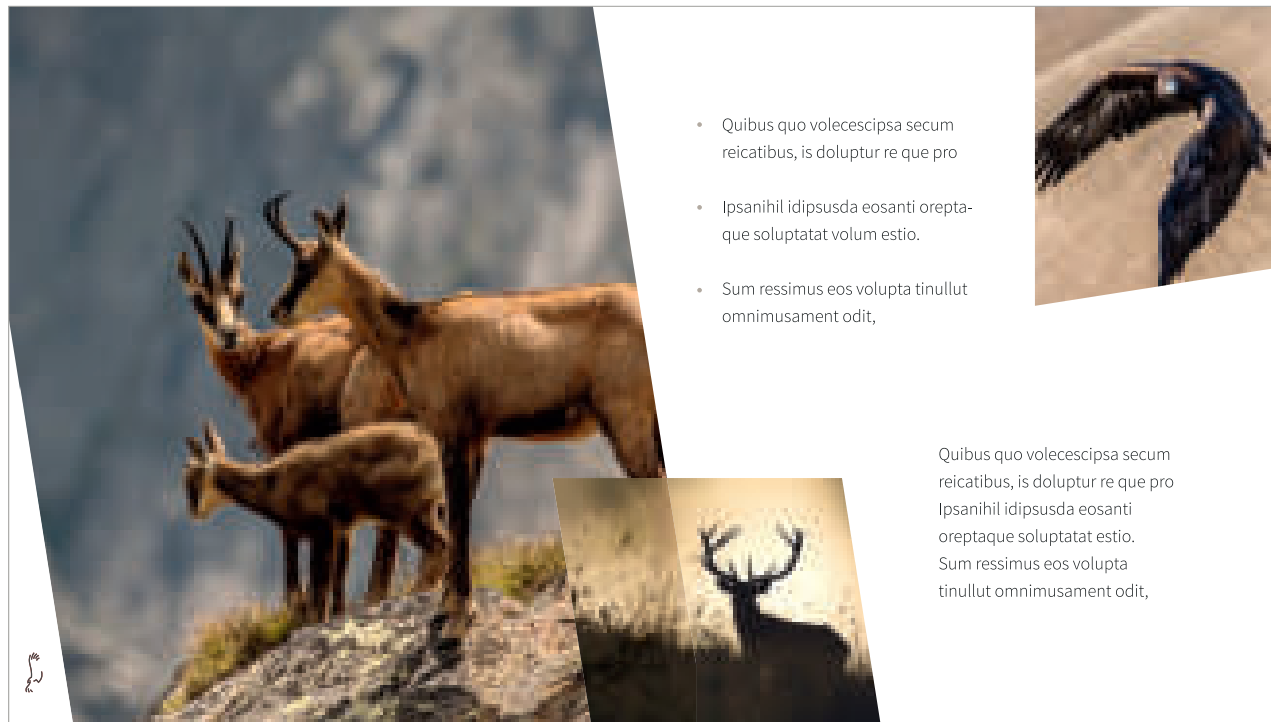
Sottotitolo:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 27 pt
Interlinea: 41 pt

- Quibus quo volecscipsa secum reicatus, is doluptur re que pro
- Ipsanihil idipsusda eosanti orepta que soluptatat volum estio.
- Sum ressimus eos volupta tinul lut omnimusament odit,

Testo punti elenco:
Source Sans Pro Light
Corpo: 27 pt
Interlinea: 41 pt


Angolo: 81°

Colore punti elenco:
Stesso colore del rispettivo
pittogramma

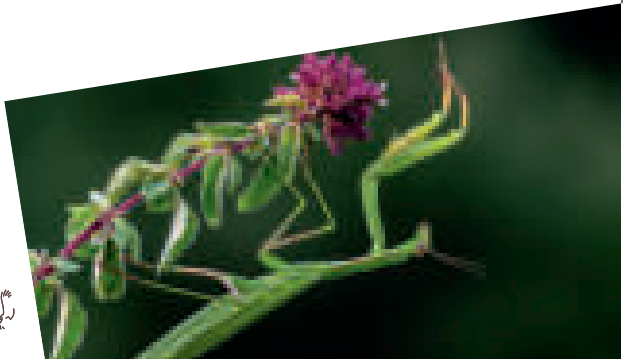



- Quibus quo volecescipsa secum reicatibus, is doluptur re que pro
- Ipsanihil idipsusda eosanti orepta- que soluptatat volum estio.
- Sum ressimus eos volupta tinullut omnimusament odit,

Quibus quo volecescipsa secum reicatibus, is doluptur re que pro
Ipsanihil idipsusda eosanti orepta- que soluptatat estio.
Sum ressimus eos volupta tinullut omnimusament odit,



At pratiae molorpos recte autecep eliquos del volupta
Nimil ipidebit et voloraecte omnia quisi ullaudi cienis quatum ut pratur. Aximostrum aute rest, nempore perrumet et quosa aceat laut voluptat. Agnatusa exceped ernatum volliquae aci quametures veligendae.



- Quibus quo volecescipsa secum reicatibus, is doluptur re que pro
- Ipsanihil idipsusda eosanti orepta-que soluptatat volum estio.
- Sum ressimus eos volupta tinullut omnimusament odit,

SLIDE DI CHIUSURA

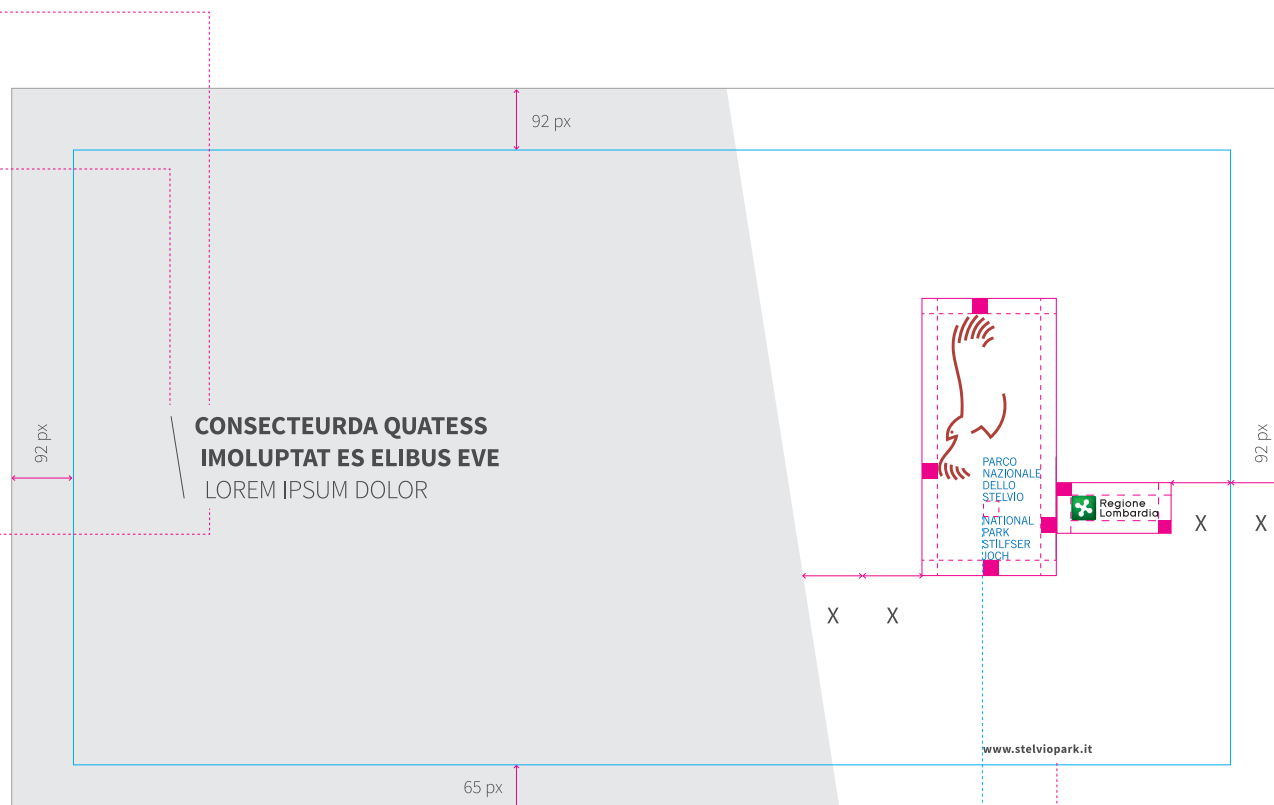
Sulla slide di chiusura l'immagine si trova a sinistra, mentre sul lato destro sono posizionati, su sfondo bianco, il marchio (o i marchi in caso di co-branding) e l'URL. Il marchio ha le stesse dimensioni di quello sulla slide introduttiva ed è posizionato al centro sull'asse verticale. L'immagine è ritagliata a destra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore della slide. Il marchio è posizionato in modo da rispettare la sua area di rispetto. La figura sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative a colori e testi, a cui bisogna attenersi.



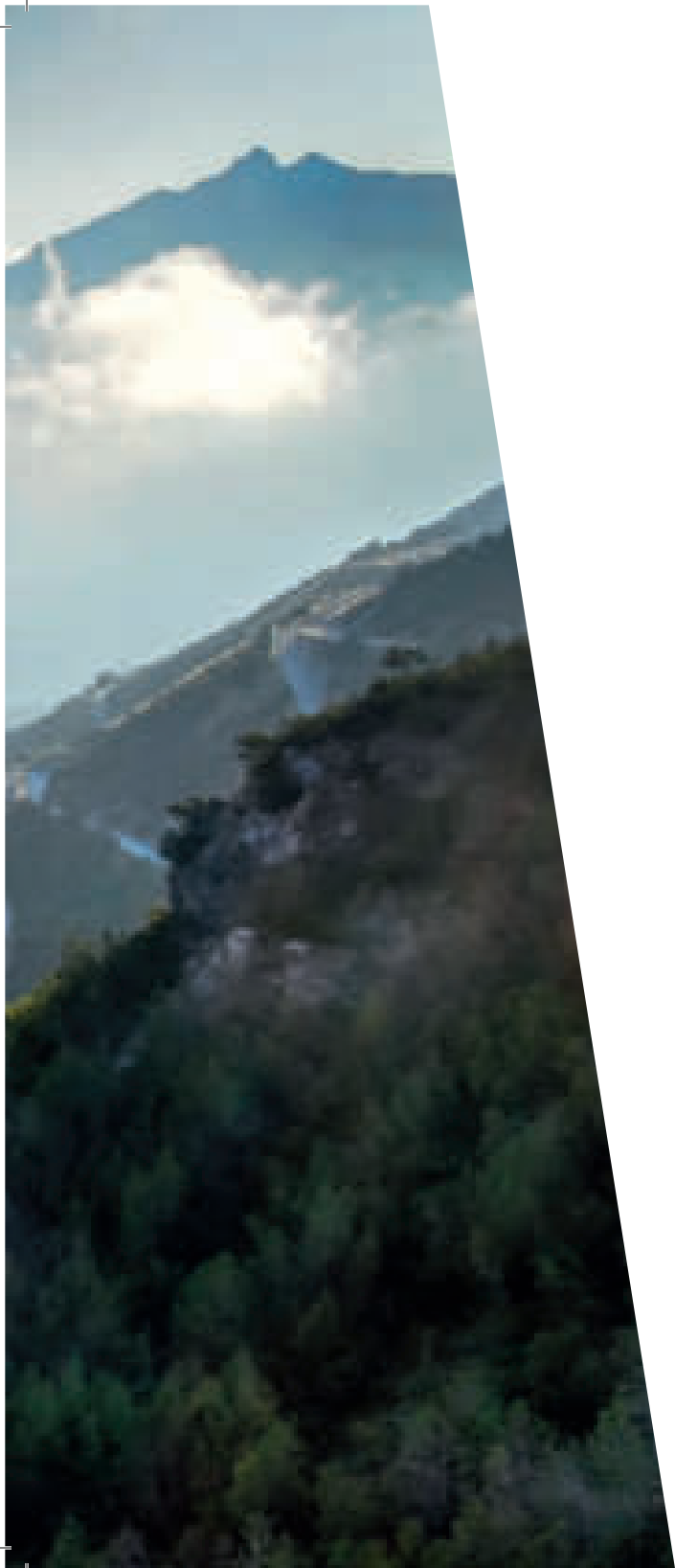
Titolo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 39 pt
Interlinea: 48 pt

Linea:
Spessore: 1 pt
Angolo: 81°
Colore: R 74 G 74 B 74

Sottotitolo:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 39 pt
Interlinea: 48 pt



URL:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 18 pt



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSE
R JOCH



ESFA – Direzione

Parco Nazionale dello Stelvio Lombardia

I-23032 Bormio (SO) | Via De Simoni, 42

T. +39 0342 900 811

info@stelviopark.it

www.stelviopark.it