

PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO TRENINO CORPORATE DESIGN MANUAL 2022



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH

PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO TRENTINO 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 cuore delle Alpi centrali, il Parco Nazionale dello Stelvio custodisce fin dal 1935 le meraviglie paesaggistiche delle vallate alpine e tutela la fauna e la flora di una vasta area naturalistica protetta racchiusa tra le Province Autonome di Trento e Bolzano e la Regione Lombardia.

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 natura, animali e uomo. 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 Trentino, i Centri Visitatori e la Casa del Parco Rabbi, 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 Stelvio Trentino	9
I colori	9
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
Esempi errati di applicazione del marchio ombrello da evitare	16
GERARCHIA DEI MARCHI	19
Organigramma e marchi	20
I marchi	22
I MARCHI DI 2° E 3° LIVELLO	25
del Parco Nazionale dello Stelvio Trentino	26
Marchio di famiglia “Centri Visitatori”	26
Sotto-marchi Centri Visitatori	28
Marchio “Foresteria”	30
Marchio di famiglia “Percorsi Tematici”	32
Sotto-marchi Percorsi Tematici	34
Marchio di famiglia “Alte Vie” e sotto-marchio “Sentiero dei Parchi”	36
Marchio “Ricerca Scientifica”	38
Marchio di famiglia “Educazione Ambientale” e sotto-marchi “Gioco del Parco Còler”	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 TRENTINO	51
Linee guida ed esempi di applicazione	52
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
TIPOGRAFIA	61
per le azioni di comunicazione del Parco Nazionale dello Stelvio Trentino	
LINGUAGGIO VISIVO	65
del Parco Nazionale dello Stelvio Trentino	
STAMPATI	75
del Parco Nazionale dello Stelvio Trentino	76
Stampati, carta e formati	76
Linea guida per la composizione di brochure:	
Formato grande e medio	78
Formato orizzontale	90
Formato piccolo	92
Concetto grafico manifesti:	
700 x 1.000 mm	96
500 x 700 mm	98
297 x 420 mm (DIN A3)	100
1.000 x 700 mm	102
700 x 500 mm	104
420 x 297 mm (DIN A3)	106
Concetto grafico locandina informativa	108
Concetto grafico tabelloni informativi:	
700 x 500 mm	112
1000 x 700 mm	114
Esempi di stampati errati	116
PRESENTAZIONE POWER POINT	119
del Parco Nazionale dello Stelvio Trentino	

**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 Trentino 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.

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.

MARCHIO OMBRELLO

del Parco Nazionale dello Stelvio
Trentino

MARCHIO OMBRELLO DEL PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO TRENTINO

Il marchio ombrello è la base di tutte le applicazioni del marchio del Parco Nazionale dello Stelvio Trentino. 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



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH

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%.

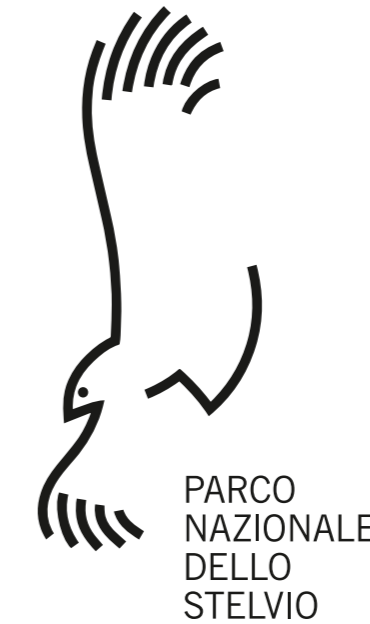


Formati disponibili: EPS | PDF | JPG | PNG | SVG



NATIONAL PARK STILFSER JOCH

SCALA DI GRIGI



NATIONAL PARK STILFSER JOCH

LINE ART



NATIONAL PARK STILFSER JOCH

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 figura 1. Queste dimensioni corrispondono alla riproduzione del marchio nella sua forma completa nelle dimensioni più piccole. Per le applicazioni di altezza inferiore a 27 mm e superiore a 13 mm (per il web tra 200 px e 85 px) viene utilizzato il marchio figurativo in forma ridotta, vedi figura 2. Per le applicazioni di altezza inferiore a 13 mm (per il web tra 85 px e 50 px) viene utilizzato il marchio figurativo in forma ancora più ridotta, vedi figura 3. L'altezza minima del marchio figurativo (figura 3) è 8 mm (per il web 50 px); questa è anche la dimensione minima del marchio ombrello.



A: 27 mm
A: 200 px

1



A: 13 mm
A: 85 px

2



A: 8 mm
A: 50 px

3



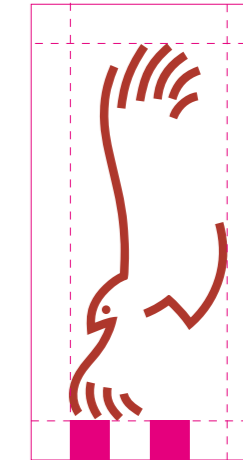
Formati disponibili: EPS | PDF | JPG | PNG | SVG

AREE DI RISPETTO DELLE DIVERSE APPLICAZIONI

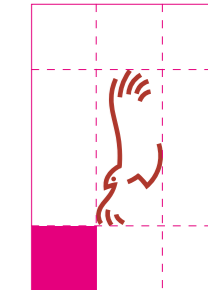
Il concetto di design del marchio prevede uno spazio libero definito intorno al marchio, la cosiddetta area di rispetto, all'interno della quale non possono essere posizionati altri elementi. Questo riguarda il posizionamento del marchio su sfondo bianco. L'area di rispetto intorno al marchio corrisponde esattamente alla distanza tra i marchi denominativi italiani e tedeschi in rapporto alla dimensione del marchio (vedi figura 4). L'area di rispetto dell'applicazione ridotta (vedi figura 2) corrisponde ad un quarto della larghezza del marchio stesso. Questo vale per tutte le applicazioni del marchio figurativo in forma ridotta con un'altezza inferiore a 27 mm e superiore a 13 mm (per il web tra 200 px e 85 px). Invece per le applicazioni del marchio figurativo in forma ridotta con un'altezza inferiore a 13 mm e superiore a 8 mm (per il web tra 85 px e 50 px) l'area di rispetto corrisponde all'intera larghezza del marchio figurativo stesso (vedi figura 3).



1



2



3

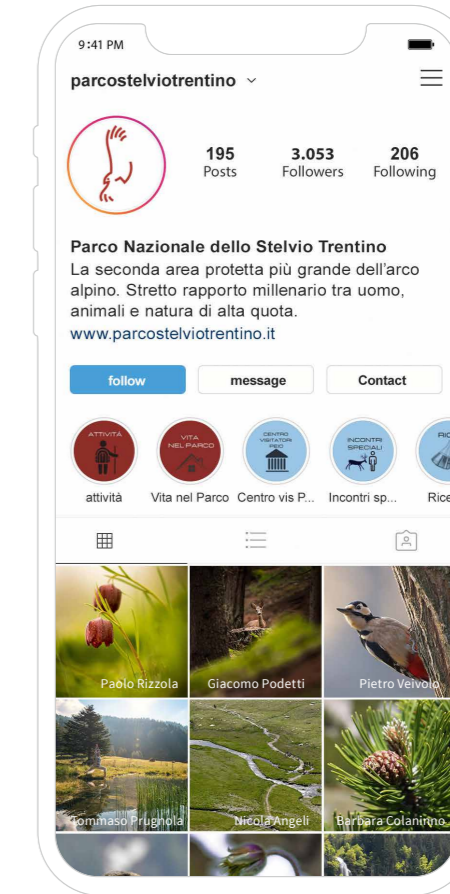
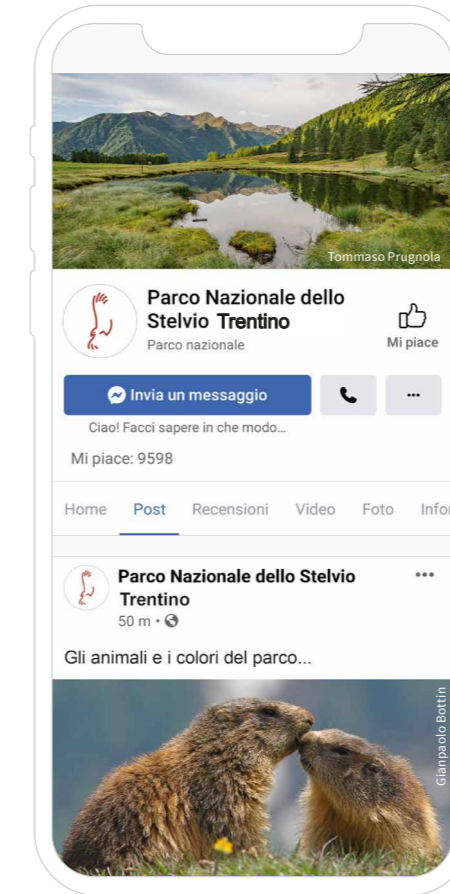


UTILIZZO DEL MARCHIO PER I SOCIAL MEDIA

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

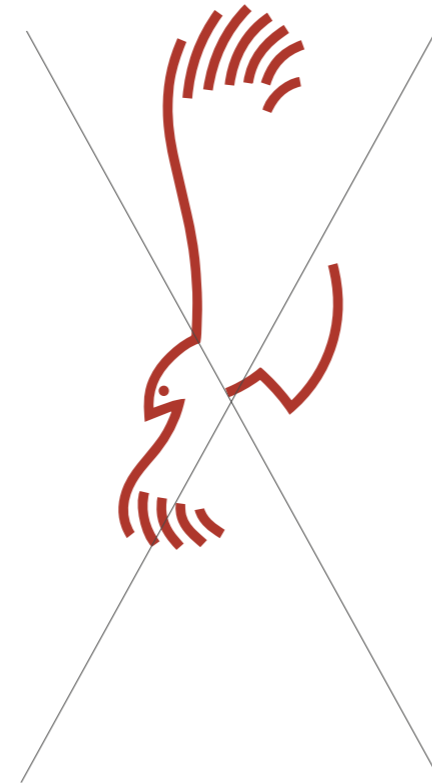




ESEMPI ERRATI DI APPLICAZIONE DEL MARCHIO OMBRELLO DA EVITARE

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 TRENTINO

Le esigenze di comunicazione del Parco Nazionale dello Stelvio Trentino 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 Trentino. Al di sotto del marchio ombrello si colloca il secondo livello della gerarchia dei marchi, costituito dalle famiglie di marchi "Centri Visitatori", "Percorsi Tematici", "Alte Vie" e "Educazione Ambientale" e dai marchi tematici "Foresteria" e "Ricerca Scientifica". I marchi "Centri Visitatori", "Percorsi Tematici", "Alte Vie" e "Educazione Ambientale" vengono utilizzati ogniqualvolta la comunicazione riguarda tutte le strutture della relativa famiglia (ad es. sulla copertina di una brochure dedicata a tutti e sette i Centri Visitatori). Come suggerisce il nome, i marchi tematici vengono utilizzati per i temi corrispondenti, ad es. su un opuscolo relativo alle attività di ricerca nell'area dello Stelvio, ecc. Il terzo livello è costituito dai sotto-marchi delle famiglie di marchi "Centri Visitatori", "Percorsi Tematici", "Alte Vie" e "Educazione Ambientale". I marchi di terzo livello vengono utilizzati ogniqualvolta la comunicazione riguarda una struttura specifica, ad es. ognuno dei sette Centri Visitatori ha 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

PARCO NAZIONALE
DELLO STELVIO

2° livello

CENTRI VISITATORI

FORESTERIA

PERCORSI TEMATICI

ALTE VIE

RICERCA
SCIENTIFICAEDUCAZIONE
AMBIENTALE

3° livello

CENTRO VISITATORI
PEIOSCALINATA DEI LARICI
MONUMENTALI

SENTIERO DEI PARCHI

GIOCO DEL PARCO
CÒLERCASA DEL PARCO
RABBIPERCORSO BOSCO
DEGLI UROGALLICENTRO VISITATORI
MALGA TALÉPARCO SONORO
FRUSCIOCENTRO VISITATORI
AREA FAUNISTICACENTRO VISITATORI
MALGA STABLÉTCENTRO VISITATORI
CASÈL DI SOMRABBICENTRO VISITATORI
SEGHERIE VENEZIANE

MARCHI DEL PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO TRENTINO

Questo organigramma mostra tutti e 3 i livelli dei marchi del Parco Nazionale dello Stelvio Trentino: il marchio ombrello, la famiglia di marchi “Centri Visitatori”, “Percorsi Tematici”, “Alte Vie” e “Educazione Ambientale”, i marchi tematici “Foresteria” e “Ricerca Scientifica” e fornisce un esempio di applicazione di terzo livello con il sotto-marchio “Centro Visitatori Peio”. Tutti i marchi sono riprodotti nei loro colori originali.

1° livello



PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO
NATIONAL PARK STILFSER JOCH

2° livello



PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO
NATIONAL PARK STILFSER JOCH

CENTRI VISITATORI



PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO
NATIONAL PARK STILFSER JOCH

FORESTERIA



PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO
NATIONAL PARK STILFSER JOCH

PERCORSI TEMATICI



PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO
NATIONAL PARK STILFSER JOCH

ALTE VIE



PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO
NATIONAL PARK STILFSER JOCH

RICERCA SCIENTIFICA



PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO
NATIONAL PARK STILFSER JOCH

EDUCAZIONE AMBIENTALE

3° livello



PARCO NAZIONALE DELLO STELVIO
NATIONAL PARK STILFSER JOCH

CENTRO VISITATORI PEIO

I MARCHI
DI 2° E 3° LIVELLO
del Parco Nazionale dello Stelvio
Trentino

MARCHIO DI FAMIGLIA “CENTRI VISITATORI”

A destra abbiamo inserito il marchio di famiglia che comprende le sette strutture “Centro Visitatori Peio”, “Casa del Parco Rabbi”, “Centro Visitatori Malga Talé”, “Centro Visitatori Area Faunistica”, “Centro Visitatori Malga Stablét”, “Centro Visitatori Casèl di Somrabbi” e “Centro Visitatori Segherie Veneziane” 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 sette le strutture subordinati al marchio "Centri Visitatori". Questi vengono utilizzati ogniqualvolta la comunicazione riguarda una singola struttura, come ad esempio sul pannello informativo di una specifica struttura.



MARCHIO “FORESTERIA”

Quello raffigurato qui accanto è il marchio tematico “Foresteria”. È un sotto-marchio del marchio ombrello e viene utilizzato in tutte le comunicazioni relative all’ospitalità all’interno del parco. Si trova al secondo livello della gerarchia dei marchi e viene utilizzato, ad esempio, sulla copertina di una brochure dedicata alle strutture ricettive del parco.



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 DI FAMIGLIA “PERCORSI TEMATICI”

A destra abbiamo inserito il marchio di famiglia che comprende i tre percorsi “Scalinata dei Larici Monumentali”, “Percorso Bosco degli Urogalli” e “Parco Sonoro Fruscio” con al vertice il marchio “Percorsi Tematici”. Questo marchio viene utilizzato ogniqualvolta la comunicazione riguarda contemporaneamente tutti i percorsi, 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 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

SOTTO-MARCHI PERCORSI TEMATICI

A destra sono riportati i sotto-marchi di tutti e tre i percorsi subordinati al marchio "Percorsi Tematici". Questi vengono utilizzati ogniqualvolta la comunicazione riguarda un singolo percorso, come ad esempio sul pannello informativo di uno specifico percorso.



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

MARCHIO DI FAMIGLIA “ALTE VIE” E SOTTO-MARCHIO “SENTIERO DEI PARCHI”

A destra abbiamo inserito il marchio di famiglia “Alte Vie” che sta al vertice e comprende anche il “Sentiero dei Parchi”. Il marchio “Alte Vie” viene utilizzato in tutte le comunicazioni che riguardano le Alte Vie del Parco Nazionale dello Stelvio. Il sotto-marchio “Sentiero dei Parchi” viene utilizzato ogniqualvolta la comunicazione riguarda questo sentiero, come ad esempio sulla copertina di una brochure.



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 “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 Trentino. 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 DI FAMIGLIA “EDUCAZIONE AMBIENTALE” E SOTTO-MARCHIO “GIOCO DEL PARCO CÒLER”

A destra abbiamo inserito il marchio di famiglia “Educazione Ambientale” che sta al vertice e comprende anche il “Gioco del Parco Còler”. Il marchio “Educazione Ambientale” viene utilizzato in tutte le comunicazioni di carattere divulgativo relative alla flora, alla fauna e alla geologia del Parco Nazionale dello Stelvio Trentino. Il sotto-marchio “Gioco del Parco Còler” viene utilizzato ogniqualvolta la comunicazione riguarda questo parco, come ad esempio sulla copertina di una brochure.



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



**NEGATIVO**

● C 0 M 0 Y 0 K 85

**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

**LINEART**

● C 0 M 0 Y 0 K 100



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.

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

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



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



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH



PARCO
NAZIONALE
DELLO
STELVIO

NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH

I COLORI



C 0 M 0 Y 0 K 35



C 0 M 0 Y 0 K 85



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.

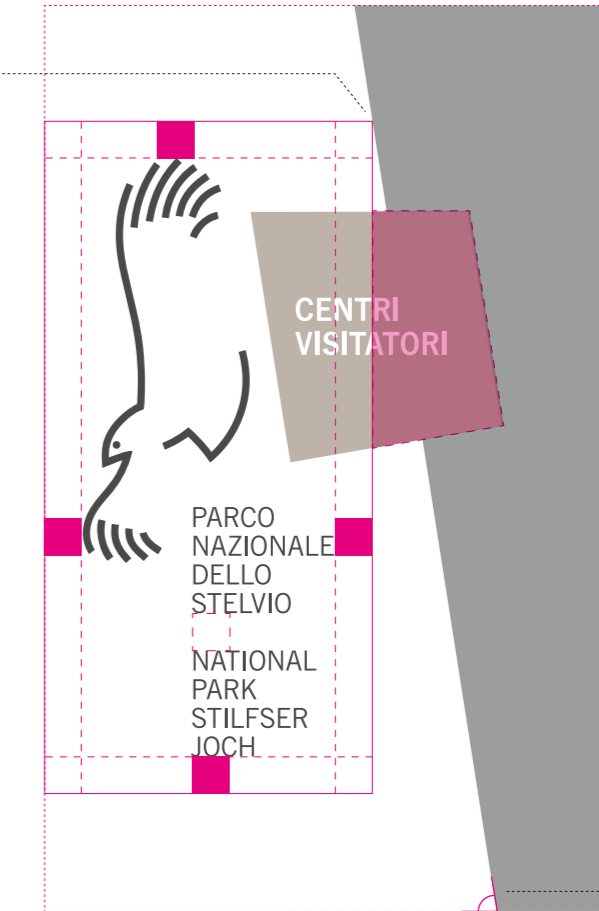


Immagine
Quest'area grigia corrisponde sempre ad una immagine contigua.



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



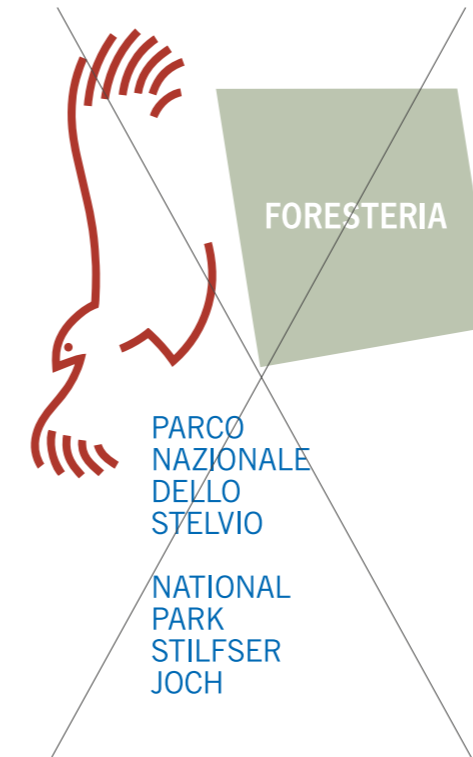
ESEMPI ERRATI DI APPLICAZIONE DEI MARCHI DI 2° E 3° LIVELLO

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

- 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").
- 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.
- 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 "Percorsi Tematici".
- 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 TRENTINO

Linee guida ed esempi di applicazione

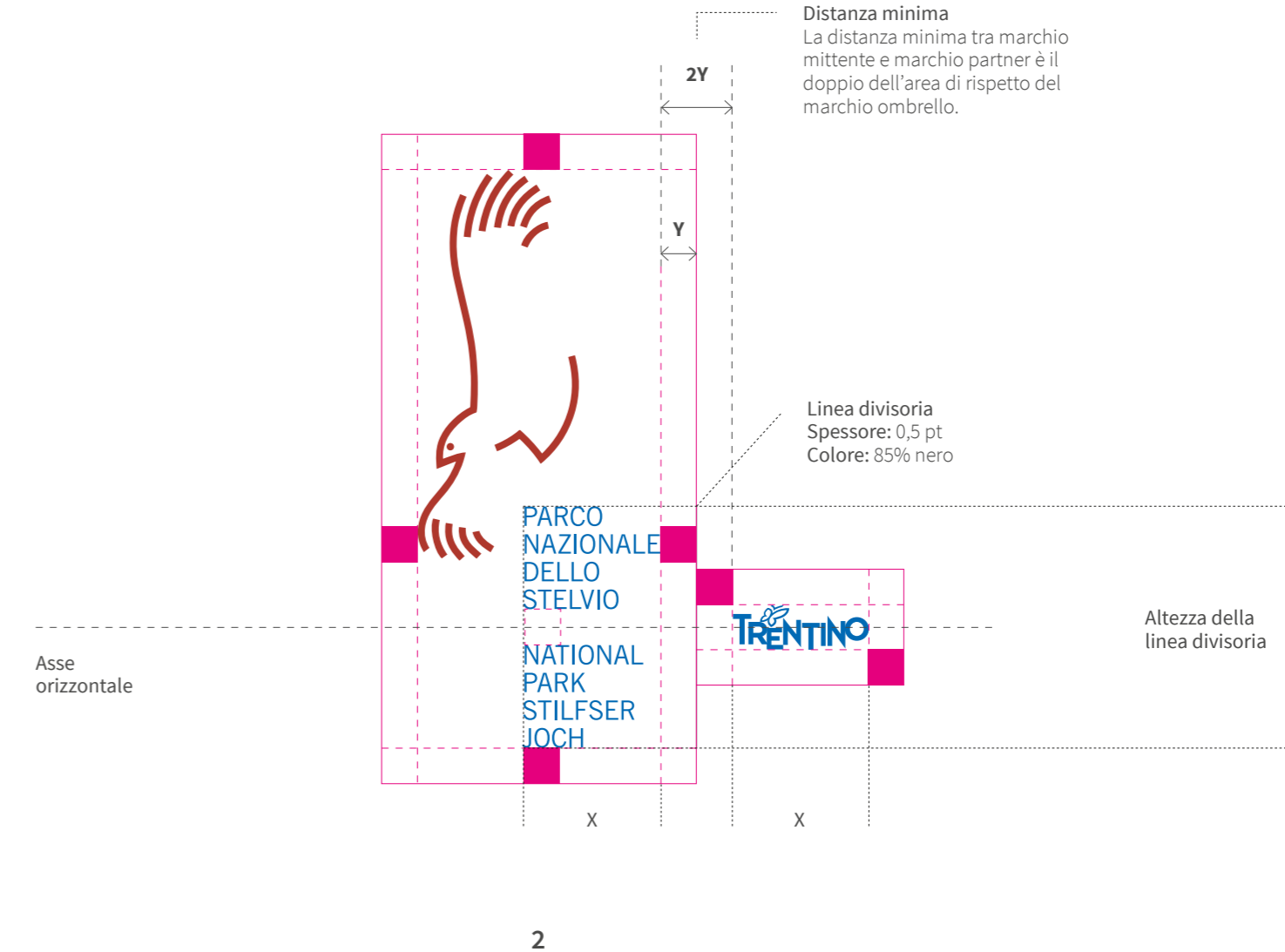


CO-BRANDING ORIZZONTALE DEL MARCHIO OMBRELLO

Nel co-branding orizzontale il marchio "Trentino" è posizionato sull'asse orizzontale centrale del marchio denominativo. La larghezza del marchio denominativo del marchio ombrello e quella del marchio partner "Trentino" 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. Il colore del marchio "Trentino" corrisponde al colore del marchio denominativo del marchio ombrello.



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 DEL MARCHIO OMBRELLO

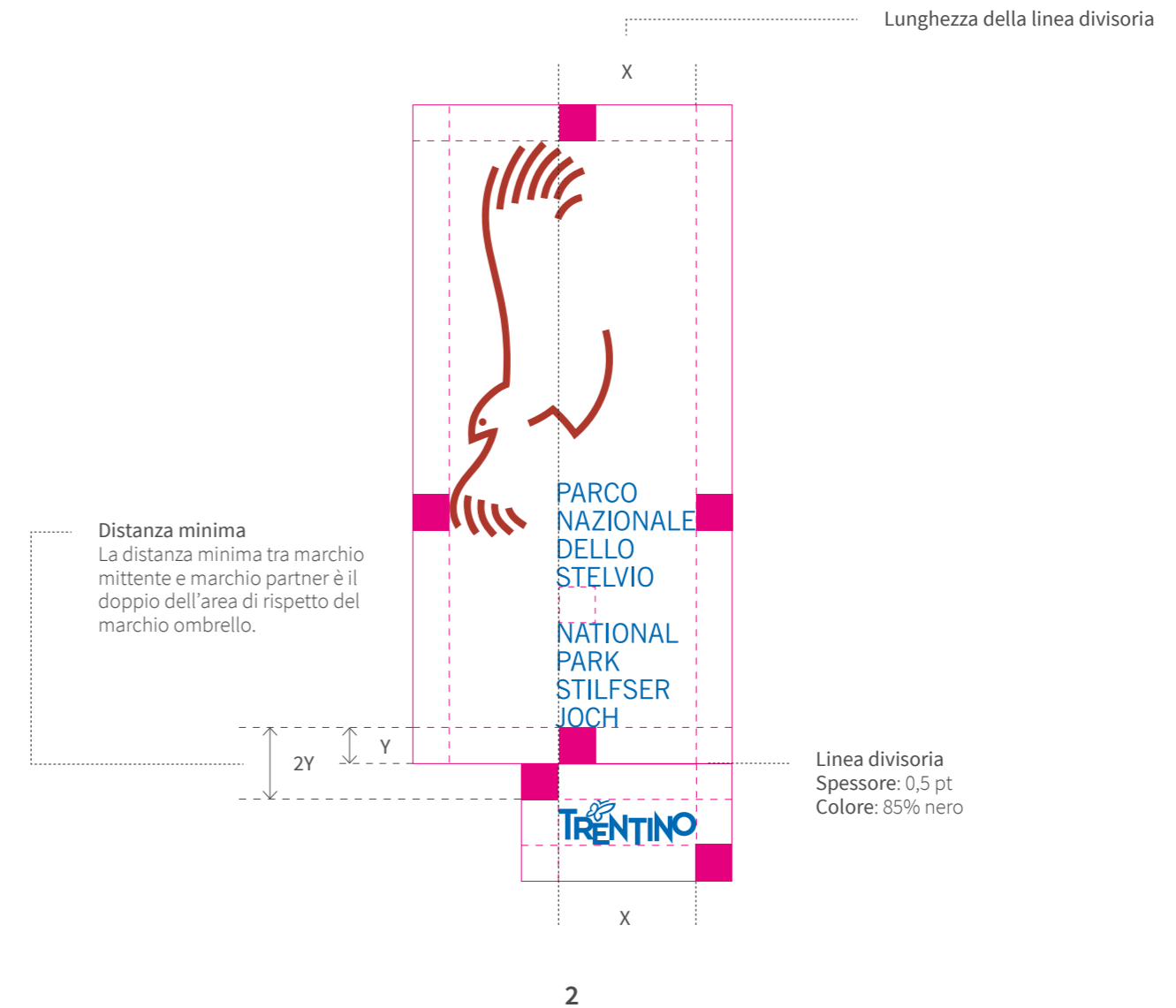
I due marchi denominativi hanno esattamente la stessa larghezza (vedi x nella figura 2). La distanza minima tra i due marchi corrisponde al doppio dell'area di rispetto del marchio ombrello (vedi 2Y nella figura 2). La linea divisoria orizzontale nera corrisponde alla larghezza del marchio denominativo 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. Il colore del marchio "Trentino" corrisponde al colore del marchio denominativo del marchio ombrello.



NATIONAL
PARK
STILFSER
JOCH

TRENTINO

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.

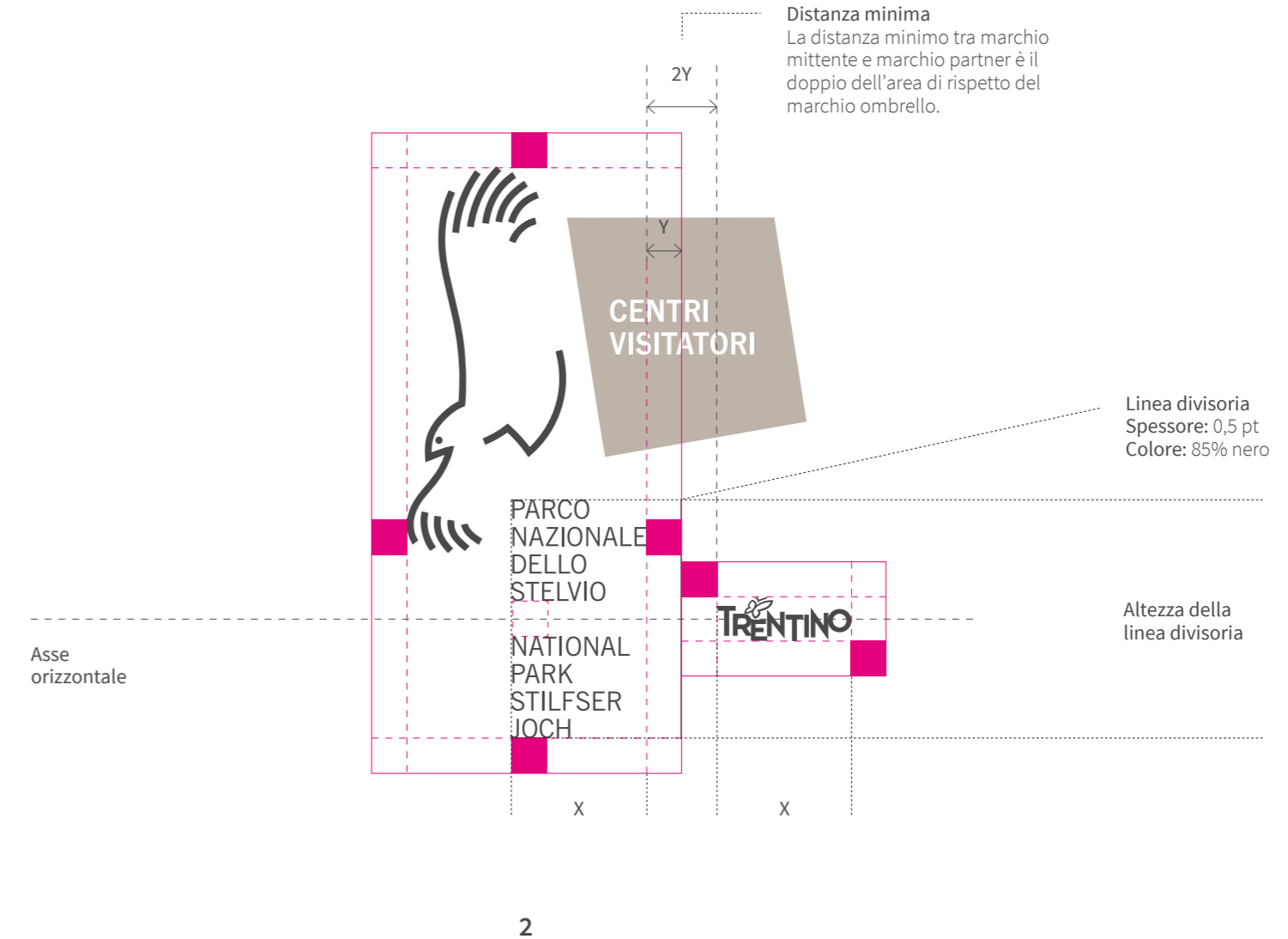


CO-BRANDING ORIZZONTALE DEI MARCHI DI 2° E 3° LIVELLO

Nel co-branding orizzontale il marchio "Trentino" è posizionato sull'asse orizzontale centrale del marchio denominativo. La larghezza del marchio denominativo del relativo marchio e quella del marchio partner "Trentino" 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 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. Il colore del marchio "Trentino" corrisponde al colore del marchio denominativo del relativo marchio.



1



2

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.

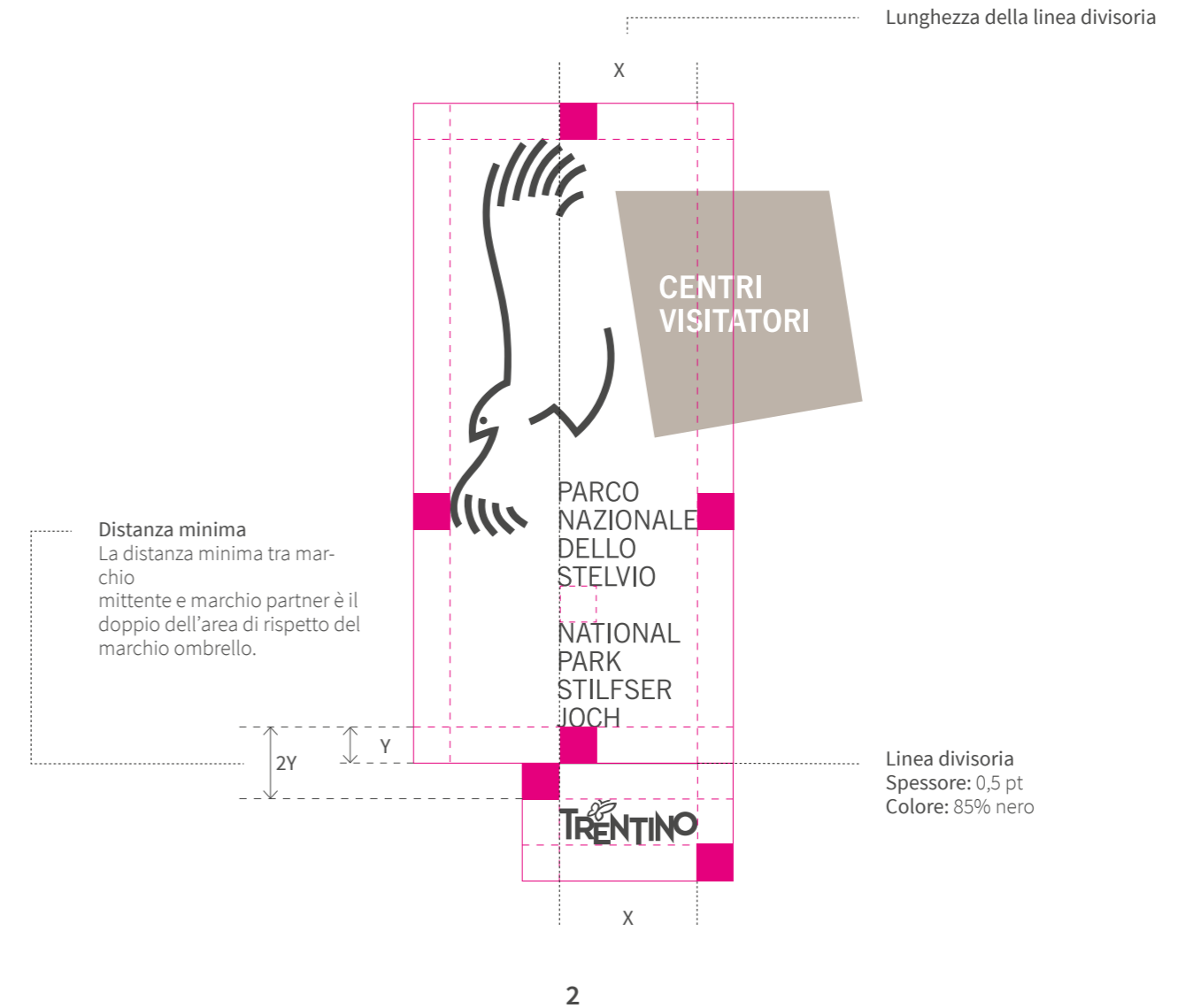


CO-BRANDING VERTICALE DEI MARCHI DI 2° E 3° LIVELLO

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 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. Il colore del marchio "Trentino" corrisponde al colore del marchio denominativo del relativo marchio.



1



2

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.

TIPOGRAFIA

per le azioni di comunicazione del Parco
Nazionale dello Stelvio Trentino

Source Sans Pro ExtraLight

aA123

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

Source Sans Pro Light

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!@#\$\$%^&*();:;.,><?

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 78.

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).

Source Sans Pro ExtraLight Italic

aA123

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

Source Sans Pro Light Italic

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!@#\$\$%^&*();:;.,><?*

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

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

LINGUAGGIO VISIVO

del Parco Nazionale dello Stelvio
Trentino

LINGUAGGIO VISIVO PRIMAVERA

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



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



LINGUAGGIO VISIVO ESTATE

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



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



Stafano Ferrario



Tommaso Prugnola



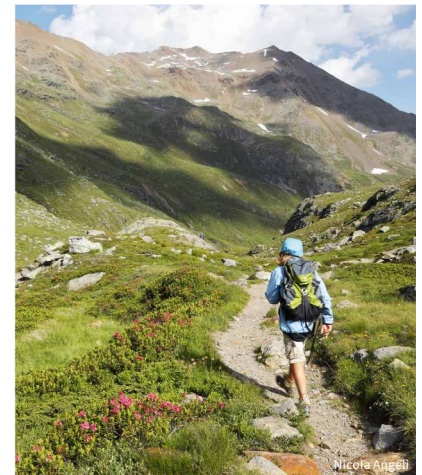
Barbara Colapinto



Gianpaolo Bottin



Tommaso Prugnola



Nicola Angeli

LINGUAGGIO VISIVO AUTUNNO

I colori naturali creano un autentico feeling autunnale. Il linguaggio visivo è diretto, moderno, emotivamente coinvolgente e autonomo. Il fascino del "Parco Nazionale dello Stelvio Trentino" viene messo in risalto da luci soffuse e naturali. L'interazione bilanciata tra natura, animali e uomo si riflette nella rappresentazione multiforme. Le immagini qui riportate fungono unicamente da esempio di linguaggio visivo.



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



Moreno Pellegri



Daniele Bassan



Giacomo Podetti



Celestino Vuillermoz



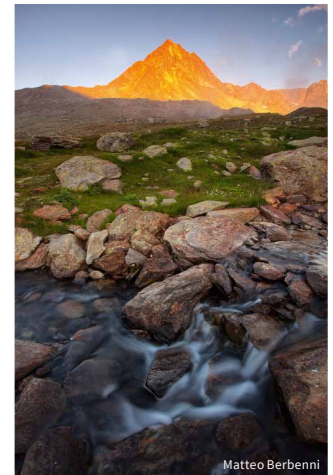
Nicola Angeli



Nicola Angeli



Alice Russo



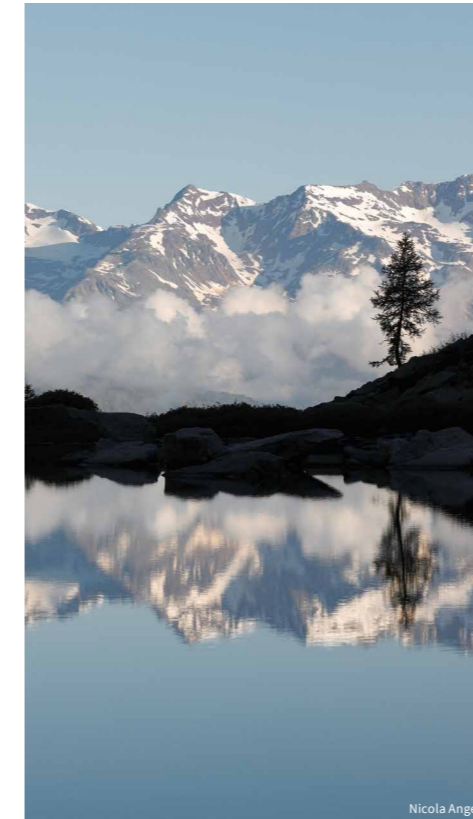
Matteo Berbenni

LINGUAGGIO VISIVO 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 Trentino" viene messo in risalto da luci soffuse e naturali. L'interazione bilanciata tra natura, animali e uomo si riflette nella rappresentazione multiforme. Le immagini qui riportate fungono unicamente da esempio di linguaggio visivo.



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



STAMPATI

del Parco Nazionale dello Stelvio
Trentino

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 lo spreco di carta.

CARTA E FORMATI

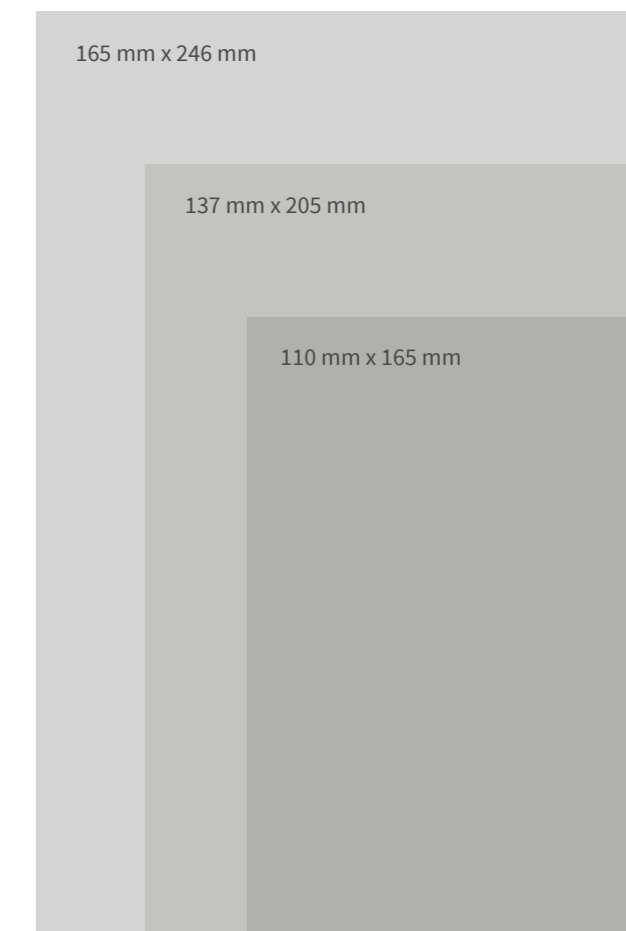
Naturalezza e genuinità sono i valori fondamentali del Parco Nazionale dello Stelvio Trentino, che si ritrovano nei tipi di carta scelti e possono essere vissuti al tatto.

Produttore: Fedrigoni

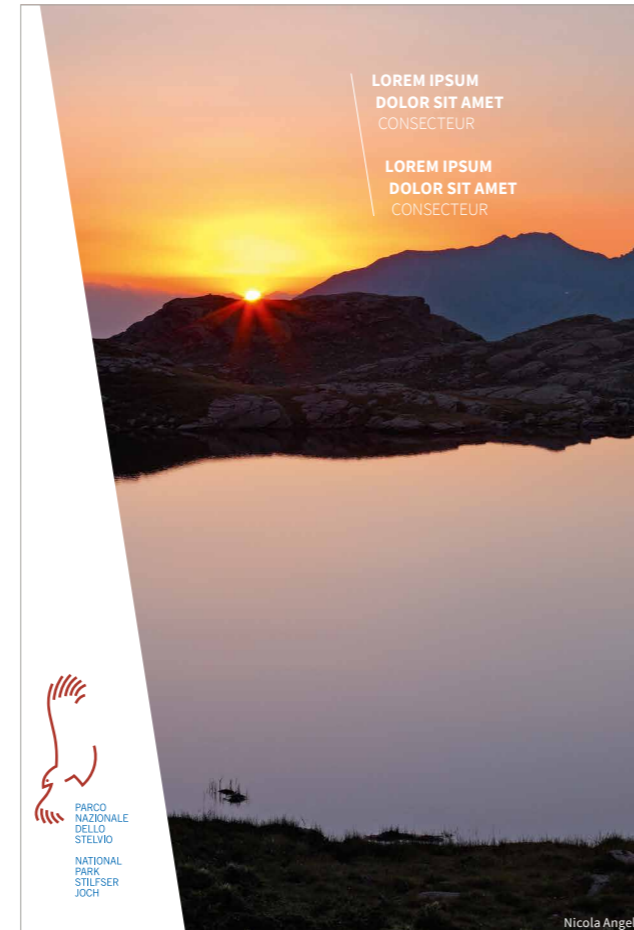
Carta: Arcoset White White, adatta per stampa offset e serigrafia
Carta certificata FSC. Carta naturale non patinata di alta qualità.

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

Formati: sono disponibili 3 formati standard per la pubblicazione, illustrati qui a destra.

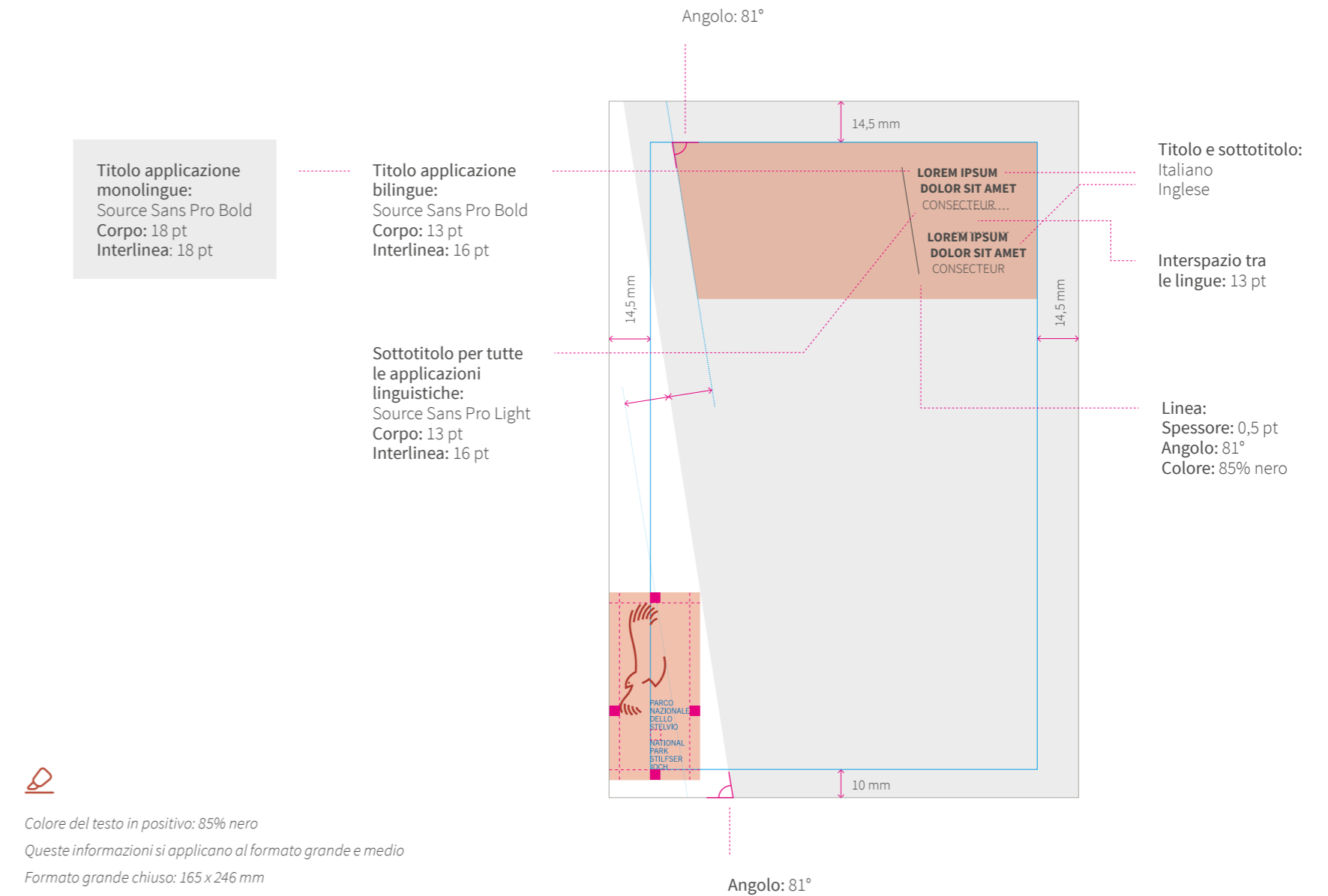


Le immagini sono ridimensionate proporzionalmente.



LINEE GUIDA PER LA COMPOSIZIONE DI BROCHURE PER IL FORMATO GRANDE E MEDIO 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). La scheda tecnica sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative alla pagina di copertina, a cui bisogna attenersi. Il riquadro rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo. Queste informazioni riguardano il formato grande e medio.



Colore del testo in positivo: 85% nero

Queste informazioni si applicano al formato grande e medio

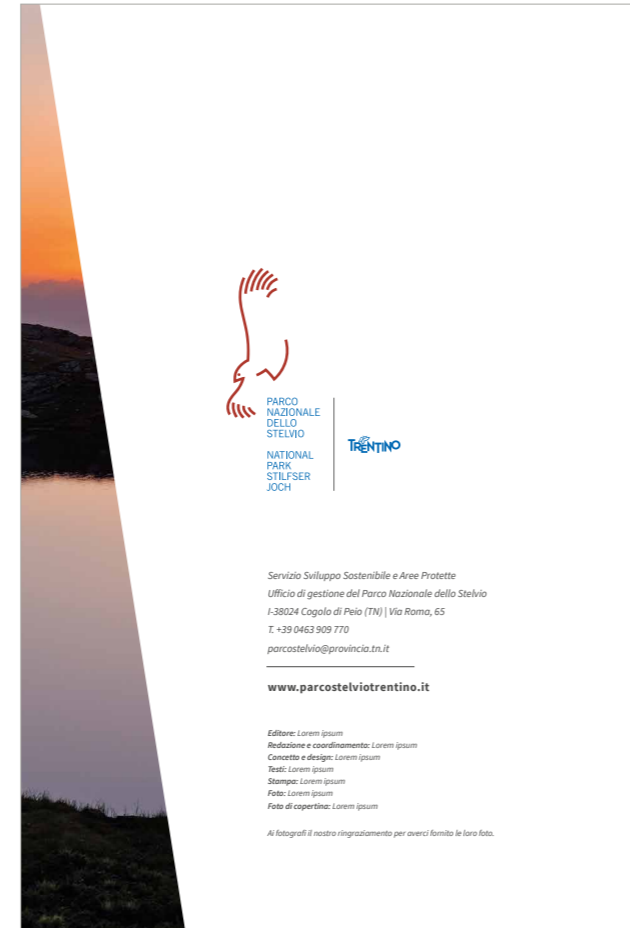
Formato grande chiuso: 165 x 246 mm

Formato medio chiuso: 137 x 205 mm

L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER IL FORMATO GRANDE E MEDIO 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, a cui bisogna attenersi. Queste informazioni riguardano il formato grande e medio.



Colore testo: 85% nero

Queste informazioni si applicano ai formati grande e medio.

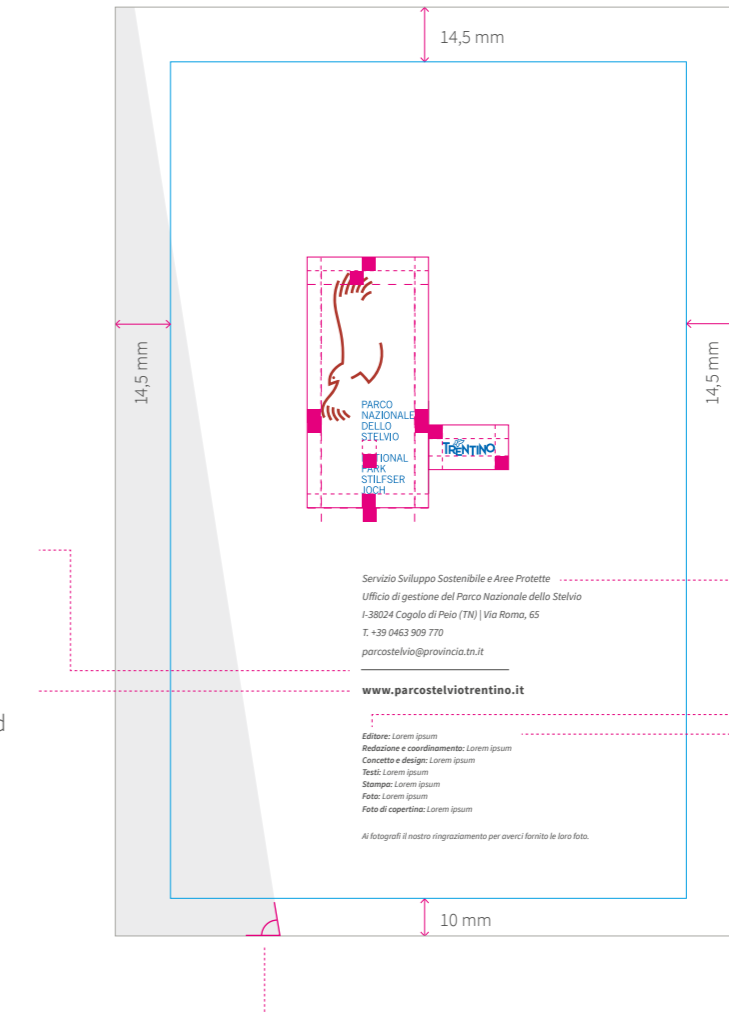
Formato grande chiuso: 165 x 246 mm

Formato medio chiuso: 137 x 205 mm

L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

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

URL:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 9 pt



Angolo: 81°

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

CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER IL FORMATO GRANDE E MEDIO 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 scheda tecnica sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni, a cui bisogna attenersi. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue e bilingue, nonché il formato grande e medio.

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

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 Italic
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 il formato grande e medio
Formato grande aperto: 330 x 246 mm. Formato medio aperto: 274 x 205 mm.



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 quisipsam.**

Quibus quo volecescipsa secum reicitibus, 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 cum vernates vero te maiorseque esequia nobita dest, ut re, ut aut occabor rovidis miliquis et velis aut ut ipsam il expel eius ditatec atesecestem aut doluptatur rehenimpellit dolorum volo odisti nectempost quam voluptaspic. Quidem earum qui adipsan disquinte es esim 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 desequea et re cuptates reheniminus. Pistion pra in est odi nes et officiamus et maio quis nim exerspid ulla.

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

Quibus quo volecescipsa secum reicitibus, 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 cum vernates vero te maiorseque esequia nobita dest, ut re, ut aut occabor rovidis miliquis et velis aut ut ipsam il expel eius ditatec atesecestem aut doluptatur rehenimpellit dolorum volo odisti nectempost quam voluptaspic. Quidem earum qui adipsan disquinte es esim 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 desequea et re cuptates reheniminus. Pistion pra in est odi nes et officiamus et maio quis nim exerspid ulla.

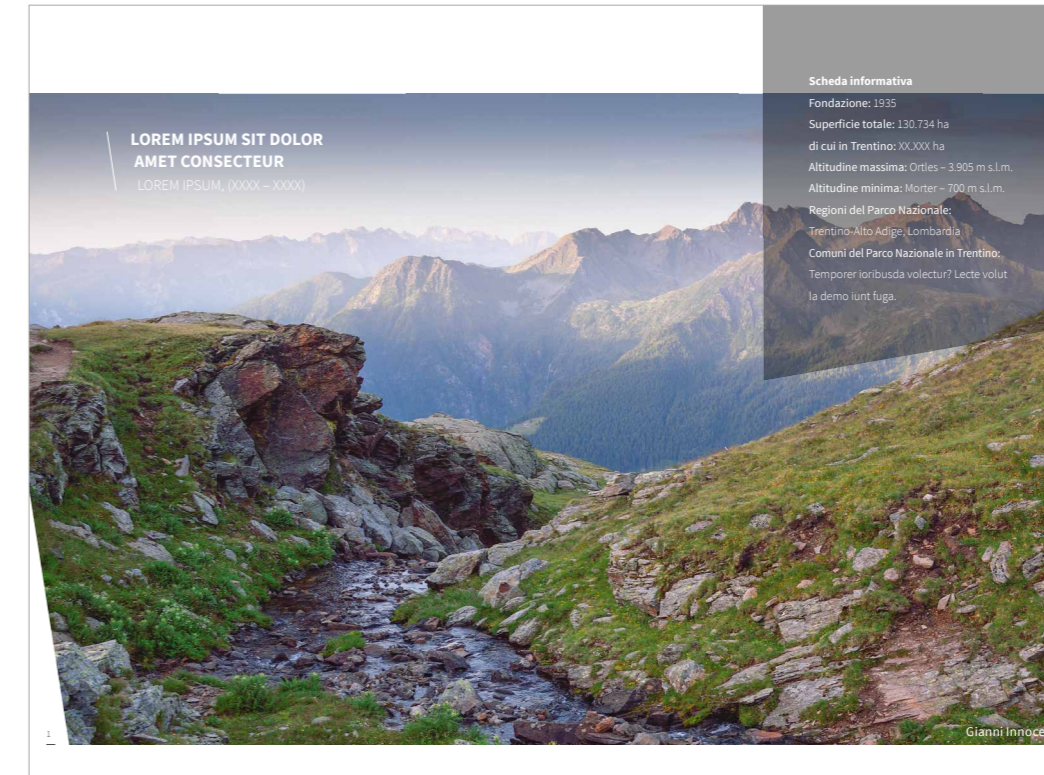
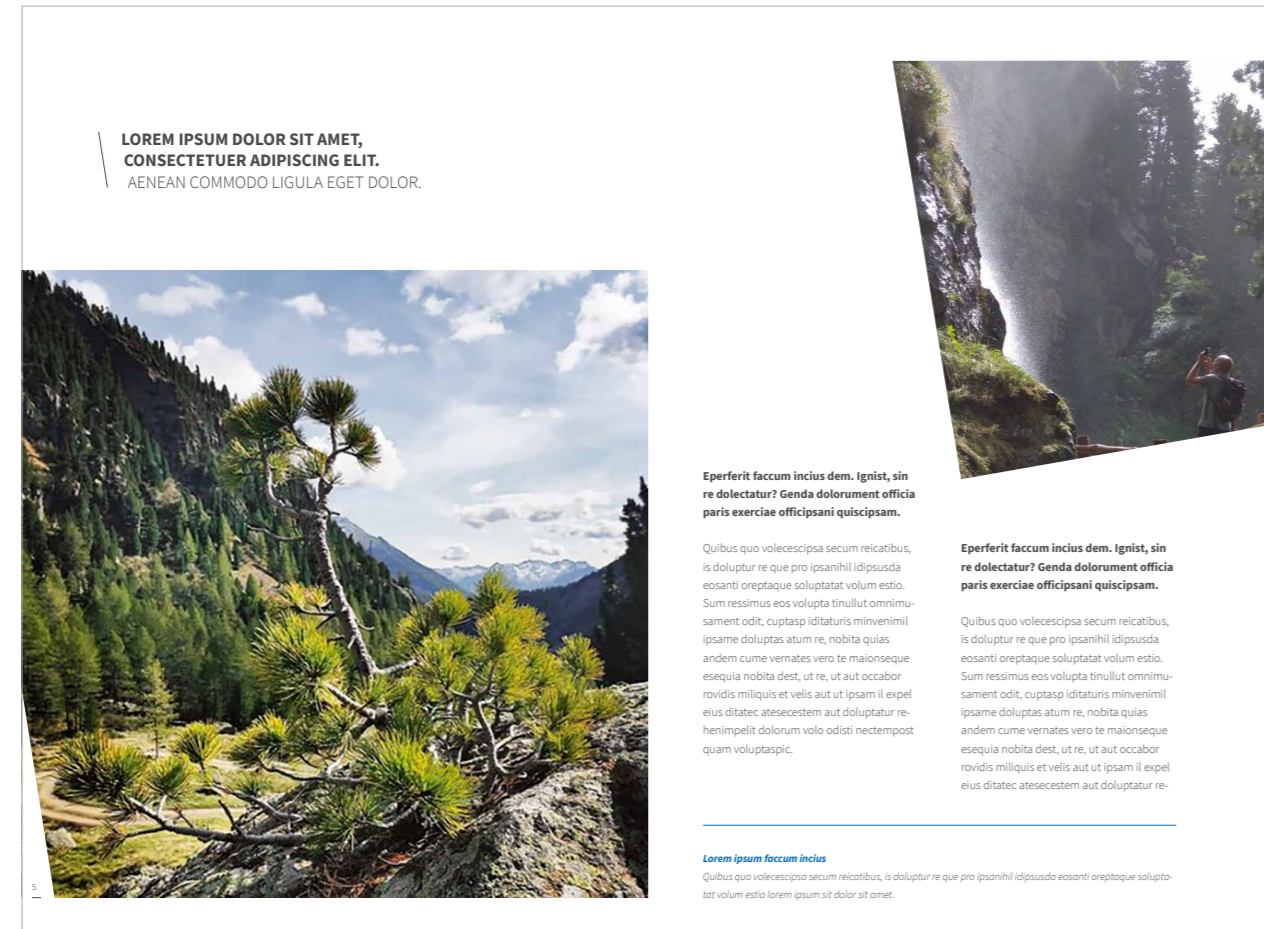
Lorem Ipsum faccum incius

Quibus quo volecescipsa secum reicitibus, is doluptur re que pro ipsanihil idipsusda eosanti. Lorem ipsum sit dolor amet.

Lorem Ipsum faccum incius

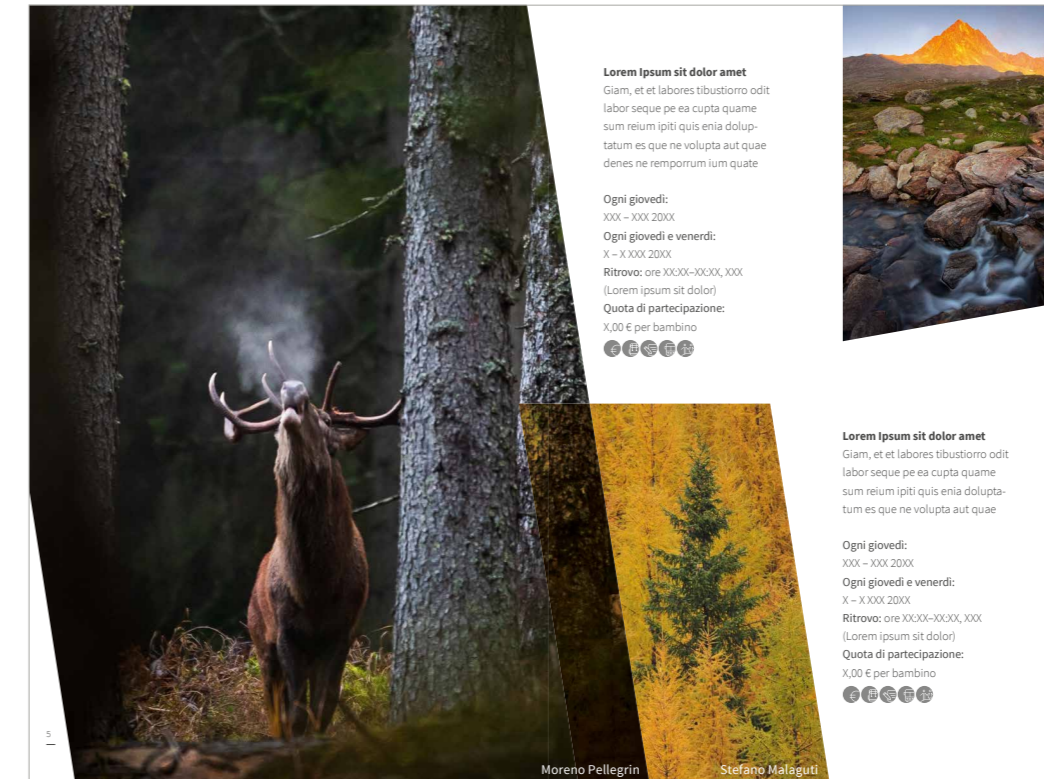
Quibus quo volecescipsa secum reicitibus, is doluptur re que pro ipsanihil idipsusda eosanti. Lorem ipsum sit dolor amet.







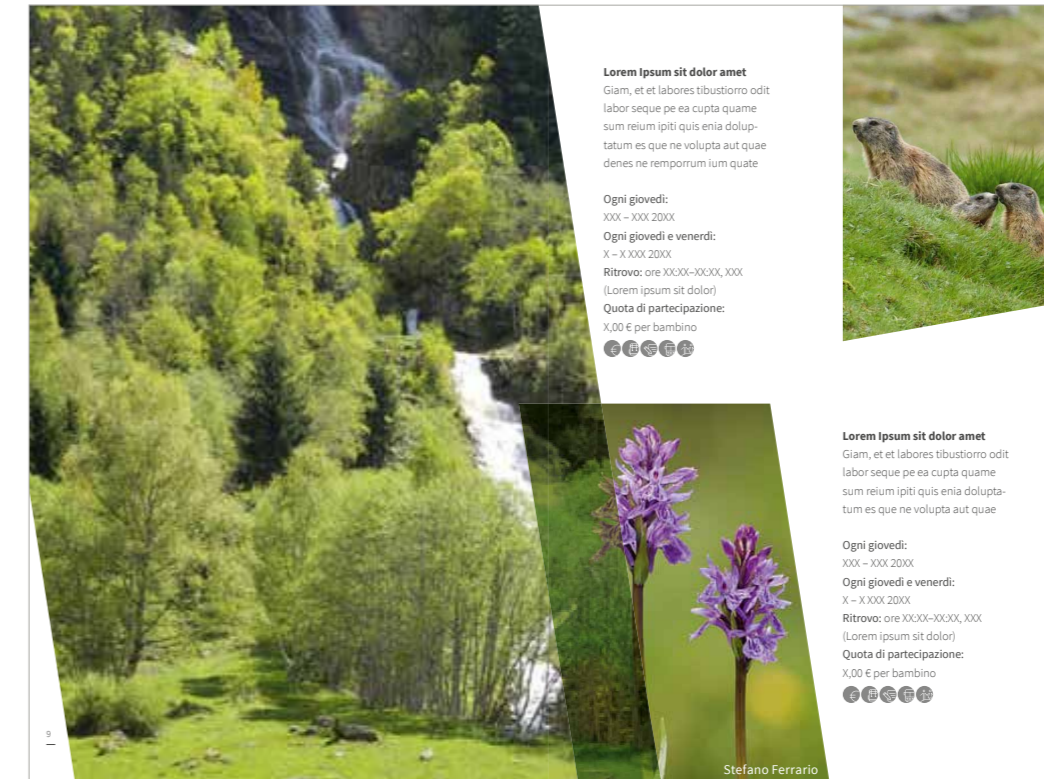
Esempio di layout della pagina introduttiva di secondo livello di comunicazione (monolingue) per il formato medio



Esempio di layout (monolingue) per il formato medio



Esempio di layout della pagina introduttiva di terzo livello
di comunicazione (monolingue) per il formato medio



Esempio di layout (monolingue) per il formato medio



CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER IL FORMATO GRANDE ORIZZONTALE

COPERTINA

In questa pagina mostriamo un formato di stampa che consideriamo un'eccezione, ovvero il formato orizzontale. In generale, le brochure hanno un 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).

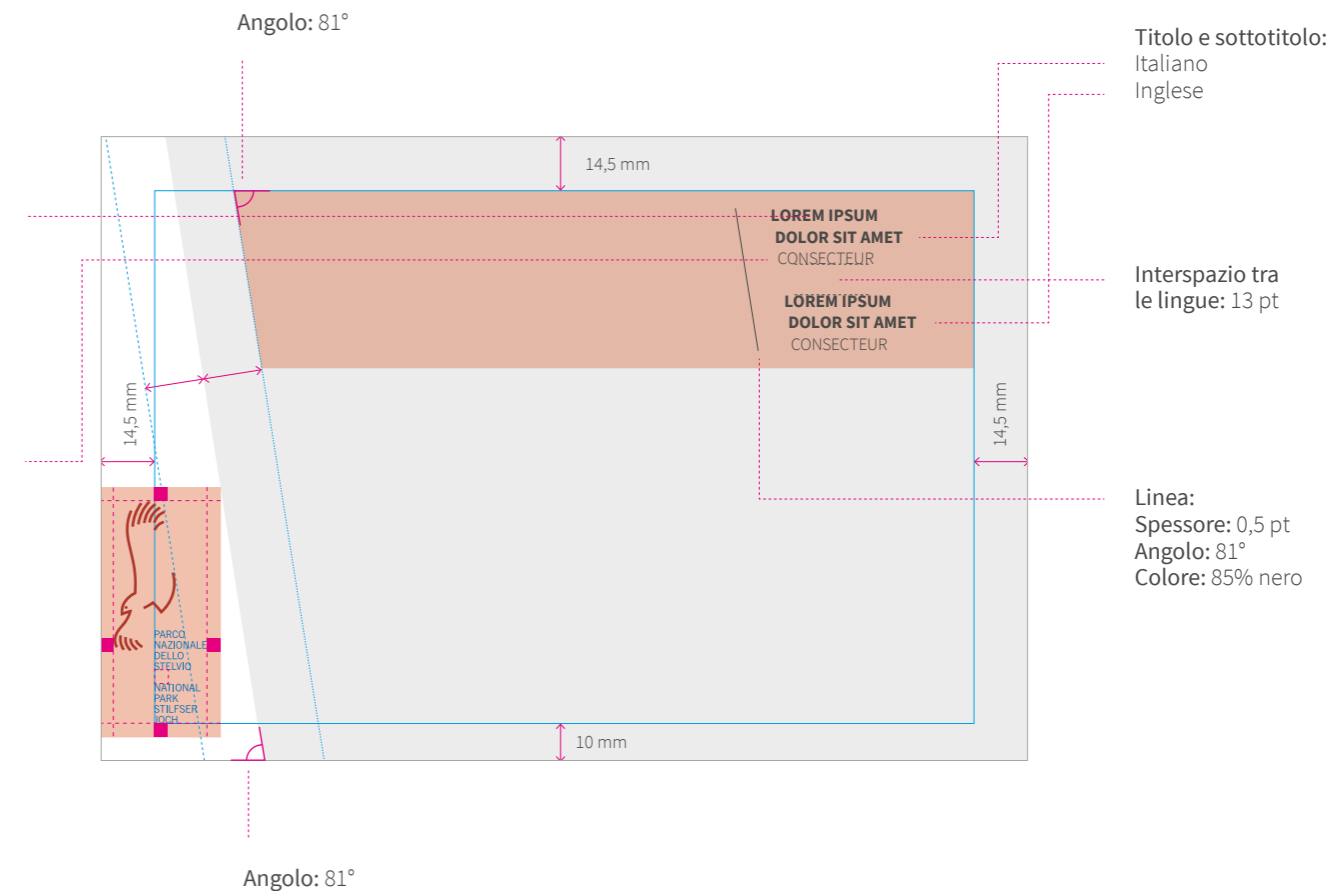
La scheda tecnica sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative alla pagina di copertina, a cui bisogna attenersi. Il riquadro rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo. Per le pagine interne valgono le stesse linee guida fornite per le brochure in grande formato verticale.



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



Queste informazioni si applicano al formato grande orizzontale.

Formato grande orizzontale chiuso: 246 x 165 mm

L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER IL FORMATO PICCOLO 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"). La scheda tecnica sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative alla pagina di copertina, a cui bisogna attenersi. Il riquadro rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue e bilingue, nonché il formato piccolo.

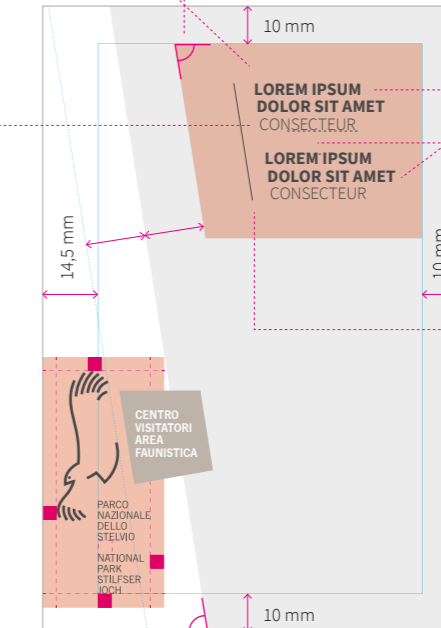


Titolo applicazione monolingue:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 18 pt
Interlinea: 18 pt

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

Angolo: 81°



Titolo e sottotitolo:
Italiano
Inglese

Interspazio tra le lingue: 13 pt

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

Angolo: 81°



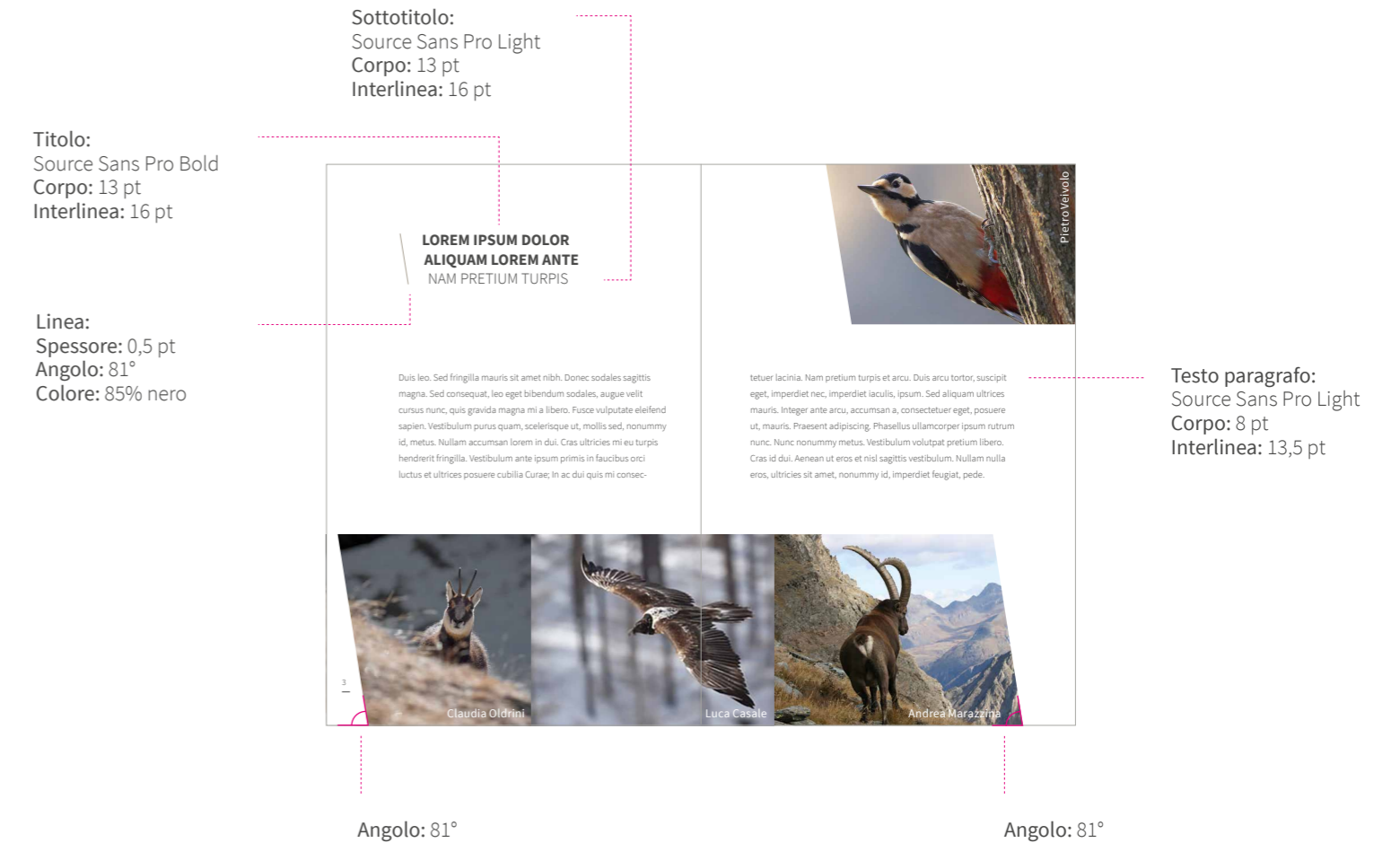
Queste informazioni si applicano al formato piccolo.

Formato chiuso: 110 x 165 mm

L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA PER IL FORMATO PICCOLO PAGINE INTERNE

La scheda tecnica sulla pagina a destra contiene tutte le informazioni relative alle pagine interne del formato piccolo, a cui bisogna attenersi. Le immagini possono essere ritagliate orizzontalmente o verticalmente con un angolo di 81° a discrezione del designer. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue e bilingue, nonché il formato piccolo.



Colore testo: 85% nero.

Queste informazioni si applicano al formato piccolo.

Formato piccolo aperto: 220 x 165 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 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 scheda tecnica sulla pagina a destra con il riquadro rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo. Per tutte le ulteriori informazioni fare riferimento alla scheda tecnica a destra. Le informazioni relative al testo riguardano le applicazioni trilingue e monolingue. L'utilizzo del marchio partner in negativo è previsto con immagini o sfondi scuri. L'utilizzo del marchio partner in positivo a colori (vedi anche pagina 52 "Co-branding del marchio ombrello") è previsto con immagini o sfondi chiari.



L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

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"). La scheda tecnica sulla pagina a destra con il riquadro rosso in alto indica lo spazio massimo per il titolo e il sottotitolo. Per tutte le ulteriori informazioni fare riferimento alla scheda tecnica a destra. Queste informazioni riguardano le applicazioni trilingue e monolingue. L'utilizzo del marchio partner in negativo è previsto con immagini o sfondi scuri. L'utilizzo del marchio partner in positivo a colori (vedi anche pagina 56 "Co-branding dei marchi di 2° e 3° livello") è previsto con immagini o sfondi chiari.

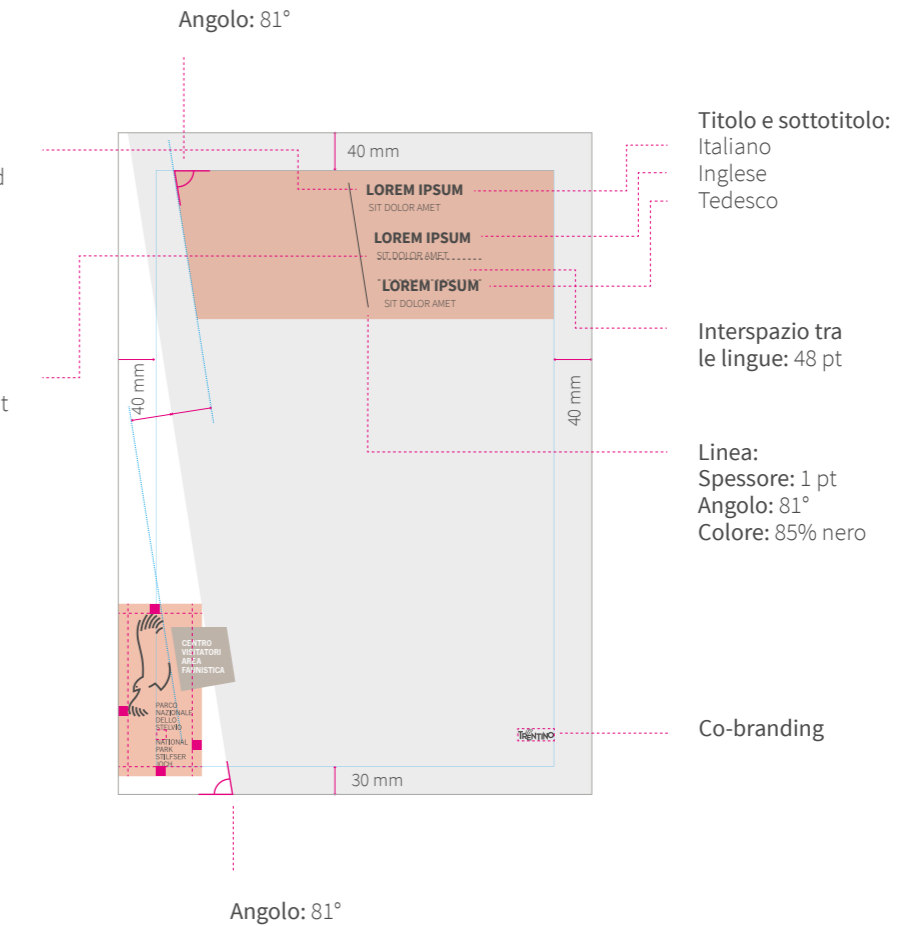


Titolo applicazione monolingue:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 68 pt
Interlinea: 68 pt

Sottotitolo applicazione monolingue:
Source Sans Pro Light
Corpo: 45 pt
Interlinea: 68 pt

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

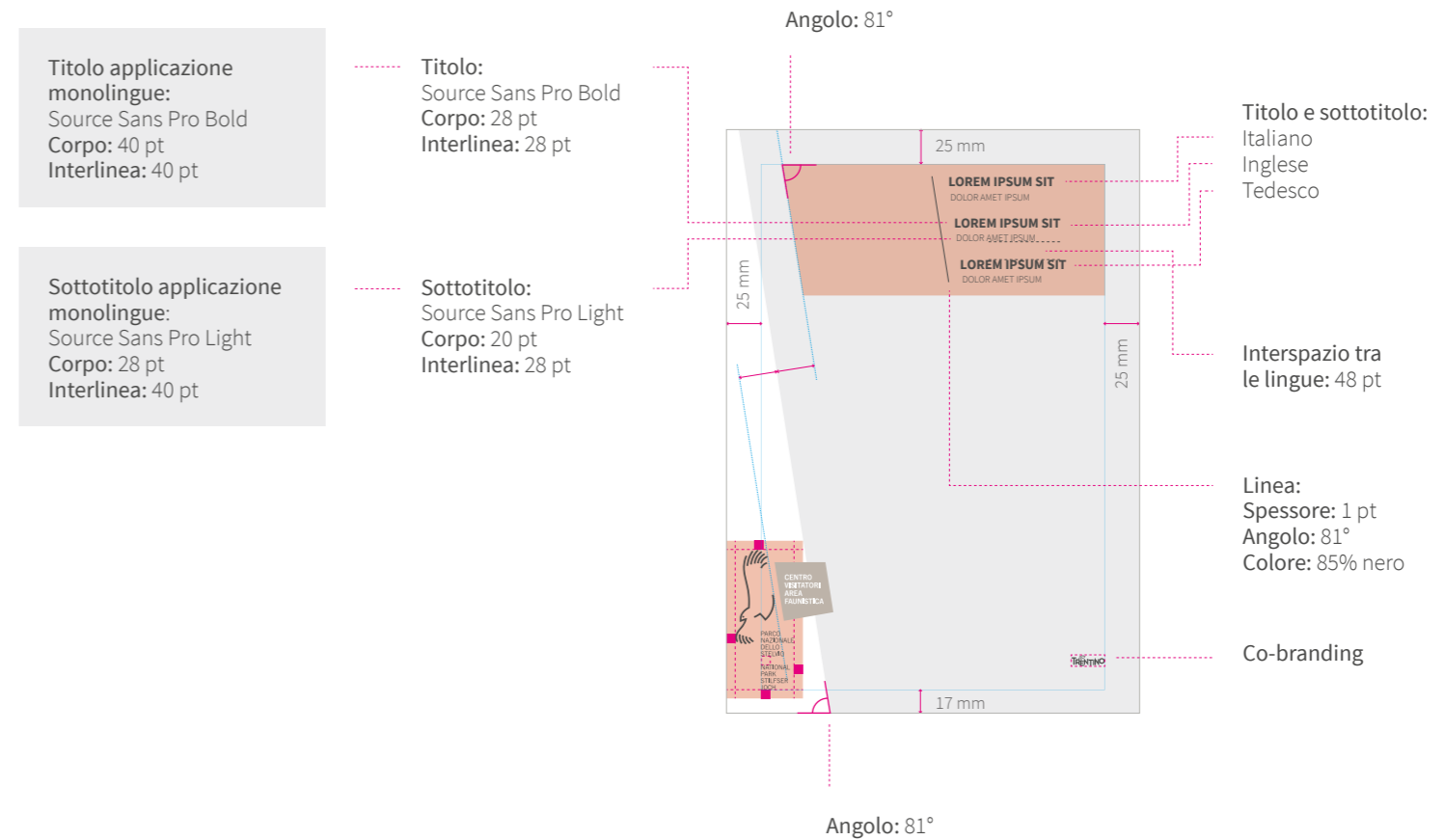
Sottotitolo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 32 pt
Interlinea: 48 pt



CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA MANIFESTI

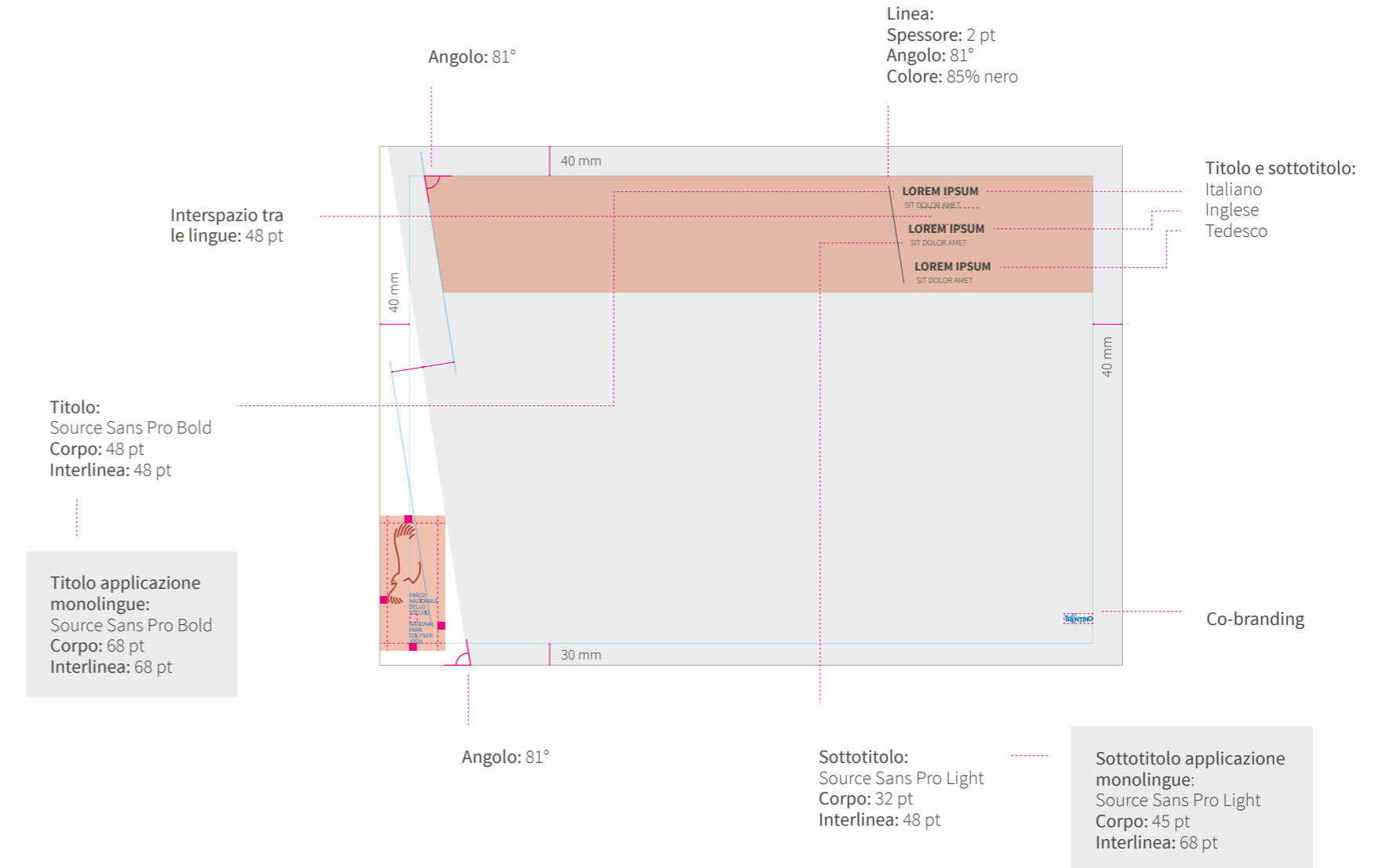
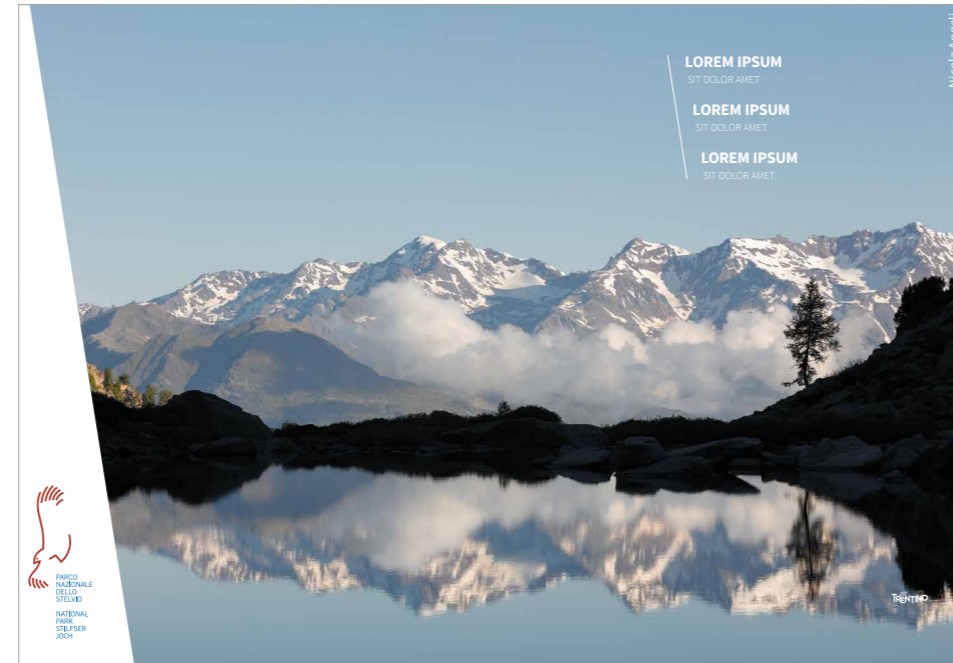
297 X 420 MM (DIN A3)

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"). La scheda tecnica sulla pagina a destra con il riquadro rosso in alto indica lo spazio massimo per il titolo e il sottotitolo. Per tutte le ulteriori informazioni fare riferimento alla scheda tecnica a destra. Queste informazioni riguardano le applicazioni trilingue e monolingue. L'utilizzo del marchio partner in negativo è previsto con immagini o sfondi scuri. L'utilizzo del marchio partner in positivo a colori (vedi anche pagina 56 "Co-branding dei marchi di 2° e 3° livello") è previsto con immagini o sfondi chiari.



CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA MANIFESTI 1.000 X 700 MM

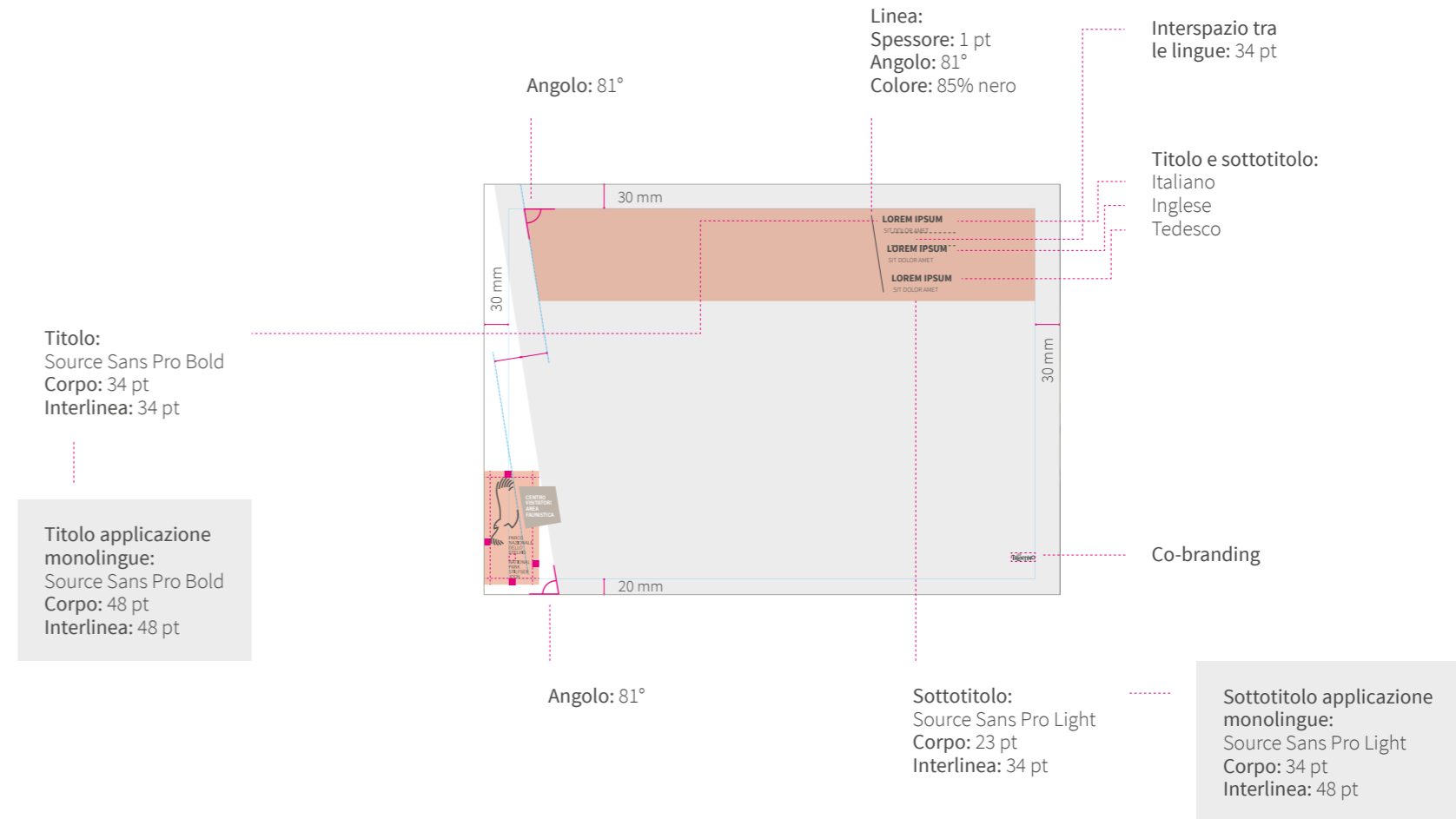
Per la progettazione dei manifesti valgono le stesse linee guida relative alla copertina delle brochure. Il marchio è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine del manifesto è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore del manifesto. La scheda tecnica sulla pagina a destra con il riquadro rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo. Per tutte le ulteriori informazioni fare riferimento alla scheda tecnica a destra. Le informazioni relative al testo riguardano le applicazioni trilingue e monolingue. L'utilizzo del marchio partner in negativo è previsto con immagini o sfondi scuri. L'utilizzo del marchio partner in positivo a colori (vedi anche pagina 52 "Co-branding del marchio ombrello") 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"). La scheda tecnica sulla pagina a destra con il riquadro rosso in alto indica lo spazio massimo per il titolo e il sottotitolo. Per tutte le ulteriori informazioni fare riferimento alla scheda tecnica a destra. Queste informazioni riguardano le applicazioni trilingue e monolingue. L'utilizzo del marchio partner in negativo è previsto con immagini o sfondi scuri. L'utilizzo del marchio partner in positivo a colori (vedi anche pagina 56 "Co-branding dei marchi di 2° e 3° livello") è previsto con immagini o sfondi chiari.



L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.

CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA MANIFESTI 420 X 297 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"). La scheda tecnica sulla pagina a destra con il riquadro rosso in alto indica lo spazio massimo per il titolo e il sottotitolo. Per tutte le ulteriori informazioni fare riferimento alla scheda tecnica a destra. Queste informazioni riguardano le applicazioni trilingue e monolingue. L'utilizzo del marchio partner in negativo è previsto con immagini o sfondi scuri. L'utilizzo del marchio partner in positivo a colori (vedi anche pagina 56 "Co-branding dei marchi di 2° e 3° livello") è previsto con immagini o sfondi chiari.

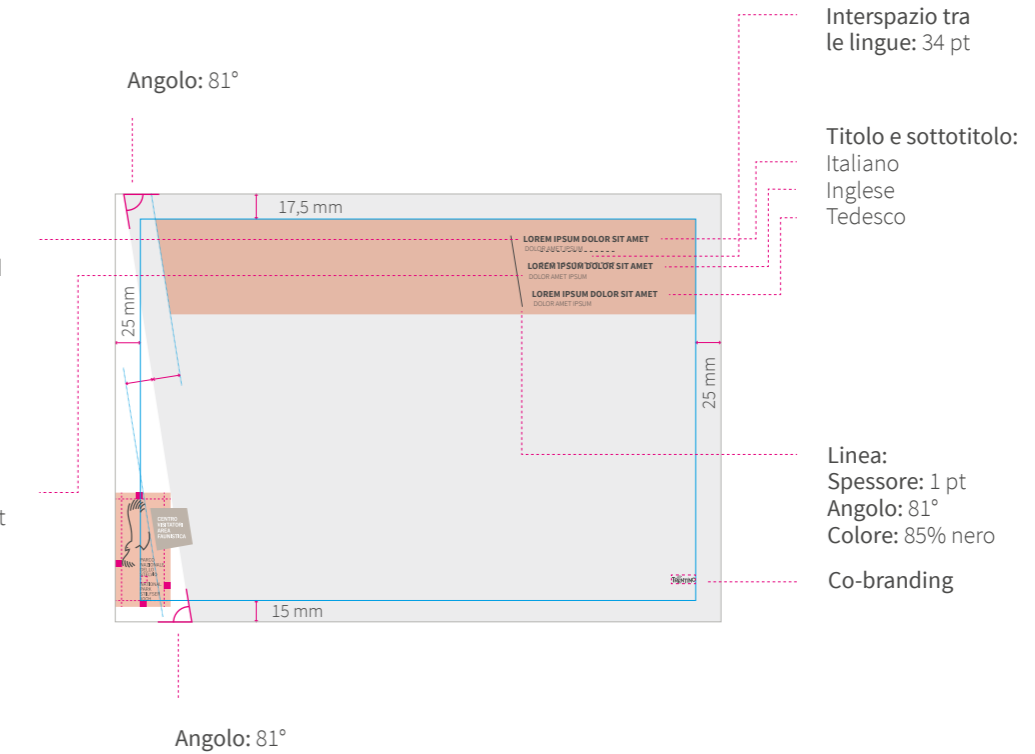


Titolo applicazione monolingue:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 24 pt
Interlinea: 24 pt

Sottotitolo applicazione monolingue:
Source Sans Pro Light
Corpo: 18 pt
Interlinea: 24 pt

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

Sottotitolo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 14 pt
Interlinea: 18 pt

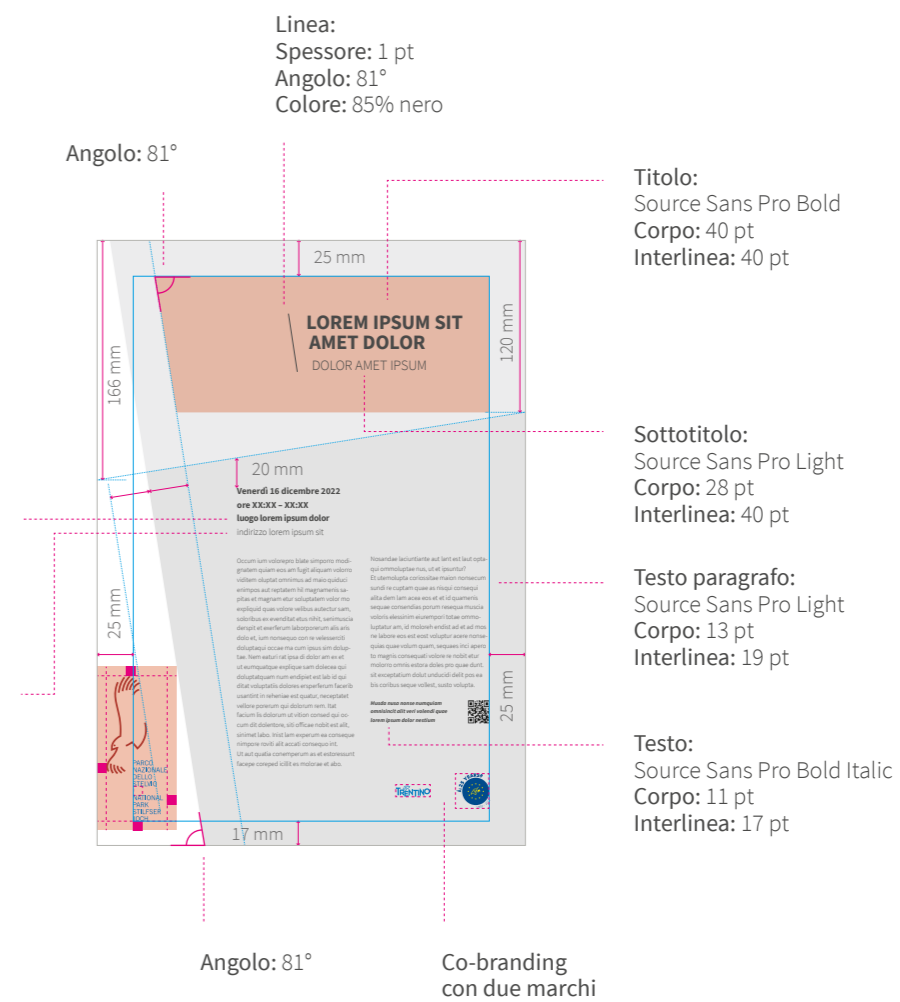
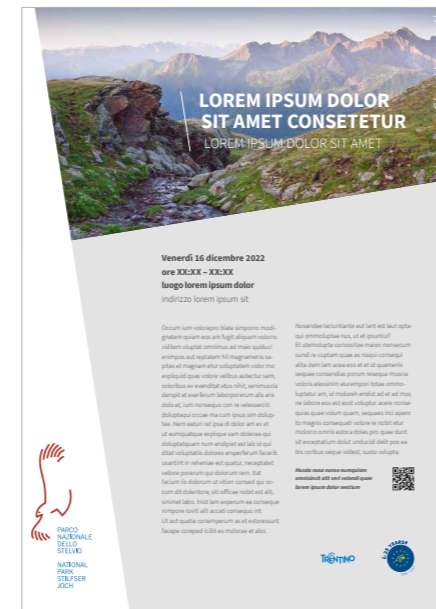


CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA LOCANDINA INFORMATIVA CON IL MARCHIO OMBRELLLO

297 X 420 MM (DIN A3)

Per la progettazione delle locandine informative valgono le stesse linee guida relative ai manifesti. Il formato DIN A3 è l'unico formato previsto. Il marchio ombrello è sempre disposto in basso a sinistra. È previsto l'utilizzo di una sola foto posizionata in alto, vedi figura a destra. L'immagine della locandina viene completata con sfondo leggero grigio (15% nero) che chiude così in modo omogeneo il linguaggio formale del Corporate Design e copre tutta la superficie in basso. L'immagine e lo sfondo grigio sono ritagliati a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore della locandina.

La scheda tecnica sulla pagina a destra con il riquadro rosso in alto indica lo spazio massimo per il titolo e il sottotitolo. Per tutte le ulteriori informazioni fare riferimento alla scheda tecnica a destra. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue. L'utilizzo del marchio partner è sempre previsto a colori (vedi anche pagina 52 "Co-branding del marchio ombrello").



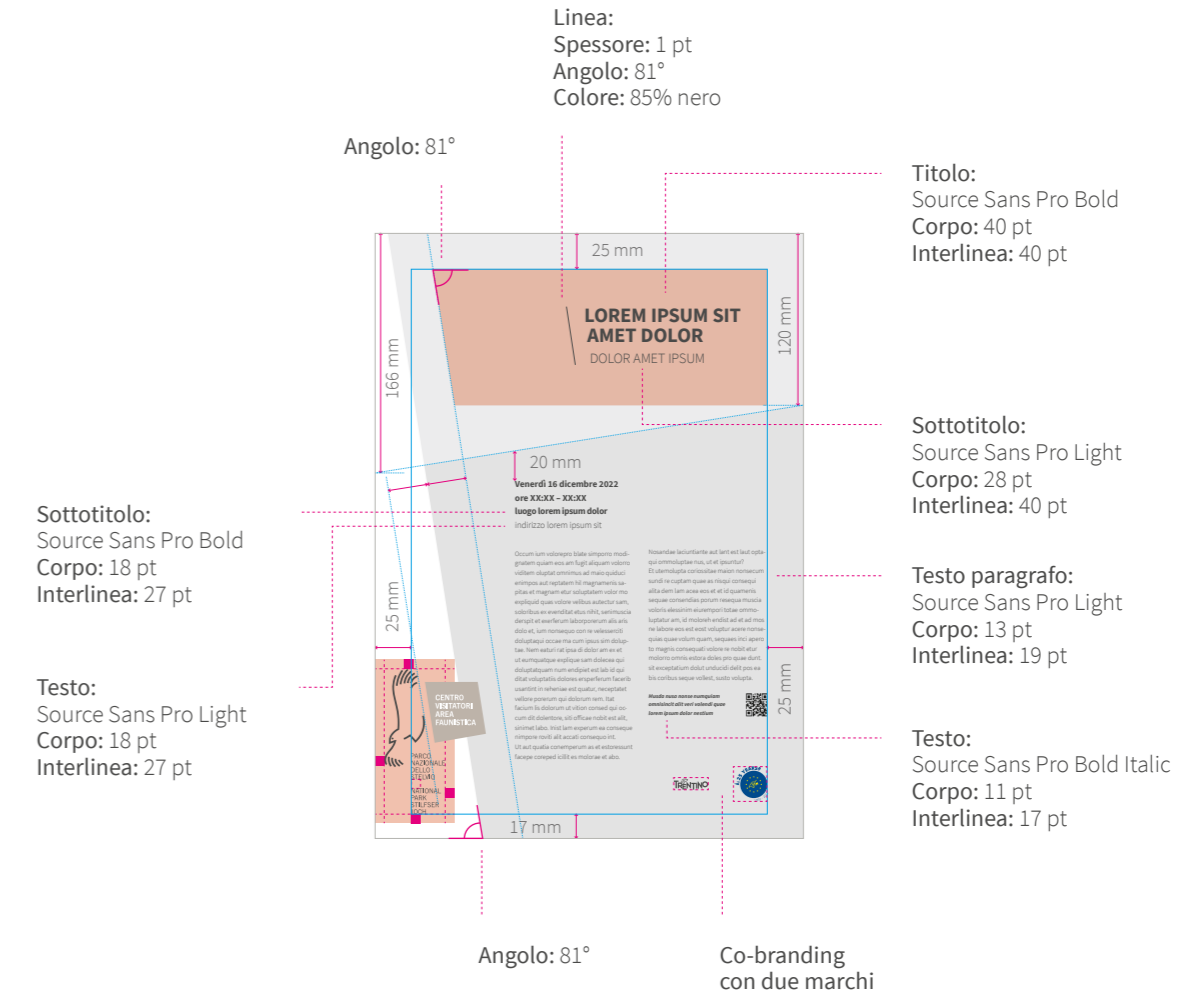
CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA LOCANDINA INFORMATIVA CON I MARCHI DI 2° E 3° LIVELLO

297 X 420 MM (DIN A3)

Per la progettazione delle locandine informative valgono le stesse linee guida relative ai manifesti. Il formato DIN A3 è l'unico formato previsto. Il marchio di 2° o 3° livello è sempre disposto in basso a sinistra. È previsto l'utilizzo di una sola foto posizionata in alto, vedi figura a destra. L'immagine della locandina viene completata con sfondo leggero grigio (15% nero) che chiude così in modo omogeneo il linguaggio formale del Corporate Design e copre tutta la superficie in basso. L'immagine e lo sfondo grigio sono ritagliati a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore della locandina. La figura di esempio a destra mostra l'applicazione dei marchi su una locandina (vedi anche le informazioni a pagina 47 "Contatto tra area di rispetto dei marchi e immagine"). La scheda tecnica sulla pagina a destra con il riquadro rosso in alto indica lo spazio massimo per il titolo e il sottotitolo. Per tutte le ulteriori informazioni fare riferimento alla scheda tecnica a destra. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue. L'utilizzo del marchio partner è sempre previsto a colori (vedi anche pagina 56 "Co-branding dei marchi di 2° e 3° livello").

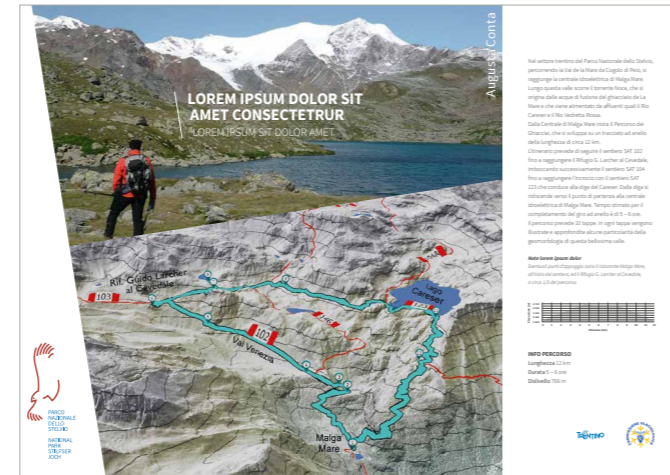


Giacomo Podetti



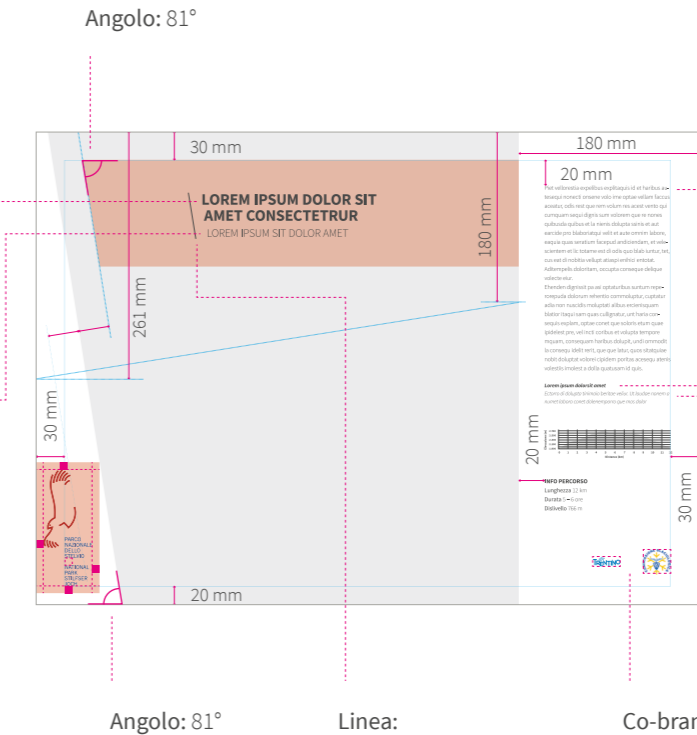
**CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA
TABELLONE INFORMATIVO**
700 X 500 MM

Per la progettazione dei tabelloni informativi valgono le stesse linee guida relative ai manifesti. Il marchio ombrello è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine del tabellone è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore del tabellone. La scheda tecnica sulla pagina a destra con il riquadro rosso in alto indica lo spazio massimo per il titolo e il sottotitolo. La colonna bianca riservata ai testi informativi è sempre posizionata a destra. Per tutte le ulteriori informazioni fare riferimento alla scheda tecnica a destra. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue. L'utilizzo del marchio partner è sempre previsto a colori (vedi anche pagina 52 "Co-branding del marchio ombrello").



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

Sottotitolo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 34 pt
Interlinea: 48 pt



Testo paragrafo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 18 pt
Interlinea: 27 pt

Sottotitolo:
Source Sans Pro Bold Italic
Corpo: 16 pt
Interlinea: 24 pt

Testo:
Source Sans Pro Light Italic
Corpo: 16 pt
Interlinea: 24 pt

Linea:
Spessore: 1 pt
Angolo: 81°
Colore: 85% nero

**Co-branding
con due marchi**

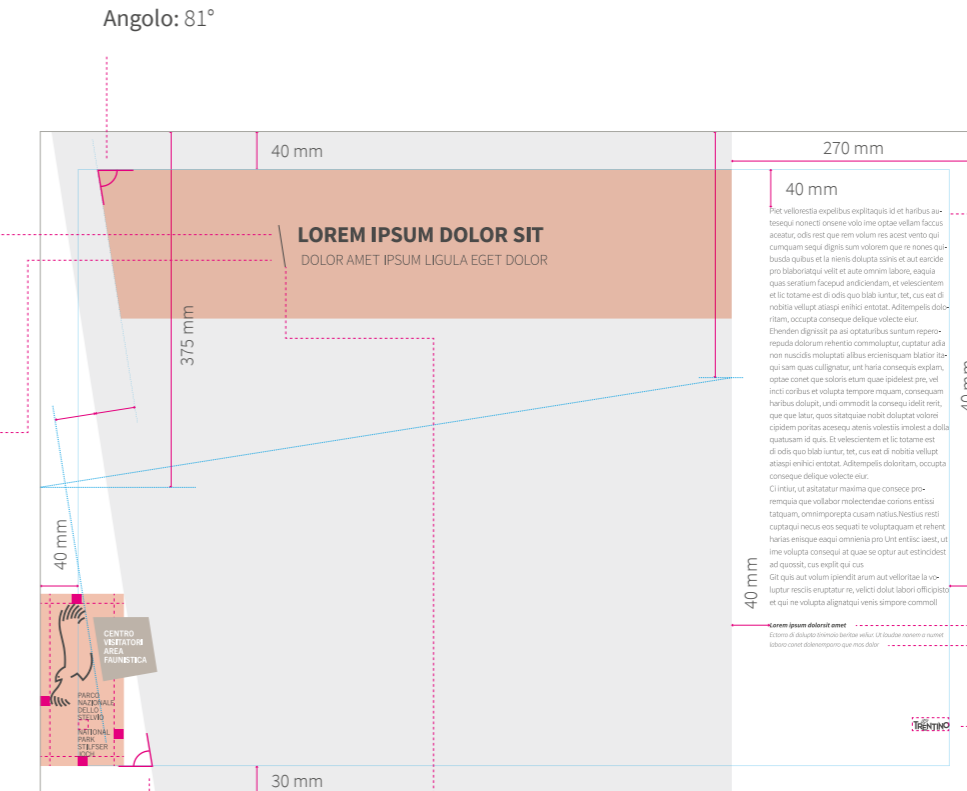
**CONCETTO GRAFICO E SCHEDA TECNICA
TABELLONE INFORMATIVO**
1000 X 700 MM

Per la progettazione dei tabelloni informativi valgono le stesse linee guida relative ai manifesti. Il marchio di 2° o 3° livello è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine del tabellone è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore del tabellone. La figura di esempio a destra mostra l'applicazione dei marchi su una locandina (vedi anche le informazioni a pagina 47 "Contatto tra area di rispetto dei marchi e immagine"). La scheda tecnica sulla pagina a destra con il riquadro rosso in alto indica lo spazio massimo per il titolo e il sottotitolo. La colonna bianca riservata ai testi informativi è sempre posizionata a destra. Per tutte le ulteriori informazioni fare riferimento alla scheda tecnica a destra. Queste informazioni riguardano le applicazioni monolingue. L'utilizzo del marchio partner è sempre previsto a colori (vedi anche pagina 56 "Co-branding dei marchi di 2° e 3° livello").



Titolo:
Source Sans Pro Bold
Corpo: 68 pt
Interlinea: 68 pt

Sottotitolo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 45 pt
Interlinea: 68 pt



Testo paragrafo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 25 pt
Interlinea: 36 pt

Sottotitolo:
Source Sans Pro Bold Italic
Corpo: 16 pt
Interlinea: 24 pt

Testo:
Source Sans Pro Light Italic
Corpo: 20 pt
Interlinea: 29 pt

Co-branding

Linea:
Spessore: 1 pt
Angolo: 81°
Colore: 85% nero

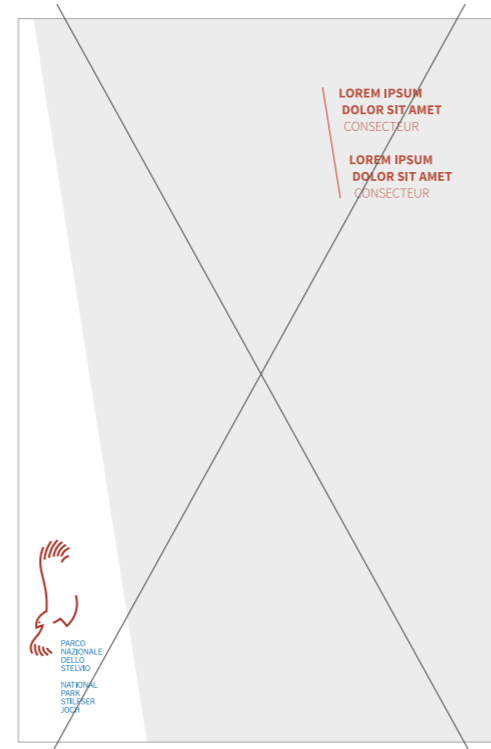
L'immagine è ridimensionata proporzionalmente.



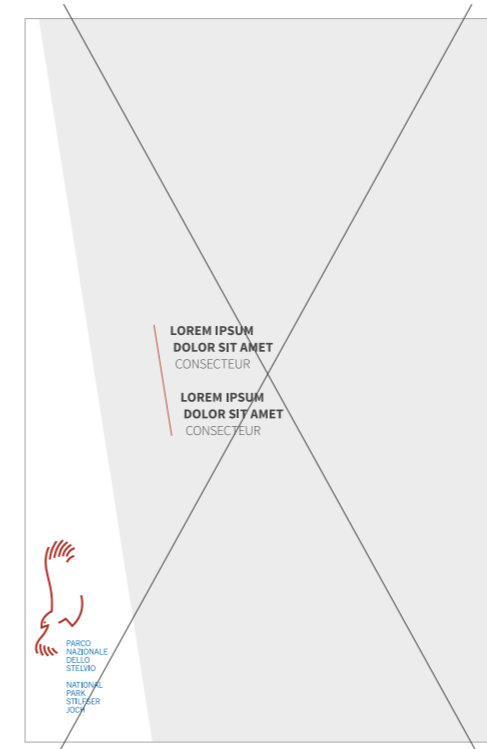
ESEMPI DI STAMPATI ERRATI

Ecco alcuni esempi di applicazioni assolutamente da evitare.

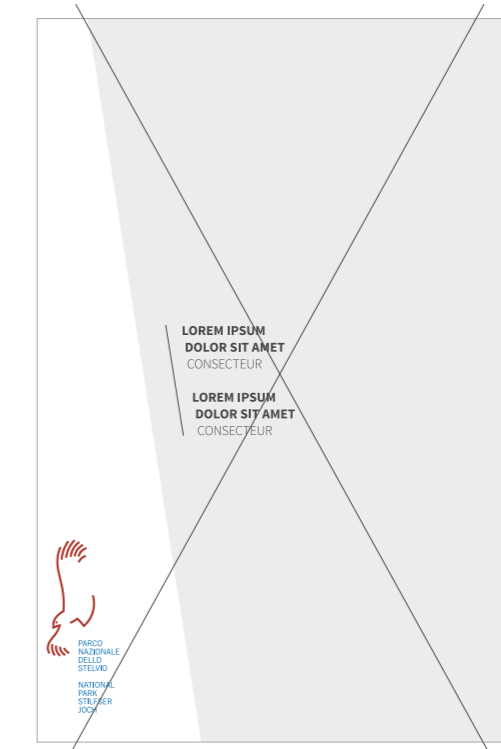
- a.** Il titolo è a colori e questo non è consentito.
- b.** Errato posizionamento del titolo.
- c.** L'inclinazione a sinistra è troppo distante dal marchio.
- d.** Lo sfondo dell'area inclinata contenente il marchio è colorato; questo non è consentito.



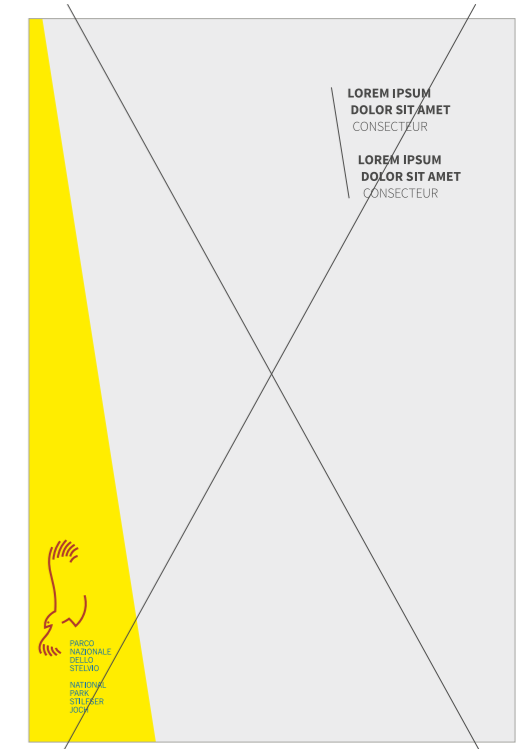
a.



b.



c.



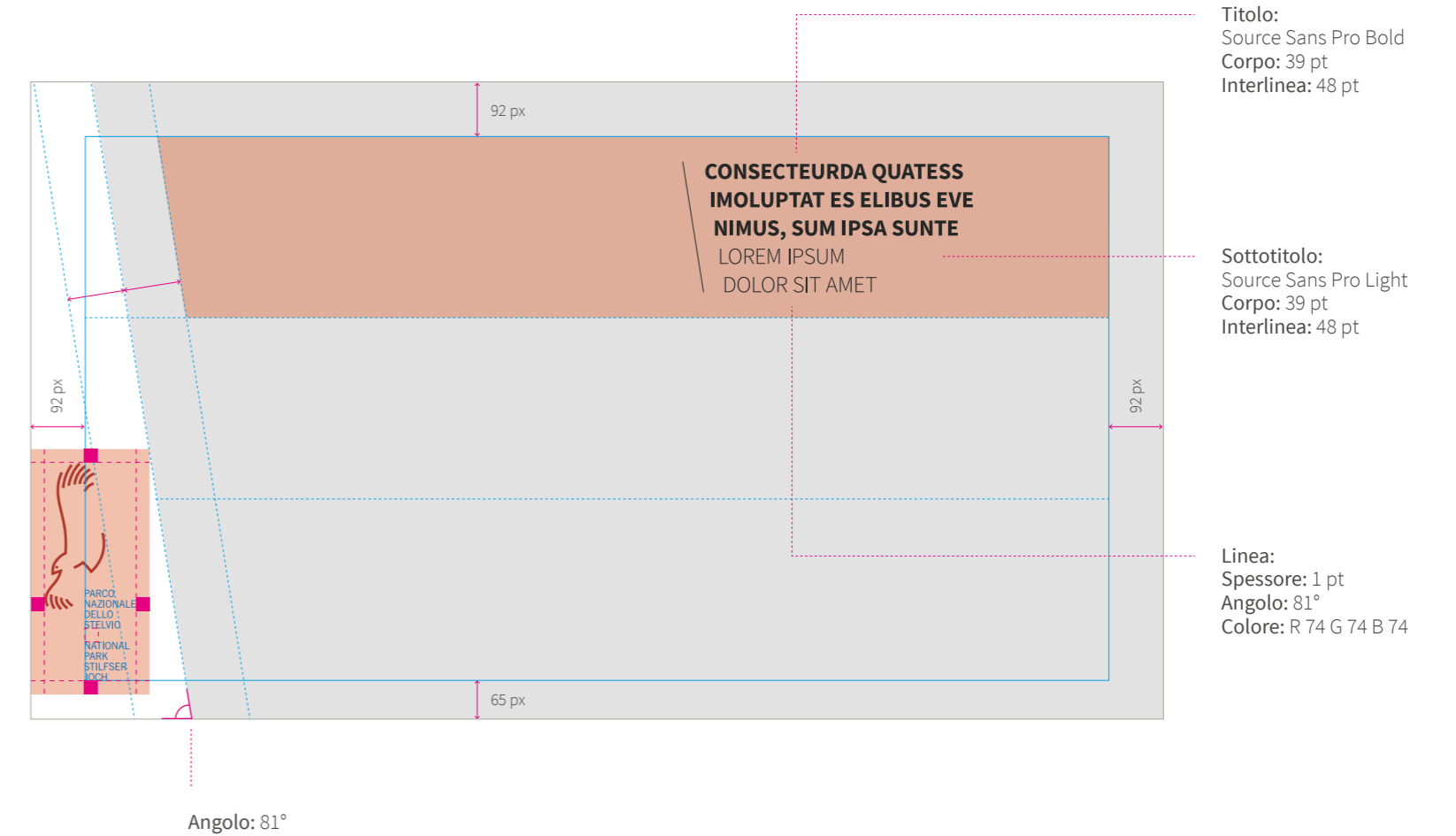
d.

PRESENTAZIONE POWERPOINT

del Parco Nazionale dello Stelvio
Trentino

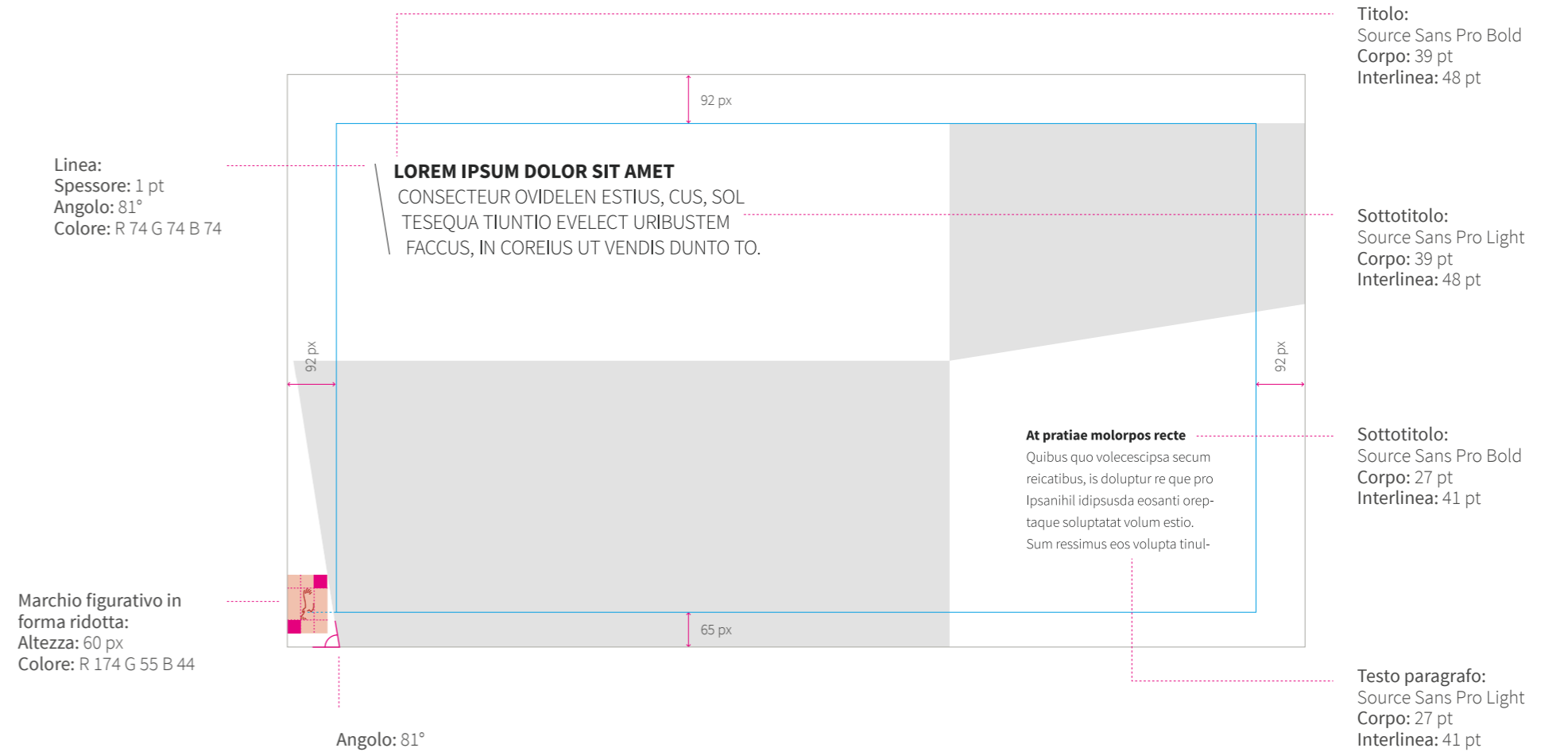
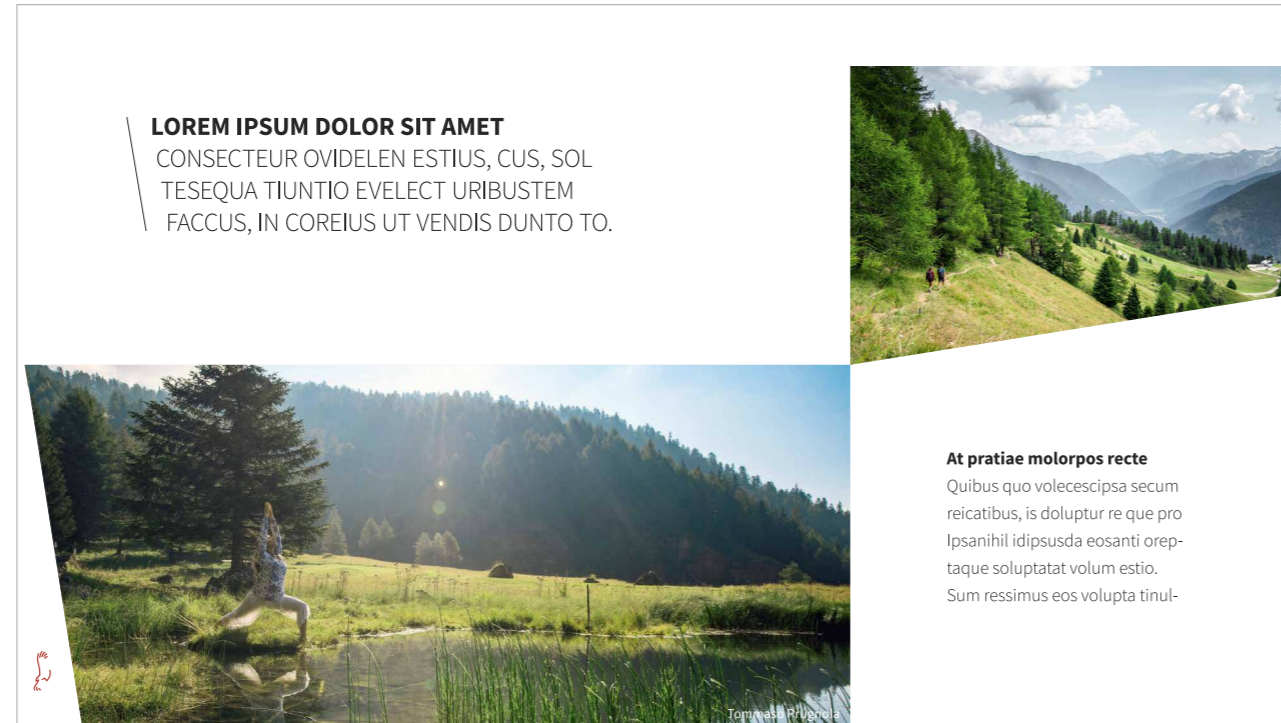
1° LIVELLO SLIDE INTRODUTTIVA

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 rosso in alto indica il massimo spazio per la casella di testo, vale a dire per il titolo e il sottotitolo.



1° LIVELLO SLIDE GENERICA

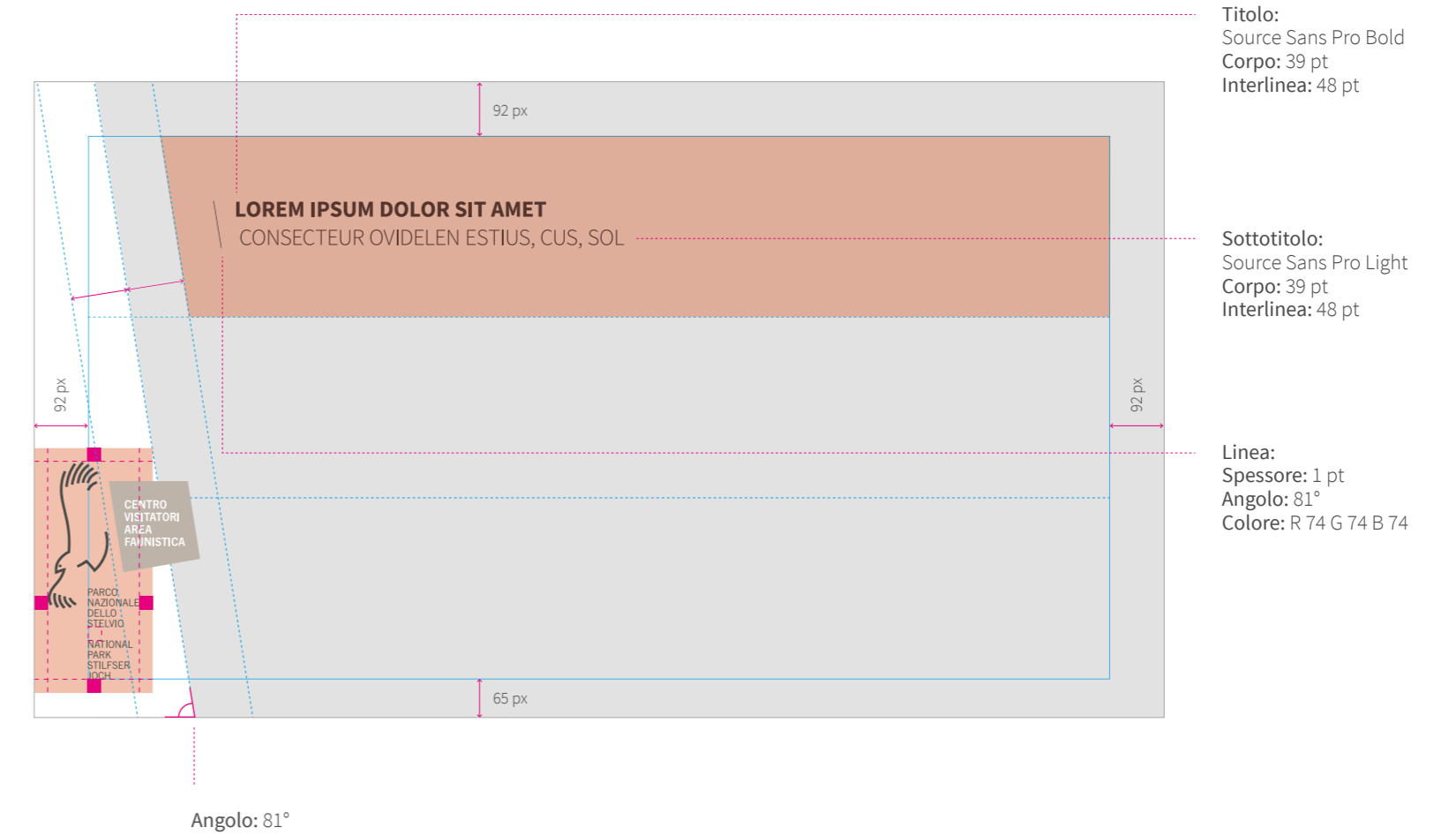
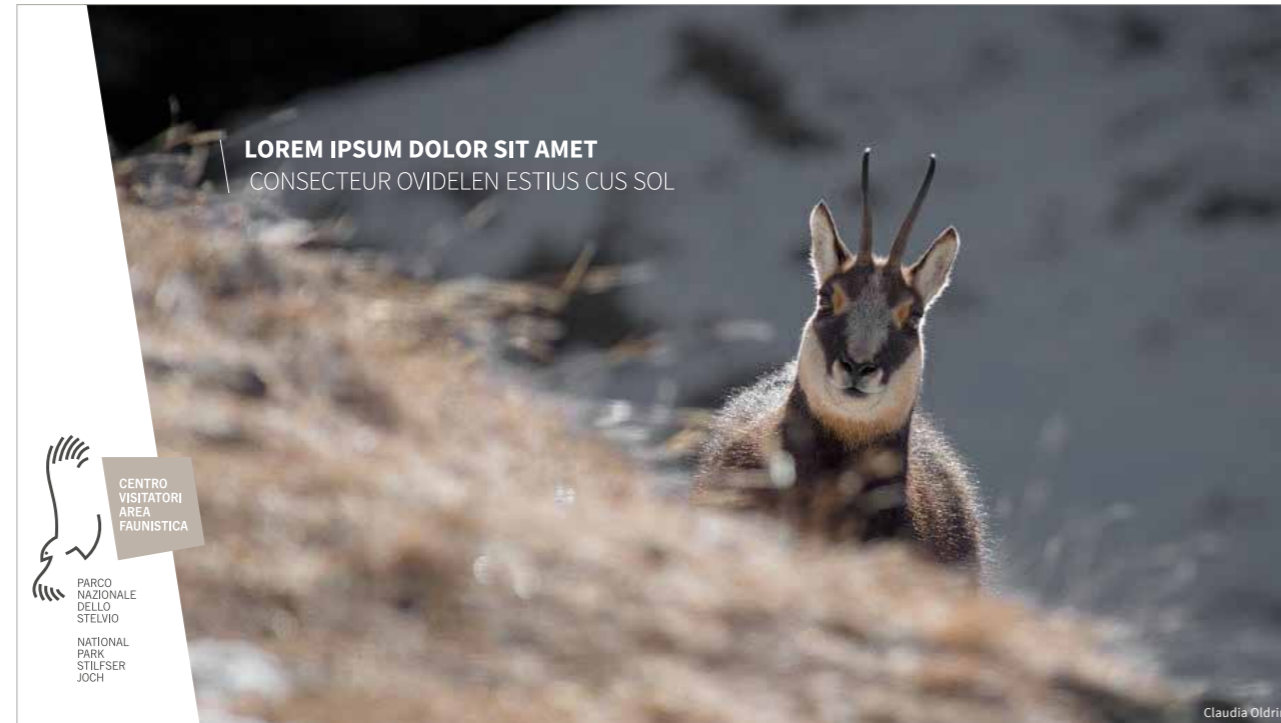
In questa slide vediamo un esempio di una slide generica della comunicazione di 1° livello. Come si evince dalle slide di esempio mostrate in questo manuale, la composizione grafica lascia spazio libero sufficiente intorno all'immagine e al testo, a condizione che il volume di informazioni lo consenta. 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 scheda tecnica sulla pagina a destra contiene tutte le ulteriori informazioni, a cui bisogna attenersi.



2° E 3° LIVELLO

SLIDE INTRODUTTIVA

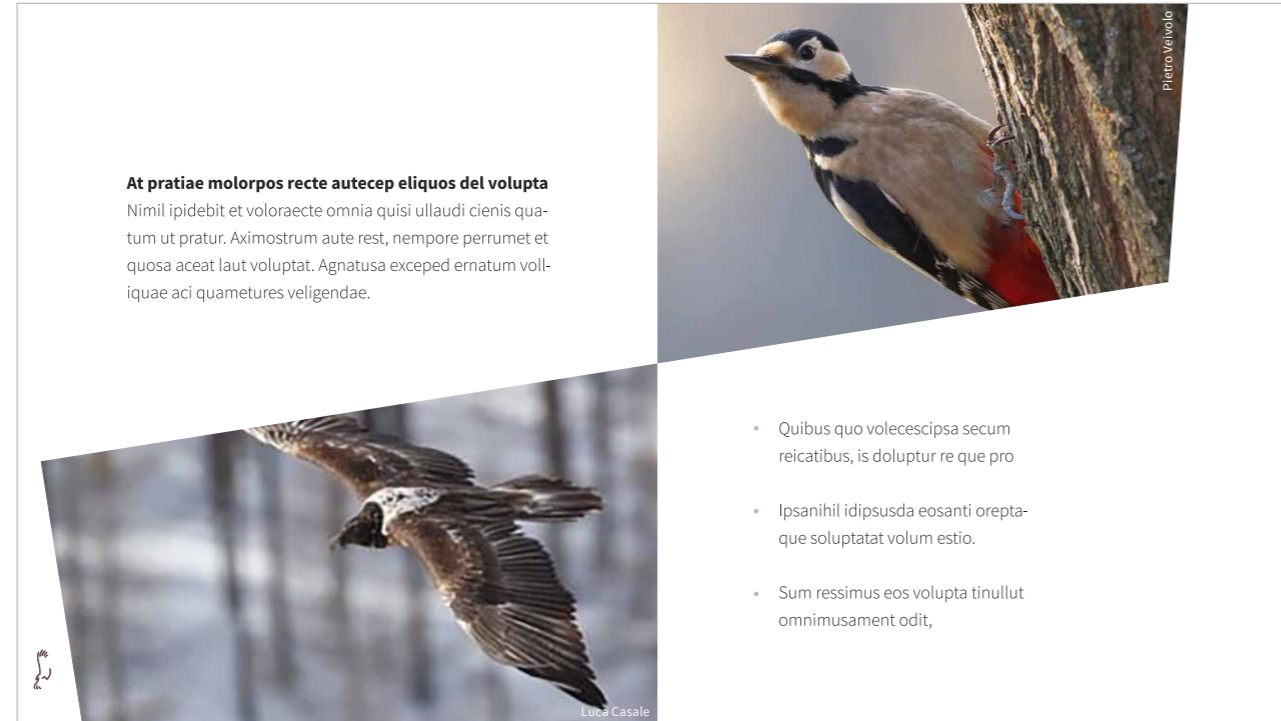
Sulla slide introduttiva di 2° e 3° livello di comunicazione il rispettivo marchio è sempre disposto in basso a sinistra. L'immagine è ritagliata a sinistra con una inclinazione di 81°, che prosegue fino al bordo superiore sinistro della slide. Il marchio di 2° o 3° livello è posizionato in modo da rispettare la sua area di rispetto (vedi scheda tecnica a destra). Il riquadro 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

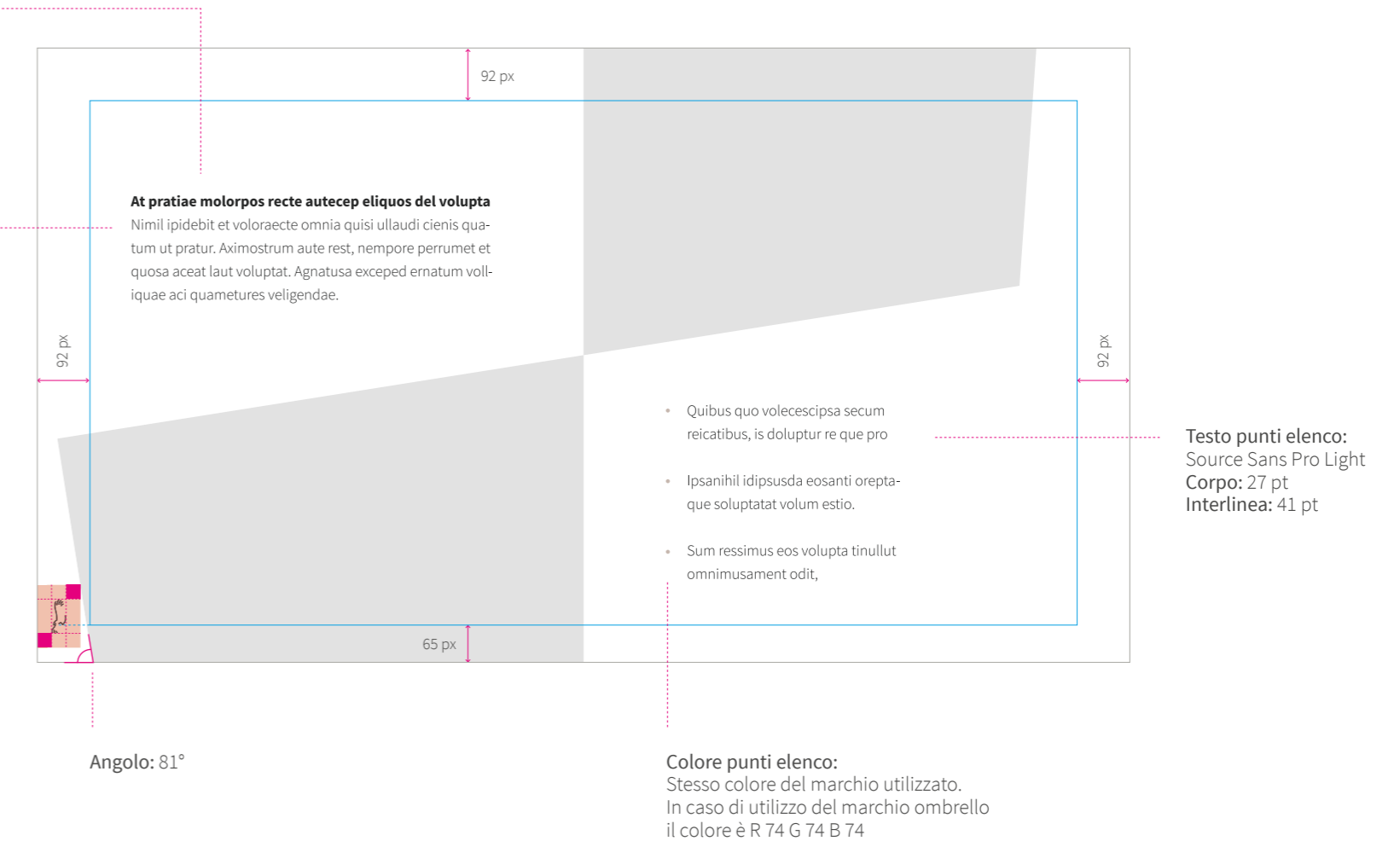
SLIDE CON CONTENUTO GENERICO

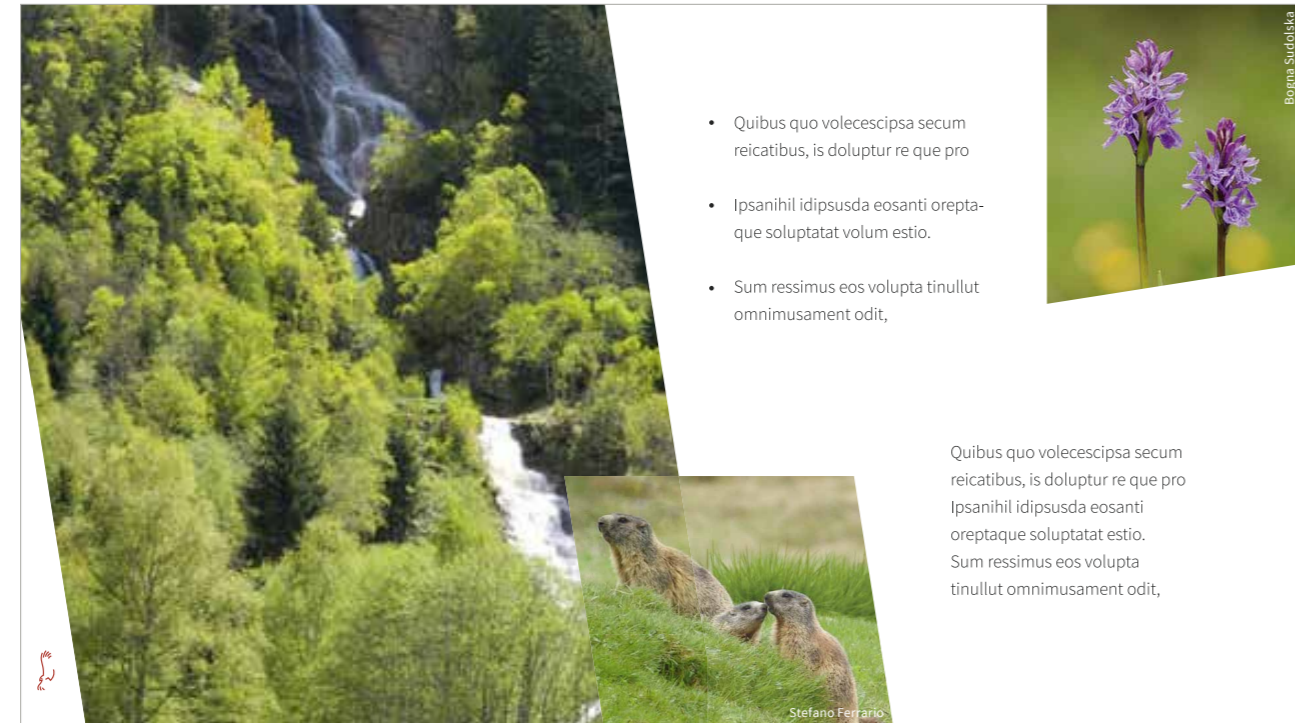
In questa slide vediamo un esempio di una slide generica della comunicazione di 2° e 3° livello. Come si evince dalle slide di esempio mostrate in questo manuale, la composizione grafica lascia spazio libero sufficiente intorno all'immagine e al testo, a condizione che il volume di informazioni lo consenta. 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). La scheda tecnica sulla pagina a destra contiene tutte le ulteriori informazioni, a cui bisogna attenersi.



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

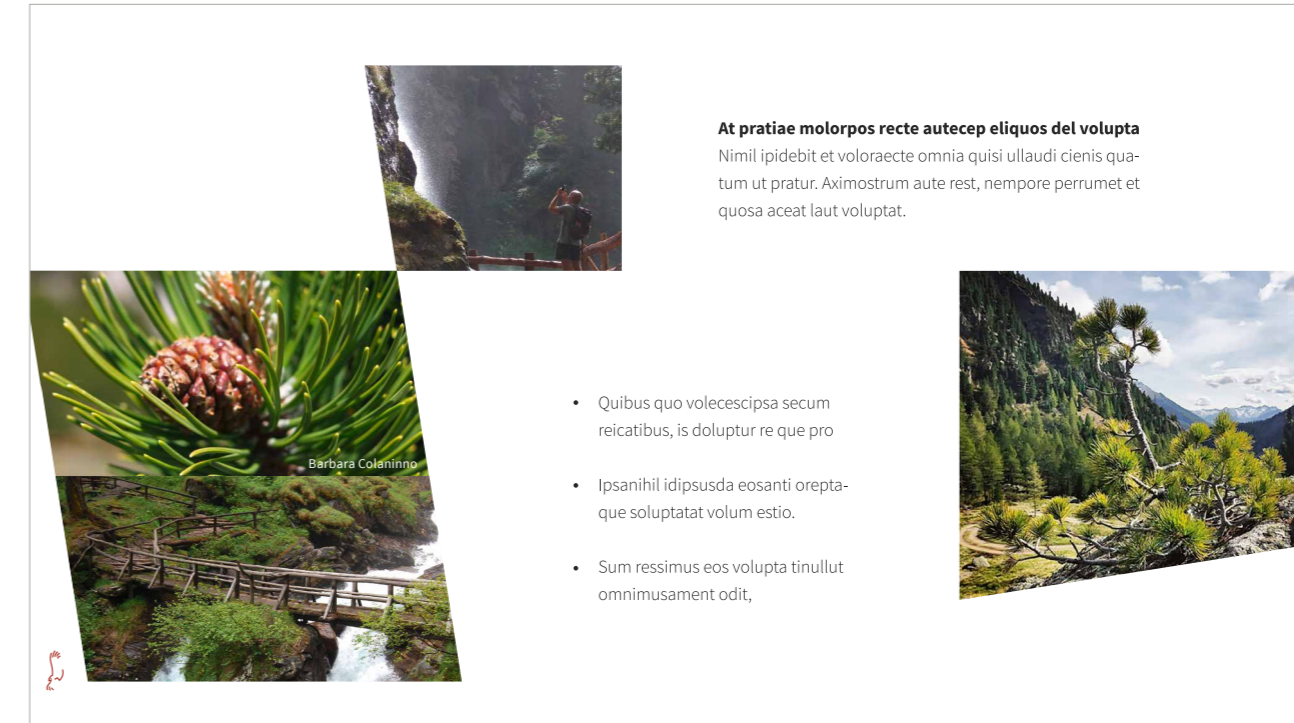
Testo paragrafo:
Source Sans Pro Light
Corpo: 27 pt
Interlinea: 41 pt





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

Quibus quo volecscipsa 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 quat-
tum ut pratur. Aximostrium aute rest, nempore perrumet et
quosa aceat laut voluptat.

- Quibus quo volecscipsa 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

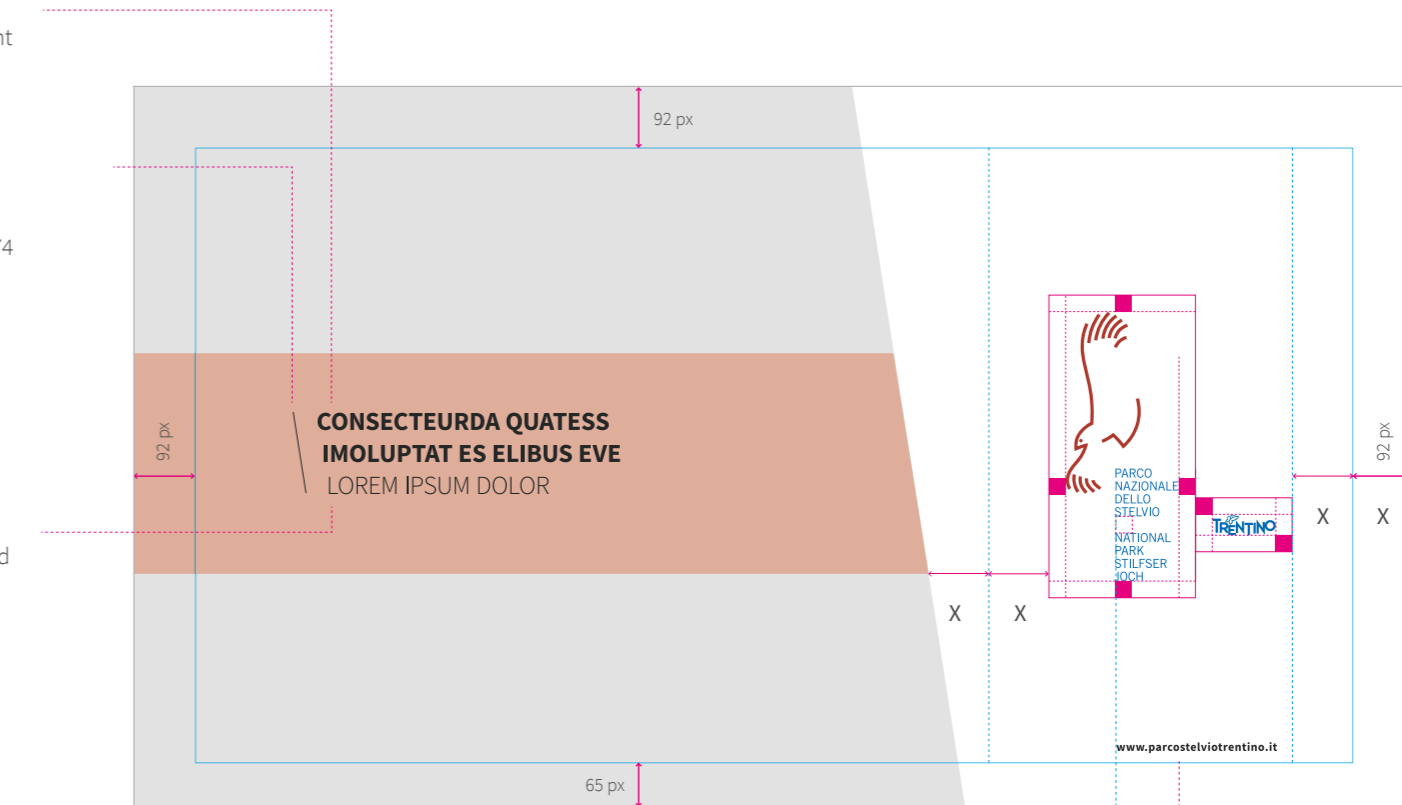
Sulla slide di chiusura l'immagine si trova a sinistra, mentre sul lato destro sono posizionati, su sfondo bianco, il marchio (o i marchi in caso di co-branding) e l'URL del Parco Nazionale. Il marchio ha le stesse dimensioni di quello sulla slide introduttiva ed è posizionato al centro sull'asse verticale. 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 scheda tecnica 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
STILFSEER
JOCH



Servizio Sviluppo Sostenibile e Aree Protette

Ufficio di gestione del Parco Nazionale dello Stelvio

I-38024 Cogolo di Peio (TN) | Via Roma, 65

T. +39 0463 909 770

parcostelvio@provincia.tn.it

www.parcostelviotrentino.it