



Linee guida dell'identità visiva



Linee guida dell'identità visiva
Elementi base

ELEMENTI BASE

Marchio e logotipo

- 1.01 Brand architecture
- 1.02 Versione positiva estesa
- 1.03 Versione positiva contratta
- 1.04 Versione positiva icona
- 1.05 Versione negativa a colori
estesa, contratta, icona
- 1.06 Versione negativa in bianco
estesa, contratta, icona
- 1.07 Sviluppo verticale versione contratta
- 1.08 Costruttivo
versione estesa, contratta, icona
- 1.09 Area di rispetto
versione estesa, contratta, icona
- 1.10 Leggibilità e formato minimo
versione estesa, contratta, icona
- 1.11 Colori istituzionali
- 1.12 Uso improprio

Tipografia

- 1.13 Carattere istituzionale
- 1.14 Carattere di secondo livello

Marchio e logotipo

Brand architecture



Marchio e logotipo

Versione positiva estesa



Marchio e logotipo

Versione positiva contratta



Marchio e logotipo

Versione positiva icona



Marchio e logotipo

Versione negativa a colori estesa, contratta, icona



Marchio e logotipo

Versione negativa in bianco estesa, contratta, icona

The image shows the extended negative logo on a black background. It features a large, stylized white 'M' icon on the left, followed by the words 'MONDADORI MEGASTORE' in a bold, white, uppercase serif font.The image shows the contracted negative logo on a black background. The 'M' icon is smaller and positioned to the left of the words 'MONDADORI' and 'MEGASTORE', which are stacked vertically in a bold, white, uppercase serif font.The image shows the icon negative logo on a black background. It features a large, stylized white 'M' icon centered above the word 'MEGASTORE' in a bold, white, uppercase sans-serif font.

Marchio e logotipo

Sviluppo verticale versione contratta



Marchio e logotipo

Costruttivo versione estesa, contratta, icona



Il marchio e logotipo è costituito da proporzioni grafico geometriche ben definite, descritte nella tavola.

Marchio e logotipo

Area di rispetto versione estesa, contratta, icona



Qualsiasi elemento grafico o tipografico deve essere posto all'esterno di una cornice ideale, costruita attorno al marchio al fine di non produrre alcun tipo di interferenza visiva. Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.

Marchio e logotipo

Leggibilità e formato minimo versione estesa, contratta, icona



36 mm
102 px



23 mm
65 px



10 mm
28 px

Il formato minimo si riferisce alle più piccole dimensioni consentite per la riproduzione del marchio e logotipo.
Nella versione estesa può essere ridotto fino ad un minimo di 36 mm (102 px).
Nella versione contratta può essere ridotto fino ad un minimo di 23 mm (65 px).
Nella versione icona può essere ridotto fino ad un minimo di 10 mm (28 px).

Marchio e logotipo

Colori istituzionali

NERO

C 0 M 0 Y 0 K 100
R 000 G 000 B 000
222221
RAL 8022

PANTONE 186C

C 0 M 100 Y 90 K 10
R 210 G 000 B 036
BD3337
RAL 3020

PANTONE COOL GRAY 10C

C 0 M 0 Y 0 K 75
R 100 G 101 B 105
B1B1B0
RAL 7012

PANTONE ORO 10127

R 174 G 145 B 66
AE9142

PANTONE SILVER 10077

R 166 G 169 B 170
A6A9AA

Nella tavola sono indicati i codici dei colori Pantone e la loro conversione in quadricomia, il codice per il Web, i valori RGB e il codice RAL (utilizzabile per la stampa a mezzo vernici).

Marchio e logotipo

Uso improprio



Non modificare i colori



Non modificare la composizione



Non invadere l'area neutra



Non distorcere



Non cambiare font



Non applicare l'outline



Non utilizzare su fondo colore
che comprometta la leggibilità



Non utilizzare su fondo fotografico
che comprometta la leggibilità

Il marchio e i suoi colori rappresentano un aspetto fondamentale dell'identità visiva che non deve essere alterata. In questa pagina sono illustrati alcuni esempi di errato utilizzo di marchio e logotipo.

Tipografia

Carattere istituzionale

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$f?*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$f?*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$f?*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$f?*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$f?*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$f?*

Avenir LT Std

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$f?*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$f?*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$f?*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$f?*

Tipografia

Carattere di secondo livello

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$£?*()

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$£?*()*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$£?*()

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$£?*()*

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$£?*()

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$£?*()*

Helvetica Neue LT Pro

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$£?*()**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$£?*()***

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$£?*()**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890+/@#^&\$£?*()***



Linee guida dell'identità visiva
Segnaletica esterna

SEGNALETICA ESTERNA

Insegne

- 2.01 Area di rispetto per le insegne
versione estesa, contratta e a bandiera
- 2.02 Centramento del blocco di marca
- 2.03 Esempio applicazione A
- 2.04 Esempio applicazione B
- 2.05 Esempio applicazione C
- 2.06 Esempio applicazione D
- 2.07 Esempio applicazione E
- 2.08 Vincoli architettonici
- 2.09 Finiture

Insegne

Area di rispetto per le insegne versione estesa, contratta e a bandiera



Qualsiasi elemento grafico o tipografico deve essere posto all'esterno di una cornice ideale, costruita attorno al marchio al fine di non produrre alcun tipo di interferenza visiva. Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.

Insegne

Centramento del blocco di marca



Versione lineare



Versione contratta

La x è il risultato dell'ingrandimento della parola MEGASTORE
in giustezza rispetto al marchio Mondadori (A)



Versione a bandiera



Versione con elementi separati

(l'altezza delle lettere di Megastore è pari all'altezza della "I" del logotipo Mondadori, con conseguente allineamento)

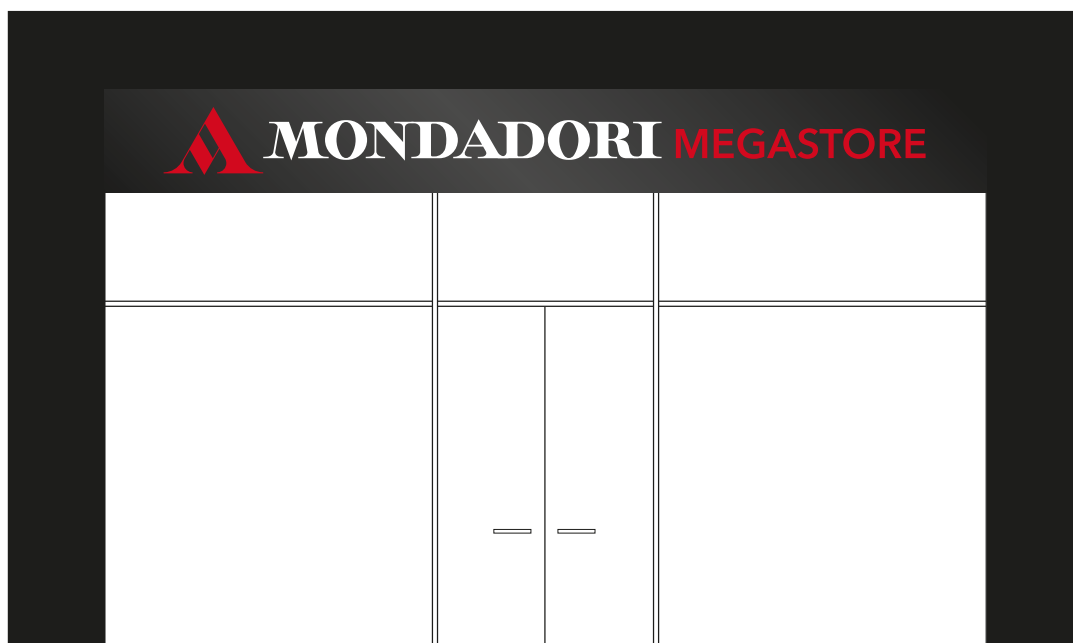
Il posizionamento del blocco di marca è previsto centrato nell'insegna, nel rispetto dell'area neutra prevista per le insegne (vedi tavola precedente)

Insegne

Esempio applicazione A



1



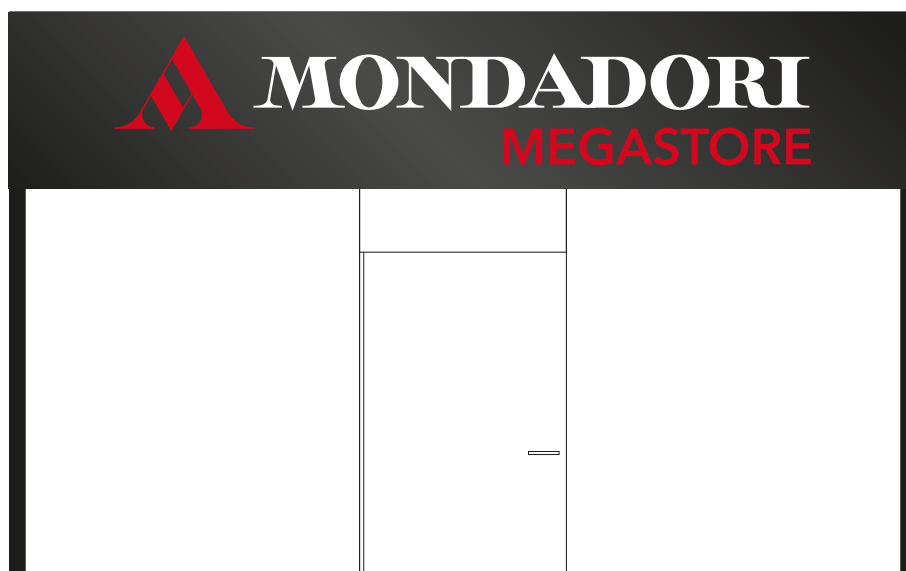
2

1- Esempio di insegna con applicazione lineare.

2- Esempio di insegna con applicazione lineare con personalizzazione del portale, dove possibile.

Insegne

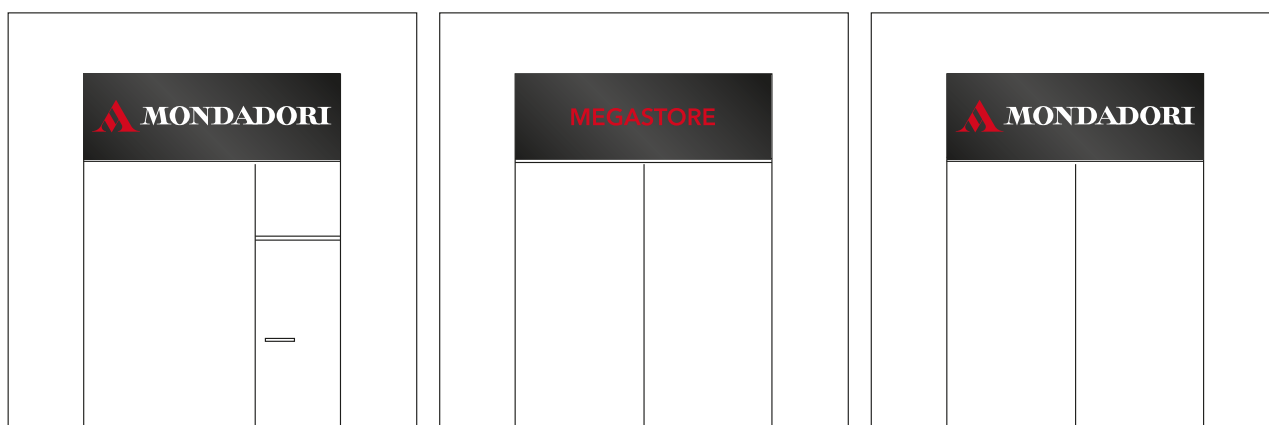
Esempio applicazione B



Esempio di insegna con applicazione contratta.

Insegne

Esempio applicazione C

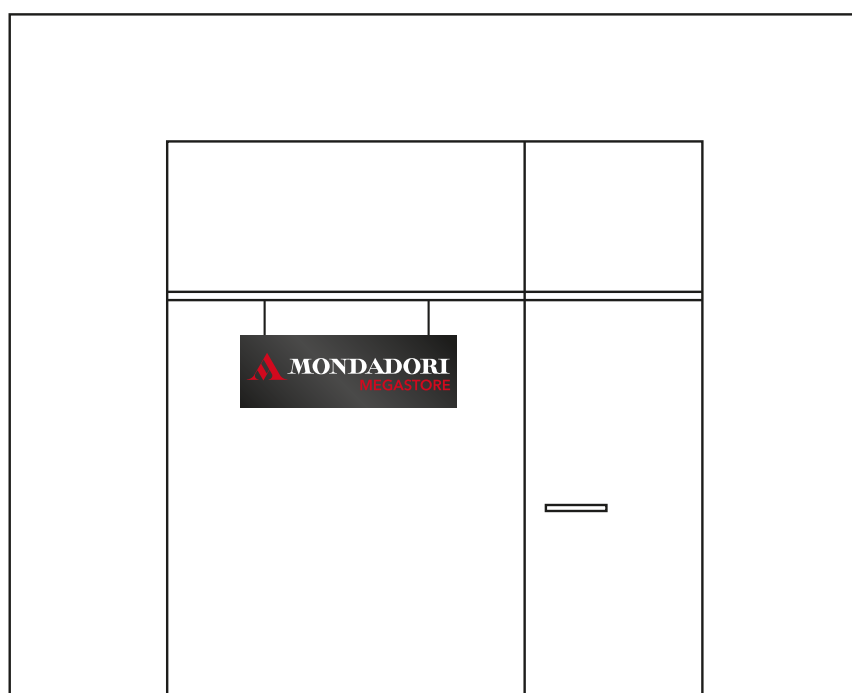


Rif. Milano - Duomo

Esempio di insegna con applicazione con elementi separati.

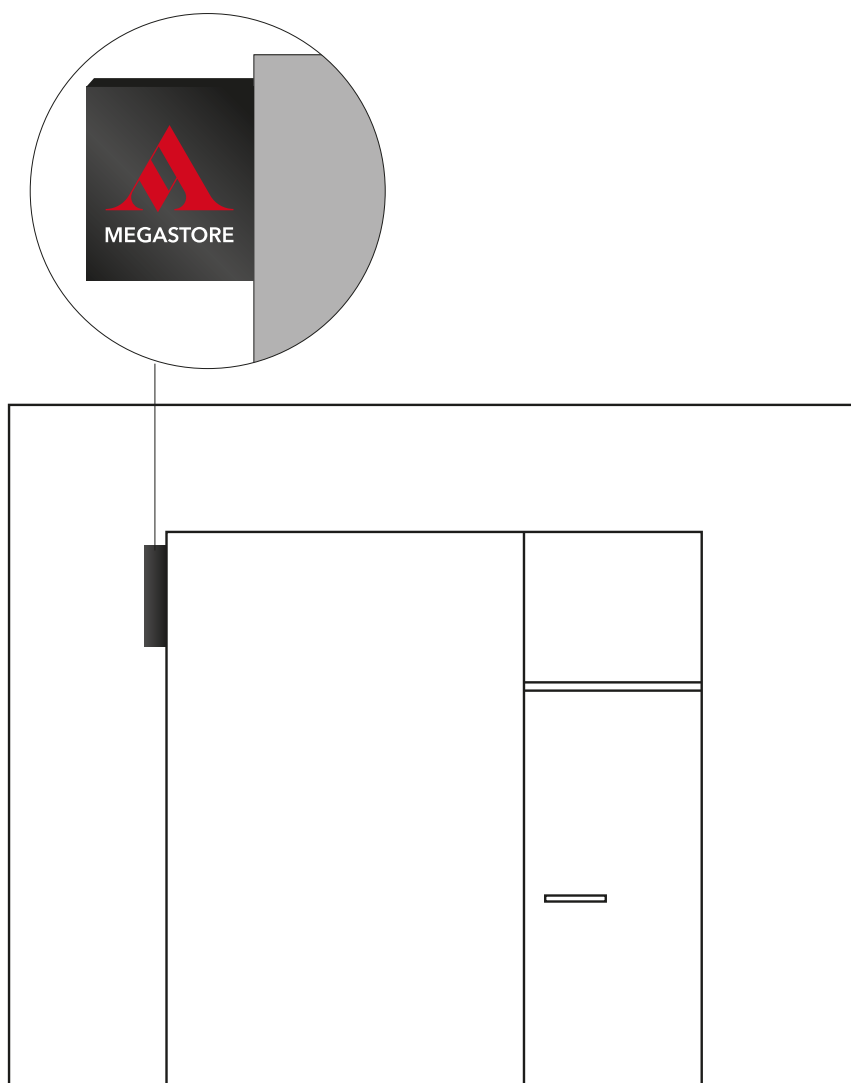
Insegne

Esempio applicazione D



Insegne

Esempio applicazione E



Insegne

Vincoli architettonici



Esempio di insegna con finitura oro, se richiesto in centri e/o palazzi con vincoli storici.