



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



MONDADORI STORE



MONDADORI MEGASTORE



MONDADORI BOOKSTORE



MONDADORI POINT

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



Questa versione si usa su fondo nero o molto scuro. Nella versione negativa il rosso corrisponde al Pantone 186C.

Marchio e logotipo

Versione negativa in bianco estesa, contratta, icona



Questa versione si usa su fondo nero o molto scuro.

MONDADORI POINT

Elementi base

1.07

Marchio e logotipo

Sviluppo verticale versione contratta



Lo sviluppo verticale è consentito solo nella forma contratta, come indicato nella tavola.

Marchio e logotipo

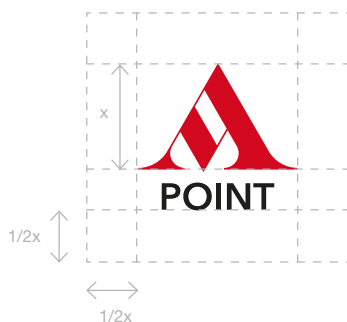
Costruttivo versione estesa, contratta, icona



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



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 30 mm (85 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 8 mm (23 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



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquid ex ea commodo consequat.

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

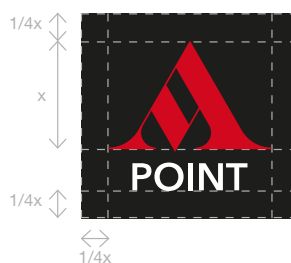
SEGNALETICA ESTERNA

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 Vincoli architettonici
- 2.08 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

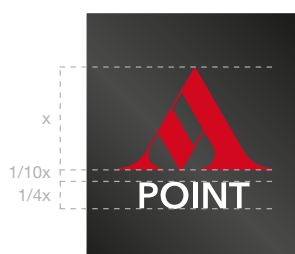
Centramento del blocco di marca



Versione lineare



Versione contratta

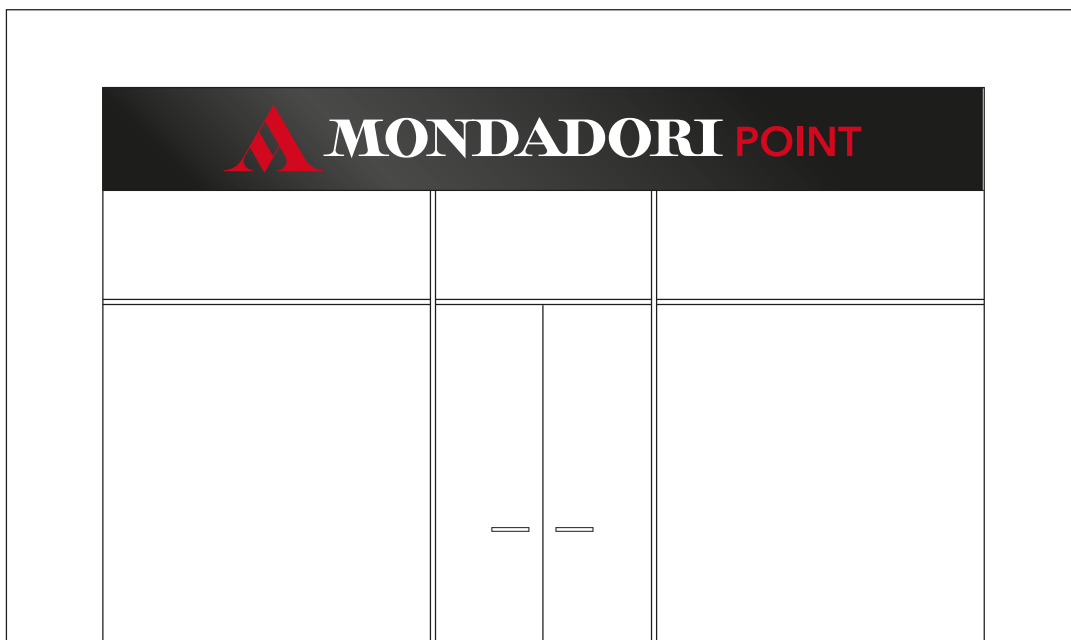


Versione a bandiera

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

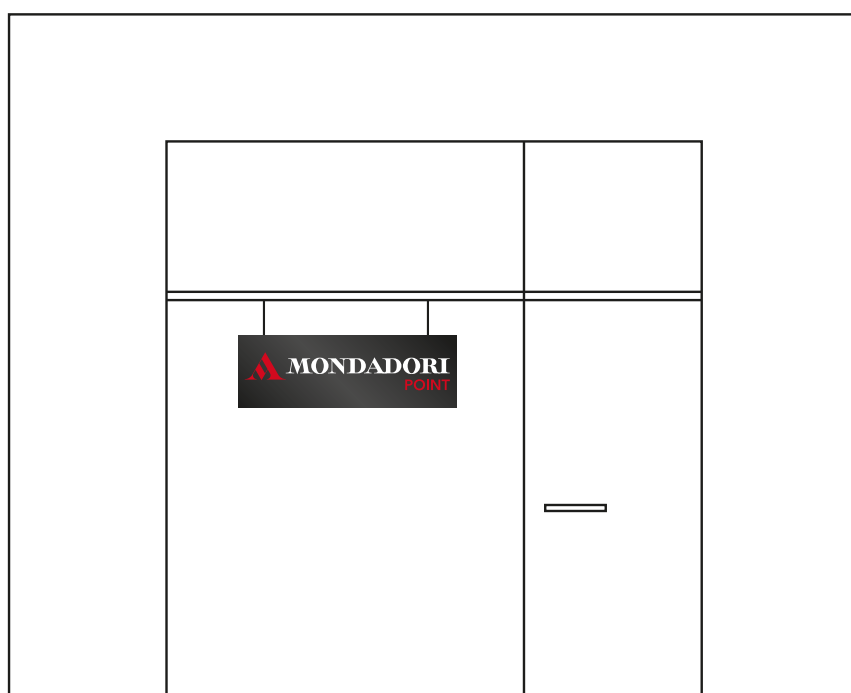
Esempio applicazione B



Esempio di insegna con applicazione contratta.

Insegne

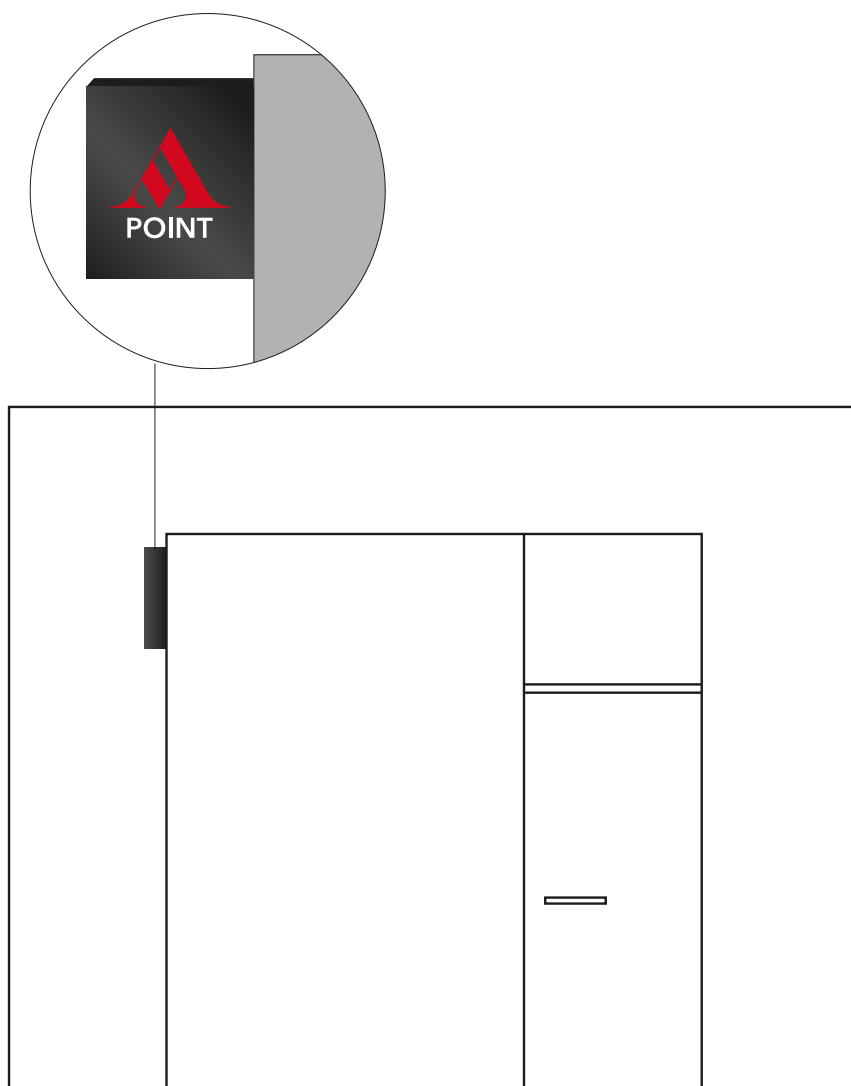
Esempio applicazione C



Esempio di segnalatore interno da vetrina a soffitto.

Insegne

Esempio applicazione D



Insegne

Vincoli architettonici



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