



REGIONE DEL VENETO

giunta regionale – 9^a legislatura

ALLEGATOD alla Dgr n. 418 del 31 marzo 2015

pag. 1/22



Manuale d'uso del marchio	Sommario
------------------------------	----------

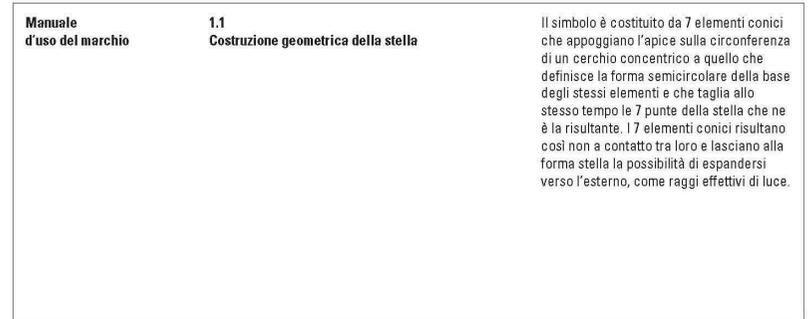
2

Manuale d'uso del marchio	Sommario
------------------------------	----------

3

1.0 Il marchio, il logotipo, il pay-off	pag 4
1.1 Costruzione geometrica della stella	pag 5
1.2 Definizione dei colori ed uso relativo ai prodotti turistici	pag 6
1.3 Rapporto leone / stella	pag 7
1.4 Logotipo e tipografia	pag 8
1.5 Pay-off	pag 9
1.6 Il nuovo marchio	pag 10
1.7 Utilizzi scorretti	pag 11
1.8 Prove di riduzione	pag 12
2.0 Linee guida e rapporto tra i marchi	pag 16
2.1 Posizionamento e dimensioni	pag 17
3.0 Immagine coordinata: stampati per corrispondenza	pag 24
3.1 Stampati per corrispondenza della Regione del Veneto	pag 25
3.2 Utilizzo del marchio Turismo Veneto in stampati di altri enti	pag 31
4.0 Immagine coordinata: pubblicità e materiale promozionale	pag 32
4.1 Posizionamento del marchio nella pubblicità Regione del Veneto	pag 33
4.2 Posizionamento del marchio nella pubblicità di altri enti	pag 35
4.3 Posizionamento del marchio nei materiali promozionali di altri enti	pag 37
4.4 Vetrofania	pag 40
4.5 Posizionamento del marchio nel materiale video	pag 41

5.0 Immagine coordinata: web, siti e portali	pag 42
5.1 Posizionamento del marchio nel sito della Regione del Veneto	pag 42
5.2 Posizionamento del marchio nel sito di altri enti	pag 42



Gli elementi costitutivi: la stella e il leone

Il primo, imprescindibile elemento costitutivo di ogni identità è sicuramente il marchio. In questo caso la scelta fondamentale è stata innanzitutto una scelta di metodo, quella cioè di creare un nuovo marchio specifico per il "prodotto" Turismo, diverso da quello "istituzionale" della Regione del Veneto, accanto a cui può e deve coesistere in conformità alle direttive in ordine alla immagine coordinata della Regione (D.G.R. 3462 del 10.12.2002).

Un prodotto come il turismo deve essere comunicato con uno stile diverso, più fresco, emozionale, per il tipo – o i tipi – di pubblico a cui si rivolge e per le motivazioni che ne sono alla base. Il turismo è sempre e comunque divertimento – nel senso etimologico (divertere: volgere altrove) oltre che comune del termine – voglia di conoscere il diverso, e tanto più in una regione come il Veneto che offre molteplici occasioni di "diversità".

Dal punto di vista strategico e grafico, quindi, il punto di partenza è stata la "V" di Veneto. Sette "V" di diversi colori si uniscono a formare una stella. Sette come le province, Sette come i colori dell'arcobaleno, effetto della riflessione e dispersione della luce del Sole, Sette infine come i sette principali prodotti turistici del Veneto (montagna estiva, montagna invernale, mare, terme, lago, città d'arte, parchi e Delta del Po) e che in questo senso possono costituire un valido criterio di diversificazione e integrazione.

L'uso dei colori dà un'inegabile carattere gioioso al marchio e contribuisce a comunicare la varietà del "prodotto" Turismo Veneto. I colori verranno utilizzati e declinati in tutte le diverse forme di comunicazione (dall'editoria alle pagine pubblicitarie) per identificare i diversi segmenti.

Accanto al nuovo simbolo si è voluto tuttavia assicurare il legame con la tradizione e la continuità della comunicazione, accostando alla stella il leone marciano, che deriva da quello istituzionale.

Il leone del marchio deve essere utilizzato esclusivamente in quadricromia, posizionato in basso a sinistra, eccezione fatta per il posizionamento della vetrofania che rimane libero.

Il leone e la stella convivono quindi all'interno di una precisa gabbia grafica (un rettangolo con un lato stondato, anch'esso riferito al marchio istituzionale) dando vita così al nuovo marchio del Turismo Veneto.

Il logotipo

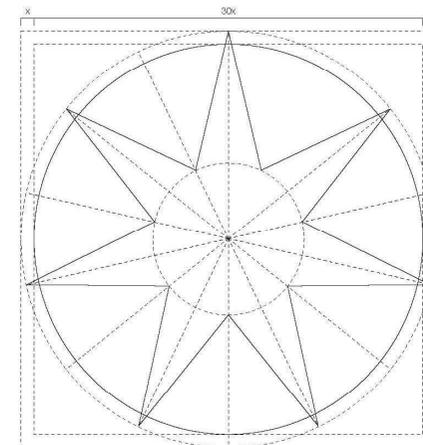
Accanto ai due simboli, e all'interno della gabbia grafica definita, il logotipo è rappresentato dalla semplice denominazione della regione, Veneto, composto in Univers Condensed Bold Italic e Univers Condensed Medium Italic.

Il pay-off

Il logotipo può anche essere accompagnato dal pay-off. La caratteristica principale del Veneto, particolarmente rilevante dal punto di vista turistico, è la compresenza di paesaggi e situazioni completamente diversi in uno spazio relativamente ristretto.

Tra la terra e il cielo vuole significare proprio questo: l'idea di una Regione che permette in poco spazio e poco tempo esperienze diversissime, grazie a un'offerta di prodotti turistici diversificata e integrata, e alle molteplici possibilità di usufruire del territorio in ogni stagione.

Un luogo unico e molteplice, tra la terra e il cielo.



Manuale d'uso del marchio

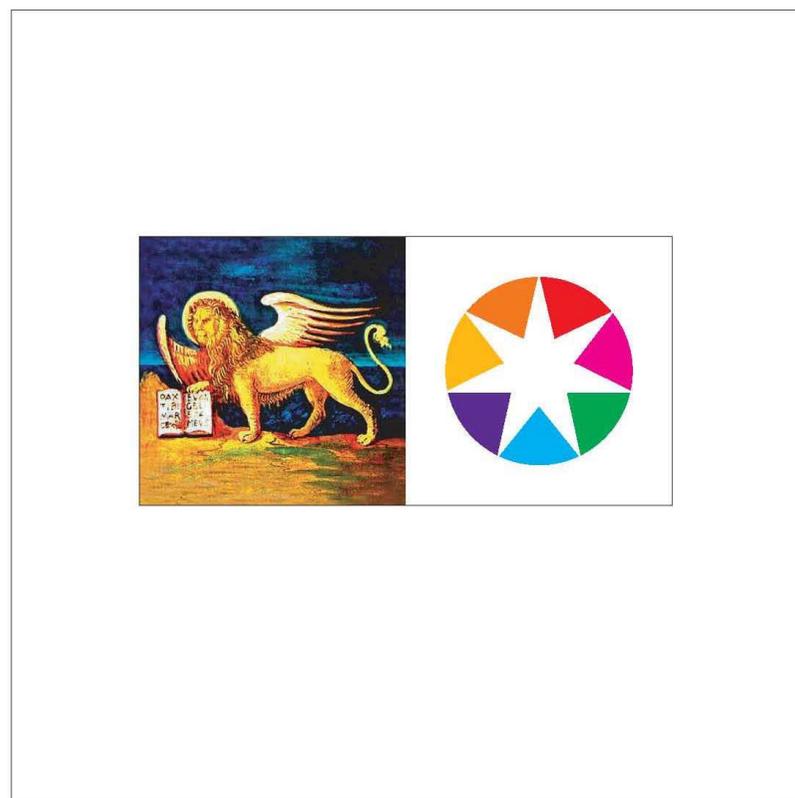
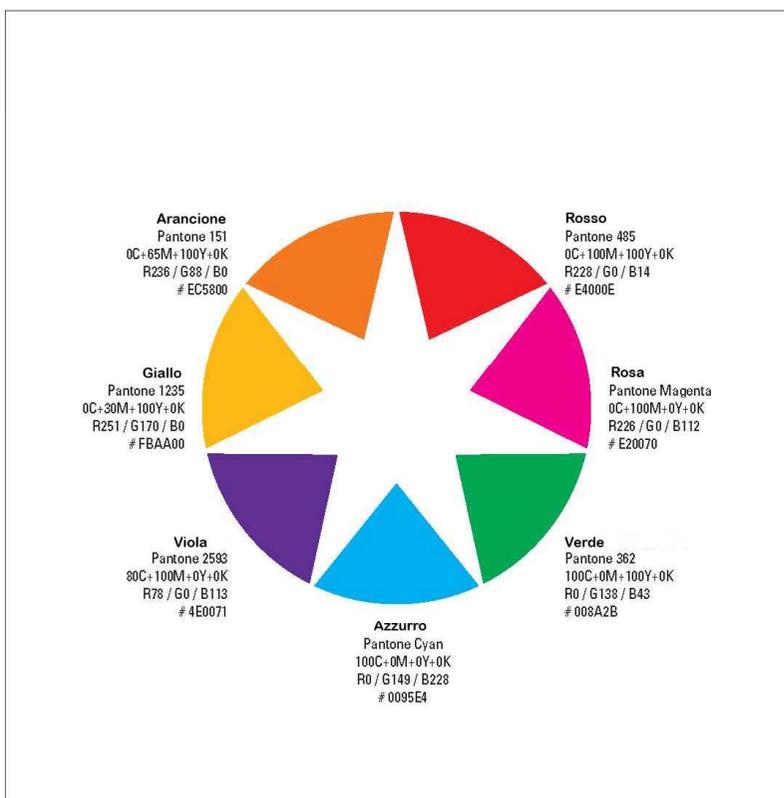
1.2
Definizione dei colori ed uso relativo ai prodotti turistici

Il simbolo appare come una stella bianca a sette punte che ritaglia altrettanti spicchi di colori diversi, per ognuno dei quali è stato definito un Pantone di riferimento e la relativa trascodifica in quadricromia, RGB e codice esadecimale.

Manuale d'uso del marchio

1.3
Rapporto leone / stella

Alla "stella" viene accostata l'immagine di un leone ripresa dall'emblema istituzionale della Regione del Veneto e ritoccata in modo da risultare compositivamente equilibrata all'interno di un quadrato. Il leone e la stella sono accostati in proporzione 1:1 idealmente posizionati al centro di due quadrati dalle medesime dimensioni.



Manuale
d'uso del marchio

1.4
Logotipo e tipografia

Il carattere tipografico individuato come istituzionale è l'Univers Condensed, utilizzato prevalentemente nelle due varianti Italic, Bold Italic e Medium Italic. Il logotipo è rappresentato dalla semplice denominazione della regione, Veneto, composta in Univers Condensed Bold Italic.

Manuale
d'uso del marchio

1.5
Pay-off

Il pay-off è composto in Univers Condensed Italic e posizionato sotto il logotipo e allineato a sinistra. Il pay-off va utilizzato in lingue diverse a seconda dei mercati di applicazione.

Veneto

***ABCDEFGHIJKLMNOPQ
RSTUVWXYZabcdveneto
efghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789ABCDEFGHIJ
KLMNOPQRSTUVWXYZa
bcdvenetoefghijklmnop
qrstuvwxyz0123456789***

Veneto
Tra la terra e il cielo

Veneto
From Earth to Sky

Veneto
Entre la terre et le ciel

Veneto
Entre la tierra y el cielo

Veneto
Zwischen Himmel und Erde

Manuale d'uso del marchio

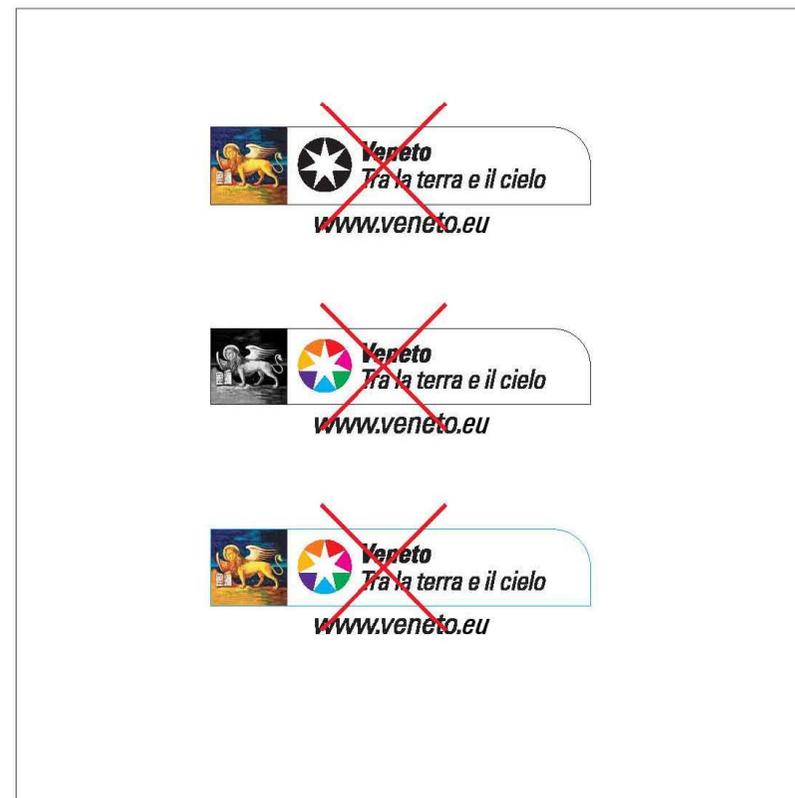
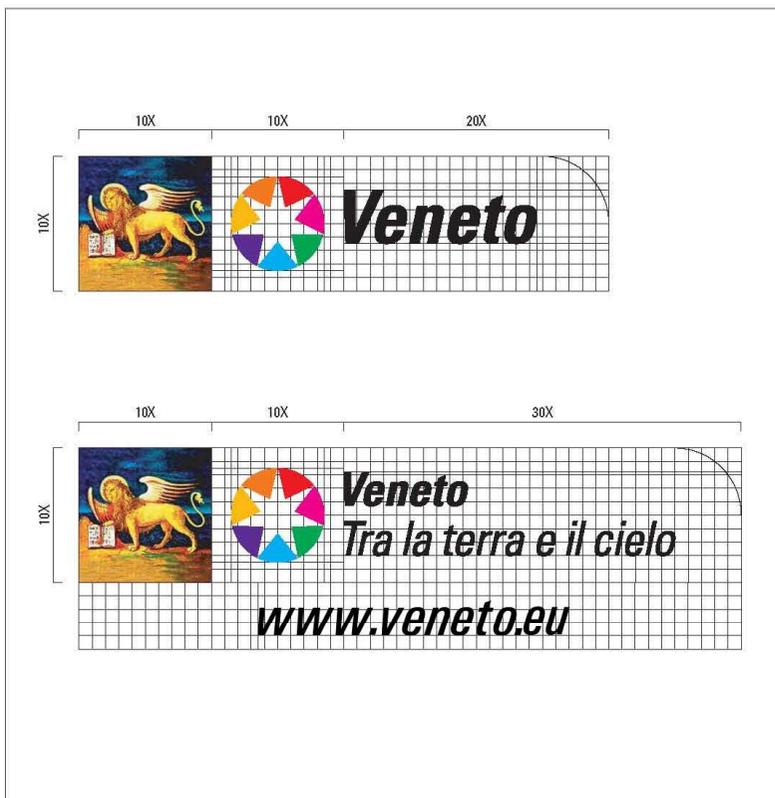
1.6 Il nuovo marchio

Il leone e la stella convivono in una gabbia secondo precisi rapporti geometrici. La dimensione del "biscotto" varia a seconda dell'utilizzo del solo logotipo o anche del pay-off. Lo spessore del filo che contorna il marchio è 1/10 di X. Il marchio completo di pay-off riporta, fuori dell'outline e centrato rispetto al "biscotto", l'indirizzo internet www.veneto.eu

Manuale d'uso del marchio

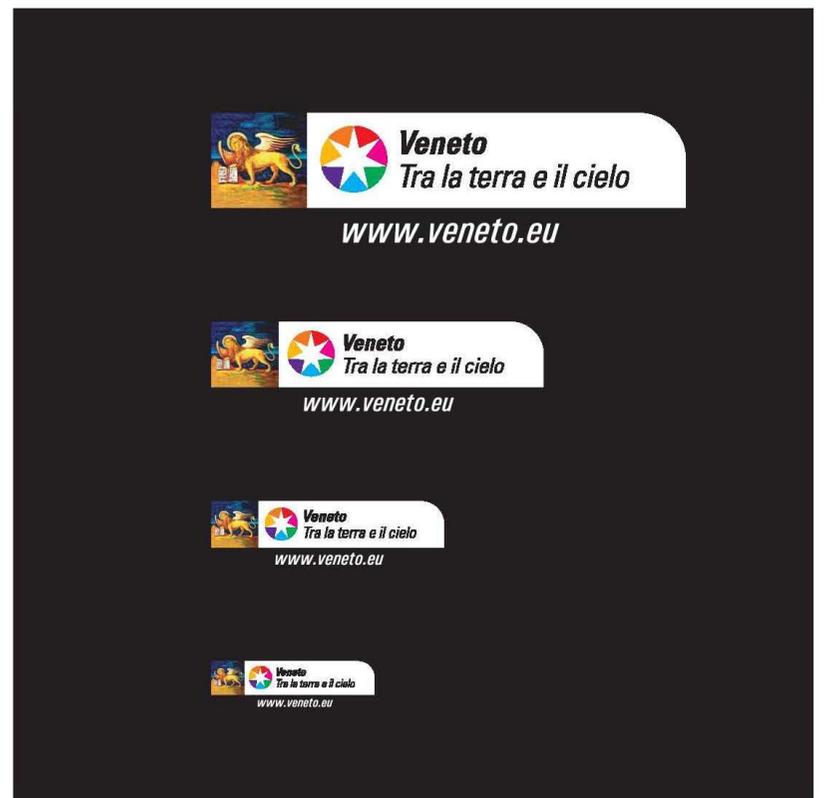
1.7 Il nuovo marchio: utilizzi scorretti

Il marchio non si deve utilizzare in modo arbitrario, ma tenendo conto delle regole di applicazione previste.



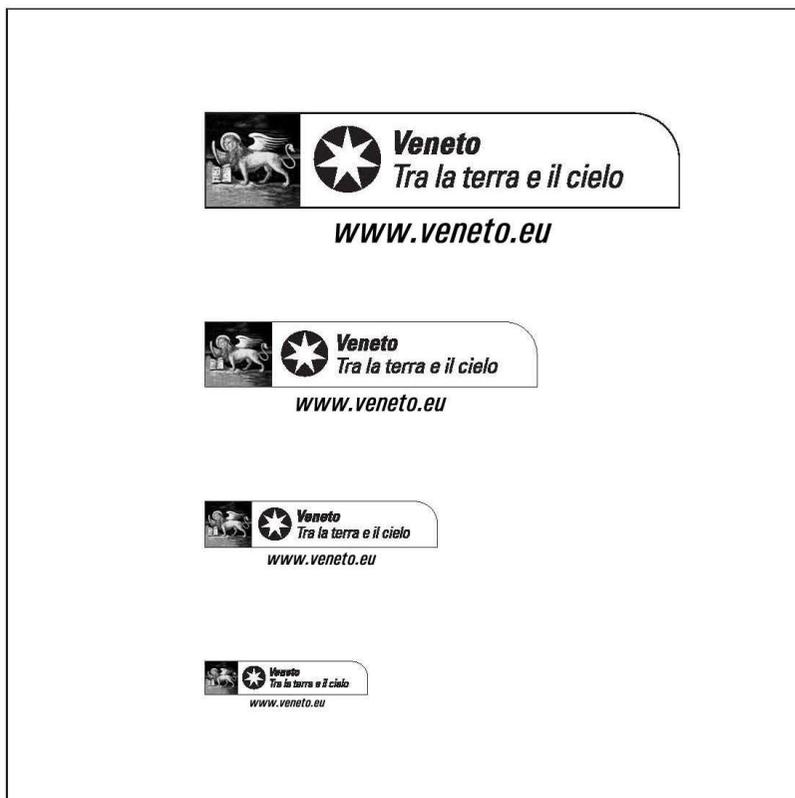
<p>Manuale d'uso del marchio</p>	<p>1.8 Il nuovo marchio: prove di riduzione / colore / positivo</p>	<p>Nella riduzione del marchio tutti gli elementi devono mantenere una perfetta leggibilità.</p>
--------------------------------------	---	--

<p>Manuale d'uso del marchio</p>	<p>1.8 Il nuovo marchio: prove di riduzione / colore / negativo</p>	<p>Nella riduzione del marchio tutti gli elementi devono mantenere una perfetta leggibilità.</p>
--------------------------------------	---	--



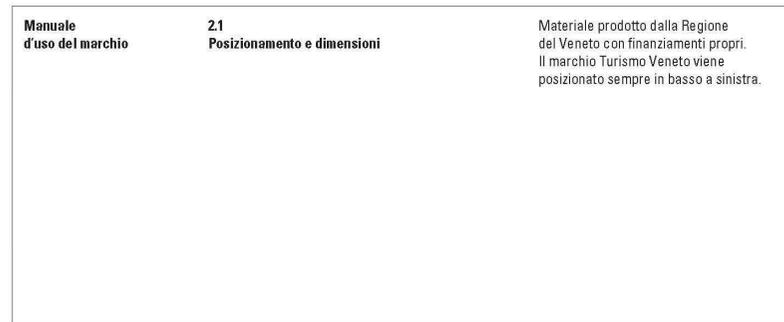
<p>Manuale d'uso del marchio</p>	<p>1.8 Il nuovo marchio: prove di riduzione / bn / positivo</p>	<p>Nella riduzione del marchio tutti gli elementi devono mantenere una perfetta leggibilità.</p>
--------------------------------------	---	--

<p>Manuale d'uso del marchio</p>	<p>1.8 Il nuovo marchio: prove di riduzione / bn / negativo</p>	<p>Nella riduzione del marchio tutti gli elementi devono mantenere una perfetta leggibilità.</p>
--------------------------------------	---	--





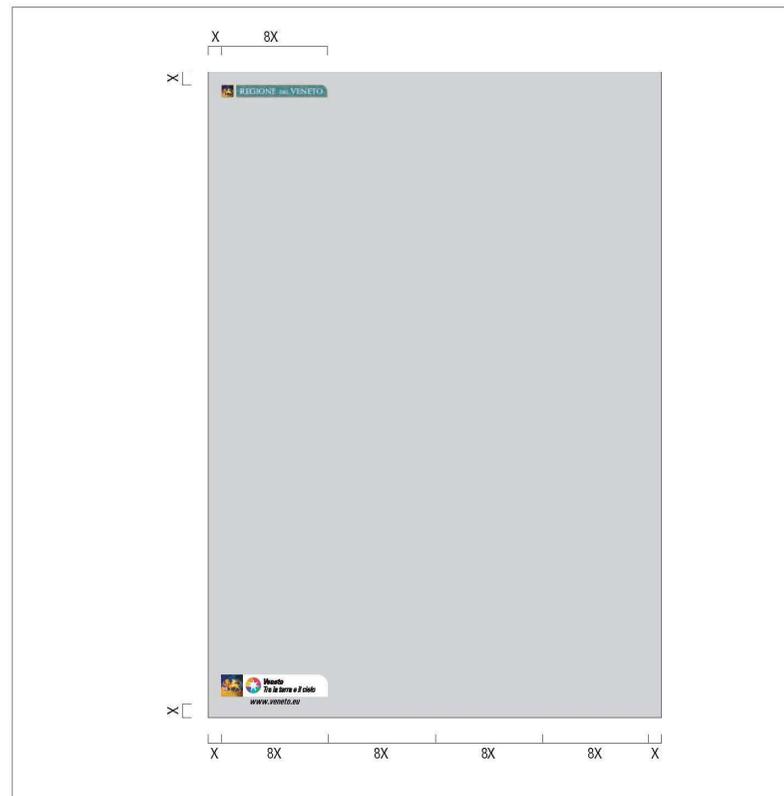
16



17

Linee guida
 Gli elementi fondamentali dell'identità del prodotto "Turismo Veneto" individuano una cifra stilistica che dovrà costituire l'elemento di raccordo e coerenza in grado di legare l'immagine e il materiale prodotto dalla Regione, dalle Province, dalle Strutture associate e dagli altri soggetti utilizzatori.

Il rapporto tra marchio Turismo Veneto e marchio della Regione del Veneto
 Il primo fondamentale punto riguarda il rapporto tra marchio Turismo Veneto e marchio istituzionale Regione del Veneto. Considerata la diversità degli elementi si è definita una forma grafica che racchiude i due marchi e li uniforma, riprendendo la forma caratteristica del rettangolo del marchio istituzionale con l'angolo superiore destro stondato, creando così un sistema applicabile a tutti i materiali ed estensibile anche ad altre realtà quali quelle delle Province e delle Strutture associate. L'idea di base è che, nonostante gli elementi costitutivi dell'immagine del Veneto siano molti, per alcuni almeno è possibile identificare norme tali da farli interagire all'interno di un sistema coordinato, che crei sinergia e non dispersione, pur nel rispetto delle diverse specificità. Al centro di questa strategia sta chiaramente il Marchio, al cui uso codificato e al cui corretto posizionamento, va affidata principalmente la comunicazione dell'offerta regionale. Al nuovo "Turismo Veneto" regionale si chiede quindi di essere perno di una politica di marca grazie ad un rafforzamento della personalità del prodotto, e cioè ad una più chiara fisionomia rispondente agli obiettivi generali di promozione, e a un incremento della fidelizzazione nel rapporto con i clienti/turisti. Sarebbe auspicabile, soprattutto nelle comunicazioni all'esterno del territorio, l'adozione di un sistema che ponga in primo piano il Marchio cui il prodotto specifico (località, provincia ecc.) appartiene. Ovviamente il corretto utilizzo del marchio rappresenta solo il primo step e tuttavia alcune linee guida e scelte di base, facilmente applicabili a mezzi e modi di comunicazione diversi, possono rafforzare l'elemento unificante già implicito nella personalità e fisionomia del marchio. Il marchio Turismo Veneto deve sempre essere tenuto distinto dal logotipo e dallo stemma istituzionale della Regione del Veneto. Anche graficamente il marchio Turismo Veneto dovrà pertanto essere distinto sia dai simboli istituzionali della Regione del Veneto, sia da quelli degli altri soggetti utilizzatori.

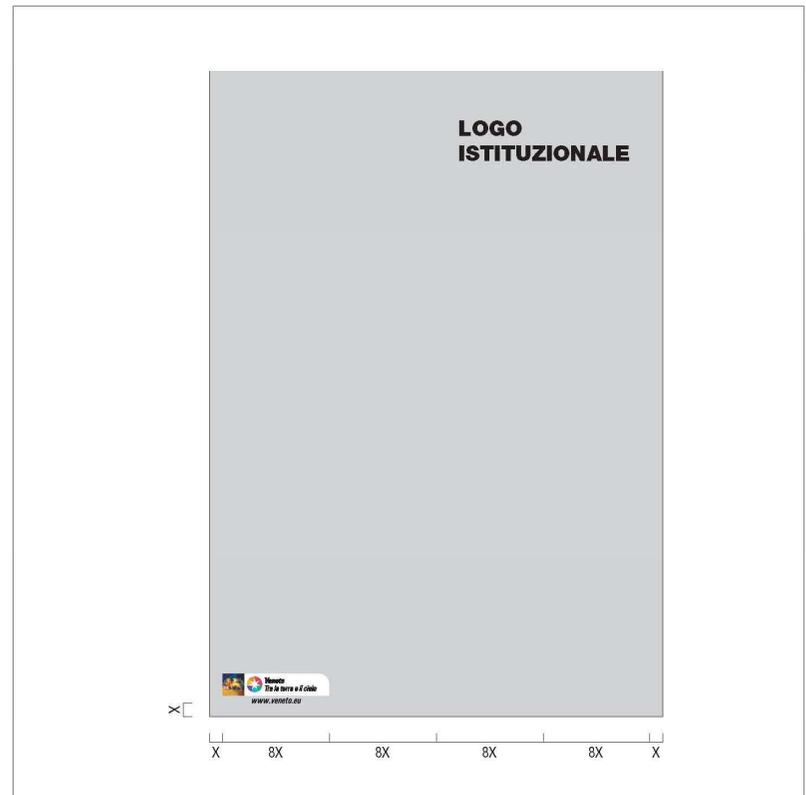
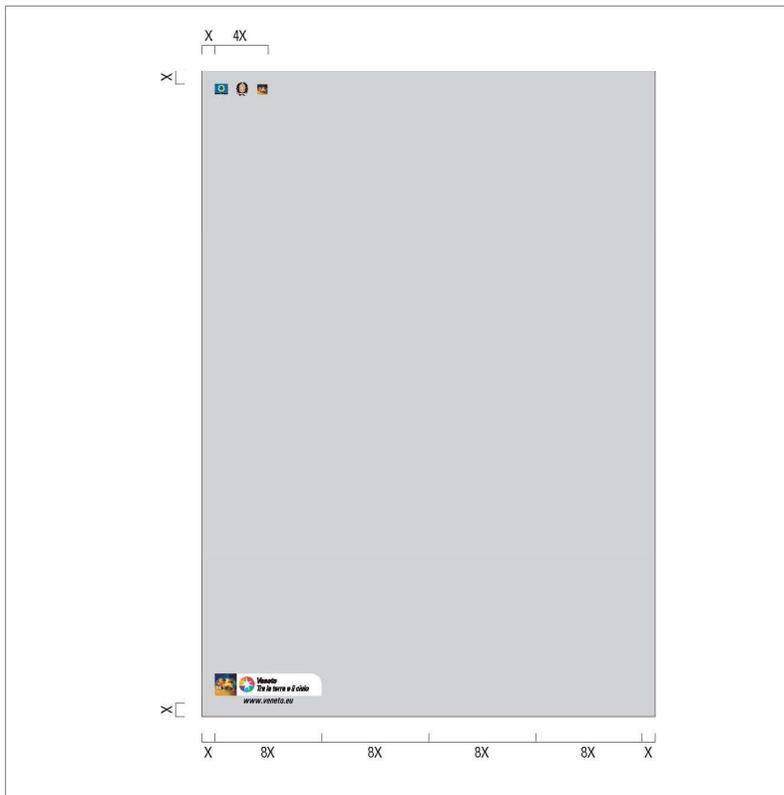


<p>Manuale d'uso del marchio</p>	<p>2.1 Posizionamento e dimensioni</p>	<p>Materiale prodotto dalla Regione del Veneto realizzato con fondi di derivazione comunitaria. Il marchio Turismo Veneto viene posizionato sempre in basso a sinistra.</p>
---	--	---

18

<p>Manuale d'uso del marchio</p>	<p>2.1 Posizionamento e dimensioni</p>	<p>Materiale prodotto da altri enti pubblici realizzato con fondi propri. Il marchio Turismo Veneto viene posizionato sempre in basso a sinistra. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.</p>
---	--	---

19



Manuale d'uso del marchio

2.1 Posizionamento e dimensioni

Materiale prodotto da altri enti pubblici realizzato anche con fondi regionali. Il marchio Turismo Veneto viene posizionato sempre in basso a sinistra. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.

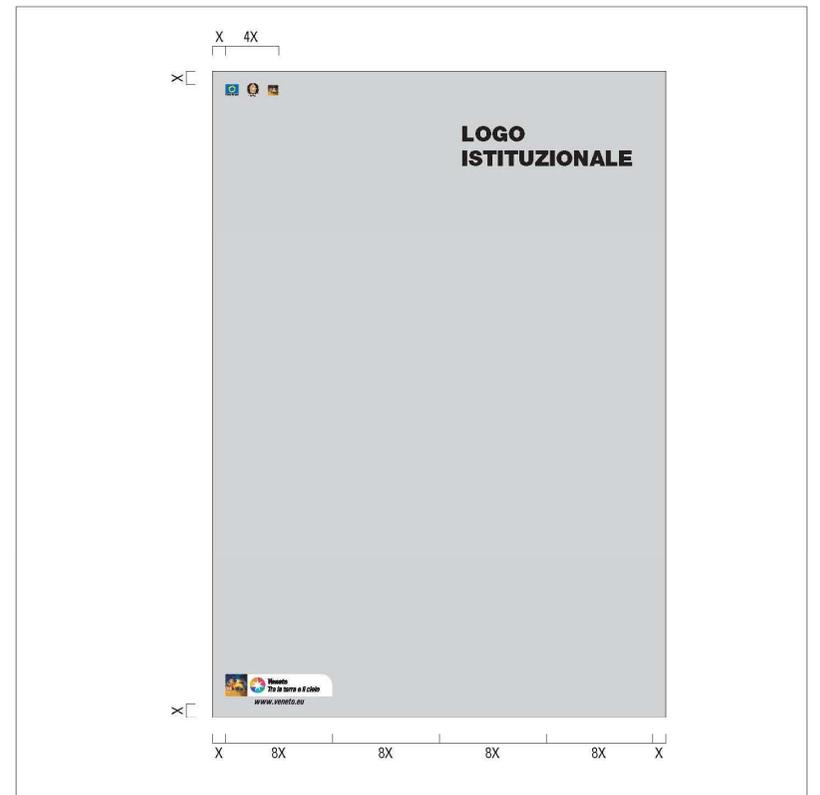
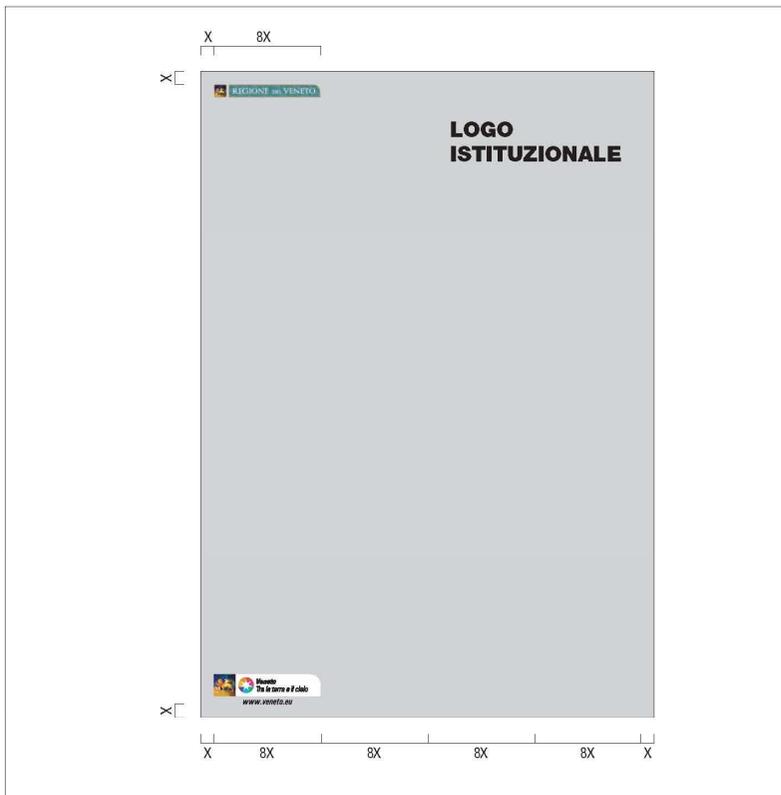
20

Manuale d'uso del marchio

2.1 Posizionamento e dimensioni

Materiale prodotto da altri enti pubblici realizzato anche con fondi comunitari. Il marchio Turismo Veneto viene posizionato sempre in basso a sinistra. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.

21

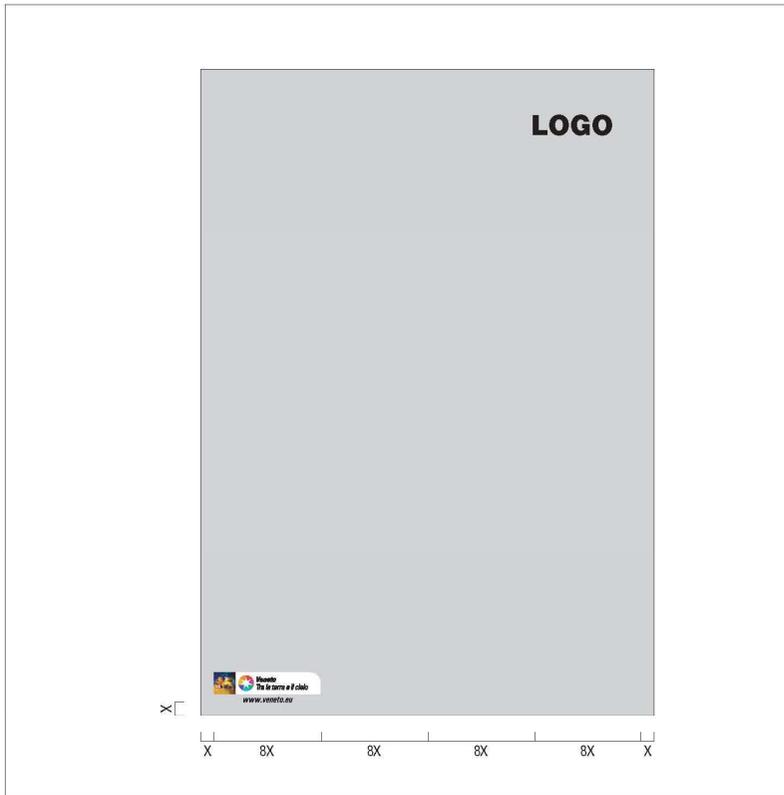


Manuale d'uso del marchio

2.1
Posizionamento e dimensioni

Materiale prodotto dalle Strutture associate e da altri soggetti realizzato con fondi propri. Il marchio Turismo Veneto viene posizionato sempre in basso a sinistra. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.

22

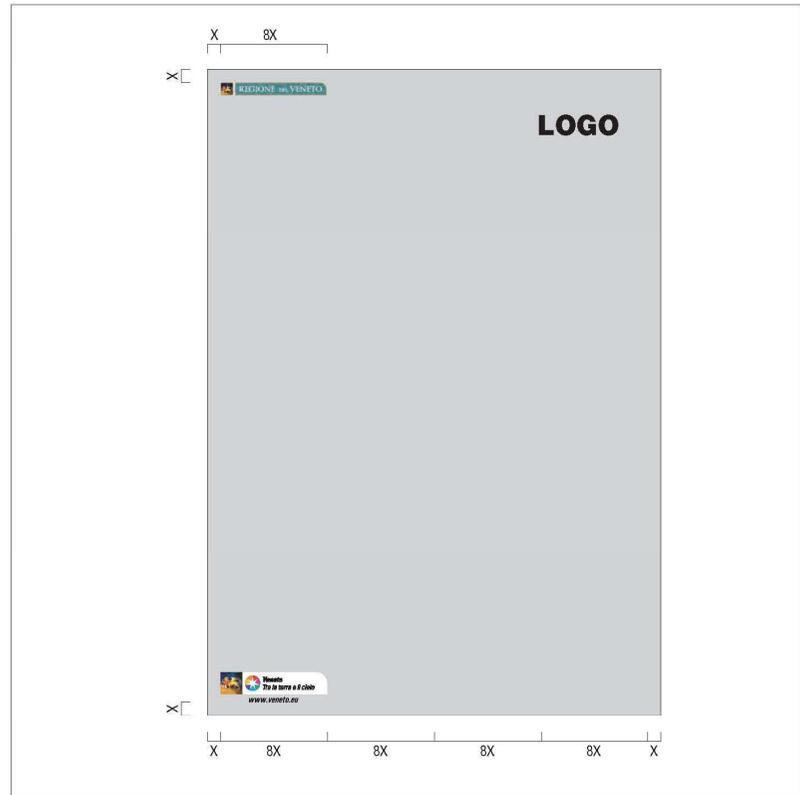


Manuale d'uso del marchio

2.1
Posizionamento e dimensioni

Materiale prodotto dalle Strutture associate e da altri soggetti realizzato anche con fondi regionali. Il marchio Turismo Veneto viene posizionato sempre in basso a sinistra. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.

23



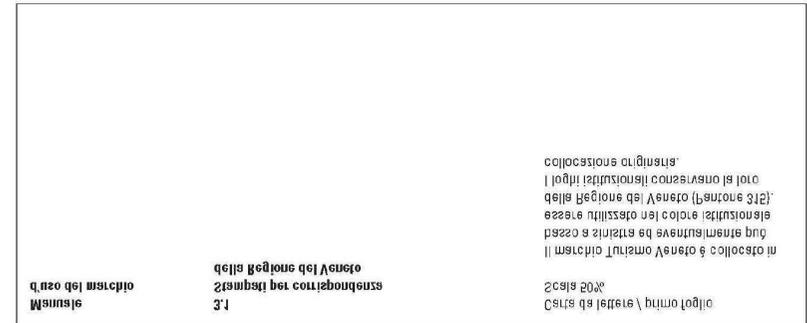


collaborazione
 È previsto l'utilizzo del marchio anche da parte di altri enti o strutture collegate nei propri stampati di riferimento da attività "altro mercato" altri componenti "cattolici" copertina fax
 degli studenti coordinati del settore "Turismo" degli: carta da lettere (primo e secondo foglio) "plute"
 del marchio "regione del Veneto" in questo manuale sono contenute alcuni elementi base
 grafica molto simili, dove sono previsti gli spazi di inserimento degli "esempi" "società" del logo e
 l'impaginazione del marchio "Turismo Veneto negli" stampati di collaborazione segue una guida



di uso del marchio
 Manuale

(esempi)
 stampati per collaborazione
 immagine coordinata:
 30



di uso del marchio
 Manuale

di uso del marchio
 stampati per collaborazione
 31

collaborazione originale
 I loghi istituzionali consentiranno la loro
 della Regione del Veneto (Prontone 312)
 essere utilizzati nei colori istituzionali
 stesso a sinistra e di eventuali altre
 il marchio "Turismo Veneto" è collocato in
 32
 Carta da lettere \ primo foglio

Manuale d'uso del marchio	3.1 Stampati per corrispondenza della Regione del Veneto	Seguilettora e busta Scala 50% Il marchio Turismo Veneto è collocato in basso a sinistra. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.
----------------------------------	---	---

26



Manuale d'uso del marchio	3.1 Stampati per corrispondenza della Regione del Veneto	Invito generico e biglietti da visita Scala 75% Il marchio Turismo Veneto è collocato in basso a sinistra. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.
----------------------------------	---	--

27



Manuale d'uso del marchio

3.1 Stampati per corrispondenza della Regione del Veneto

With compliments e busta
Scala 75%

Il marchio Turismo Veneto è collocato in basso a sinistra. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.

28



Manuale d'uso del marchio

3.1 Stampati per corrispondenza della Regione del Veneto o di altri enti

Cartelline
Scala 40%

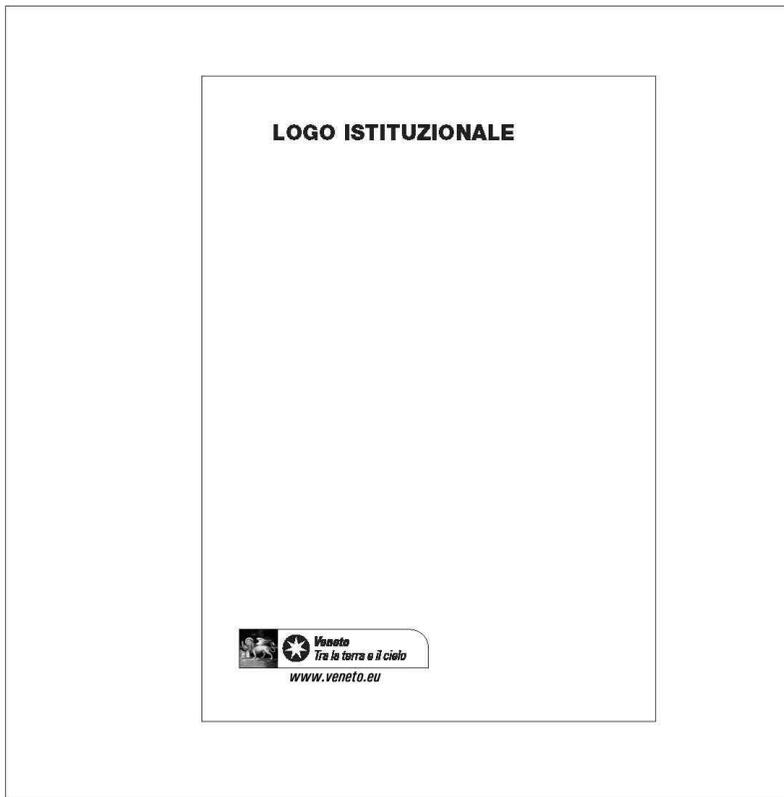
Il marchio Turismo Veneto è collocato in basso a sinistra. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.

29



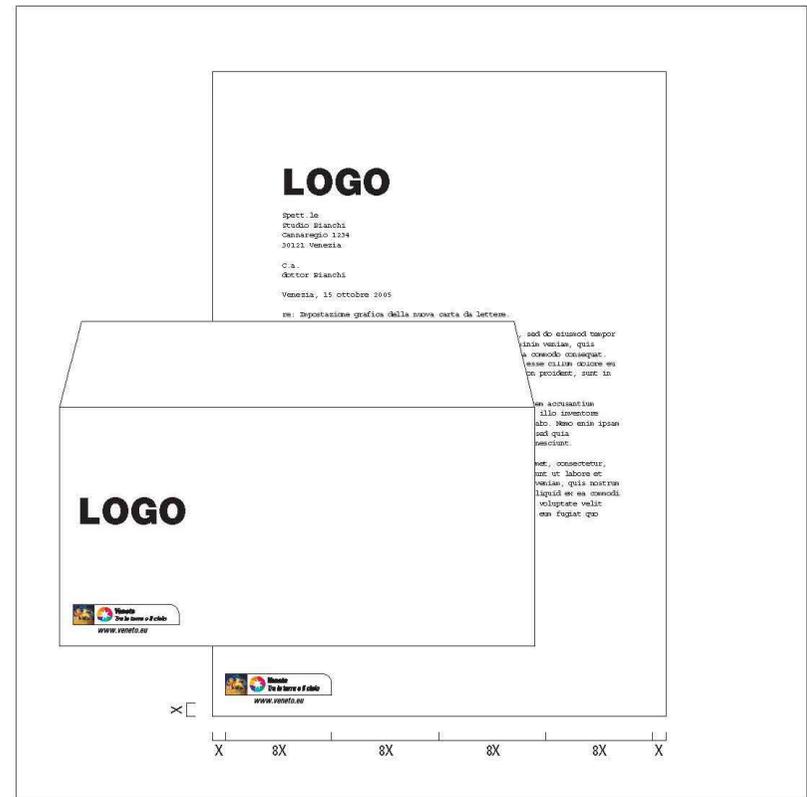
<p>Manuale d'uso del marchio</p>	<p>3.1 Stampati per corrispondenza</p>	<p>Copertina fax Scala 50%</p> <p>Il marchio Turismo Veneto è collocato in basso a sinistra con declinazione del leone marciano in bianco e nero. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.</p>
---	---	---

30



<p>Manuale d'uso del marchio</p>	<p>3.2 Utilizzo del marchio Turismo Veneto in stampati di altri enti</p>	<p>Carta da lettere / Busta Scala 50%</p> <p>Il marchio Turismo Veneto, in stampati di altri enti, deve essere posizionato in basso a sinistra. I loghi istituzionali conservano la loro collocazione originaria.</p>
---	---	---

31



Manuale d'uso del marchio

4.0 Immagine coordinata: pubblicità e materiale promozionale (alcuni esempi)

32

Il marchio Turismo Veneto deve rispettare, anche nella promozione pubblicitaria, delle regole di posizionamento. Negli esempi che seguono vengono contemplato diverse casistiche di formati, sia per le pagine stampa che per altri materiali promozionali e viene indicata la gabbia grafica per l'eventuale inserimento di altri marchi.

Negli **spot televisivi** il marchio Turismo Veneto viene inserito alla fine, al centro dello schermo e su fondo bianco. A seguire, sempre al centro e su fondo bianco, i tre stemmi istituzionali dell'Unione Europea, della Repubblica Italiana e della Regione del Veneto.

In chiusura degli **spot radiofonici**, invece, deve essere inserita la seguente frase: "realizzato con il contributo dell'Unione Europea e della Regione del Veneto"

Manuale d'uso del marchio

4.1 Posizionamento del marchio nella pubblicità Regione del Veneto

Sviluppo impaginato nella stampa quotidiana e periodica. Formato verticale. Quando l'annuncio promuove un prodotto turistico particolare, il colore della fascia contenente i testi, può essere declinato con il colore attribuito al prodotto.

33

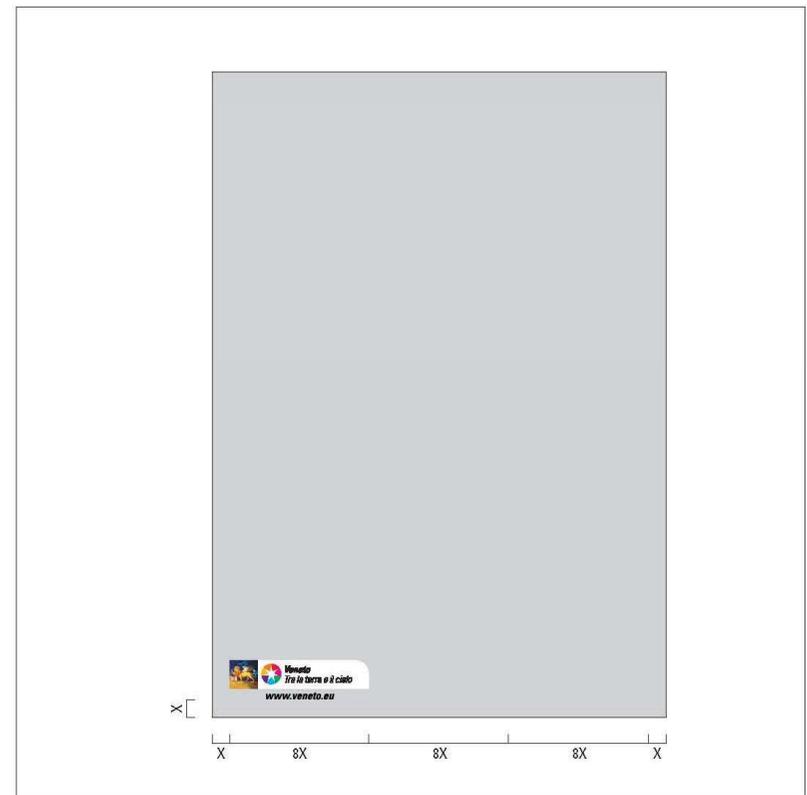
The image shows two versions of a poster layout. The top version features a white box containing the 'V come Veneto' logo and the text 'Regione del Veneto Assessorato alla Politiche dell'Agricoltura e del Turismo'. The bottom version features a yellow box with the same logo and text. The poster background shows a hand making a 'V' sign and a person's face. Technical markings 'X', '4X', '8X', and '16X' are present at the top and bottom of the poster area.

<p>Manuale d'uso del marchio</p>	<p>4.1 Posizionamento del marchio nella pubblicità Regione del Veneto</p>	<p>Sviluppo impaginato nella stampa quotidiana e periodica. Formato orizzontale e per doppia pagina. Quando l'annuncio promuove un prodotto turistico in particolare, il colore della fascia contenente i testi, può essere declinato con il colore attribuito al prodotto.</p>
---	--	---

34

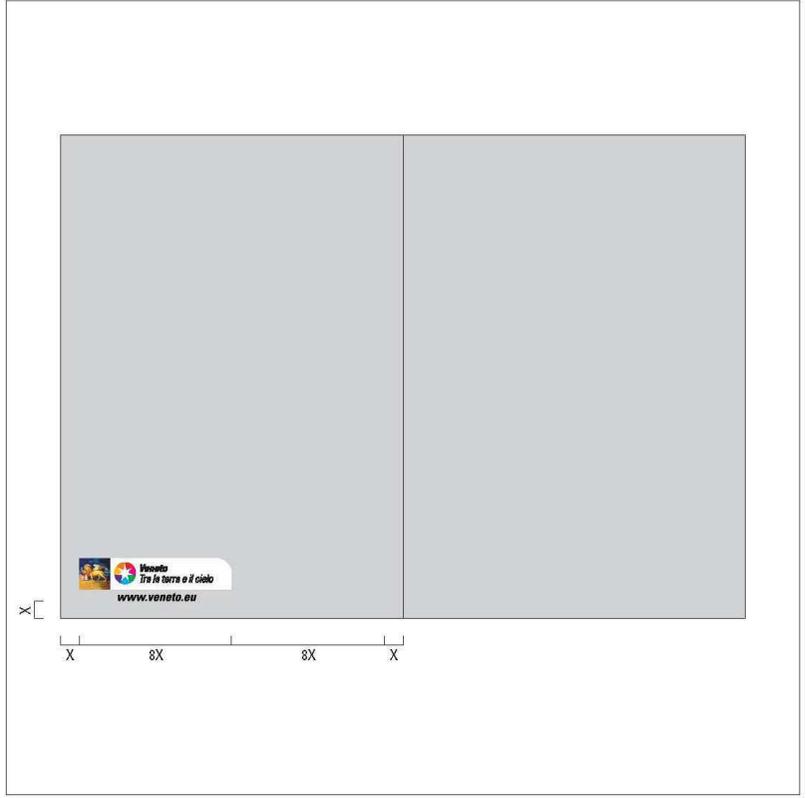
<p>Manuale d'uso del marchio</p>	<p>4.2 Posizionamento del marchio nella pubblicità di altri enti</p>	<p>Il marchio Turismo Veneto deve essere posizionato in basso a sinistra della pagina, nel rispetto delle proporzioni indicate.</p>
---	---	---

35



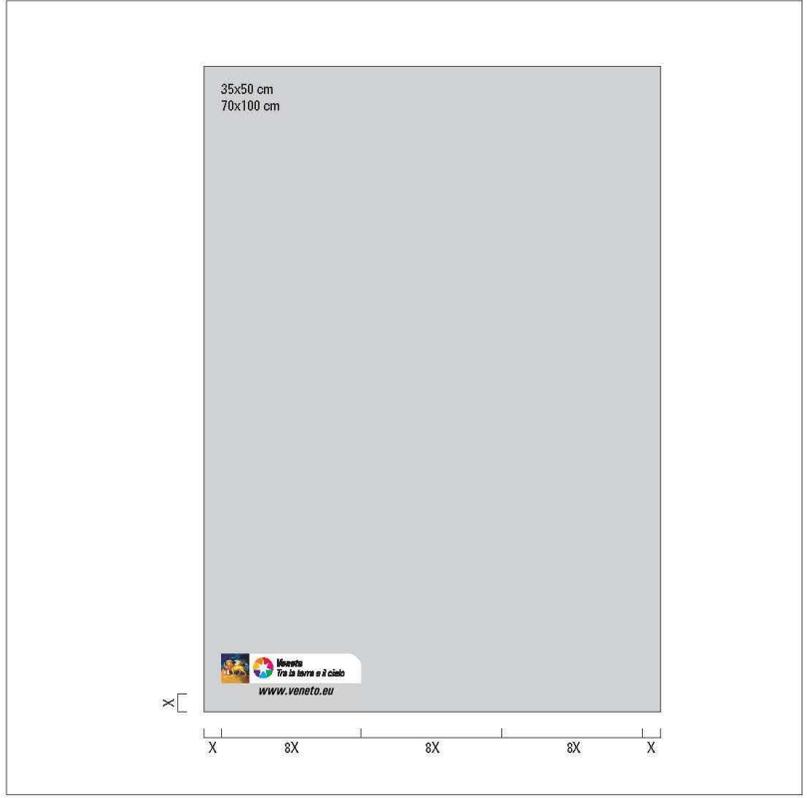
Manuale d'uso del marchio	4.2 Posizionamento del marchio nella pubblicità di altri enti	Sviluppo impaginazione nella stampa quotidiana e periodica, formato orizzontale e per doppia pagina.
----------------------------------	---	--

36



Manuale d'uso del marchio	4.3 Posizionamento del marchio nei materiali promozionali di altri enti	Sviluppo impaginazione nelle locandine e nei manifesti.
----------------------------------	---	---

37



Manuale d'uso del marchio

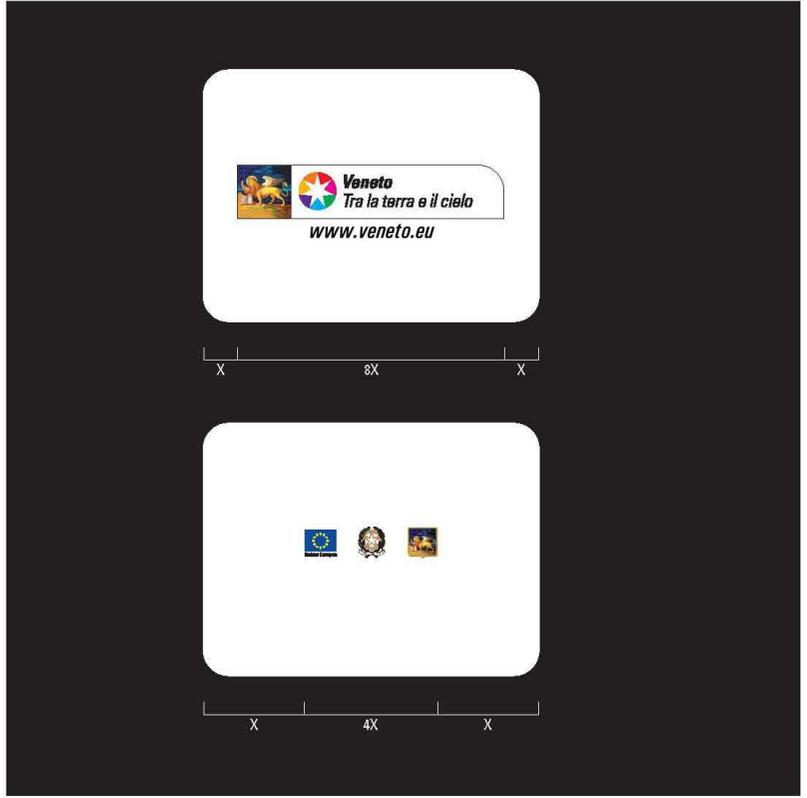
4.4 Vetrofania

Nella vetrofania, il marchio Turismo Veneto è sviluppato verticalmente. Fuori dall'outline e centrato rispetto al "biscotto" è riportato l'indirizzo internet www.veneto.eu.

Manuale d'uso del marchio

4.5 Posizionamento del marchio nel materiale video

Nei video realizzati dalla Regione del Veneto con i fondi comunitari, il marchio Turismo Veneto deve essere posizionato al centro dello schermo su fondo bianco. In sequenza, i tre marchi istituzionali dell'Unione Europea, della Repubblica Italiana e della Regione del Veneto.



40

41



42

Il marchio può essere posizionato nelle pagine web della Regione del Veneto, o di altri soggetti collegati, come link di approfondimento.
Devono essere rispettate le dimensioni minime e le distanze di sicurezza da altri marchi.
Il posizionamento asseconda generalmente la gabbia grafica delle colonne laterali di navigazione.
Trattandosi di un link, il marchio completo di pay-off può essere usato senza l'indirizzo internet www.veneto.eu.

Manuale
d'uso del marchio

5.1
Posizionamento del marchio
nel sito della Regione del Veneto

Il posizionamento del marchio nel sito istituzionale della Regione del Veneto deve rispettare l'allineamento della colonna di testo sulla destra della pagina web.

Manuale
d'uso del marchio

5.2
Posizionamento del marchio
nel sito di altri enti

Il posizionamento del marchio Turismo Veneto all'interno della pagina web viene deciso di volta in volta, a seconda dello spazio a disposizione.
È preferibile mantenere sempre una coerenza grafica con la griglia del sito.