



LINEE GUIDA DELLA MARCA TRE MARIE

LE LINEE GUIDA

Il presente manuale è stato progettato per regolamentare tutti gli elementi base che compongono la marca Tre Marie. Sono presenti tutte le possibili varianti, i colori istituzionali, la font tipografica e le dimensioni minime e massime di utilizzo. Rispettando le poche regole indicate in queste linee guida, l'identità della marca sarà sempre rispettata in ogni possibile applicazione; sia "out of pack" sia "on pack".

Eventuali deroghe possono essere valutate ma sempre in accordo con il reparto comunicazione della marca i cui estremi di contatto sono posti in ultima pagina del seguente manuale.

LA MARCA

Ovidus meni hic iendio. Is atur, es eostincim ilite
volute porio te reiusan iaecea sandita taspelstem
eatibusdanda quos ma demolup tatecta turibus aut
audipie nditem ut as et, nat et aspedis senti blamet
rem am faccum voluptae dendam quam se consecae
velestota ipsusdaecum exerfero inum uta vitio.
Anis eatiorent quunt raturei uribus doloreicatem vel
ipsunt mos aspe voluptas maio blati aliquae nobitia
excepudania cullorp orehend itatquo ipsae vid et qui
si ipientibus aut asped qui beat volut hicae nestecum
aboremque quis aci doluptaquos aut pedis dolupta
ernatur aut officientem et es is excesto consequ
nistiusdae dolupta tempossitae arum rest qui blamus.
Niminvendes arum sitataqui nimi, cus ducimendit
volentis entempos atem consequisquo exerum quatur
ad quatemporum quos peliquos dia doloreria.



INDICE

1. LA MARCA

- 1.1 ELEMENTI COMPOSITIVI DELLA MARCA
- 1.2 TAVOLA SINOTTICA
- 1.3 VERSIONE A COLORI IN POSITIVO
- 1.4 VERSIONE A COLORI IN NEGATIVO
- 1.5 VERSIONE IN BIANCO E NERO IN POSITIVO
- 1.6 VERSIONE IN BIANCO E NERO IN NEGATIVO
- 1.7 AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI MINIME
- 1.8 VIETATO MODIFICARE

2. LA MARCA. VARIANTE PER FORTI RIDUZIONI

- 2.1 VERSIONE A COLORI IN POSITIVO E NEGATIVO
- 2.2 VERSIONE IN BIANCO E NERO IN POSITIVO E NEGATIVO
- 2.3 AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI MASSIME E MINIME

3. LA MARCA. VARIANTE SINTETICA

- 3.1 VERSIONE A COLORI IN POSITIVO
- 3.2 VERSIONE A COLORI IN NEGATIVO
- 3.3 VERSIONE IN BIANCO E NERO IN POSITIVO
- 3.4 VERSIONE IN BIANCO E NERO IN NEGATIVO
- 3.5 AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI MINIME

4. LA MARCA. VARIANTE SINTETICA PER FORTI RIDUZIONI

- 4.1 VERSIONE A COLORI IN POSITIVO E NEGATIVO
- 4.2 VERSIONE IN BIANCO E NERO IN POSITIVO E NEGATIVO
- 4.3 AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI MASSIME E MINIME

5. PAYOFF. VERSIONE SPECIALE

- 5.1 VERSIONE A COLORI IN POSITIVO E NEGATIVO
- 5.2 VERSIONE IN BIANCO E NERO IN POSITIVO E NEGATIVO
- 5.3 AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI MASSIME E MINIME

6. GLI ELEMENTI BASE DELLA MARCA

- 6.1 COLORI
- 6.2 CARATTERE TIPOGRAFICO

7. LE COMBINAZIONI DELLA MARCA CON I LOGOTIPI DI GRUPPO

- 7.1 GALBUSERA
- 7.2 SAMMONTANA

8. GLI ELEMENTI GRAFICI CHE ACCOMPAGNANO LA MARCA

- 8.1 FREGIO FLOREALE
- 8.2 ESEMPI DI USO DEL FREGIO FLOREALE

9. ALCUNI ESEMPI DI USO DELLA MARCA

- 9.1 APPLICAZIONI COMUNICAZIONE OUT OF PACK
- 9.2 APPLICAZIONI ON PACK

CAPITOLO

1

LA MARCA

- 1.1 ELEMENTI COMPOSITIVI DELLA MARCA
- 1.2 TAVOLA SINOTTICA
- 1.3 VERSIONE A COLORI IN POSITIVO
- 1.4 VERSIONE A COLORI IN NEGATIVO
- 1.5 VERSIONE IN BIANCO E NERO IN POSITIVO
- 1.6 VERSIONE IN BIANCO E NERO IN NEGATIVO
- 1.7 AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI MINIME
- 1.8 VIETATO MODIFICARE

LA MARCA

ELEMENTI COMPOSITIVI DELLA MARCA

L'identità di marca di Tre Marie si presenta con un "composit" fatto di più elementi. In tavola vengono presentati, con una nomenclatura specifica, tutti gli elementi affinché sia di immediata e facile comprensione il richiamo ad essi ogni volta che ne sia necessario.

Nello specifico la marca è composta da:

- 1) **il payoff:** dolci gesti gentili;
- 2) **il simbolo:** rappresentato dall'illustrazione delle Tre Marie;
- 3) **il logotipo:** riportante il nome di marca;
- 4) **il descrittore:** antica marca.

Nelle tavole a seguire viene normato il corretto utilizzo della marca e dei singoli elementi.

LA MARCA



TRE MARIE
ANTICA MARCA

PAYOFF

SIMBOLO

LOGOTIPO

DESCRIPTORIO

LA MARCA

TAVOLA SINOTTICA

L’identità di marca di Tre Marie si manifesta sotto differenti varianti in base al contesto di impiego. Nella tavola vengono presentate tutte le versioni alternative che veicolano l’identità di marca di Tre Marie.

Nello specifico la marca vive:

- 1) **variante principale:** l’illustrazione che costituisce il simbolo è riprodotta in tutti i dettagli;
- 2) **variante per forti riduzioni:** l’illustrazione che ne costituisce il simbolo è semplificata nei tratti;
- 3) **variante sintetica:** riporta il logotipo accompagnato dal descrittore;
- 4) **variante sintetica per forti riduzioni:** le lettere dal tratto essenziale perdono il descrittore.
- 5) **payoff. Versione speciale:** dolci gesti gentili isolato dalla marca si dispiega linearmente.

VARIANTE PRINCIPALE



VARIANTE SINTETICA



VARIANTE PER FORTI RIDUZIONI



VARIANTE SINTETICA PER FORTI RIDUZIONI

TRE MARIE

PAYOFF. VERSIONE SPECIALE

DOLCI GESTI GENTILI

LA MARCA

VERSIONE A COLORI IN POSITIVO

L'identità di marca può essere declinata sia nella versione positiva sia nella versione negativa; su fondi colori scuri. In tavola è rappresentata la versione principale nel colore istituzionale Pantone 4695C su fondo colore Pantone 9184C. Una regola principale prevede che la marca sia sempre rappresentata sul fondo colore istituzionale Pantone 9184C definito per convenzione (color burro), anziché su fondo bianco.

Nelle tavole a seguire sono presenti le regole che ne definiscono le dimensioni minime e massime di utilizzo oltre all'area di rispetto virtuale, all'interno della quale si sconsiglia siano presenti interferenze grafiche, fotografiche o testuali.



LA MARCA

VERSIONE A COLORI IN NEGATIVO

L'identità di marca può fregiarsi anche di una versione negativa per fondi scuri. Si suggerisce di fare particolare attenzione a non utilizzare la versione positiva con la semplice inversione di colore.

Le due versioni, positiva e negativa, differiscono per il trattamento dei tratti di simulazione dell'ombra, affinché il risultato complessivo sia percettivamente uguale.

In tavola è presente l'esempio della versione negativa per fondi colori scuri con l'adozione dei due colori istituzionali; la marca viene proposta nel color burro Pantone 9184C e applicata sul colore istituzionale bistro Pantone 4695C.

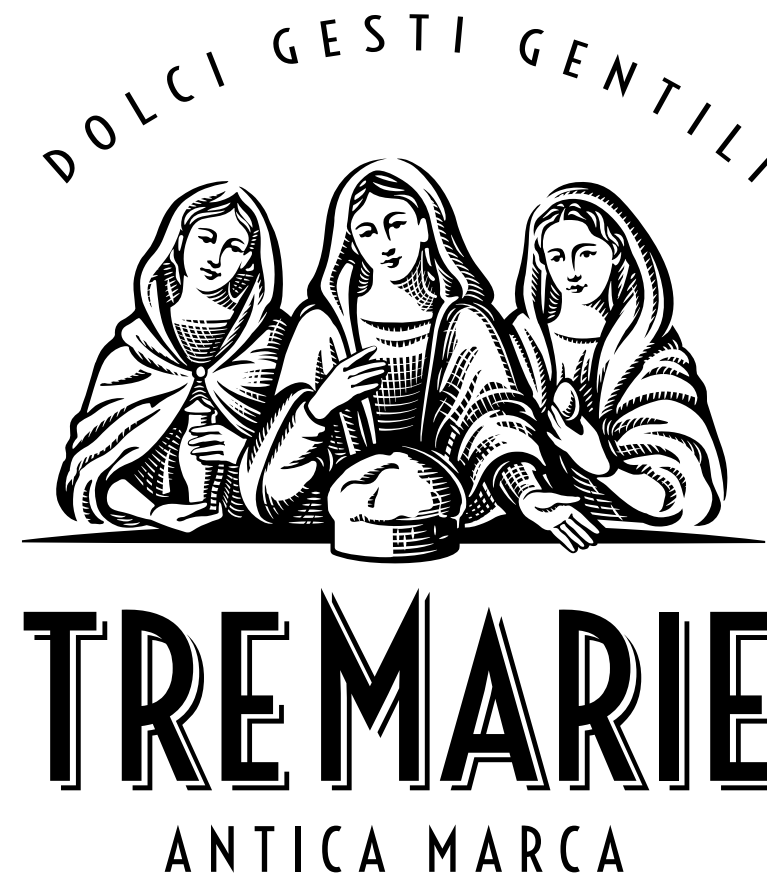


LA MARCA

VERSIONE IN BIANCO E NERO IN POSITIVO

La corretta estensione della marca prevede anche la versione ad un solo colore nero. Questa versione può essere adottata in tutti i casi in cui non sia possibile adottare il colore istituzionale. Le limitazioni possono essere di varia natura, tecnica, progettuale o altro. In tavola è presente la versione positiva per fondi bianchi o chiari.

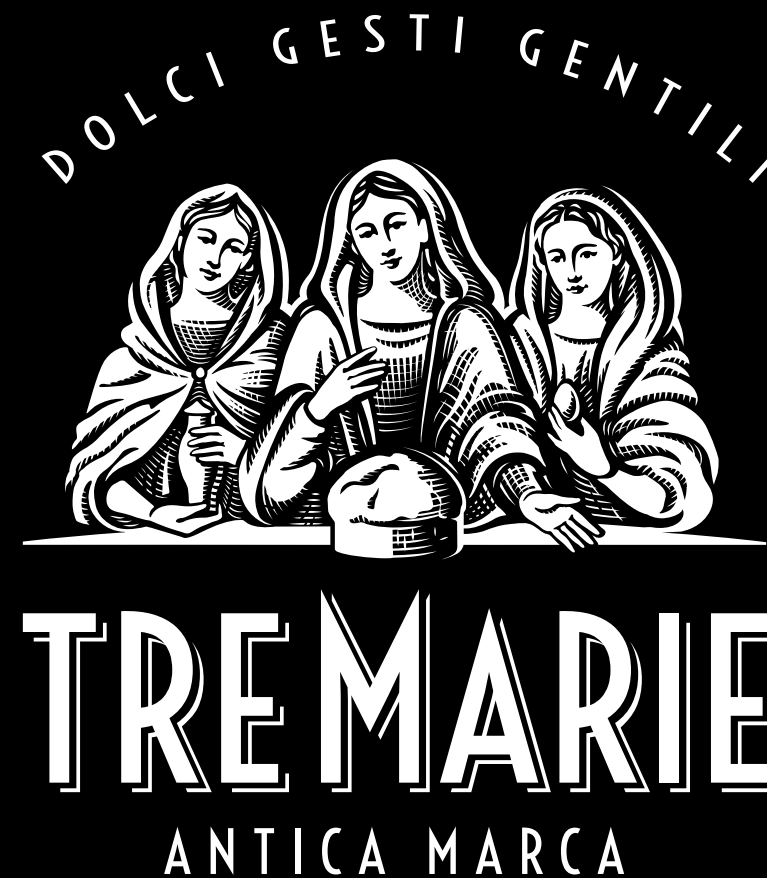
L'utilizzo di questa versione è assolutamente vietata per i fondi neri o scuri per i quali è stata appositamente progettata una versione negativa.



LA MARCA

VERSIONE IN BIANCO E NERO IN NEGATIVO

Così come per la versione a colori in negativo anche in questo caso è possibile far vivere la marca su fondo nero. È prevista una versione appositamente progettata per il negativo. Si suggerisce di fare particolare attenzione a non utilizzare la versione positiva con la semplice inversione di colore.



LA MARCA

AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI MINIME

Al fine di ottenere un buon grado di visibilità della marca, esistono due semplici regole da rispettare: l'area di rispetto e la dimensione minima di utilizzo.

La prima regola prevede un'ulteriore distinzione affinché sia rispettata la corretta valorizzazione della marca in molteplici situazioni. Per questo motivo è stata prevista un'area di rispetto "ideale" per tutti i casi "out of pack", ed una seconda versione estremamente più ridotta per il solo utilizzo "on pack." All'interno dell'area di rispetto, delimitata da un rettangolo virtuale che perimetra il marchio nelle proporzioni espresse in tavola, non deve comparire nessun elemento grafico, fotografico o testuale. Questa regola può essere derogata solo per gli elementi grafici che concorrono a costruire la marca, ad esempio il fregio floreale.

La seconda regola definisce la dimensione minima di utilizzo della versione principale, oltre la quale è sconsigliato riprodurla. Dimensioni inferiori ai 40 mm sono regolamentate nelle tavole a seguire per l'adozione della versione per forti riduzioni.

N.b.: la dimensione minima di utilizzo è stata definita sulla base di ottimali e qualitative tecniche di stampa offset. Per le altre tecniche di stampa meno qualitative si suggerisce di testare tale misura ed eventualmente di mantenere dimensioni maggiori.



Area di rispetto
"out of pack"



Area di rispetto limite
"on pack"



Dimensioni minima
di utilizzo

LA MARCA

VIETATO MODIFICARE

Evitare di commettere errori. Per una corretta riconoscibilità della marca è fondamentale evitare di alterare in qualsiasi modo le versioni ufficiali riportate nelle tavole di queste guidelines. In questa tavola sono riportati solo alcuni esempi dei macro errori in cui si può rischiare di incorrere.

In linea generale possono essere raggruppati in quattro macro aree:

- 1) alterazione del layout con composizioni differenti rispetto alla versione ufficiale;
- 2) eliminazione di alcuni degli elementi che compongono la marca;
- 3) alterazione delle cromie per la creazione di composizioni non previste;
- 4) deformazione degli elementi.



1) Alterazione del layout



2) Eliminazione degli elementi



3) Alterazione delle cromie



4) Deformazione degli elementi

CAPITOLO 2

LA MARCA. VARIANTE PER FORTI RIDUZIONI

2.1 VERSIONE A COLORI IN POSITIVO E NEGATIVO

2.2 VERSIONE IN BIANCO E NERO IN POSITIVO E NEGATIVO

2.3 AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI MASSIME E MINIME

LA MARCA. VARIANTE PER FORTI RIDUZIONI

VERSIONE A COLORI IN POSITIVO E NEGATIVO

Questa sezione è stata appositamente prevista per regolamentare la variante della marca progettata per le forti riduzioni. In tavola è presente la versione positiva a colori e negativa su fondi istituzionali.

Questa variante deve essere adottata in tutti quei casi in cui la dimensione di utilizzo sia vincolata ad un *range* di misure particolarmente ridotte. Nelle tavole a seguire sono definiti i parametri di utilizzo. Questa variante, rispetto a quella principale, prevede una semplificazione del disegno del simbolo affinché sia mantenuta la corretta percezione di marca senza che otticamente si addensino una pienezza inaspettata dei tratti.

La versione positiva e negativa differiscono ulteriormente tra di loro; sia nello spessore dei tratti, che delineano l'ombra simulata attorno al logotipo, sia al trattamento e razionalizzazione del disegno che compone il simbolo.



LA MARCA.
VARIANTE PER FORTI RIDUZIONI

VERSIONE IN BIANCO E NERO IN POSITIVO E NEGATIVO

Così come per la versione principale, anche in questo caso è possibile declinare la variante per forti riduzioni nel colore nero positivo e bianco negativo.

La versione positiva e negativa differiscono ulteriormente tra di loro; sia nello spessore dei tratti che delineano l'ombra simulata attorno al logotipo sia nel trattamento e razionalizzazione del disegno che compone il simbolo.



LA MARCA.

VARIANTE PER FORTI RIDUZIONI

AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI

MASSIME E MINIME

Le due regole principali che governano la corretta applicazione della marca, previste già per la versione principale, trovano la loro naturale applicazione anche per la variante a forti riduzioni. L’area di rispetto differisce sia per gli utilizzi “out of pack” sia per quelli “on Pack”.

Per questa variante è prevista anche una dimensione massima di utilizzo oltre la quale deve essere obbligatoriamente adottata la versione principale. In tavola sono riportate le misure specifiche dei due limiti dimensionali, minimo e massimo.

N.b.: la dimensione minima di utilizzo è stata definita sulla base di ottimali e qualitative tecniche di stampa offset. Per le altre tecniche di stampa meno qualitative si suggerisce di testare tale misura ed eventualmente di mantenere dimensioni maggiori.



CAPITOLO

3

LA MARCA. VARIANTE SINTETICA

3.1 VERSIONE A COLORI IN POSITIVO

3.2 VERSIONE A COLORI IN NEGATIVO

3.3 VERSIONE IN BIANCO E NERO IN POSITIVO

3.4 VERSIONE IN BIANCO E NERO IN NEGATIVO

3.5 AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI MINIME

LA MARCA.
VARIANTE SINTETICA

VERSIONE A COLORI IN POSITIVO

In talune circostanze è possibile utilizzare una versione sintetica della marca priva di alcuni elementi che compongono la versione principale. In questa tavola è rappresentata la versione positiva a colori del logotipo e del descrittore, rispettivamente nel colore istituzionale bistro Pantone 4695C.

Anche per questa versione si predilige la presenza del fondo colore istituzionale definito “color burro” Pantone 9184C.

TRE MARIE
ANTICA MARCA

LA MARCA.
VARIANTE SINTETICA

VERSIONE A COLORI IN NEGATIVO

Così come per le due versioni, principale e per forti riduzioni, anche per la variante sintetica è prevista la versione negativa su sfondo colore scuro.

Si suggerisce di fare particolare attenzione a non utilizzare la versione positiva con la semplice inversione di colore. Le due versioni, positiva e negativa, differiscono per il trattamento dei tratti di simulazione dell'ombra, affinché il risultato complessivo sia percettivamente uguale.

Le cromie di riferimento rimangono sempre quelle del colore burro Pantone 9184C per il logotipo e descrittore, e del bistro Pantone 4695C per il fondo colore.

TRE MARIE
ANTICA MARCA

LA MARCA.
VARIANTE SINTETICA

**VERSIONE IN BIANCO E NERO
IN POSITIVO**

In tavola è riportata la versione sintetica positiva nel colore nero. Questa versione può essere adottata in tutti i casi in cui sia limitato l'utilizzo dei colori in concomitanza con altri elementi grafici o testuali. Anche questa versione è assoggettata alle regole di dimensioni minime ed area di rispetto così come la versione a colori.

TRE MARIE
ANTICA MARCA

LA MARCA.
VARIANTE SINTETICA

**VERSIONE IN BIANCO E NERO
IN NEGATIVO**

Anche per la versione sintetica è prevista una versione appositamente progettata per il negativo. Si suggerisce di fare particolare attenzione a non utilizzare la versione positiva con la semplice inversione di colore. Le due versioni, positiva e negativa, differiscono per il trattamento dei tratti di simulazione dell'ombra, affinché il risultato complessivo sia percettivamente uguale. Questa logica è valida sia per fondi di colore scuro, ad esempio il nero, sia per il fondo nel colore istituzionale bistro Pantone 4695C.

TRE MARIE
ANTICA MARCA

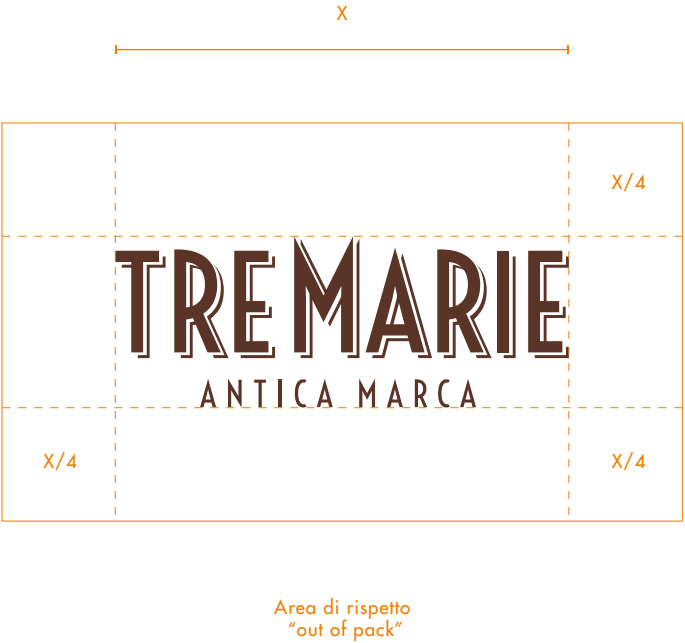
LA MARCA.
VARIANTE SINTETICA

AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI
MINIME

Le due regole che regolamentano la corretta visibilità della marca, già descritte sia per la versione principale che per quella per forti riduzioni, sono valide anche per la variante sintetica. In tavola si possono infatti visualizzare le due aree distinte per materiali “out of pack” e materiali “on pack”. Nel primo caso l’area di rispetto che gravita attorno al logotipo e delimitata da un perimetro virtuale, rappresenta la condizione ideale per evitare che elementi grafici, fotografici o testuali compromettano la buona leggibilità della marca. Il secondo caso, invece, rappresenta la soluzione ideale applicabile “on pack”.

In questo caso specifico sono esclusi da questi vincoli, tutti gli elementi grafici che compongono la marca. Per questa versione non esiste un limite dimensionale di ingrandimento, ma altresì è prevista una dimensione minima di utilizzo sotto la quale è sconsigliato riprodurla per evidenti limiti di leggibilità.

N.b.: la dimensione minima di utilizzo è stata definita sulla base di ottimali e qualitative tecniche di stampa offset. Per le altre tecniche di stampa meno qualitative si suggerisce di testare tale misura ed eventualmente di mantenere dimensioni maggiori.



CAPITOLO 4

LA MARCA. VARIANTE SINTETICA PER FORTI RIDUZIONI

4.1 VERSIONE A COLORI IN POSITIVO E NEGATIVO

4.2 VERSIONE IN BIANCO E NERO IN POSITIVO E NEGATIVO

4.3 AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI MASSIME E MINIME

LA MARCA.
VARIANTE SINTETICA PER FORTI RIDUZIONI

VERSIONE A COLORI IN POSITIVO E NEGATIVO

In un'ottica di limitato spazio applicativo in cui sia comunque necessario far comparire la marca, è prevista una versione sintetica per forti riduzioni. In questo caso vengono elisi tutti gli elementi caratterizzanti la marca, il payoff, il simbolo, il descrittore, per dare rilevanza al solo logotipo.

A sua volta il logotipo, viene riprodotto senza quella caratterizzazione di tridimensionalità data dall'ombra delle lettere, ciò per permettere una buona leggibilità anche a piccole dimensioni.

Anche per la versione sintetica per forti riduzioni è prevista l'applicazione sul colore burro Pantone 9184C ed il colore bistro Pantone 4695C.

TRE MARIE

TRE MARIE

TRE MARIE

TRE MARIE

LA MARCA.
VARIANTE SINTETICA PER FORTI RIDUZIONI

**VERSIONE IN BIANCO E NERO
IN POSITIVO E NEGATIVO**

Nulla di invariato nelle logiche di declinazione bianco e nero, anche per la variante sintetica per forti riduzioni. Il logotipo Tre Marie può essere declinato in nero per fondi chiari e in bianco su fondi scuri o neri. Non è prevista una versione dedicata per il negativo se non la semplice inversione dei colori, da nero a bianco.

TRE MARIE

TRE MARIE

TRE MARIE

TRE MARIE

LA MARCA.
VARIANTE SINTETICA PER FORTI RIDUZIONI

**AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI
MASSIME MINIME**

La variante sintetica per forti riduzioni si spinge a limiti dimensionali veramente molto importanti. Questa soluzione rappresenta il caso limite in cui è possibile riprodurre la marca. Il limite minimo di riproducibilità, per permettere una buona leggibilità, è stato definito in 8 mm di sviluppo orizzontale.

In questo caso è possibile definire una dimensione massima di utilizzo oltre la quale è consigliabile adottare la versione sintetica.

Anche per questa variante è prevista un'area di rispetto virtuale affinché ne sia rispettata la buona leggibilità; aspetto non trascurabile a queste dimensioni.

N.b.: la dimensione minima di utilizzo è stata definita sulla base di ottimali e qualitative tecniche di stampa offset. Per le altre tecniche di stampa meno qualitative si suggerisce di testare tale misura ed eventualmente di mantenere dimensioni maggiori.



Dimensione massima



Dimensione minima



Area di rispetto

CAPITOLO 5

PAYOFF. VERSIONE SPECIALE

5.1 VERSIONE A COLORI IN POSITIVO E NEGATIVO

5.2 VERSIONE IN BIANCO E NERO IN POSITIVO E NEGATIVO

5.3 AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI MASSIME E MINIME

PAYOFF.
VERSIONE SPECIALE

**VERSIONE A COLORI IN POSITIVO
E NEGATIVO**

Il payoff della marca può essere utilizzato da solo, purché nel contesto generale siano comunque presenti anche gli altri elementi.

In questo caso è rappresentata in tavola la versione speciale del payoff in versione orizzontale anziché circolare così come presente nella composizione completa della marca. Nulla di invariato rispetto alle possibili declinazioni cromatiche; positiva bistro su colore burro e negativa su colore bistro.

DOLCI GESTI GENTILI

DOLCI GESTI GENTILI

PAYOFF.
VERSIONE SPECIALE

**VERSIONE IN BIANCO E NERO
IN POSITIVO E NEGATIVO**

Le versioni positiva e negativa nei colori bianco e nero, rispettano le stesse logiche di declinazione delle altre varianti della marca; nulla di variato.

DOLCI GESTI GENTILI

DOLCI GESTI GENTILI

PAYOFF.
VERSIONE SPECIALE

AREA DI RISPETTO E DIMENSIONI
MASSIME MINIME

La versione speciale del Payoff posta in orizzontale è soggetta anch’essa alle regole di aree di rispetto “out of pack” e “on pack” così come gli altri elementi della marca. Di particolare attenzione la dimensione minima di utilizzo sotto la quale si sconsiglia di riprodurre il payoff per non inficiare la buona leggibilità. Anche in questo caso non è prevista una dimensione massima di utilizzo.

N.b.: la dimensione minima di utilizzo è stata definita sulla base di ottimali e qualitative tecniche di stampa offset. Per le altre tecniche di stampa meno qualitative si suggerisce di testare tale misura ed eventualmente di mantenere dimensioni maggiori.



Area di rispetto “out of pack”



Area di rispetto limite
“on pack”



Dimensioni minima
di utilizzo

CAPITOLO

6

GLI ELEMENTI BASE DELLA MARCA

6.1 COLORI

6.2 CARATTERE TIPOGRAFICO

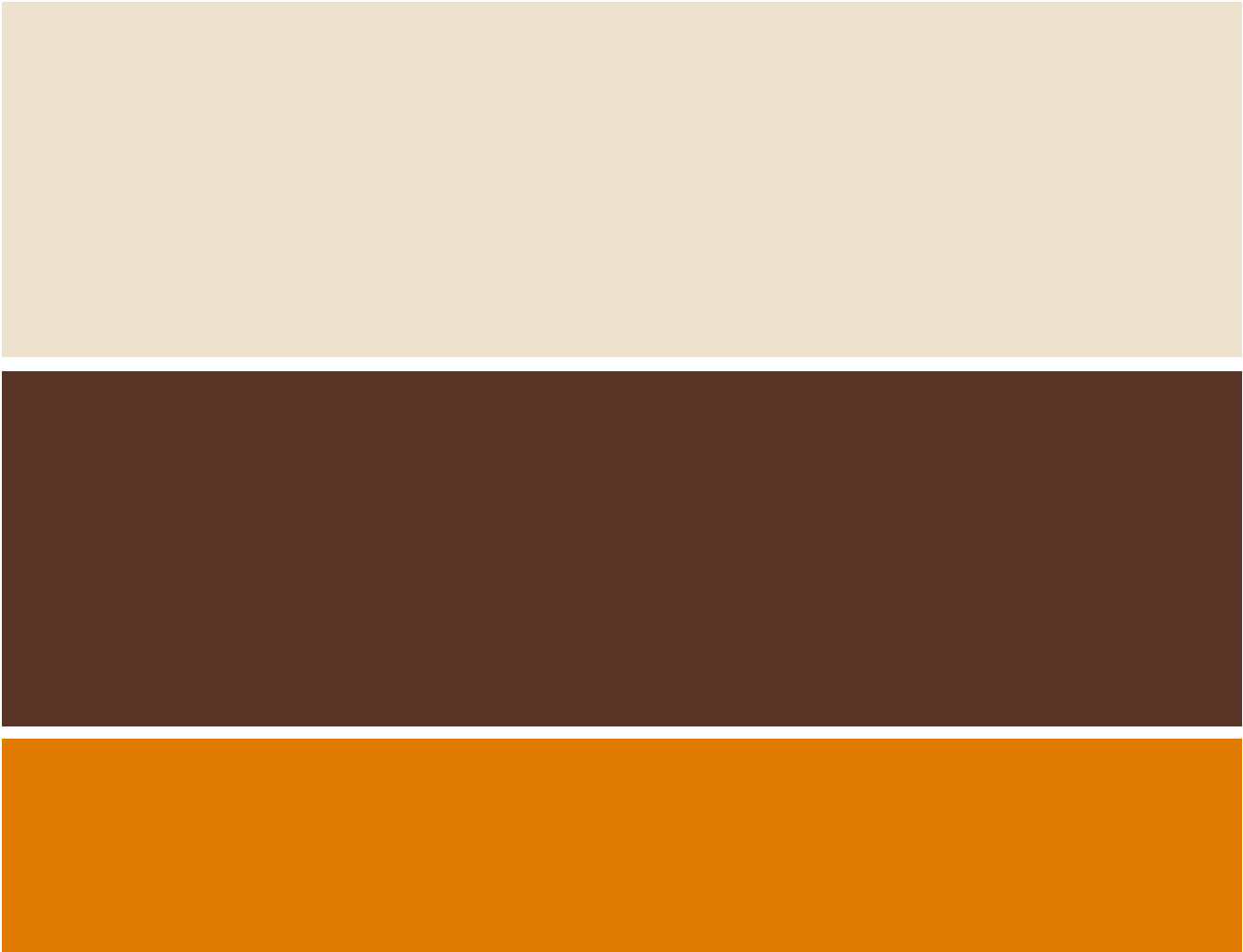
GLI ELEMENTI BASE DELLA MARCA

COLORI

Tra gli elementi base che caratterizzano la marca i colori ne rappresentano un pilastro fondamentale. Per questo motivo in tavola sono regolamentati i tre colori principali con la conversione cromatica ufficiale fornita dalla Pantone.

Per tutti i riferimenti stampa si suggerisce di privilegiare la codifica Pantone rispetto alla quadricromia. Per tutti gli utilizzi digitali devono essere adottati i riferimenti RGB ed i riferimenti esadecimali HEX per il web. La codifica RAL è indicata per l'utilizzo di pigmenti colore differenti dalla stampa tradizionale, mentre la codifica NCS (natural color system) è indicata per tutti i casi di verniciatura murale o di allestimenti fieristici.

N.b. Il colore burro Pantone 9184C, essendo un colore pastello, non ha una codifica ufficiale di quadricromia (CMYK) fornita dalla Panone. Per tale motivo la quadricromia indicata è la risultanza di prove cromaline generate da una fotolito e certificate Fogra 39.



BURRO
PANTONE 9184 C
CMYK [\(in attesa di definizione\)](#)
RGB 239 228 206
HEX EFE4CE
RAL 1013
NCS S0907 - Y60R

BISTRO
PANTONE 4695 C
CMYK 19, 75, 79, 66
RGB 99 63 46
HEX 633F2E
RAL 8016
NCS S7020 - Y60R

ARANCIONE
PANTONE 138 C
CMYK 0, 54, 100, 0
RGB 224 121 7
HEX E07907
RAL 2000
NCS S1080 - Y30R

GLI ELEMENTI BASE DELLA MARCA

CARATTERE TIPOGRAFICO

L'identità di marca passa anche attraverso l'adozione di una font tipografica specifica.

Nel caso di Tre Marie, la font dedicata è il Voltaire Regular. In tavola è riportato lo sviluppo dell'alfabeto a titolo esemplificativo oltre che i caratteri numerici. Questa font può essere adottata per la realizzazione della Brand Visual Identity; ma è sconsigliata per la costruzione dei testi informativi presenti sul pack.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

CAPITOLO

7

LE COMBINAZIONI DELLA MARCA CON I LOGOTIPI DI GRUPPO

7.1 GALBUSERA

7.2 SAMMONTANA

LE COMBINAZIONI DELLA MARCA CON I LOGOTIPI DI GRUPPO

GALBUSERA

La marca Tre Marie, in applicazioni specifiche, può comparire accanto al marchio di appartenenza della capogruppo Galbusera per i prodotti da forno. In questo caso esiste una combinazione ben definita e regolamentata in tavola che prevede il corretto equilibrio tra i marchi. Questa combinazione rimane comunque vincolata a tutti i limiti di riproducibilità già regolamentati nelle tavole precedenti. Ciò impone un'attenta conoscenza delle dimensioni minime e massime di utilizzo, dei colori istituzionali e delle versioni positive e negative di entrambi i marchi.



LE COMBINAZIONI DELLA MARCA CON I LOGOTIPI DI GRUPPO

SAMMONTANA

La marca Tre Marie, in applicazioni specifiche, può comparire accanto al marchio di appartenenza della capogruppo Sammontana Italia per i prodotti da frigo. In questo caso esiste una combinazione ben definita e regolamentata in tavola che prevede il corretto equilibrio tra i marchi. In tavola è rappresentata la combinazione del marchio Sammontana Italia con i propri marchi di prodotto. Questa combinazione rimane comunque vincolata a tutti i limiti di riproducibilità già regolamentati nelle tavole precedenti. Ciò impone un'attenta conoscenza delle dimensioni minime e massime di utilizzo, dei colori istituzionali e delle versioni positive e negative di tutti i marchi che compongono questa combinazione.



SAMMONTANA ITALIA



CAPITOLO

8

GLI ELEMENTI GRAFICI CHE ACCOMPAGNANO LA MARCA

8.1 FREGIO FLOREALE

8.2 ESEMPI DI USO DEL FREGIO FLOREALE

GLI ELEMENTI GRAFICI CHE ACCOMPAGNANO LA MARCA

FREGIO FLOREALE

Esistono alcuni elementi grafici che concorrono a costruire l'identità di marca, tra questi la presenza del "fregio floreale" che può accompagnare i packaging di prodotto. In questa tavola è riprodotta la versione "nativa" originale da cui è possibile scomporre e utilizzare i singoli elementi per modularli a seconda delle necessità progettuali.

Se è consentito scomporre il fregio, non è invece permesso deformare i singoli elementi o riprodurli attraverso altre tecniche illustrative.



GLI ELEMENTI GRAFICI
CHE ACCOMPAGNANO LA MARCA

ESEMPI DI USO DEL FREGIO FLOREALE

Come premesso nella tavola precedente, il fregio può essere declinato anche in diverse cromie a seconda delle referenze di linea dei singoli prodotti. Qui accanto, in tavola, è possibile prendere visione della “overview” sulle possibili declinazioni presenti “on pack”.



Cornetti



Frollini



Wafer

CAPITOLO 9

ALCUNI ESEMPI DI USO DELLA MARCA

9.1 APPLICAZIONI COMUNICAZIONE OUT OF PACK

9.2 APPLICAZIONI ON PACK

ALCUNI ESEMPI DI USO DELLA MARCA

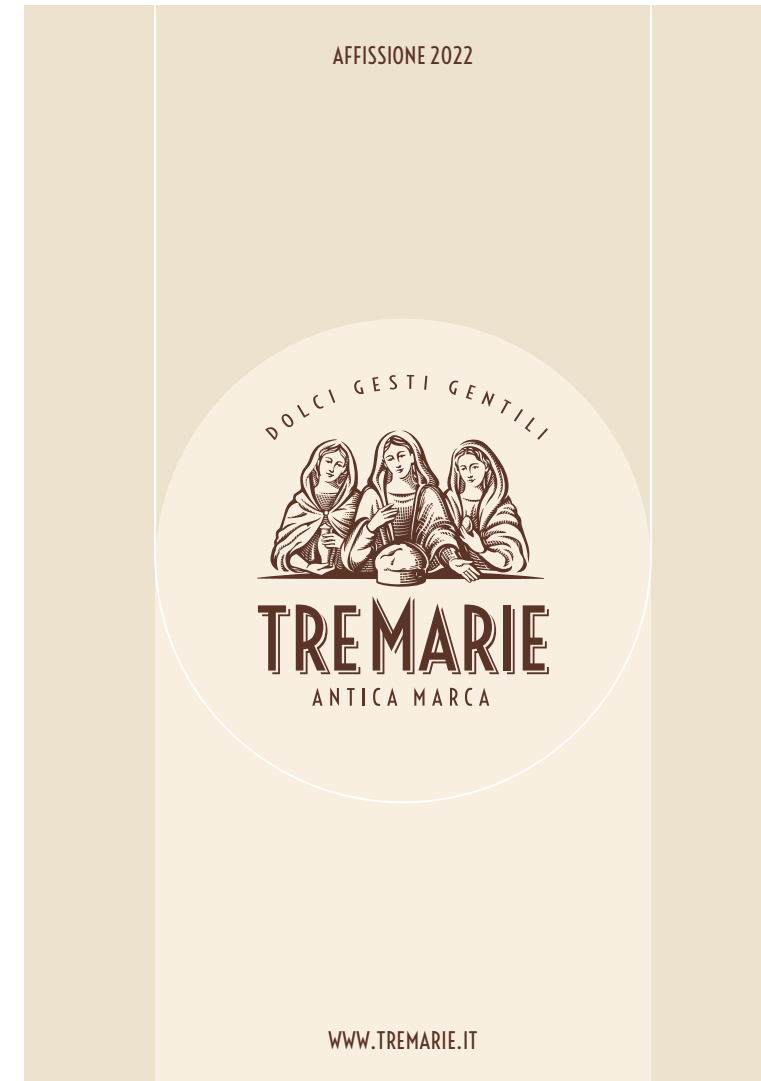
APPLICAZIONI COMUNICAZIONE OUT OF PACK

In una corretta estensione di *Brand Visual Identity* (BVI) possono essere molteplici gli esempi di presenza della marca nelle applicazioni “out of pack”. Il marchio di prodotto può essere declinato su molti materiali anche se non propriamente di carattere “istituzionale” come invece accade per un’azienda societaria.

In tavola sono presenti solo alcune applicazioni esemplificative che rappresentano un potenziale applicativo di BVI. Dalla copertina di un ipotetico catalogo prodotti all’affissione su grandi formati, l’utilizzo della marca può trovare la sua giusta valorizzazione applicativa.



Catalogo prodotti



Affissione



Distributore tovaglioli di carta

ALCUNI ESEMPI DI USO DELLA MARCA

APPLICAZIONI ON PACK

In tavola sono stati posti ad esempio i capostipiti delle linee di prodotto affinché si possa comprendere pienamente quanto le regole enunciate nelle tavole dei capitoli precedenti siano state applicate correttamente. In tutti gli esempi qui accanto si evince quanto la marca mantenga sempre il giusto rispetto dimensionale e la corretta area di rispetto in stretta correlazione con il fregio floreale.

Possono essere le future declinazioni delle linee di prodotto, purché siano sempre rispettate quelle poche regole di utilizzo della marca presenti in questo manuale d’uso.



LINEE GUIDA DELLA MARCA TRE MARIE

Dicembre 2022