

**DESTINATION
VERONA GARDA**

BRAND GUIDELINES

Corporate Office

Corso Porta Nuova, 96 - 37122 Verona - Italy

Online

destinationveronagarda.it

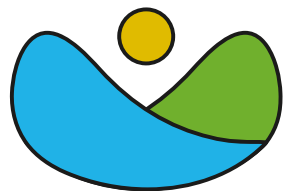
Email

info@visitveronagarda.it

Phone

+39 045 8531603





**DESTINATION
VERONA GARDA**

Questo manuale fornisce le direttive dettagliate per l'impiego degli elementi visivi associati al nostro marchio attraverso diversi canali di comunicazione: dai materiali aziendali e fieristici, fino alle immagini destinate ai nostri social media.

Adottando queste linee guida, garantiamo che il nostro marchio si distingua in modo coerente e identificabile in ogni contesto comunicativo, preservando un'identità visiva univoca e uniforme

SEGUI QUESTE REGOLE!

Index

Noi Siamo DVG

Azienda e Valori ————— 01

Regole del Logo

Logo concept ————— 02

Area di rispetto ————— 03

Dimensioni in scala ————— 04

Utilizzo errato ————— 05

Palette colori ————— 06

Scala di grigio / Bianco Nero ————— 07

Fondini colorati ————— 08

Tipografia ————— 09

Applicazioni del Logo

Carta intestata ————— 10

Logo su foto e stile fotografico ————— 11

Utilizzo errato ————— 12



Destination Verona & Garda Foundation è lo strumento operativo delle due Organizzazioni di Gestione della Destinazione presenti sul territorio veronese – DMO Verona e DMO Lago di Garda - e rappresenta la prima esperienza veneta con la quale viene data piena e completa attuazione alle previsioni del testo unico in ambito turistico (legge regionale 11/2013) sul tema delle destinazioni e delle Organizzazioni di Gestione.

LAGO DI GARDA



VERONA

01

La Fondazione si propone di promuovere lo sviluppo del turismo nell'ambito della provincia di Verona e di valorizzare l'immagine delle 2 destinazioni "Lago di Garda", "Città di Verona" e dei 4 marchi di area della provincia scaligera "Lessinia", "Pianura dei Dogi", "Soave-Est Veronese", "Valpolicella", anche in relazione alle progettualità specifiche dei singoli territori. La Fondazione si propone altresì di divenire hub innovativo di riferimento del territorio in materia turistica. È socio fondatore della Fondazione la Camera di Commercio di Verona; sono soci circa una settantina di comuni.

LOGO CONCEPT

02

Questo logo vuole rappresentare visivamente i territori di Verona e Garda, enfatizzando le zone di lavoro dell'Azienda. Le dolci colline si uniscono alle acque azzurre del lago per dare vita al simbolo dell'infinito.

Il pittogramma è l'unione delle colline di Verona e le acque del Lago di Garda, che unite tra loro, creano il simbolo dell'infinito. Territori baciati dal sole, il cerchio giallo può anche essere interpretato come la testa di un uomo con le braccia aperte, pronto a vivere nuove sfide lavorative promuovendo lo spirito dinamico e audace di Destination Verona Garda. Destination Verona Garda è scritto con un font bastoni per dare carattere e importanza al nome.



Questa è la versione istituzionale, da utilizzare in tutte le circostanze di applicazione per assicurare coerenza e riconoscibilità al marchio.

03

AREA DI RISPETTO



È fondamentale preservare un'area di rispetto intorno al nostro marchio, definita dalla dimensione del pittogramma del logo, come illustrato nello schema sopra.

Questa zona di rispetto rappresenta lo spazio minimo da lasciare libero anche quando il logo è accostato ad altre icone, forme, testi o elementi grafici.

DIMENSIONI IN SCALA



0,7 cm



Tutti gli elementi del marchio sono inscindibili e non possono essere utilizzati separatamente. Il logo deve sempre essere ridotto o ingrandito in modo proporzionale.

PER ASSICURARE UNA LEGGIBILITÀ OTTIMALE, IL LOGO NON DEVE ESSERE RIDOTTO A UN'ALTEZZA INFERIORE A 0,7 CM.

Questa dimensione minima deve essere rispettata in tutte le applicazioni del logo, sia su materiali di stampa che digitali. Il mancato rispetto di questa regola compromette la leggibilità del logo e ne impedisce un utilizzo corretto.

Tutti gli elementi del marchio sono fissi e immodificabili. È assolutamente vietato riprodurre il marchio alterandone i colori, le forme, le proporzioni e la composizione.

A titolo esemplificativo e non esaustivo, sono riportati alcuni dei più comuni errori da evitare.



06

CMYK
60 0 98 0

RGB
139 182 63

PANTONE
P 154-8 C

WEB #
8bb63f

VERDE

CMYK
12 19 100 1

RGB
218 191 22

PANTONE
P 7-16 C

WEB #
dabf16

GIALLO

CMYK
70 3 0 0

RGB
103 181 233

PANTONE
P 115-6 C

WEB #
67b5e9

AZZURRO

PALETTE COLORI

Il colore è una componente cruciale per la personalità e la riconoscibilità del nostro marchio. In base al contesto d'uso, il marchio deve essere riprodotto secondo le seguenti specifiche:

- Per la stampa in colori speciali, è obbligatorio utilizzare la versione del marchio nei colori **PANTONE®**.
- Quando si richiede una stampa in quadricromia, utilizzare la versione del marchio in quadricromia **CMYK**.
- Per tutte le applicazioni destinate alla comunicazione sul web e video, il marchio deve essere riprodotto nei colori **RGB** e **WEB #**.

SCALA DI GRIGIO / BIANCO NERO



Queste varianti del logo sono previste per situazioni in cui l'utilizzo del colore non è possibile: logo bianco su sfondo nero, oppure grigio o nero su sfondo bianco.



Queste opzioni assicurano la coerenza dell'identità del marchio su vari supporti e soddisfano specifici requisiti di stampa.

FONDINI COLORATI

Rispettare le regole di utilizzo del logo anche nella sua applicazione in diversi fondini colorati, ne garantisce la corretta lettura e riconoscibilità.

Di seguito vengono elencate due semplici regole:

- Nelle applicazioni su sfondi di colore chiaro, il marchio adotta i suoi colori istituzionali, con il nome di colore nero e il monogramma di colore azzurro, verde e giallo con i bordi neri.
- In contrasto, quando il logo è posizionato su sfondi di colore scuro, viene utilizzata una versione con il nome di colore e il monogramma di colore azzurro, verde e giallo con i bordi bianchi.

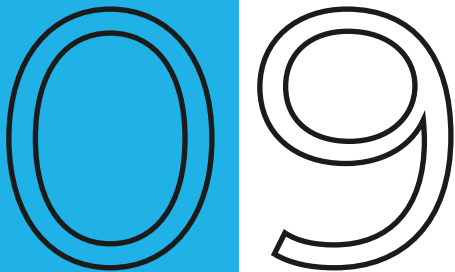
08



**DESTINATION
VERONA GARDA**



**DESTINATION
VERONA GARDA**



Primo Font

Montserrat

Questo font viene utilizzato in tutti i documenti ufficiali e nel web.

La tipografia del logo prevede l'utilizzo della famiglia di font Montserrat nelle sue declinazioni:

Light - Regular - **Bold**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%^&*()_+

Aa Bb

Il carattere tipografico è la nostra voce visiva: un insieme di più simboli (lettere dell'alfabeto, segni di punteggiatura, numeri) che rendono più efficace tutta la comunicazione istituzionale, affiancando una parte testuale distintiva al design del logo.

Secondo Font

DIN Condensed Bold

Questo font viene utilizzato in alcuni documenti ufficiali e nel web per scrivere i titoli dei capitoli.

La tipografia del logo prevede l'utilizzo della famiglia di font Montserrat nelle sue declinazioni:

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789!@#\$%^&*()_+

Aa Bb

CARTA INTESTATA

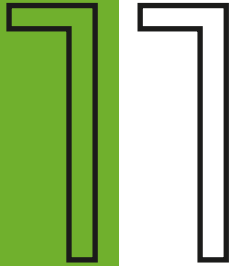
10

La nostra carta intestata include il biglietto da visita, il blocco notes, la busta da lettere standard e la busta da lettere in formato A4.

Servono per consolidare e promuovere l'immagine aziendale in modo coordinato.



LOGO SU FOTO ESTILE FOTOGRAFICO



Il corretto utilizzo del logo su sfondo fotografico prevede il posizionamento su aree di colore neutro e uniforme, dove risulti chiaramente leggibile. Se la foto non lo permette, utilizzare una fascetta bianca in basso a sinistra come da esempio.

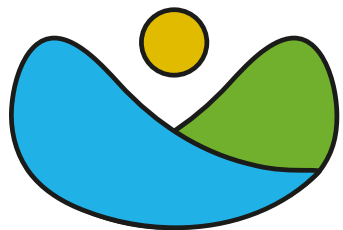
Lo stile fotografico è altamente professionale e ben riconoscibile. Colori vivaci e accesi rappresentano la personalità delle nostre immagini fotografiche e raccontano del nostro territorio e delle attività turistiche.

12



UTILIZZO ERRATO

Il logo non deve essere utilizzato su sfondi fotografici non uniformi o con colori troppo vivaci che ne impediscano la corretta leggibilità.



**DESTINATION
VERONA GARDA**



**GRAZIE PER
L'ATTENZIONE**