

Style Guide

**SPECIFICHE TECNICHE PER L'UTILIZZO DEL MARCHIO
E DEI LOGHI**



INTRODUZIONE

La brand identity pensata per EIQ - Enoturismo Italiano Qualificato riflette la volontà di creare un'immagine moderna e vitale che affondasse le sue radici nell'eleganza del passato. Una brand identity che parla di una chiarezza che non rinuncia all'ornato, di contrasti che dialogano tra loro grazie a curve, colori e dettagli.

Uno spirito poliedrico, che riflette l'audacia, l'elegante disinvoltura e le mille sfaccettature di fare accoglienza del vino in Italia.

IL NOSTRO MARCHIO

VARIANTE PRINCIPALE



C 0
M 61
Y 61
K 2
—
R 251
G 96
B 96
—
FB6060

Colore utilizzabile per elementi
in evidenza e per le declinazioni
di area



C 0
M 0
Y 0
K 87
—
R 34
G 34
B 34
—
222222

Colore utilizzabile per titoli e
testi correnti

IL NOSTRO MARCHIO

VARIANTI SECONDARIE IN BIANCO E GRIGIO SCURO SU FONDI COLORE



C 0
M 0
Y 0
K 0
—
R 255
G 255
B 255
—
FFFFFFFF



C 0
M 0
Y 0
K 87
—
R 34
G 34
B 34
—
222222

La scelta della versione del marchio da utilizzare deve essere dettata dalla leggibilità del marchio nella sua variante principale. Qualora la versione principale del marchio non sia adeguatamente leggibile a causa delle caratteristiche del fondo su cui dovrà essere apposto (HSL, ovvero colore/tono, saturazione, luminosità), si opterà per la versione in bianco e grigio scuro più opportuna tra le due previste

TIPOGRAFIA

A a

PLAYFAIR DISPLAY BLACK

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
 OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZzÅ
 åÆæÇçÉéØøÑñÜüŽž1234567890‘¿?’
 “!”- - -(&)[*]{@}€£¥\$¢:;,.,<>+÷×=

A a

MONTSERRAT MEDIUM 500

AaBbCcDdEeFfGgHhIiJjKkLlMmNn
 OoPpQqRrSsTtUuVvWwXxYyZzÅ
 åÆæÇçÉéØøÑñÜüŽž1234567890‘¿?’
 ?’“!”- - -(&)[*]{@}€£¥\$¢:;,.,<>+÷×=

USI SCORRETTI

Non sono permessi utilizzi e manipolazioni del marchio EIQ - Enoturismo Italiano Qualificato al di fuori di quanto indicato in questo documento. Nello specifico è vietato deformare, modificare, distorcere, spostare, sostituire elementi o parti del marchio come sono altresì vietati il cambio di colore, la sostituzione della tipografia che costituisce il marchio o l'uso di effetti che ne alterino la forma. Di seguito vengono riportati a titolo esemplificativo e non esaustivo le azioni non ammesse per un utilizzo corretto del marchio:

- Non usare il marchio nella sua variante principale su fondi che diminuiscano la leggibilità dei suoi elementi costitutivi.
- Non modificare i colori del logotipo.
- Non alterare i colori del marchio.
- Non applicare ombreggiature o effetti tridimensionali.
- Non alterare le proporzioni prestabilite fra gli elementi costitutivi del marchio.
- Non utilizzare in maniera parziale gli elementi costitutivi del marchio.
- Non tagliare il marchio.
- Non cambiare l'orientamento del marchio.

DIMENSIONI MINIME E AREA DI RISPETTO



NB: Per utilizzi in dimensioni minime è consigliabile verificare la leggibilità del testo ENOTURISMO ITALIANO QUALIFICATO



L'area di rispetto è la porzione di spazio situata in prossimità del marchio che non può essere occupata da testi, da immagini o da altri elementi grafici. Questo concorre a garantire la leggibilità del marchio in tutte le diverse applicazioni



WWW.ENOTURISMOITALIANOQUALIFICATO.COM

CONTATTI

RESPONSABILE DI PROGETTO

SILVIA FURGHIERI

FURGHIERI@ENOTURISMOITALIANOQUALIFICATO.COM