

MANUALE OPERATIVO



Filippi Giovanni

1. FASE DI PROGETTAZIONE	
1.1 Scansione dell'immagine	3
1.2 Descrizione: come nasce	3
2. IL LOGO	
2.1 Versione Istituzionale	4
2.2 Scomposizione dei colori	4
2.3 Font	5
3. MISURE PERCETTIVE DEL LOGO	
3.1 Grande	6
3.2 Medio	6
3.3 Piccolo	6
4. VERSIONE POSITIVA E NEGATIVA	
4.1 Nero su Bianco & Bianco su Nero	7
4.2 Scala di Grigio	8
5. AREA DI RISPETTO	
5.1 Definizione	9
6. PROVA COLORE	
6.1 Colori alternativamente consentiti	10
7. USO IMPROPRIO DEL LOGO	
7.1 Divieti	11
8. PACCHETTO COMUNICAZIONE	
8.1 Modulistica	12
9. GADGET	
9.1 Esempi di applicazione	13

1.1 Scansione dell'immagine



1.2 Descrizione: come nasce

Il logo nasce con l'obiettivo di promuovere ed identificare, nei suoi aspetti peculiari di unicità e particolarità, l'avvenimento musicale di genere rock denominato HARD RAIN, tenuto annualmente in tutto il territorio nazionale.

La forte rappresentatività degli elementi che compongono il logo svolgono un ruolo essenzialmente comunicativo e come tale versatile e declinabile per la realizzazione di eventi, forum e marketing tesi allo sviluppo della manifestazione sotto il profilo culturale e turistico.

Il brand si propone, inoltre, di assegnare un conferimento di qualità e garanzia ai prodotti che ricadono sotto la sua egida.

Questo Manuale elenca le caratteristiche, le modalità di applicazione e di realizzazione della versione istituzionale del logo della manifestazione HARD RAIN, da utilizzare su materiali di comunicazione e pubblicitari anche in presenza di altri marchi.

I soggetti autorizzati all'utilizzo del brand dovranno attenersi e rispettare scrupolosamente le norme contenute nel presente Manuale.

2.1 *Versione istituzionale*



2.2 *Scomposizione dei colori*

I colori istituzionali sono quelli elencati. Si forniscono i valori per il video (RGB), per la stampa in quadricromia (CMYK) e per il web (HTML).



AF1B1D

C	21%	R	175
M	99%	G	27
Y	95%	B	29
K	14%		



000000

C	21%	R	0
M	99%	G	0
Y	95%	B	0
K	14%		

2.3 Font

Il font istituzionale usato per la realizzazione del logo è il **XXII STRAIGHT-ARMY**, della famiglia-font "XXII ARMY", creata da LECTER JOHNSON nel 2007.
Versione 1.0.

XXII STRAIGHT-ARMY

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNPOQRSTUVWXYZ

1234567890 (...) /,;:&!?

3. MISURE PERCETTIVE DEL LOGO

3.1 Grande



3.2 Medio



3.3 Piccolo



4. VERSIONE POSITIVA E NEGATIVA

4.1 Nero su Bianco & Bianco su Nero

La versione monocromatica positiva o negativa del logo in bianco e nero non prevede l'uso di tonalità ottenute attraverso retinature.

I colori consentiti sono il nero per la versione positiva ed il bianco per la versione negativa.



C	M	Y	K	R	G	B	H	T	M	L
0%	0%	0%	100%	0	0	0				000000

4. VERSIONE POSITIVA E NEGATIVA

4.2 Scala di Grigio

Quando non sarà possibile la riproduzione a colori del logo si potrà ricorrere, in alternativa, a questa versione in scala di grigio.



C	M	Y	K	R	G	B	H	T	M	L
46%	36%	36%	16%	138	138	138	8A8A8A			



5.1 Definizione

In qualsiasi dimensione si utilizzi il logo, nel caso sia affiancato da altri marchi o da testo, sia orizzontalmente che verticalmente, al fine di garantire la leggibilità è necessario ed indispensabile mantenere una distanza minima definita come “area di rispetto”.

La distanza minima tra i lati e gli altri elementi grafici non dovrà essere inferiore a 2 cm.



6.1 Colori alternativamente consentiti

Gli altri colori proposti sono stati scelti tenendo sempre in considerazione l'immagine che il brand vuole dare di se.

Sono state adottate, pertanto, tonalità che richiamano l'aspetto creativo, vera essenza della musica, ma che siano anche in grado di identificarsi, e quindi rivolgersi ad un vasto genere di pubblico da ricercarsi in più fasce di età possibile.

7. USO IMPROPRIO DEL LOGO



7.1 Divieti

Non è consentito alterare le relazioni tra gli elementi che costituiscono il logo, né modificare i colori ed impostare allineamenti diversi da quelli definiti.

Il logotipo, ovvero la parte leggibile e pronunciabile del brand, deve conservare sempre una perfetta leggibilità ed il pittogramma, identificabile nella parte simbolica, deve conservare sempre una perfetta visibilità.

8. PACCHETTO COMUNICAZIONE

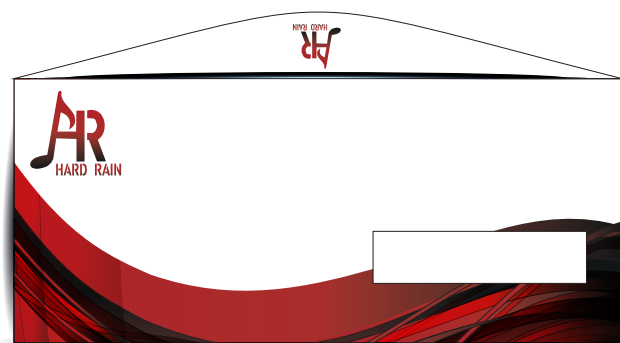
8.1 Modulistica

Si fornisce un set di modulistica recante il logo della manifestazione.

carta intestata formato A4, carta da 100 gr



Formato 8,5 x 5,5 cm
in cartoncino da 300 gr
stampato fronte e retro



Busta formato Legale

9.1 Esempi di applicazione

È possibile utilizzare il marchio su materiali vari quali abbigliamento, shopper, supporti digitali, ecc., a scopo promozionale e pubblicitario, in accordo con gli obiettivi della sua creazione.

Ecco alcuni esempi di possibile utilizzo del marchio:



T-Shirt UOMO

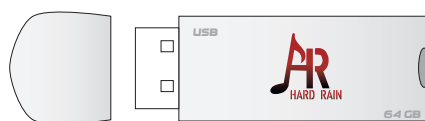


T-Shirt DONNA



Shopper

Pen Drive USB 64gb



Music Gadgets





AR

HARD RAIN

Realizzazione e Stampa a cura di FILIPPI Giovanni
Contatto: filippigiovannirieti@libero.it
Versione del manuale 1.0
Finito di stampare il 16/11/2013
Adobe Illustrator CS6