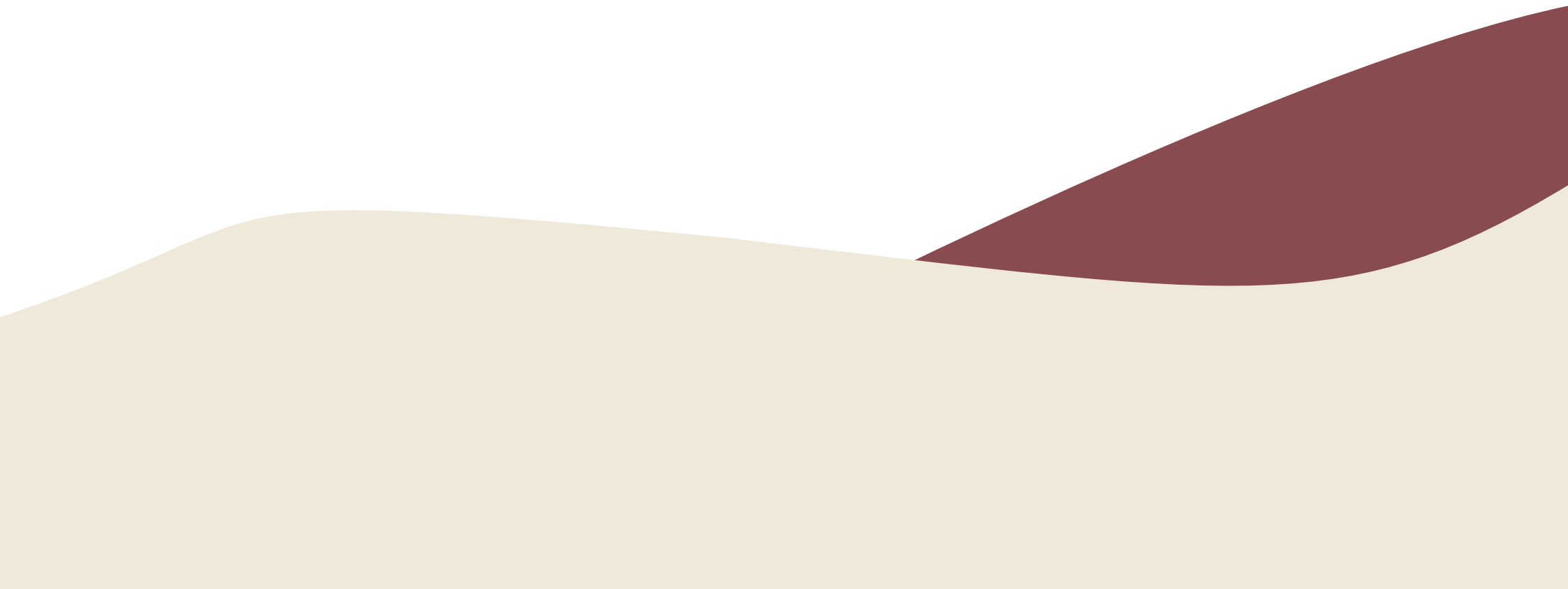




MANUALE OPERATIVO

CASA VINICOLA VINOPOLIS



SOMMARIO

<u>01</u>	Presentazione	4
<u>02</u>	Genesi: Bozza	6
<u>03</u>	Il logo: Palette Colori Lettering Visualizzazione positivo e negativo Scala di grigi Alternative colori Possibili riduzioni Area di rispetto ingombro Alterazioni non consentite	8 10 12 16 16 18 20 22 24
<u>04</u>	Modulistica: Biglietto da visita Carta intesta	26 27 28
<u>05</u>	Possibili utilizzi	30

01

PRESENTAZIONE





CONCEPT AZIENDA

La Casa Vinicola “Vinopolis” vanta oltre cinquant’anni di storia ed eccellenza nella valorizzazione della viticoltura regionale, distinguendosi per un ambizioso percorso di rilancio fondato sul rinnovamento tecnologico, su nuove risorse umane e su una visione orientata ai mercati internazionali. Guidata dalla costante ricerca della qualità per soddisfare i consumatori più esigenti in Italia e all’estero, l’azienda unisce l’autenticità della tradizione a un’identità aziendale moderna e dinamica.

Questa filosofia trova la sua massima espressione visiva del brand, dove la fluidità e la purezza del segno grafico si fondono con un’estetica elegante e contemporanea, dando vita a un’immagine che celebra la storia enologica guardando con ambizione al futuro.

02

GENESI:
BOZZA



PROCESSO CREATIVO E BOZZETTI

La fase di genesi e sviluppo del marchio è partita da un'attenta analisi del settore enologico e dai valori di tradizione ed eleganza.

La tavola raccoglie i bozzetti preliminari e le prime prove a mano libera e digitali. Attraverso questo percorso di esplorazione visiva, si è studiata l'interazione tra i segni fluidi che evocano il movimento del vino e la struttura tipografica, selezionando infine la soluzione più forte ed equilibrata per l'identità visiva della casa vinicola.

VINOPOLIS
Casa Vinicola

VINOPOLIS
Casa Vinicola

VINOPOLIS
Casa Vinicola

03

LOGO





Sintesi perfetta tra tradizione e innovazione, il concepì visivo di Vinopolis traduce in forma grafica l'identità e la proiezione internazionale dell'azienda. La fluidità del segno grafico evoca sinuosità e il movimento della materia, dialogando con una tipografia raffinata che esprime eleganza e qualità.



PALETTE COLORI

IDENTITÀ CROMATICHE

La palette cromatica di Vinopolis è stata concepita per riflettere l'eleganza, la qualità e la tradizione del brand. Ciascuna tonalità è selezionata per esprimere il carattere unico dell'azienda, garantendo al contempo un'elevata versatilità e leggibilità su qualsiasi supporto di stampa o comunicazione digitale.

AVORIO/
PANNA

Richiama la tradizione,
conferisce luminosità e
naturalità.

ROSA ANTICO/
MAUVE

Una nuance raffinata
e contemporanea, per
ricreare una linea ricercata
e raffinata.

BORGOGNA/
ROSSO VINACCIA

Il colore simbolo
dell'eccellenza della
materia prima, evoca calore
e autenticità.

VINACCIA/
PRUGNA

Colore profondo e sofisticato,
crea un forte contrasto.
Trasmettendo modernità ed
professionalità.

Pantone 7527C

C=6 R=240
M=6 G=236
Y=14 B=224
K=0

Pantone 209C
Opacità: 36%

C=30 R=135
M=92 G=51
Y=71 B=61
K=29

Pantone 209C

C=30 R=135
M=92 B=51
Y=71 B=61
K=29

Pantone 5185C

C=60 R=45
M=79 G=28
Y=60 B=40
K=77

LETTERING

SISTEMA TIPOGRAFICO

L'identità visiva di Vinopolis si fonda su un perfetto equilibrio tra tradizione e modernità, espresso attraverso l'abbinamento di due caratteri complementari che definiscono la gerarchia testuale del brand.

CIZEL REGULAR: Carattere primario, disegno raffinato e formale.

AKTIV GROTESK CD DEVA: Carattere secondario, disegno lineare e leggibile.

CIZEL REGULAR

AA BB CC

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W Y Z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

. , : ; ? ! % & () /

Aktiv Grotesk Cd Deva

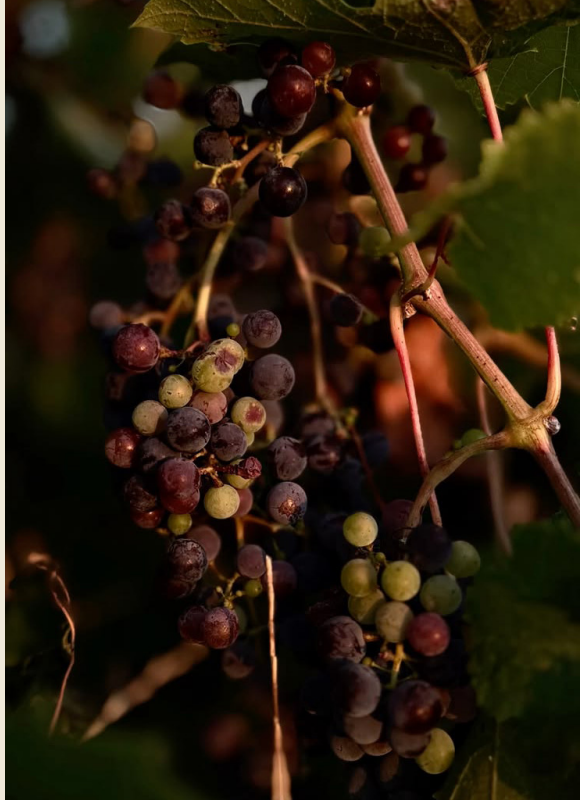
Aa Bb Cc

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

, . : ; ? ! % & () /





VISUALIZZAZIONE POSITIVO E NEGATIVO

SCALA DI GRIGI

VERSIONE POSITIVO

Fondamentale per garantire che il logo sia perfettamente leggibile e stampabile su metalli e superfici chiare.



VERSIONE NEGATIVO

Progettata per consentire al cliente di testare la visibilità e la riproducibilità del logo su fondi scuri



VERSIONE SCALA DI GRIGI

Serve per verificare la leggibilità del logo e la sua resa su stampe monocromatiche, dove il colore non è utilizzabile.



ALTERNATIVE COLORI

VARIANTI CROMATICHE

Applicazione delle diverse varianti cromatiche definiscono i codici visivi dell'azienda , adattandosi con eleganza a diversi supporti editoriali, preservando l'identità e il legame con la tradizione enologica.





POSSIBILI RIDUZIONI

LIMITI DI RIDUZIONE

Il marchio di casa Vinicola Vinopolis è stato progettato per mantenere un'elevata leggibilità e riconoscibilità visiva su qualsiasi scala di riduzione.

La tavola illustra il comportamento del logo a differenti percentuali di scala (dal formato originale 100% fino alle riduzioni minime). Vengono definiti i limiti di rimpicciolimento consentiti per preservare l'integrità del lettering secondario (CASA VINICOLA) e la fluidità del segno grafico, prevenendo la perdita di dettaglio nei formati di etichetta più compatti.



AREA DI RISPETTO INGOMBRO

Per preservare l'integrità e la visibilità del marchio su qualsiasi supporto di comunicazione , è stata definita un'area di rispetto perimetrale (area di ingombro).

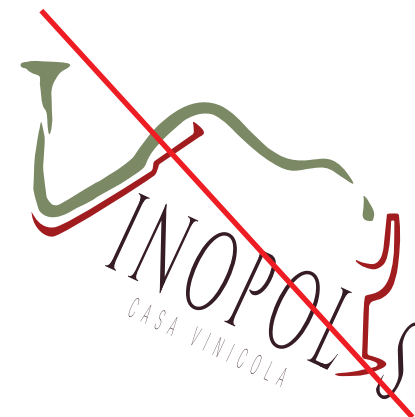
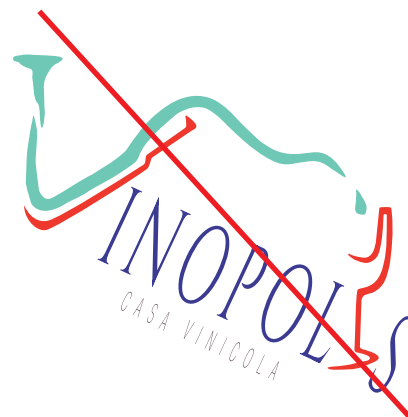
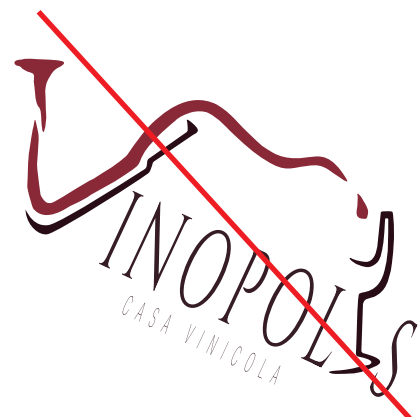


Tale area deve rimanere libera da qualsiasi altro elemento grafico, testo o margine di pagina. Lo spazio di sicurezza garantisce che il logo non venga mai “soffocato” da altri elementi visivi, isolandolo e valorizzandone la percezione, soprattutto su etichette e materiali editoriali complessi.



ALTERAZIONI NON CONSENTITE

Per preservare la riconoscibilità del marchio Vinopolis è vietato effettuare modifiche, alterare o distorcere gli elementi che lo compongono.



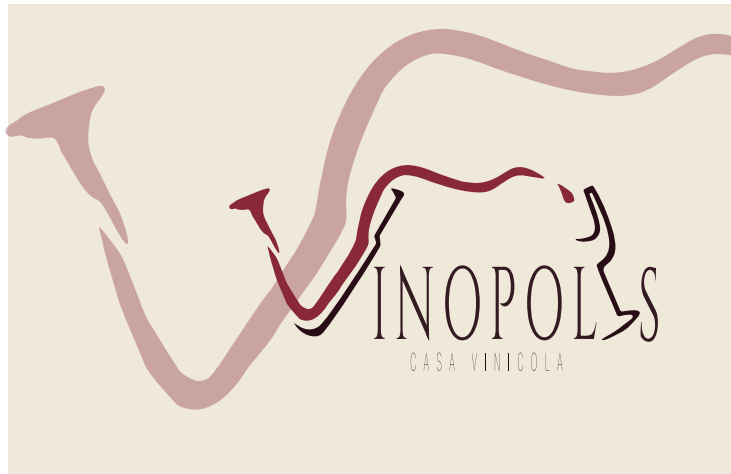
La tavola illustra cosa si deve evitare in fase di impaginazione e stampa. Il logo non deve subire alterazioni proporzionali, rotazioni non sono autorizzate, modifiche dei colori, applicazioni sfondi e sfumature non previste dalla tavola colori.

04 MODULISTICA



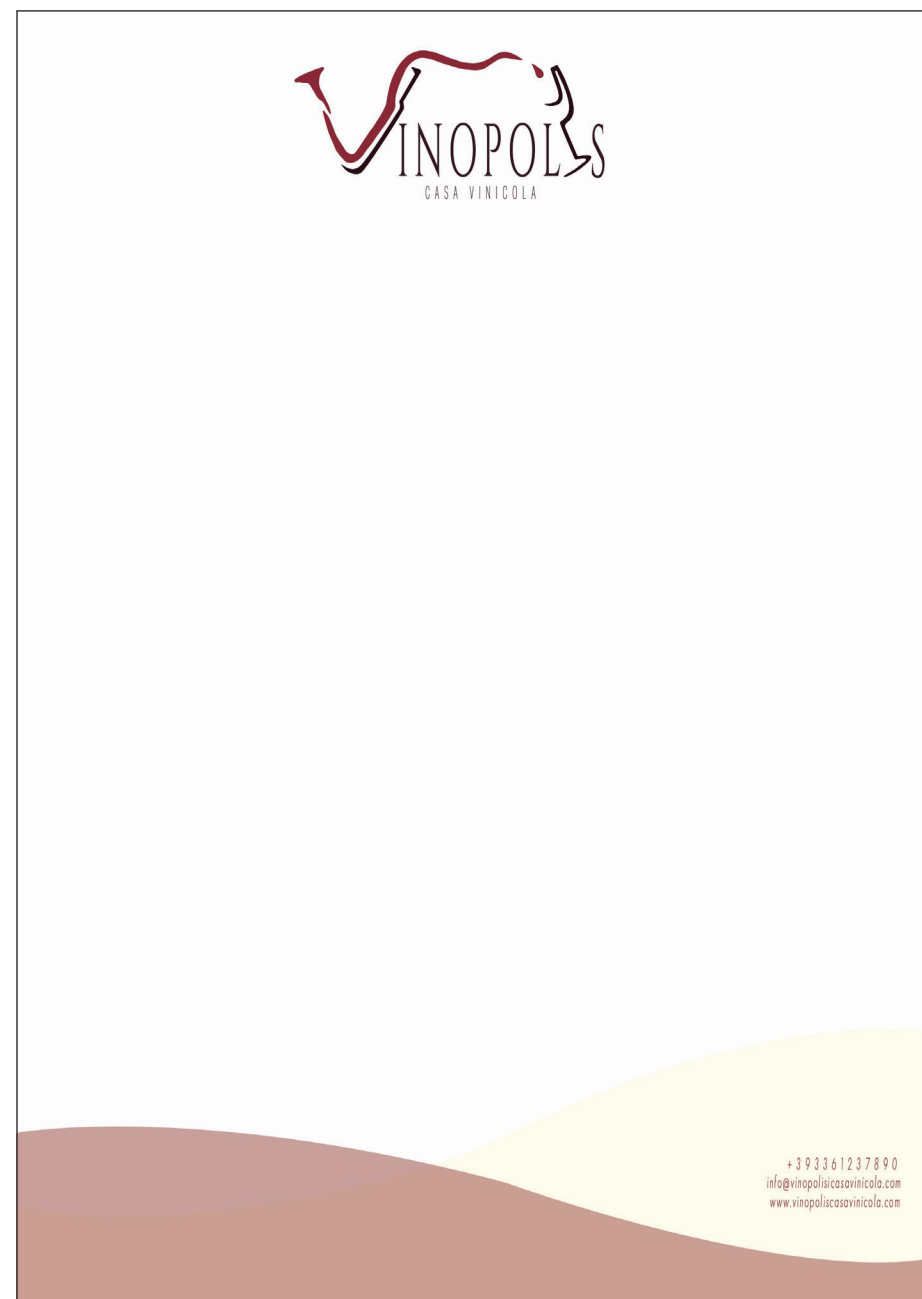
BIGLIETTO DA VISITA

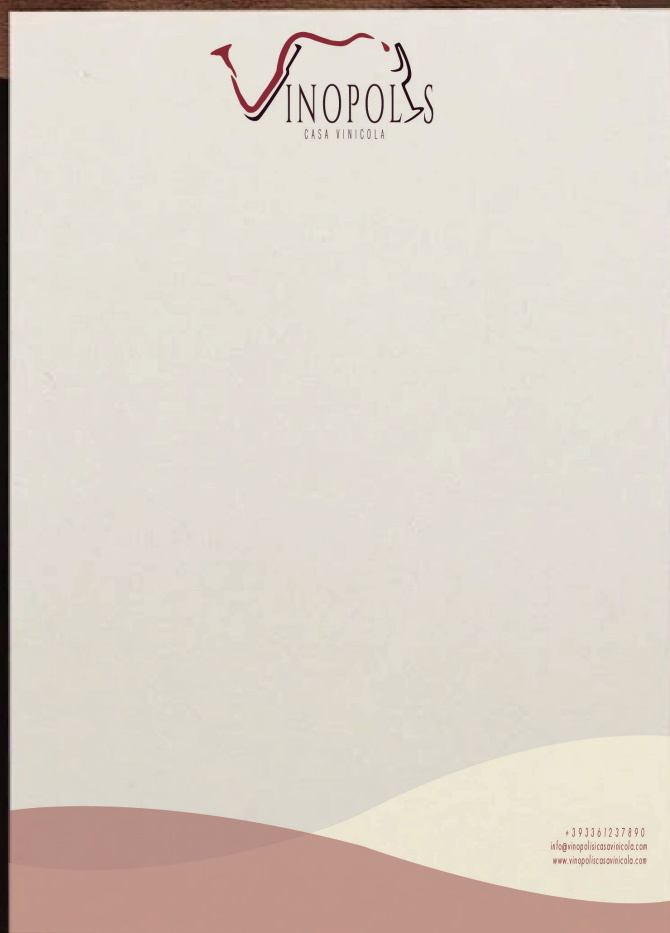
Applicazione coordinata del logo, studiata per valorizzare l'identità visiva di “ Casa Vinicola Vinopolis”, attraverso un'alternanza elegante di colori e font.



CARTA INTESTATA

Applicazione del marchio alla carta intestata ufficiale. Caratterizzata da elementi grafici fluidi in basso che riprendono i toni e l'identità visiva della Casa Vinicola.





25

POSSIBILI UTILIZZI









Manuale Operativo/ Brand Manual
Versione 1.0-Ottobre 2026

Progetto a cura di:
Martina Viola
Benevento, Italy

Email:
martinaviola98.mvgmail.com