



# MANUALE D'USO MARCHIO TERRE DI PISA

## **Regole generali**

Versione 1.0 - Maggio 2018

#### **NOTA BENE**

Per dubbi o richieste particolari sui contenuti esposti in questo logo manual, si prega di fare riferimento al Servizio per la competitività delle imprese e dei territori.

**Responsabile:** Laura Granata  
050 512.280 / 296 / 248 / 255  
promozione@pi.camcom.it

*Questo manuale è stato realizzato da:  
Carmi e Uberty Milano Srl.*

<b>00. About Terre di Pisa</b>	<b>3</b>
<b>01. Regole generali</b>	<b>4</b>
<b>02. Versioni del marchio con payoff</b>	<b>17</b>
02.01 Marchio/Configurazione principale	
02.02 Marchio/Configurazione secondaria	
02.03 Logotipo	
<b>03. Versioni del marchio senza payoff</b>	<b>27</b>
03.01 Marchio/Configurazione principale	
03.02 Marchio/Configurazione secondaria	
03.03 Logotipo	
<b>04. Look &amp; Feel</b>	<b>37</b>

**Terre di Pisa** è il marchio ombrello che accomuna, valorizza e promuove l'offerta turistica pisana facendo leva su tutte le peculiarità del territorio. Il patrimonio naturale, artistico, architettonico ed agroalimentare rende le Terre di Pisa diverse e complementari alle altre offerte nella regione Toscana.

**Terre di Pisa** punta al miglioramento dei servizi d'accoglienza e alla valorizzazione dei suoi prodotti, dei suoi borghi, della sua natura e del suo lifestyle toscano nell'accezione più autentica del termine. Il marchio **Terre di Pisa** qui descritto e regolamentato ne amplifica il valore e punta ad una maggiore competitività e redditività.



## MARCHIO

La "Torre" di Pisa è l'icona del territorio che rappresenta. Ne è la sua sintesi.

Il territorio toscano attorno a Pisa è un territorio ricco di colori: i verdi della natura, i blu del mare e del cielo, il giallo delle colline, i rossi dei tramonti. Colori che si possono gustare dalle logge ad arco della Torre di Pisa e che sono la somma cromatica di una vitalità umana, naturale, autentica e originale. Offrono un turismo variegato e ricco di esperienze che non si ferma alla superficie della "cartolina".

### NOTA PRELIMINARE

Il sistema di identità progettato per Terre di Pisa si declina attraverso due assi principali:

- il primo è l'utilizzo del marchio nelle manifestazioni in cui la comunicazione verso il pubblico esterno prevale (pubblicità);
- il secondo è l'utilizzo del marchio nelle attività di carattere istituzionale, in affiancamento ad altri soggetti.

Il primo caso contempla l'integrazione con il payoff ed è consigliabile questa applicazione ogni qualvolta Terre di Pisa firma la propria comunicazione diretta verso il pubblico esterno.

L'altra applicazione, senza il payoff è dedicata all'utilizzo del marchio per motivi istituzionali.

### UTILIZZO IN COMUNICAZIONE

Simbolo

Logotipo



NATURA TOSCANA

Pay-off

### UTILIZZO ISTITUZIONALE










Simbolo

Logotipo



## PALETTE CROMATICA

I colori scelti, sono la sintesi della vasta offerta culturale, enogastronomica e turistica del territorio. Una palette di colori luminosa e brillante qui indicata nei codici cromatici CMYK, RGB, Exachrome e Pantone.

								
<b>C</b> 0 <b>M</b> 15 <b>Y</b> 15 <b>K</b> 70 — <b>R</b> 110 <b>G</b> 100 <b>B</b> 94 — <b>#</b> 6D635E — <b>P</b> WARM GRAY 11C	<b>C</b> 0 <b>M</b> 90 <b>Y</b> 90 <b>K</b> 0 — <b>R</b> 230 <b>G</b> 51 <b>B</b> 35 — <b>#</b> E63323 — <b>P</b> 179 C	<b>C</b> 0 <b>M</b> 70 <b>Y</b> 90 <b>K</b> 0 — <b>R</b> 236 <b>G</b> 103 <b>B</b> 38 — <b>#</b> EC6625 — <b>P</b> 7578 C	<b>C</b> 40 <b>M</b> 60 <b>Y</b> 86 <b>K</b> 0 — <b>R</b> 170 <b>G</b> 113 <b>B</b> 59 — <b>#</b> A9703B — <b>P</b> 7574 C	<b>C</b> 0 <b>M</b> 40 <b>Y</b> 100 <b>K</b> 0 — <b>R</b> 247 <b>G</b> 166 <b>B</b> 0 — <b>#</b> F7A600 — <b>P</b> 130 C	<b>C</b> 90 <b>M</b> 50 <b>Y</b> 90 <b>K</b> 0 — <b>R</b> 40 <b>G</b> 106 <b>B</b> 68 — <b>#</b> 276A43 — <b>P</b> 349 C	<b>C</b> 100 <b>M</b> 0 <b>Y</b> 88 <b>K</b> 0 — <b>R</b> 0 <b>G</b> 150 <b>B</b> 82 — <b>#</b> 009652 — <b>P</b> 347 C	<b>C</b> 80 <b>M</b> 8 <b>Y</b> 24 <b>K</b> 0 — <b>R</b> 0 <b>G</b> 166 <b>B</b> 191 — <b>#</b> 00A5BE — <b>P</b> 7710 C	<b>C</b> 90 <b>M</b> 30 <b>Y</b> 0 <b>K</b> 0 — <b>R</b> 0 <b>G</b> 135 <b>B</b> 204 — <b>#</b> 0087CC — <b>P</b> PROCESS BLUE C
Colore utilizzabile per titoli e testi correnti.	Colore utilizzabile per elementi in evidenza (sottolineature, punti elenco, ecc) e per le declinazioni di area.							

### KEY COLOURS

## TIPOGRAFIA IDENTITÀ

La font usata nel logotipo prende il nome dal fiume che attraversa il cuore del Rinascimento italiano e attinge ai caratteri tipografici umanisti del XV e XVI secolo, periodo che ha fortemente influenzato l'arte, la cultura e l'architettura del territorio toscano.

Pur ispirandosi al passato, Arno è decisamente contemporaneo sia nell'aspetto che nella funzione.

Progettato da Robert Slimbach, Arno è una font realizzata nella tradizione dei caratteri tipografici di Aldo Manuzio e rappresenta un distillato dei suoi ideali di design.

# Arno Pro

TERRE DI PISA

## TIPOGRAFIA DI ACCOMPAGNAMENTO

La font di accompagnamento all'identità Terre di Pisa è la famiglia di font sans serif Gill Sans. Una font di ispirazione umanistica che ha avuto una grande diffusione in tutto il mondo. Il suo design è particolarmente distintivo con un campo di applicazione molto ampio vista la sua alta leggibilità ed eleganza.

Questa famiglia di font include una vasta gamma di stili, inclusi gli standard come il Light, che è aperto ed elegante, e un Regular che, con la sua *d* piatta a fondo piatto, *p* e *q* e *t* triangolari, ha un design più compatto e più solido. Il disegno dei caratteri è di derivazione umanistica e basa le sue proporzioni sui caratteri romani.

# Gill Sans

### Gill Sans Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789@£\$#!

### Gill Sans Light Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789@£\$#!

### Gill Sans Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789@£\$#!

### Gill Sans Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789@£\$#!

### Gill Sans Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789@£\$#!

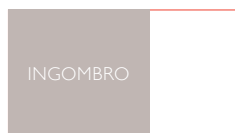
### Gill Sans Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789@£\$#!



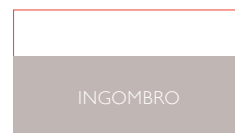
## CONFIGURAZIONI

### A. CONFIGURAZIONE PRINCIPALE



Questa configurazione ha un ingombro che si avvicina a quello di un quadrato. Grazie a questa peculiarità **il suo uso è suggerito per la maggior parte delle possibili applicazioni.**

### B. CONFIGURAZIONE SECONDARIA



Questa configurazione ha uno sviluppo rettangolare. **Il suo uso è suggerito quando gli spazi hanno uno sviluppo orizzontale.**

### C. LOGOTIPO



Questa configurazione ha un ingombro molto orizzontale ed è progettata per l'utilizzo in piccole dimensioni. **Si consiglia di adottarla nei casi di applicazioni a dimensioni ridotte o in accostamento al segno grafico (crop simbol).**

## DIMENSIONI MINIME

### A. CONFIGURAZIONE PRINCIPALE



1,5 cm

### B. CONFIGURAZIONE SECONDARIA



4,7 cm

### C. LOGOTIPO

#### Dimensione minima con payoff



1,6 cm

#### Dimensione minima senza payoff



1,3 cm

**NB:** Per utilizzi in dimensioni minime è consigliabile verificare la leggibilità del trattino orizzontale in fase di stampa.

## APPLICAZIONE SU FONDI COLORE

Nei casi di applicazione del marchio su fondi chiari è possibile l'utilizzo del marchio a colori fino quando il contrasto con il fondo non ne diminuisce la leggibilità.

Nei casi di applicazione del marchio su fondi molto saturi è possibile l'utilizzo del marchio a colori in negativo se il fondo non ne diminuisce la leggibilità. Nei casi in cui il background abbia un colore simile o uguale a quelli usati per l'identità si consiglia di utilizzare la versione del marchio ad un solo colore (bianco).

È comunque necessario verificare la leggibilità del marchio in tutte le sue parti.

Su background **grigio chiaro** si suggerisce l'uso del marchio a colori (è necessario verificare sempre la leggibilità del marchio).



K 10%



K 20%

Quando il grigio mina la leggibilità dei colori usare il marchio in bianco.



K 50%

Su background **nero/grigio scuro** si suggerisce l'uso del marchio a colori (è comunque possibile l'utilizzo del marchio in bianco).



K 85%



K 100%

Su background colorati **poco saturi** si suggerisce l'uso del marchio a colori. (è necessario verificare sempre la leggibilità del marchio).



SATURAZIONE 5%



SATURAZIONE 10%



SATURAZIONE 20%

Su background colorati **molto saturi** si suggerisce l'uso del marchio in bianco.



SATURAZIONE 75%



SATURAZIONE 100%

## USI SCORRETTI

Non sono permessi utilizzi e manipolazioni del marchio Terre di Pisa al di fuori di quanto indicato in questo manuale.

Nello specifico è vietato deformare, modificare, distorcere, spostare, sostituire elementi o parti del marchio come indicato negli esempi in figura. Sono vietati anche il cambio di colore, la sostituzione della tipografia che costruisce il marchio, gli usi di effetti che alterino la forma del marchio.



Non usare il marchio a colori su fondi che diminuiscono la leggibilità dei suoi elementi costitutivi.



Non modificare i colori del logotipo.



Non riflettere gli elementi del marchio.



Non alterare i colori del marchio.



Non applicare ombreggiature o effetti tridimensionali.



Non alterare le proporzioni prestabilite fra gli elementi costitutivi del marchio.

## DEVICE VISIVO / CROP SIMBOLO

Il simbolo della torre o una sua porzione possono essere usati in comunicazione come elemento grafico, sia a colori sia utilizzando il grigio istituzionale (vedi schema pagina 6).

La sua presenza deve essere bilanciata nello spazio seguendo le indicazioni indicate (nello schema a lato).

### Esempi applicativi

Pantone Warm  
Gray II C: **80%**

Pantone Warm  
Gray II C: **100%**

Pantone Warm  
Gray II C: **20%**



Uso a colori (preferenziale)



Uso tono su tono (scuro)



Uso tono su tono (chiaro)

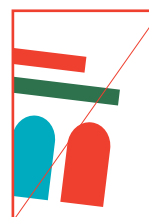


Interazione con immagine



Torre

Pochi elementi



Range preferenziale



Troppi elementi

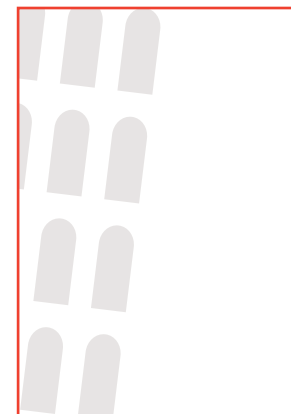
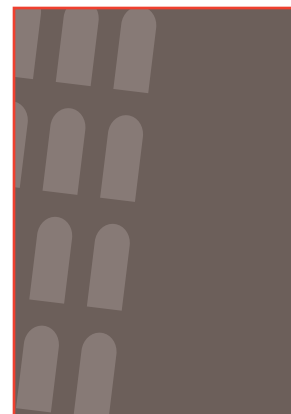


## DEVICE VISIVO / CROP SIMBOLO 2

Il simbolo della torre o una sua porzione possono essere usati in comunicazione come elemento grafico, sia a colori sia utilizzando il grigio istituzionale (vedi schema pagina 6).

La sua presenza deve essere bilanciata nello spazio seguendo le indicazioni indicate (nello schema a lato).

### Esempi applicativi

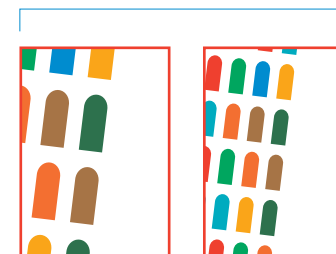


Torre

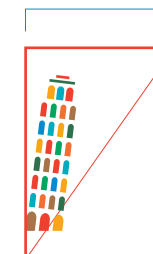
Pochi elementi



Range preferenziale

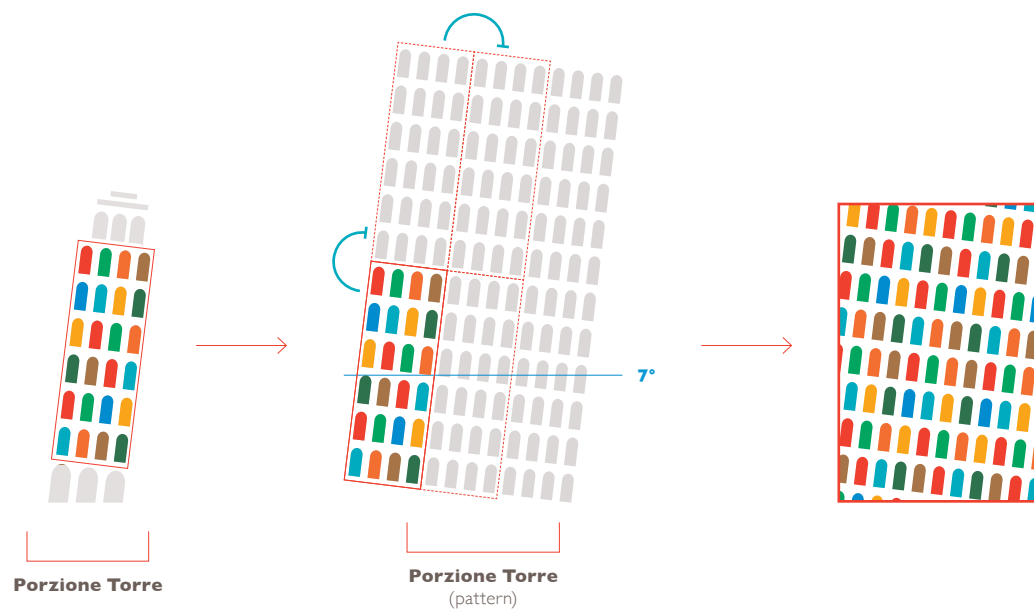
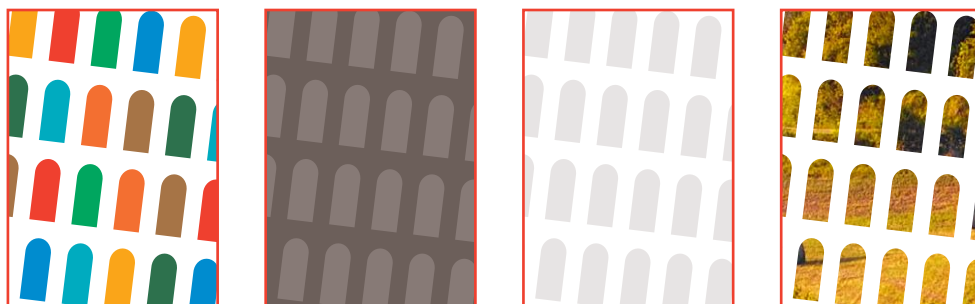


Troppi elementi



In comunicazione può essere usata anche una porzione del simbolo della torre per costruire il pattern, sia a colori sia utilizzando il grigio istituzionale (vedi schema pagina 6).

### Esempi applicativi / Pattern



## DEVICE VISIVO / USI SCORRETTI

Non sono permessi utilizzi e manipolazioni del pattern istituzionale.

Nello specifico è vietato deformare, modificare, distorcere, spostare, sostituire elementi o parti del pattern come indicato negli esempi in figura. Sono vietati anche il cambio di colore, la sostituzione della tipografia che costruisce il marchio, gli usi di effetti che alterino la forma del marchio.



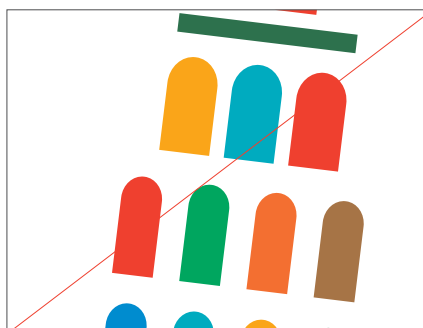
Non usare il pattern su fondi che diminuiscono la leggibilità dei suoi elementi.



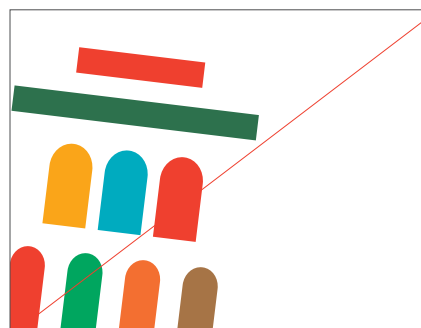
Non modificare i colori del pattern.



Non tagliare il pattern in modo da ottenere porzioni troppo piccole di spazio.



Non tagliare il pattern in modo da ottenere porzioni troppo piccole.



Non alterare le proporzioni prestabilite fra gli elementi costruttivi del marchio.



Non cambiare l'orientamento del pattern.



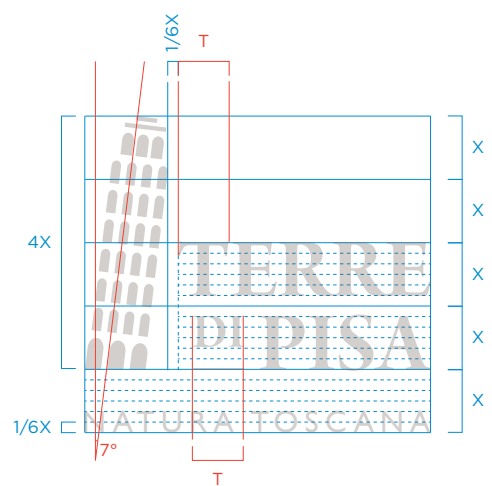




# 02.01.

MARCHIO/  
CONFIGURAZIONE PRINCIPALE

## COSTRUZIONE



## AREA DI RISPETTO



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.

POSITIVO COLORE



POSITIVO AD UN COLORE / WARM GRAY II C



POSITIVO AD UN COLORE / NERO



NEGATIVO COLORE



NEGATIVO AD UN COLORE / WARM GRAY II C



NEGATIVO AD UN COLORE / BIANCO



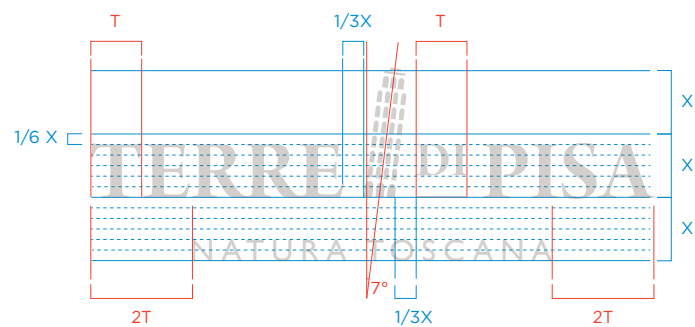


02.02.

MARCHIO/  
CONFIGURAZIONE SECONDARIA

## CONFIGURAZIONE SECONDARIA / COSTRUZIONE E AREA DI RISPETTO

### COSTRUZIONE



### AREA DI RISPETTO



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

POSITIVO COLORE

TERRE  DI PISA  
NATURA TOSCANA

POSITIVO AD UN COLORE / WARM GRAY II C

TERRE  DI PISA  
NATURA TOSCANA

POSITIVO AD UN COLORE / NERO

TERRE  DI PISA  
NATURA TOSCANA

NEGATIVO COLORE

TERRE  DI PISA  
NATURA TOSCANA

NEGATIVO AD UN COLORE / WARM GRAY II C

TERRE  DI PISA  
NATURA TOSCANA

NEGATIVO AD UN COLORE / BIANCO

TERRE  DI PISA  
NATURA TOSCANA

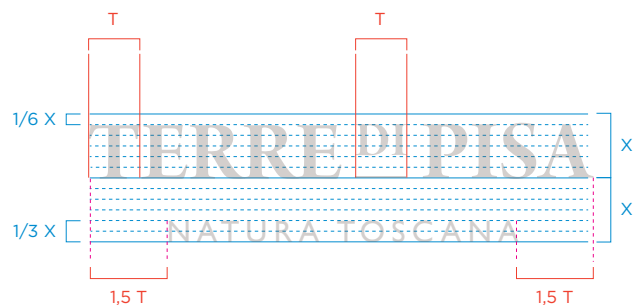


# 02.03.

LOGOTIPO



COSTRUZIONE



AREA DI RISPETTO



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

POSITIVO COLORE

**TERRE DI PISA**  
NATURA TOSCANA

POSITIVO AD UN COLORE / NERO

**TERRE DI PISA**  
NATURA TOSCANA

NEGATIVO AD UN COLORE / WARM GRAY II C

**TERRE DI PISA**  
NATURA TOSCANA

NEGATIVO AD UN COLORE / BIANCO

**TERRE DI PISA**  
NATURA TOSCANA

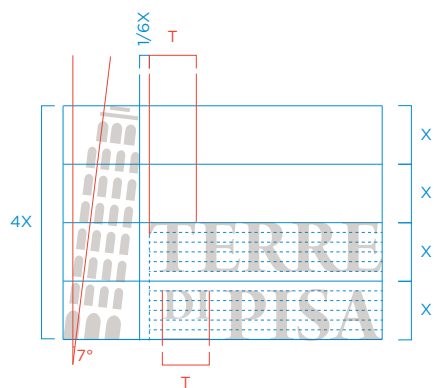




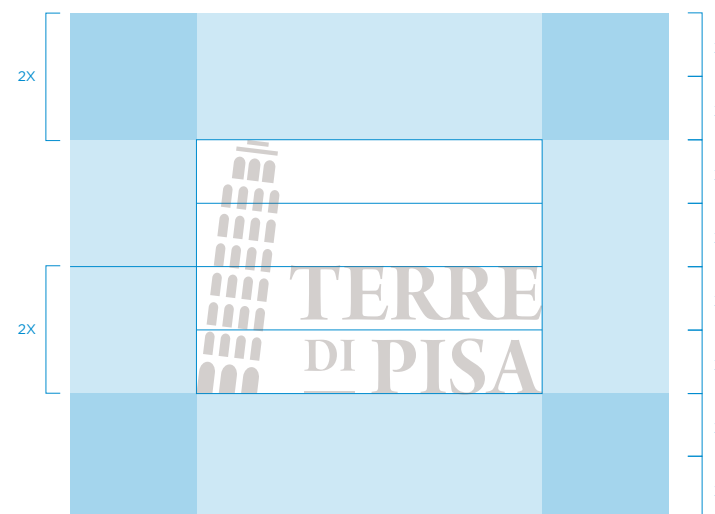
# 03.01.

MARCHIO/  
CONFIGURAZIONE PRINCIPALE

COSTRUZIONE



AREA DI RISPETTO



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.

POSITIVO COLORE



POSITIVO AD UN COLORE / WARM GRAY II C



POSITIVO AD UN COLORE / NERO



NEGATIVO COLORE



NEGATIVO AD UN COLORE / WARM GRAY II C



NEGATIVO AD UN COLORE / BIANCO

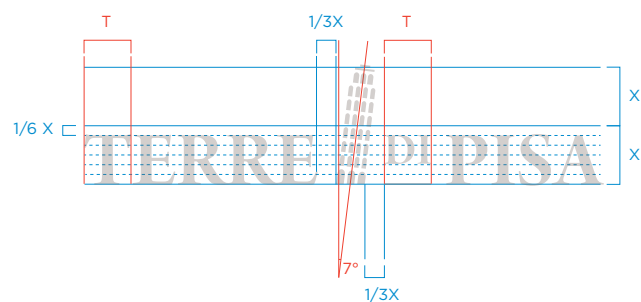




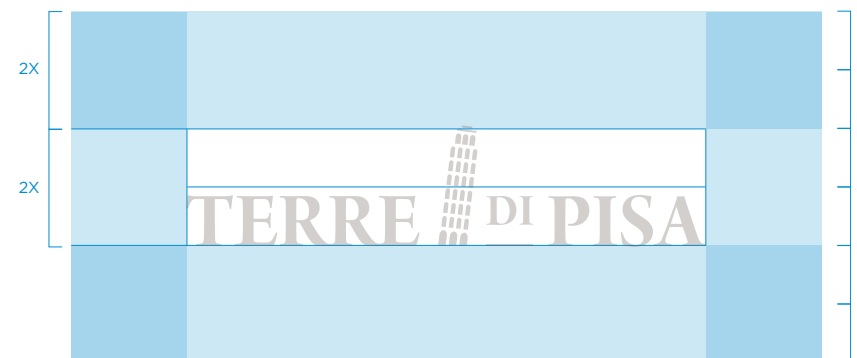
03.02.

MARCHIO/  
CONFIGURAZIONE SECONDARIA

## COSTRUZIONE



## AREA DI RISPETTO



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.



POSITIVO COLORE

TERRE  DI PISA

POSITIVO AD UN COLORE / WARM GRAY II C

TERRE  DI PISA

POSITIVO AD UN COLORE / NERO

TERRE  DI PISA

NEGATIVO COLORE

TERRE  DI PISA

NEGATIVO AD UN COLORE / WARM GRAY II C

TERRE  DI PISA

NEGATIVO AD UN COLORE / BIANCO

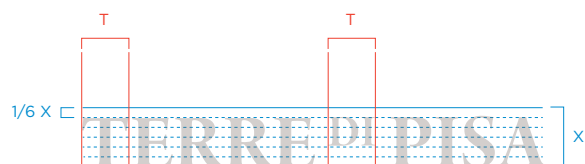
TERRE  DI PISA



# 03.03.

LOGOTIPO

COSTRUZIONE



AREA DI RISPETTO



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

POSITIVO AD UN COLORE / WARM GRAY II C

TERRE DI PISA

POSITIVO AD UN COLORE / NERO

TERRE DI PISA

POSITIVO AD UN COLORE / WARM GRAY II C

TERRE DI PISA

NEGATIVO AD UN COLORE / BIANCO

TERRE DI PISA



## LOOK & FEEL



## LOOK & FEEL



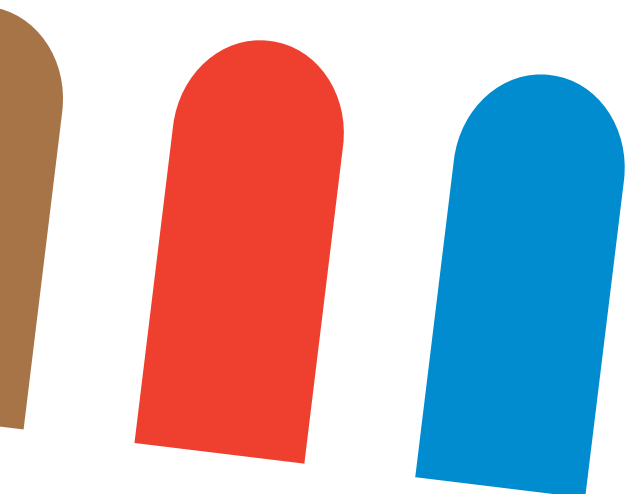
## LOOK & FEEL





**LOOK & FEEL**





[www.terredipisa.it](http://www.terredipisa.it)