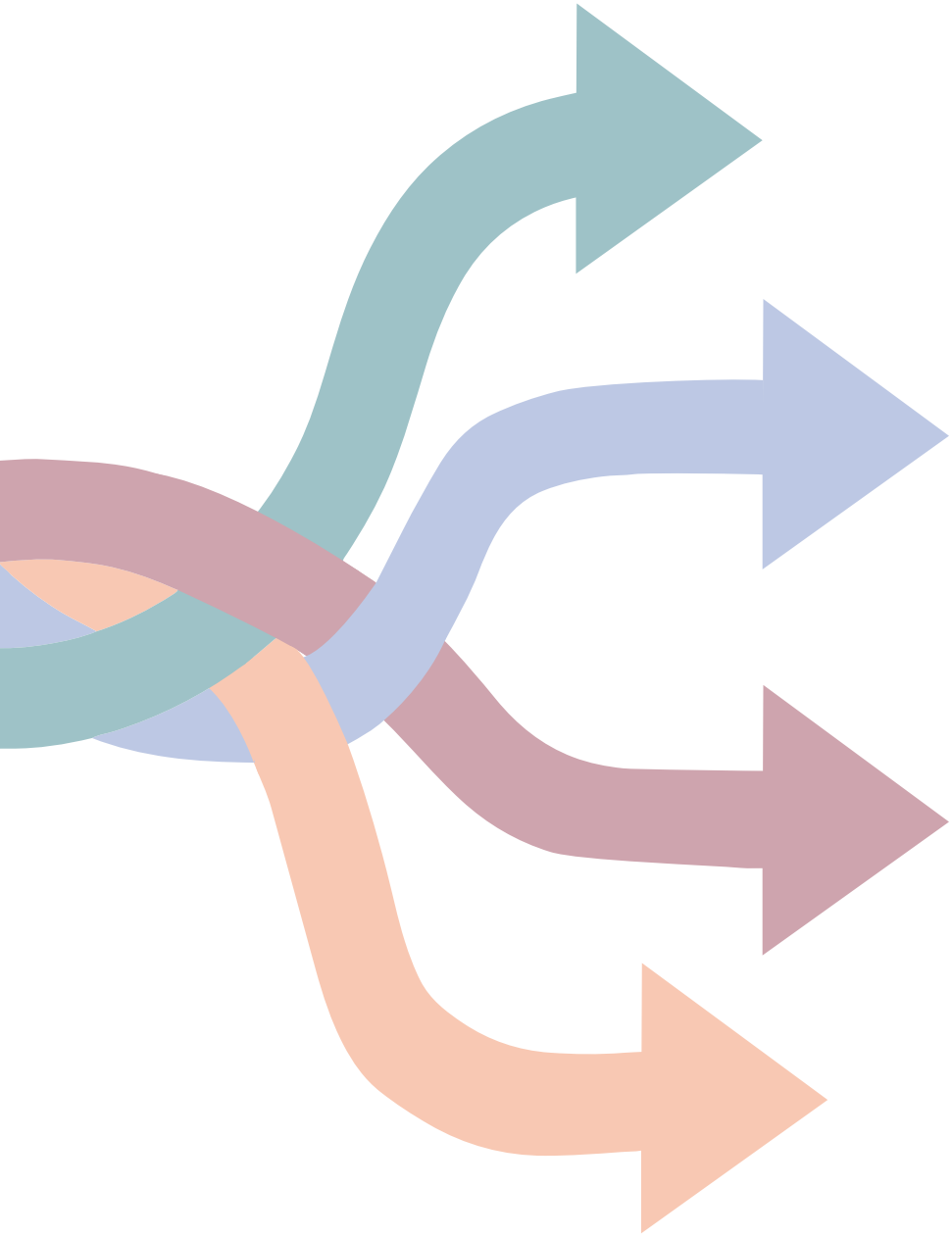
BOTTOMS-UP

COST PROJECT

Brand Book

YEAR OF DEVELOPMENT: **2020**



INDICE

pag. 1	A cosa serve questo manuale
pag. 2	Gli Elementi e i Colori
pag. 3	Il carattere tipografico del logo tipo e quello a supporto
pag. 4	La scala di griglio / In bianco e nero
pag. 5	La versione classica e quella orizzontale
pag. 6	Margini di rispetto
pag. 7	Dimensioni minime
pag. 8	Utilizzi scorretti del logo
Pag. 9	Esempi di immagine coordinata

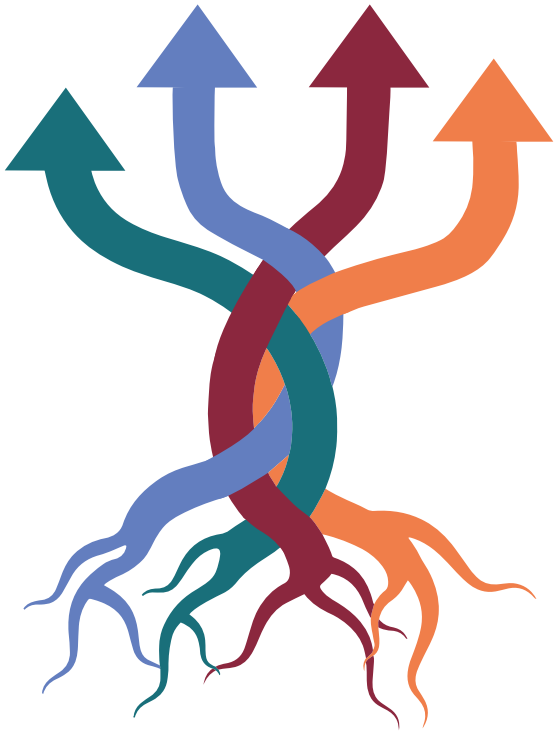
A COSA SERVE QUESTO MANUALE

Il Brand Book contiene le regole e le norme che contribuiscono alla costruzione della corretta visibilità del Logo del progetto BOTTOMS-UP e a semplificare la realizzazione di un immagine coordinata.

L'immagine coordinata è il mezzo attraverso il quale l'insieme di prodotti e di messaggi è percepito all'esterno come proveniente dallo stesso soggetto e diventa tale quando differenti fenomeni comunicativi risultano coerenti l'uno con l'altro.

Questo Piano codifica ogni elemento di comunicazione sulla base di parametri applicativi quanto più possibile chiari, coerenti, flessibili e riconoscibili, ed ha lo scopo di fornire informazioni pratiche e operative a tutti coloro che saranno coinvolti nell'utilizzo del presente marchio.

Avere una guideline stilistica, un brand manual, aiuta dunque a mantenere la direzione intrapresa e garantire la coerenza e la correttezza dell'utilizzo del Logo in tutti i contesti e le situazioni comunicative.



BOTTOMS-UP

LA STRUTTURA DEL LOGO

GLI ELEMENTI E I COLORI

Lo studio del Logo e dei suoi elementi grafici e cromatici nasce dall'obiettivo di creare un legame forte con il progetto, attraverso gli elementi caratteristici del sistema Bottom-up.

Il sistema di ricerca bottom-up, è richiamto attraverso l'ememento delle frecce, in cui la coda è il BOTTOM (la parte bassa) mentre UP è la punta.

Le frecce si intrecciano creando una siluette stilizzata e geometica uno degli obiettivi del progetto (il networking).

Con l'estrapolazione della mèche cromatica, derivata dalla cartella colori dei progetti COST, viene definita la palette che caratterizza il Logo.

CY = 85%
M = 35%
Y = 40%
K = 22%

#1b6e7a

CY = 65%
M = 48%
Y = 0%
K = 0%

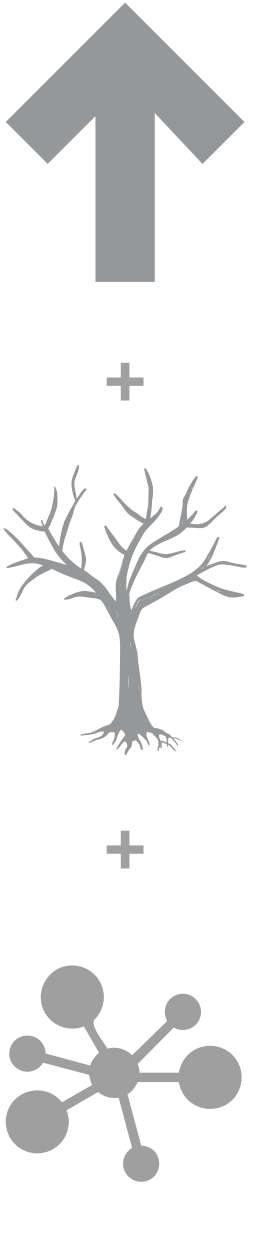
#687ebd

CY = 28%
M = 93%
Y = 62%
K = 31%

#902738

CY = 2%
M = 62%
Y = 77%
K = 0%

#ec7941



LA STRUTTURA DEL LOGO

IL CARATTRE TIPOGRAFICO DEL LOGOTIPO

AUDIOWIDE

ABCDEFGHILMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghilmnopqrstuvwxyz
1234567890!?£%/>°

LA STRUTTURA DEL LOGO

IL CARATTRE TIPOGRAFICO A SUPPORTO

SOURCE SANS PRO

ABCDEFGHILMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghilmnopqrstuvwxyz
1234567890!?£%/>°

SOURCE SANS PRO

ABCDEFGHILMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghilmnopqrstuvwxyz
1234567890!?£%/>°

SOURCE SANS PRO

ABCDEFGHILMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghilmnopqrstuvwxyz
1234567890!?£%/>°

SOURCE SANS PRO

ABCDEFGHILMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghilmnopqrstuvwxyz
1234567890!?£%/>°

SOURCE SANS PRO

ABCDEFGHILMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghilmnopqrstuvwxyz
1234567890!?£%/>°

SOURCE SANS PRO

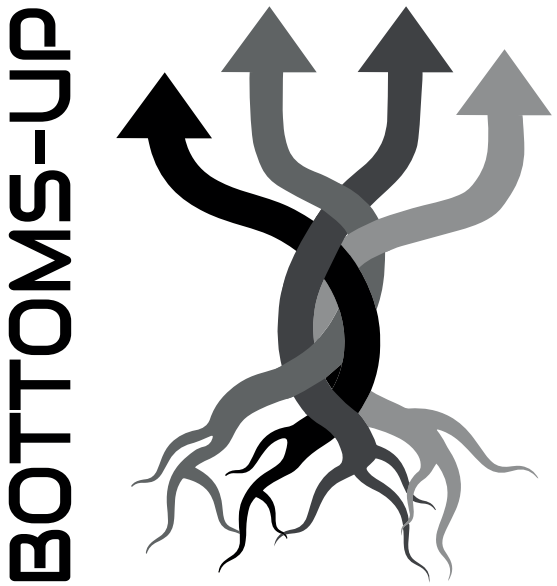
ABCDEFGHILMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghilmnopqrstuvwxyz
1234567890!?£%/>°

LA STRUTTURA DEL LOGO

LA SCALA DI GRIGIO

Per esigenze di stampa in Bianco e Nero, è stata pensata una versione in scala di grigio, poichè la versione completamente nera andrebbe ad influire sull'aspetto e la riconoscibilità del logotipo.

LA SCALA DI GRIGIO



CY = 89% M = 77% Y = 62% K = 95%	CY = 56% M = 44% Y = 44% K = 30%	CY = 64% M = 55% Y = 51% K = 51%	CY = 41% M = 32% Y = 32% K = 11%
#030304	#696a6a	#484748	#999999

LA STRUTTURA DEL LOGO

LE 3 VERSIONI

Le esigenze di posizionamento di un Logo, possono essere le più disparate. Sono state pensate dunque 3 versioni utilizzabili in contesti e per necessità anche molto diverse tra loro.

CLASSICA

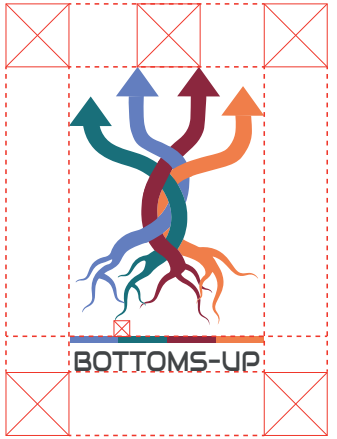
VARIANTI

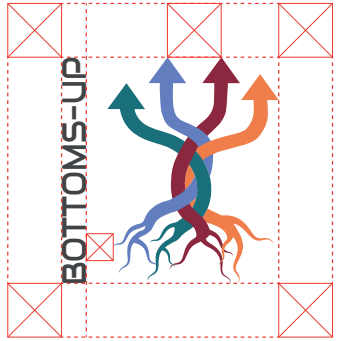
LA STRUTTURA DEL LOGO

MARGINI DI RISPETTO

Il Marchio ha bisogno di margini minimi di rispetto per essere sempre ben visibile, senza che ulteriori grafismi ne disturbino la leggibilità.
Le dimensioni dei margini di rispetto sono state stabilite sulla base della distanza tra le punte delle frecce centrali.
Lo spazio può essere superiore a questa misura, ma mai inferiore.

X = Area di rispetto minima





LA STRUTTURA DEL LOGO

DIMENSIONI MINIME

Per favorire la corretta visualizzazione e leggibilità di tutti gli elementi del Marchio è stata stabilita la sua dimensione minima per ogni tipologia di scelta. Il logo potrà esse dunque più grande ma mai più piccolo delle misure indicate.

- Classica = 21 mm altezza
- Scritta verticale = 19 mm altezza
- Orizzontale = 15 mm altezza

21 mm

CLASSICO

19 mm

SCRITTA VERTICALE

15 mm

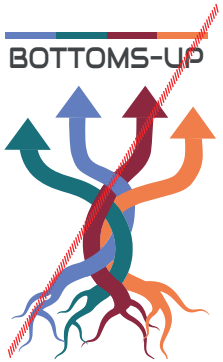
ORIZZONTALE

LA STRUTTURA DEL LOGO

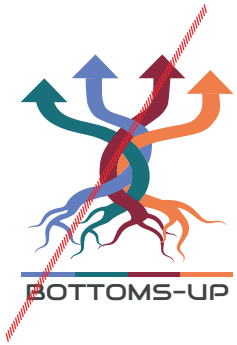
UTILIZZI SCORRETTI DEL LOGO

Non è consentito utilizzare il Logo in colori diversi da quelli indicati, invertire i colori o gli elementi istituzionali, distorcere o deformare il Logo stesso, scendre sotto le dimensioni minime indicate.

Con il fine di esplicare, di fianco sono riportati alcuni esempi di utilizzo NON corretto del Logo.

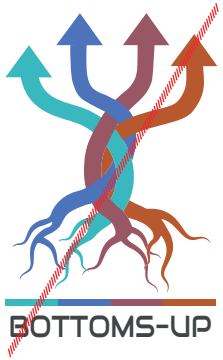


Non invertire
gli elementi



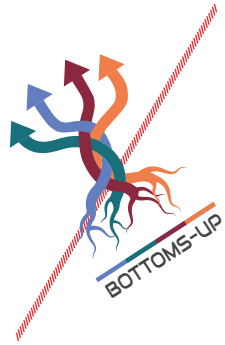
Non deformare
gli elementi

Non scendere sotto
le dimensioni minime



Non modificare
i colori

Non deformare
gli elementi



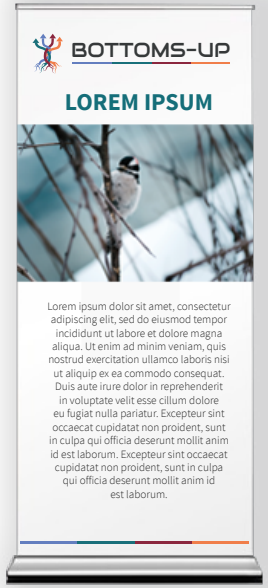
Non deformare
gli elementi

Non invertire gli elementi

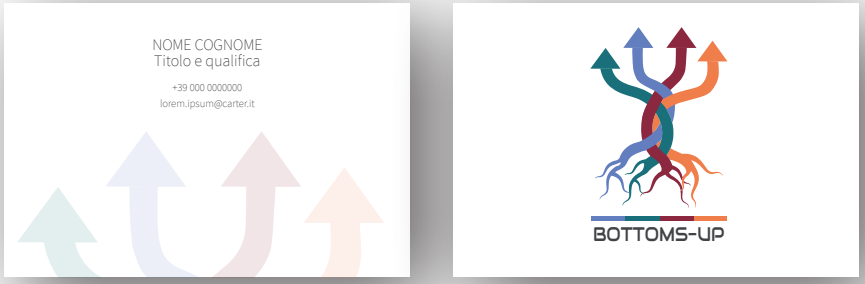
ESEMPI DI IMMAGINE COORDINATA

Abbiamo voluto fare degli esempi di come potrebbero essere degli elementi di comunicazione con immagine cordinata.

Shopper



Rollup



Biglietto da Vista