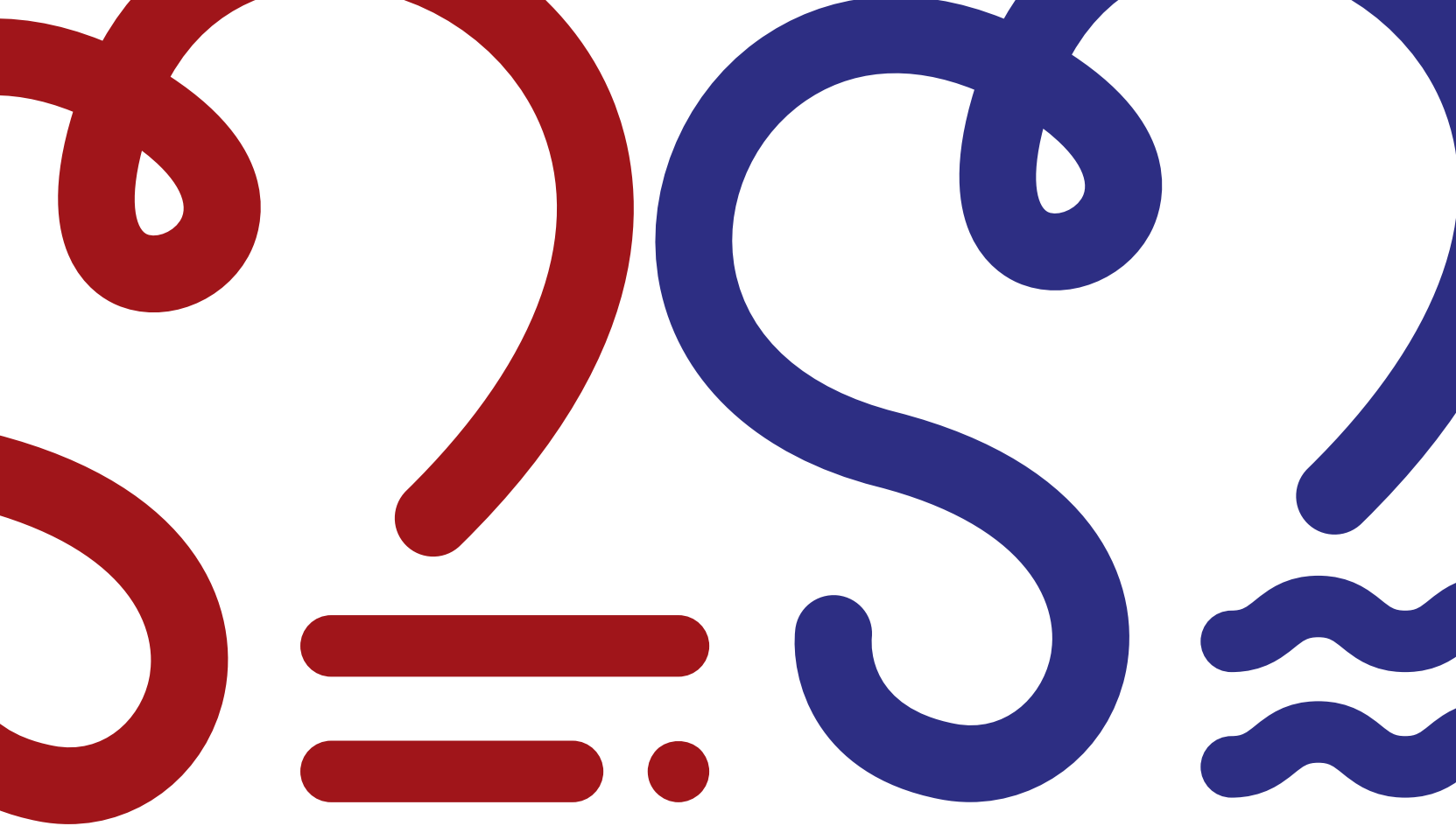




BRAND MANUAL

VISIT SAN MAURO MARE • VISIT SAN MAURO PASCOLI



01 INTRODUZIONE

02 FONT

03 COLORE

04 STATIONARY

01

Introduzione

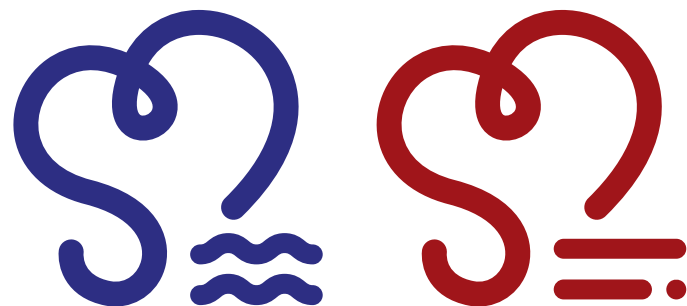
Il valore del marchio cresce quando viene utilizzato in modo uniforme.

Tutte le persone che hanno a disposizione il manuale sono invitate a seguire con attenzione le poche, chiare e definite regole contenute al suo interno. Rispettare e applicare queste indicazioni in maniera corretta, curando la qualità delle realizzazioni, è fondamentale per tradurre in realtà il progetto di immagine e mantenere nel tempo i risultati raggiunti.



01.1

Pittogramma



Un Pittogramma, due anime: San Mauro Mare e San Mauro Pascoli.

Un segno unico con una doppia personalità che racconta la destinazione nella sua interezza, unendo elementi visivi e simbolici – il cuore, le iniziali S+M, l'iconografia del mare e la scrittura – per rappresentare insieme San Mauro Pascoli e San Mauro Mare.

01.2

Logo e gabbia orizzontale



Il pittogramma è accompagnato da due font differenti: un calligrafico, disegnato ad hoc per la destinazione, che dona leggerezza e si inserisce nello stile visivo degli attuali brand turistici, e un sans serif, più strutturato e leggibile, scelto per distinguere ma al tempo stesso armonizzare i due naming: San Mauro Mare e San Mauro Pascoli.

01.3

Logo e gabbia
verticale

08

Il pittogramma è accompagnato da due font differenti: un calligrafico, disegnato ad hoc per la destinazione, che dona leggerezza e si inserisce nello stile visivo degli attuali brand turistici, e un sans serif, più strutturato e leggibile, scelto per distinguere ma al tempo stesso armonizzare i due naming: San Mauro Mare e San Mauro Pascoli.



01.4

Logo
orizzontale

60

Logo positivo a colori.



01.5

Logo bianco orizzontale

10

Logo negativo
1 colore
Bianco



01.6

Logo nero orizzontale

11

Logo negativo
1 colore
Nero



01.7

Logo verticale

12

Logo positivo a colori.



01.8

Logo bianco verticale

13

Logo negativo
1 colore
Bianco



01.9

Logo nero verticale

14

Logo negativo
1 colore
Nero



01.10

Area di rispetto

15

L'area di rispetto del logo è definita come quella porzione di spazio circostante allo stesso, all'interno della quale nessun altro elemento può essere inserito.

L'area di rispetto garantisce al logo un'adeguata indipendenza visiva da ogni altro elemento grafico.

01.11

Riduzione in scala logo orizzontale



8mm

La dimensione minima del Logo, deve essere sempre rispettata per la corretta diffusione del brand.

Prima della produzione, se la riduzione non rispetta le dimensioni minime, vanno validate le bozze e i prototipi di stampa.

Il payoff, per la dimensione minima di stampa, è previsto solo nella versione orizzontale del logo.

01.12

Riduzione in scala logo verticale



15mm

La dimensione minima del Logo, deve essere sempre rispettata per la corretta diffusione del brand.

Prima della produzione, se la riduzione non rispetta le dimensioni minime, vanno validate le bozze e i prototipi di stampa.

01.13

Riduzione in scala logo orizzontale



La dimensione minima del Logo, deve essere sempre rispettata per la corretta diffusione del brand.

Prima della produzione, se la riduzione non rispetta le dimensioni minime, vanno validate le bozze e i prototipi di stampa.

Il payoff, per la dimensione minima di stampa, è previsto solo nella versione orizzontale del logo.

01.14

Riduzione in scala logo verticale



La dimensione minima del Logo, deve essere sempre rispettata per la corretta diffusione del brand.

Prima della produzione, se la riduzione non rispetta le dimensioni minime, vanno validate le bozze e i prototipi di stampa.

01.15

Usi del logo non consentiti

20

Non è consentito in nessun caso
l'allungamento non proporzionale del
logo, nè in verticale nè in orizzontale.



01.16

Usi del logo non consentiti

21

Non è consentito in nessun caso
l'allungamento non proporzionale del
logo, nè in verticale nè in orizzontale.



01.17

logo e payoff San Mauro Mare



Il payoff serve a dare voce al logo.
Un buon payoff rende più immediata la
comprensione del brand, lo fissa nella
memoria e crea un legame con chi lo
incontra.

Il payoff di San Mauro Mare è:
Un mare di famiglia

01.18

logo e payoff San Mauro Pascoli



Il payoff serve a dare voce al logo.
Un buon payoff rende più immediata la
comprensione del brand, lo fissa nella
memoria e crea un legame con chi lo
incontra.

Il payoff di San Mauro Pascoli è:
Un paese di poesia

02 Font

La scelta del carattere istituzionale è fondamentale per dare uniformità al brand e riconoscibilità visiva anche in assenza del logo.

Il corretto utilizzo dei font e dei loro pesi, permette al brand la corretta riconoscibilità sia sul web che in stampa.

02.1

Font istituzionale



26

Outfit è un Google Font sans serif dall'aspetto morbido, geometrico e non spigoloso. Si accosta ai due segni proposti fondendo perfettamente il segno visivo con la parte testuale.

Il font è open source e può essere utilizzato e scaricato a questo link: <https://fonts.google.com/specimen/Outfit> o inquadrando il Qr-code.

Ag

Outfit

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.?!&

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.?!&

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.?!&

02.2

Font alternativo



27

Caveat è una famiglia di caratteri per scrittura a mano. È pensata sia per brevi annotazioni, citazioni o per evidenziare brevi frasi. Non sostituisce il font istituzionale.

Il font è open source e può essere utilizzato e scaricato a questo link: <https://fonts.google.com/specimen/Caveat> o inquadrando il Qr-code.

Ag

Caveat

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.?!&

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.?!&

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890.?!&

03 Colori

Il colore è fondamentale per la corretta diffusione del brand.

Per Visit San Mauro Mare e Visit San Mauro Pascoli, sono stati scelti:
blu oltremare e **elegant bordeaux**

03.1

Colore

30

Le tonalità presenti in questo manuale sono utilizzate per differenziare la visual identity di Visit San Mauro Mare e Visit San Mauro Pascoli.

Blu oltremare
CMYK: 100 – 95 – 5 – 0 | HEX: #251f72
Per il web è possibile utilizzare gradienti del blu oltremare.

Elegant bordeaux
CMYK: 15 – 100 – 90 – 29 | HEX: #850012
Per il web è possibile utilizzare gradienti dell'elegant bordeaux.



03.2

Colori secondari

31

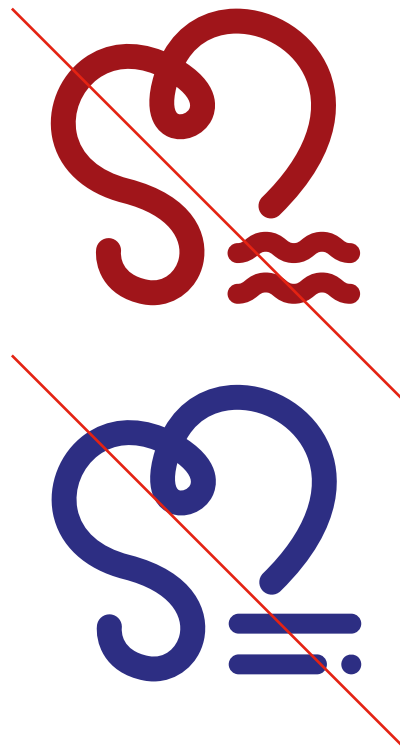
I colori secondari possono accompagnare la comunicazione online e offline. Non sostituiscono i colori primari ma sono di supporto al brand e a tutte le persone che hanno a disposizione il manuale e le sue guide.

03.3

Errori di cromie

32

Non è consentito l'uso invertito per i pittogrammi, né utilizzo di altri colori se non presenti nel manuale.



04

Stationary

33

Tutti gli elementi che compongono l'identità visiva di un brand, se studiati in armonia con il logo permettono una più corretta e veloce diffusione del brand.





A close-up of a white tote bag with large, thick red abstract brushstrokes. The bag is filled with teal-colored items.

Visit
San Mauro
Pascoli
Un paese di poesia.

A close-up of a white tote bag with large, thick blue abstract brushstrokes. The bag is filled with teal-colored items.

Visit
San Mauro
Mare



HappyMinds

Prodotto originale frutto
delle menti felici e creative di
HAPPY MINDS srl