

# IMMAGINE COORDINATA: GUIDELINES E APPLICAZIONI



Scuola Superiore  
Sant'Anna

di Studi Universitari e di Perfezionamento

MARCHIO E SUE VARIANTI



# Scuola Superiore Sant'Anna

di Studi Universitari e di Perfezionamento

## MARCHIO ORIZZONTALE COMPLETO

Il marchio ufficiale della Scuola Superiore Sant'Anna, così come è stato codificato nel 2003.

Fa uso delle due font Bauer Bodoni e Rotis Sans, nei due colori istituzionali mattone e grigio (vedi specifiche cromatiche). Si usa in tutte le applicazioni istituzionali del marchio (carta intestata, biglietti da visita, etc) e in altri strumenti di comunicazione, preferibilmente in positivo su fondo bianco.

## USO IN NEGATIVO



Per uso su sfondi scuri o tasselli colore, il marchio è da usarsi nella sua versione negativa in bianco.

L'impiego di tasselli colore deve essere limitato ai due colori istituzionali della Scuola (vedi specifiche cromatiche), nei casi in cui sia necessario dare al marchio un appoggio visivo o quando il marchio viva su sfondi fotografici.

## USO PAGINE A SEGUIRE



Variante del marchio riportante il solo elemento visivo, da usare come intestazione delle "pagine a seguire" (documenti Word, Powerpoint, etc)

## REGOLE DI RIDUZIONE



Nella sua versione orizzontale completa, il marchio non può essere usato in dimensioni inferiori a 48 mm, in modo da non pregiudicare la leggibilità dell'ultima riga della denominazione ufficiale della Scuola.

## USO SCORRETTO DEL MARCHIO



Non è permesso l'uso del marchio su sfondi fotografici o colorati non omogenei, o comunque quando uno sfondo irregolare o troppo scuro ne pregiudichi la lettura.





#### MARCHIO CIRCOLARE

Si tratta di una variante più formale del marchio, anch'essa codificata nel 2003. Viene impiegato in quelle occasioni in cui la leggibilità del nome della Scuola passa in secondo piano rispetto al valore simbolico del marchio, e quindi nelle occasioni più formali quali ad esempio i Diplomi.

## USO IN NEGATIVO



Come per la versione precedente, in caso venga usato su sfondi scuri o tasselli colore, viene impiegata la variante negativa bianca.

Per le cromie utilizzabili nei tasselli colore, fare riferimento ai riferimenti cromatici istituzionali della Scuola.

## REGOLE DI RIDUZIONE



Nella versione circolare, il marchio non può essere usato in dimensioni inferiori a 20 mm.

## USO SCORRETTO DEL MARCHIO



Come per la versione orizzontale, non è permesso l'uso del marchio su sfondi fotografici o colorati non omogenei, o comunque quando uno sfondo irregolare o troppo scuro ne pregiudichi la lettura.





#### MARCHIO DI COMUNICAZIONE

Variante elaborata per offrire un appoggio visivo al marchio (qui usato in negativo su colore) e renderne possibile l'applicazione in contesti più complessi, in cui la visibilità e l'impatto siano elementi discriminanti. Il supporto colore rende infatti ben visibile il marchio anche su sfondi elaborati. La leggera rotazione fra le due forme geometriche suggerisce dinamismo, e i colori scelti (rosso e beige) rielaborano quelli storici in un linguaggio più moderno e "smart".

Da usare in tutti quei casi in cui il contesto, lo strumento o il target di riferimento richiedono maggiore visibilità e impatto, come la comunicazione pubblicitaria rivolta all'esterno o il mondo digitale.

## REGOLE DI RIDUZIONE



Nella versione di comunicazione, il marchio non può essere usato in dimensioni inferiori a 50 mm. Per un uso al di sotto dei 50 mm, seguire le indicazioni sottostanti.



Al di sotto delle dimensioni indicate, è possibile in contesti non formali adottare una versione semplificata del marchio di comunicazione, in cui viva il solo logotipo Scuola Superiore Sant'Anna, senza il visual e la denominazione completa. Le dimensioni non potranno comunque essere inferiori a 25 mm.

## VARIANTI DEL MARCHIO PER USI DIGITALI



In altri contesti ancora, in cui il marchio assuma una valenza di puro brand senza bisogno di comunicare il nome completo (come ad esempio le icone dei profili sui social network), è possibile ricorrere a una ulteriore variante in cui il solo visual del marchio viva su una forma quadrata o circolare.

SCELTE TIPOGRAFICHE

BAUER BODONI, Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Il carattere Bauer Bodoni è stato realizzato nel 1926 dalla Bauer Type Foundry di Francoforte. Disegnato da Heinrich Jost, è il carattere della famiglia dei Bodoni che più si avvicina a quello creato da Giovanni Battista Bodoni nel 1798, esaltandone il contrasto estremo fra linee spesse e sottili. Considerato dai tipografi uno dei migliori caratteri per grazia e delicatezza, è particolarmente adatto a scritte di grandi dimensioni e a spiccare in riviste, copertine di libri o eleganti siti web.

Oltre che nel marchio, il carattere è attualmente usato nell'immagine coordinata della Scuola solo per elaborazioni puramente grafiche che citino la classicità e l'eleganza del marchio, e non come scelta tipografica per titoli o testi.

AUDIMAT, Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

AUDIMAT, Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

Disegnato nel 2003 dal designer Jack Usine, il carattere Audimat ha subito un completo restyling nel 2006, che l'ha arricchito di caratteri stilistici italic completamente nuovi.

Dalle forme decise e moderne, l'Audimat è oggi nell'immagine coordinata della Scuola il carattere di elezione per la composizione di titoli e sottotitoli in strumenti di comunicazione. Sempre in maiuscolo se usato come titolo, può essere usato in maiuscolo/minuscolo nel caso di sottotitoli o titoletti all'interno di brochure. Non va invece usato per l'impaginazione di testi.

FRUTIGER, Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

FRUTIGER, Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Il Frutiger è un carattere creato dal designer svizzero Adrian Frutiger nel 1968, su commissione dell'aeroporto Charles de Gaulle di Roissy, che aveva bisogno di un font per le sue insegne. Frutiger ha disegnato un carattere che unisse razionalità, pulizia e proporzioni per un risultato particolare, ma ben leggibile da varie angolazioni e distanze.

Da usare in maiuscolo/minuscolo per l'impaginazione di testi, soprattutto lunghi, all'interno di strumenti di comunicazione complessi come pieghevoli e brochure. Il testo che state leggendo è composto in Frutiger.

HELVETICA, Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890**

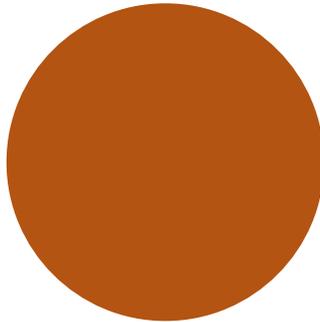
HELVETICA, Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

#### CARATTERE DI SOSTITUZIONE UNIVERSALE

Carattere semplice, di facile lettura, da usare nel caso di strumenti autoprodotti con software non professionali come Word, Powerpoint o altri. Le sue caratteristiche di carattere di sistema operativo, di diffusione pressoché universale, rendono possibile il suo impiego da qualunque postazione e con qualunque stampante.

SCELTE CROMATICHE



MARRONE:

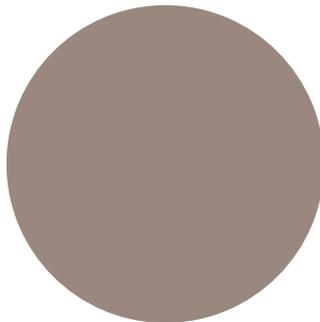
**Pantone 1675**

Quadricromia:

30% cyan; 75% magenta; 75% giallo; 0% nero

Web:

# b66052



GRIGIO:

**Pantone Warm Gray 9**

Quadricromia:

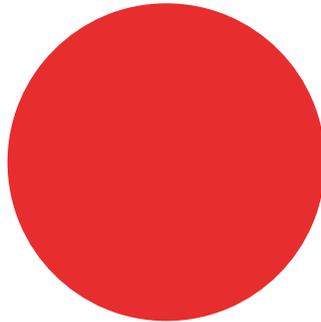
0% cyan; 5% magenta; 15% giallo; 55% nero

Web:

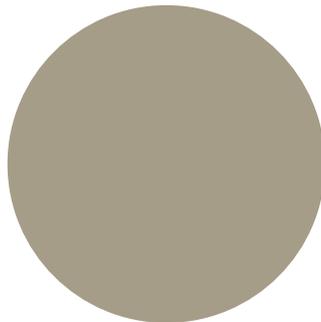
# 8a8479

#### COLORI ISTITUZIONALI

Sono i due colori che compongono il marchio originale: il marrone e il grigio.



ROSSO:  
**Pantone 1795 EC**  
Quadricromia:  
0% cyan; 96% magenta; 90% giallo; 0% nero  
Web:  
# ea2e36



GRIGIO:  
**Pantone 7536 EC**  
Quadricromia:  
11% cyan; 13% magenta; 30% giallo; 32% nero  
Web:  
# a49c88

## COLORI COMUNICAZIONE

I due colori che compongono il marchio di comunicazione riprendono i due colori originari (mattone e grigio), preservandone le cromie di riferimento ma spostandone le vibrazioni nella direzione del rosso lacca e del grigio-beige.

# APPLICAZIONI DEL MARCHIO NEI VARI STRUMENTI

BIGLIETTO DA VISITA



Modello fornito sotto forma di file aperto da personalizzare.

## CARTA INTESTATA DIGITALE (primo foglio)



Onde lasciare spazio in alto a sinistra per l'eventuale cartiglio del protocollo, l'intestazione con il marchio della Scuola è stata posta in alto a destra, e introdotto un filo verticale per offrire un appoggio visivo.

Idealmente allineato in verticale, un analogo filo offre appoggio speculare per l'impaginazione dell'indirizzo e i dei dati della Scuola nel footer.

La font scelta è una font universale di sistema Helvetica, utilizzabile e stampabile da qualsiasi computer.

L'eventuale personalizzazione della intestazione dei singoli uffici, in colore, è allineata al testo con un margine a sinistra di 3 cm. Il margine a destra è di 2 cm.

**Modello fornito sotto forma di file aperto Word.**

Bacchette colorate allineate verticalmente.

**CARTA INTESTATA DIGITALE (fogli a seguire)**

Nei fogli a seguire compare il solo elemento visivo del marchio. Niente footer.

**Modello fornito sotto forma di file aperto Word.**

POWER POINT (Cover)



Titolo presentazione  
font universale  
(Helvetica Light)

Eventuale nome  
del relatore,  
data e luogo

Le impostazioni di questo documento sono fornite attraverso un file .ppt già preimpostato.

## POWER POINT (template pagine interne)

Titolo presentazione ed eventuale sezione

Neque porro quisquam est qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci.

Neque porro quisquam est qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit

- neque porro quisquam est qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit
- neque porro quisquam est qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit

Neque porro quisquam est qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci.

Neque porro quisquam est qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit

- neque porro quisquam est qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit
- neque porro quisquam est qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit

Neque porro quisquam est qui dolorem ipsum quia dolor sit amet, consectetur, adipisci velit

010

numero pagina

Le impostazioni di questo documento sono fornite attraverso un file .ppt già preimpostato.

## LOCANDINA EVENTI



**Scuola Superiore Sant'Anna**  
© Studi Universitari e di Perfezionamento

## THE GLOBAL LAND ISSUE: A MULTIDISCIPLINARY ANALYSIS OF DRIVERS, IMPLICATIONS AND INSTRUMENTS

Conference organized by the Agricultural Law Area  
together with the Alumni Association of the Scuola

NOVEMBER 8<sup>th</sup>  
2013

Scuola Superiore Sant'Anna | Pisa, Aula Magna

**9.30**  
Greetings from the Authorities of the Scuola  
Greetings from the Alumni Association (Marco Argentin)  
Presentation of the initiative (Giorgia Mei)

**FIRST PANEL**  
**THE GLOBAL LAND ISSUE:  
DEFINITIONS, DRIVERS  
AND CONTEXT**  
Chair: Fiona Smith, Faculty of Life,  
University College London

**10.10 / 10.30**  
Drivers of the global land rush:  
an overview of patterns and processes  
*(Marianne Kuhl, Institute of International Studies, University of Göttingen)*

**10.30 / 10.50**  
Science: driving or preventing  
large-scale land investments?  
Elaborating on the nexus among land,  
water, food, energy and climate  
*(Marianne Kuhl, Institute for Science, Technology & Society, University of Göttingen)*

**10.50 / 11.10**  
Q&A time

**11.10 / 11.30**  
Visualizing the global phenomenon  
of large-scale land acquisitions: the Land Matrix  
*(Tim Geber - International Land Coalition - ILC)*

**11.30 / 11.50**  
Land titling, tenure formalization and interactions  
between urban and rural land markets  
*(John Davidson-Lambert, Centre for Global Land for Sustainable Development - CGIAR)*

**11.50 / 12.10**  
Unraveling "land grabbing": different models  
of large-scale land acquisition  
*(Marianne Kuhl, Institute for Science, Technology & Society)*

**12.10 / 12.30**  
Q&A time

**12.30 / 13.30**  
Lunch

**SECOND PANEL**  
**IMPACTS AND MAJOR  
CHALLENGES OF THE GLOBAL  
LAND COMPETITION**  
Chair: Paolo Sganga, National Research  
Department - Land and Water Division, FAO

**13.30 / 14.10**  
**CHALLENGE 1 /**  
Food versus Fuel: which level of competition?  
*(13.30 / 13.50)*

**14.10 / 14.50**  
**CHALLENGE 2 /**  
Deforestation and Climate change  
*(14.10 / 14.30)*

**14.50 / 15.30**  
**CHALLENGE 3 /**  
Land and Extractive Industries  
*(14.50 / 15.10)*

**15.10 / 15.30**  
Extractive industries, indigenous rights  
and forced evictions  
*(Gordon Brand, Amnesty International)*

**15.30 / 15.50**  
Q&A time

**15.50 / 16.10**  
Coffee break

**THIRD PANEL**  
**INTERNATIONAL INSTRUMENTS  
AND PRINCIPLES FOR THE  
SUSTAINABLE ACCESS TO AND  
USE OF NATURAL RESOURCES**  
Chair: Daniela de Gaudy,  
Dipartimento, ISSA

**16.10 / 16.30**  
Land grab and human rights:  
mapping multilevel governance of food security  
and FDI in weak States  
*(Piero Bebbi - Faculty of Law, University Göttingen)*

**16.30 / 16.50**  
From the International Conference  
on Agrarian Reform and Rural Development  
(ICARRD) to the VGGTs and beyond:  
the need to address power relations  
*(Paolo Sganga, National Research Department -  
Land and Water Division, FAO)*

**16.50 / 17.10**  
Global justice, resource curse  
and the moral problem of land redistribution  
*(Marianne Kuhl, Institute for Science, Technology & Society)*

**17.10 / 17.30**  
Right to land / food / life:  
peasants' rights in the United Nations  
*(Giovanni Carlini, Transnational Institute - TI)*

**17.30 / 17.45**  
Q&A time

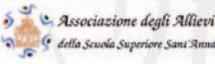
**17.45**  
Closing Session

**17.45 / 18**  
Conclusions  
*(Marianne Kuhl, Institute for Science, Technology & Society)*

**18 / 18.30**  
Debate  
*(Marianne Kuhl, Institute for Science, Technology & Society)*



**Scientific Directors:**  
Mariagrazia Alabrese, Eloisa Cristiani  
and Giorgia Mei



**Associazione degli Allievi  
della Scuola Superiore Sant'Anna**

**Contacts:**  
Giorgia Mei g.mei@sssup.it, giorgiamel@yahoo.it  
ph. +39 389 516702

Format grafico da usare per la comunicazione interna di eventi con un programma complesso, da sviluppare graficamente su due o tre colonne.

Versione con visual (fotografia o illustrazione) da inserire con una risoluzione minima di 200 dpi (non inserire immagini trovate in rete a 72 dpi, che non hanno sufficiente definizione per la stampa).

La font usata è quella universale Helvetica, per permettere una produzione e una stampa interna.

Modello fornito in formato A3, stampabile in formato ridotto A4 applicando una riduzione del 70% (o scegliendo l'opzione di stampa "adatta al foglio").

In caso di una o due colonne, far partire il testo dal centro e lasciare libero lo spazio sotto la foto, che manterrà solo la didascalia sottostante.

La foto andrà inserita in un box di 133,184 mm x 130,907 mm.

Modello fornito sotto forma di file aperto da personalizzare con i contenuti dell'evento da comunicare.

## LOCANDINA EVENTI SENZA FOTO



**Scuola Superiore  
Sant'Anna**  
di Studi Universitari e di Perfezionamento

NOVEMBER  
2013 **8<sup>th</sup>**

# THE GLOBAL LAND ISSUE: A MULTIDISCIPLINARY ANALYSIS OF DRIVERS, IMPLICATIONS AND INSTRUMENTS

**Conference organized by the Agricultural Law Area  
together with the Alumni Association of the Scuola**

**Scuola Superiore Sant'Anna | Pisa, Aula Magna** **9.30**

Greetings from the Authorities of the Scuola  
Greetings from the Alumni Association (Marco Argentei)  
Presentation of the Initiative (Giorgia Mei)

**Scientific Directors:**  
Mariagrazia Alabrese,  
Eloisa Cristiani and Giorgia Mei

**FIRST PANEL**

**THE GLOBAL LAND ISSUE:  
DEFINITIONS, DRIVERS  
AND CONTEXT**

*Chair: Fiona Smith, Faculty of Law,  
University College London*

**10.15 / 10.30**  
Drivers of the global land rush:  
an overview of patterns and processes  
*(Marianne Dale, Institute of Environmental Studies, University of Toronto)*

**10.30 / 10.50**  
Science: driving or preventing  
large-scale land investments?  
Elaborating on the nexus among land,  
water, food, energy and climate  
*(Marianne Dale, Institute for Environment and Society, University of Toronto)*

**10.50 / 11.10**  
Q&A time

**11.10 / 11.30**  
Visualizing the global phenomenon  
of large-scale land acquisitions: the Land Matrix  
*(Tim Geiser - International Land Coalition - ILC)*

**11.30 / 11.50**  
Land titling, tenure formalisation and interactions  
between urban and rural land markets  
*(John Davidson-Lawson, Centre for International Forestry Research - CIFOR, Nairobi)*

**11.50 / 12.10**  
Unraveling "land grabbing": different models  
of large-scale land acquisition  
*(Marianne Dale, Institute for Environment and Society - IIES)*

**12.10 / 12.30**  
Q&A time

**12.30 / 13.30**  
Lunch

**SECOND PANEL**

**IMPACTS AND MAJOR  
CHALLENGES OF THE GLOBAL  
LAND COMPETITION**

*Chair: Paolo Srinivas, National Resources  
Department - Land and Water Division, FAO*

**13.30 / 14.10**  
**CHALLENGE 1 /**  
Food versus Fuel: which level of competition?  
*(Marianne Dale, Institute for Environment and Society - IIES)*

**14.10 / 14.30**  
Biofuel and Indirect Land Use Change: current  
proposals to amend the EU Directive on Biofuel  
*(Marianne Dale, Institute for Environment and Society - IIES)*

**14.30 / 14.50**  
"Full cars, empty plates": EU Biofuel policies  
and the risks for food security  
*(Marianne Dale, Institute for Environment and Society - IIES)*

**14.50 / 14.55**  
**CHALLENGE 2 /**  
Deforestation and Climate change  
*(Marianne Dale, Institute for Environment and Society - IIES)*

**14.55 / 14.58**  
"Responsible" forest use: from  
"controlled logging" to climate  
mitigation initiatives  
*(George W. Schemm, University of British Columbia - UBC)*

**14.58 / 14.59**  
Climate CO2onialism: opposition to carbon  
markets as solutions to climate change  
*(John Davidson-Lawson, Centre for International Forestry Research - CIFOR, Nairobi)*

**14.59 / 15.00**  
**CHALLENGE 3 /**  
Land and Extractive Industries  
*(Marianne Dale, Institute for Environment and Society - IIES)*

**14.59 / 15.10**  
International protection of Indigenous Peoples'  
rights vis-à-vis the mining industry:  
land, consultations, and their Free, Prior  
and Informed Consent (FPIC)  
*(Marianne Dale, Institute for Environment and Society - IIES)*  
*Participation: Movement & Land (M&L) - Jorhna, Bolivia*

**15.10 / 15.30**  
Extractive industries, indigenous rights  
and forced evictions  
*(Marianne Dale, Institute for Environment and Society - IIES)*

**15.30 / 15.50**  
Q&A time

**15.50 / 16.10**  
Coffee break

**THIRD PANEL**

**INTERNATIONAL INSTRUMENTS  
AND PRINCIPLES FOR THE  
SUSTAINABLE ACCESS TO AND  
USE OF NATURAL RESOURCES**

*Chair: Andrea de Gaudy,  
Dipolis Institute, ISSA*

**16.10 / 16.30**  
Land grab and human rights:  
mapping multilevel governance of food security  
and FDI in weak States  
*(Pamela Barth - Faculty of Law, University College London)*

**16.30 / 16.50**  
From the International Conference  
on Agrarian Reform and Rural Development  
(ICARRD) to the VGGTs and beyond:  
the need to address power relations  
*(Paolo Srinivas, National Resources Department -  
Land and Water Division, FAO)*

**16.50 / 17.10**  
Global justice, resource curse  
and the moral problem of land redistribution  
*(Marianne Dale, Institute for Environment and Society - IIES)*

**17.10 / 17.30**  
Right to land / food / life:  
peasants' rights in the United Nations  
*(Marianne Dale, Institute for Environment and Society - IIES)*

**17.30 / 17.45**  
Q&A time

**17.45**  
Closing Session

**17.45 / 18**  
Conclusions  
*(Marianne Dale, Institute for Environment and Society - IIES)*

**18 / 18.30**  
Debate

**Contacts:**  
Giorgia Mei [g.mei@ssup.it](mailto:g.mei@ssup.it), [giorgiamei@yahoo.it](mailto:giorgiamei@yahoo.it)  
ph. +39 389 516702



**Associazione degli Allievi  
della Scuola Superiore Sant'Anna**

Come il modello precedente, versione senza visual in cui il titolo è stato ingrandito.

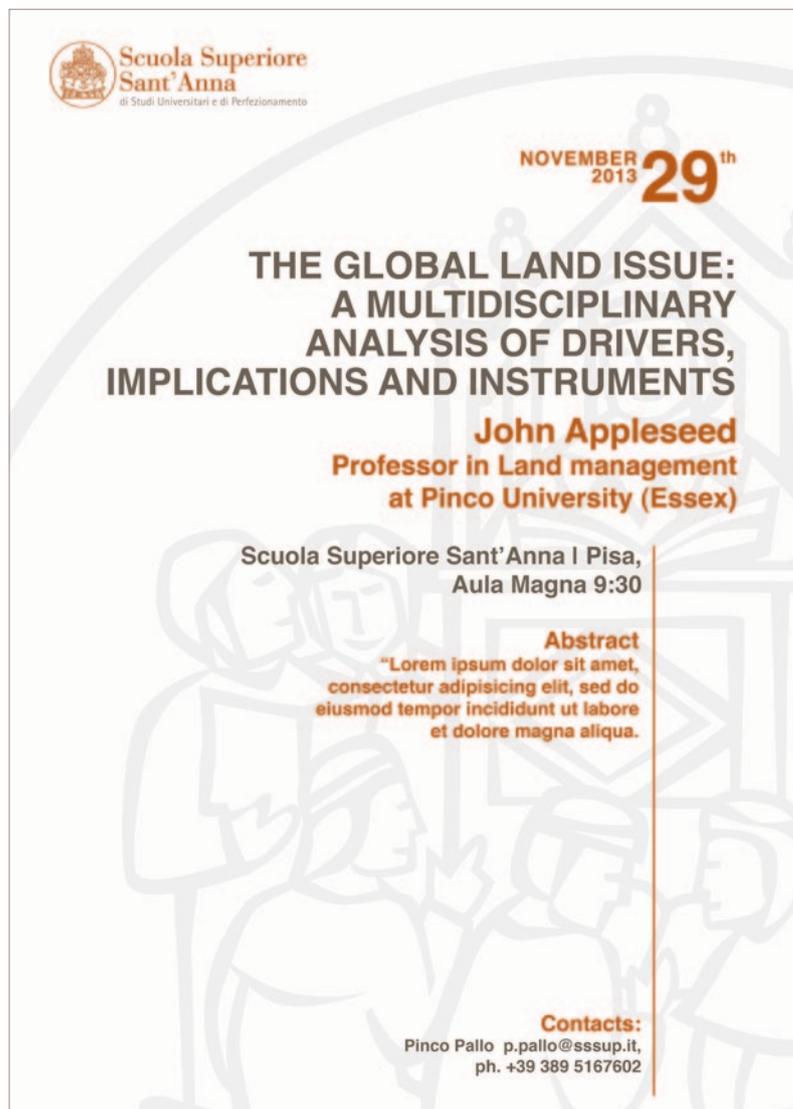
Modello fornito sotto forma di file aperto da personalizzare con i contenuti dell'evento da comunicare.

La font usata è quella universale Helvetica, per permettere una produzione e una stampa interna.

Modello fornito in formato A3, stampabile in formato ridotto A4 applicando una riduzione del 70% (o scegliendo l'opzione di stampa "adatta al foglio").

Modello fornito sotto forma di file aperto personalizzabile con i dati dell'evento.

## LOCANDINA SEMINARI



Format grafico da usare per la comunicazione interna di seminari o conferenze con programma semplice (unico appuntamento).

Modello fornito sotto forma di file aperto da personalizzare con i contenuti dell'evento da comunicare.

La font usata è quella universale Helvetica, per permettere una produzione e una stampa interna.

Modello fornito in formato A3, stampabile in formato ridotto A4 applicando una riduzione del 70% (o scegliendo l'opzione di stampa "adatta al foglio").

Modello fornito sotto forma di file aperto personalizzabile con i dati del seminario.

BROCHURE TATTICA



Formato 260 x 260 mm

Titolo posto a 350 mm dalla parte superiore del bordo e a 1 cm dal bordo laterale sinistro

Sfondo color PANTONE Warm Gray 9

Qui verrà usato il marchio tondo in laterale sotto al titolo con effetto sovrapposti al 30% di trasparenza.

TITOLO: AUDIMAT Regular 60 pt  
maiuscolo  
EVENTUALE SOTTOTITOLO: AUDIMAT  
Regular 30pt MAIUSCOLO/minuscolo

Spazio per inserimento foto:  
270 x 145 mm

BROCHURE TATTICA (pagine interne)



Gabbia grafica di massima per impaginazione interno brochure:

Fotografia a pagina intera, da impaginare al vivo (senza inserimento numero pagina)

Titolo in Audimat Regular 30pt MAIUSCOLO, tioletti nel testo in Audimat Regular 16 pt MAIUSCOLO/minuscolo, colore PANTONE 1795 EC

Testo su due colonne bandierato a sinistra, corpo 11 pt, in grigio (black 80%)

Numero pagina in Audimat Regular a 12pt in Pantone 1795 EC, appoggiata a filo verticale tagliato al vivo sul bordo inferiore e distante 0,5 mm dal numero, di spessore 0,75 pt in PANTONE Warm Gray 9.



Nel caso di doppia pagina di solo testo, è possibile inserire sullo sfondo il nostro marchio circolare nella misura di 325mm x 325 mm con trasparenza al 10%

Il testo andrà sempre impaginato ad 1 cm a partire dall'interno della pagina e allineato ad un cm dalla parte bassa. Si può spezzare ogni tanto il testo con una foto che non sporga oltre la larghezza della colonna.

BROCHURE TATTICA (retro)



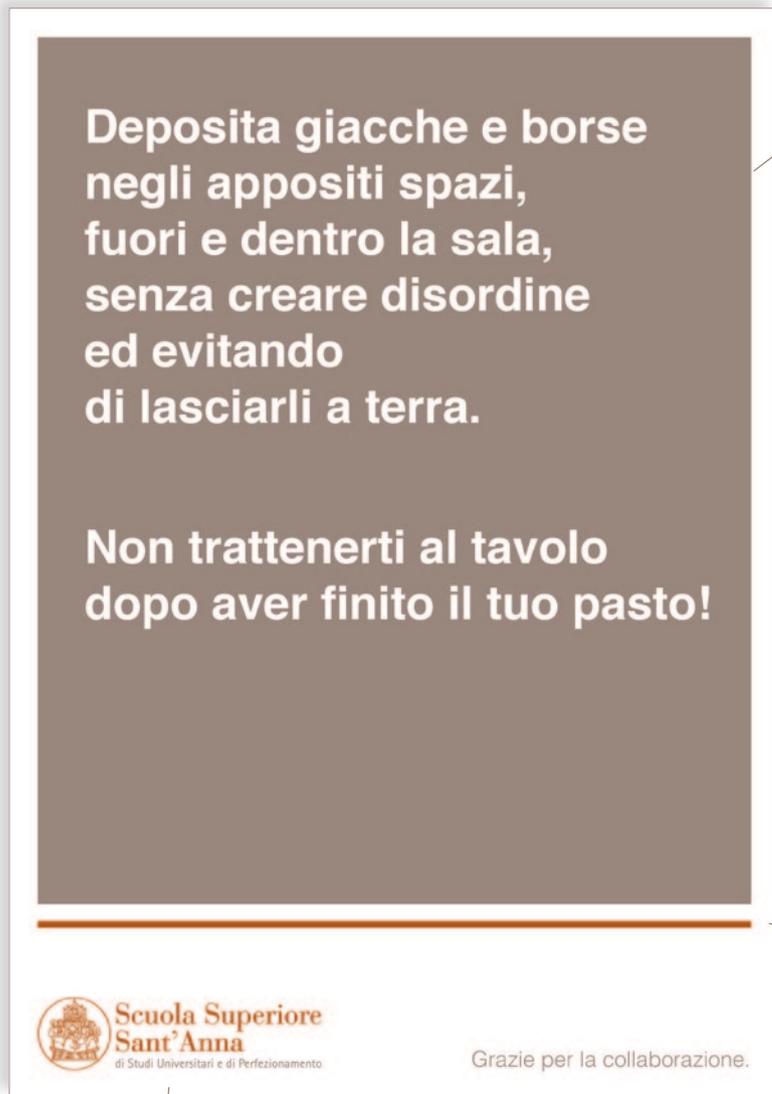
Rettangolo color PANTONE Warm Gray 9 allineato con quello sulla copertina, misura: 260 x120 mm

Il marchio tondo in laterale continua dalla parte della cover con effetto sovrapposti e al 30% di trasparenza.

Indirizzo e riferimenti in Frutiger Light 12pt

Marchio di comunicazione (negli strumenti per cui è previsto) nelle misure 75 x 40mm

## CARTELLI AVVISI INTERNI



Il cartello di avviso interno si sviluppa all'interno di un A4 verticale con un rettangolo distante 8 mm dai bordi, in modo da essere stampabile senza riduzioni dalle comuni stampanti da ufficio.

Il rettangolo color PANTONE Warm Gray 9 misura: 194 mm x 236 mm

Testo in maiuscole/minuscole HELVETICA Bold 36 pt (il corpo può variare in funzione della quantità di testo).

In caso di avvisi molto lunghi, si consiglia di suddividere il testo su più cartelli, in modo da non scendere al di sotto di 30 pt.

Queste scelte grafiche permettono di avere il massimo della leggibilità e allo stesso tempo un format riconoscibile rispetto alle comunicazioni degli eventi.

**Le impostazioni di questo documento sono fornite attraverso un file .ppt già preimpostato.**

Linea color Pantone 1675 distante 5 mm dal rettangolo in colore spessore 4 pt

Testo in HELEVETICA Light 17 pt

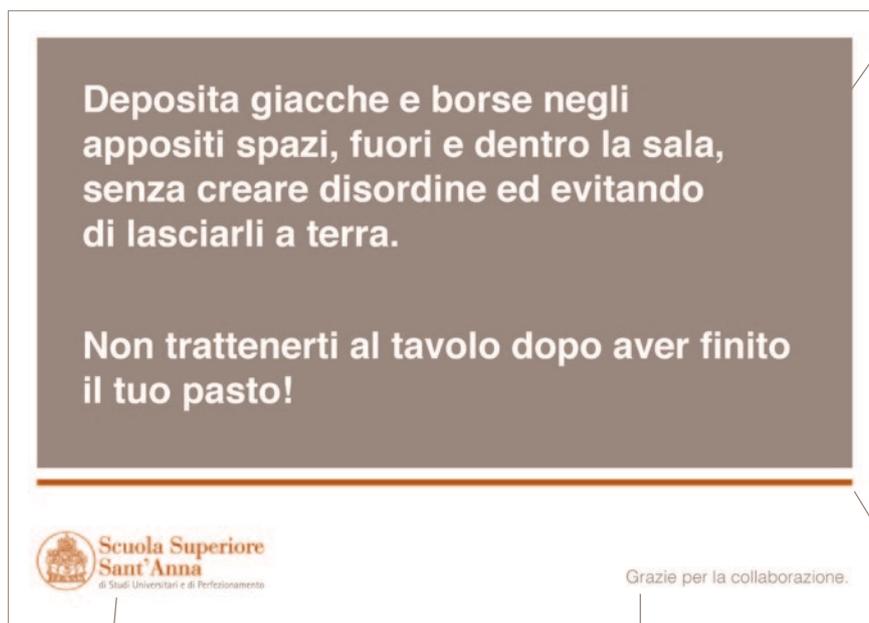
Marchio larghezza 77mm

## CARTELLO AVVISI INTERNI ORIZZONTALE

Il cartello di avviso interno si sviluppa all'interno di un A4 orizzontale con un rettangolo distante 8 mm dai bordi, in modo da essere stampabile senza riduzioni dalle comuni stampanti da ufficio.

Rettangolo color PANTONE Warm Gray 9  
misura: 236 mm x194 mm

TESTO: HELVETICA Bold 36 pt



Marchio larghezza 78 mm

Grazie per la collaborazione.

Linea color Pantone 1675  
distante 5 mm dal rettangolo  
spessore 4 pt

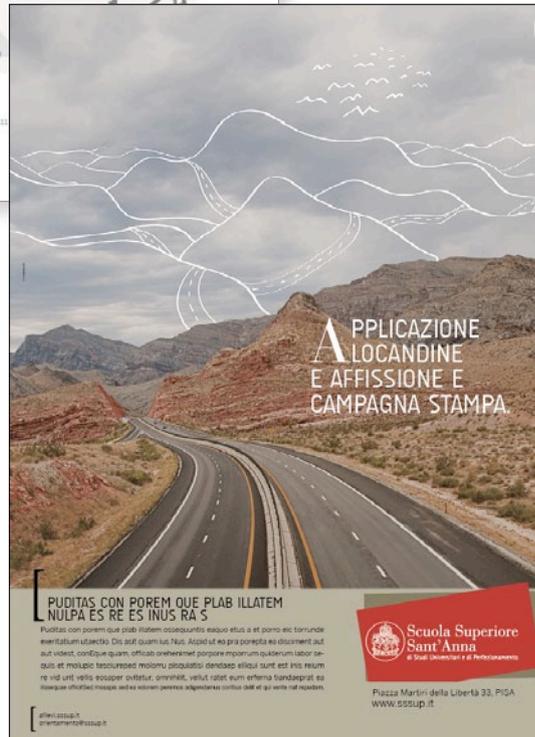
Testo in HELEVETICA Light 17 pt

Le impostazioni di questo documento sono fornite attraverso un file .ppt già preimpostato.

APPLICAZIONE DEL MARCHIO SU STRUMENTI DI COMUNICAZIONE:  
LOCANDINE, ANNUNCI STAMPA E SITO WEB



Esempio di applicazione del marchio di comunicazione su locandina o annuncio stampa rivolti al pubblico, e per uso digitale (homepage sito web).





*A brain tickling Agency.*

Via Gustavo Modena, 6  
20129 Milano  
T. +39 02 7000 9669 | [horace.it](http://horace.it)