



**MANUALE DI
IDENTITÀ VISIVA**

**FLAG
SARDEGNA
SUD
OCCIDENTALE**

MANUALE DI IDENTITÀ VISIVA

FLAG SARDEGNA SUD OCCIDENTALE

Via Aldo Moro snc - 09010 Masainas (SU)
Tel. +39 0781 697025 - C.F. 90038730926
pec: flagsardegناسudoccidentale@pec.it
e-mail: flagsardegناسudoccidentale@gmail.com

Idealizzazione e realizzazione:



ISOLA MEDITERRANEA
COMUNICAZIONE MULTIMEDIALE

Largo Carlo Felice, 26 - 09124 Cagliari (Italy)
Tel +39 070 651928 - isolamediterranea@gmail.it
www.isolamediterranea.com



Azienda con sistema di gestione
di qualità certificato ISO 9001

PROGETTO

Il presente Manuale contiene le linee guida per l'utilizzo del Marchio/Logotipo del Flag Sardegna Sud Occidentale e delle declinazioni costituenti la Corporate Identity, così come richiesto dalla RDO indetta attraverso la piattaforma Sardegna CAT, a seguito della Determinazione del Direttore del GAL n. 2/2019, ai sensi dell'art. 36 del D.Lgs. 50/2016, come modificato e integrato dal D.Lgs. 56/2017.

Gli elementi visuali individuati per diffondere l'immagine del FLAG SARDEGNA SUD OCCIDENTALE trovano la loro definizione all'interno del presente Manuale.

Per ogni ambito in cui l'immagine sarà veicolata, gli operatori della comunicazione dovranno esprimere la propria creatività all'interno di una cornice di regole qui stabilite.

Il presente Manuale è rivolto a tutti i soggetti, interni ed esterni, coinvolti ed interessati, affinché applichino in modo corretto le linee guida del progetto di identità visiva, al fine di garantire un'efficace diffusione dell'immagine del FLAG.

Nelle pagine che seguono sono descritte le componenti del Logotipo che costituiscono gli elementi base e la filosofia su cui si fonda il progetto d'immagine visiva e vengono analizzate tutte le situazioni in cui il logotipo si troverà ad essere coinvolto nella sua applicazione su diversi format.

Il fine è quello di trasmettere o suggerire la loro appartenenza a un complesso coordinato che risulti unico e riconoscibile, legando immediatamente il segno all'entità che ne è rappresentata, costituendo la Corporate Identity del FLAG SARDEGNA SUD OCCIDENTALE.



Flag

SARDEGNA
SUD OCCIDENTALE

INDICE

MARCAZIONE	9
PERCORSO EVOLUTIVO	11
COMPOSIZIONE DEL LOGOTIPO	12
FONT	13
COLORI	14
COMBINAZIONI	15
PROPORZIONI	16
AREA DI RISPETTO	17
UTILIZZO IN COMBINAZIONE CON ALTRI LOGHI	18
ALLINEAMENTO CON IL TESTO	19
LEGGIBILITÀ E LIMITE DI RIDUZIONE	20
USO IMPROPRIO	21
VERSIONI	23
CORPORATE IDENTITY	27
CARTA INTESTATA	29
SEGUE FOGLIO	31
BUSTA DA LETTERA	33
BIGLIETTO DA VISITA	33
BIGLIETTO DA VISITA PERSONALIZZATO	34
E-MAIL	35
SOCIAL E WEB	38
APPLICAZIONI PER USO ISTITUZIONALE	39
APPLICAZIONI PER USO PROMOZIONALE	43

MARCAZIONE

IDENTITÀ

Il FLAG SARDEGNA SUD OCCIDENTALE (FLAG = Fisheries Local Action Group), per meglio perseguire i propri scopi istituzionali, si è dotato di un Logotipo che identifica i caratteri specifici della sua missione.

Dall'analisi dei fattori principali che sono stati tenuti in considerazione per l'ideazione, la progettazione e la realizzazione del Logotipo del Flag Sardegna Sud Occidentale, sono emersi i seguenti elementi dominanti, che sono diventati la struttura portante dell'architettura del Logotipo:

A) DINAMICITA'

B) FORTE IDENTITA'

A) Il Logotipo deve essere dinamico, poiché così è il settore che deve rappresentare e ancor più gli obiettivi del Piano d'Azione del FLAG.

B) Il Logotipo deve essere dotato di forte personalità e atto a comunicare il ruolo e la funzione del FLAG.

Inoltre, essendo emersa l'esigenza della Stazione Appaltante che il logotipo del Flag richiamasse in qualche maniera l'appartenenza o la relazione con il Gruppo di Azione Locale del territorio (GAL SULCIS), si è proceduto in merito nella definizione del concept.

Nella presente sezione viene illustrato il percorso evolutivo che ha condotto alla definizione delle componenti del Logotipo che costituiscono gli elementi base e la filosofia su cui si fonda il progetto d'immagine visiva.

FLAG

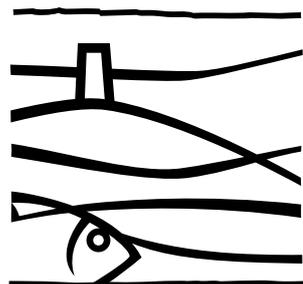
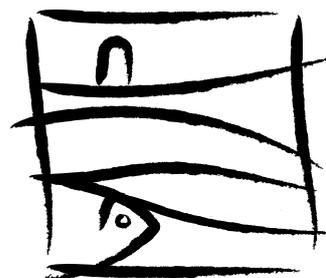
"Qualità e sostenibilità per uno sviluppo costiero integrato"

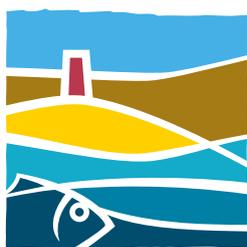
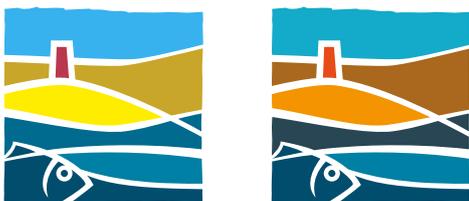
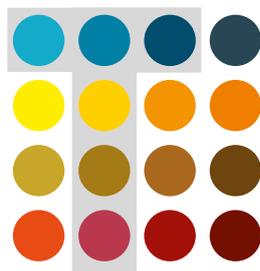
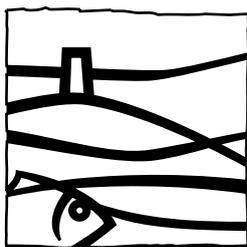


La costa o litorale è la linea di confine tra la terra e l'acqua di un oceano, golfo, mare o grande lago.



Migliorare, coinvolgere, valorizzare, crescere in un'ottica di sviluppo sostenibile creando allo stesso tempo delle sinergie locali.





PERCORSO EVOLUTIVO

La forza del logotipo realizzato è data dalla semplicità e dall'immediatezza, indispensabile per l'utilizzazione su qualsiasi applicazione. La scelta di puntare su semplicità e immediatezza è stata effettuata sulla base di una considerazione di tipo prettamente sociologico: perché un marchio sia efficace, deve esistere una fortissima relazione tra fonte, messaggio e ricevente, elementi fondamentali di ogni comunicazione persuasiva. I concetti alla base del lavoro di sviluppo sono stati:

DINAMICITA' - Questa caratteristica è ricorrente in diversi elementi compositivi del Logotipo quali:

- Le linee che individuano i diversi fattori che compongono la costa: promontorio, dune, laguna, spiaggia, mare; emerge anche la sagoma del tonno, a richiamare le tonnare presenti nel territorio.
- Il contorno che circonda gli elementi compositivi grafici e cromatici utilizzati, con profili aperti e irregolari che comunicano l'apertura verso l'esterno, il territorio, la popolazione, il futuro.
- Il carattere utilizzato per l'acronimo, con profili sinuosi che richiamano il movimento delle onde.

FORTE IDENTITA' - Questa peculiarità è stata ottenuta attraverso la creazione di un'immagine che si materializza grazie all'utilizzo delle linee stratigrafiche e ad un'accurata scelta di cromie estremamente compatibili, che intende trasmettere la scelta ad un approccio nuovo, di un'azione di sviluppo e di valorizzazione del comparto della pesca integrato con tutto il territorio circostante. Il Piano di Azione del FLAG infatti, si pone come obiettivo lo sviluppo sia del comparto della pesca, ma con un approccio mirato alla valorizzazione dell'intero territorio, inteso come sviluppo delle professionalità e dell'occupazione, diversificazione e integrazione intersettoriale, salvaguardia dell'ambiente e sostenibilità, integrazione sociale. Il compito di legare il Flag con il GAL SULCIS, è stato affidato alla cromia utilizzata per il lettering del nome nel logotipo istituzionale, la medesima scelta per conferire personalità alla torre.

FLAG Flag

FLAG

Flag Flag

Flag
SARDEGNA
SUD OCCIDENTALE



+

Flag
SARDEGNA
SUD OCCIDENTALE

=



Flag
SARDEGNA
SUD OCCIDENTALE

COMPOSIZIONE DEL LOGOTIPO

Il segno grafico con le sue sinuosità, esprime il territorio nelle sue diverse forme e, allo stesso tempo, il concetto di perenne movimento delle attività di studio, ricerca, azione e divulgazione, tipiche di questo genere di istituzioni.

La parte del lettering del Logotipo può essere suddivisa in due parti distinte: l'acronimo e la parte che descrive il territorio di competenza.

Per la rappresentazione dell'acronimo, è stato individuato un carattere che consente una fusione ideale tra l'irregolarità creativa delle linee utilizzate per il segno grafico e la sobrietà del carattere prescelto per rappresentare il territorio in maniera istituzionale.

La parte testuale del Logotipo, viene rafforzata affiancando all'acronimo FLAG, la parte descrittiva dell'area di competenza aumentandone comprensibilità e chiarezza circa l'identità che rappresenta.

Completa il lettering, per la parte che consente l'individuazione del territorio di azione, un carattere bastoni senza grazie, per una facile ed immediata leggibilità, anche nei casi di utilizzo in riduzione.



①

PHAT GUY/REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!%&*()

②

GOTHAM/BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!Ç£%&*()

FONT

① Il Phat Guy è un font attuale, ricreato o ridisegnato attraverso alcune caratteristiche da altri font (Futura/Gotham) soprattutto per parti del carattere denominate "occhielli/asta verticale" ecc ...

② Il Gotham prende vita dal territorio urbano ed è proprio nella fitta rete metropolitana che si impone. L'ispirazione è quella rintracciabile nelle font sans-serif degli anni '20, come il Futura; caratteri organizzati come architetture, nella loro visione più essenziale e senza aggiunta di fronzoli.



● COLORE IN QUADRICROMIA:
C 67%, M 12%, Y 0%, K 0%

● COLORE IN RGB:
R 68%, G 176%, B 229%

● COLORE IN PANTONE:
306 U

● WEB:
#44B0E5

● COLORE IN QUADRICROMIA:
C 20%, M 88%, Y 56%, K 11%

● COLORE IN RGB:
R 185%, G 56%, B 77%

● COLORE IN PANTONE:
1807 U

● WEB:
#B8374D

● COLORE IN QUADRICROMIA:
C 0%, M 18%, Y 100%, K 0%

● COLORE IN RGB:
R 255%, G 208%, B 0%

● COLORE IN PANTONE:
115 U

● WEB:
#FFD000

● COLORE IN QUADRICROMIA:
C 74%, M 10%, Y 18%, K 0%

● COLORE IN RGB:
R 19%, G 169%, B 201%

● COLORE IN PANTONE:
639 U

● WEB:
#009CCC

● COLORE IN QUADRICROMIA:
C 100%, M 29%, Y 28%, K 0%

● COLORE IN RGB:
R 0%, G 128%, B 164%

● COLORE IN PANTONE:
307 U

● WEB:
#0080A4

● COLORE IN QUADRICROMIA:
C 100%, M 0%, Y 0%, K 65%

● COLORE IN RGB:
R 0%, G 77%, B 109%

● COLORE IN PANTONE:
308 U

● WEB:
#004D6D

COLORI

Di seguito, le diverse cromie utilizzate.

● COLORE IN QUADRICROMIA:
C 29%, M 45%, Y 99%, K 21%

● COLORE IN RGB:
R 164%, G 121%, B 21%

● COLORE IN PANTONE:
139 U

● WEB:
#A47915



①



②

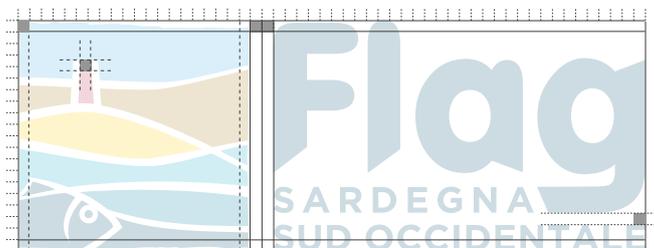
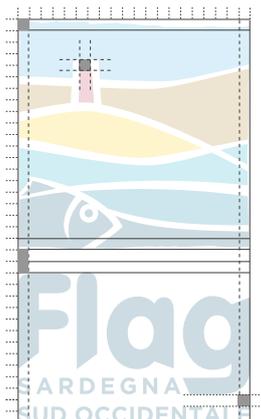
COMBINAZIONI

Il logotipo istituzionale è stato studiato per un utilizzo differente o alternativo, verticale o orizzontale.

Entrambe le versioni possono essere utilizzate indifferentemente sia per utilizzi istituzionali, che promozionali, anche in abbinamento con altri loghi.

① LOGOTIPO VERTICALE

② LOGOTIPO ORIZZONTALE



PROPORZIONI

Nella progettazione del logotipo è importante definire le proporzioni per creare un giusto equilibrio visivo tra pieni e vuoti.

Il rapporto tra le singole parti è regolato attraverso un modulo.

Il modulo alla base del rapporto proporzionale è pari a 1/54 della larghezza del logo nella sua rappresentazione orizzontale.

Qualora sia necessario identificare la misura del modulo, utilizzando come riferimento una larghezza ipotetica complessiva del logo pari a mm 54, il modulo base sarà pari a 1 mm.

 1 modulo = 1 x 1 mm



AREA DI RISPETTO

Il logotipo possiede una sua area di rispetto, pari al quadruplo modulo base.

L'area di rispetto consiste nella superficie libera da altri elementi che il logotipo deve avere intorno, in modo da garantirne sempre la massima leggibilità e visibilità.

Entro tale perimetro non è consentito posizionare qualsiasi altro elemento.

— modulo base

— otto moduli





1



FEAMP
2014 | 2020



2

UTILIZZO IN COMBINAZIONE CON ALTRI LOGHI

Il logotipo può essere accompagnato da altri loghi.

La gerarchia dei loghi da rispettare, in caso di utilizzo con loghi istituzionali, va sempre dall'ente di governo più ampia fino a quella locale.

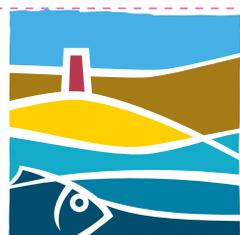
I loghi devono seguire le indicazioni relative all'area di rispetto minima, pari a 8 moduli base del marchio FLAG.

1 DISPOSIZIONE ORIZZONTALE

Composizione istituzionale a bandiera con logo orizzontale

2 DISPOSIZIONE VERTICALE

Composizione istituzionale ad epigrafe con logo verticale



Flag
SARDEGNA
SUD OCCIDENTALE

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

ALLINEAMENTO CON IL TESTO

Quando il Marchio/Logo, nelle differenti composizioni, viene accostato ad un testo, è necessario seguire alcuni criteri base d'impaginazione.

Nella tavola sono riportate le combinazioni possibili, da scegliere secondo le esigenze compositive.

Tra il Marchio/Logo e gli elementi tipografici va sempre considerata l'area di rispetto minima.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.



LEGGIBILITÀ E LIMITE DI RIDUZIONE

Per garantire una corretta leggibilità nelle diverse condizioni e tipologie di impiego, vengono definite le dimensioni minime al di sotto delle quali il logotipo non può essere utilizzato.

1 VERSIONE ORIZZONTALE

Per la versione orizzontale la dimensione minima è di 22 millimetri, misura obbligatoria nel caso in cui l'utilizzo del Logotipo sia accompagnato da altri loghi.

2 VERSIONE VERTICALE

La dimensione minima di utilizzo per la versione verticale è di 21 millimetri, misura obbligatoria a seconda delle differenti declinazioni e utilizzi, soprattutto nell'uso promozionale e nel merchandising.

Per entrambi è possibile l'utilizzo sia istituzionale sia promozionale.



altezza minima:
21 mm

1



larghezza minima: 33 mm

2



USO IMPROPRIO

A puro titolo esemplificativo riportiamo alcuni esempi di applicazioni non consentite nella sua riproduzione.

Sulla base delle regole definite nella prima parte di questo manuale ricordiamo che non è consentito:

- alterare, deformare, distorcere la forma e le proporzioni;
- riprodurre il marchio da materiali non originali;
- usare delle combinazioni dei colori diverse da quelle previste;
- accostare al marchio elementi all'interno della sua area di rispetto;
- riprodurre il marchio con dimensioni inferiori a quelle minime indicate.

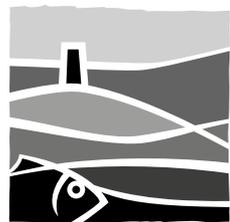


Flag
SARDEGNA
SUD OCCIDENTALE

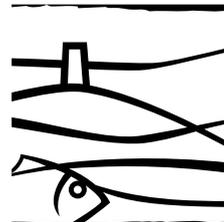


Flag
SARDEGNA
SUD OCCIDENTALE

1



Flag
SARDEGNA
SUD OCCIDENTALE

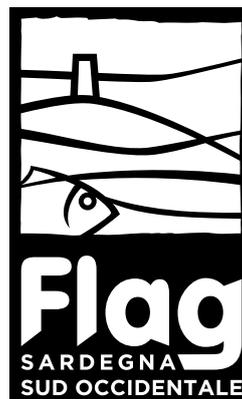


Flag
SARDEGNA
SUD OCCIDENTALE

2



Flag
SARDEGNA
SUD OCCIDENTALE



Flag
SARDEGNA
SUD OCCIDENTALE

3



4

VERSIONI

- ① POSITIVA A COLORI E MONOCROMATICO
- ② POSITIVA IN SCALA DI GRIGI E IN NERO AL TRATTO
- ③ POSITIVA/NEGATIVO IN BIANCO E NERO
- ④ POSITIVA/NEGATIVA SU SFONDI GRAFICI ED FOTOGRAFICI



1



2



3



4

VERSIONI

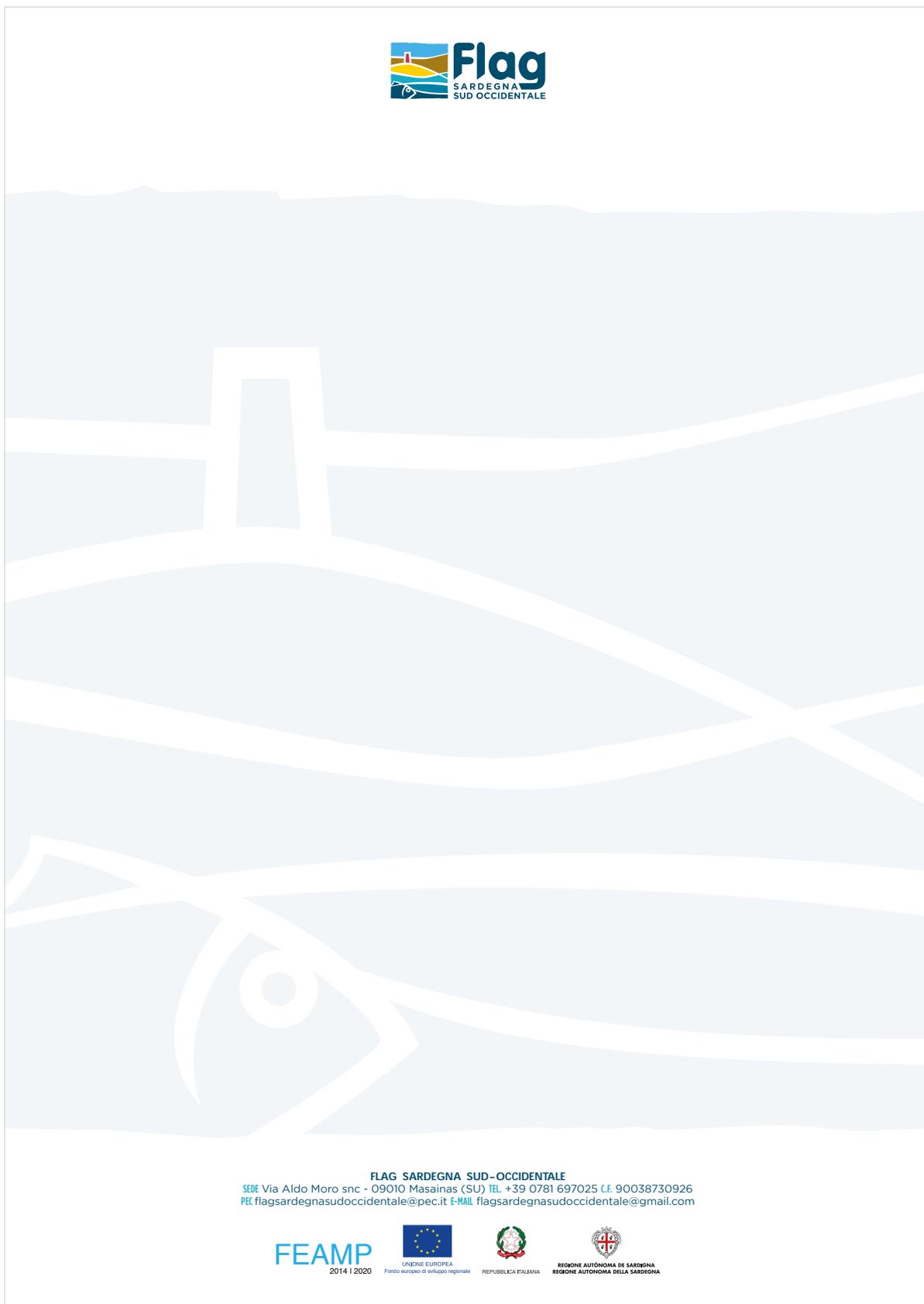
- ① POSITIVA A COLORI E MONOCROMATICO
- ② POSITIVA IN SCALA DI GRIGI E IN NERO AL TRATTO
- ③ POSITIVA/NEGATIVO IN BIANCO E NERO
- ④ POSITIVA/NEGATIVA SU SFONDI GRAFICI E FOTOGRAFICI

CORPORATE IDENTITY

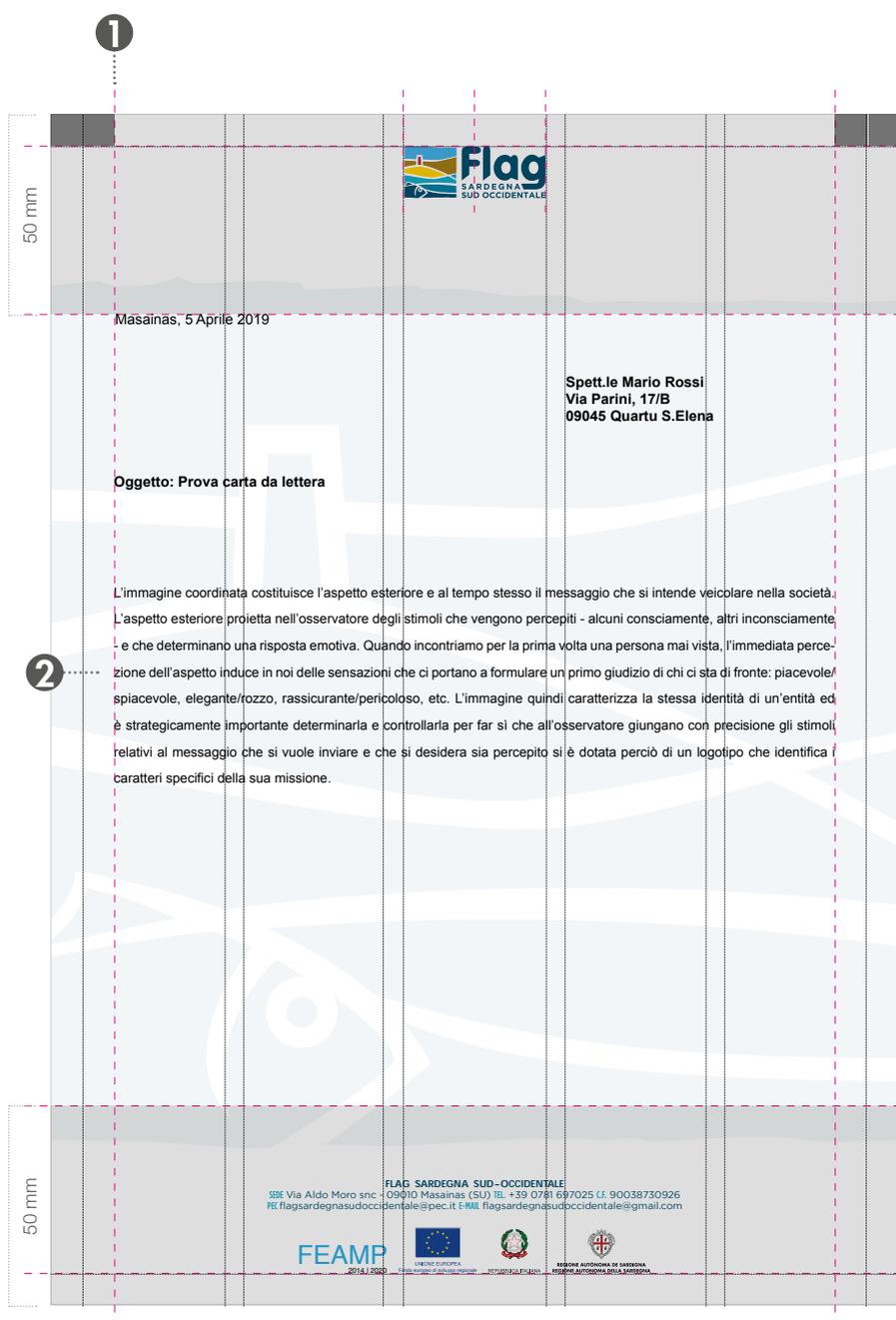
Nella successiva sezione vengono analizzate molteplici situazioni in cui il Logotipo si troverà ad essere coinvolto nella sua applicazione su diversi format.

Ridotto del 75%

297 mm



210 mm



CARTA INTESATA

Applicazione del logotipo su carta intestata:

- logotipo in alto al sinistra
- modalità di contatto in basso
- loghi dei partner di progetto in alto a destra.

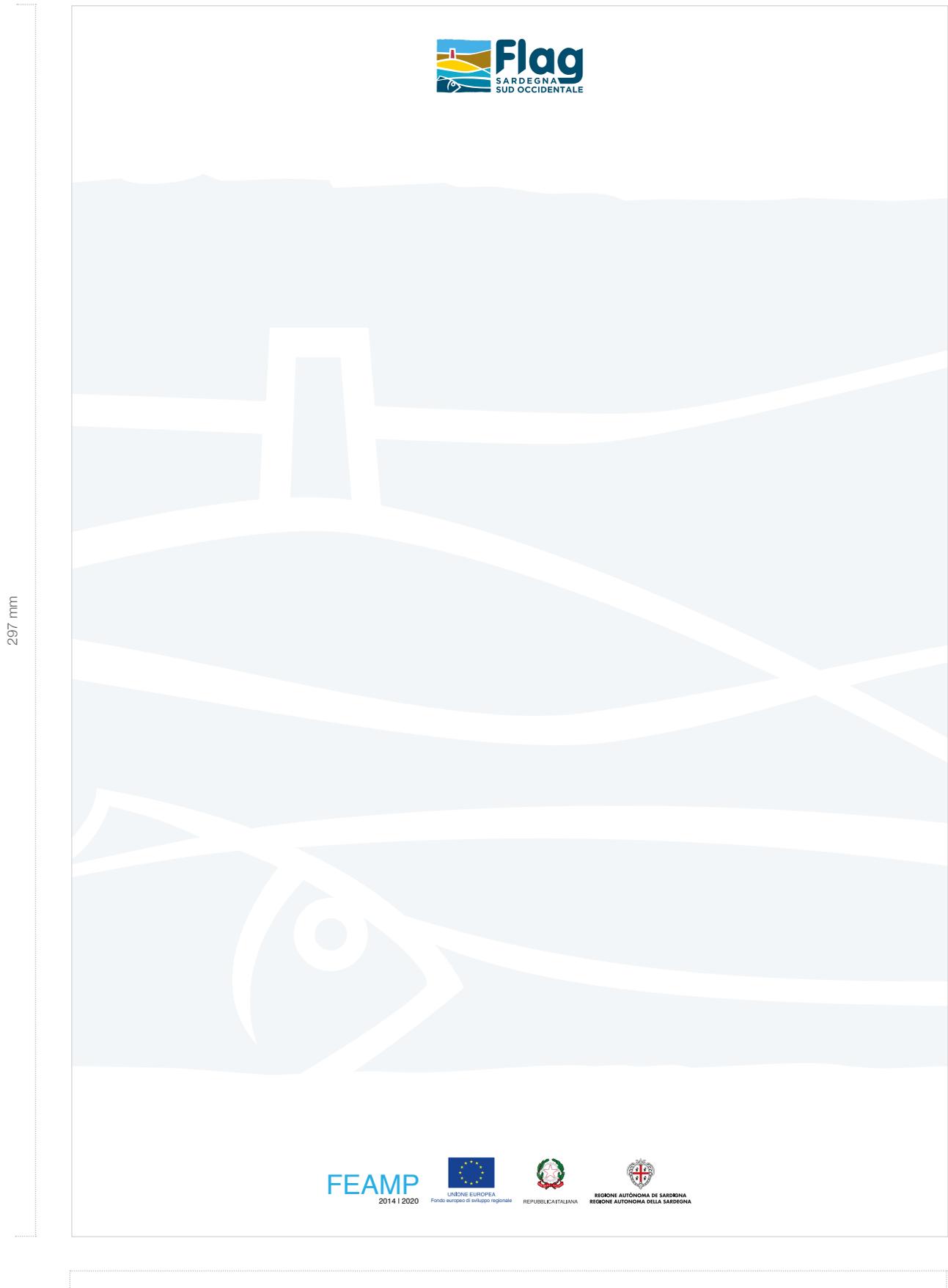
COMPOSIZIONE

- 1 Area di rispetto
- 2 Il corpo della lettera è composto con il font istituzionale Arial, allineato a sinistra e giustificato.

Gli altri elementi di testo devono essere indicati utilizzando i diversi stili dei font della "Linee guida per l'utilizzo degli elementi di identità visiva istituzionale della Regione Autonoma della Sardegna".

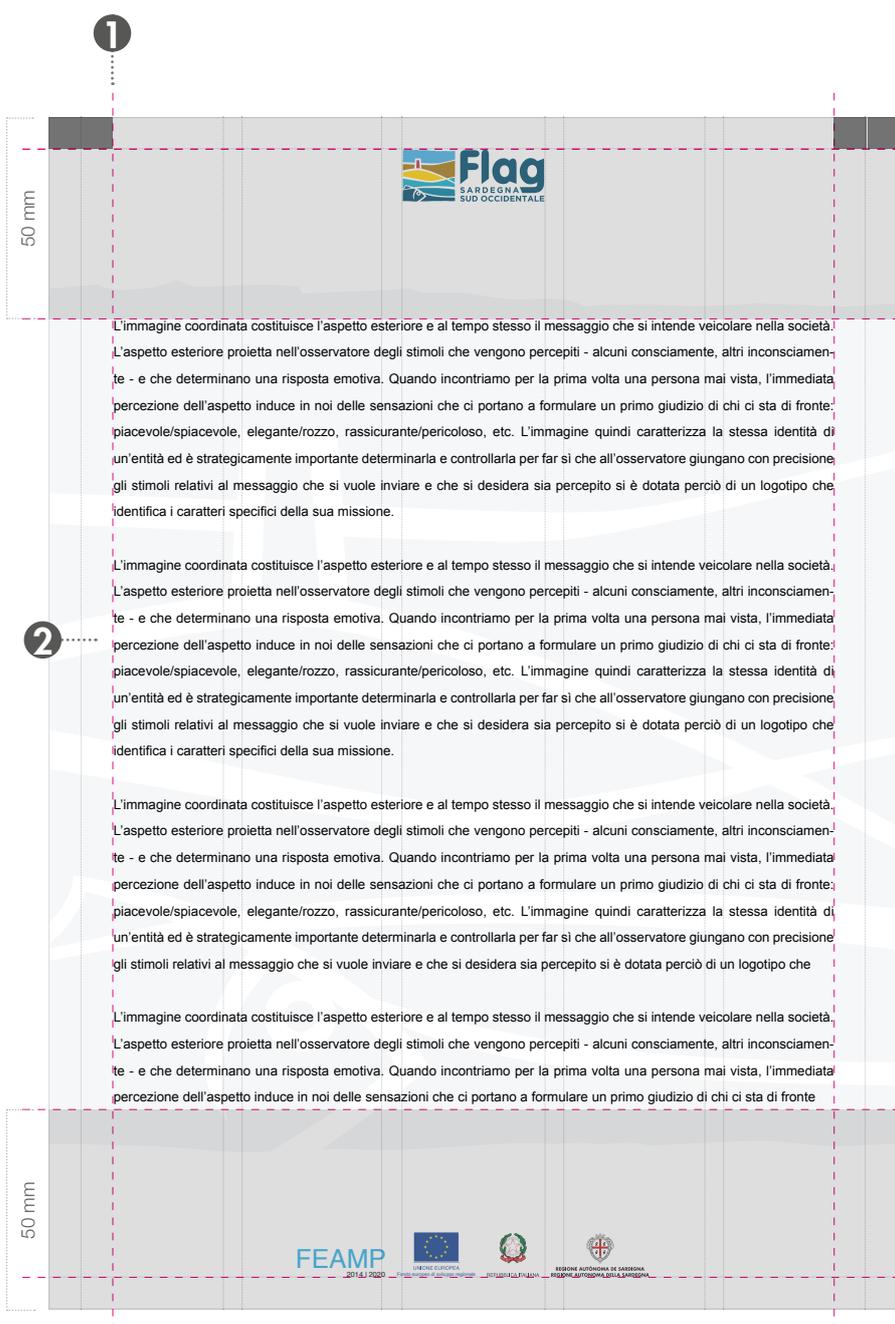
- Città/data: Arial Normal
- Mittente/oggetto: Arial Bold
- Corpo della lettera: Arial Normal

Ridotto del 75%



FEAMP
2014 | 2020





SEGUE FOGLIO

Contiene gli stessi elementi presenti nella carta intestata con l'esclusione delle modalità di contatto.

COMPOSIZIONE

- ① Area di rispetto
- ② Area per il testo corrente

L'immagine coordinata costituisce l'aspetto esteriore e al tempo stesso il messaggio che si intende veicolare nella società. L'aspetto esteriore proietta nell'osservatore degli stimoli che vengono percepiti - alcuni consciamente, altri inconsciamente - e che determinano una risposta emotiva. Quando incontriamo per la prima volta una persona mai vista, l'immediata percezione dell'aspetto induce in noi delle sensazioni che ci portano a formulare un primo giudizio di chi ci sta di fronte: piacevole/spiacevole, elegante/rozzo, rassicurante/pericoloso, etc. L'immagine quindi caratterizza la stessa identità di un'entità ed è strategicamente importante determinarla e controllarla per far sì che all'osservatore giungano con precisione gli stimoli relativi al messaggio che si vuole inviare e che si desidera sia percepito si è dotata perciò di un logotipo che identifica i caratteri specifici della sua missione.

L'immagine coordinata costituisce l'aspetto esteriore e al tempo stesso il messaggio che si intende veicolare nella società. L'aspetto esteriore proietta nell'osservatore degli stimoli che vengono percepiti - alcuni consciamente, altri inconsciamente - e che determinano una risposta emotiva. Quando incontriamo per la prima volta una persona mai vista, l'immediata percezione dell'aspetto induce in noi delle sensazioni che ci portano a formulare un primo giudizio di chi ci sta di fronte: piacevole/spiacevole, elegante/rozzo, rassicurante/pericoloso, etc. L'immagine quindi caratterizza la stessa identità di un'entità ed è strategicamente importante determinarla e controllarla per far sì che all'osservatore giungano con precisione gli stimoli relativi al messaggio che si vuole inviare e che si desidera sia percepito si è dotata perciò di un logotipo che identifica i caratteri specifici della sua missione.

L'immagine coordinata costituisce l'aspetto esteriore e al tempo stesso il messaggio che si intende veicolare nella società. L'aspetto esteriore proietta nell'osservatore degli stimoli che vengono percepiti - alcuni consciamente, altri inconsciamente - e che determinano una risposta emotiva. Quando incontriamo per la prima volta una persona mai vista, l'immediata percezione dell'aspetto induce in noi delle sensazioni che ci portano a formulare un primo giudizio di chi ci sta di fronte: piacevole/spiacevole, elegante/rozzo, rassicurante/pericoloso, etc. L'immagine quindi caratterizza la stessa identità di un'entità ed è strategicamente importante determinarla e controllarla per far sì che all'osservatore giungano con precisione gli stimoli relativi al messaggio che si vuole inviare e che si desidera sia percepito si è dotata perciò di un logotipo che

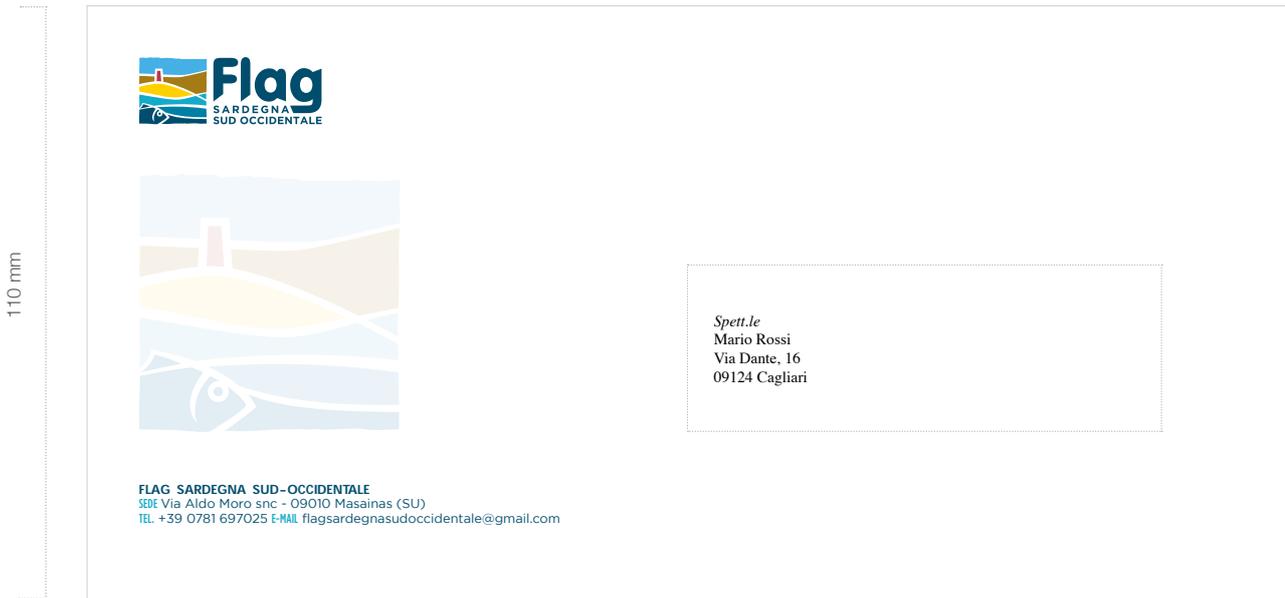
L'immagine coordinata costituisce l'aspetto esteriore e al tempo stesso il messaggio che si intende veicolare nella società. L'aspetto esteriore proietta nell'osservatore degli stimoli che vengono percepiti - alcuni consciamente, altri inconsciamente - e che determinano una risposta emotiva. Quando incontriamo per la prima volta una persona mai vista, l'immediata percezione dell'aspetto induce in noi delle sensazioni che ci portano a formulare un primo giudizio di chi ci sta di fronte

FEAMP



REGIONE AUTONOMA DI SARDEGNA
PRESIDENZA REGIONALE SARDEGNA

Ridotto del 75%



Ridotto del 75%

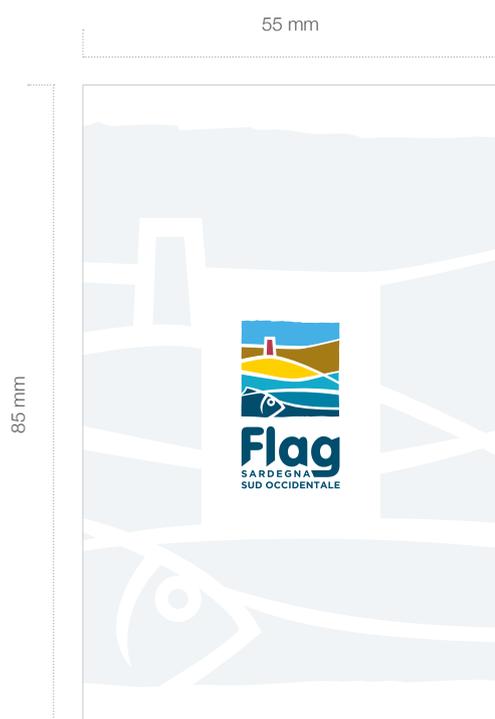


BUSTA DA LETTERA

Logotipo a colori in alto a sinistra;
in basso i marchi dei partner; al
centro lo spazio destinato al corretto
posizionamento dell'indirizzo del
destinatario; sul lembo di chiusura le
modalità di contatto.

① FRONTE

② RETRO



①



②

BIGLIETTO DA VISITA

Il biglietto da visita misura mm 55x85
ed è impaginato in orizzontale.

Riporta sul fronte il logotipo a colori e
sul retro i contatti.

① FRONTE

② RETRO



1

BIGLIETTO DA VISITA PERSONALIZZATO

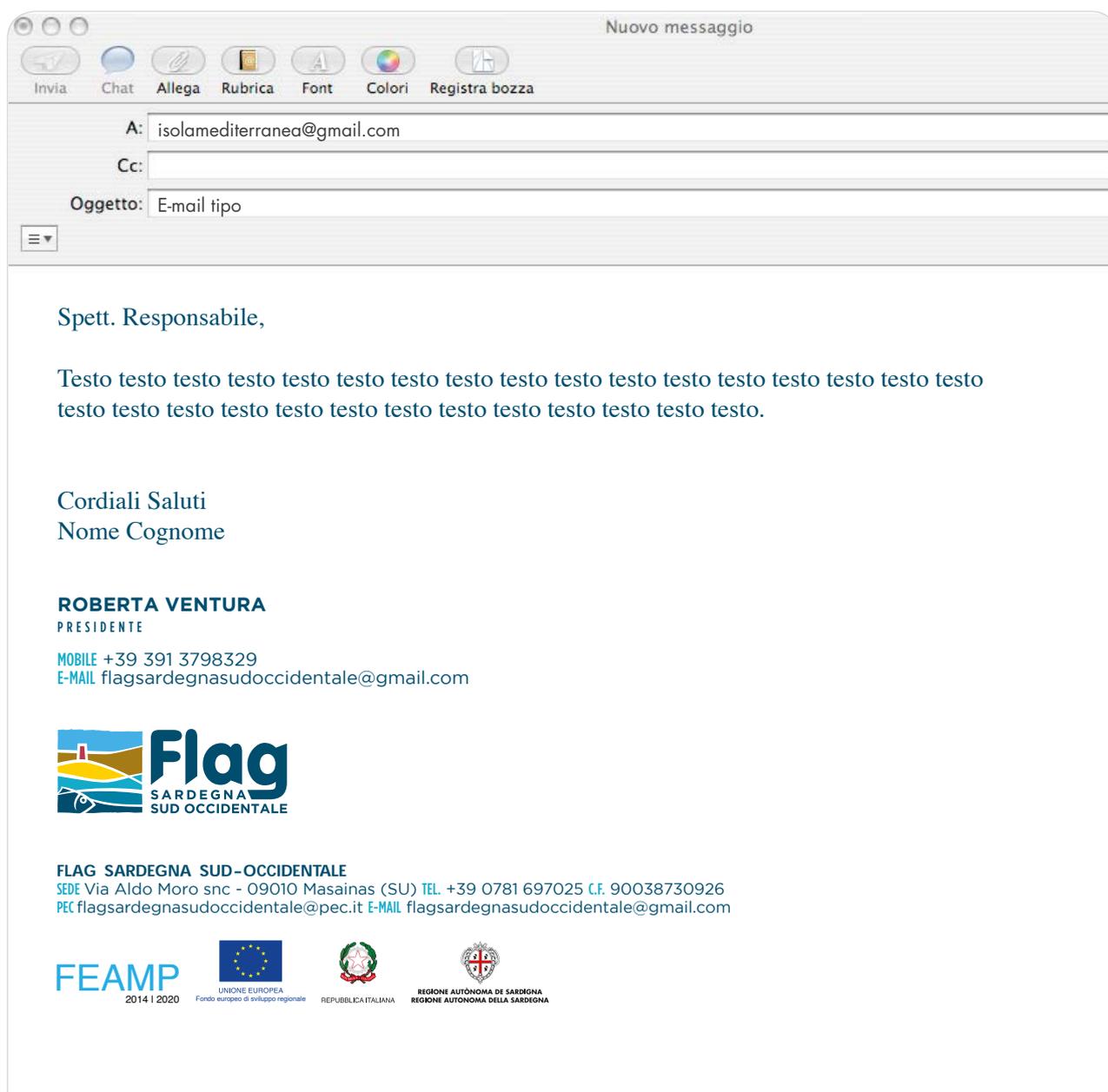
Nella comunicazione è stato realizzato il biglietto da visita personalizzato, nel quale si riporta in basso il nome, il cognome, il ruolo nell'ente e le modalità di contatto personali.

1 FRONTE

2 RETRO



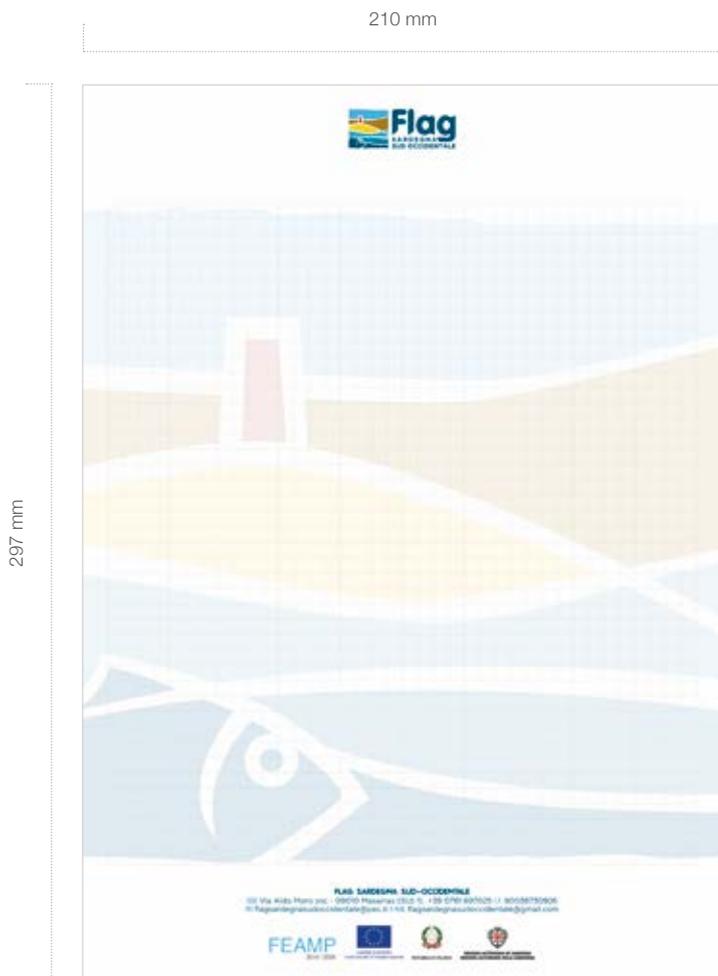
2



E-MAIL

Logotipo a colori in basso a sinistra con le modalità di contatto.

Il tutto accompagnato dai marchi di progetto.



1 BLOCCO NOTE

Formato A4

Stampa in quadricromia

2 CARTELLINA

Formato A4 Stampa in quadricromia.

Formato chiuso 230x310mm.

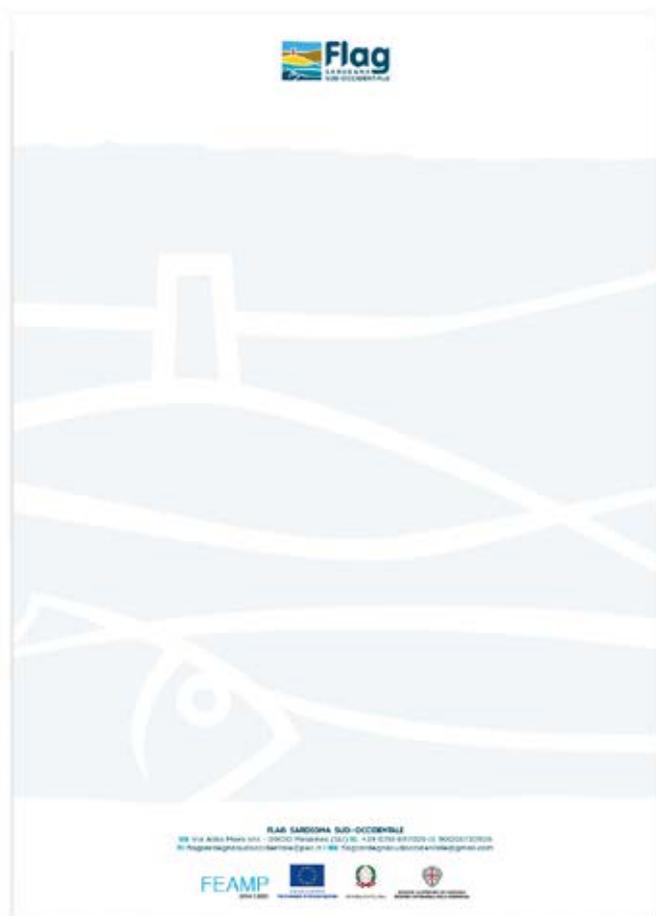
Carta patinata Extrawhite da 200gr.

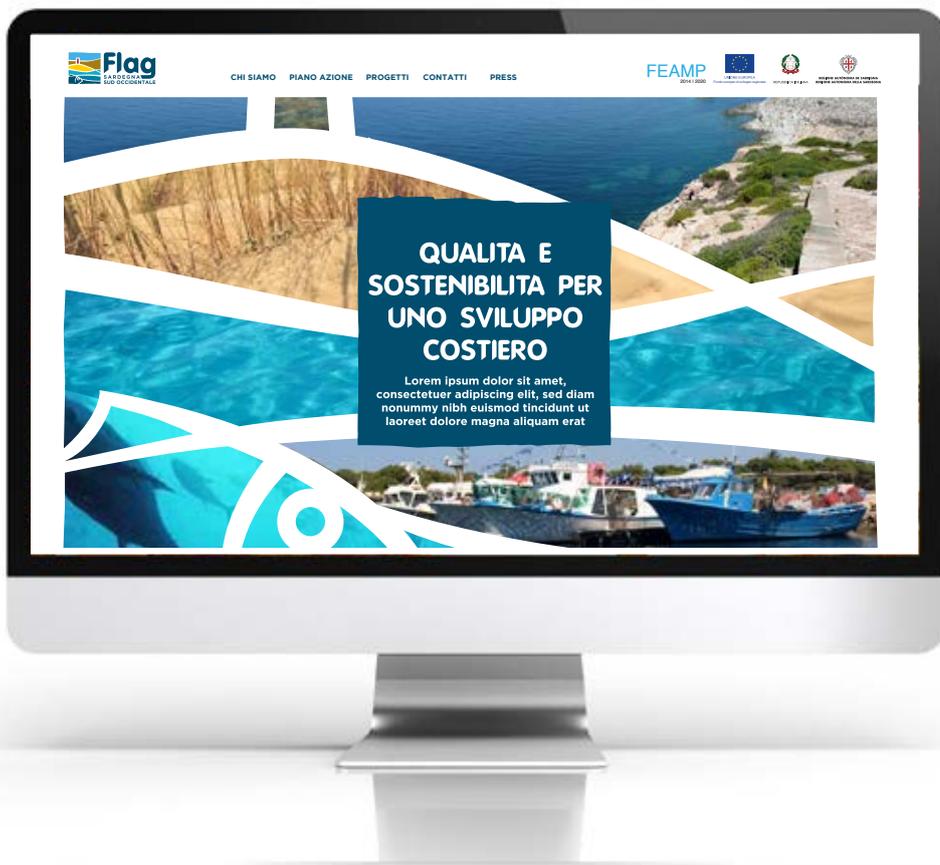
Consigliata la plastificazione opaca in bianca.



Ridotto del 40%

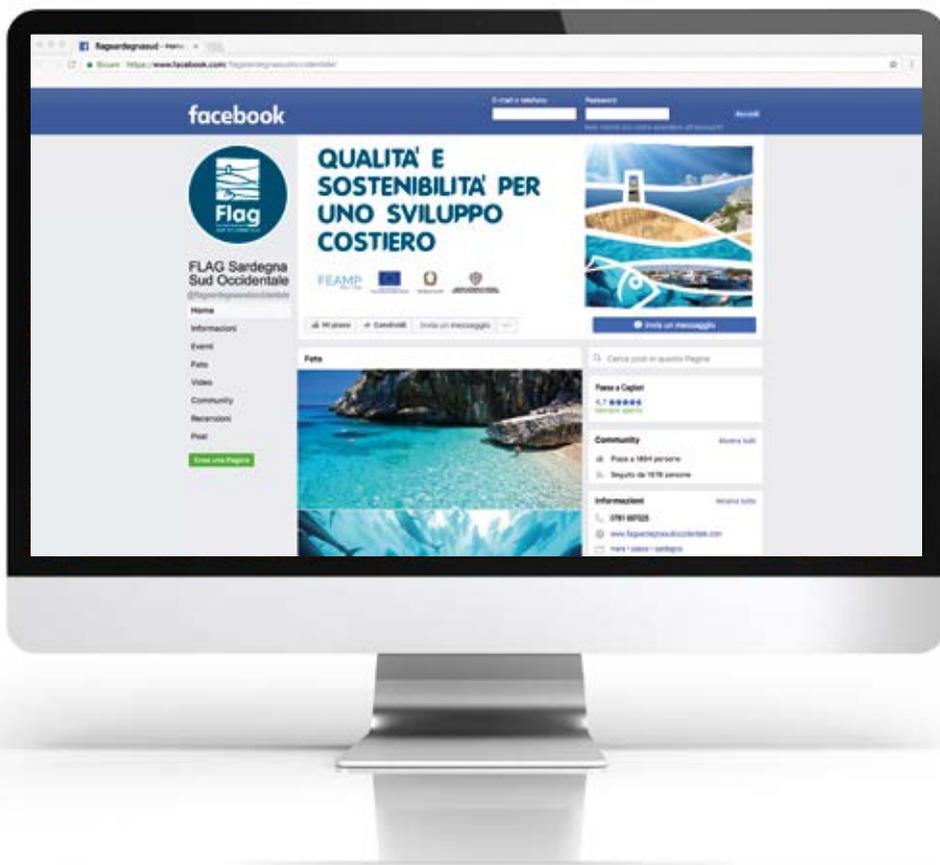






SOCIAL E WEB

Logotipo a colori applicato nel web



APPLICAZIONI PER USO ISTITUZIONALE

1



a)



b)

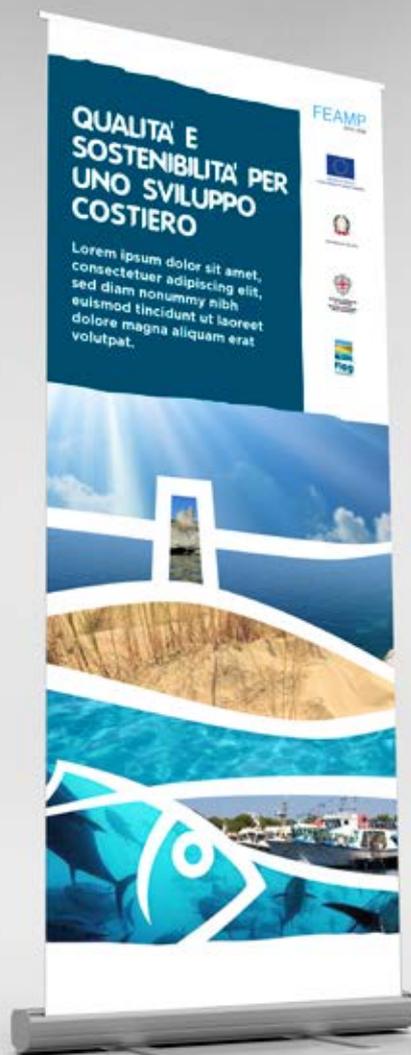
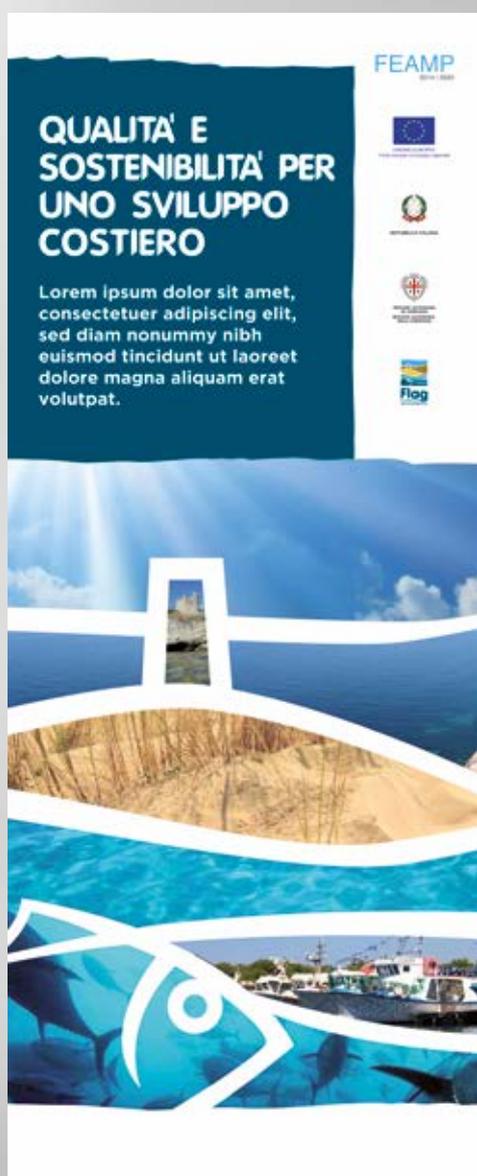
2

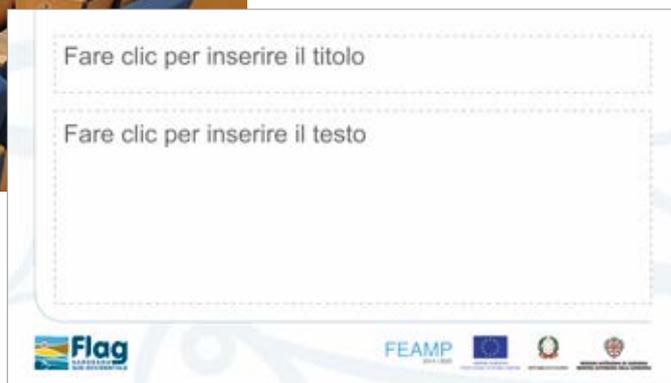


MANIFESTI E LOCANDINE

Esempio di immagine grafica attraverso due linee di comunicazione determinate dai seguenti obiettivi:

- a) promozione in ambito regionale
 - b) promozione in ambito locale
- 1 LOCANDINE
 - 2 MANIFESTI 6X3





APPLICAZIONI PER USO PROMOZIONALE

