



Manuale di applicazione
del logotipo Ghisola



INDICE

| | |
|--|----|
| Regole di utilizzo del logotipo Ghisola | 2 |
| Cos'è Ghisola | 3 |
| Origine del nome e del logotipo | 4 |
| Caratteri tipografici | 5 |
| Logotipo versione base | 7 |
| Logotipo versione con payoff | 8 |
| Elementi grafici decorativi | 9 |
| Logotipo positivo/negativo versione base | 10 |
| Logotipo positivo/negativo versione con payoff | 11 |
| Elementi grafici decorativi positivo/negativo | 12 |
| Dimensioni logotipo versione base | 13 |
| Dimensioni logotipo versione con payoff | 14 |
| Area di rispetto logotipo versione base | 15 |
| Area di rispetto logotipo versione base | 16 |
| Errori da evitare | 17 |
| Riferimenti | 18 |



REGOLE DI UTILIZZO DEL LOGOTIPO GHISOLA

Le dinamiche comunicative portano con sé equivoci e incoerenze che vengono amplificate quando si è in molti a comunicare su iniziative complesse o sullo stesso tema. Un progetto di cooperazione interaziendale, con attività di comunicazione e divulgazione congiunte tra diversi attori, è una iniziativa complessa.

Alla complessità dell'iniziativa, si aggiunge anche la numerosità dei partner che lavorano insieme per la promozione e la diffusione del prodotto Ghisola: CNA Asolo è la capofila, tutti i pasticceri e i ristoratori che produrranno e venderanno Ghisola sono partner.

L'efficacia e la qualità dei prodotti comunicativi che verranno realizzati all'interno del progetto dipendono quindi dal fatto che tutti i partner conoscano perfettamente le regole comunicative in genere, inserite nel piano di comunicazione, e le regole di applicazione del logotipo contenute nel presente manuale e che tutti siano consapevoli dell'importanza del rispetto di tali regole.

Si raccomanda quindi la massima diffusione del presente manuale e una continua attività di sollecito e monitoraggio da parte del capofila sul rispetto delle regole in esso contenute.

GHISOLA®

COS'È
GHISOLA

Ghisola è una torta, una ricetta dai sapori antichi.
Ghisola è un progetto nato da CNA Asolo all'interno dell'evento "Fucina del Gusto 2016".
Ghisola è un dolce rappresentativo di un territorio che un turista o un residente può portare da Asolo a Tokio, in Brasile o ai parenti in Australia.
La Cna di Asolo ha chiesto a un campione del mondo di farlo: Leonardo Di Carlo, che ha realizzato un dolce "trasportabile" nel mondo che contiene i prodotti tipici di Asolo e della Pedemontana del Grappa.
Gli ingredienti tipici sono significativi: la farina di mais Biancoperla e la marmellata di mele antiche di Monfumo o di ciliegie di Maser.

GHISOLA®

ORIGINE DEL NOME E DEL LOGOTIPO

Ghisola è il nome con cui D'Annunzio, nell'intimità, soleva chiamare Eleonora Duse quando, a cavallo del 1900 e per oltre una decina d'anni, i due ebbero una lunga e altalenante relazione.

Eleonora Duse, attrice, dopo lunghi soggiorni ad Asolo ospite di amici, acquistò un palazzo con il sogno di farne la sua dimora definitiva.

Ghisola oggi diventa il nome di un nuovo dolce tipico di uno dei 100 borghi più belli d'Italia, Asolo, per merito della CNA di Asolo che, per l'edizione 2016 della Fucina del Gusto, in associazione con il campione mondiale di pasticceria Leonardo di Carlo, decide di creare una nuova "ricetta dai sapori antichi".

GHISOLA®

Ma gli anni a cavallo del 1900 sono quelli fondamentali per una delle più importanti rivoluzioni nel campo delle arti visive: nel 1898 nasce, a Vienna, lo stile della Secessione Viennese per mano di artisti come Gustav Klimt, Josef Hoffmann, Koloman Moser, Egon Schiele, Charles Rennie Mackintosh, stile che attraversò l'interna Europa centrale (Austria, Germania, Inghilterra) dando il via a nuovi e moderni linguaggi visivi. Da una costola della Secessione Viennese, nel 1903 nasce la Wiener Werkstätte, un circolo artistico che si poneva l'obiettivo di introdurre nella vita quotidiana oggetti di elevato valore estetico ed artistico. I suoi progetti pionieristici lasciarono un'impronta indelebile nella storia del design di tutto il XX secolo. Alcuni aspetti che si riproponevano i due artisti fondatori (Josef Hoffmann e Koloman Moser) erano: uno stretto rapporto tra pubblico, progettista e artigiano, una produzione di oggetti semplici e di qualità, una eccellente qualità delle lavorazioni, una produzione al giusto prezzo per non ledere i lavoratori e la dignità dell'esistenza dell'uomo.

Proprio questi obiettivi della Wiener Werkstätte sono stati condivisi dallo staff della CNA di Asolo e sono divenuti i concetti basilari dell'ideazione della torta Ghisola. Questi concetti sono stati poi declinati graficamente nel logo e nel packaging della nuova torta.

Partendo dunque dal carattere tipografico che Charles Rennie Mackintosh disegnò per la famosa The Willow Tearoom e attraverso un processo di pulizia formale e adattamento ai giorni nostri, è stato creato il logotipo Ghisola che, grazie alla similitudine formale tra la lettera H e la lettera A e all'assonanza tra le due parole, aiuta a leggere 'tra le righe' il nome della città che sarà rappresentata da questa magnifica torta, la città di Asolo.

Al logotipo è stato infine aggiunto un motivo fatto di linee e punti da utilizzarsi in abbinata al logotipo stesso. I punti rappresentano l'irregolarità della superficie della torta, simile alla più famosa Fregolotta, di cui la Ghisola è un'evoluzione. Le linee, tre che salgono verso l'alto e una che corre verso destra, rappresentano la continuità tra passato e futuro degli ingredienti e dei sapori antichi, fondamentali nella ricetta della Ghisola.



CARATTERI TIPOGRAFICI

FranklinGothic book

abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,;:~ÀÛÈÉÌòàùèèì?!"£\$%&/()=^ç@°#

FranklinGothic book italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,;:~ÀÛÈÉÌòàùèèì?!"£\$%&/()=^ç@°#*

FranklinGothic demi

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,;:~ÀÛÈÉÌòàùèèì?!"£\$%&/()=^ç@°#**

FranklinGothic demi italic

***abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,;:~ÀÛÈÉÌòàùèèì?!"£\$%&/()=^ç@°#***

FranklinGothic Condensed book

abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,;:~ÀÛÈÉÌòàùèèì?!"£\$%&/()=^ç@°#

FranklinGothic Condensed book italic

*abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,;:~ÀÛÈÉÌòàùèèì?!"£\$%&/()=^ç@°#*

FranklinGothic Condensed demi

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,;:~ÀÛÈÉÌòàùèèì?!"£\$%&/()=^ç@°#**

FranklinGothic Condensed demi italic

***abcdefghijklmnopqrstuvwxy ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789.,;:~ÀÛÈÉÌòàùèèì?!"£\$%&/()=^ç@°#***

L'utilizzo del logotipo in abbinamento a testi deve rispettare determinate regole.

Per i testi su materiale di stampa, web e/o su altri supporti di comunicazione deve essere impiegato il carattere FranklinGothic nelle versioni book, book italic, demi, demi italic o FranklinGothic Condensed nelle versioni book, book italic, demi, demi italic.

LOGOTIPO VERSIONE BASE

Il logotipo Ghisola è l'elemento base dell'identità visiva da utilizzare in tutto i prodotti della comunicazione visiva riferita al prodotto Ghisola.

Il logotipo è sempre di colore nero tranne nei casi di forma negativa in cui deve essere utilizzato in bianco.

GHISOLA®

LOGOTIPO VERSIONE CON PAYOFF

Quando la situazione lo richiede, e con i limiti dimensionali che più avanti saranno descritti, è possibile utilizzare il logotipo Ghisola con Payoff.

Il logotipo con Payoff è sempre di colore nero tranne nei casi di forma negativa in cui deve essere utilizzato in bianco.

GHISOLA[®]
●
■
■
■
■
■
ricetta
dai sapori
antichi

ELEMENTI GRAFICI DECORATIVI

Gli elementi grafici decorativi devono sempre essere utilizzati in combinazione con il Logotipo con Payoff. Sono costituiti da 3 linee continue e 2 linee tratteggiate. Queste linee devono arrivare sempre fino al limite fisico del supporto grafico utilizzato. Nel caso non sia possibile arrivare al limite del supporto non possono essere utilizzate.



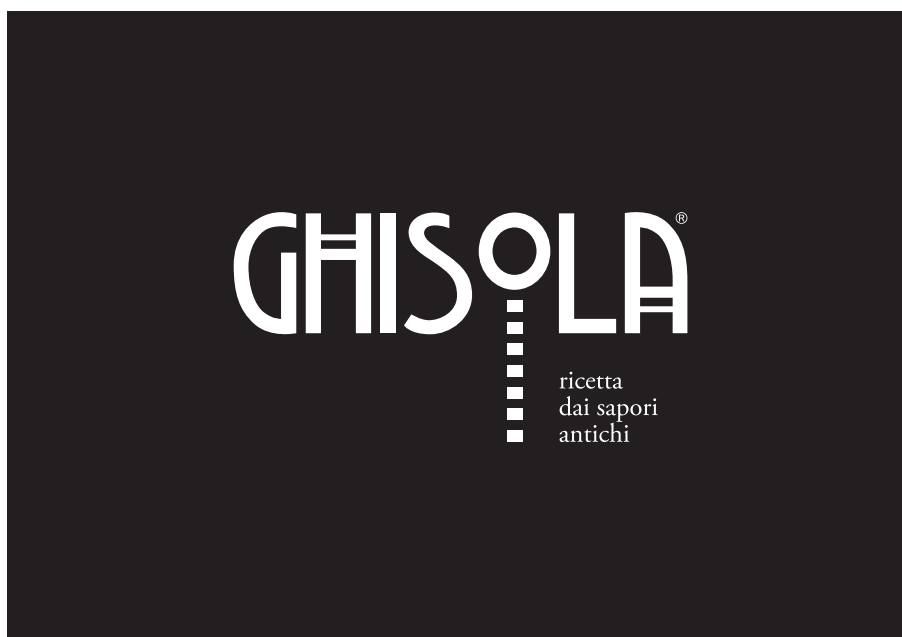
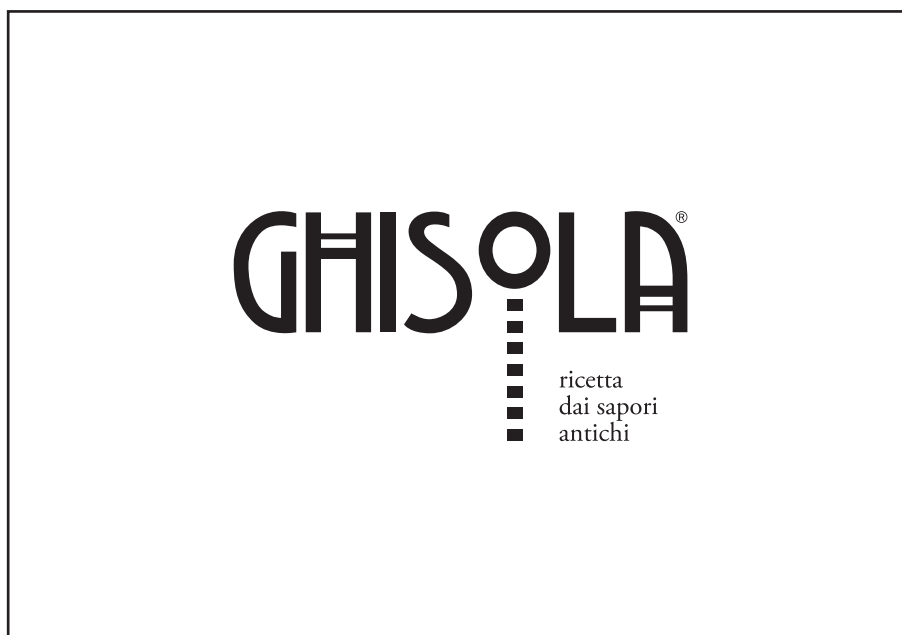
LOGOTIPO POSITIVO/NEGATIVO
VERSIONE BASE

Versione positiva (nero su supporto bianco).
Versione negativa (bianco su supporto nero).



LOGOTIPO POSITIVO/NEGATIVO
VERSIONE CON PAYOFF

Versione positiva (nero su supporto bianco).
Versione negativa (bianco su supporto nero).



ELEMENTI GRAFICI DECORATIVIVI POSITIVO/NEGATIVO

Versione positiva (nero su supporto bianco).
Versione negativa (bianco su supporto nero).



DIMENSIONI LOGOTIPO VERSIONE BASE

Le dimensioni ottimali del logotipo sono determinate dall'utilizzo finale dello stesso ai fini dalla sua leggibilità e vengono definite caso per caso, in particolare in base al tipo di supporto utilizzato.

La dimensione minima consentita del logotipo è di 25x7 mm.



GHISOLA®

Lunghezza 120 mm
Altezza 32mm



GHISOLA®

Lunghezza 75 mm
Altezza 20mm



GHISOLA®

Lunghezza 25 mm
Altezza 7mm

DIMENSIONI LOGOTIPO VERSIONE CON PAYOFF

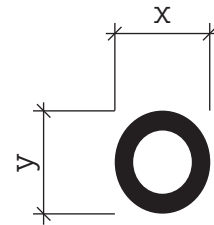
Le dimensioni ottimali del logotipo sono determinate dall'utilizzo finale dello stesso ai fini dalla sua leggibilità e vengono definite caso per caso, in particolare in base al tipo di supporto utilizzato.

La dimensione minima consentita del logotipo è di 40x20 mm.



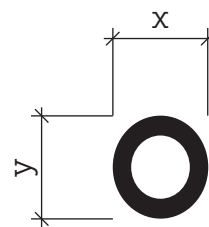
AREA DI RISPETTO LOGOTIPO VERSIONE BASE

La leggibilità è migliore se lo spazio vuoto che circonda il logotipo è sufficientemente ampio. Lo spazio minimo da rispettare tra logotipo ed eventuali altri elementi (testi, foto, illustrazioni) è definito dalla dimensione della lettera "O". Come riportato in figura la distanza tra il logo e altri elementi visivi vicini deve essere come minimo 1 volta l'altezza della lettera "O" in altezza e 1 volta la larghezza della lettera "O" in larghezza. Questo spazio è da considerarsi minimo, pertanto, quando è possibile, è bene venga incrementato.



AREA DI RISPETTO LOGOTIPO VERSIONE CON PAYOFF

La leggibilità è migliore se lo spazio vuoto che circonda il logotipo è sufficientemente ampio. Lo spazio minimo da rispettare tra logotipo ed eventuali altri elementi (testi, foto, illustrazioni) è definito dalla dimensione della lettera "O". Come riportato in figura la distanza tra il logo e altri elementi visivi vicini deve essere come minimo 1 volta l'altezza della lettera "O" in altezza e 1 volta la larghezza della lettera "O" in larghezza. Questo spazio è da considerarsi minimo, pertanto, quando è possibile, è bene venga incrementato.



ERRORI DA EVITARE

Sia per la versione base sia per la versione con payoff è necessario evitare i seguenti errori:

- deformare o distorcere il logotipo con e senza payoff modificandone le proporzioni;
- modificare i caratteri tipografici e/o la loro posizione;
- utilizzare il marchio sovrapposto a fondi multicolore;
- applicare effetti tridimensionali, aloni o ombre.



RIFERIMENTI

Questo manuale, in formato PDF, contiene informazioni necessarie per un corretto utilizzo del logotipo Ghisola. La riproduzione deve avvenire utilizzando solo supporti digitali. Copie riprodotte da altre fonti o parziali sono assolutamente da evitare.

Il presente manuale di utilizzo è scaricabile dall'indirizzo: <http://www.ghisola.it/wp-content/uploads/2016/10/manuale-logotipo-ghisola.pdf>

I diritti commerciali del logotipo Ghisola sono di proprietà di:

Asolo Servizi s.r.l.
Viale E.Fermi 37
31011 Asolo (TV)
P.I. e C.F. 03843420260

I diritti d'autore del logotipo Ghisola sono di proprietà di:
Enrico Moro | www.enricomoro.it