

IL MARCHIO DELLA REGIONE
PER IL SETTORE DEL TURISMO
RAPPORTI E PROPORZIONI
VEDI MANUALE D'USO



IL MARCHIO DELLA REGIONE
PER IL SETTORE DEL TURISMO
COMPLETO DI PAY-OFF

da applicare seguendo le indicazioni
del manuale relativo.

UNIVERS 45 Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,: !?)@#£

UNIVERS 67 Roman

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,: !?)@#£

UNIVERS 65 Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,: !?)@#£**

UNIVERS 75 black

**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,: !?)@#£**

UNIVERS 57 Condensed

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,: !?)@#£

UNIVERS 67 Bold Condensed

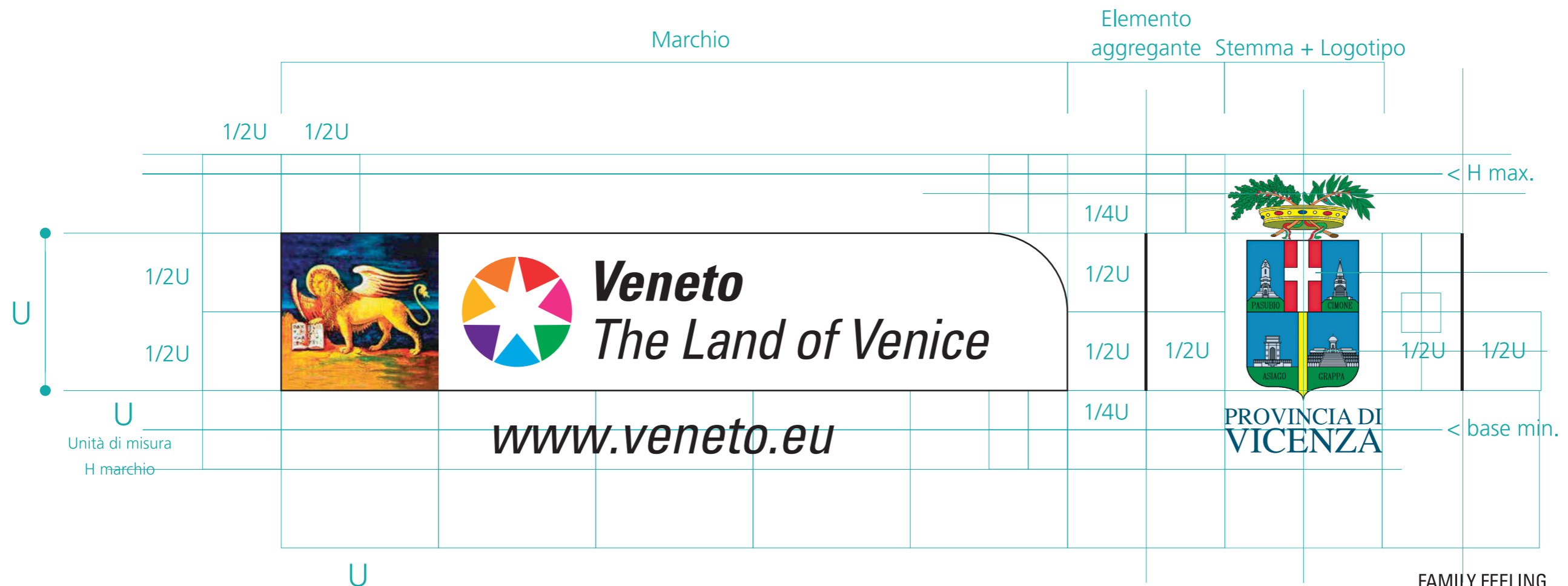
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890 \$%&(.,: !?)@#£**

FAMILY FEELING

percezione di appartenenza stilistica

La creazione di un family feeling prevede l'identificazione di una famiglia di caratteri per l'inserimento di testi da parte dell'emittente (il soggetto dell'UNPLI che di volta in volta comunica) accanto ai Marchi/Stemmi.

Il carattere tipografico (lettering) scelto, in coerenza con quanto definito anche dal Manuale d'Immagine Coordinata della Regione Veneto è l' Univers (True Type), da utilizzare a seconda delle applicazioni e dalle gerarchie di lettura.



FAMILY FEELING
percezione di appartenenza stilistica

Il family feeling è formato dai seguenti elementi: il Marchio del Veneto, lo Stemma + Logotipo della Provincia, il Marchio dell'UNPLI NAZIONALE, del Comitato Pro Loco UNPLI VENETO, il Marchio del Comitato Pro Loco UNPLI PROVINCIALE e un segno grafico aggregante (costituito da una linea verticale che si posiziona con una precisa costruzione modulare) inserito per creare uno spazio riservato fra gli emittenti della comunicazione.

Ciò permette di dare riconoscibilità e univocità agli innumerevoli pezzi che formano la comunicazione esterna del COMITATO PRO LOCO UNPLI VENETO.

COMITATO PRO LOCO UNPLI VENETO

Linee Guida del Marchio e dell'Immagine Coordinata

FAMILY FEELING

percezione di appartenenza stilistica

Protagonista del family feeling è la composizione ottenuta da Marchi ed elementi aggreganti, introdotta di regola dal marchio della REGIONE VENETO, che di volta in volta presenta gli emittenti della comunicazione all'interno di un'AREA RISERVATA modulare.

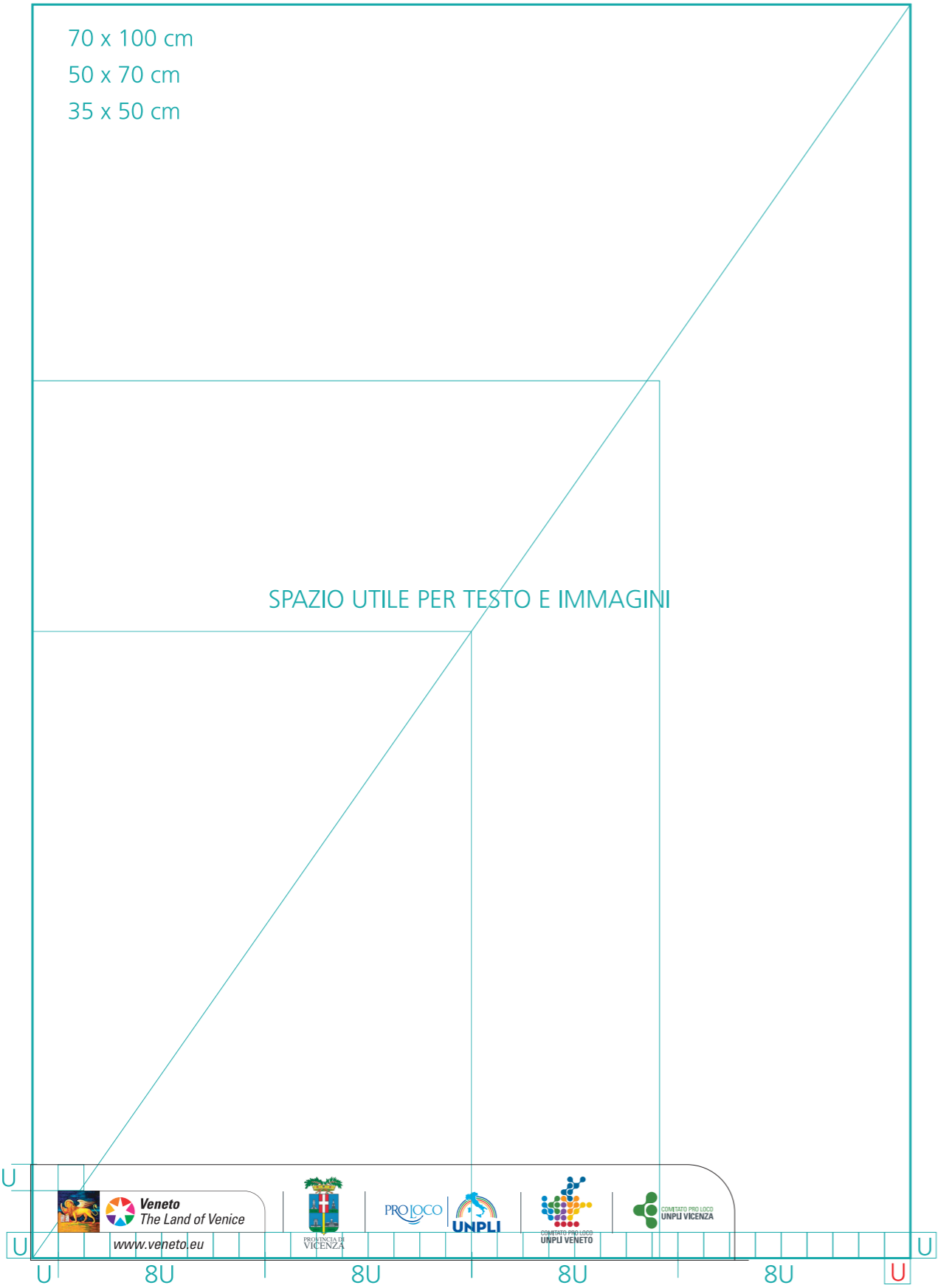


La sottile linea nera ai margini dell'area Riservata andrà usata solo in caso di fondo bianco.

COMITATO PRO LOCO UNPLI VENETO

Linee Guida del Marchio e dell'Immagine Coordinata

UNPLI VINCENZA POSIZIONAMENTO DELLA FIRMA SU POSTER E LOCANDINE



COMITATO PRO LOCO UNPLI VENETO

Linee Guida del Marchio e dell'Immagine Coordinata

Unità di misura
BASE FORMATO DIVISO 34



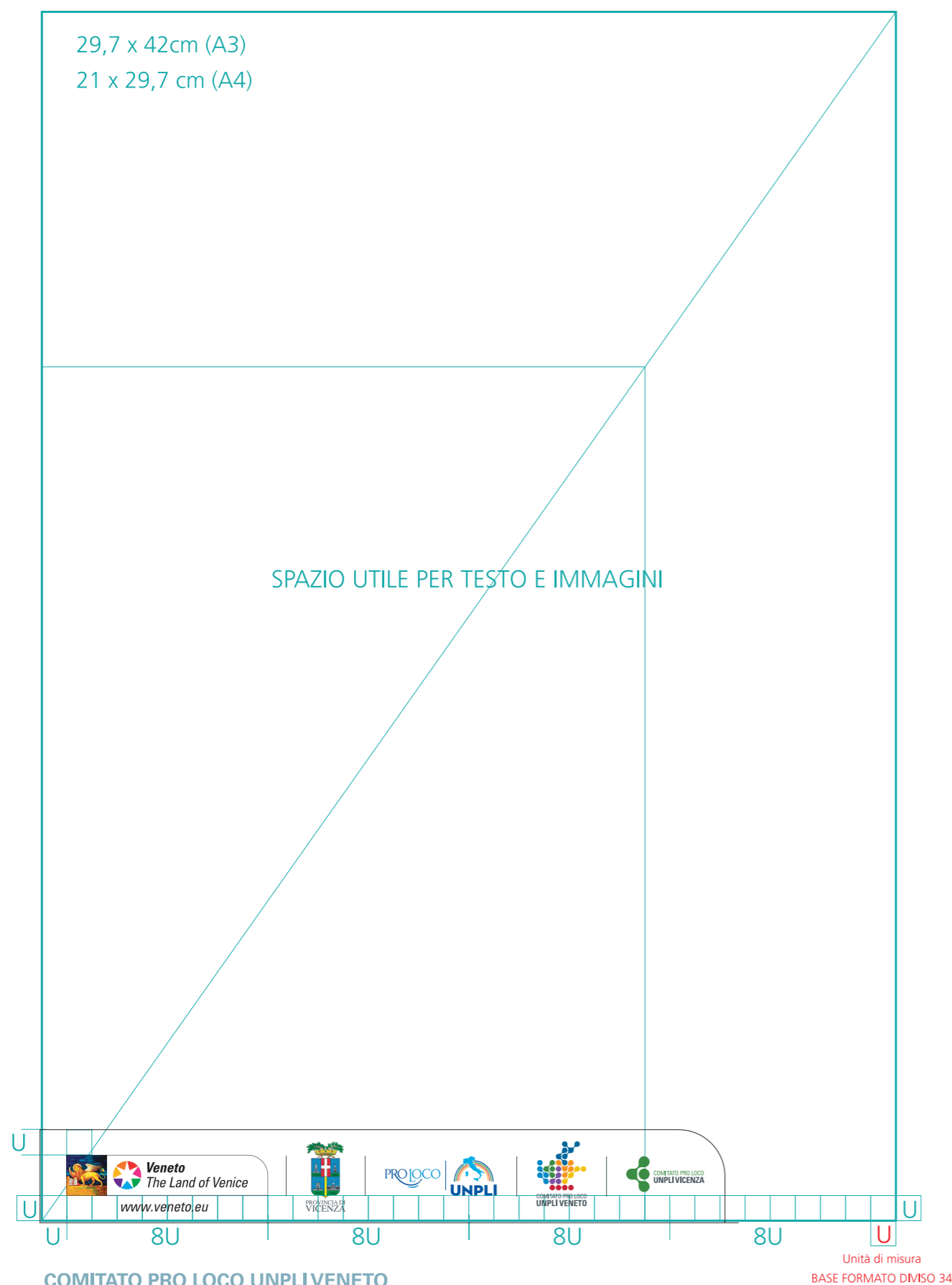
Unità di misura
BASE FORMATO DIVISO 34

AFFISSIONE
Costruzione

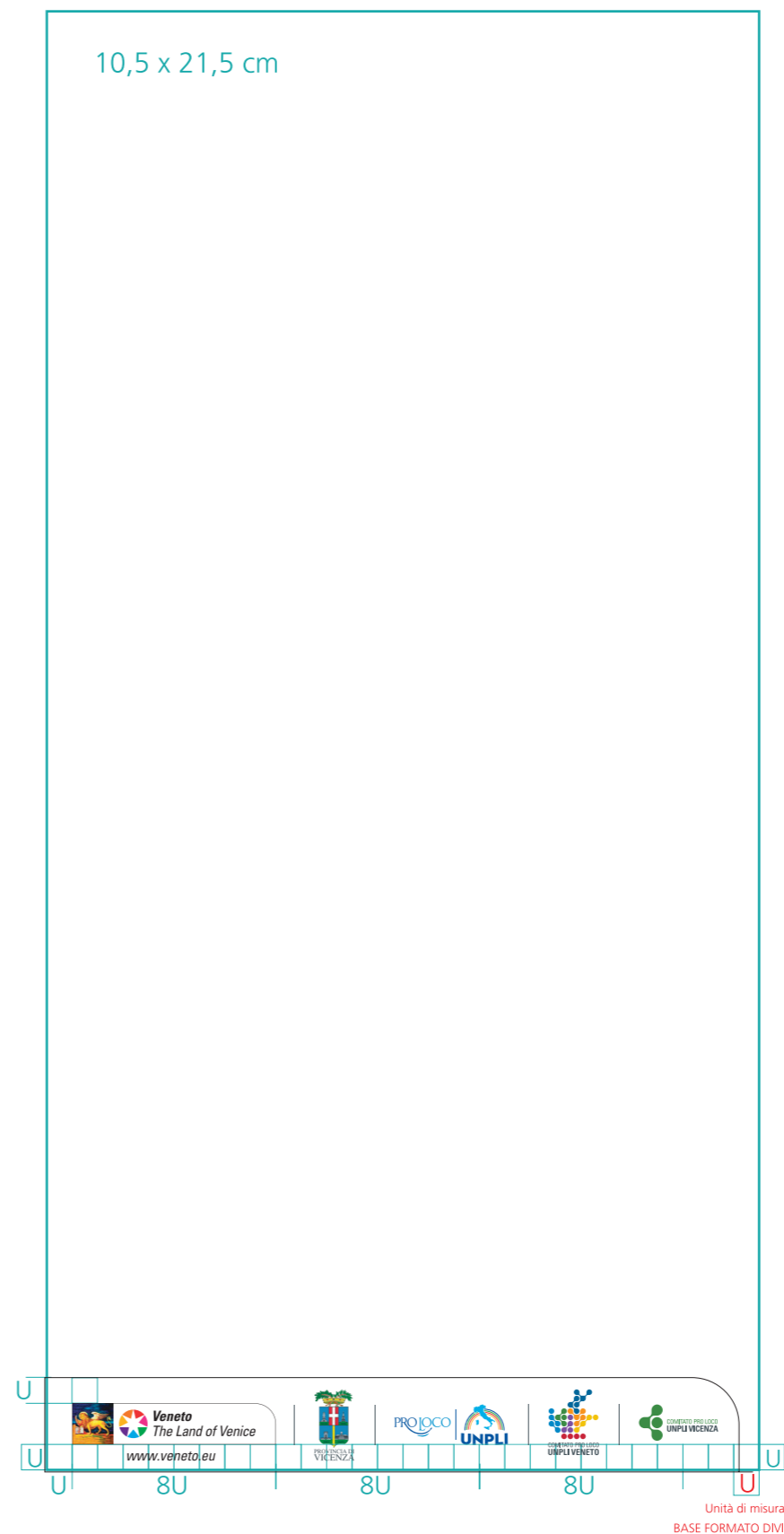
Il format dell'affissione (manifesti, poster e locandine) è caratterizzato da due aree, una superiore che occupa gran parte della superficie, l'altra alla base coincidente con l'angolo sinistro.

L'area superiore delimita lo spazio riservato agli elementi visivi e verbali che, di volta in volta, comunicheranno eventi, manifestazioni ed iniziative promosse ed organizzate direttamente dall'Emittente.

L'area inferiore, su fondo preferibilmente bianco contiene la composizione di elementi FAMILY FEELING la parte in basso a destra è a disposizione dell'Emittente dell'evento e può ospitare indirizzi e/o dati per avere maggiori informazioni, NON può ospitare i loghi commerciali degli sponsor.



Costruzione per formati con base inferiore a 15 cm



STAMPATO PROMOZIONALE
Costruzione

Anche i volantini, i pieghevoli, gli inviti, i libretti ecc in f.to A3 o A4, seguono il format già descritto in precedenza; caratterizzato da due aree, una superiore che occupa gran parte della superficie, l'altra alla base coincidente con l'angolo sinistro.

L'area superiore delimita lo spazio riservato agli elementi visivi e verbali che, di volta in volta, comunicheranno eventi, manifestazioni ed iniziative promosse ed organizzate direttamente dall'Emittente.

L'area inferiore, su fondo preferibilmente bianco contiene la composizione di elementi FAMILY FEELING la parte in basso a destra è a disposizione dell'Emittente dell'evento e può ospitare indirizzi e/o dati per avere maggiori informazioni, NON può ospitare i loghi commerciali degli sponsor.



antica Fiera di San Gregorio®

Comune di Valdobbiadene
Assessorato Attività Produttive

in collaborazione con
Consorzio Valdobbiadene

con il patrocinio di
Regione Veneto
Provincia di Treviso
C.C.I.A.A. Treviso
Comunità Montana delle Prealpi Trevigiane

Valdobbiadene 12,13 e 14 Marzo

Lunedì **14 Marzo** Fuochi artificiali

www.veneto.eu

VENETO The Land of Venice
PRO LOCO UNPLI
COMITATO PRO LOCO UNPLI VENETO
COMITATO PRO LOCO UNPLI VICENZA

Comune di Valdobbiadene
Assessorato Attività Produttive

antica Fiera di San Gregorio

Riserva Alpina di Caccia Valdobbiadene

In collaborazione con le sezioni Comunali ENALCACCIA e LIBERACACCIA

1ª MOSTRA CANI DA CACCIA

DOMENICA 13 MARZO 2005
VILLA DEI CEDRI VALDOBBIADENE TV

La partecipazione è aperta a tutti i proprietari di cani da caccia suddivisi in:

CANI DA FERMA CANI DA SEGUITA
CANI DA TRACCIA CANI DA RIPORTO

Programma:
Ore 09.00: RITROVO DEI PARTECIPANTI ED ISCRIZIONI
Ore 10.00: INIZIO DEI CONCORSI
Ore 12.30: PREMIAZIONE

Saranno premiati i tre migliori soggetti di ogni raggruppamento ed il miglior soggetto in assoluto.

Iscrizioni:
Si ricevono direttamente presso il luogo di ritrovo oppure rivolgendosi ai Signori:
GATTO GIUSEPPE (tel. 0423 987693 - cell. 347 2754859).
VETTORETTI DARIO (cell. 349 4435864) oppure
UFFICIO ATTIVITÀ PRODUTTIVE DEL
COMUNE DI VALDOBBIADENE (tel. 0423 976914).

Quota di Iscrizione: Euro 5,00

Requisiti di ammissione alla mostra:
Tutti i soggetti iscritti dovranno essere identificabili mediante microchip o tatuaggio.

I proprietari/possessori dei cani dovranno tenere a disposizione anche il libretto sanitario degli animali per la eventuale verifica delle vaccinazioni da parte del servizio veterinario.

www.veneto.eu

VENETO The Land of Venice
PRO LOCO UNPLI
COMITATO PRO LOCO UNPLI VENETO
COMITATO PRO LOCO UNPLI VICENZA

AFFISSIONE

esempi di applicazione del Famyli feeling su stampati esistenti di diverso formato, utilizzando le regole di proporzionamento.

PRO LOCO FARRA DI SOLIGO TREVISO

34ª FESTA TRADIZIONALE DI PRIMAVERA FRAGOLE E ASPARAGI

DAL 17 APRILE AL 2 MAGGIO 2006

CON IL PATROCINIO DI: PROVINCIA DI TREVISO | COMUNE DI FARRA DI SOLIGO | CONSORZIO TUTELA FRONZECO CONEGLIANO VALDOBBIADENE



www.veneto.eu

VENETO The Land of Venice
PRO LOCO UNPLI
COMITATO PRO LOCO UNPLI VENETO
COMITATO PRO LOCO UNPLI VICENZA

COMITATO PRO LOCO UNPLI VENETO

Linee Guida del Marchio e dell'Immagine Coordinata