

REGIONECAMPANIA – Giunta Regionale – Seduta del 30 ottobre 2006 – Deliberazione N. 1740
– Area Generale di Coordinamento N. 13 – Sviluppo Attività Settore Terziario – **DGRC n. 1595 del 13/10/2006: Adozione Marchio Turistico della Regione Campania. Integrazione.**

PREMESSO CHE

- con deliberazione di Giunta Regionale n. 1595 del 13/10/06, si è stabilito di adottare il marchio turistico della Regione Campania con slogan identificativo e relativo manuale d'uso, al fine di procedere alla registrazione dello stesso;

CONSIDERATO CHE

- per mero errore materiale, non è stato allegato alla deliberazione sopra citata il manuale d'uso del marchio in oggetto;
- appare opportuno integrare la delibera n. 1595 del 13/10/2006 confermando l'adozione del manuale d'uso del marchio turistico della Regione Campania, allegandolo al presente provvedimento unitamente al marchio turistico

Per le motivazioni ed i riferimenti espressi in narrativa, che qui si intendono integralmente riportati

Propone e la Giunta in conformità a voto unanime

DELIBERA

- Di integrare la delibera n. 1595 del 13/10/2006 confermando l'adozione del manuale d'uso del marchio turistico della Regione Campania, allegandolo al presente provvedimento unitamente al marchio turistico medesimo;
- Di inviare la presente delibera:
 1. a tutte le AGC della Regione;
 2. al BURC.

Il Segretario
D'Elia

Il Presidente
Bassolino

Il marchio "Campania" nasce da due esigenze principali: costruire un brand rappresentativo di tutta la regione Campania per allargare i flussi turistici anche a quelle zone con minore visibilità mediatica e dare all'identità un contenuto simbolico facilmente riconoscibile e veicolabile in tutto il mondo. Queste esigenze hanno trovato risposta con la progettazione di un marchio che mette in evidenza i punti salienti dell'identità regionale, condensati in un paesaggio astratto che rappresenta l'ampiezza dell'offerta turistica, dalla storia antica alle meraviglie naturali. Ma il nuovo marchio Campania si propone anche come paesaggio dell'anima, che comunica l'essenza di questa regione: bellezza, calore, qualità della vita, romanticismo, arte. Il marchio diventa così un ponte fra tradizione e futuro: il simbolo della varietà e dell'unicità della sua terra e della sua anima che da sempre ha attirato viaggiatori da tutto il mondo. Questo manuale è stato progettato per rispondere alla necessità di regolare ogni intervento di applicazione del marchio e degli altri elementi costitutivi primari nei diversi contesti comunicativi. Le regole qui indicate consentiranno di realizzare in modo semplice ed efficace progetti di comunicazione, fornendo ai pubblici potenziali un'immagine univoca, precisa, con un "brand appeal" ben definito. La pubblicazione vuole essere inoltre uno strumento tecnico facilmente comprensibile che permette di migliorare ogni scelta durante la produzione delle comunicazioni.





Indice

Marchio

- 07 Versione a colori in positivo
- 08 Versione bianco e nero

Marchio e logotipo

- 09 Versione a colori in positivo con claim
- 10 Versione bianco e nero con claim
- 11 Applicazione su fondo con colore istituzionale
- 12 Applicazioni su altri fondi
- 13 Costruttivo del marchio mediante reticolo
- 14 Area neutra
- 15 Allineamento tipografico
- 16 Dimensioni minime
- 17 Configurazioni non consentite
- 18 Versione con il claim in lingua straniera
- 19 Allineamento con i marchi Regione Campania e Unione Europea
- 20 Allineamento con le diciture fondi europei in italiano e in lingua straniera
- 21 Filiere. Configurazioni
- 22 Filiere. Inglese
- 23 Filiere. Francese
- 24 Filiere. Tedesco
- 25 Filiere. Spagnolo
- 26 Filiere. Giapponese
- 27 Filiere. Russo

- 28 Filiere. Costruttivo mediante reticolo

Colori istituzionali

- 31 Campania
- 32 Filiere

Tipografia istituzionale

- 33 Bodoni Seventytwo ITC
- 34 Bodoni Twelve ITC
- 35 Meta Plus

Stampati per corrispondenza

- 39 Carta Intestata. Primo foglio
- 40 Carta Intestata. Segue foglio
- 41 Busta
- 42 Biglietto da visita
- 43 Cartella stampa

Power Point

- 44 Format di presentazione slides

Annunci pubblicitari stampa

- 47 Format Assessorato al Turismo e ai Beni Culturali
- 48 Format co-firmato
- 49 Format annuncio con coupon
- 51 Format annuncio evento
- 52 Format calendario programma
- 53 Criterio per l'inserimento dei marchi

Linea Regalo

- 54 T-shirt, cappellino, tazza

Editoria

- 57 Gabbia e regole generali
- 58 Copertina e quarta di copertina
- 59 Seconda di copertina
- 60 Prima romana
- 61 Sommario
- 62 Esempi di impaginazione interna

Glossario

- 65 Glossario

MARCHIO



Marchio

Versione a colori in positivo

Il marchio è l'elemento base del sistema di identità visiva.

I colori istituzionali del marchio corrispondono per la stampa con sistema offset ai colori Cyan 100%, Pantone 130, Pantone 109 e nero 100%.

(PANTONE® MATCHING SYSTEM).



Marchio

Versione bianco e nero

L'uso della versione in bianco e nero del marchio è consentita quando le tecnologie di riproduzione a stampa non permettono un grado soddisfacente di risoluzione del colore o quando non è previsto l'uso di più colori come accade nel cover fax.



Marchio e logotipo

Versione a colori in positivo
con claim

Il marchio è l'elemento base del sistema
di identità visiva.

I colori istituzionali del marchio corrispondono
per la stampa con sistema offset ai colori
Cyan 100%, Pantone 130, Pantone 109
e nero 100%.

(PANTONE® MATCHING SYSTEM).



Marchio e logotipo

Versione bianco e nero
con claim

L'uso della versione in bianco e nero del marchio è consentita quando le tecnologie di riproduzione a stampa non permettono un grado soddisfacente di risoluzione del colore o quando non è previsto l'uso di più colori come accade nel cover fax.



Marchio e logotipo

Applicazioni su fondo
con colore istituzionale

Queste versioni del marchio e logotipo, a colori e in bianco e nero, sono previste sui fondi di colore istituzionale Cyan 100%, Pantone 130, Pantone 109 e nero 100%.



Marchio e logotipo

Applicazioni su altri fondi

Queste versioni del marchio e logotipo a colori sono previste su tutti i fondi di colore diversi da quelli istituzionali.



Questa versione si usa su fondo bianco o molto chiaro.

La versione in negativo del logotipo è prevista per tutte le riproduzioni su fondo nero o scuro.

Il marchio e logotipo può anche essere posizionato su fondi fotografici. Nelle applicazioni è necessario evitare il posizionamento del marchio a cavallo fra una tonalità chiara e una scura, perchè ciò ne ridurrebbe la leggibilità.

Marchio e logotipo

Costruttivo del marchio mediante reticolo

La combinazione del marchio con il logotipo e il claim è vincolata e strutturata da proporzioni ben definite. Non è prevista una diversa combinazione degli elementi.
Il reticolo rimane invariato anche in assenza del claim.

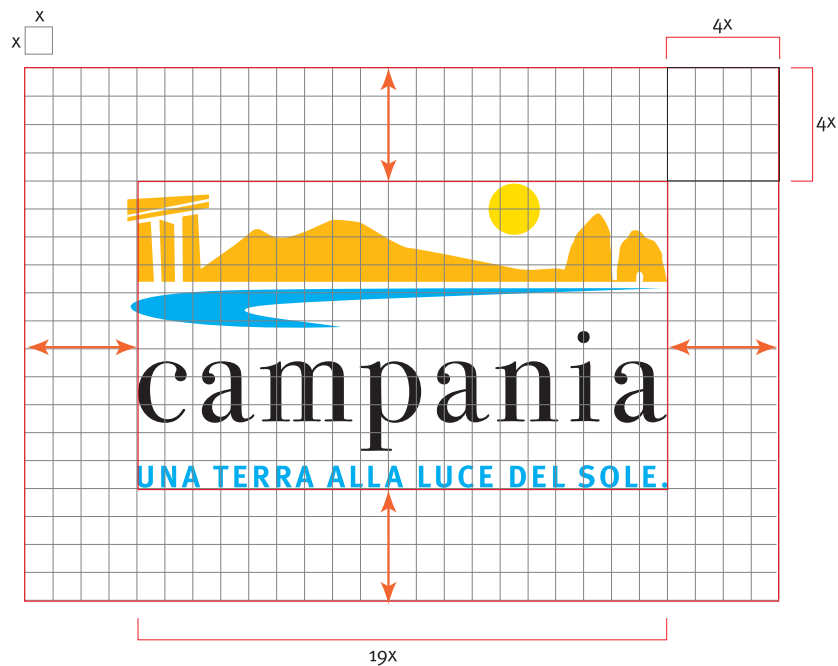


Marchio e logotipo

Area neutra

La leggibilità del marchio e logotipo Campania è maggiore se l'area neutra circostante è sufficientemente ampia. L'area neutra è il margine necessario da garantire attorno al marchio.

Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.

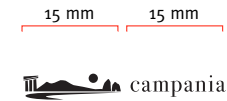


Marchio e logotipo

Dimensioni minime

Il marchio e logotipo può essere ridotto fino a una base minima di 15 mm.

Nella versione con il claim invece la dimensione minima di utilizzo è di 30 mm.



Marchio e logotipo

Configurazioni non consentite

Il marchio e logotipo non può essere modificato né utilizzato insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in questo manuale. La riproduzione deve avvenire utilizzando solo supporti digitali. Questi sono alcuni esempi di impiego errato del marchio e logotipo.



Marchio e logotipo

Versione con il claim
in lingua straniera

Quando il claim è in lingua straniera, la gabbia non varia rispetto alla versione italiana, cambia solo la dimensione del carattere che deve adattarsi alla larghezza del rettangolo della gabbia. Il claim è composto con il carattere tipografico istituzionale Meta Plus Bold.



Marchio e logotipo

Allineamento con i marchi
Regione Campania
e Unione Europea

Quando il marchio logotipo Campania viene utilizzato insieme ai marchi Regione Campania e Unione Europea si consigliano le seguenti configurazioni.

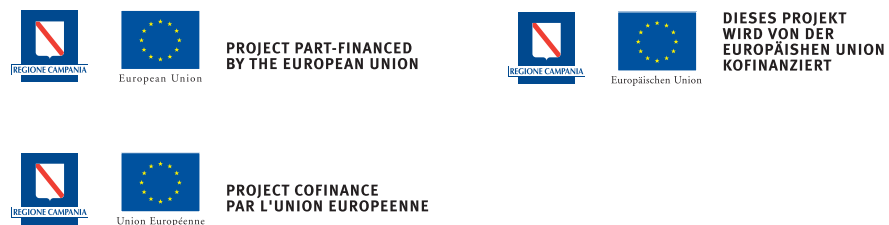


Marchio e logotipo

Allineamento con le diciture
fondi europei in italiano
e in lingua straniera

Quando il marchio logotipo Campania viene utilizzato insieme ai marchi Regione Campania, Unione Europea e alle diciture, si consigliano i seguenti allineamenti.

Carattere: Meta Plus Bold.



Marchio e logotipo

Filiere. Configurazioni

Il nome di filiera o area è composto con il carattere tipografico Meta Plus Bold.

TURISMO CULTURALE - ARCHEOLOGICO

TURISMO ENOGASTRONOMICO

TURISMO TERMALE E DEL BENESSERE

TURISMO RELIGIOSO

TURISMO CLIMATICO E BALNEARE

TURISMO AMBIENTALE

TURISMO STUDENTESCO E GIOVANILE

TURISMO CONGRESSUALE E FIERISTICO



LINEE GUIDA PER L'APPLICAZIONE DEGLI STANDARD GRAFICI.

Marchio e logotipo

Filiere. Inglese

Il nome di filiera o area è composto con il carattere tipografico Meta Plus Bold.

TURISMO CULTURALE - ARCHEOLOGICO

TURISMO ENOGASTRONOMICO

TURISMO TERMALE E DEL BENESSERE

TURISMO RELIGIOSO

TURISMO CLIMATICO E BALNEARE

TURISMO AMBIENTALE

TURISMO STUDENTESCO E GIOVANILE

TURISMO CONGRESSUALE E FIERISTICO



Marchio e logotipo

Filiere. Francese

Il nome di filiera o area è composto
con il carattere tipografico Meta Plus Bold.

TURISMO CULTURALE - ARCHEOLOGICO

TURISMO ENOGASTRONOMICO

TURISMO TERMALE E DEL BENESSERE

TURISMO RELIGIOSO

TURISMO CLIMATICO E BALNEARE

TURISMO AMBIENTALE

TURISMO STUDENTESCO E GIOVANILE

TURISMO CONGRESSUALE E FIERISTICO



LINEE GUIDA PER L'APPLICAZIONE DEGLI STANDARD GRAFICI.

Marchio e logotipo

Filiere. Tedesco

Il nome di filiera o area è composto con il carattere tipografico Meta Plus Bold.

TURISMO CULTURALE - ARCHEOLOGICO

TURISMO ENOGASTRONOMICO

TURISMO TERMALE E DEL BENESSERE

TURISMO RELIGIOSO

TURISMO CLIMATICO E BALNEARE

TURISMO AMBIENTALE

TURISMO STUDENTESCO E GIOVANILE

TURISMO CONGRESSUALE E FIERISTICO



Marchio e logotipo

Filiere. Spagnolo

Il nome di filiera o area è composto con il carattere tipografico Meta Plus Bold.

TURISMO CULTURALE - ARCHEOLOGICO

TURISMO ENOGASTRONOMICO

TURISMO TERMALE E DEL BENESSERE

TURISMO RELIGIOSO

TURISMO CLIMATICO E BALNEARE

TURISMO AMBIENTALE

TURISMO STUDENTESCO E GIOVANILE

TURISMO CONGRESSUALE E FIERISTICO



LINEE GUIDA PER L'APPLICAZIONE DEGLI STANDARD GRAFICI.

Marchio e logotipo

Filiere. Giapponese

Il nome di filiera o area è composto
con il carattere tipografico Meta Plus Bold.

TURISMO CULTURALE - ARCHEOLOGICO

TURISMO ENOGASTRONOMICO

TURISMO TERMALE E DEL BENESSERE

TURISMO RELIGIOSO

TURISMO CLIMATICO E BALNEARE

TURISMO AMBIENTALE

TURISMO STUDENTESCO E GIOVANILE

TURISMO CONGRESSUALE E FIERISTICO

 <p>太陽の光があふれる地 カルチャー・学術－遺跡ツアー</p>	 <p>太陽の光があふれる地 グルメツアー</p>
 <p>太陽の光があふれる地 スパ、エステツアー</p>	 <p>太陽の光があふれる地 宗教研究ツアー</p>
 <p>太陽の光があふれる地 リゾート地滞在型ツアー</p>	 <p>太陽の光があふれる地 エコツアー</p>
 <p>太陽の光があふれる地 学生、ヤングツアー</p>	 <p>太陽の光があふれる地 会議、見本市視察ツアー</p>

Marchio e logotipo

Filiere. Russo

Il nome di filiera o area è composto con il carattere tipografico Meta Plus Bold.

TURISMO CULTURALE - ARCHEOLOGICO

TURISMO ENOGASTRONOMICO

TURISMO TERMALE E DEL BENESSERE

TURISMO RELIGIOSO

TURISMO CLIMATICO E BALNEARE

TURISMO AMBIENTALE

TURISMO STUDENTESCO E GIOVANILE

TURISMO CONGRESSUALE E FIERISTICO



LINEE GUIDA PER L'APPLICAZIONE DEGLI STANDARD GRAFICI.

Marchio e logotipo

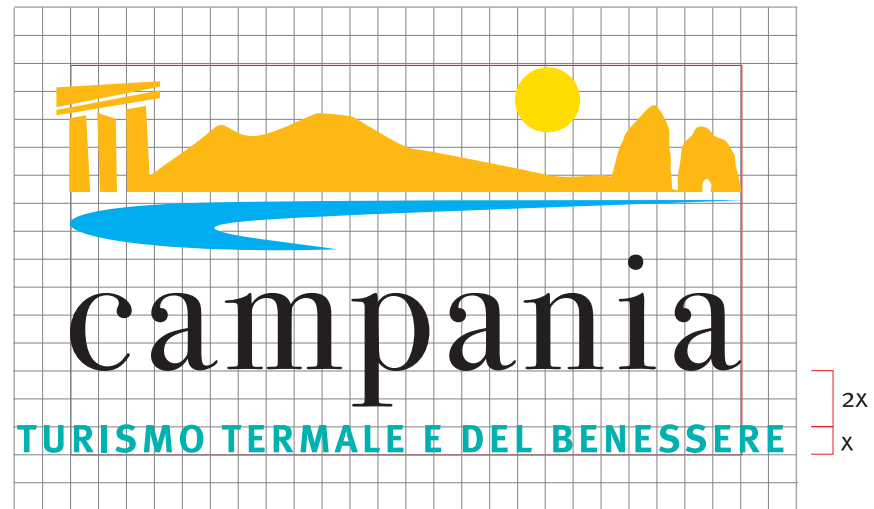
Filiere. Costruttivo mediante reticolo

La combinazione del marchio con il logotipo e le filiere è vincolata e strutturata da proporzioni ben definite.

Carattere: Meta Plus Bold.

Crenatura: 18o Adobe Illustrator.

X
x



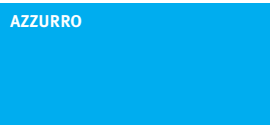







**COLORI ISTITUZIONALI
TIPOGRAFIA ISTITUZIONALE**



Colori istituzionali Campania

Alla base dell'identità visiva di Campania c'è il costante impiego dei colori istituzionali PMS Cyan 100%, Pantone 130, Pantone 109 e nero 100%.

Nei casi in cui non è possibile usare i colori Pantone®, il marchio logotipo può essere riprodotto con la versione in quadricromia dei colori istituzionali usati secondo le percentuali indicate nella tabella che indica anche i codici dei colori Pantone®, i codici 3M (utilizzabili per la riproduzione a mezzo pellicole autoadesive), il codice RAL (utilizzabile per la stampa a mezzo vernici), il codice per il Web e i corrispondenti valori RGB.

		C	M	Y	K	RAL	3M	RGB	HEX
	AZZURRO								
	ARANCIO								
	GIALLO								
	NERO								
	Pantone Process Cyan	100	0	0	0	5015	100-123	R 0 G 160 B 200	#00A0C8
	Pantone 130	2	29	97	0	1004	100-25	R 255 G 180 B 0	#FFB400
	Pantone 109	3	9	92	0	1018	100-15	R 255 G 230 B 0	#FFE600
	Nero 100%	0	0	0	100	9017	100-12	R 0 G 0 B 0	#000000







LINEE GUIDA PER L'APPLICAZIONE DEGLI STANDARD GRAFICI.

Colori istituzionali

Filiere

Alla base dell'identità del "sistema filiere" c'è l'utilizzo costante, per la stampa, dei colori istituzionali PMS 111 C, 187 C, 326 C, Purple C, 3005 C, 362 C, 1225 C, 5405 C, 5625 C e Cool Gray 8 C. Nei casi in cui non è possibile usare i colori Pantone®, la versione in quadricromia dei colori della filiera, può essere impiegata secondo le percentuali indicate nella tabella che indica anche i codici dei colori Pantone®, i codici 3M (utilizzabili per la riproduzione a mezzo pellicole autoadesive), il codice RAL (utilizzabile per la stampa a mezzo vernici), il codice per il Web e i corrispondenti valori RGB.

Turismo culturale archeologico.	Turismo enogastronomico.	Turismo termale e del benessere.	Turismo religioso.
Turismo climatico e balneare.	Turismo ambientale.	Turismo studentesco e giovanile.	Turismo congressuale e fieristico.
Enti e istituzioni (che non fanno riferimento ad una specifica filiera)	Grigio scuro		

	C	M	Y	K	RAL	3M	R	G	B	HEX
 Pantone 111 C	0	19	100	38	0906060	000-000	186	165	0	#AD9030
 Pantone 187 C	0	100	65	18	0304060	100-176	201	0	22	#B31B34
 Pantone 326 C	80	0	37	0	1907035	100-718	35	164	145	#00AFAD
 Pantone Purple C	38	84	0	0	3305040	100-721	156	30	139	#B727BF
 Pantone 3005 C	100	37	0	0	2505040	100-57	7	104	169	#0076CC
 Pantone 362 C	75	0	90	2	1306060	100-719	70	156	35	#289728
 Pantone 1225 C	0	25	80	0	0808090	100-15	254	212	89	#FDC745
 Pantone 5405 C	61	18	0	59	2504015	100-726	59	90	111	#3E647E
 Pantone 5625 C	37	0	43	54	1405010	000-000	96	118	91	#6C8072
 Pantone Cool Gray 8 C	11	9	10	45	0006500	100-605	145	143	144	#929497

Tipografia istituzionale
Bodoni Seventytwo ITC

ITC
Bodoni
Twelve
book
book italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#%^&*()é[+]

Il carattere tipografico ITC Bodoni Twelve viene utilizzato per la composizione dei titoli o titoletti inferiori al corpo 14 e per i testi di piccole o media dimensione. È consentito l'impiego nelle versioni: Bodoni Twelve Book e Bodoni Twelve Book Italic.

Tipografia istituzionale
Bodoni Twelve ITC

ITC
Bodoni Seventytwo book
book italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890!@#%^&*()é[+]

Il carattere tipografico ITC Bodoni Seventytwo viene utilizzato per la composizione dei titoli superiori al corpo 14. È consentito l'impiego nelle versioni: Bodoni Seventytwo Book e Bodoni Seventytwo Book Italic.

È previsto un carattere alternativo per tutti quei casi in cui non sia possibile l'utilizzo del carattere istituzionale ITC Bodoni. Il carattere alternativo è il Times New Roman, facilmente reperibile sia su sistemi Macintosh sia Windows nelle versioni: Times New Roman Regular e Times New Roman Bold.

Tipografia istituzionale
Meta Plus

normal
book
medium
bold
black

Meta Plus

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%^&*()é[+]

Il carattere tipografico MetaPlus può essere utilizzato per la composizione di titoli e testi di piccoli o media dimensione per le comunicazioni below the line e above the line e sulle diverse forme di comunicazione visiva Campania.

Il carattere MetaPlus è la font utilizzata anche per le specifiche relative alle filiere.

È consentito l'impiego nelle versioni: MetaPlus Book, MetaPlus Medium, MetaPlus Bold e MetaPlus Black.

È previsto un carattere alternativo per tutti quei casi in cui non sia possibile l'utilizzo del carattere istituzionale Meta Plus. Il carattere alternativo è l'Arial, facilmente reperibile sia su sistemi Macintosh sia Windows nelle versioni: Arial Regular, Arial Bold.

**STAMPATI PER CORRISPONDENZA
POWER POINT**



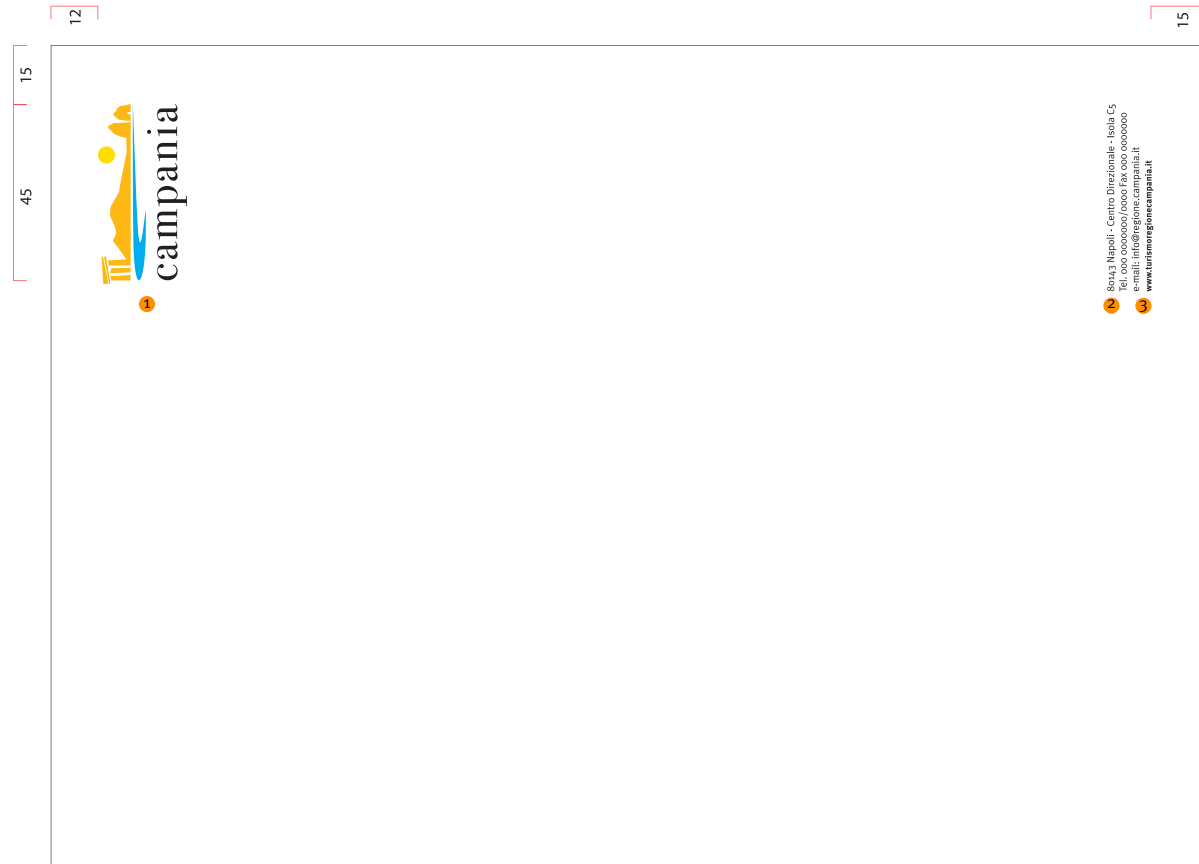
Stampati per corrispondenza

Carta intestata. Primo foglio

Formato: UNI A4 - 210 x 297 mm.

Carta: Fedrigoni Splendorgel EW 100 gr/mq.

- 1 **Marchio:** Cyan 100%, Pantone 130, Pantone 109 e nero 100%.
- 2 **Indirizzo:** Meta Plus Normal 7,5 pt
- 3 **Sito internet:** Meta Plus Bold 6,5 pt



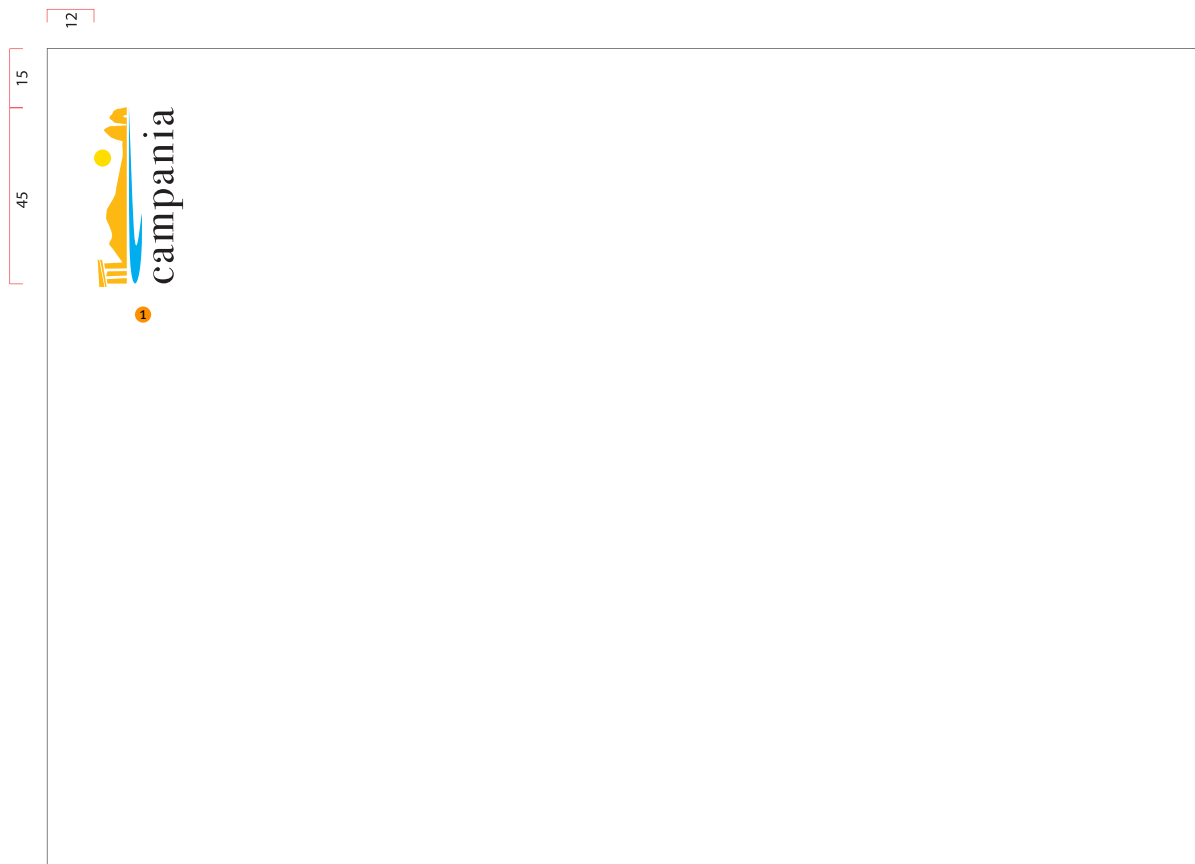
Stampati per corrispondenza

Carta intestata. Segue foglio

Formato: UNI A4 - 210 x 297 mm.

Carta: Fedrigoni Splendorgel EW 100 gr/mq.

Marchio: Cyan 100%, Pantone 130,
Pantone 109 e nero 100%.



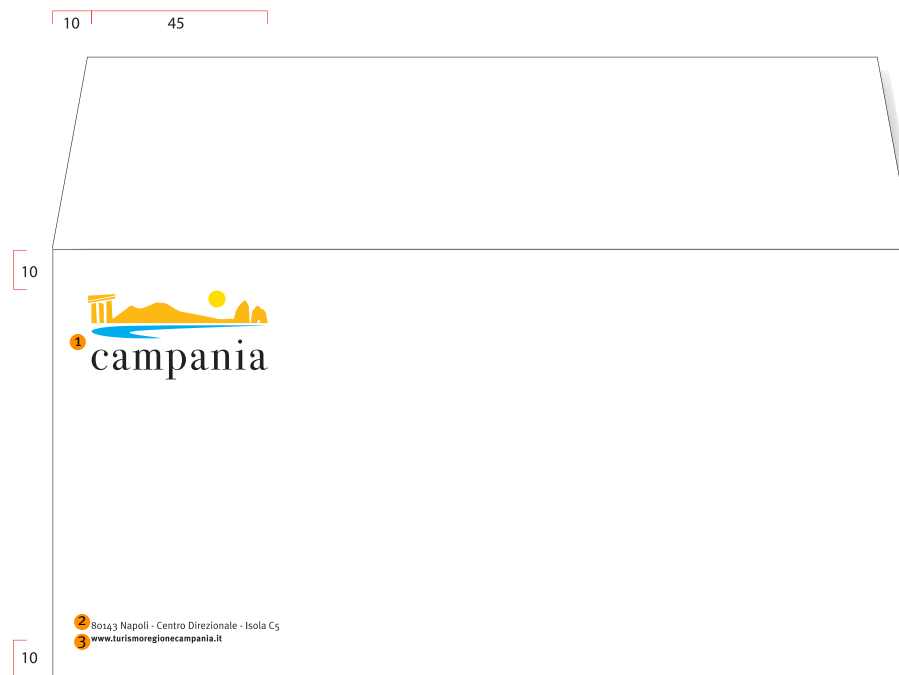
Stampati per corrispondenza

Busta

Formato: UNI A4 - 210 x 110 mm.

Carta: Fedrigoni Splendorgel EW 100 gr/mq.

- ① **Marchio:** Cyan 100%, Pantone 130, Pantone 109 e nero 100%.
- ② **Indirizzo:** Meta Plus Normal 7,5 pt
- ③ **Sito internet:** Meta Plus Bold 6,5 pt



Stampati per corrispondenza

Biglietto da visita

Formato: 85 x 55 mm.

Carta: Fedrigoni Splendorgel EW 250 gr/mq.

- ❶ **Marchio:** Cyan 100%, Pantone 130,
Pantone 109 e nero 100%.
- ❷ **Nome:** Meta Plus Medium 9,5 pt
- ❸ **Qualifica:** Meta Plus Normal 7,5 pt
- ❹ **Indirizzo:** Meta Plus Normal 7,5 pt
- ❺ **Sito internet:** Meta Plus Bold 6,5 pt



Stampati per corrispondenza

Cartella stampa

Formato: 220 x 310 mm.

Carta: Fedrigoni Splendorgel EW 270 gr/mq

Plasticato opaco in bianca e volta.

Stampa: CMYK.

Fustellata e cordonata.



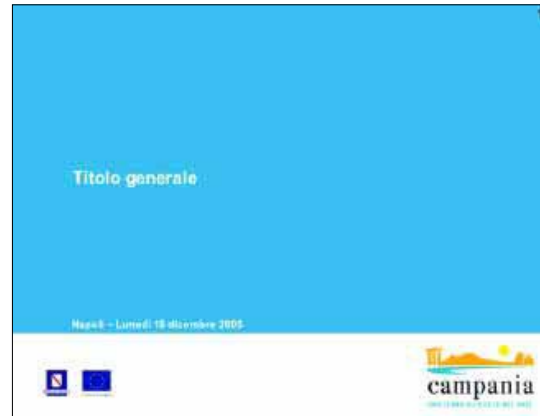
LINEE GUIDA PER L'APPLICAZIONE DEGLI STANDARD GRAFICI.

Power Point

Format di presentazione slides

La presentazione “Campania” nel formato Power Point (Microsoft Office) è uno strumento importante per comunicare e diffondere l'identità della Regione.

Si consiglia l'impiego dei colori istituzionali. In queste schede vengono riprodotti alcuni esempi di impaginazione.



**ANNUNCI PUBBLICITARI STAMPA
LINEA REGALO**



Annunci pubblicitari stampa

Format Assessorato al Turismo
e ai Beni Culturali

A) Format master

B) Format master con il marchio filiera

Il format si compone di una parte superiore: una immagine fotografica e una headline con carattere Meta Plus Bold a lettere maiuscole; una parte inferiore: una banda bianca nella quale compare in alto a destra il marchio Campania con il claim, la bodycopy (carattere Bodoni Seventy Two) allineata al logotipo Campania.

In chiusura sul lato sinistro, l'annuncio presenta sullo sfondo la carta geografica dell'Italia che evidenzia la Campania.

Per l'allineamento dei marchi vedi la pagina 53.



VI ACCOGLIEREMO A REGOLA D'ARTE.

UNA TERRA ALLA LUCE DEL SOLE.

campania

UNA TERRA ALLA LUCE DEL SOLE.

campania > artecard
www.cultura.regione.campania.it

Numero Verde 800-000000

campania
TURISMO CULTURALE E BALNEARE

A

B

Immagine a solo scopo illustrativo.

LINEE GUIDA PER L'APPLICAZIONE DEGLI STANDARD GRAFICI.

Annunci pubblicitari stampa

Format co-firmato

A) Format master co-firmato con il marchio istituzionale o marchio d'area

B) Format master co-firmato con il marchio istituzionale o marchio d'area e il marchio filiera

Il format si compone di una parte superiore: una immagine fotografica e una headline con carattere Meta Plus Bold a lettere maiuscole; una parte inferiore: una banda bianca nella quale compare in alto a destra il marchio Campania con il claim, la bodycopy (carattere Bodoni Seventy Two) allineata al logotipo Campania.

In chiusura sul lato sinistro, l'annuncio presenta sullo sfondo la carta geografica dell'Italia che evidenzia la Campania.

Per l'allineamento dei marchi vedi la pagina 53.

Bo a P. Proffia, la. Corchia (AV)

VI ACCOGLIEREMO A REGOLA D'ARTE.

C'è una regione che soddisfa tutti i sensi. Inizia dall'odore del mare, dai sapori veri, dove la natura conserva tutta la forza della sua bellezza, dove la gente è calda e accogliente. Dove l'arte, la storia e la tradizione parlano un linguaggio ancora attuale. Questa regione è la Campania.

campania
UNA TERRA ALLA LUCE DEL SOLE.

campania > artecard
www.campania.org/artecard

800-000000

campania
UNA TERRA ALLA LUCE DEL SOLE.

A

B

Immagine a solo scopo illustrativo.

Annunci pubblicitari stampa
 Format annuncio con coupon

B) Format master, pagina doppia

Il format si compone di una parte superiore: una immagine fotografica e una headline con carattere Meta Plus Bold a lettere maiuscole; una parte inferiore: una banda bianca nella quale compare in alto a destra il marchio Campania con il claim, la bodycopy (carattere Bodoni Seventy Two) allineata al logotipo Campania e, in chiusura sul lato sinistro, il coupon presenta sullo sfondo la carta geografica dell'Italia che evidenzia la Campania.

Per l'allineamento dei marchi vedi la pagina 53.

Immagine a solo scopo illustrativo.

GODETEVI UN'OPERA D'ARTE.

Campania
 UNA FORMA CULTURALE DEL MARE

campania
 UNA FORMA CULTURALE DEL MARE

www.turismo-regione.campania.it
campania > artecard
www.cultura.regionecampania.it

800-223366

Accanto Non accostato
 Data _____ Firma _____

B

Annunci pubblicitari stampa

Format annuncio evento

A) Format master, pagina singola a firma Assessorato

B) Format master , pagina singola a firma Assessorato con il marchio filiera

C) Format master, pagina singola a firma Assessorato co-firmato con logotipo istituzionale o marchio d'area e il marchio filiera

Il format si compone di tre parti.

Una parte superiore: una immagine fotografica con una headline di carattere Meta Plus Bold a lettere maiuscole; una parte centrale: testo e immagini legate all'evento; una parte inferiore: una banda bianca nella quale compare in alto a destra il marchio Campania con il claim, la bodycopy (carattere Bodoni Seventy Two) allineata al logotipo Campania.

In chiusura sul lato sinistro, l'annuncio presenta sullo sfondo la carta geografica dell'Italia che evidenzia la Campania.

Per l'allineamento dei marchi vedi la pagina 53.

QUI LA BELLEZZA DELLE OPERE DURA NEL TEMPO.

L'ORFEO IN SCENA CON LA COMPAGNIA DI DANZA E MUSICA BAROCCA DI NAPOLI - 13 - 20 OTTOBRE 2005

Una parte superiore: una immagine fotografica con una headline di carattere Meta Plus Bold a lettere maiuscole; una parte centrale: testo e immagini legate all'evento; una parte inferiore: una banda bianca nella quale compare in alto a destra il marchio Campania con il claim, la bodycopy (carattere Bodoni Seventy Two) allineata al logotipo Campania.

In chiusura sul lato sinistro, l'annuncio presenta sullo sfondo la carta geografica dell'Italia che evidenzia la Campania.

Per l'allineamento dei marchi vedi la pagina 53.

A

B

C

Immagine a solo scopo illustrativo.

LINEE GUIDA PER L'APPLICAZIONE DEGLI STANDARD GRAFICI.

Annunci pubblicitari stampa
Format calendario programma

- A) Format master, pagina doppia a firma Assessorato
- B) Format master a firma Assessorato con il marchio filiera
- C) Format master a firma Assessorato co-firmato con logo istituzionale o marchio d'area e il marchio di filiera

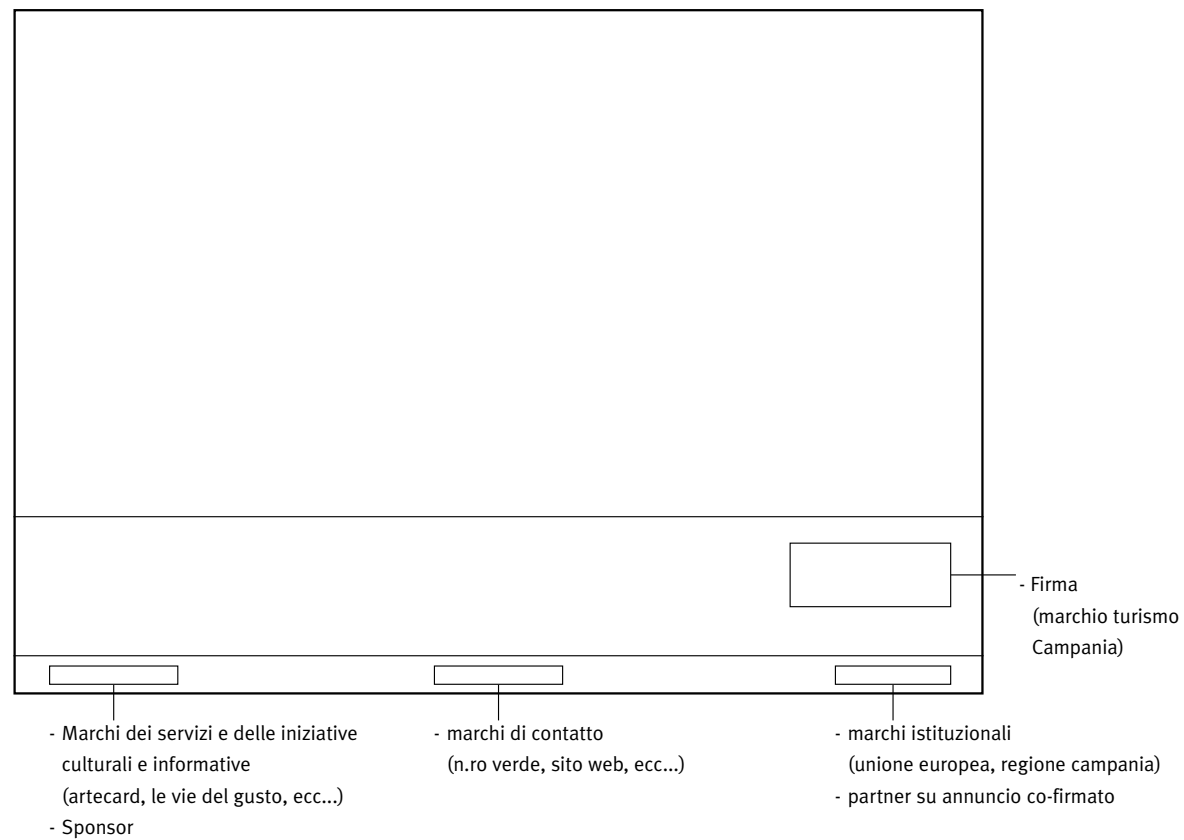
Il format si compone di tre parti.
 Una parte sinistra: una immagine fotografica con una headline di carattere Meta Plus Bold a lettere maiuscole; una parte destra: testo e immagini legate all'evento; una parte inferiore: una banda bianca nella quale compare in alto a destra il marchio Campania con il claim, la bodycopy (carattere Bodoni Seventy Two) allineata al logotipo Campania.
 In chiusura sul lato sinistro, l'annuncio presenta sullo sfondo la carta geografica dell'Italia che evidenzia la Campania.

Per l'allineamento dei marchi vedi la pagina 53.

Immagine a solo scopo illustrativo.

Annunci pubblicitari stampa

Criterio per l'inserimento
dei marchi



Linea Regalo

T-shirt, cappellino, tazza

Esempi di applicazione del marchio su articoli di merchandising.



EDITORIA



Editoria

Gabbia e regole generali

I testi sono sempre in nero e battono sempre su fondo bianco per consentire in fase di stampa, nelle versioni in più lingue, il cambio della sola lastra del nero dei testi inizio.

Testi inizio sezione

Il colore utilizzato è nero 60%

Testi paragrafi

Il colore utilizzato è nero 100% o 60%.

Box di approfondimento

I testi dei box sono sempre accompagnati dall'icona "lente di ingrandimento" che prende il colore della bacchetta sulla quale viene adagiata.

Info

Le info sono previste all'inizio della sezione, nella pagina e in ultima colonna a destra, oppure, nella prima colonna in basso sotto al testo a cui si riferiscono.

Da non perdere

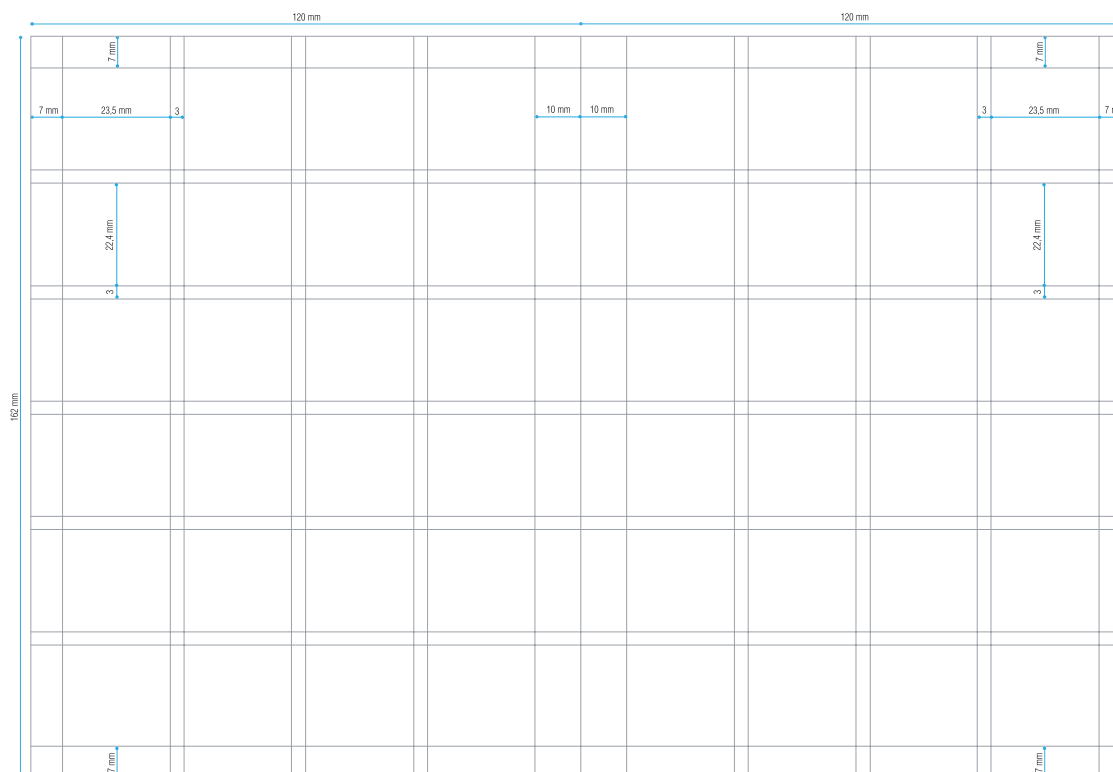
I testi dei box sono contenuti in un rettangolo del colore di filiera 30% e sono accompagnati da pittogrammi la cui legenda è posta in seconda di copertina.

Box di filiera

Nei testi all'interno dei box c'è sempre un richiamo al colore della filiera a cui si riferiscono e vengono posti in ordine alfabetico nella parte superiore o inferiore della pagina.

Apertura sezione

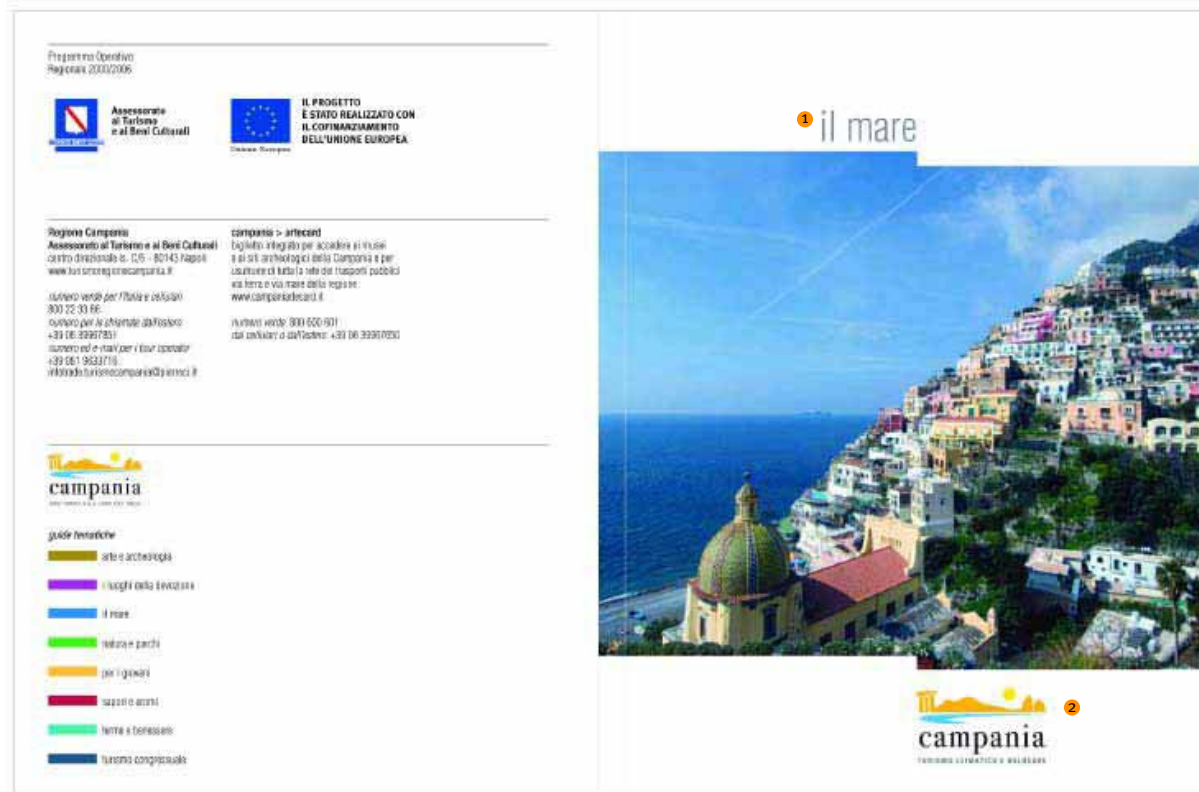
A destra la foto riporta una linea bianca che attraversa tutta l'immagine fotografica, mentre a sinistra sempre nella prima colonna si trova la cartina della regione Campania sulla quale è evidenziata la zona trattata nella sezione.



Editoria

Copertina e quarta di copertina

- 1 Titolo: Helvetica condensed light corpo 24, colore nero 60%.
- 2 In prima di copertina è previsto sempre l'utilizzo del marchio di filiera.



Editoria
Prima romana

① È previsto l'inserimento del marchio generale.



Editoria Sommaro

- 1 È previsto l'utilizzo del colore di filiera nella barra orizzontale.

<p>La Campania apre ai turisti le porte delle numerose località da scoprire e da apprezzare per le straordinarie attrazioni naturali: dalle Isole del Golfo di Napoli alla Penisola Sorrentina, dalla Costiera Amalfitana al Cilento al Librale Domitio, alle zone interne della provincia di Benevento, di Caserta e di Avellino. Scenari mozzafiato, molti dei quali tutelati dai unici parchi ambientali e dalle numerose riserve naturali, dal Marese al Parco dei Monti Pisciardi, dal Vesuvio al Parco Nazionale del Cilento e Vallo di Diano: Si potranno gustare cibi e vini genuini preparati secondo le antiche tradizioni, nel contesto di monumenti e parchi archeologici che raccontano le affascinanti civiltà del passato. Tra le tante perle, oltre alla straordinaria Pompei, vi sono Ercolano, Stabia, Boscoreale e Oplonti con le loro antiche ville, i Campi Flegrei con il Fiume Terna di Pozzuoli (il più grande parco archeologico urbano d'Europa), Miseno e la città sommersa di Bada, il parco archeologico di Conza. Ed ancora il Cilento, ove nel magnifico parco naturale</p>	<p>scoprono le testimonianze dell'antica Velia. Alcuni di questi meravigliosi monumenti sono visitabili anche di sera, con emozionanti percorsi tra i Templi di Paestum, negli scavi di Pompei e nella Reggia di Caserta, ove è possibile prendere parte ai suggestivi appuntamenti dopo il tramonto. Se invece si preferisce una vacanza di relax la Campania è ricca di terme, con 29 sorgenti di acque salutari che ne fanno la quinta regione italiana per centri termali. Da Ischia a Telesio e Contursi Terme le proposte sono molteplici e di elevata qualità. Tutto questo è possibile grazie agli sforzi della Regione Campania, che ritiene fondamentale per lo sviluppo la valorizzazione dei beni culturali, artistici, paesaggistici ed ambientali, su cui sempre più sta investendo ingenti risorse europee e regionali.</p> <p>Marco Di Lillo Assessore al Turismo e ai Beni Culturali della Regione Campania</p>	<h2>sommaro</h2> <p>1</p> <table border="0"> <tr> <td data-bbox="1377 550 1601 694"> <p>6 Il mare che bagna Napoli Castelli dell'Ovo e Borgo Marittimo Il lungomare più famoso del mondo Gli Arcadeschi del reago flegreo Mergellina tra pescatori e vesisti Posillipo, un intreccio di natura e storia Pisciaro, come Amalfi, un sogno e un regno Miseno e Bagnoli, il futuro è qui</p> </td> <td data-bbox="1635 550 1859 646"> <p>36 Limoni, olivi e insenature da sogno: la Penisola sorrentina Le perle per la Penisola Amalfi tra gli agrumati e il mare I panorami di Positano</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1377 710 1601 805"> <p>16 Nai Campi Flegrei, tra spiaggia vulcaniche e antichità sommerse Dove villeggiavano gli imperatori romani Gli Isolelle che danno il nome Il parco di Roma antica</p> </td> <td data-bbox="1635 654 1859 710"> <p>42 Capri, l'isola azzurra Capri e Anacapri Le scavi fenici</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1377 813 1601 909"> <p>22 Andar per isole: Procida e Ischia Procida, la dolce Ischia, la mordace Il Marese del Mare Case Sottili: un borgo nel passato</p> </td> <td data-bbox="1635 726 1859 837"> <p>48 Tra mare e cielo: la Costiera amalfitana Da Vietri sul mare a Sant'Agata sul due Golfi Per chi ama la natura La costa di Amalfi Maree di Vietri</p> </td> </tr> <tr> <td data-bbox="1377 917 1601 1013"> <p>30 Sul Librale domizio, tra aironi, pini e lingue di sabbia Lungo la costa nord, da Licola a Baia Domizia Passeggiando tra dune e pinete A caccia con i trampoli</p> </td> <td data-bbox="1635 845 1859 941"> <p>56 Cilento: le acque incontaminate della leggenda Sotto nome di Ises Pesciaro e Capriate tra antiche leggende La grande di Capriate</p> </td> </tr> </table>	<p>6 Il mare che bagna Napoli Castelli dell'Ovo e Borgo Marittimo Il lungomare più famoso del mondo Gli Arcadeschi del reago flegreo Mergellina tra pescatori e vesisti Posillipo, un intreccio di natura e storia Pisciaro, come Amalfi, un sogno e un regno Miseno e Bagnoli, il futuro è qui</p>	<p>36 Limoni, olivi e insenature da sogno: la Penisola sorrentina Le perle per la Penisola Amalfi tra gli agrumati e il mare I panorami di Positano</p>	<p>16 Nai Campi Flegrei, tra spiaggia vulcaniche e antichità sommerse Dove villeggiavano gli imperatori romani Gli Isolelle che danno il nome Il parco di Roma antica</p>	<p>42 Capri, l'isola azzurra Capri e Anacapri Le scavi fenici</p>	<p>22 Andar per isole: Procida e Ischia Procida, la dolce Ischia, la mordace Il Marese del Mare Case Sottili: un borgo nel passato</p>	<p>48 Tra mare e cielo: la Costiera amalfitana Da Vietri sul mare a Sant'Agata sul due Golfi Per chi ama la natura La costa di Amalfi Maree di Vietri</p>	<p>30 Sul Librale domizio, tra aironi, pini e lingue di sabbia Lungo la costa nord, da Licola a Baia Domizia Passeggiando tra dune e pinete A caccia con i trampoli</p>	<p>56 Cilento: le acque incontaminate della leggenda Sotto nome di Ises Pesciaro e Capriate tra antiche leggende La grande di Capriate</p>
<p>6 Il mare che bagna Napoli Castelli dell'Ovo e Borgo Marittimo Il lungomare più famoso del mondo Gli Arcadeschi del reago flegreo Mergellina tra pescatori e vesisti Posillipo, un intreccio di natura e storia Pisciaro, come Amalfi, un sogno e un regno Miseno e Bagnoli, il futuro è qui</p>	<p>36 Limoni, olivi e insenature da sogno: la Penisola sorrentina Le perle per la Penisola Amalfi tra gli agrumati e il mare I panorami di Positano</p>									
<p>16 Nai Campi Flegrei, tra spiaggia vulcaniche e antichità sommerse Dove villeggiavano gli imperatori romani Gli Isolelle che danno il nome Il parco di Roma antica</p>	<p>42 Capri, l'isola azzurra Capri e Anacapri Le scavi fenici</p>									
<p>22 Andar per isole: Procida e Ischia Procida, la dolce Ischia, la mordace Il Marese del Mare Case Sottili: un borgo nel passato</p>	<p>48 Tra mare e cielo: la Costiera amalfitana Da Vietri sul mare a Sant'Agata sul due Golfi Per chi ama la natura La costa di Amalfi Maree di Vietri</p>									
<p>30 Sul Librale domizio, tra aironi, pini e lingue di sabbia Lungo la costa nord, da Licola a Baia Domizia Passeggiando tra dune e pinete A caccia con i trampoli</p>	<p>56 Cilento: le acque incontaminate della leggenda Sotto nome di Ises Pesciaro e Capriate tra antiche leggende La grande di Capriate</p>									

Editoria

Esempi di impaginazione interna

Da non perdere

- 1 Titolo: helvetica neue light condensed maiuscolo corpo 9, interlinea 20, colore nero 100%
- 2 Testo: helvetica neue condensed corpo 8, interlinea 8,5, colore nero 100%.

Testi continui

- 3 Titolo inizio sezione: helvetica light corpo 14, interlinea automatica, colore nero 60%.
- 4 Testo introduttivo: helvetica condensed light corpo 8,5, interlinea automatica, colore nero 60%.

Info

- 5 Titolo: helvetica neue medium condensed corpo 7, interlinea 7,12, colore nero 60%.
- 6 Testo: helvetica condensed light corpo 7, interlinea 7,12, colore nero 60%.



Editoria

Esempi di impaginazione interna

- 1 Titolo paragrafo: helvetica medium corpo 12, interlinea 12, colore nero 100%.
- 2 Testo paragrafo: helvetica condensed light corpo 8,5, interlinea automatica, colore nero 100%.

Citazioni

- 3 Titolo: helvetica medium corpo 9, interlinea 12, colore nero 100%.
- 4 Testo: helvetica thin corpo 12, interlinea 12, colore nero 60%.
- 5 Autore: helvetica condensed light italic corpo 7, interlinea 12, colore nero 60%.

Approfondimenti

- 6 Titolo: helvetica neue medium corpo 8, interlinea automatica, colore nero 100%.
- 7 Testo: helvetica condensed light corpo 8, interlinea automatica, colore nero 100%.

Dove 'villeggiavano' gli imperatori romani 1

2 Il modo migliore per arrivare a **Pozzuoli** godendo la vista del mare è seguire la strada costiera che parte da Bagnoli. Il percorso, una delle mete preferite dai patiti del jogging, è molto panoramico. Spiaggette libere si alternano a stabilimenti attrezzati con lettini e ombrelloni, alcuni dei quali la sera si trasformano in luogo di ritrovo per i giovani. Il **lungomare di Pozzuoli** è meta di passeggiate tutto l'anno: il clima è particolarmente favorevole e lo scenario urbano, grazie a recenti interventi di riqualificazione dell'area, è molto gradevole. Si può pattinare, correre e giocare a calcio e a pallacanestro (vi sono alcuni campi sportivi). Sul lato opposto al mare si affacciano le architetture variopinte delle case e dei tanti bar e ristoranti che animano la zona. Dal **porto** di Pozzuoli partono aliscafi e vapnetti per Ischia e Procida, le incantevoli isole flegree.

Non lontano dal porto, dove nei numerosi ristoranti si può gustare un'ottima cucina mannara, c'è il **Tempio di Serapide** o **MæwAw**, l'antico mercato pubblico romano

3 **viaggiatori illustri**

4 Una gita in barca fino a Pozzuoli, delle piccole escursioni in carrozza, allegre scampagnate attraverso la regione più meravigliosa del mondo. Sotto il cielo più puro, il terreno più infido...

5 *Gianni Marzulli Globe 1987*

le cui colonne in marmo hanno funzionato nei secoli come 'termometro' del bradisismo per i fori lasciati dai molluschi nei pericoli in cui restavano sommerse dall'acqua marina. E sempre a Pozzuoli si trova uno dei più grandi anfiteatri della romanità: l'**Anfiteatro Flavio**, che vanta i sotterranei meglio conservati che si conoscano. Merita, infine, una visita lo straordinario **Rione Terra**, l'antichissimo cuore della città evapitato dopo il bradisismo del 1970 e ora al centro di una vasta operazione di recupero che ha portato alla luce i resti della città romana.

Nei dintorni, da non mancare è una escursione alla **Solfatara**, uno dei pochi vulcani attivi a cielo aperto che si possono visitare: nel cratere dall'aspetto lunare, fumarole e fanghi che ribollono creano uno spettacolo "orrido" di grande suggestione.


Lasciandosi alle spalle Pozzuoli e i due laghi d'Averno e di Lucrino, si giunge a **Baia**. Il cui nome, secondo la leggenda, deriva dal timoniere di Ulisse, Baio, che qui sarebbe

I campi flegrei in 1 giorno

Pozzuoli	Baia
Bosa	Bacoli
Cuma	Cuma

I campi flegrei in 3 giorni

Pozzuoli	Baia
Solfatara	Bacoli
Laghi d'Averno e di Lucrino	Cuma



6 **quel castello che domina il mare**

7 Il Castello di Baia, costruito nel 1495 per volere di re Alfonso d'Aragona a difesa della costa, domina il golfo da un promontorio tufoso a picco sul mare. Ampliato nel Cinquecento dal viceré don Pedro de Toledo, nei secoli successivi, sotto gli spagnoli, gli austriaci e i Borboni, continuò a essere un forte militare: nel Novecento divenne Real Orlanografio Militare. Oggi ospita il Museo Archeologico dei Campi Flegrei, dove si possono ammirare fra l'altro il Sacello degli Augustali e i preziosi reperti provenienti dal Rione Terra.

Baia. Il parco archeologico sotterraneo

Editoria

Esempi di impaginazione interna

Numeri

- 1 Meta normal corpo 8, colore bianco.

Didascalie

- 2 Helvetica neue condensed light corpo 6, interlinea automatica, colore nero 60%.

Box di filiera

- 3 Titolo: helvetica neue medium condensed corpo 8, interlinea automatica, colore nero 100%.

- 4 Testo: helvetica condensed light corpo 7, interlinea automatica, colore nero 100%.

Eventi

- 5 Titolo: helvetica neue medium corpo 7, interlinea automatica, colore nero 100%.
- 6 Nome evento: helvetica condensed light italic corpo 7, interlinea automatica, colore nero 100%.
- 7 Luogo: helvetica condensed light corpo 7, interlinea automatica, colore nero 100%.

1

2

3

4

5

6

7

che conduce ai **Bagni di Tiberio**: una spiaggetta di sassi che lambisce i resti del palazzo a mare, una delle dodici 'ville' che l'imperatore si era fatto costruire sull'isola. A Marina Piccola si trova un lido 'storico' dell'isola: la **Canzone del mare**. Lo stabilimento 'nacque' nel 1936 da un'idea del regista Munty Banks, deciso a trasformare in complesso turistico la residenza di Emil von Behring, scopritore del siero antidifterico; da allora qui scorre la vita mondana dell'isola. Ma sono tanti i lidi di Marina Piccola: costruiti su piccole spiagge sassose. È possibile usufruire di attrezzature balneari anche nei lidi che guardano i Faraglioni e, ad Anacapri, a Punta Carena, vicino al faro, e presso la Grotta Azzurra. Se si arriva a Capri in barca, Marina Grande offre un **porto** attrezzato. Qui almeno

una volta all'anno si svolgono campionati velici di rilievo internazionale.

Il mare non è l'unica attrattiva dell'isola, che conta musei, siti archeologici e dimore storiche. A Capri, il **Museo Ignazio Cerio** racconta la storia dell'isola; le imponenti rovine di **villa Jovis** svelano tutta la grandiosità delle residenze imperiali; la **certosa di san Giacomo** conserva testimonianze artistiche di pregio e offre panorami di grande suggestione. Ad Anacapri, meritano una visita la **chiesa di San Michele**, con il magnifico pavimento maiolicato, e la **villa San Michele**, costruita dal medico svedese Axel Munthe che narra la sua passione per Capri in un romanzo celeberrimo. In lunivia, è possibile raggiungere la vetta del **monte Solaro**, da cui si gode una vista a 360° sui golfi di Napoli e Salerno.

terme e benessere

Beauty center
del grandi alberghi

shopping

Limoncino di Capri
Mondo caprese
Profumi di Capri
Santoli capresi
Vini

in giro con i bambini

Bagni di Tiberio
Fontana del monte Solaro
Grotta Azzurra
Via Krupp

La scala fenicia
L'alta, ripida parete calcarea che divide Capri da Anacapri è tagliata da un percorso antichissimo che, partendo da Marina Grande, sale quasi in verticale fino alla rupe dove sorge villa San Michele. Una passeggiata

che offre panorami indimenticabili. Ovviamente è consigliabile affrontare gli 800 gradini in discesa!

eventi

14 maggio
...Festa di san Costanzo (processione a mare e in piazzetta)
Capri

maggio
...Settimana helica del "No Golf"

giugno-agosto
...Concerti al tramonto (musica classica)
Anacapri

luglio
...Makalora del Golfo (Capri-Napoli)
Capri

agosto
...International Folklore Festival
Anacapri

settembre
...Settimanale anacaprese (sagra dell'uva)
Anacapri

dicembre
...Capri Film Festival
Anacapri
...Capodanno in piazzetta (fuochi d'artificio)
Capri

CAMPANIA. SISTEMA DI IDENTITÀ VISIVA.

Glossario

Claim

Breve testo in cui si concentra l'argomentazione di vendita. È la frase destinata a rappresentare la campagna pubblicitaria di un dato prodotto e a identificarsi con esso durante tutto il corso della campagna stessa.

HEX

Codice utilizzabile per la identificazione dei colori su HTML.

Logotipo

Espressione grafica di un nome tramite caratteri tipografici e colori che definiscono un'identità.

Marchio

Sintesi grafica, non verbale, dei valori e degli elementi fondativi di un'identità.

Pantone

Nome di un sistema di identificazione del colore per raggiungere tinte particolari mischiando i colori primari o utilizzando particolari inchiostri. I toni del colore vengono definiti con sistema numerico.

Pay-off

La chiusura di un annuncio. È una frase brevissima, e che spesso non ha verbo, che sta vicino alla marca o al nome del prodotto e che viene mantenuta nel tempo.

Quadricromia

I diversi colori si ottengono con la sintesi dei colori primari: giallo, magenta, ciano, nero. Diminuendo la quantità di uno o più colori primari si ottiene un colore o una tonalità diversa.

RAL

Codice utilizzabile per la stampa a mezzo vernici.

RGB

Nome di un sistema di identificazione dei colori a video.

Sistema offset

Sistema di stampa classico da pellicole (non digitale).

3M

Codice utilizzabile per la riproduzione a mezzo pellicole autoadesive.





campania

UNA TERRA ALLA LUCE DEL SOLE.