



AROMA
di Riviera
Origine Liguria

Brand Manual

Indice

Marchio 03

Sistema Tipografico 09

Sistema cromatico 13

Immagine coordinata 17

Visual 25/



Il progetto

Il Progetto “Filiera 4.0 - Innovazione e tracciabilità a sostegno delle filiere agroalimentari liguri” è finalizzato alla valorizzazione del settore agroalimentare ligure e alla promozione della Qualità dei prodotti del territorio. Tracciabilità, Plastic Free e Zero Residui sono le innovazioni e le pratiche virtuose a cui il progetto intende dare visibilità:

- intervenire sulla tracciabilità dei prodotti grazie al supporto tecnologico e a strumenti informatici;
- incentivare l'utilizzo di nuovi materiali a minor impatto ambientale nei cicli produttivi;
- ridurre le quantità di residui di singoli fitofarmaci nelle colture.

Per la valorizzazione dei prodotti del territorio è stato creato un marchio innovativo e caratterizzato da una forte identità territoriale in grado di funzionare da brand.

Il Progetto parte da una realtà locale di eccellenza – le imprese produttrici di piante aromatiche e ornamentali in vaso dell'area Ingauna (SV) - nella prospettiva di espandersi successivamente su tutto il territorio, raggiungendo intermediari commerciali e consumatori locali, italiani ed esteri. Filiera 4.0 ha il duplice obiettivo di dare visibilità agli sforzi che le aziende agricole stanno attuando per dotarsi di strumenti innovativi in grado di garantire qualità, sicurezza alimentare, sostenibilità ambientale e tracciabilità delle operazioni produttive e di fornire ai consumatori validi strumenti per conoscere i prodotti che acquistano: attraverso la scansione di un QR code sarà possibile risalire a indicazioni certe sulla provenienza, le fasi di produzione e la sostenibilità dei cicli produttivi.

Il Marchio

- + Marchio
- + Declinazioni
- + Composizione
- + Relazioni dimensionali
- + Costruzione
- + Area di rispetto
- + Usi non consentiti

L'obiettivo è definire le linee guida per l'applicazione del marchio attraverso l'uso corretto dei criteri contenuti in questo manuale, con lo scopo di diffondere l'immagine e l'identità del progetto valorizzandone riconoscibilità e visibilità.

Il marchio "Aroma di Riviera" nasce come rappresentazione della cooperazione tra varie realtà del settore agroalimentare della Liguria.

Marchio

L'esperienza dei venditori indicava come primo requisito del brand il rispondere a una domanda che molti clienti sui mercati esteri si pongono al momento della scelta: perché dovrei acquistare un prodotto che viene da distante? Secondo loro la migliore risposta è: perché nessun prodotto più vicino potrebbe offrirti le peculiarità date da quel territorio.

La comunicazione che il prodotto arriva da una filiera affidabile ed ecologica rafforza questa risposta ma funziona solo se prima si è riusciti a comunicare una particolarità locale che la filiera garantisce.

La Brand Essence, il distillato delle analisi sul posizionamento competitivo del prodotto da cui è partito il nostro lavoro di sviluppo del marchio, è comunicare l'idea di un *Mediterraneo temperato* in cui è dolce vivere e in cui anche i prodotti acquistano una particolare *suavità*.

Il lavoro si è così concentrato sul rafforzamento di un punto di forte specificità emerso dal confronto con i partner. Liguria e Riviera ligure richiamano la forza che caratterizza il Mediterraneo agli occhi dei paesi nordici ma senza gli eccessi che contraddistinguono altre aree.

L'armonia che ha prodotto il successo del concetto di Riviera come luogo di «dolce vita», conferisce una delicatezza unica anche ai prodotti.

Declinazioni

Il marchio viene declinato in due versioni principali. La prima versione vede il marchio racchiuso all'interno di un riquadro definito da due quadrati concentrici (uno pieno e uno vuoto), questa soluzione lo rende maggiormente visibile e riconoscibile aggiungendo quel valore che lo potrebbe rendere assimilabile ai marchi definiti "di qualità". La seconda versione principale invece vede il marchio nella sua soluzione più semplice.



Composizione

La versione principale del marchio presenta un pittogramma monocromatico che si fonda sulle forme della Spirale Aurea e un richiamo ai processi di crescita del mondo naturale. Il logotipo della versione principale del marchio è rappresentato dal nome "Aroma di Riviera" con elaborazione grafica tramite Font Cormorant Garamond Bold.



→ **Pittogramma:** spirale aurea e foglia simbolica del settore agroalimentare

AROMA
di Riviera

→ **Logotipo:** Il nome "Aroma di Riviera" vuole affermare l'identità locale del marchio scegliendo di usare parole italiane; parole che al contempo sono presenti anche nelle principali lingue target come calchi generati dal riscontro di grandi eccellenze italiane e quindi comprensibili a tutti, ma soprattutto radicate nei desideri quotidiani dei destinatari, una sorta di passpartout-leve:

- Aroma: non solo piante aromatiche ma buongusto e sentore di «dolce vita».
- Riviera: non solo turismo ma piacevolezza della vita e del saper vivere.

Origine Liguria

→ **Payoff:** "Origine Liguria" vuole specificare la localizzazione e rimandare alla sua tracciabilità:

- Origine: altro termine conosciuto, molto usato in pubblicità per esprimere autenticità (original), rimanda al locale e al senso del progetto come tracciamento di filiera;
- Liguria: termine presente nella gran parte delle lingue target, meno conosciuto, come spesso accade per i toponimi di localizzazione.

Relazioni dimensionali

Il marchio viene utilizzato nella sua interezza (composto da pittogramma, logotipo e payoff) sempre fino ad una dimensione minima di 50-40 mm, grazie alla quale è ancora accettabile la leggibilità del payoff. Nelle situazioni in cui il marchio debba essere riprodotto molto piccolo (meno di 40 mm di lunghezza come 20-25 mm) è necessario che sia presentato senza payoff. Questa variazione è necessaria per mantenere la leggibilità marchio che non deve essere riprodotto con una dimensione inferiore ai 15-20 mm.



20 mm



40 mm



60 mm

Costruzione

La costruzione del marchio vede come fondamento un riquadro creato attorno alla fusione di pittogramma e prima parte del logotipo, questo diventa l'elemento modulo per poter costruire il marchio. L'intero marchio è composto dalla ripetizione di tale riquadro: il primo rettangolo è occupato dal pittogramma e dalla prima parte del logotipo e il secondo rettangolo è suddiviso in 2 parti (circa della metà di altezza), occupate dalla seconda parte di logotipo e dal payoff.



Area di rispetto

Il marchio deve avere sempre un'opportuna area di rispetto da ogni altro elemento. Per una maggiore visibilità nessun elemento grafico deve entrare in quest'area. Sarà sufficiente considerare un margine massimo pari a X, elemento utilizzato come margine di rispetto per ciascun lato dell'immagine contenuta.



Usi non consentiti



Non spostare o ruotare gli elementi



Non applicare effetti o ombre



Non usare una parte per il tutto



Non applicare effetti 3D



Non cambiare font



Non deformare



Non cambiare colore



Non usare versioni non adeguate su sfondi colorati

Sistema Tipografico

- + Storia del font
- + Corporate Font
- + Gerarachia Font

Cormorant Garamond

La scelta del font è stata veicolata dalla valutazione dei target verso i quali sono indirizzati il brand, la comunicazione di progetto e lo stile comunicativo più efficace da adottare: il settore agroalimentare e, più nello specifico, quello agricolo, è caratterizzato da valori legati alle tradizioni, alla storia, al territorio e alla qualità del lavoro che si riflette nei suoi prodotti. Il font deve essere in grado di rispecchiare tali valori, assumendo pertanto uno stile elegante ma forte, più classico e meno moderno, più tradizionale e capace di farsi portatore di “una storia di qualità”.



Storia del font

Cormorant è una famiglia di Font Display gratuiti e sviluppata da Christian Thalmann.

Il progetto attualmente comprende un totale di 45 file di font che abbracciano 9 diversi stili visivi (Roman, Italic, Infant, Infant Italic, Garamond, Garamond Italic, Upright Cursive, Small Caps e Unicase) e 5 pesi (Light, Regular, Medium, SemiBold e Bold.)

Cormorant è stato concepito, disegnato, spaziato, crenato, programmato, interpolato e prodotto nella sua interezza da Christian Thalmann di Catharsis Fonts.

Sebbene questo progetto sia stato fortemente ispirato dall'eredità immortale di Claude Garamont, Christian non ha utilizzato alcun carattere specifico come punto di partenza o riferimento diretto per i progetti. La maggior parte dei glifi sono stati disegnati da zero.

Corporate Font

Cormorant Garamond

LIGHT

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w
x y z

MEDIUM

A B C D E F G H I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w
x y z

BOLD

A B C D E F G H I J K L M N O P Q
R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w
x y z

Gerarchia Font



12 PT

Sample Text

20 PT

Sample Text

25 PT

Sample Text

35 PT

Sample Text

45 PT

Sample Text

60 PT

Sample Text

Sistema cromatico

+ Palette Cromatica Primaria

Un colore che con il tempo possa essere associato a questo prodotto; un tono che immediatamente richiama in chi guarda qualcosa di conosciuto per differenziarsene sottilmente.

Palette Cromatica Primaria

Come per l'elemento testuale, si parte da un riferimento al concetto di aromaticità per poi trasformarlo allargandone il senso alla peculiarità della produzione Ligure.





Il verde salvia fa riferimento alla macchia mediterranea che caratterizza quest'area del mondo. A questo colore si aggiunge una componente azzurra per accentuare l'incontro tra mare e terra, ricordando i toni dei fondali limpidi delle calette e un senso di dolcezza della vita tipica della Riviera.

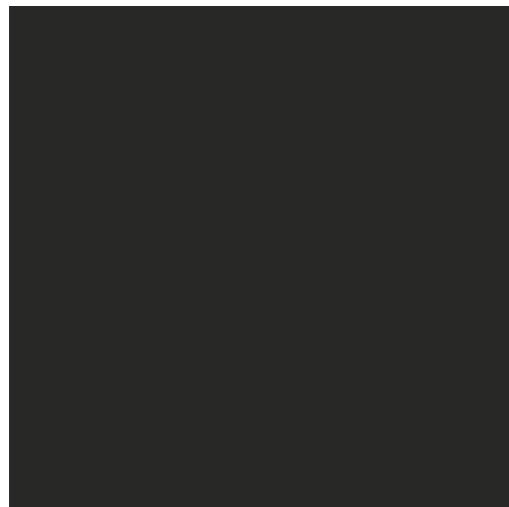


Palette Cromatica Primaria



CODICE COLORE E TONI

CMYK	60%	24%	50%	7%		100%
RGB	113	153	134			80%
HEX	#719986					60%
HSB	151°	25%	60%			40%



CODICE COLORE E TONI





CMYK	0%	0%	0%	95%		100%
RGB	40	40	41			80%
HEX	#282829					60%
LAB	20	1	-1			40%

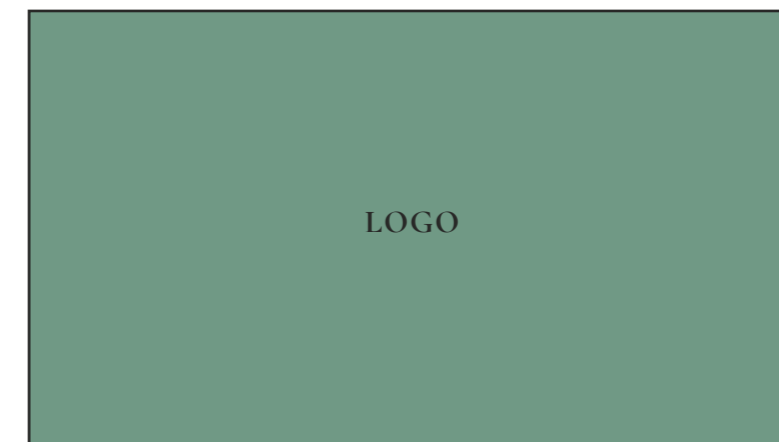
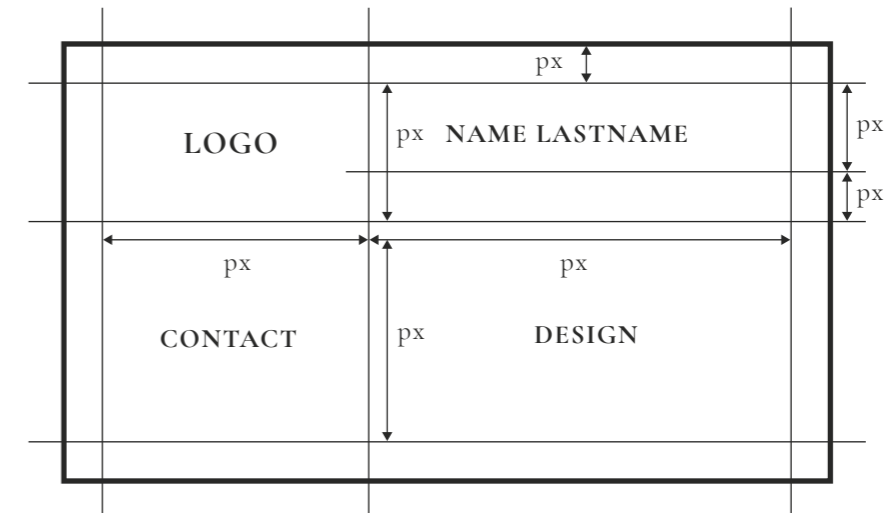


Immagine coordinata

- + Biglietto da visita
- + Lettera
- + Busta da lettera
- + Brochure
- + Flyer

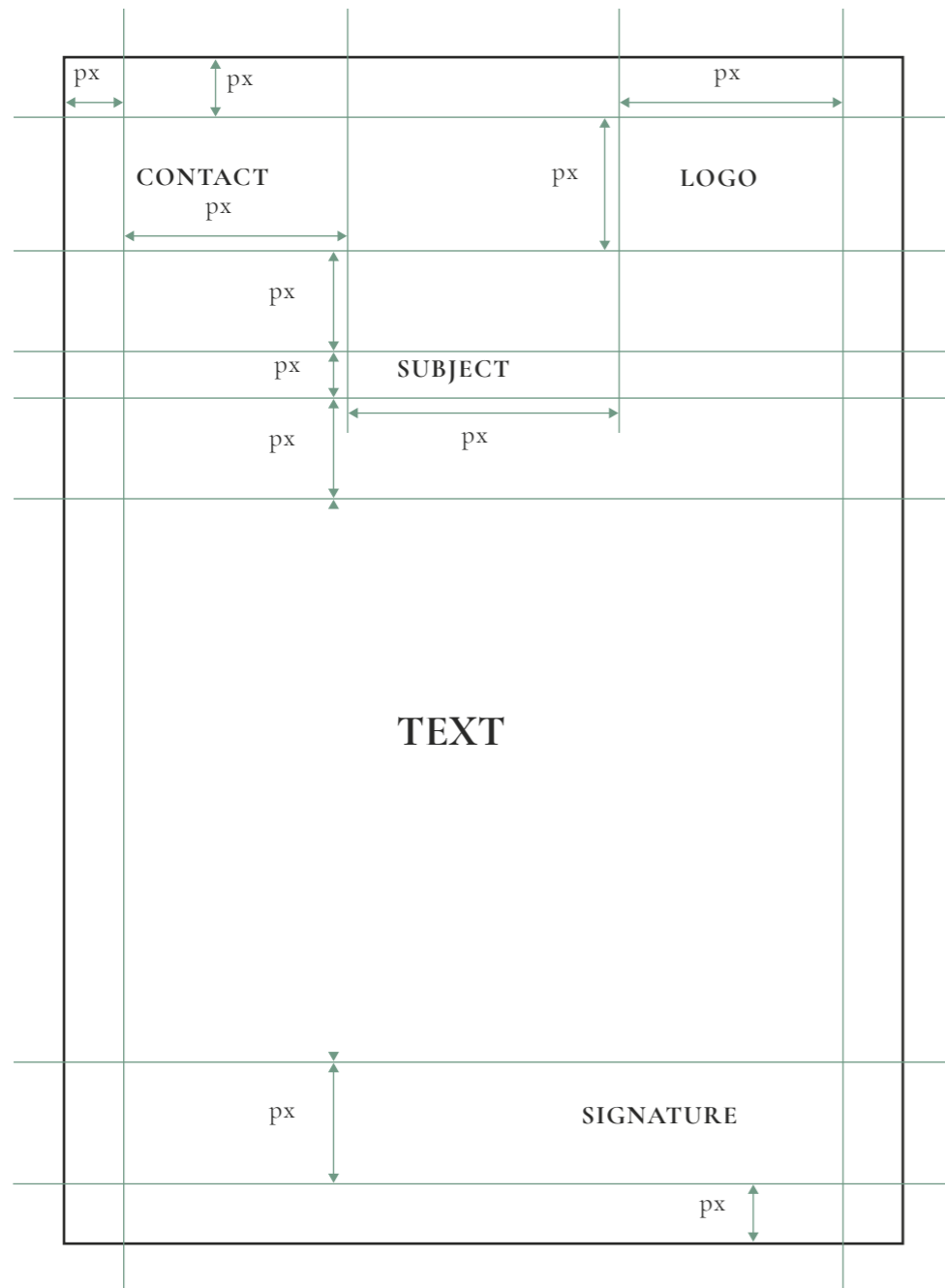
Biglietto da visita

2 x 3.5 in / 51 x 89 mm



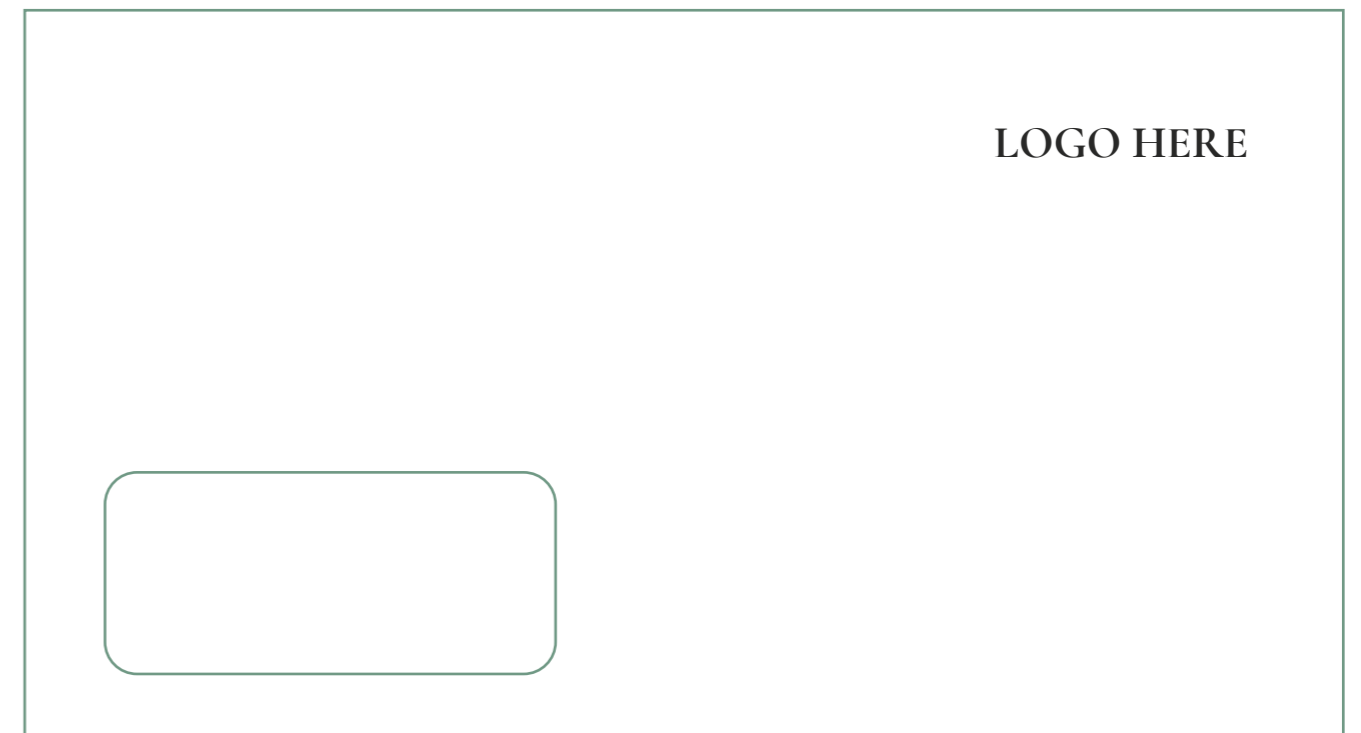
Lettera

8.5 x 11 in / 216 x 279 mm



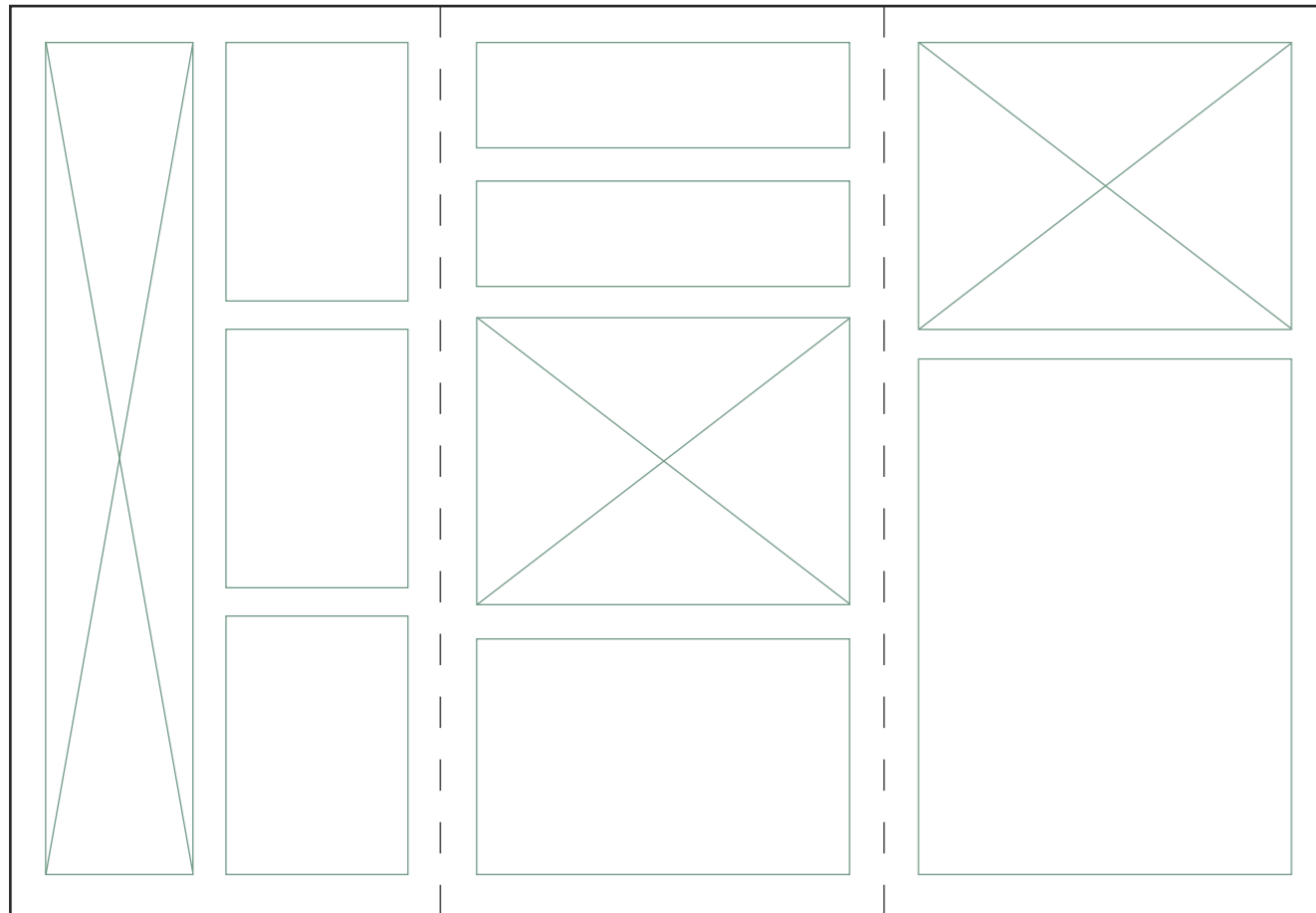
Busta da lettera

4.125 x 9.5 in / 104.775 x 241.3 mm



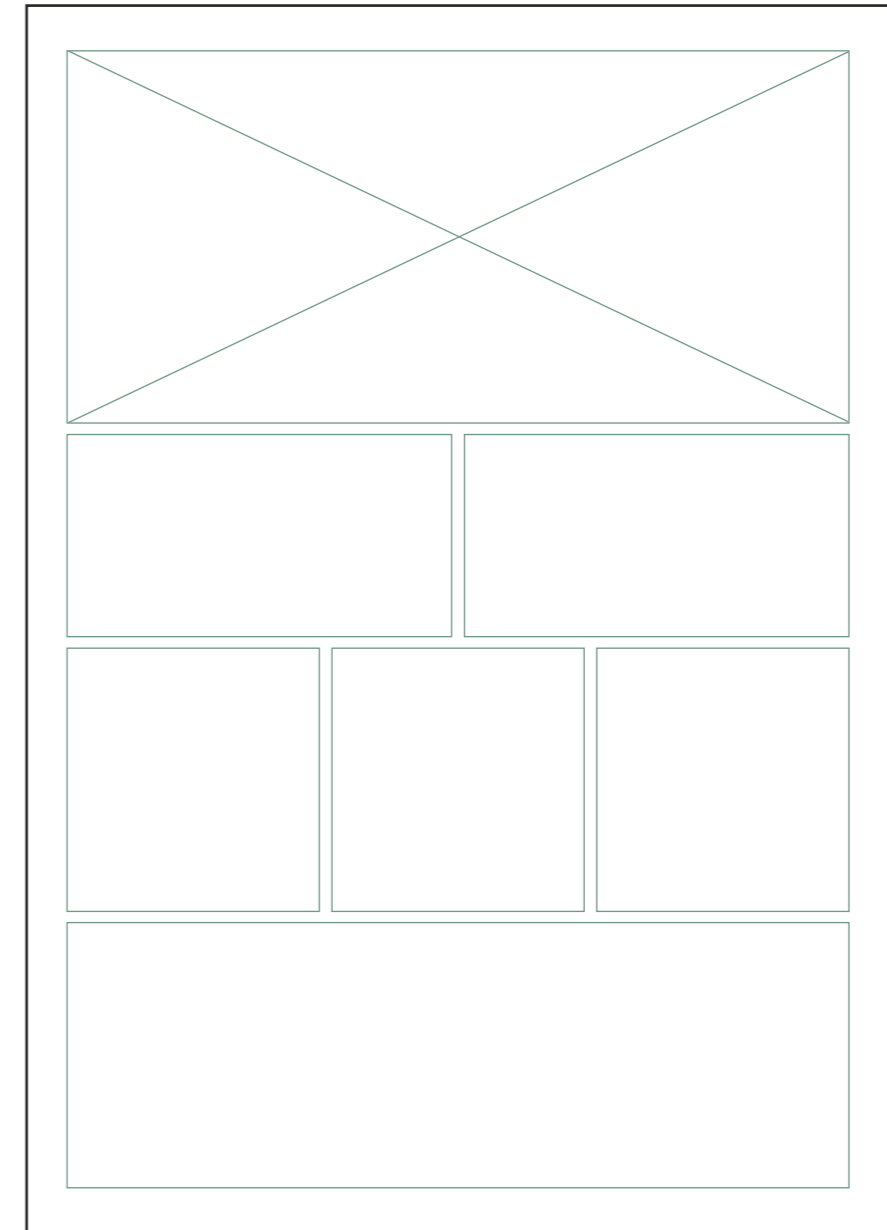
Brochure

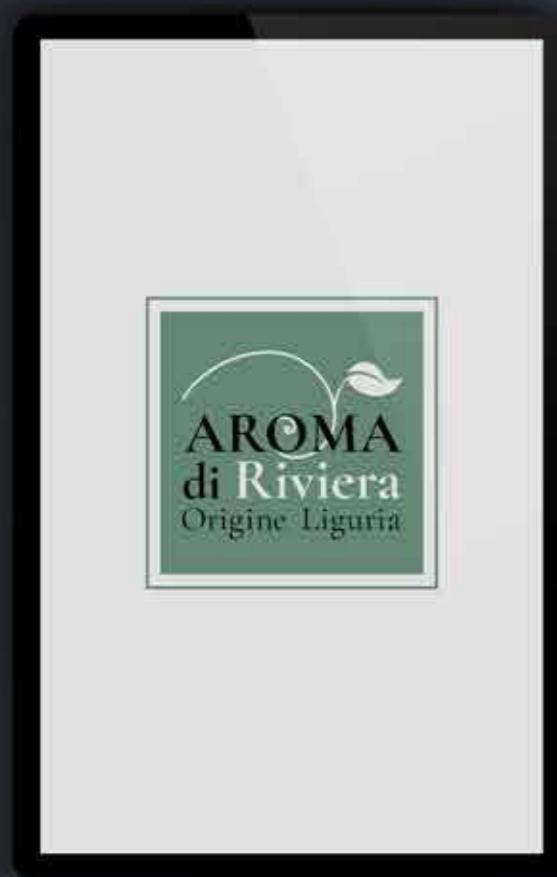
Di seguito un possibile esempio di layout per una brochure dedicata al progetto.



Flyer

Di seguito un possibile esempio di layout per un flyer dedicato al progetto.





Visual

+ Possibili applicazioni

Image Type











AROMA
di Riviera
Origine Liguria