

An aerial photograph of a dense urban area, likely a city center, with a strong red color overlay. The buildings are closely packed, and the streets are visible. The overall tone is monochromatic red.

Sacile

L'identità visiva di Sacile

L'identità visiva di Sacile

Il marchio di una città non è lo stemma della stessa, non è nemmeno araldica. Il city branding è un modello di marketing strategico tendente a piazzare e a vendere sul mercato turistico il prodotto città. Questo marchio deve essere portatore di didattica, sia essa sociale, storica, enogastronomica o culturale.

Una città ha differenti esigenze di comunicazione: istituzionale (verso i portatori di interesse sul territorio), promozione turistica, visibilità locale (automezzi comunali, segnaletica, arredo urbano). La definizione di un marchio cittadino (city brand) ed una identità visiva comune, garantiscono uno "stile" unico e uniforme per ogni manifestazione esterna (e interna). Sul piano tecnico, il presente manuale permette di trasmettere la logica generale e le principali linee guida per la corretta applicazione del marchio cittadino nei vari contesti, definendo le regole e le modalità di utilizzo degli elementi grafici, delle tipografie caratteristiche, delle cromie.

Concept

Sacile, città scenografica e tranquilla, ricca di scorci mozzafiato, intima e accogliente, portatrice di storia, città di ponti, acqua e alberi. Sempre pronta a stupire lo sguardo con una bellezza rilassante. Capace di emozionare con la magia dei suoi elementi naturali e della sua architettura che richiama ad antichi splendori.

Sacile, conscia del glorioso passato e della sua bellezza, capace nel contempo di essere una città con una visione proiettata verso il futuro, dinamica e moderna con una aspirazione ad essere centro culturale e tecnologico del proprio territorio.

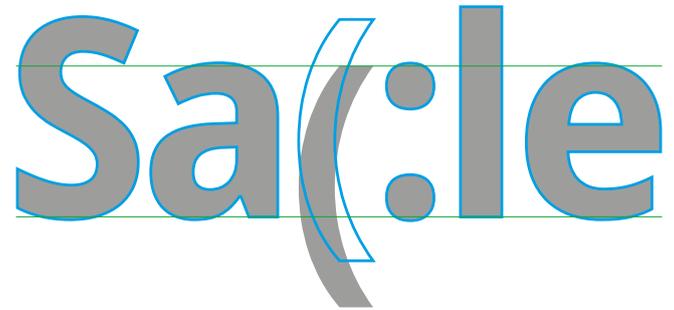
Il marchio cittadino coglie ed esalta questo aspetto di piacevolezza, di positività che la città ispira ai suoi abitanti ed ai visitatori, rappresentando nel contempo questo "mood" con un segno moderno, contemporaneo e adeguato ai tempi, che metaforicamente ammicca all'interlocutore, rendendolo partecipe e invitandolo a conoscersi meglio.

01. Marchio

The logo for Sacile features the word "Sacile" in a bold, black, sans-serif font. The letter "a" is lowercase, while "S", "i", "l", and "e" are uppercase. The letter "i" is replaced by a red graphic element consisting of a curved line on the left and two solid red dots on the right, resembling a stylized smile or a pair of eyes. The overall design is clean and modern.

Sa(i)le

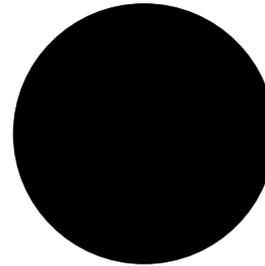
02. Costruzione





03. Colore

Per ottenere un trattamento omogeneo nella conversione dei colori istituzionali nelle altre scale cromatiche utilizzate si forniscono le percentuali di conversione dei colori istituzionali nei sistemi CMYK, RGB, LAB e PANTONE.

**Nero**

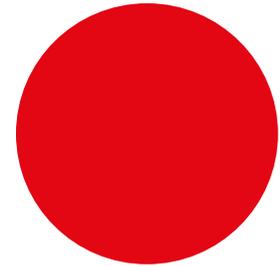
RGB: 0/0/0

CMYK: 0/0/0/100

Lab: 0/0/0

Pantone: Black

#: 000000

**Rosso**

RGB: 225/5/20

CMYK: 0/100/100/0

Lab: 50/75/75

Pantone: 485 C

#: e30613

04. Utilizzo

Il marchio, nella sua principale declinazione a colori su fondo bianco - è riprodotto in colore nero con il solo pittogramma (: in colore rosso.

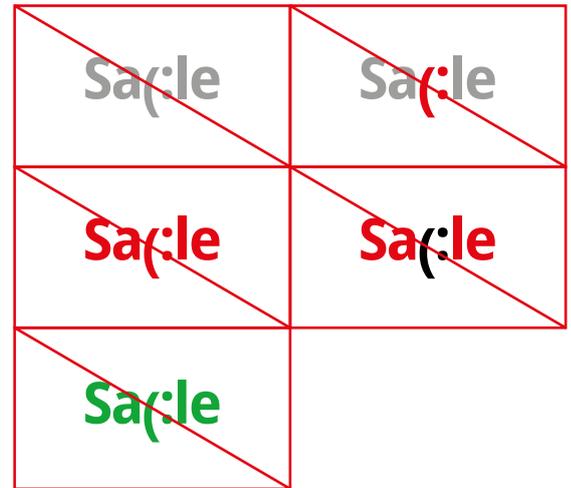
La medesima colorazione viene mantenuta su fondi colorati con tinte prevalentemente chiare.

In negativo invece, quindi su fondo nero, o su fondi colorati con tinte prevalentemente scure, il logo va rappresentato in colore bianco con il pittogramma in rosso.



É vietato:

- Alterare, deformare, distorcere i colori
- Usare combinazioni di colori diverse da quelle previste
- Usare altri colori



La dimensione minima consentita per il marchio è di larghezza 7,5 mm



40 mm



30 mm



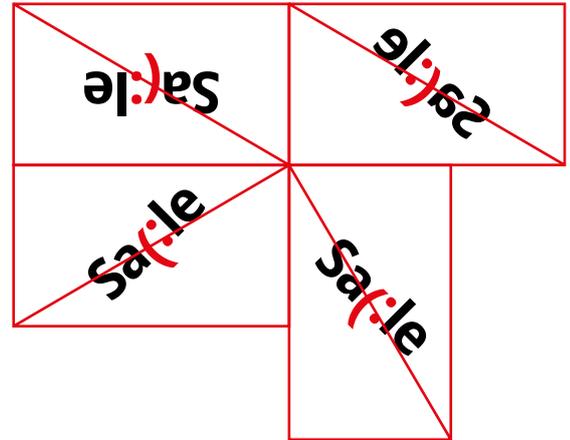
20 mm



7,5 mm

Sa(:)le

Sa(:)le



È possibile utilizzare il solo pittogramma qualora sia sottintesa e immediatamente riconoscibile la connessione con il marchio cittadino.



Il marchio può essere affiancato, in specifiche applicazioni, dal payoff "Parentesi Felice".

In tal caso, a seconda della geometria dell'applicazione, sono ammesse due varianti, l'una a sviluppo più esteso, l'altra mantenendo uno sviluppo più compatto.



Sa(:)le PARENTESI
FELICE

The logo features the word "Sa(:)le" in a bold, black, sans-serif font. The colon is replaced by a red graphic element consisting of a curved line on the left and two solid red dots on the right, resembling a stylized smile or a parenthesis. To the right of "Sa(:)le", the words "PARENTESI" and "FELICE" are stacked vertically in a smaller, bold, black, sans-serif font.

**(: SACILE
PARENTESI
FELICE**

The logo features a red graphic element on the left, consisting of a curved line and two solid red dots, identical to the one in the previous logo. To its right, the words "SACILE", "PARENTESI", and "FELICE" are stacked vertically in a bold, black, sans-serif font.

05. Tipografia

Il marchio è costruito partendo dal font tipografico Droid Sans.

Si tratta di un carattere sans serif moderno e contemporaneo, disegnato da Steve Matteson, type director di Ascender Corp.

Droid Sans presenta un deciso slancio verticale, curve aperte e un'apparenza neutra ed informale, che lo rendono un carattere adatto sia alla stampa che alle applicazioni digitali, offrendo inoltre una confortevole lettura anche sui dispositivi mobile.

Droid Sans - Regular

Aa, Bb, Cc, Dd, Ee, Ff, Gg, Hh, Ii, Jj, Kk, Ll, Mm, Nn, Nn, Oo, Pp, Qq, Rr, Ss, Tt, Uu, Vv, Ww, Xx, Zz
0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 (!? ; : , . " % & / * # + -)

Droid Sans - Regular

**Aa, Bb, Cc, Dd, Ee, Ff, Gg, Hh, Ii, Jj, Kk, Ll,
Mm, Nn, Nn, Oo, Pp, Qq, Rr, Ss, Tt, Uu, Vv,
Ww, Xx, Zz**

0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 (!? ; : , . " % & / * # + -)

06. Alcune applicazioni









An aerial photograph of a historic city, likely Gorizia, Italy, showing a dense cluster of buildings with tiled roofs and a river winding through the center. A large crowd of people is gathered in a central square or along a street. The image is overlaid with a semi-transparent red filter.

Punktone
Agenzia di comunicazione
P.zza Vittoria, 55, Gorizia
info@punktone.it