FONDAZIONE
DI **MODENA**

Logo book
Fondazione di Modena

Versione 1.0 — maggio 2019

Introduzione

Fondazione di Modena è una delle 88 fondazioni italiane di origine bancaria.
Le attività che persegue sono finalizzate alla promozione dello sviluppo economico attraverso l'erogazione di risorse a fondo perduto a favore di soggetti no profit (pubblici e privati) per la realizzazione di iniziative in campo culturale, educativo, sociale e ambientale. Attività no profit di cui beneficiano i cittadini delle comunità di riferimento. Le aree di intervento sono:

Indice

01. Processo di rebranding

- 01.1 **Keywords**
- 01.2 **Preesistenze**
- 01.3 **Rinnovamento**
- 01.4 **Nuova identità**

02. Identità

- 02.1 **Costruzione ape**
- 02.2 **Costruzione stemma**
- 02.3 **Configurazioni**
- 02.4 **Configurazione principale (1)**
- 02.5 **Configurazione verticale (2)**
- 02.6 **Configurazione orizzontale (3)**
- 02.7 **Proporzioni alternative**
- 02.8 **Area di rispetto**
- 02.9 **Dimensione minima**
- 02.10 **Cromie del marchio**
- 02.11 **Versioni cromatiche: configurazione principale (1)**
- 02.12 **Versioni cromatiche: configurazione verticale (2)**
- 02.13 **Versioni cromatiche: configurazione orizzontale (3)**
- 02.14 **Tipografia**
- 02.15 **Usi scorretti**
- 02.16 **Regole di affiancamento**

01. Processo di rebranding

Processo di rebranding
Keywords

Dichiarazioni:
Fondazione di Modena*

Trasparenza

Uguaglianza

Solidarietà

Impegno Sociale

Cooperazione

Promozione territoriale

Patrimonio

Arte e beni culturali

Ricerca scientifica

Innovazione tecnologica

**Dal sito web e statuto della Fondazione di Modena*

Keywords distintive:
Fondazione di Modena

Apertura Inclusiva

Flessibilità

Bene Comune

Operosità

Semplicità

Coinvolgimento

Sistema

Legame con il territorio

Ricerca digitale

Innovazione digitale

Enunciati:
Fondazione Bancaria*

No-Profit

Tolleranza

Collettività

Interesse pubblico

Efficienza

Valorizzazione

Sussidiarietà

Istituzionalità

Sostentamento

Sviluppo economico

**Dall'enunciato della Fondazione Bancaria*

Processo di rebranding
Preesistenze

Api

Palazzo Barberini, Roma

Le **api**, nell'araldica civica italiana, sono simbolo di **operosità e lavoro collettivo**, comunicano i benefici dell'associarsi e l'importanza del percepirsi come **comunità**. L'ape è spesso raffigurata sugli emblemi di duchi, famiglie nobili e istituzioni. Sono l'elemento distintivo dell'attuale marchio della Fondazione e ne ricordano la mission, nobilitandone l'impegno sociale, culturale e scientifico.

Stemma e colori

Comune di Modena

Stemma del Comune di Modena

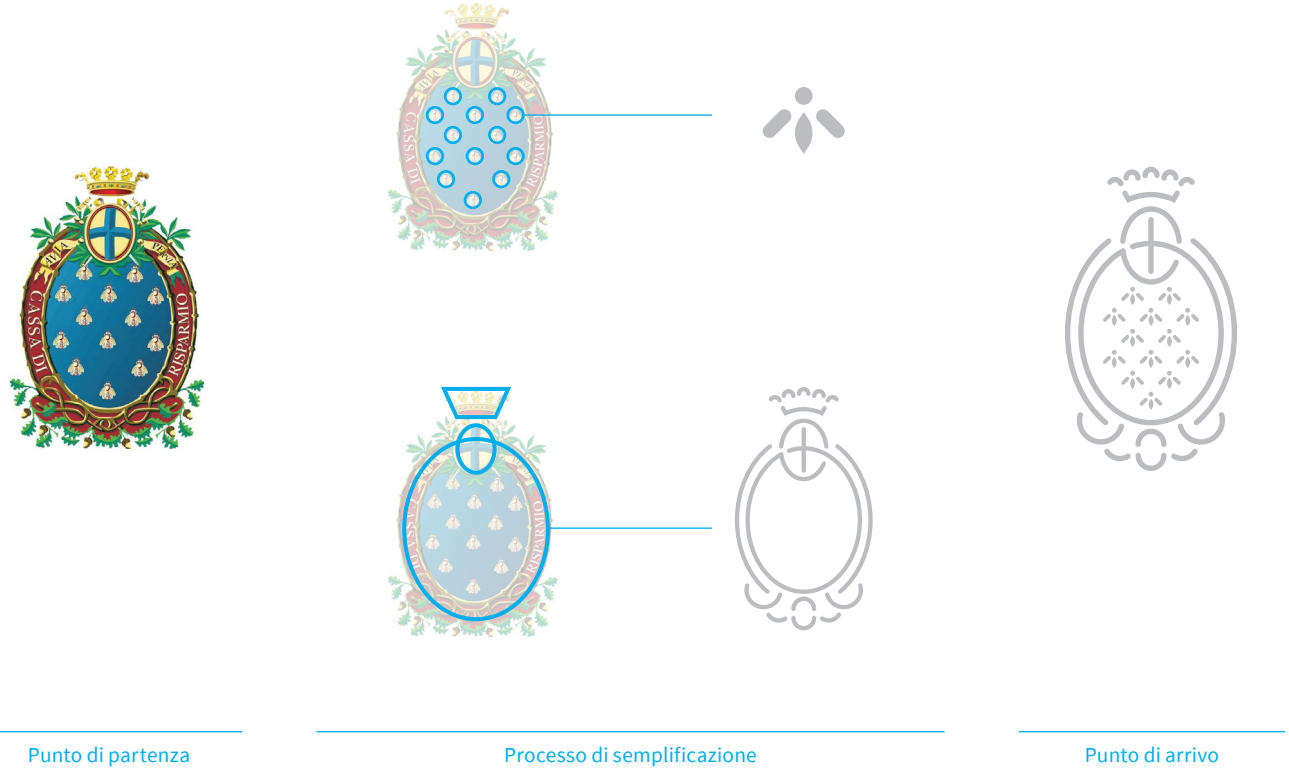
Il primo scudo modenese risale al 1336 e coincide con il ritorno degli Estensi in città. Gli storici colori di riferimento della città di Modena, il **blu** e il **giallo**, identificano l'attuale marchio della Fondazione e lo collocano in un preciso contesto urbano. Il blu e il giallo, sono i principali elementi visivi che legano la Fondazione con la propria terra, richiamandone valori e percezioni.

Processo di rebranding
Rinnovamento

Il progetto di rebranding è la concettualizzazione di una tradizione che si rinnova. Partendo dagli elementi distintivi dell'identità precedente, riconoscibili e consolidati nell'immaginario colletivo, è attuato un rinnovamento visivo.

Un linguaggio nuovo, ma riconoscibile grazie allo **scudo coronato** che snodandosi in un movimento circolare abbraccia simbolicamente i segni e i valori del territorio modenese.

All'interno, al centro dello scudo, campeggiano le **api** un elemento identificativo della Fondazione disegnato per essere facilmente riproducibile e adattabile anche sui formati digitali.



Punto di partenza

Processo di semplificazione

Punto di arrivo

Processo di rebranding
Nuova identità

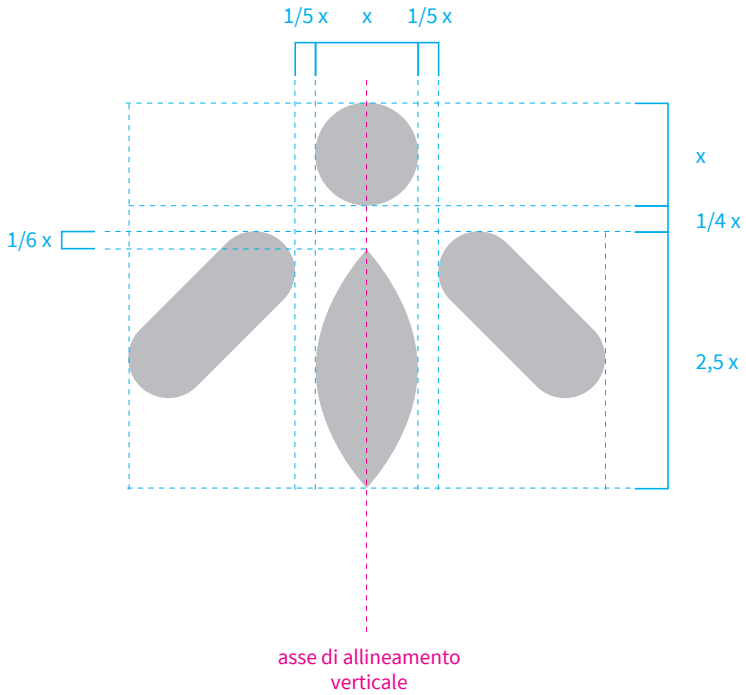
Il risultato del processo di design è un sistema di **segni semplici**, riconoscibili memorizzabili e distintivi che sintetizzano il dialogo tra passato e presente, tra eredità culturale e contemporaneità. Il nuovo linguaggio visivo si presta a nuove narrative e a nuovi modelli di utilizzo, in un gioco grafico declinabile e adattabile in molte sue vesti.

Il nuovo marchio è creato per essere **aperto alla contaminazione** e pronto per diventare sistema di comunicazione dinamico, flessibile e aperto al futuro.

02. Identità

Identità
Costruzione ape

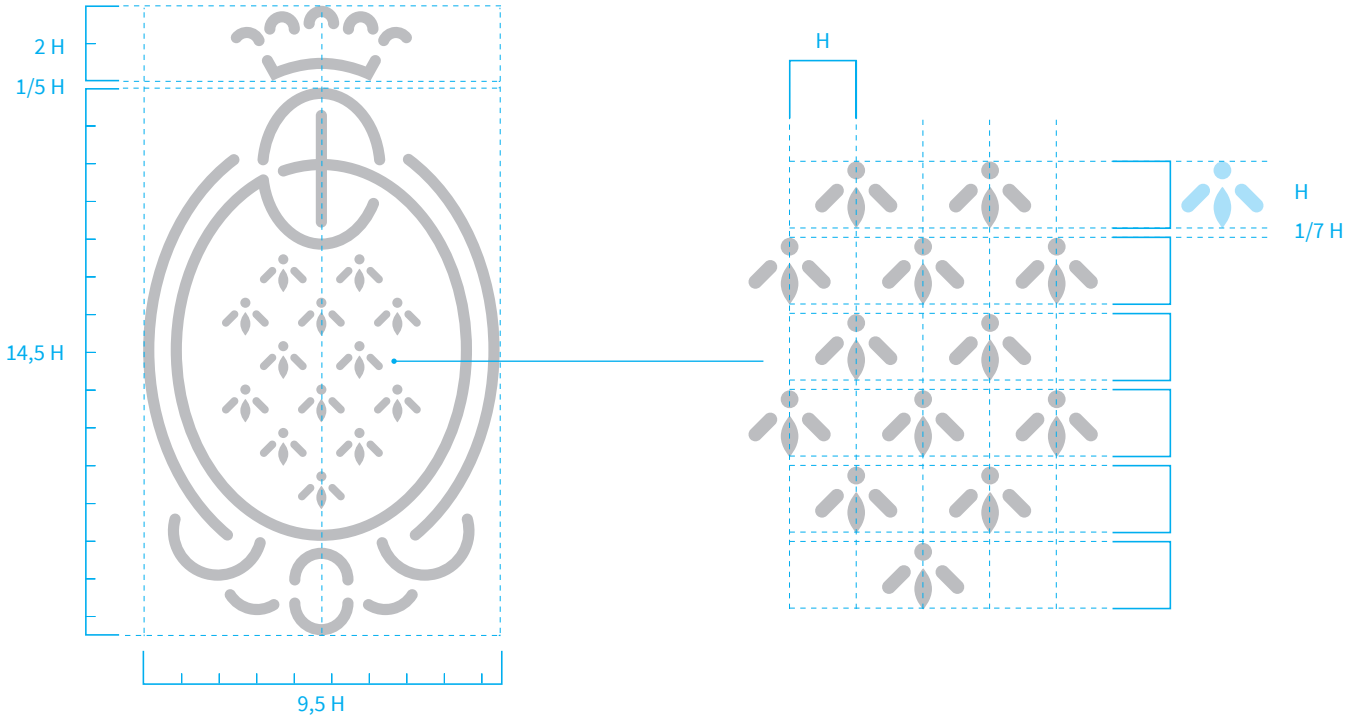
L’ape è rappresentata nei suoi tratti essenziali, con un approccio visivo sintetico basato sull’utilizzo di 3 forme geometriche semplici.
Essa è elemento costitutivo e costruttivo della nuova identità ed è usata come unità di misura fondamentale per la costruzione del marchio.



H

Identità
Costruzione stemma

La costruzione dello stemma si basa sull'unità di misura H, corrispondente all'altezza del disegno dell'ape.



Identità
Configurazioni

Il marchio può assumere configurazioni diverse per adattarsi in maniera ottimale agli spazi di applicazione disponibili:

1 – configurazione principale

2 – configurazione verticale

3 – configuazione orizzontale

1 — Configurazione principale **(PREFERENZIALE)**

Configurazione consigliata nella maggior parte degli usi.

2 — Configurazione verticale

Configurazione consigliata per usi in spazi a sviluppo verticale.

3 — Configurazione orizzontale

Configurazione consigliata per usi in spazi a sviluppo orizzontale.

H

Identità
Configurazione principale (1)

L’ape è elemento simbolico costitutivo e costruttivo del nuovo marchio: essa è usata come elemento fondante della costruzione della nuova identità. In questa configurazione del marchio il logotipo è centrato orizzontalmente rispetto all’ovale più interno.

Questa configurazione è consigliata nella maggior parte delle situazioni di utilizzo.

NB: per la costruzione dello stemma fare riferimento alla pagina dedicata.

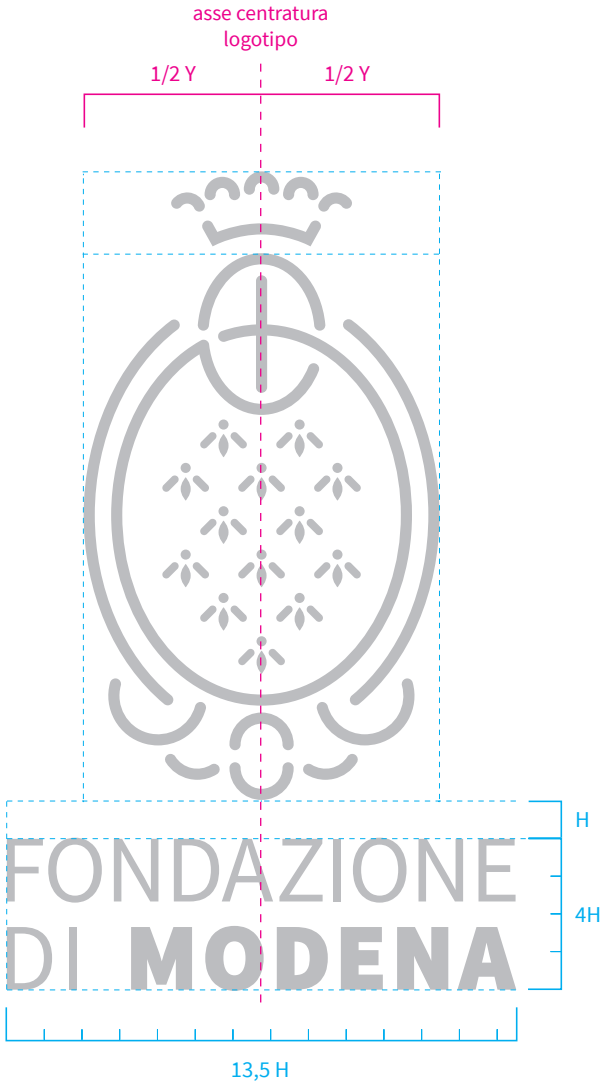
H

Identità
Configurazione verticale (2)

L’ape è elemento simbolico costitutivo e costruttivo del nuovo marchio: essa è usata come elemento fondante della costruzione della nuova identità. In questa configurazione del marchio il logotipo è centrato verticalmente rispetto allo stemma.

Questa configurazione è consigliata per applicazioni in spazi molto verticali.

NB: per la costruzione dello stemma fare riferimento alla pagina dedicata.



H

Identità
Configurazione orizzontale (3)

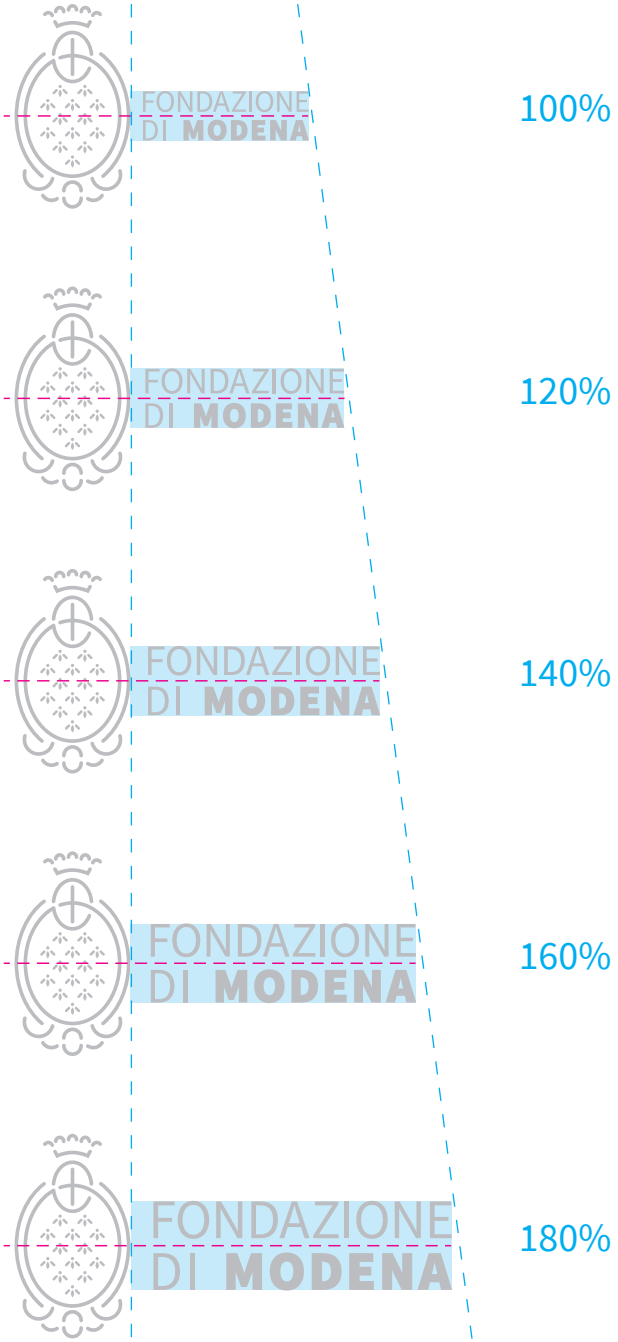
In questa configurazione del marchio il logotipo è centrato rispetto all'ovale più interno.

La scelta di questa configurazione è consigliata nei casi in cui l'area di applicazione del marchio sia caratterizzata da uno sviluppo molto orizzontale.

NB: per la costruzione dello stemma fare riferimento alla pagina dedicata.

Identità
Proporzioni alternative

In caso di necessità particolari, per migliorare la leggibilità del marchio, è possibile modificare le proporzioni fra stemma e logotipo mantenendo costante l'asse di centratura del testo. Il logotipo e lo spazio che lo separa dallo stemma devono essere ridimensionati in modo proporzionale.

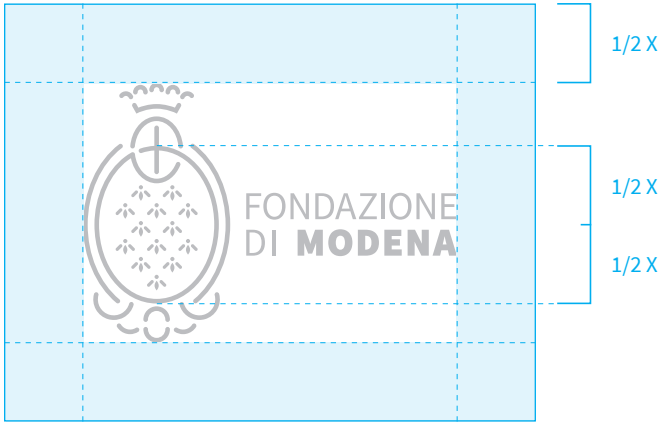


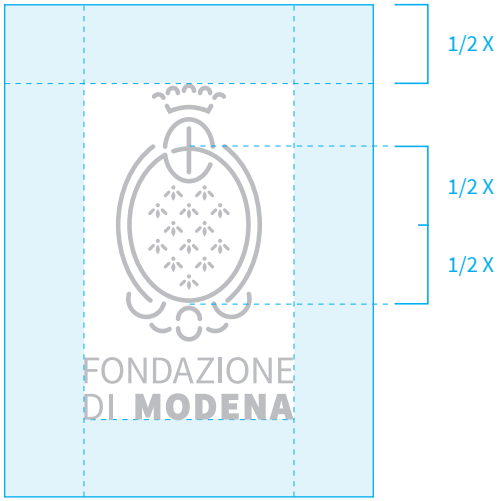
02.8

Identità
Area di rispetto

L’area di rispetto è la superficie in prossimità del logotipo da non occupare o invadere con testi e/o altri elementi grafici o immagini, al fine di mantenere la sua riconoscibilità e visibilità.

L’area di rispetto è calcolata sulla base dell’ovale interno allo stemma.





Identità
Dimensione minima

La **dimensione minima consigliata** è la dimensione minima suggerita per la riproduzione del marchio.

La **dimensione minima consentita** è la dimensione più piccola a cui è garantita la leggibilità del marchio.

NB: la resa del marchio deve sempre essere verificata in fase di stampa.

Dimensione minima consigliata

Dimensione minima consentita

Identità
Cromie del marchio

CMYK
100 / 70 / 0 / 0
–
RGB
0 - 81 - 158
–
HEX
#00519e
–
PANTONE
7685 C *(per carta patinata)*
2146 U *(per carta usomano)*

CMYK
0 / 35 / 90 / 5
–
RGB
239 - 172 - 34
–
HEX
#efac22
–
PANTONE
130 C *(per carta patinata)*
7549 U *(per carta usomano)*

Identità

Versioni cromatiche: configurazione principale (1)

Positivo colore

Monocromatico blu

Nero

Negativo colore (su fondo istituzionale)

Bianco (su fondo istituzionale)

Bianco (su fondo nero)

Identità

Versioni cromatiche: configurazione verticale (2)

Positivo colore

Monocromatico blu

Nero

Negativo colore (su fondo istituzionale)

Bianco (su fondo istituzionale)

Bianco (su fondo nero)

Identità

Versioni cromatiche: configurazione orizzontale (3)

Positivo colore

Monocromatico blu

Nero

Negativo colore (su fondo istituzionale)

Bianco (su fondo istituzionale)

Bianco (su fondo nero)

Source Sans Pro è una font sans-serif che trae ispirazione dalla leggibilità e dalla pulizia dei caratteri *American gothic*.
Il progetto di questa font ha distillato le qualità archetipe di questi modelli, unendole ad un approccio razionale e a un processo di semplificazione delle forme dei glifi.
L'uso di questa font è trasversale alla stampa e ai supporti digitali, grazie anche alla sua presenza nella libreria *Google*.

SOURCE SANS PRO

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Light 12 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Regular 12 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Bold 12 pt

1234567890

↑ ↓ → ←

Semibold 30 pt

TITOLO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisci elit, sed do eiusmod tempor incidunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrum exercitationem ullamco laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi.

Source Serif Pro è una font graziata, progettata per affiancarsi perfettamente al Source Sans pro:
il disegno delle lettere, le proporzioni e gli spessori sono stati studiati per ottenere una combinazione equilibrata e armoniosa.

SOURCE SERIF PRO

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Light 12 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Regular 12 pt

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
1234567890

Bold 12 pt

1234567890
↑↓→←

Semibold 30 pt

TITOLO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipisci elit, sed do eiusmod tempor incidunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrum exercitationem ullamco laboriosam, nisi ut aliquid ex ea commodi.

Identità
Usi scorretti

Non cambiare o invertire i colori del marchio.

Non cambiare la disposizione degli elementi.

Non cambiare lo spessore degli elementi.

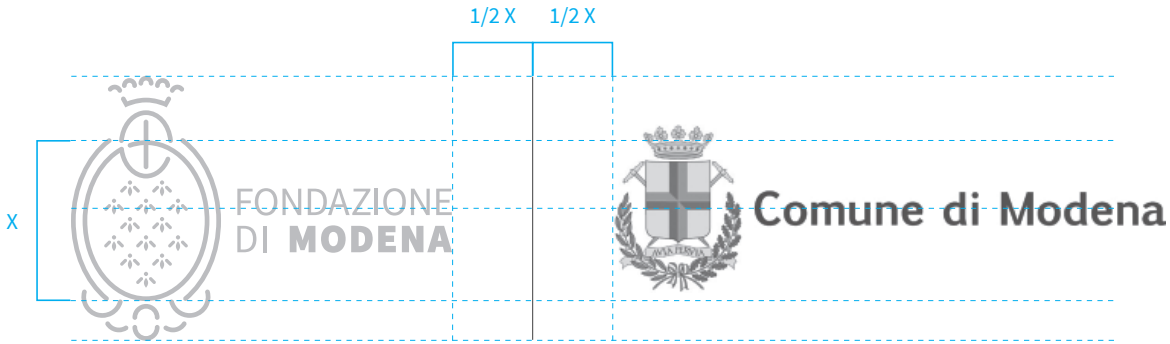
Non ruotare o riflettere il marchio.

Non alterare la tipografia del marchio.

Non usare il marchio su fondi che ne riducono la leggibilità.

Identità
Regole di affiancamento

Il marchio Fondazione di Modena, può vivere in affiancamento a quello di altre realtà.
I marchi, divisi da un filetto verticale posto a una distanza 1/2 X, devono avere lo stesso peso visivo.



NOME COGNOME
Carica lavorativa
FONDAZIONE DI MODENA
Via Emilia Centro, 283
41121 Modena
T. +39 059 239888
F. +39 059 238966
info@fondazione-crmo.it
www.fondazione-crmo.it
FONDAZIONE DI MODENA

FONDAZIONE
DI MODENA
Nome
Cognome
Sed ut perspiciatis unde omnis iste natus error sit voluptatem accusantium
doloremque laudantium, totam rem aperiam eaque ipsa, quae ab illo
inventore veritatis et quasi architecto beatae vitae dicta sunt, explicabo.
Nemo enim ipsam voluptatem, quia voluptas sit, aspernatur aut odit aut fugit,
sed quia consequuntur magni dolores eos, qui ratione voluptatem sequi
nesciunt, neque porro quisquam est, qui dolorem ipsum, quia dolor sit, amet,

FONDAZIONE
DI MODENA

design: carmieubertis