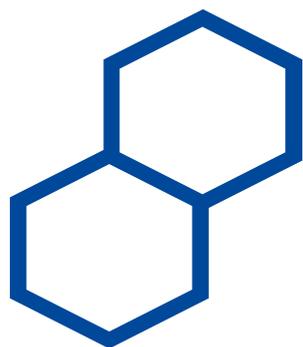


Manuale di Identità Visiva

Elementi Base



LAVIOSA
Advanced Mineral Solutions

Indice

01 Versione colore CMYK	pag. 4
02 Versione colore tinte piatte	pag. 5
03 Versione colore monocromatica	pag. 5
04 Versione colore RGB	pag. 6
05 Versione su fondo colorato / immagine	pag. 7
06 Proporzioni del Logo Marchio	pag. 8
07 Area di rispetto	pag. 8
08 Dimensioni minime	pag. 9
09 Errori da evitare	pag. 9

Il Logo Marchio LAVIOSA CHIMICA MINERARIA - PRODUCT non può essere mai modificato e deve essere utilizzato solo nei casi descritti in queste schede.

La riproduzione del Logo Marchio LAVIOSA CHIMICA MINERARIA - PRODUCT deve avvenire utilizzando il solo esecutivo elettronico, fornito in formato digitale insieme al presente Manuale di Identità Visiva.

Copie riprodotte da altre fonti, da scansioni da cartaceo o acquisizione da piattaforme Web sono assolutamente da evitare.

**01 Versione colore
CMYK**
Positivo

Versione a colori in quadricromia per la riproduzione tipografica off-set o tramite stampa digitale piccolo e grande formato su fondi bianchi o chiari, o immagini e che comunque garantiscono la massima visibilità del Logo Marchio.

■ C=100; M=75; Y=0; K=0



> Formati grafici disponibili: .AI; .EPS; .PDF

**01 Versione colore
CMYK**
Negativo

Nel caso in cui la riproduzione tipografica off-set o la stampa digitale per piccolo e grande formato avvenga su fondi scuri o immagini fotografiche che non garantiscono la massima visibilità del Logo Marchio nella versione in positivo, il logo sarà interamente bianco senza rifili o ombreggiature.

□ C=0; M=0; Y=0; K=0 (Bianco)



> Formati grafici disponibili: .AI; .EPS; .PDF

**02 Versione colore
Tinte Piatte**
Solo Positivo

Qualora il Logo Marchio venga utilizzato in casi in cui la tecnica di stampa o il materiale non supportassero la riproduzione in CMYK, il Logo Marchio sarà riprodotto a tinte piatte con riferimento PANTONE. Non è prevista la stampa in negativo con Tinte Piatte.

■ PANTONE 286 C



> Formati grafici disponibili: .AI; .EPS; .PDF

**03 Versione colore
Monocromatica**
Solo Positivo

Qualora il Logo Marchio debba essere utilizzato in casi in cui la tecnica di stampa o il supporto permettono solamente la stampa in bianco/nero, si predispone la stampa monocromatica. Non è prevista la stampa in negativo.

■ Black= 100%



> Formati grafici disponibili: .AI; .PSD; TIFF; .BMP

04 Versione colore RGB
Positivo

Versione a colori in RGB per l'utilizzo del Logo Marchio in ambito al Web, in produzioni video, per presentazioni multimediali e applicativi Office, nel caso di fondi bianchi o chiari, o immagini che garantiscono la sua massima visibilità.

■ R= 0; G= 56; B= 166; ■ # 0037a6



► Formati grafici disponibili: .AI; .PSD; .TIFF; .JPG; PNG; GIF

04 Versione colore RGB
Negativo

Per l'utilizzo del Logo Marchio in ambito al Web, in produzioni video, per presentazioni multimediali e applicativi Office, nel caso di fondi scuri, non garantendo la massima visibilità del Logo Marchio nella versione in positivo, il logo sarà interamente bianco senza rifli o ombreggiature.

□ R= 255; G= 255; B= 255; (Bianco) □ # ffffff



► Formati grafici disponibili: .AI; .PSD; .TIFF; .JPG; PNG; GIF

05 Versione su fondo colorato o immagine

L'impiego del Logo Marchio è sempre da preferire su fondo bianco o molto chiaro utilizzando preferibilmente. Quando abbiamo la necessità di riprodurlo su un fondo colore o su fondo fotografico è possibile adottare la versione in negativo.



06 Proporzioni del Logo Marchio

Gli elementi che costituiscono il Logo sono inseriti all'interno di un rettangolo che, ripartito modularmente, genera una griglia (modulo quadrato L).



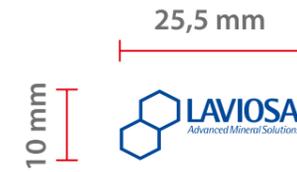
07 Area di rispetto del Logo Marchio

La leggibilità del Logo Marchio è maggiore se lo spazio che lo circonda è sufficientemente ampio. In tavola viene rappresentato lo spazio minimo da rispettare tra il Logo Marchio ed eventuali altri elementi compositivi (testi, foto, illustrazioni).



08 Dimensioni minime

Perchè il Logo Marchio sia leggibile anche a dimensioni minime, si consiglia di non utilizzare mai con una base inferiore alle dimensioni indicate.



09 Errori da evitare

In questa pagina sono illustrati alcuni esempi di errato impiego del Logo Marchio.



Modificare la composizione o la proporzione del Logo Marchio



Deformare o distorcere il Logo Marchio



Modificare i caratteri e i colori istituzionali



Ignorare l'area di rispetto del Logo Marchio



Ignorare le differenti versioni del Logo Marchio e le loro applicazioni



Applicare il Logo Marchio in modo da diminuirne la leggibilità

 **Net Group**
 Communication



www.ngcom.it