

BRAND BOOK

MANUALE D'USO
DEL BRAND INLOMBARDIA



INDICE

I. CHI SIAMO

II. IL BRAND

Logo
Tone of Voice
Concept naming
Concept logo
Varianti del logo
I colori
Sul web
Su materiali stampati
Utilizzo dell' hashtag #inLombardia

III. APPLICAZIONI BRAND

Dimensioni e spazi
Applicazioni scorrette del logo
Associazioni a Brand Partner
Integrazioni del brand
Declinazione logo immagine coordinata e merchandising

IV. DECLINAZIONE CAMPAGNE ESPERIENZIALI E TEMATICHE

Le campagne attive
Format grafici
Applicazioni web
Declinazioni Social

V. REGOLE DI UTILIZZO

- Premesse
Quando utilizzare il brand
- Utilizzo del brand da parte di Explora
 - Utilizzo del brand da parte di Regione Lombardia e dei soci di Explora (CCIAA Milano, Uniocamere Lombardia)
 - Utilizzo del brand da parte dei Brand Territoriali
 - Utilizzo del brand da parte dei Partner



CHI SIAMO

inLOMBARDIA

è il brand di promozione turistica della regione Lombardia a cura di Explora, la Destination Marketing Organization di Regione Lombardia, Camera di Commercio di Milano e Unioncamere Lombardia, che ha l'obiettivo di promuovere il turismo e l'attrattività della destinazione.

inLOMBARDIA

è il brand ombrello della destinazione regione Lombardia che racchiude sotto di sé, senza annullare o sovrapporsi alle singole identità, i brand locali e territoriali sottostanti. Infatti l'obiettivo del brand ombrello inLOMBARDIA è quello di appoggiare, rafforzare e qualificare ulteriormente i brand locali e al tempo stesso di acquisire una riconoscibilità di destinazione più rapida e forte grazie ad associazioni a marchi già noti e riconosciuti a livello turistico come Lago di Garda Lombardia, Lago di Como, Milano, etc.

inLOMBARDIA

ha lo scopo di comunicare e veicolare i valori e le caratteristiche del territorio. Simboleggia un mondo da comunicare: quello che costruisce il significato di "Lombardia" nella mente delle persone come prodotto destinazione-esperienza.

Per qualsiasi domanda relativa all'utilizzo del brand, non esitate a contattarci scrivendo a:
info@in-lombardia.it



IL BRAND

-
- I. LOGO TONE OF VOICE
 - II. CONCEPT NAMING
 - III. CONCEPT LOGO
 - IV. VARIANTI DEL LOGO
 - V. I COLORI
 - VI. SUL WEB
 - VII. SU MATERIALI STAMPATI
 - VIII. UTILIZZO DELL'HASTAG #inLombardia
-

Logo, Tone of Voice

Un nuovo volto per la promozione della Lombardia per comunicare e proporsi al potenziale turista in modo più leggero, emozionale e meno formale.

Il Tone of Voice sarà quindi diretto, semplice, alla portata di tutti coloro i quali vogliono scoprire un territorio ma anche raccontarlo, una voce rassicurante e aperta al confronto. Il territorio è di tutti e tutti lo possono comunicare e rappresentare sia negli scatti fotografici che nelle parole.

Concept naming *in***LOMBARDIA**

Un nome che parla da sè!

- **ESPLICATIVO:** indica NEL luogo, IN quel dato posto
- **INCLUSIVO:** Può essere facilmente abbinato e utilizzato in contesti locali associandolo al territorio, rafforzando così anche l'identità della regione (es: Lodi in Lombardia)
- **TEMATICO:** Può essere facilmente associato a tematismi di viaggio verticali (es: "arte in Lombardia", "art in Lombardy")
- **VERSATILE:** Si presta per essere utilizzato in diversi contesti e sui diversi canali
- **SEMPLICE:** facile da capire e da scrivere per tutti (italiani e non).
- È corto ed internazionale
- Non è autoreferenziale
- Si presta per avere claim di logo
- Si presta ad avere un logotipo dal carattere forte
- È la risposta in termini di comunicazione e brand alla strategia regionale di operare in modo federato con il territorio e di declinare un'offerta di prodotto esperienziale

Concept logo *in***LOMBARDIA**

Partendo dai simboli della tradizione e della storia, in un percorso creativo e narrativo fatto di linee, curve e mano libera si è arrivati ad una forma dinamica, moderna, allegra, leggera: un WOW.

Il WOW porta con sé il concetto WOW effect che si traduce in stupore, meraviglia, fascino, cioè sensazioni ed emozioni che la Lombardia regala sia ai first timers che per chi in questi luoghi ci vive.

Le W che compongono il marchio compongono esattamente un WOW e la W in sé significa VIVA, allegria, forza. I colori frizzanti rappresentano i valori che il territorio lombardo offre: cultura&arte, enogastronomia, natura, sport/active, laghi e montagne, benessere, shopping/design.



Varianti del logo *in***LOMBARDIA**

Logo orizzontale - logo verticale



Logo principale orizzontale



Logo verticale

IL BRAND | VARIANTI DEL LOGO

LOGO PRINCIPALE "ORIZZONTALE"



IL BRAND | VARIANTI DEL LOGO

LOGO PRINCIPALE "ORIZZONTALE"

APPLICAZIONI SU SFONDI



IL BRAND | VARIANTI DEL LOGO

LOGO PRINCIPALE "VERTICALE"



IL BRAND | VARIANTI DEL LOGO

LOGO PRINCIPALE "VERTICALE"

APPLICAZIONI SU SFONDI



IL BRAND | I COLORI DEL LOGO

I COLORI DEL LOGO

I 5 colori di base che sfumano in altrettanti colori secondari rappresentano i valori e le eccellenze del territorio e le esperienze che esso regala: Active & Green, Arte & Cultura, Benessere & Relax, Food & Wine, Shopping & Design



Active & Green

Arte & Cultura

Food & Wine

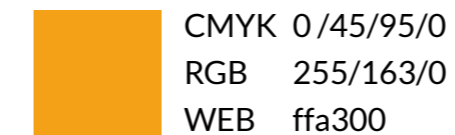
Shopping & Design

Benessere & Relax

IL BRAND | COLORI DEL WOW

1) ARTE E CULTURA

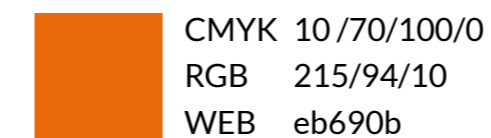
arancione



CMYK 0/45/95/0
RGB 255/163/0
WEB ffa300

2) PATRIMONIO UNESCO

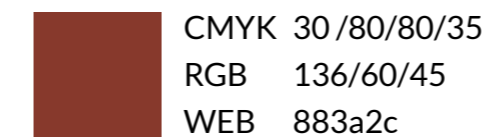
arancione scuro



CMYK 10/70/100/0
RGB 215/94/10
WEB eb690b

3) TURISMO RELIGIOSO

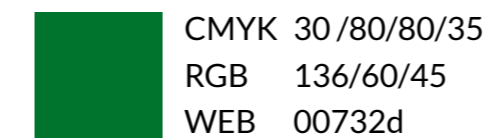
marrone



CMYK 30/80/80/35
RGB 136/60/45
WEB 883a2c

4) ACTIVE & GREEN

verde



CMYK 30/80/80/35
RGB 136/60/45
WEB 00732d

5) CICLOTURISMO

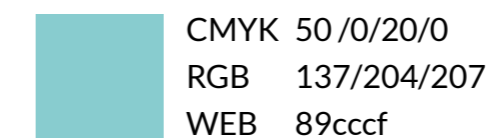
verde



CMYK 80/0/85/0
RGB 18/163/79
WEB 12a34f

6) BENESSERE & RELAX

celeste



CMYK 50/0/20/0
RGB 137/204/207
WEB 89cccf

7) MONTAGNA INVERNALE

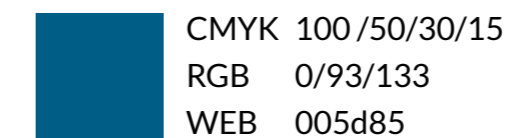
ciano



CMYK 80/0/10/0
RGB 0/172/215
WEB 00acd7

8) LAGHI

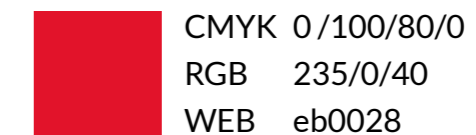
blu



CMYK 100/50/30/15
RGB 0/93/133
WEB 005d85

9) FOOD & WINE

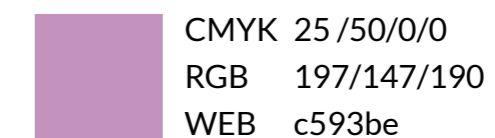
rosso



CMYK 0/100/80/0
RGB 235/0/40
WEB eb0028

10) DESIGN

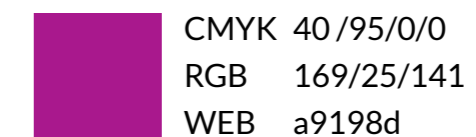
lilla



CMYK 25/50/0/0
RGB 197/147/190
WEB c593be

11) FASHION

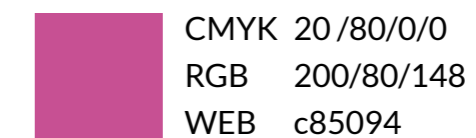
fucsia scuro



CMYK 40/95/0/0
RGB 169/25/141
WEB a9198d

12) SHOPPING

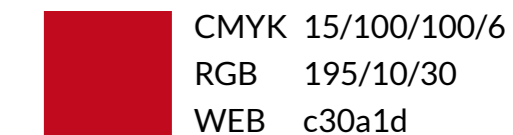
fucsia



CMYK 20/80/0/0
RGB 200/80/148
WEB c85094

13) PASSIONE MOTORI

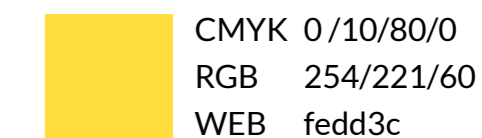
bordeaux



CMYK 15/100/100/6
RGB 195/10/30
WEB c30a1d

14) IDEE DI VIAGGIO

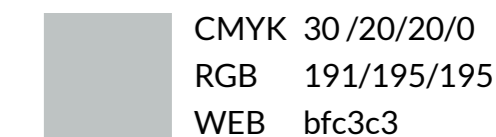
giallo



CMYK 0/10/80/0
RGB 254/221/60
WEB fedd3c

15) MUOVERSI IN LOMBARDIA

grigio



CMYK 30/20/20/0
RGB 191/195/195
WEB bfc3c3



VERDE - PANTONE

349 C SOLID COATED

VERDE - QUADRICROMIA:

CMYK 90/33/100/25

VERDE - RGB

RGB 8/104/57

VERDE - ESADECIMALE

#086839

VERSIONE IN GRIGIO - IL WOW SEMPRE A COLORI



IL BRAND | TIPOGRAFIA E CARATTERI

SUL WEB

CARATTERE PRINCIPALE

Per i titoli e i testi

Arvo Regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Arvo Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Anton Regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

CARATTERE SECONDARIO

Per sottotitoli e i testi

Questrial
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Questrial Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

IL BRAND | TIPOGRAFIA E CARATTERI

SU MATERIALI STAMPATI

CARATTERE PRINCIPALE

Per i titoli e i testi

Lato Regular
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Lato Black
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

CARATTERE SECONDARIO

Per sottotitoli e i testi

Questrial
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

Questrial Bold
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789

TIPOGRAFIA E CARATTERI

UTILIZZO DELL' HASHTAG #inLombardia

SI: #inLombardia
#inLOMBARDIA

NO: #INLOMBARDIA
#inlombardia



LE APPLICAZIONI

-
- I. DIMENSIONI E SPAZI
 - II. APPLICAZIONI SCORETTE DEL LOGO
 - III. ASSOCIAZIONI A BRAND PARTNER
 - IV. INTEGRAZIONI DEL BRAND
 - V. DECLINAZIONE LOGO IMMAGINE
COORDINATA E MERCHANDISING
-

APPLICAZIONI | DIMENSIONI E SPAZI

LOGO ORIZZONTALE E VERTICALE



DIMENSIONI MINIME



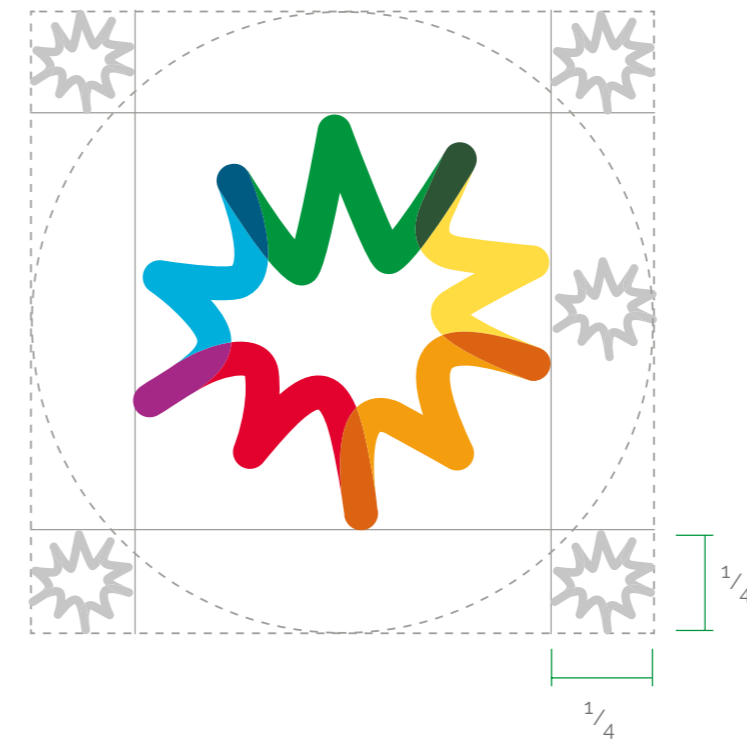
PRINT: larghezza 40 mm
MONITOR: larghezza 120 px



PRINT: larghezza 40 mm
MONITOR: larghezza 120 px

APPLICAZIONI | DIMENSIONI E SPAZI

ICONA "WOW"



DIMENSIONI MINIME



PRINT: larghezza 40 mm
MONITOR: larghezza 120 px

APPLICAZIONI | URL

LOGO ORIZZONTALE E VERTICALE CON URL



APPLICAZIONI

APPLICAZIONI SCORRETTE DEL LOGO

Cosa non fare con il logo



APPLICAZIONI

ASSOCIAZIONI A BRAND PARTNER

USO CORRETTO

Il logo inLOMBARDIA può essere associato e affiancato, previa autorizzazione, a loghi di partner sia in pubblicazioni cartacee che sul web



sviluppo orizzontale



sviluppo verticale

APPLICAZIONI

ASSOCIAZIONI A BRAND PARTNER

Uso scorretto



APPLICAZIONI

INTEGRAZIONI DEL BRAND

USO CORRETTO

Il brand inLOMBARDIA può essere in occasioni particolari, previa autorizzazione, incluso in uno dei brand locali per una comunicazione integrata della destinazione



APPLICAZIONI

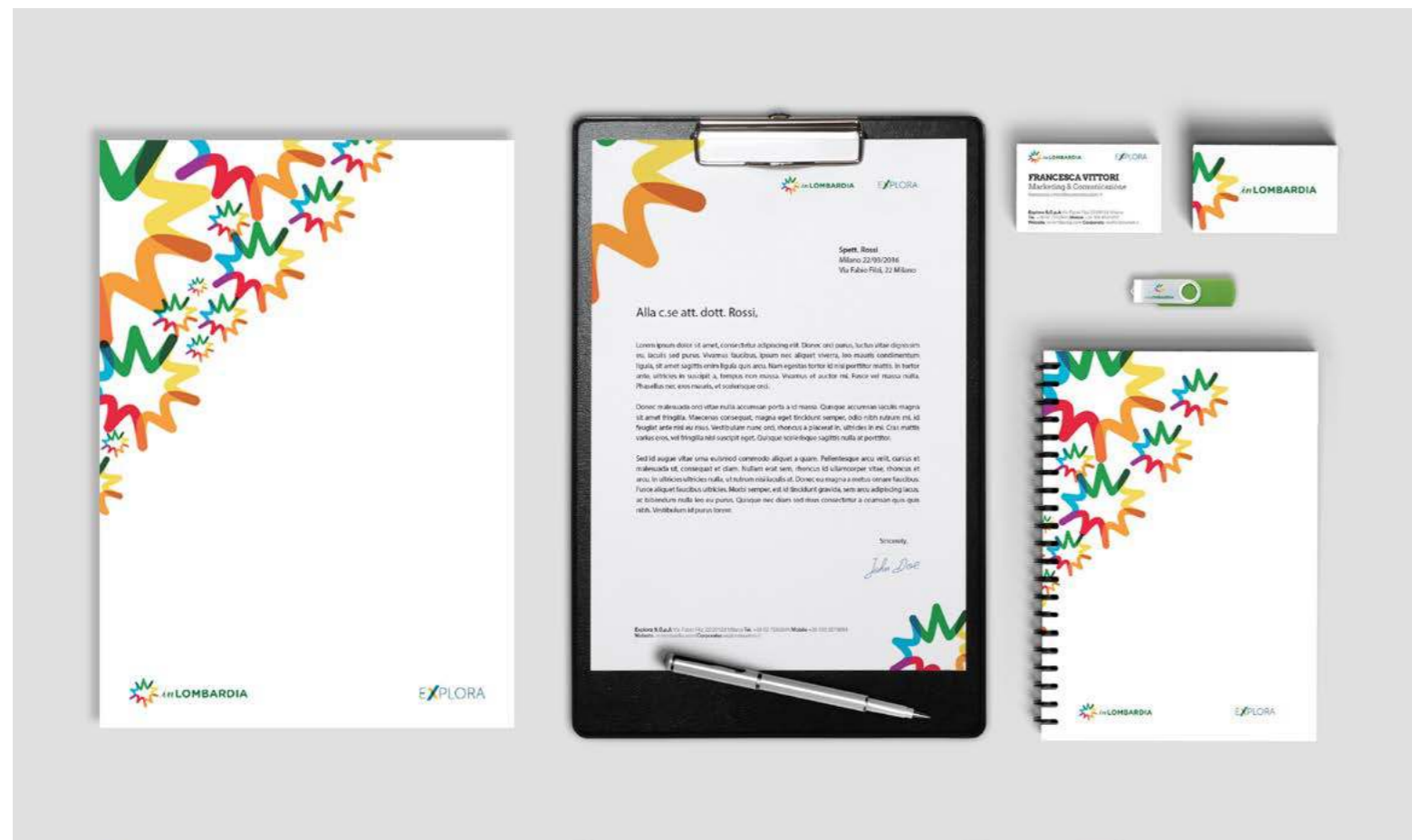
INTEGRAZIONI DEL BRAND

USO SCORRETTO



APPLICAZIONI

DECLINAZIONE LOGO IMMAGINE COORDINATA E MERCHANDISING



APPLICAZIONI

DECLINAZIONE LOGO IMMAGINE COORDINATA E MERCHANDISING



APPLICAZIONI

APPLICAZIONI SUL WEB



Gli URL web corrispondenti al sito web di promozione della Lombardia sono:

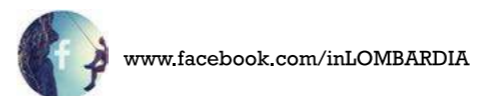
in-lombardia.it
in-lombardia.com
in-lombardia.de

in-lombardia.fr
in-lombardia.es
in-lombardia.ru

in-lombardia.cn
jp.in-lombardia.com
br.in-lombardia.com

APPLICAZIONI

APPLICAZIONI SUI SOCIAL NETWORK



www.facebook.com/inLOMBARDIA



www.instagram.com/in_lombardia/



it.pinterest.com/inLOMBARDIA/



twitter.com/inLOMBARDIA



plus.google.com/+InlombardiaIta



www.youtube.com/c/InlombardiaIta

DECLINAZIONE CAMPAGNE ESPERIENZIALI E TEMATICHE

- I. FORMAT GRAFICI
- II. DECLINAZIONE WEB
- III. DECLINAZIONE SOCIAL

DECLINAZIONI CAMPAGNE ESPERIENZIALI E TEMATICHE

Il brand inLombardia, grazie anche alla sua connotazione inclusiva e allargata, vedrà declinazioni tematiche ed esperienziali di promozione del territorio lombardo. Queste campagne esperienziali verticali rispondono a progettualità integrate di comunicazione delle eccellenze del territorio, come ad esempio la promozione dei capoluoghi lombardi del cicloturismo, del turismo religioso e del turismo enogastronomico

Le campagne tematiche avranno le seguenti caratteristiche:

- Non avranno un brand di progetto, ma risponderanno al brand inLOMBARDIA
- Risponderanno ai format di comunicazione del brand inLOMBARDIA
- Avranno dei format speciali e dedicati al progetto solo se necessario
- Declinazione creativa di progetto sugli aspetti di NAMING E TITOLO, COLORE, e FONT

DECLINAZIONI CAMPAGNE ESPERIENZIALI E TEMATICHE

Il brand inLombardia fa da cappello per le campagne esperienziali e tematiche



sapore
un viaggio nel gusto inLombardia

Progetto di valorizzazione
del turismo enogastronomico

CULT CITY
weekend da collezionare

Progetto di valorizzazione delle
Capitali d'Arte

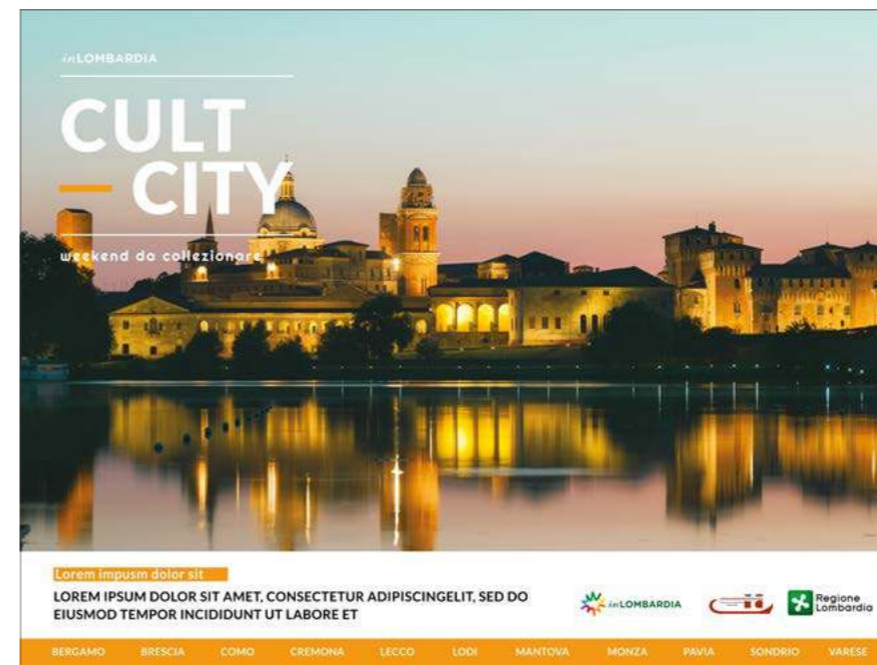
Lo splendore del vero
il turismo religioso inLombardia

Progetto di valorizzazione del turismo
religioso

DECLINAZIONI CAMPAGNE ESPERIENZIALI E TEMATICHE

APPLICAZIONI SU MATERIALI STAMPATI - AFFISSIONI ORIZZONTALI E ADVERTORIAL
APPLICABILE SUI PROGETTI CAMPAGNA CULT CITY - CICLOTURISMO - SAPORE CON DECLINAZIONE TEMATICA DI COLORE

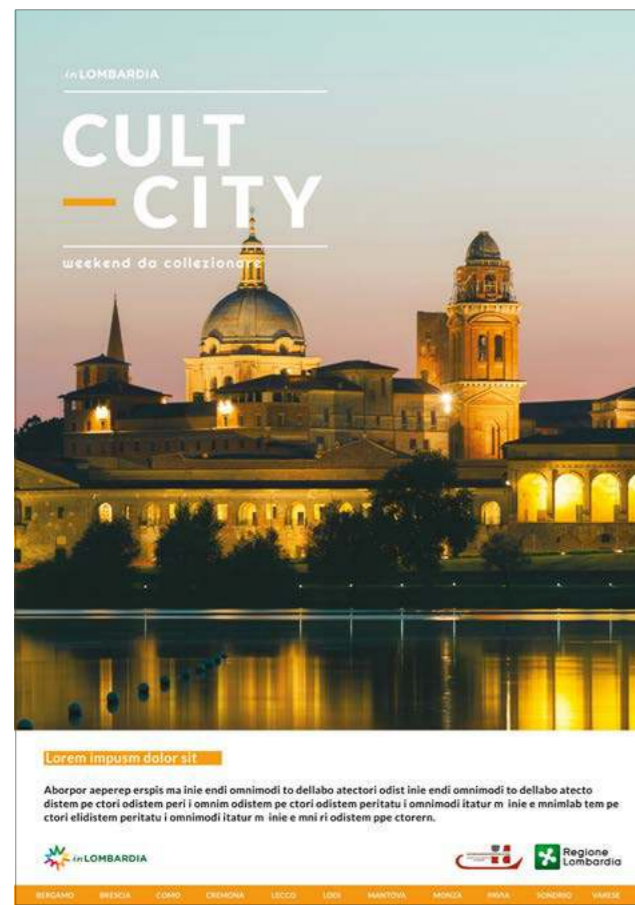
AFFISSIONI 6x3



DECLINAZIONI CAMPAGNE ESPERIENZIALI E TEMATICHE

APPLICAZIONI SU MATERIALI STAMPATI - AFFISSIONI ORIZZONTALI E ADVERTORIAL
 APPLICABILE SUI PROGETTI CAMPAGNA CULT CITY - CICLOTURISMO - SAPORE CON DECLINAZIONE TEMATICA DI COLORE

AFFISSIONI 70x100



DECLINAZIONI CAMPAGNE ESPERIENZIALI E TEMATICHE

APPLICAZIONI SU MATERIALI STAMPATI - ITINERARI
 APPLICABILE SUI PROGETTI CAMPAGNA CULT CITY - CICLOTURISMO - SAPORE CON DECLINAZIONE TEMATICA DI COLORE

FLYER ITINERARI

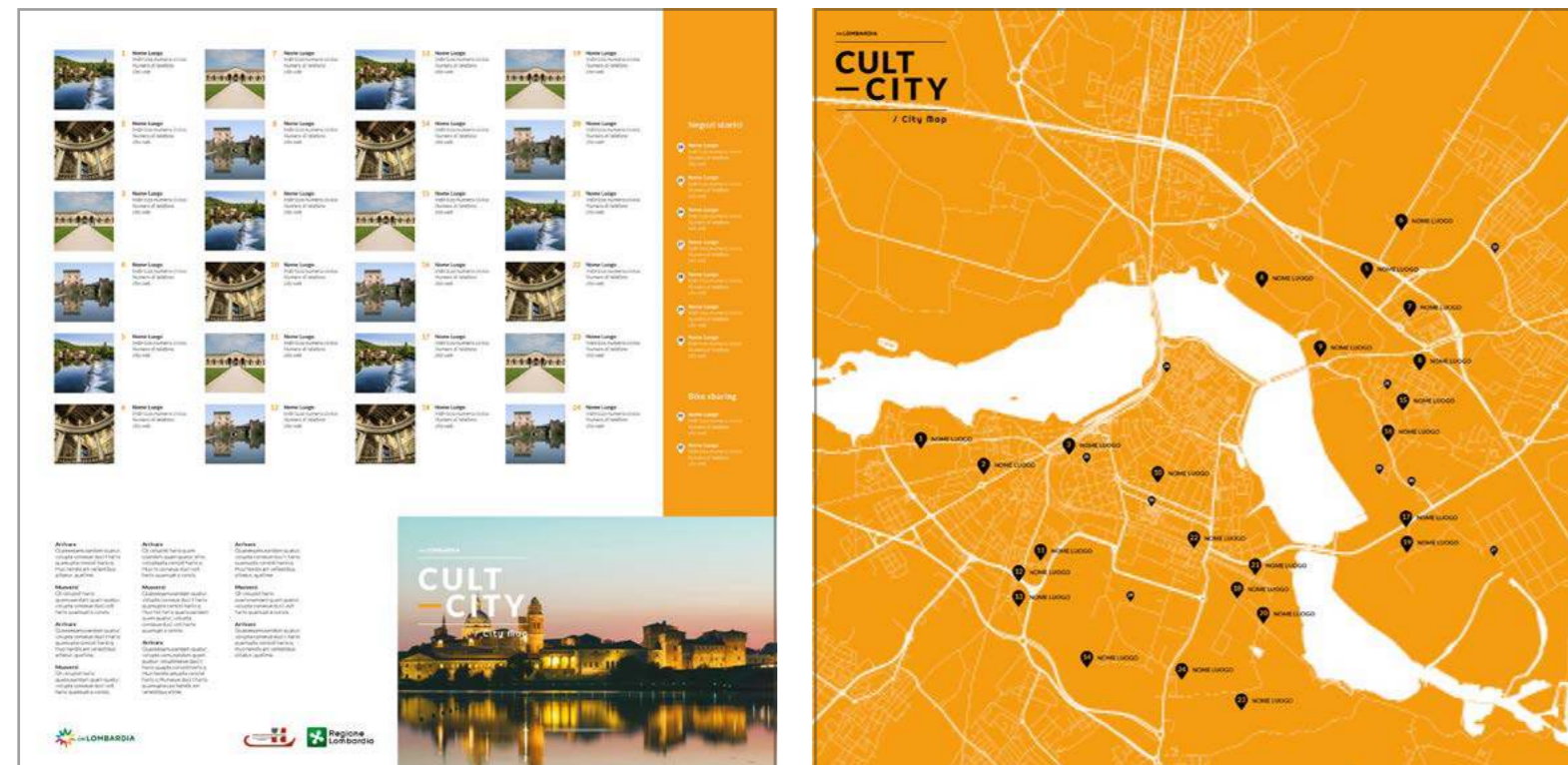


DECLINAZIONI CAMPAGNE ESPERIENZIALI E TEMATICHE

APPLICAZIONI SU MATERIALI STAMPATI - MAPPA

APPLICABILE SUI PROGETTI CAMPAGNA CULT CITY - CICLOTURISMO - SAPORE CON DECLINAZIONE TEMATICA DI COLORE

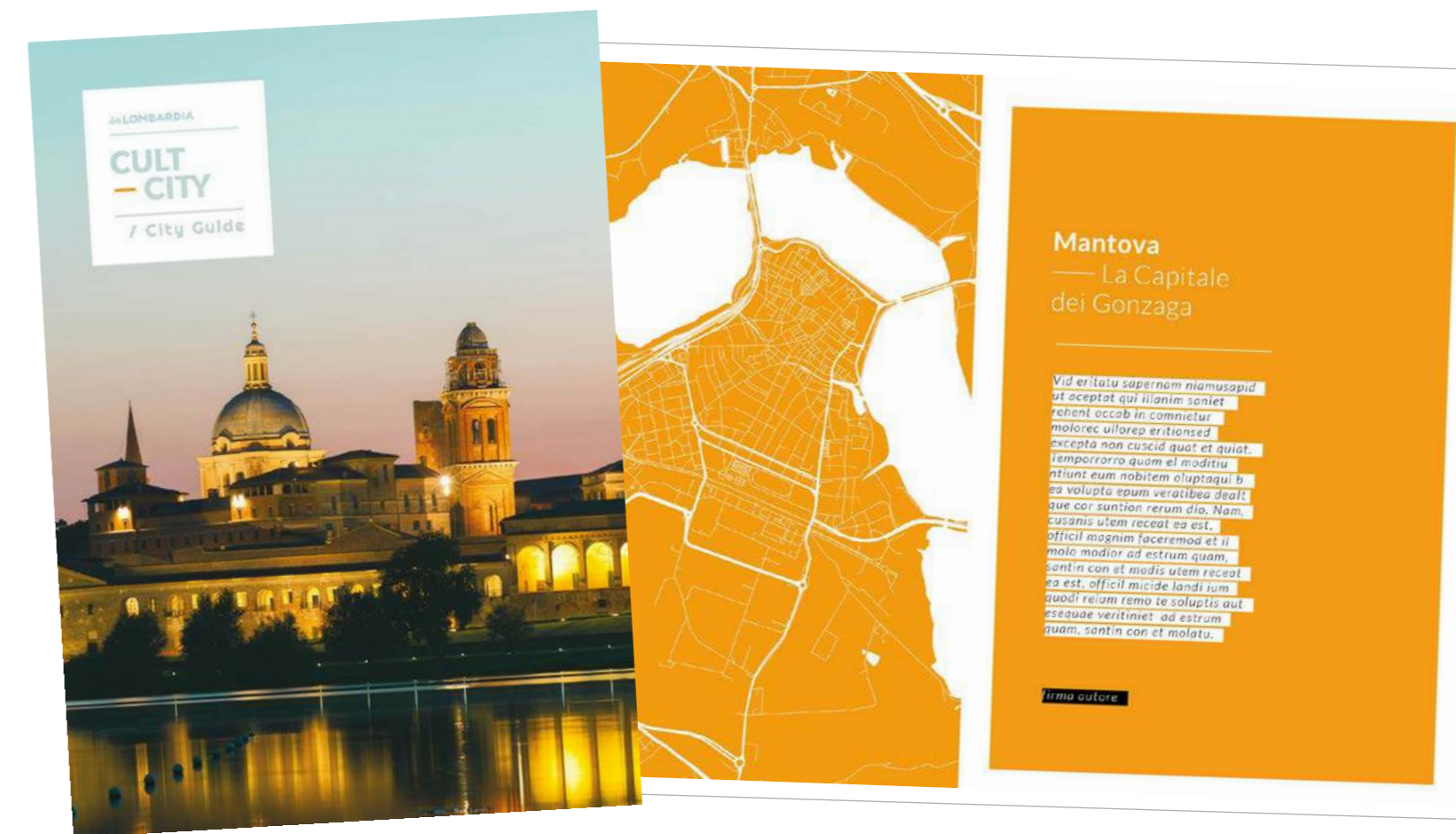
CITY MAP



DECLINAZIONI CAMPAGNE ESPERIENZIALI E TEMATICHE

APPLICAZIONI SU MATERIALI STAMPATI - CITY GUIDE

APPLICABILE SUI PROGETTI CAMPAGNA CULT CITY - CICLOTURISMO - SAPORE CON DECLINAZIONE TEMATICA DI COLORE



DECLINAZIONI CAMPAGNE ESPERIENZIALI E TEMATICHE

APPLICAZIONI SU MATERIALI WEB

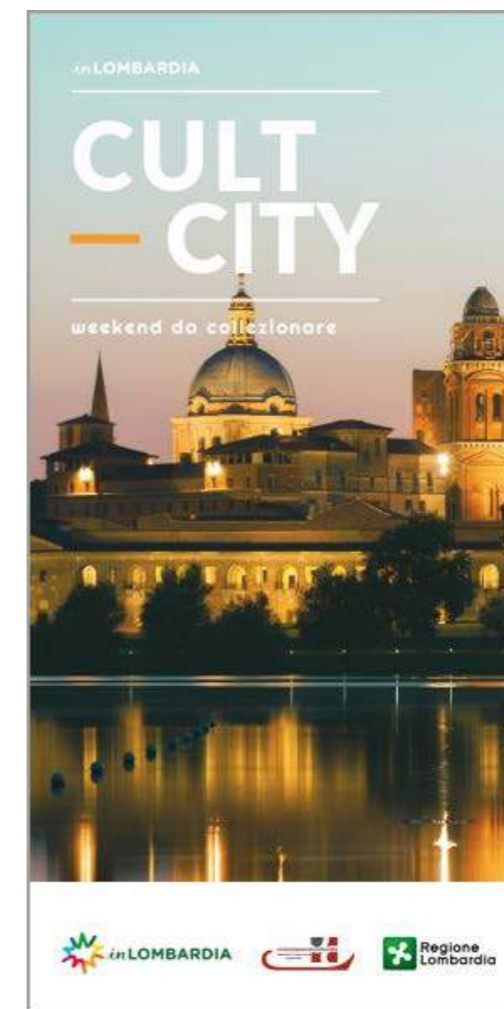
BANNER 300X250



DECLINAZIONI CAMPAGNE ESPERIENZIALI E TEMATICHE

APPLICAZIONI SU MATERIALI WEB

BANNER 300X600



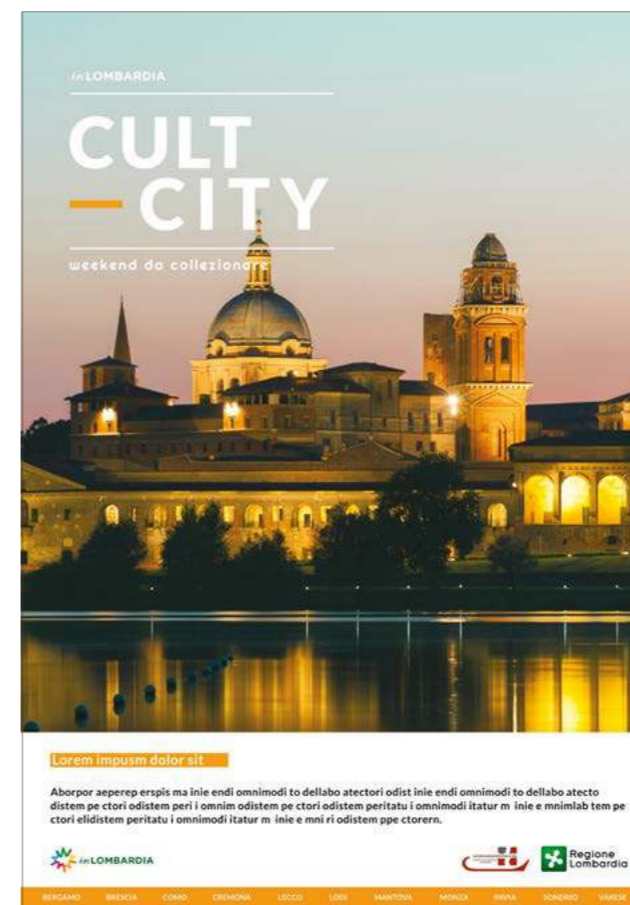
DECLINAZIONI CAMPAGNE ESPERIENZIALI E TEMATICHE

TOTEM

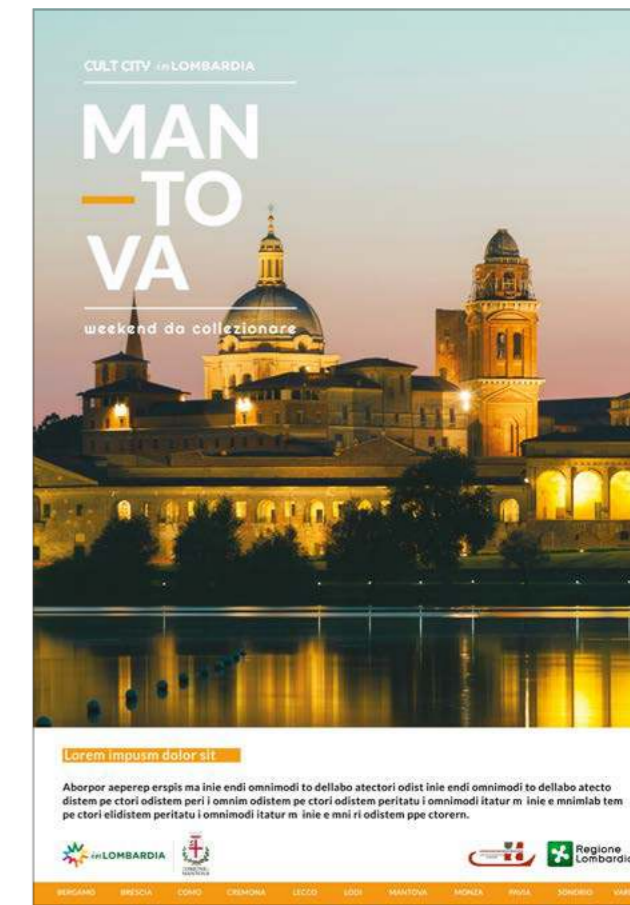


APPLICAZIONI | CAMPAGNE ESPERIENZIALI E TEMATICHE CULT CITY

Declinazione campagna Cult City a cura di inLombardia



Declinazione campagna Cult City a cura del comune





REGOLE DI UTILIZZO

I. PREMESSE

II. QUANDO UTILIZZARE IL BRAND

- a. Utilizzo del brand da parte di Explora
- b. Utilizzo del brand da parte di Regione Lombardia e dei soci di Explora (CCIAA Milano, Uniocamere Lombardia)
- c. Utilizzo del brand da parte dei Brand Territoriali
- d. Utilizzo del brand da parte dei Partner

REGOLE DI UTILIZZO

Premesse

Il brand inLOMBARDIA può e deve essere utilizzato per la promozione e comunicazione della destinazione e si sostituirà, affiancherà e associerà ai brand istituzionali di Regione Lombardia, Explora, CCIAA, Uniocamere Lombardia e ai Brand Locali in modo differenziato a seconda delle situazioni.

Utilizzo brand inLOMBARDIA da parte di Explora

Explora per tutte le sue attività di comunicazione e promozione di destinazione comunicherà con il brand inLOMBARDIA:

LOGO:

- Sito web in-lombardia.it (e altri url)
- Social Network (Facebook, Twitter, G+; Pinterest, Instagram, Vk, Odnoklassniki, Wechat, Whatsapp, Weibo, Tumblr)
- Newsletter
- Campagne SEM (display, Search, retargeting)
- Video
- Brochure, flyer, Magazine, leaflet, promocard
- Allestimenti fieristici, corner, temporary store
- Totem, pannelli, affissioni
- Comunicati stampa
- PR e Digital PR
- Merchandising
- Immagine coordinata varia

Verrà specificato in aree opportune del web o della stampa che il brand è a cura di Explora con Regione Lombardia, CCAA Milano, Unioncamere Lombardia.

Utilizzo brand inLOMBARDIA da parte di Explora - continua

NAMING: qualora si renda necessario parlare del brand promozionale turistico inLombardia è necessario citarlo con il corretto naming "inLombardia". Per gli utilizzi sul web è necessario linkarlo agli url corrispondenti in lingua: in-lombardia.it (inlombardia.com, etc. Si veda capitolo URL)

HASHTAG: sui social network e in comunicazioni adv e promozionali va sempre riportato l'#inLombardia.

URL: vedere capitolo URL.

Utilizzo del brand inLOMBARDIA da parte di Regione Lombardia e dei soci di Explora

Regione Lombardia per le sue attività di promozione turistica utilizzerà il brand inLOMBARDIA, attraverso:

LOGO:

- Logo e pagina dedicata sul sito turismo.regione.lombardia.it e sui siti satellite di promozione turistica ([relaxinlombardia](http://relaxinlombardia.it))
- Pubblicazioni e repost dedicati al turismo sui social network ufficiali
- Brochure, leaflet, magazine e materiali cartacei di promozione turistica
- Comunicati stampa rivolti al trade turismo
- Allestimenti per fiere, totem, corner, info point. Verrà specificato in aree opportune del web o della stampa che il brand è a cura di Explora con Regione Lombardia, CCIAA Milano, Unioncamere Lombardia.

Utilizzo del brand inLOMBARDIA da parte di Regione Lombardia e dei soci di Explora

NAMING: qualora si renda necessario parlare del brand promozionale turistico inLombardia è necessario citarlo con il corretto naming "inLombardia". Per gli utilizzi sul web è necessario linkarlo agli url corrispondenti in lingua: in-lombardia.it (inlombardia.com, etc. Si veda capitolo URL)

HASHTAG: sui social network e in comunicazioni adv e promozionali va sempre riportato l'#inLombardia.

URL: vedere capitolo URL.

RL può avvalersi della consulenza e delle incisioni di Explora di volta in volta.

Utilizzo del brand inLOMBARDIA da parte dei Brand Territoriali

I Brand Territoriali potranno avvalersi dell'utilizzo del brand inLOMBARDIA per:

LOGO:

- Logo e Link sui siti di promozione locale.
- Logo associato su pubblicazioni e materiali di comunicazione.

NAMING: qualora si renda necessario parlare del brand promozionale turistico inLombardia è necessario citarlo con il corretto naming "inLombardia". Per gli utilizzi sul web è necessario linkarlo agli url corrispondenti in lingua: in-lombardia.it (inlombardia.com, etc. Si veda capitolo URL)

HASHTAG: sui social network e in comunicazioni adv e promozionali va riportato l'#inLombardia come suffisso alle comunicazioni.

URL: vedere capitolo URL.

Utilizzo del brand inLOMBARDIA da parte dei Brand Territoriali - continua

Avranno l'obbligo di utilizzare il brand inLombardia, nelle declinazioni di cui sopra e a seconda del canale, sia per le pubblicazioni ed attività dirette che indirette, i soggetti pubblici e privati beneficiari di fondi e bandi indetti da Regione Lombardia e da Unioncamere Lombardia e CCIAA Milano.

L'autorizzazione e l'approvazione dell'applicazione del brand inLOMBARDIA sarà sempre e comunque soggetta ad approvazione di Explora alla mail: info@in-lombardia.it

I soggetti si impegneranno a firmare l'attestazione di utilizzo del brand inLOMBARDIA dichiarando l'utilizzo che si intende fare del marchio e il totale rispetto delle regole di utilizzo qui riportate.

Verranno altresì stilate delle penali per chi non utilizzasse il brand in modo corretto.

*attestazione: documento che regola l'utilizzo che ogni singolo soggetto farà del brand e autocertificazione di conformità di utilizzo dello stesso rispetto alle linee guida consegnate.

REGOLE DI UTILIZZO | QUANDO UTILIZZARE IL BRAND

Utilizzo del brand inLOMBARDIA da parte dei Partner

I Brand Partner una volta definito l'accordo tra le parti potranno utilizzare il marchio rispettando le regole del Brand Book.