



FONDAZIONE TARANTO 25

Costruiamo *valore*
Generiamo *futuro.*

CLIENTE

Fondazione Taranto Venticinque

PROGETTO

Manuale d'Identità Visiva — v.01

CONTATTI

grafica@capera.it.it





Fondazione Taranto
VENTICINQUE

LINEE GUIDA D'IDENTITÀ VISIVA

MISSIONE

Una fondazione
per il territorio,
le sue persone,
il suo futuro

*La Fondazione Taranto Venticinque promuove lo sviluppo locale
attraverso l'erogazione di fondi e borse di studio per progetti innovativi nei settori
chiave della produttività, dello sport, della cultura e della sostenibilità.*

Radicata a Taranto e orientata verso le nuove generazioni, la Fondazione sostiene iniziative che rafforzano la comunità, generano opportunità e tutelano l'ambiente che definisce l'identità della città. Ogni contributo è un atto civico, un impegno per il territorio e per le persone che lo costruiscono.

VALORI DEL MARCHIO

- *Solidarietà* Stare accanto alla comunità, ascoltarne i bisogni, agire al suo servizio.
- *Territorio* Promuovere la vitalità culturale e produttiva di Taranto e della sua provincia.
- *Sostenibilità* Investire oggi in progetti che rispettano l'ambiente di domani.



CONCEPT

Il marchio a più letture

Il marchio nasce dall'elaborazione del numero **25**: le due cifre intrecciate e risolte in un'unica figura continua. All'interno di questa costruzione vive un sistema visivo a più livelli: un numero, un cuore, un frutto, un volto, un infinito. Ogni lettura rinnova il ruolo della Fondazione come custode di comunità, identità e rinascita.



Cuore

Ruotato di 45° circa, il marchio si svela come un cuore - simbolo di solidarietà e affetto civico per Taranto.



Frutto

La stessa forma si legge come un frutto: il pennino verde del 5 diventa foglia - crescita, raccolto, abbondanza.



Volto

Gli spazi negativi del 2 e del 5 disegnano due occhi aperti - la Fondazione che guarda verso la sua comunità.



Infinito

Le cifre intrecciate tracciano un infinito - continuità di missione, di generazioni e di territorio.



Sorriso

Un sorriso emerge nell'ombra negativa del 2 che sovrasta il 5 - ottimismo reso visibile.

VERSIONE PRINCIPALE

Il logo completo è l'espressione preferita del marchio.

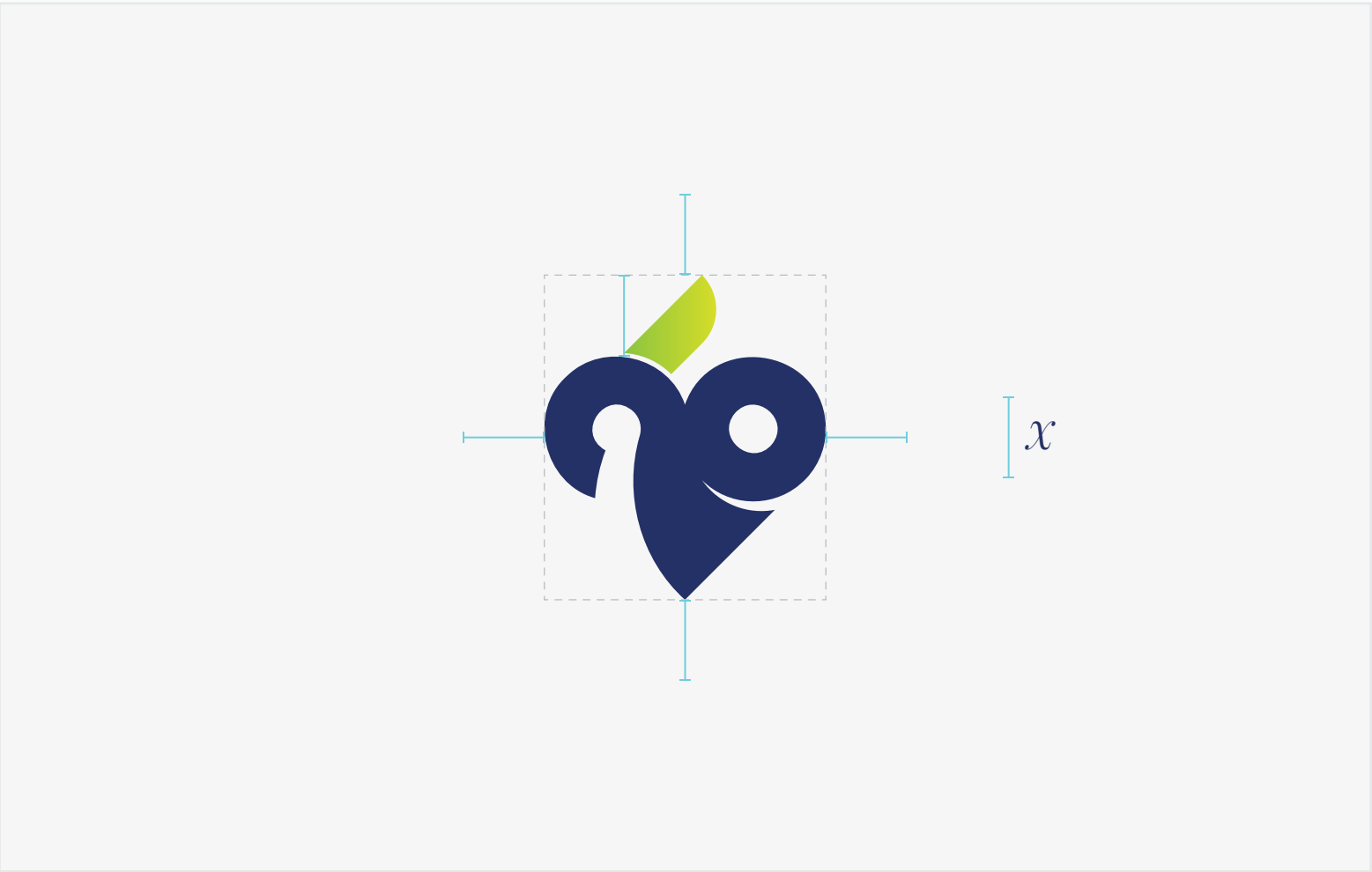
Combina il marchio grafico con il logotipo istituzionale e deve essere utilizzato in tutte le applicazioni primarie: copertine, segnaletica, documenti ufficiali e intestazioni digitali.

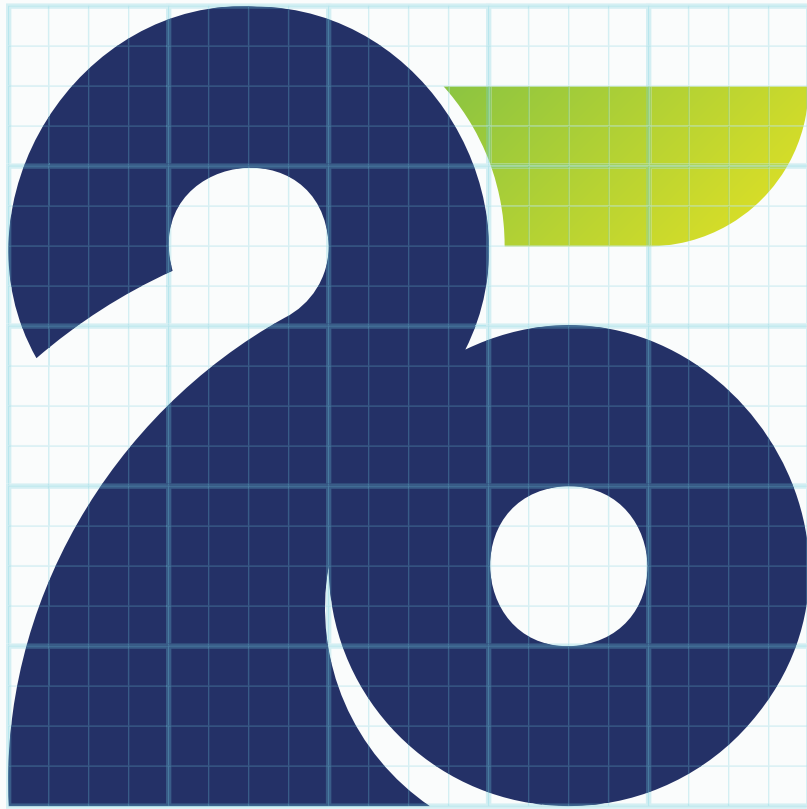


AREA DI RISPETTO

Conservare un margine di X intorno al marchio.

L'unità X equivale all'altezza della foglia (il pennino verde del 5). Nessun elemento grafico, testo o bordo della pagina può invadere questa area di sicurezza. Margini maggiori sono sempre ammessi.





GRIGLIA DI COSTRUZIONE

Il marchio è costruito su una griglia modulare di unità.

La geometria deriva dall'intreccio delle due cifre, calibrato su una griglia quadrata. Le proporzioni interne, l'angolo della foglia e la curvatura del cuore sono fissi — il marchio non deve mai essere ridisegnato né riproporzionato.

PROPORZIONI

Larghezza totale: 5 moduli | Altezza totale: 5 moduli | Altezza della foglia: X (unità dell'area di rispetto)

DIMENSIONI MINIME (LARGHEZZA)



Brandmark - digitale
50px minimo



Fondazione Taranto
VENTICINQUE

Marchio completo - stampa
35mm minimo



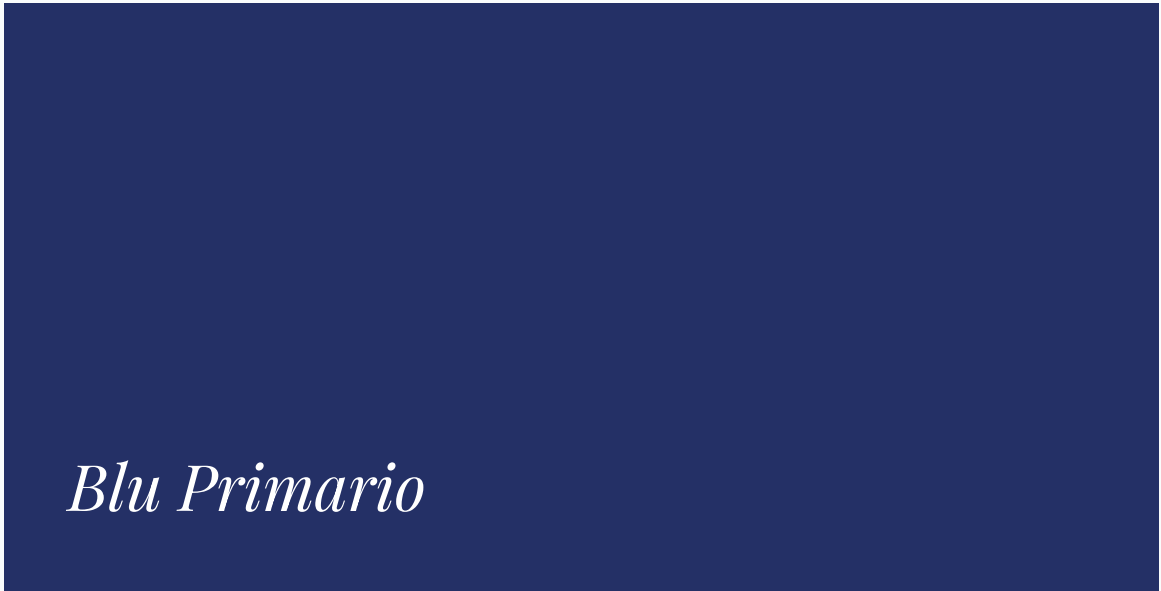
Fondazione Taranto
VENTICINQUE

Marchio completo - digitale
140px minimo

COLORE

Una palette civica: istituzione, crescita, energia.

La palette si costruisce attorno a tre colori. Il Blu Primario ancora la voce istituzionale; il Verde Scuro e il Verde Acido evocano il territorio, la crescita e l'orizzonte sostenibile dei progetti della Fondazione. I due verdi possono comparire insieme come gradiente sulla foglia del marchio.



<i>Blu Primario</i>	
HEX	#232F67
RGB	35 · 47 · 103
CMYK	100 · 90 · 25 · 25
PANTONE	2767 C

<i>Verde Scuro</i>	
HEX	#8AC440
RGB	138 · 196 · 64
CMYK	50 · 0 · 95 · 0
PANTONE	368 C

<i>Verde Acido</i>	
HEX	#D5DD26
RGB	213 · 221 · 38
CMYK	20 · 0 · 95 · 0
PANTONE	389 C

CARATTERE PRIMARIO

New York

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Regular - Editoriale

New York

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Outline - display

CARATTERE SECONDARIO

SF Pro Display

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Regular - Editoriale

SF Pro Display Italic

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

Light • Medium • Bold

TITOLO	Per il territorio	New York · 96/100 · –1%
SOTTOTITOLO	Una Fondazione per le nuove generazioni	New York · 40/44
OCCHIELLO	Solidarietà, territorio, sostenibilità	New York Italic · 28/40
TESTO	La Fondazione sostiene progetti che rafforzano la comunità, generano opportunità e tutelano l’ambiente	San Francisco · 17/28
DIDASCALIA	BANDO CULTURA • 2026	SF · 12/16 · Tracking 180

VERSIONI

Quattro espressioni autorizzate
del marchio.

Utilizzare la versione positiva su sfondi bianchi o chiari. La versione negativa è riservata a superfici scure o colorate. Le varianti monocromatiche (blu pieno o nero pieno) sono riservate alla stampa a un solo colore e alle applicazioni a rilievo. Il marchio non deve mai comparire in colori esterni a questo sistema.

- **vedi il logokit digitale fornito separatamente per un riferimento veloce**



positivo - sfondi chiari



negativo - sfondi scuri



monocromatico negativo
macchine da taglio e overlay video

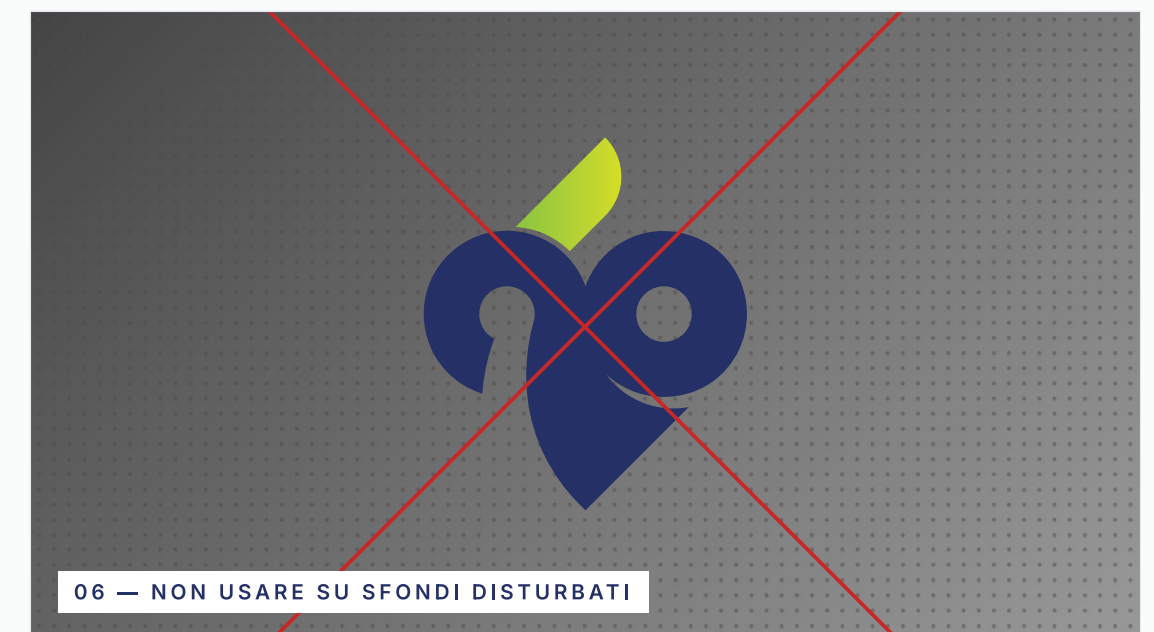
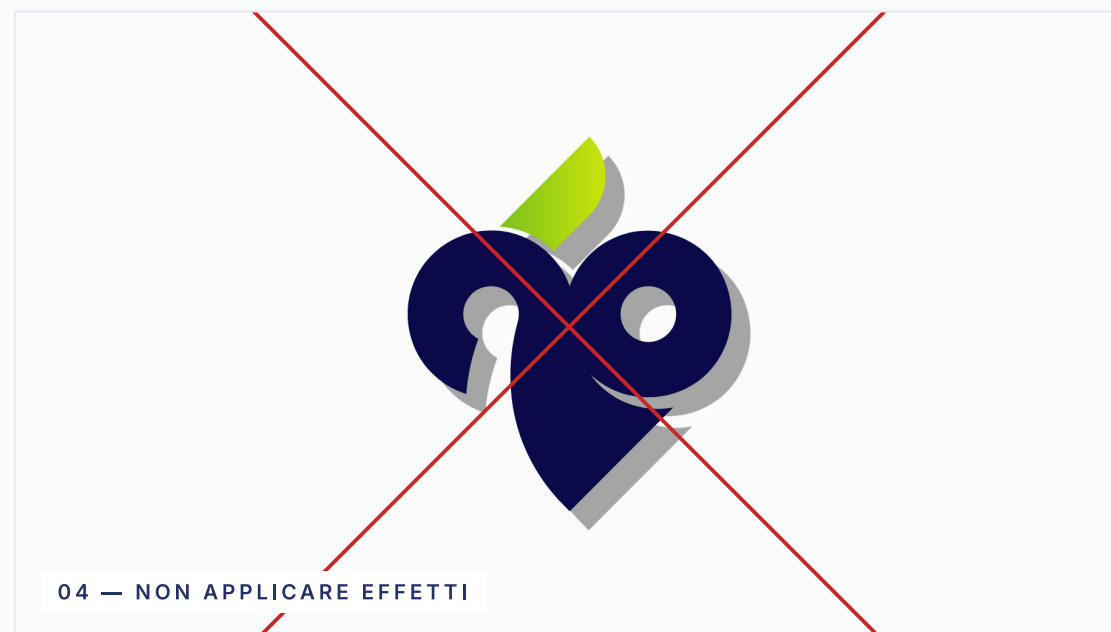
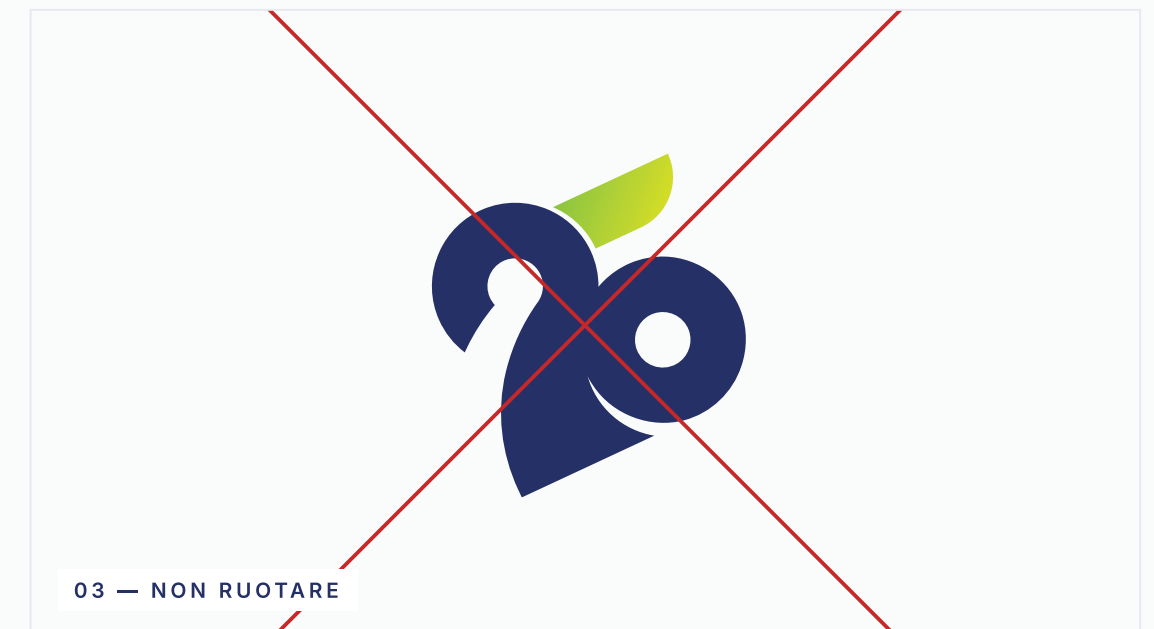


monocromatico positivo
stampe monocromatiche e serigrafie

COSA NON FARE

L'integrità del marchio va preservata.

Il marchio è stato costruito e bilanciato con cura. Ogni modifica ne compromette le letture (cuore, frutto, volto, infinito) e indebolisce la voce istituzionale della Fondazione. **I seguenti esempi non sono mai consentiti:**



VERSIONE ALTERNATIVA

Massima leggibilità in tutti i contesti

La versione orizzontale affianca il marchio grafico al logotipo istituzionale, ottimizzando l'ingombro verticale. Questa configurazione è stata progettata per garantire massima leggibilità ed eleganza visiva nei contesti in cui lo spazio verticale è limitato.

AMBITI D'USO PREFERENZIALI

- **Intestazioni e Header Web:**
Barre di navigazione di siti web e applicazioni mobili.
- **Documentazione e Cancelleria:**
Intestazioni di lettere formali, buste, fatture e piè di pagina.
- **Sponsorizzazioni e Banner:**
Fasce pubblicitarie orizzontali, transenne per eventi sportivi e cartellonistica stradale.
- **Gadget e Merchandising:**
Penne, cordini porta-badge e superfici a sviluppo prevalentemente orizzontale.



positivo - sfondi chiari



negativo - sfondi scuri



monocromatico negativo
macchine da taglio e overlay video



monocromatico positivo
stampe monocromatiche e serigrafie

Il brand nello spazio fisico

L'identità visiva della Fondazione Taranto Venticinque deve esprimersi con rigore e coerenza non solo sui supporti bidimensionali, ma anche all'interno di ambienti reali e oggetti d'uso quotidiano. Di seguito vengono mostrati alcuni esempi di una corretta riproduzione tridimensionale e di allestimento.

