



Lignano per chi lavora
Lignano for workers

Manuale
Corporate Identity

Il Marchio

Progetto Arianna:
come dipanare il filo della conciliazione nel labirinto
fra impegno lavorativo e vita personale.



Lignano per chi lavora
Lignano for workers

Analisi della Mission del Progetto Arianna

Il marchio sarà utilizzato nel Progetto Arianna che intende diffondere le buone pratiche di conciliazione nei diversi contesti lavorativi finalizzate a promuovere le pari opportunità di genere. Pubblica Amministrazione e principali stakeholder turistici locali intendono collaborare al fine di favorire le esigenze di welfare delle lavoratrici e dei lavoratori del territorio operanti nel settore turistico e dell'accoglienza.

Tem:

- Rispetto delle persone che lavorano
- Rispetto delle pari opportunità di genere
- Sostegno pubblico alle aziende del territorio che favoriscono le buone pratiche di conciliazione.
- Valore alle famiglie locali
- Valore al comparto turistico
- Valore alla qualità dell'accoglienza

Parole chiave che si sono distinte per l'individuazione del logo:

1. Labirinto
2. Possibilità
3. Orientamento
4. Accoglienza
5. Famiglia
6. Stabilità/ serenità lavorativa
7. Sicurezza
8. Armonia
9. Mare

Ideazione della forma

Il nuovo logo per il Progetto Arianna intende sintetizzare il "Problema" e la "Soluzione" combinando due categorie di parole chiave:

Problema: come affrontare nella città di Lignano il labirinto dato dalle diverse esigenze rappresentate:

- nella vita privata dalla necessità di conciliare vita lavorativa e vita familiare;
- nella res pubblica dalla necessità di essere vicini alle esigenze reali delle famiglie e allo stesso tempo favorire l'incoming turistico per il beneficio economico necessario al sostegno dell'economia locale.

Soluzione: la città di Lignano diviene polo di aggregazione e quindi centro dove far confluire differenti realtà offrendo loro un valido orientamento per trovare la giusta soluzione personale e aziendale non operando più come singolo, ma come parte di un sistema complesso che segue una comune direzione (il filo di Arianna).

Il **problema** è stato riassunto nel simbolo del LABIRINTO.

La **soluzione** è stata graficamente trovata nel simbolo della ROSA DEI VENTI, quale simbolo di orientamento verso il mondo del lavoro e chiara indicazione della via di uscita dal labirinto.

Il Marchio

Simbologia e mitologia

La leggenda del labirinto

L'innamorata Arianna, consapevole della pericolosità del labirinto, per aiutare il suo Teseo a ritrovare la strada una volta fosse riuscito nell'impresa di uccidere il Minotauro, gli consegna un gomitolo da srotolare e poi seguire nel ritorno.

*Il mito greco del labirinto di Cnosso, di Teseo che sconfigge il Minotauro, del filo di Arianna, come per tutta la mitologia greca, può trovare diverse e controverse letture, ma l'immagine acquisita dal senso comune concorda nel riconoscere il **labirinto come simbolo dell'incertezza, del vagare, del cammino e del pericoli.***

Il Labirinto è l'emblema della ricerca di uno scopo che trova conforto nell'immagine del filo di Arianna che offre una traccia di "lettura" per arrivare ad una possibile soluzione.

La rosa dei venti

La rosa dei venti, forse il simbolo più diffuso nel mondo nautico, è una rappresentazione grafica che riassume le provenienze dei venti che soffiano in una determinata zona del mondo in un certo periodo di tempo. Può essere rappresentata a 4 punte, a 8 o 32. Si è scelto di raffigurarla nella classica forma a 4 direzioni, nord, sud est ed ovest, dove ogni punta indica il rispettivo vento.

Questo simbolo racchiude diversi significati:

Buon augurio: anticamente la Rosa dei Venti era un simbolo di buon augurio per i marinai che, intraprendendo un viaggio per acque sconosciute potevano studiare la provenienza del vento e auspicare una traversata favorevole. È proprio per questo motivo che oggi alla rosa dei venti si associano in maniera molto naturale significati legati al **concetto di protezione e guida verso l'ignoto, verso il futuro**, verso qualcosa che non si conosce ancora. Affidandosi al vento che soffia, rivolgiamo fiduciosi lo sguardo avanti, dove possibilità e speranza ci attendono.

Libertà: rappresenta un chiaro rimando alla natura dei venti che soffiano dove e come vogliono, che possono prendere forza in una direzione oppure in un'altra. Avere chiaro quindi il loro orientamento permette al marinaio di scegliere come comportarsi sempre però con spirito di avventura, con un atteggiamento impavido, affrontando la vita di petto, senza paura e accettando ciò che offre.

Equilibrio: nell'armonia concettuale e visiva presente nella rosa dei venti, data dal rapporto perfetto tra le sue punte sempre opposte rispetto ad un centro, c'è un rimando alla visione dualistica della vita tra parte razionale e parte emotiva, tra l'io

e gli altri, il bene e il male, etc. La ricerca di un centro, la consapevolezza della sua posizione permette di trovare o ritrovare non solo un porto sicuro, ma un equilibrio. Tale stabilità non è necessariamente frutto di un approdo, ossia un arrivo, ma può essere data dal movimento armonico dal un punto all'altro.

Completezza: la rotondità della sua forma richiama al cerchio che è sempre stato reputato simbolo di completezza e perfezione.

Si è scelto di utilizzare questo noto simbolo per rappresentare il concetto di dipanamento dell'incertezza data dal labirinto. La rosa dei venti infatti offre un **orientamento** per il lavoratore.

Le quattro punte e le rispettive aperture indicano diverse direzioni, offrono un orientamento da cui si può partire o arrivare.

Al centro sempre la L di Lignano che può rappresentare il porto sicuro, il faro, il polo aggregatore, il punto di equilibrio, ma anche la meta.

La possibilità di munire gli stakeholders di tale simbolo nel proprio materiale renderà ancora più chiaro il concetto di punto di riferimento. Ogni partner (stakeholders) rappresenterà una stella fissa, un punto cardine del progetto.

All'interno del logo trova spazio la lettera iniziale della città, ossia la L, iniziale di "Lignano".

L come "Lignano", "Lavoro", "Labirinto" e "Lettura", si è voluto centrarlo nel logo per indicare che la città di Lignano è l'arrivo dopo l'incertezza del labirinto a cui si può accedere da ogni direzione grazie alla lettura delle sue indicazioni, all'aiuto e alla collaborazione che la città e i suoi partner offrono.

È, inoltre, l'approdo per chi giunge da luoghi distanti e proprio la sua natura di meta turistica concilia l'immagine della rosa dei venti.

Si sottolinea, infine, la possibilità di declinare il presente logo anche per eventuali altre città della riviera che dovessero prendere parte al progetto.

Sarà in quel caso facilmente sostituibile il nome della città e la lettera iniziale al centro del marchio potendo mantenere esattamente uguali tutti gli altri elementi in modo da consentire una coordinazione complessiva del progetto su tutto il territorio coinvolto.

Il Marchio a colori Pantone®



PANTONE 3115 C



PANTONE 7693 C

La riproduzione del marchio
a colori Pantone® dovrà essere
utilizzata in tutti i casi in cui viene
richiesta la stampa in colori speciali.

Scelta cromatica

Con l'obiettivo di garantire una immagine pulita e chiara dal punto di vista della comunicazione visiva si è scelto di operare su una base di colore blu che offre tre caratteristiche:

- è un colore presente nello stemma comunale di Lignano Sabbiadoro
- richiama il colore del mare e quindi è contestualizzato al luogo dove nasce il progetto, ossia una località turistica balneare;
- in cromoterapia il blu ha un effetto calmante, è un colore che dà serenità, armonia e quindi equilibrio nella sfera emotiva. Infatti, tra le sue proprietà è riconosciuto l'effetto di allontanamento del senso di ansia e generalmente le persone che prediligono questo colore sono sereni e tranquilli e con una spiccata capacità di trovare il proprio equilibrio interiore.

Il Marchio a colori CMYK



Lignano per chi lavora
Lignano for workers



La riproduzione del marchio in quadricromia dovrà essere utilizzata in tutti i casi in cui viene richiesta la stampa nei quattro colori di selezione.

Il Marchio a colori RGB



Lignano per chi lavora
Lignano for workers



R 0
G 193
B 213



R 0
G 73
B 118

Il marchio a colori in RGB dovrà essere utilizzato in tutte le applicazioni destinate alla comunicazione sul web e video.

Il Marchio in scala di grigi



Lignano per chi lavora
Lignano for workers



K 70%



K 100%

È ammessa la versione del marchio
in bianco e nero scala di grigio rispettando
le percentuali indicate.

Il Marchio in negativo



Lignano per chi lavora
Lignano for workers

Nei casi in cui non è consentita la riproduzione del marchio in positivo, è ammessa la riproduzione del marchio nella versione in negativo.

Il Font istituzionale

Il font istituzionale è l'Apex New,
nelle versioni Book, Medium, Bold

Apex New Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Apex New Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Apex New Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 1234567890

Possibili declinazioni del Marchio



PLATINUM

Lignano per chi lavora
Lignano for workers



GOLD

Lignano per chi lavora
Lignano for workers



SILVER

Lignano per chi lavora
Lignano for workers

Particolari effetti
stampa a caldo
platinum, gold e silver

Riduzioni del Marchio



Lignano per chi lavora
Lignano for workers

35 mm



Lignano per chi lavora
Lignano for workers

25 mm



Lignano per chi lavora
Lignano for workers

15 mm

Nelle riproduzioni del marchio
è consigliabile non scendere
mai al di sotto dei 25 mm di base.

Il Marchio su fondi colore

Nelle riproduzioni su fondi di colore chiaro
il marchio vive nei colori istituzionali.
Nelle riproduzioni su fondi di colore scuro o su fondi
fotografici scuri vive nella versione in negativo,
come indicato negli esempi.



Fondi colore chiaro.



Fondi fotografici chiari.



Fondi colore scuro.



Fondi fotografici scuri.

Applicazioni del Marchio

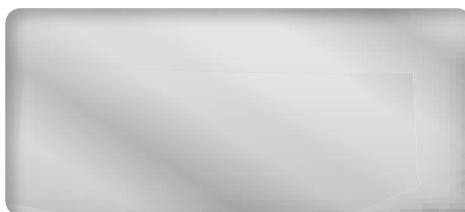


Lignano per chi lavora
Lignano for workers



Lignano per chi lavora
Lignano for workers

Via Magellano, 45
33054 Lignano Sabbiadoro (UD)



Alcuni esempi di applicazioni del logo
sui documenti di immagine coordinata.

Manuale di Corporate Identity
Guideline del marchio
Lignano per chi lavora
Lignano for workers

Via Magellano, 45
33054 Lignano Sabbiadoro (UD)

PI
F



Lignano per chi lavora
Lignano for workers

Via Magellano, 45
33054 Lignano Sabbiadoro (UD)

T. 000000000000
F. 000000000000

[Info@lignanoperchilavora.it](mailto:info@lignanoperchilavora.it)
www.lignanoperchilavora.com

Phone 000000000000
Fax 000000000000

info@lignanoperchilavora.it
www.lignanoperchilavora.com

Applicazioni del Marchio



Esempio di vetrofania.



Proposta più compatta del Marchio



Nelle caratteristiche del logo viene richiesto di mantenere il payoff:

Lignano per chi lavora
Lignano for workers

Una soluzione più snella e sicuramente più d'effetto potrebbe essere quella con una unica ripetizione della parola LIGNANO.

Non è stato possibile perseguire la versione proposta avendo ricevuto chiare indicazioni di mantenere il payoff nella sua forma completa.



Lignano per chi lavora
Lignano for workers