

Restyling logo

**TRANSITALIA MARATHON**







**PROFILAZIONE CLIENTE/ANALISI**

**CONCEPT/PERSONALITÀ DEL BRAND**

/ETIMOLOGIA

/K-WORD CLOUD

/RIFERIMENTI

/SINTESI

**MANUALE DEL MARCHIO/PREMESSA**

/STUDIO DEL NOME

/BIANCO E NERO

/SCALA DI GRIGI

/COSTRUZIONE

/DIMENSIONI

/COLORE

/FONT

/USI SCORRETTI

/COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

/COMUNICAZIONE PROMOZIONALE

# PROFILAZIONE CLIENTE/

## PROFILAZIONE CLIENTE

/ANALISI

### BRAND

#### Contenuto:

Transitalia Marathon nasce nel 1980 come gara motociclistica. Nel 2014 viene ripreso il progetto iniziato nel 2011.

#### Forma:

Font accattivante (non figurativo).  
Bandiera italiana per la riconoscibilità territoriale  
Essenzialità e pulizia.  
Pay off: international classic motorbike challenge

### ATTIVITÀ/PRODOTTI

#### Cos'è:

È uno dei tanti eventi di minoa group.  
L'organizzazione di eventi in grande stile: è la didattica dedicata al viaggiatore. È uno stile di vita. È una manifestazione che aspettano tutti ogni anno per vivere quell'emozione. Il territorio, in questa manifestazione, diventa il valore aggiunto: un espediente per una nuova modalità di fruire del paesaggio.

### POSIZIONE/LOCATION

#### Dove:

La location cambia sempre.  
Caratteristiche:  
non devono essere toccate dal turismo di massa. Devono avere la capacità di ospitare 700/800 persone. Di elevato valore paesaggistico.

### TARGET

#### Chi:

Medio alto; maschile; 50 in su.  
Nord Italia, nord Europa con capacità economica medio alta 50% ita 50% straniero.  
Utente: è riconosciuto come una persona e non come un numero.  
Studio del partecipante per maggiore fidelizzazione (l'utente è fidelizzato grazie alla struttura organizzativa, che li segue passo passo).

### COMPETITORS

La 1000 miglia su due ruote.  
Non hanno reali competitors (per la precisione organizzativa).

### STAFF:

70 persone di staff (meccanico medico - logistica comunicativa).

### STRUMENTI

Social e newsletter, ma il passaparola ha realmente funzionato.

### VISION

#### Punti di forza:

- Meticolosità nell'organizzazione dell'evento;
- cura del dettaglio dell'evento e dei partecipanti;
- empatia col cliente.

#### Punti di debolezza:

Lato commerciale.  
Non hanno fondi e investitori, partners.  
(Le quote dei partecipanti sono l'unica entrata).

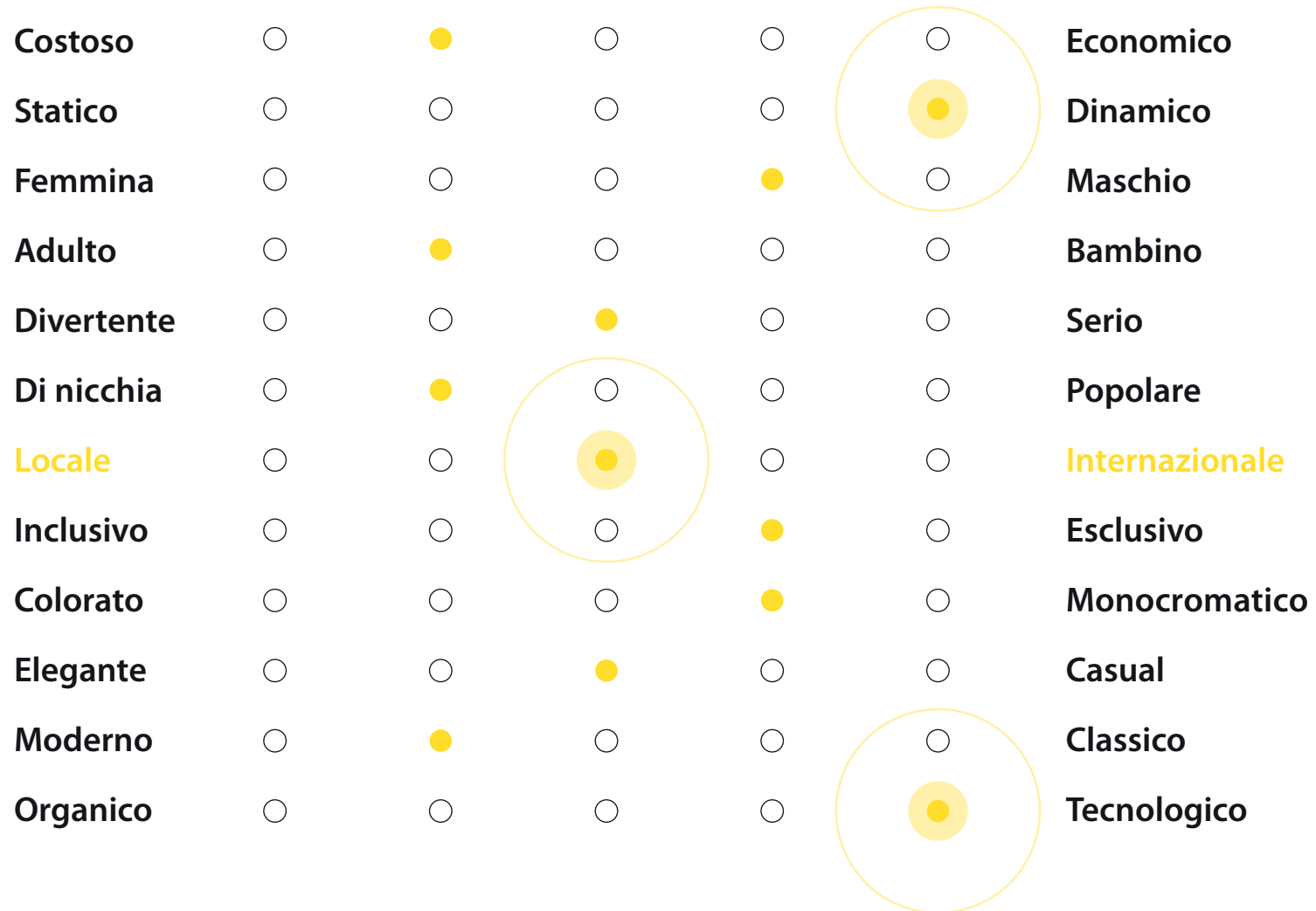
### MISSION > OBIETTIVO

Trovare nuovi partners che investano nel progetto.

# CONCEPT/

# CONCEPT

/PERSONALITÀ DEL BRAND



# ENERGIA /e·ner·gì·a/ sostantivo femminile

Dal gr. *enérgeia* ‘forza in azione’

I. Forza, vigore fisico:

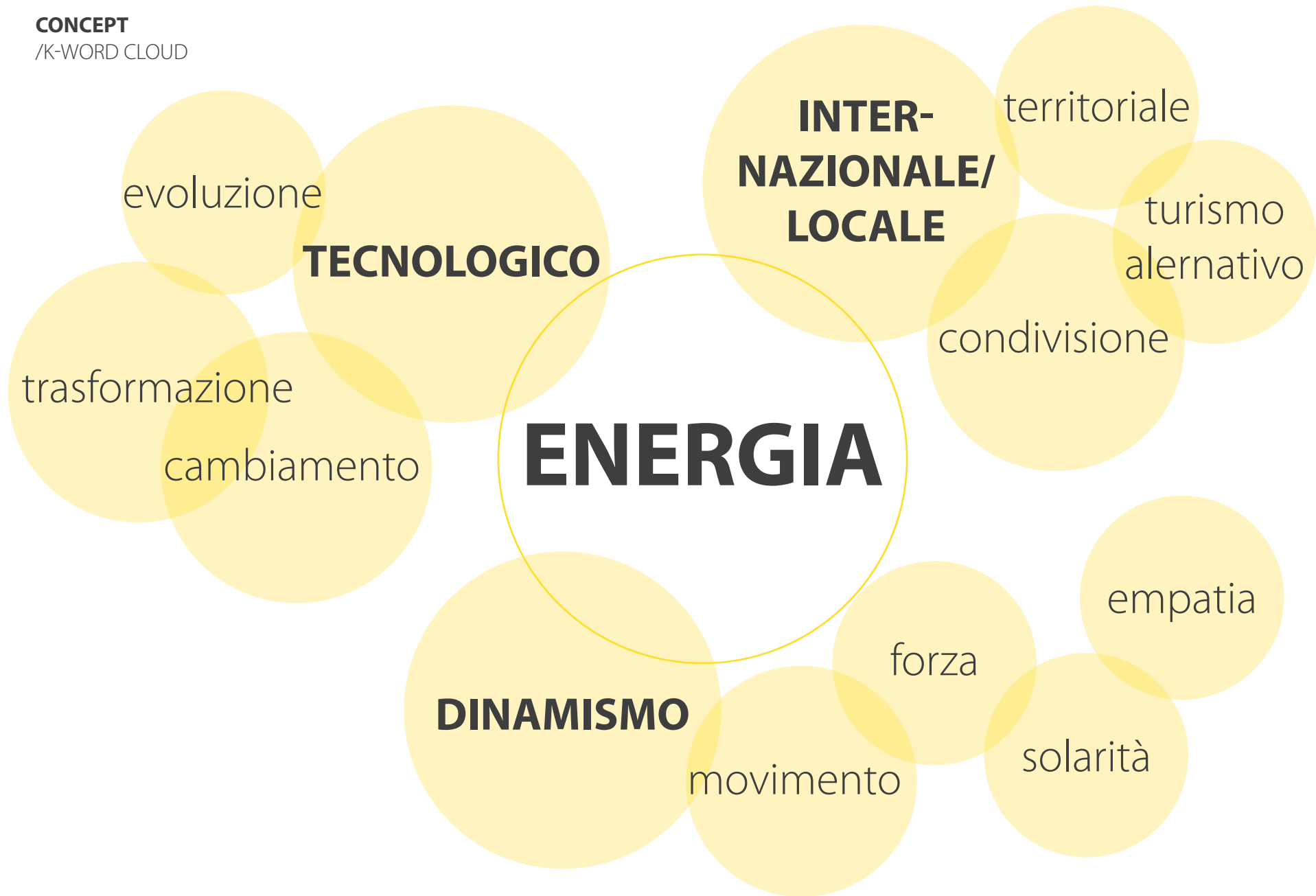
riacquistare l’energia (o le energie); colpire con energia

ESTENS. Fermezza di carattere, decisione, risolutezza.

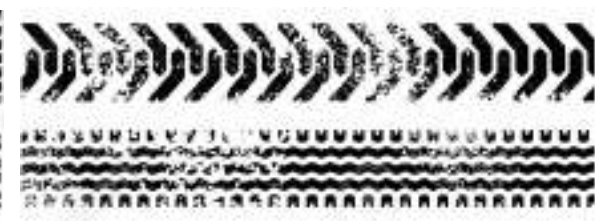
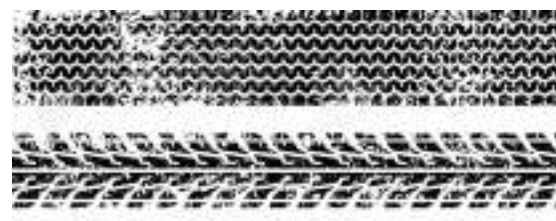
FIG. Forza, efficacia.

al pl. Le forze attive e operanti, le menti più valide e aperte di una data categoria o di un gruppo sociale.

**CONCEPT**  
/K-WORD CLOUD



CONCEPT  
/RIFERIMENTI



## CONCEPT

/SINTESI

Il **concept** è lo strumento che identifica le linee guida per il trattamento della comunicazione da veicolare sui canali interessati.

La prima fase per la progettazione (in questa fase non presente) è l'analisi dell'azienda in cui definiamo i fattori che la caratterizzano.

Lo studio del concept aziendale è funzionale alla progettazione di una brand identity coerente con i valori aziendali.

Abbiamo ragionato sul concetto di energia:  
l'energia sprigionata dalle moto in movimento;  
l'energia sprigionata dalle persone che permettono la realizzazione dell'evento;  
l'energia, la passione e la cura dell'evento nel dettaglio.

La parola chiave "**energia**" è rappresentata attraverso la composizione: il naming da NORMAL è diventato ITALIC proprio per indicare questo processo di trasformazione e di movimento.

La scelta monocromatica del nero è funzionale a raccontare l'evento: l'asfalto e lo pneumatico

Nel complesso la brand identity trasmette pulizia ed essenzialità, la precisione e il movimento.

**TRANST'ALIA MARATHON**  
*International Classic Motorbike Challenge*



**TRANST'ALIA MARATHON**  
*International Classic Motorbike Challenge*

## CONCEPT

/SINTESI

Abbiamo rappresentato la manifestazione attraverso una sintesi del nome stesso.

Abbiamo utilizzato le iniziali di Transltalia Marathon e le abbiamo sovrapposte attraverso un processo di sottrazione e addizione.

Il risultato è un segno dinamico, capace di trasmettere l'energia che muove l'intera attività.

***TRANSITALIA MARATHON***  
— — **INTERNATIONAL CLASSIC MOTORBIKE CHALLENGE**

## CONCEPT

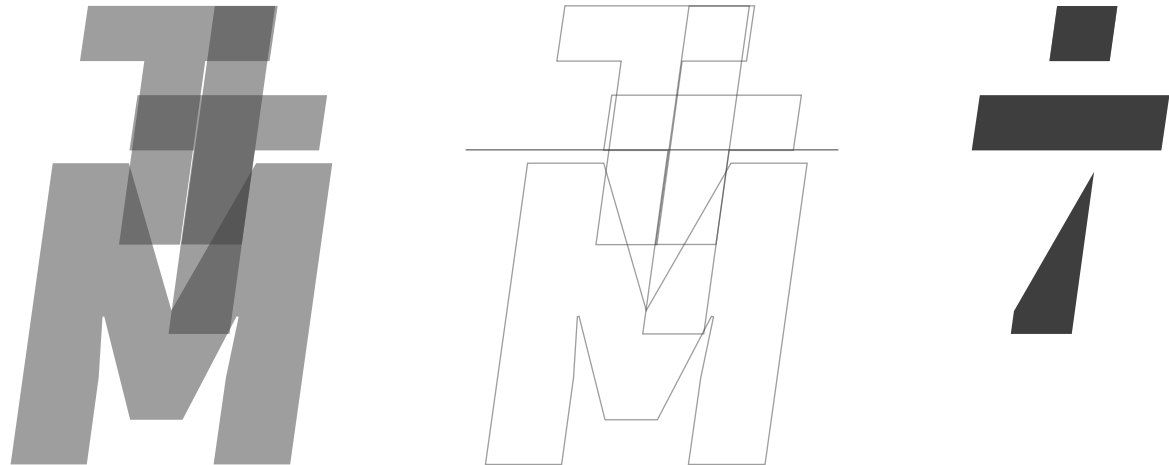
### /SINTESI

Il segno è tagliente ed energico, il linguaggio è internazionale e risulta innovativo e dinamico nelle forme.

Il segno è declinabile in molteplici supporti, prestandosi a costruire texture che possono variare di volta in volta. In futuro, l'idea è di abbandonare gli altri elementi della brand identity (logo, pay off e bandiera) veicolando solo il segno.

Nella composizione istituzionale troveremo il logo per esteso con il segno, il pay off e la bandiera italiana (che racconta la territorialità dell'evento).

Dello stesso abbiamo previsto la versione contratta, in caso di spazio ridotto.



# MANUALE DEL MARCHIO/

## MANUALE DEL MARCHIO

/PREMESSA

Il **manuale del marchio** è lo strumento contenente le linee guida per un uso corretto e univoco dello stesso. L'obiettivo è di ideare un marchio coerente con i valori aziendali, attraverso gli elementi costitutivi di base quali il logotipo e il pittogramma (se presente).

Il **marchio** non può essere mai modificato né utilizzato insieme ad altri elementi, ad eccezione dei casi descritti in queste schede.



## MANUALE DEL MARCHIO

/BIANCO E NERO\_VERSIONE SU UNA RIGA

In questa tavola viene indicato l'utilizzo del logo in bianco e nero, in versione positiva e negativa, senza perdere le sue caratteristiche e garantendo sempre la massima leggibilità.



## MANUALE DEL MARCHIO

/BIANCO E NERO\_VERSIONE SU UNA RIGA

In questa tavola viene indicato l'utilizzo del logo in bianco e nero, in versione positiva e negativa, senza perdere le sue caratteristiche e garantendo sempre la massima leggibilità.



## MANUALE DEL MARCHIO

/BIANCO E NERO\_VERSIONE SU DUE RIGHE

In questa tavola viene indicato l'utilizzo del logo in bianco e nero, in versione positiva e negativa, senza perdere le sue caratteristiche e garantendo sempre la massima leggibilità.



***TRANSITALIA***  
***MARATHON***

*INTERNATIONAL CLASSIC MOTORBIKE CHALLENGE*



***TRANSITALIA***  
***MARATHON***

*INTERNATIONAL CLASSIC MOTORBIKE CHALLENGE*

## MANUALE DEL MARCHIO

/COLORI\_VERSIONE SU DUE RIGHE

In questa tavola viene indicato l'utilizzo del logo in bianco e nero, in versione positiva e negativa, senza perdere le sue caratteristiche e garantendo sempre la massima leggibilità.



## MANUALE DEL MARCHIO

/COSTRUZIONE E AREA DI RISPETTO \_VERSIONE SU UNA RIGA

In questa tavola si specifica la suddivisione dello spazio di lavoro tramite linee verticali ed orizzontali allo scopo di organizzare gli spazi e delimitare gli elementi del progetto permettendoci così di trovare le giuste proporzioni.

In questo caso abbiamo utilizzato una **griglia geometrica**.

L'**area di rispetto** è stata definita dalla misura della parte superiore del segno.



## MANUALE DEL MARCHIO

/COSTRUZIONE E AREA DI RISPETTO \_VERSIONE SU DUE RIGHE

In questa tavola si specifica la suddivisione dello spazio di lavoro tramite linee verticali ed orizzontali allo scopo di organizzare gli spazi e delimitare gli elementi del progetto permettendoci così di trovare le giuste proporzioni.

In questo caso abbiamo utilizzato una **griglia geometrica**.

L'**area di rispetto** è stata definita dalla misura della parte superiore del segno.



## MANUALE DEL MARCHIO

### /DIMENSIONI

In questa tavola sono indicate le proporzioni minime da utilizzare per il marchio, oltre il quale si perderebbero le caratteristiche.



## MANUALE DEL MARCHIO

### /DIMENSIONI

In questa tavola sono indicate le proporzioni minime da utilizzare per il marchio, oltre il quale si perderebbero le caratteristiche.



## MANUALE DEL MARCHIO

### /COLORE

Oltre al colore istituzionale "Grigio Asfalto", potrà essere usato il giallo nella comunicazione istituzionale e promozionale come colore d'accento, il tutto per enfatizzare il concetto di dinamismo ed energia.



## MANUALE DEL MARCHIO

### /FONT

In questa tavola è presentato il **font** utilizzato per il logo.  
Sulla base dello studio del concept, il font utilizzato è  
l'Uni Sans Heavy Italic.

Per il pay off è stato utilizzato il font Uni Sans Semibold  
Italic

## ***Uni Sans Heavy Italic***

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

***1234567890.,:;***

## ***Uni Sans SemiBold Italic***

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***

***1234567890.,:;***

**MANUALE DEL MARCHIO**  
/USI SCORRETTI



**NON** inclinare in prospettiva



**NON** deformare



**NON** usare poco contrasto tra sfondo e logo



**NON** usare un colore diverso da quelli consentiti

## MANUALE DEL MARCHIO

### /COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE

La **comunicazione istituzionale** è finalizzata a promuovere l'immagine dell'azienda attraverso supporti che costituiscono il coordinato aziendale (biglietto da visita, carta intestata...).

Questi supporti rafforzano la conoscenza e la reputazione positiva del brand.

Per dare una visione delle possibili applicazioni che il marchio avrà durante la sua vita facciamo alcuni esempi. In questa tavola vengono presentati degli ipotetici supporti in cui si mettono in risalto le caratteristiche del marchio e l'impatto visivo che può generare.

La coerenza del brand viene proposta in tutti i vari campi applicativi sia che si parli di carta intestata, sia che si parli un sito web.





**MANUALE DEL MARCHIO**  
/COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE



**TRANSITALIA MARATHON**  
OFFICIAL PARTNER OF THE TRANSITALIA MARATHON

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua.



**DIVENTA NOSTRO PARTNER**







**MANUALE DEL MARCHIO**  
/COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE



**MANUALE DEL MARCHIO**  
/COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE



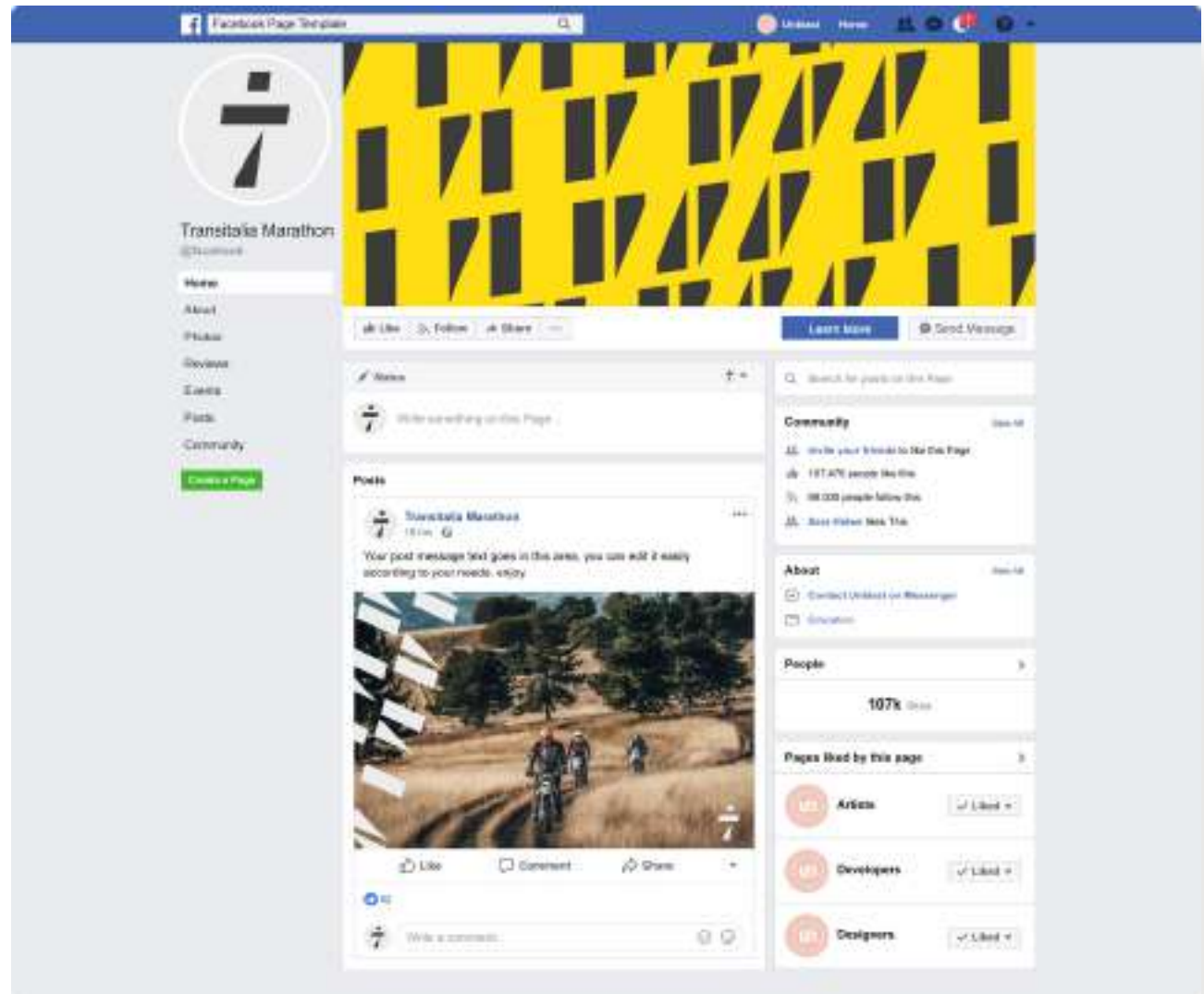
**MANUALE DEL MARCHIO**  
/COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE



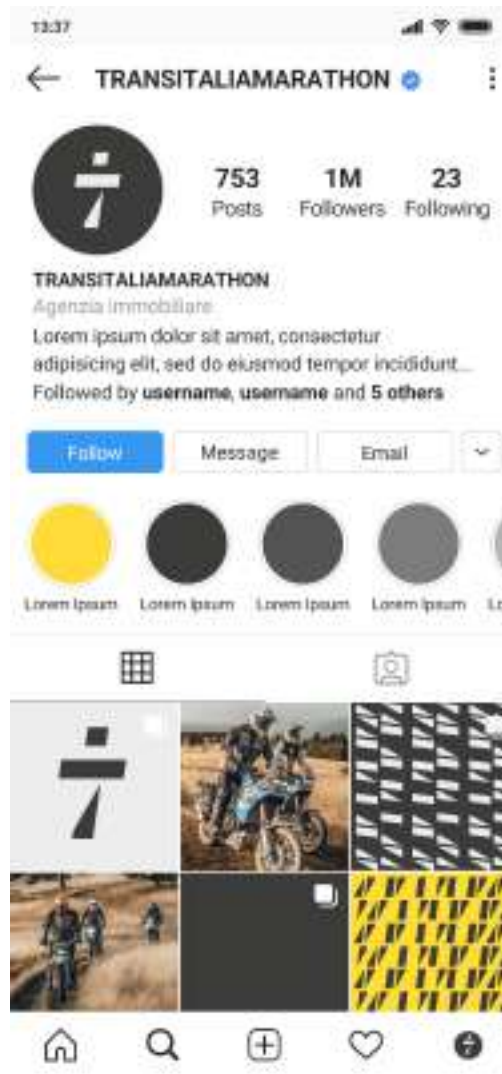
**MANUALE DEL MARCHIO**  
/COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE



**MANUALE DEL MARCHIO**  
/COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE



**MANUALE DEL MARCHIO**  
/COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE













Viale C. Matteucci, 16  
47921 - Rimini (RN)  
0541 793222