



Fondazione
Cassa di Risparmio di
Alessandria

MANUALE D'USO MARCHIO/LOGO

Versione 1.0 – Luglio 2026

NOTA
Per dubbi o richieste particolari sui contenuti esposti in questo manuale d'utilizzo del logo, si prega di fare riferimento a:

comunicazione@fondazionecralessandria.it

01.	INTRODUZIONE	3
01.01	IL CONCEPT	
02.	VERSIONI	5
03.	REGOLE GENERALI	8
03.01	DIMENSIONI MINIME	
03.02	APPLICAZIONI SU FONDI COLORATI	
03.03	USI SCORRETTI	
04.	COLORI E FONT	12
04.01	PALETTE CROMATICA	
04.02	TIPOGRAFIA	
05.	UTILIZZI	15
05.01	UTILIZZI PRINCIPALI	
06.	VERSIONI DEL MARCHIO	17
06.01	LOGO ORIZZONTALE SENZA PAY-OFF	
06.02	LOGO ORIZZONTALE CON PAY-OFF	
06.03	LOGO VERTICALE	
06.04	SIMBOLO	
07.	LOOK & FEEL	34



01.

INTRODUZIONE



IL CONCEPT

Il portale come segno di apertura, cultura e territorio

Il simbolo del logo si ispira alla forma del portale del palazzo che ospita la sede della Fondazione, elemento architettonico che richiama l'accesso, l'accoglienza e il dialogo tra passato e futuro.

Il portale rappresenta idealmente l'ingresso a un luogo di cultura, conoscenza e partecipazione. È un segno semplice, solido e riconoscibile, capace di evocare sia la memoria storica della città sia il ruolo contemporaneo della Fondazione.

La composizione del marchio unisce un simbolo istituzionale e distintivo a un logotipo elegante, costruendo un'identità visiva equilibrata, leggibile e adatta a contesti sia tradizionali sia contemporanei.



02.

VERSIONI

LE VERSIONI DEL LOGO

LOGO ORIZZONTALE SENZA PAY-OFF



LOGO ORIZZONTALE CON PAY-OFF



LOGO VERTICALE



LE VERSIONI DEL LOGO

SIMBOLO





03.

REGOLE GENERALI

DIMENSIONI MINIME

NB: Per utilizzi in dimensioni minime è consigliabile verificare la leggibilità del testo “CASSA DI RISPARMIO” e del pay-off in fase di stampa.

LOGO ORIZZONTALE SENZA PAY-OFF



LOGO ORIZZONTALE CON PAY-OFF



LOGO VERTICALE



APPLICAZIONI SU FONDI COLORATI

Nei casi di applicazione del marchio su fondi chiari è possibile utilizzare il marchio a colori, purché il contrasto con il fondo non ne comprometta la leggibilità.

Nei casi di applicazione del marchio su fondi molto saturi è possibile utilizzare il marchio in negativo, purché il contrasto garantisca la leggibilità del marchio in tutte le sue parti.

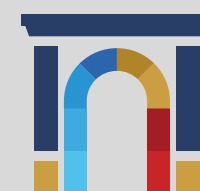
Nei casi in cui il background abbia un colore simile o uguale a quelli usati per l'identità visiva si consiglia di utilizzare la versione del marchio ad un solo colore (bianco).

È comunque necessario verificare la leggibilità del marchio in tutte le sue parti.



Fondazione
Cassa di Risparmio di
Alessandria

Su background **grigio chiaro** si suggerisce l'uso del marchio a colori (è necessario verificare sempre la leggibilità del marchio).



Fondazione
Cassa di Risparmio di
Alessandria



Fondazione
Cassa di Risparmio di
Alessandria

Quando il grigio mina la leggibilità dei colori usare il marchio in bianco.



Fondazione
Cassa di Risparmio di
Alessandria

Su fondi colorati **poco saturi** si suggerisce l'uso del marchio a colori. È necessario verificare sempre la leggibilità del marchio.



Fondazione
Cassa di Risparmio di
Alessandria



Fondazione
Cassa di Risparmio di
Alessandria

Su background colorati **molto saturi** si suggerisce l'uso del marchio in bianco.

USI SCORRETTI

Non sono permessi utilizzi e manipolazioni del marchio al di fuori di quanto indicato in questo manuale.

Nello specifico è **vietato deformare, modificare, distorcere, spostare, sostituire elementi o parti del marchio** come indicato negli esempi in figura.

Sono vietati anche il **cambio di colore, la sostituzione della tipografia che costruisce il marchio, gli usi di effetti** che alterino la forma del marchio.



Non usare il marchio a colori su fondi che diminuiscono la leggibilità dei suoi elementi costitutivi.



Non modificare o alterare i colori del marchio.



Non applicare ombreggiature o effetti tridimensionali.



Non alterare le proporzioni prestabilite fra gli elementi che costituiscono il marchio.

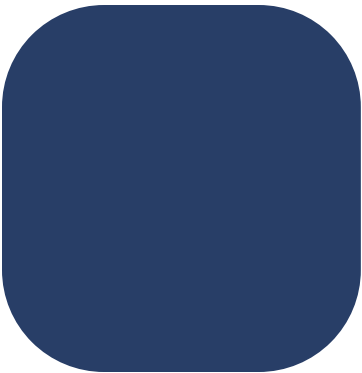


04.

COLORI E FONT

PALETTE CROMATICA

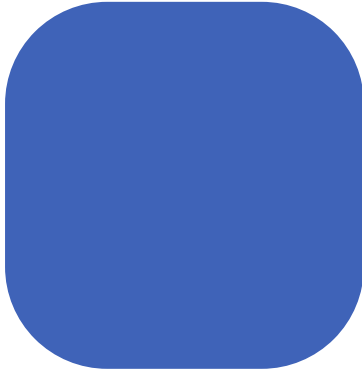
Il blu rappresenta la solidità, l'affidabilità e il rigore istituzionale.
L'oro richiama il valore della cultura e del patrimonio.
Il rosso introduce il tema dell'energia, della partecipazione e dell'impegno verso la comunità.
L'azzurro comunica apertura, innovazione e futuro.



#283e67

R 40
G 62
B 103

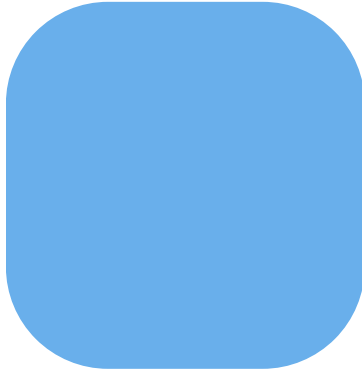
C 61
M 40
Y 0
K 60



#3f63b8

R 63
G 99
B 184

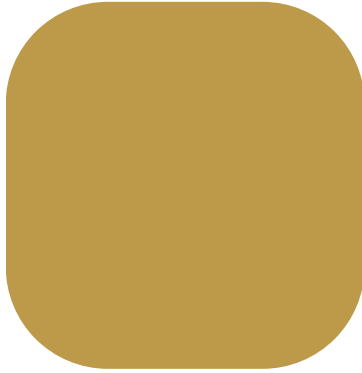
C 66
M 46
Y 0
K 28



#69afeb

R 105
G 175
B 235

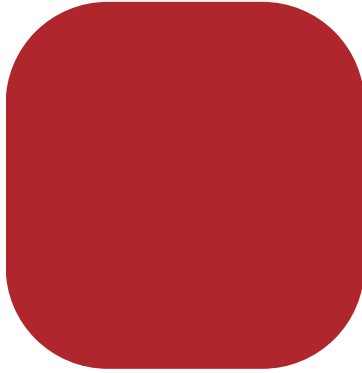
C 55
M 26
Y 0
K 8



#bc9a49

R 188
G 154
B 73

C 0
M 18
Y 61
K 26



#af272c

R 175
G 39
B 44

C 0
M 78
Y 75
K 31

TIPOGRAFIA

Il carattere tipografico scelto è il font **EB Garamond**, elegante ed essenziale.

La tipografia non vuole imporsi sul simbolo, ma accompagnarlo.

Le proporzioni tra le parole Fondazione e Alessandria attribuiscono pari dignità all'istituzione e al territorio.

Al centro, con una dimensione più contenuta, rimane Cassa di Risparmio di, a ricordare con rispetto e continuità la nostra origine.

Fondazione

Cassa di Risparmio di

Alessandria

Aa

EB Garamond



05.

UTILIZZI

UTILIZZI PRINCIPALI

Il sistema di identità progettato si declina in **due utilizzi principali**:

- **Utilizzo n. 1:** marchio senza pay-off;
- **Utilizzo n. 2:** marchio con pay-off.

UTILIZZO N. 1

— SIMBOLO — — LOGOTIPO —



UTILIZZO N. 2

— SIMBOLO — — LOGOTIPO —



— PAY-OFF —



06.

VERSIONI DEL MARCHIO



06.01.

LOGO ORIZZONTALE
SENZA PAY-OFF

LOGO ORIZZONTALE SENZA PAY-OFF

È la versione più versatile e probabilmente quella da considerare come **logo istituzionale standard**.

Da usare quando serve massima leggibilità e pulizia, mantenendo il formato orizzontale.



Applicazioni consigliate

- carta intestata;
- comunicati stampa;
- documenti amministrativi;
- sito web;
- newsletter;
- locandine;
- materiali con molti contenuti;
- intestazioni di documenti;
- co-branding;
- firma email;
- piè di pagina.

Applicazioni da evitare

Solo nei casi in cui il formato disponibile sia molto verticale o quadrato, dove risulta più efficace la versione verticale o il simbolo.

LOGO ORIZZONTALE SENZA PAY-OFF | AREA DI RISPETTO

L'area di rispetto è la porzione di spazio situata in prossimità del marchio che non può essere occupata da testi, da immagini o da altri elementi grafici. Questo concorre a garantire la leggibilità del marchio in tutte le diverse applicazioni.



LOGO ORIZZONTALE SENZA PAY-OFF | CONFIGURAZIONI





06.02.

LOGO ORIZZONTALE
CON PAY-OFF

LOGO ORIZZONTALE CON PAY-OFF

È la versione più istituzionale del marchio.

Da usare quando lo spazio consente una buona leggibilità sia del nome sia del pay-off.



Fondazione
Cassa di Risparmio di
Alessandria

Applicazioni consigliate

- copertine istituzionali;
- presentazioni ufficiali;
- sito web desktop;
- brochure;
- documenti di rappresentanza;
- inviti;
- comunicazioni in cui la Fondazione si presenta a un pubblico ampio;
- materiali promozionali con spazio sufficiente.

Applicazioni da evitare

- formati piccoli;
- firme email molto compatte;
- spazi stretti;
- co-branding con molti altri loghi;
- applicazioni dove il pay-off diventerebbe illeggibile.

LOGO ORIZZONTALE CON PAY-OFF | AREA DI RISPETTO

L'area di rispetto è la porzione di spazio situata in prossimità del marchio che non può essere occupata da testi, da immagini o da altri elementi grafici. Questo concorre a garantire la leggibilità del marchio in tutte le diverse applicazioni.



LOGO ORIZZONTALE CON PAY-OFF | CONFIGURAZIONI





06.03.

LOGO VERTICALE

LOGO VERTICALE

È la versione da utilizzare quando il formato richiede una composizione più raccolta, centrata o verticale. Funziona bene in contesti eleganti, istituzionali e di rappresentanza.



Applicazioni consigliate

- copertine;
- cartelline;
- targhe;
- pannelli;
- inviti;
- badge;
- segnaletica;
- post social;
- applicazioni quadrate;
- materiali cerimoniali;
- retro di biglietti da visita.

Applicazioni da evitare

- intestazioni molto orizzontali;
- footer;
- firme email;
- layout dove il logo deve restare molto basso e largo.

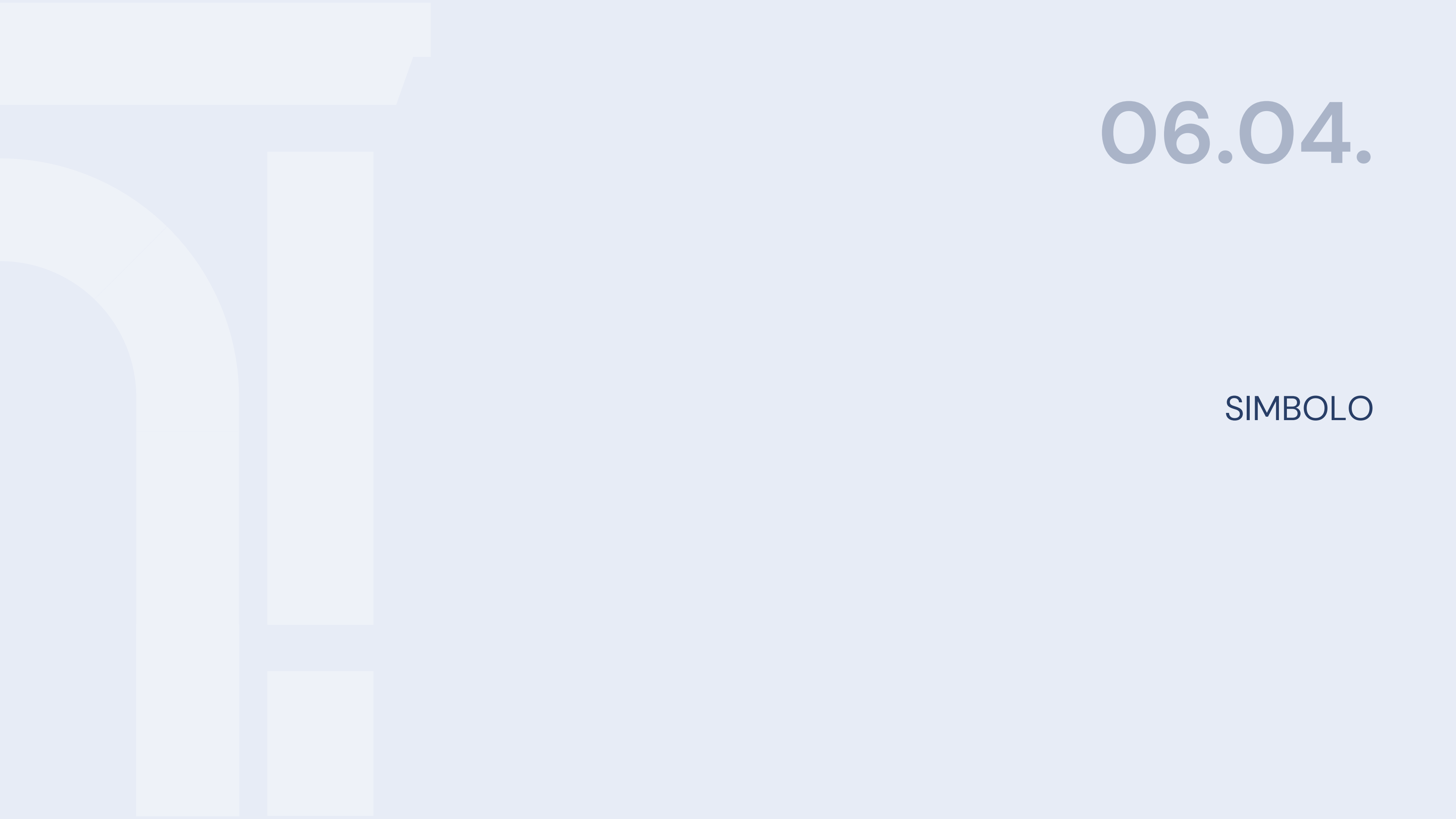
LOGO VERTICALE | AREA DI RISPETTO

L'area di rispetto è la porzione di spazio situata in prossimità del marchio che non può essere occupata da testi, da immagini o da altri elementi grafici. Questo concorre a garantire la leggibilità del marchio in tutte le diverse applicazioni.



LOGO VERTICALE | CONFIGURAZIONI



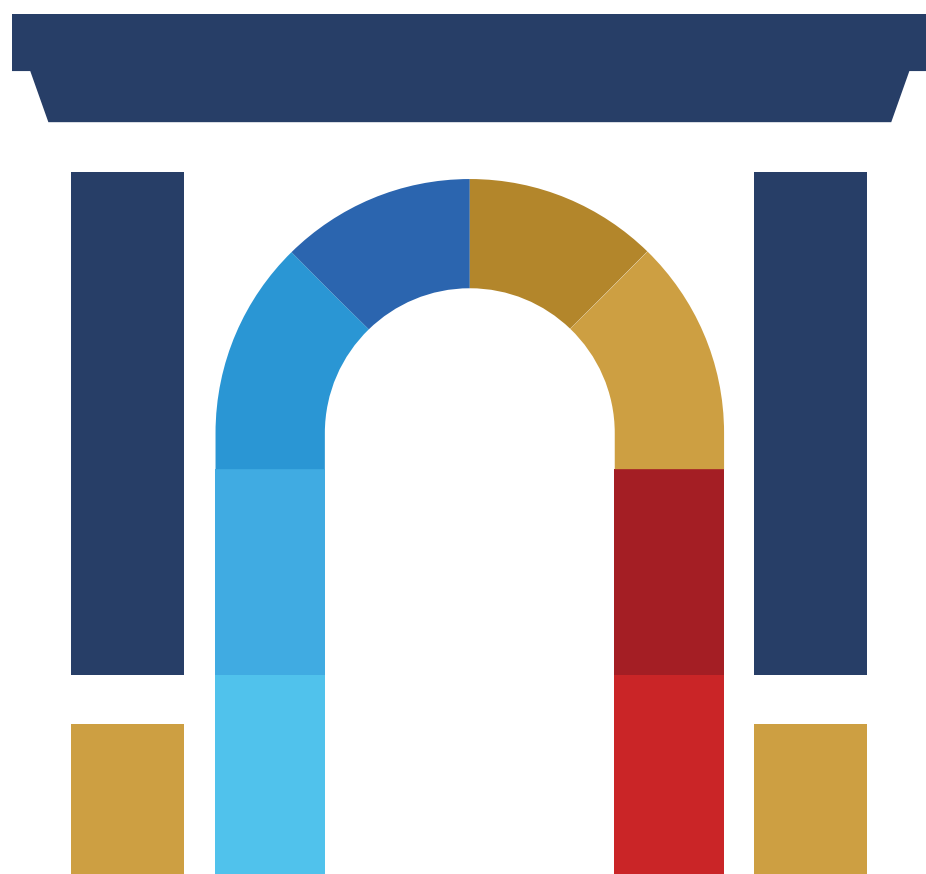


06.04.

SIMBOLO

SIMBOLO

Il simbolo può essere utilizzato quando il contesto rende già riconoscibile la Fondazione o quando lo spazio non consente l'uso del logotipo completo.
Non sostituisce il logo, ma diventa un elemento distintivo del sistema visivo.



Applicazioni consigliate

- favicon;
- immagine profilo social;
- icone;
- pattern;
- filigrane;
- sigilli grafici;
- dettagli decorativi;
- gadget;
- piccole applicazioni digitali;
- applicazioni molto ridotte.

Applicazioni da evitare

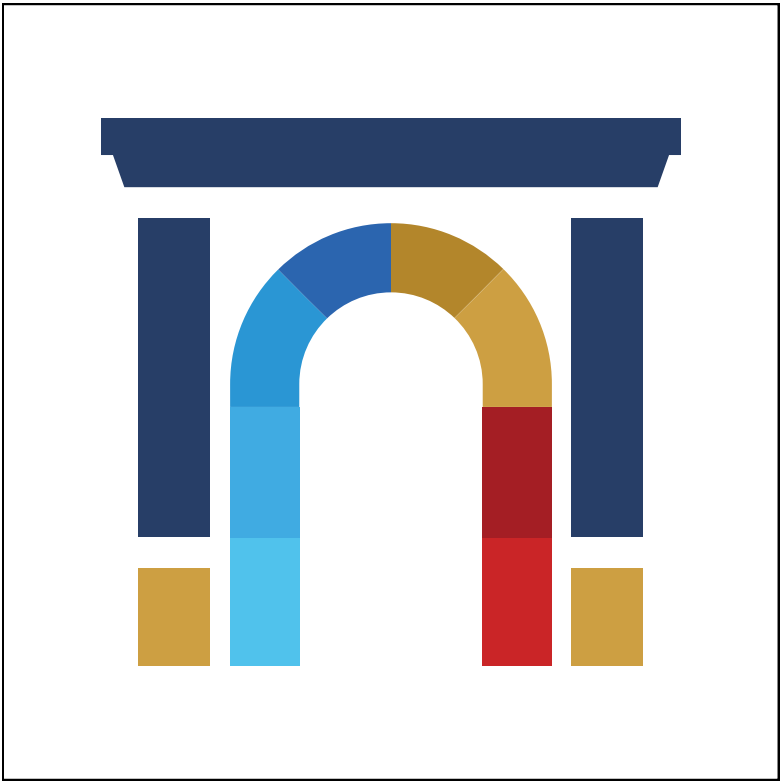
- comunicazioni istituzionali rivolte a pubblici che non conoscono la Fondazione;
- documenti ufficiali dove è necessario esplicitare il nome completo;
- materiali in cui il simbolo potrebbe risultare ambiguo se usato da solo.

SIMBOLO | AREA DI RISPETTO

L'area di rispetto è la porzione di spazio situata in prossimità del marchio che non può essere occupata da testi, da immagini o da altri elementi grafici. Questo concorre a garantire la leggibilità del marchio in tutte le diverse applicazioni.



SIMBOLO | CONFIGURAZIONI





07.

LOOK & FEEL

Gli esempi illustrati nelle pagine a seguire sono a puro titolo esemplificativo.

Sono da intendersi come indicazioni di massima per l'applicazione del linguaggio visivo della *Fondazione Cassa di Risparmio di Alessandria* contenuto in questo Manuale.

LOOK & FEEL





Fondazione
Cassa di Risparmio di
Alessandria

www.fondazionecrialessandria.it

Manuale realizzato da Look&Feel – www.looknfeel.it