

Comune di Cagliari

Brand Cagliari

Manuale d'uso del marchio territoriale
(sintesi)

Seconda revisione, novembre 2012

(Prima edizione: 2011

Prima revisione: maggio 2012)

il simbolo

Cagliari

Cagliari è una città nella quale chiunque arriva vorrebbe rimanere. In tempi di frenesia illusoria, in cui le stesse basi della civiltà occidentale sono messe in discussione, in cui l'idea di sviluppo deve costantemente fare i conti con quella di sostenibilità e di giustizia sociale, Cagliari rappresenta un curioso amalgama di capitale economica di un piccolo pezzo di Europa e di fascino di città mediterranea, ancora da scoprire, ancora non schiava dei circuiti della modernità, nella quale l'idea di una ricchezza misurata con il parametro del reddito viene spesso sconfitta dalla possibilità di mangiare ogni giorno un panino in riva al mare. Un città dai grandi orizzonti e dai grandi cieli. Piccola e provinciale a livello nazionale (con i pregi e i difetti della provincia italiana), grande, disincantata, aperta a livello locale. Porto di mare senza grandi marinai, stratificata e complessa, meticciosa, pigra e speculatrice, Cagliari sembra a volte aver saltato la fase della postmodernità, ritrovandosi uno stile di vita più prossimo all'idea di felicità odierna, basata non sul PIL ma sul FIL (Felicità Interna Lorda). Certo, non è la città nella quale è più semplice trovare un lavoro. Ma oggi qual'è la città che ha questa ricetta magica? E un conto è essere disoccupati a Cagliari, un conto esserlo a Mosca. Il benessere di un popolo, smarrite le idee di magnifiche sorti e progressive, si misura anche in giorni di sole, assenza di terremoti, dinamiche sociali ancora abbastanza solide, qualità dell'aria, sapore dell'acqua dei rubinetti, qualità dei paesaggi naturali raggiungibili in poco tempo, presenza dei servizi essenziali, livello culturale, collegamenti con il mondo. Cagliari ha gran parte di queste caratteristiche, ed è per questo che è amata. Oggi Cagliari ha bisogno di qualche cosa in più, quel tanto giusto che non ne snaturi l'anima ma che le consenta di farla assaporare a più persone. Tra le cose che possono favorire questo progetto, un segno che la identifichi al di là dei suoi simboli istituzionali. Un segno semplice e facilmente applicabile, che parli di una città che - senza voler brillare di una luce abbagliante quanto effimera - ha voglia, finalmente, di volare.

Il simbolo scelto

È la Sella del Diavolo, lo sperone di roccia proteso sul mare che caratterizza con la sua sagoma inconfondibile la città di Cagliari.



Foto di Claudio Fadda



La Sella del Diavolo

La Sella del Diavolo rappresenta per ogni cagliaritano una parte importante della propria identità. È un segno presente nella memoria, specialmente di quella più piacevole, perché legata alla bella stagione o, comunque, al tempo libero.

La Sella del Diavolo è ben visibile da gran parte della città, e soprattutto dagli osservatori panoramici più significativi: Castello, Monte Urpinu, Poetto.

Un istruttore di volo che ha volato sui cieli di tutto il mondo, non sardo e dunque imparziale, sostiene che Cagliari è la più bella città “da volare” insieme a Rio de Janeiro, e ciò soprattutto per la sua giacitura e per la sagoma della Sella.

La Sella del Diavolo è un segno simmetrico rispetto all'osservatore. Non è una caratteristica comune. Altri importanti landmarks non hanno la stessa proprietà. Il Cervino, per esempio, è diverso se visto dal versante italiano o da quello svizzero. La simmetria della Sella consente di avere un simbolo corretto anche quando utilizzato specularmente (una vetrofania, per esempio, o una bandiera).

La Sella del Diavolo è un landmark naturale. Come tale, è indipendente dalla storia, dalle tradizioni, dalla cultura. È testimone eterna della complessità in cui e da cui è nata la Cagliari che conosciamo e che conosceremo. È un segno unificatore senza tempo.

La sua forma scultorea, percepibile soprattutto come profilo lineare, ne fa un oggetto semplice da stilizzare graficamente. Naturalmente è stata già utilizzata per diverse occasioni, e questo suo uso diffuso non la rende un simbolo banale, quanto piuttosto un elemento ecumenico, evidentemente condiviso, identitario e gradito. La simmetria di cui gode rende le declinazioni del segno molto facili.

Certo, chi non conosce Cagliari non riconosce la Sella del Diavolo. Ma anche chi non conosce Berlino non riconosce la Porta di Brandeburgo. Questa unica criticità può diventare però un elemento di curiosità verso la città. Ancor più perché la Sella è stilizzabile comunque, come vedremo, in un segno universalmente denso di significati, che si conosca o meno Cagliari.

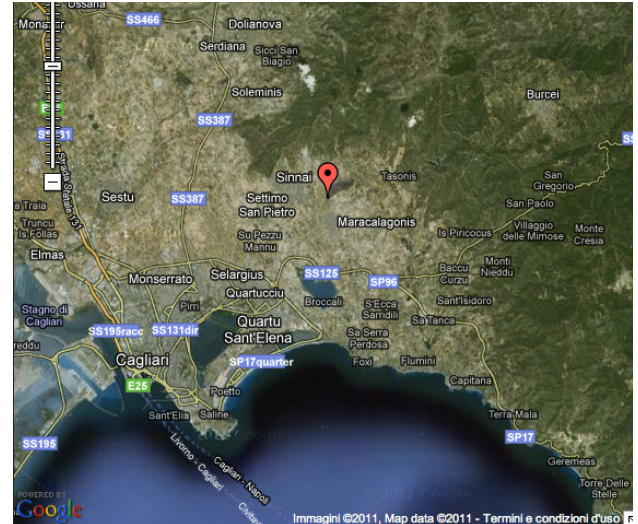
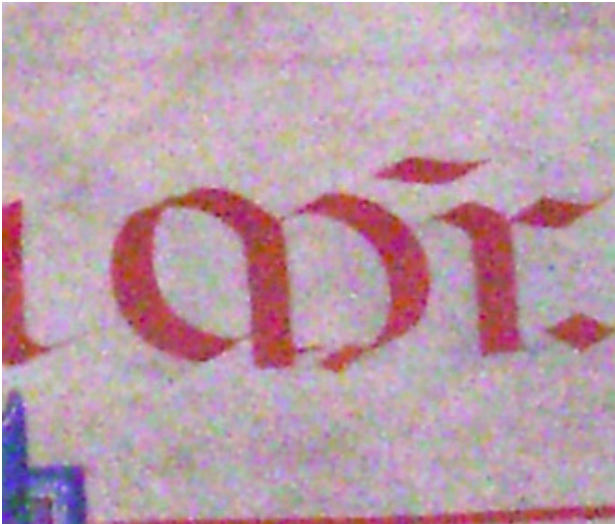
Il simbolo grafico

Un solo segno, una forma facile ma dai significati molteplici.

UTILIZZARE SEMPRE COME CAMPIONE LA VERSIONE VETTORIALE QUI A LATO.
LE ALTRE VERSIONI CONTENUTE NEL PRESENTE MANUALE POSSONO AVER SUBITO LEGGERISSIME
MODIFICAZIONI PER VIA DELL'IMPAGINAZIONE.



CAGLIARI



Gli altri significati

Il segno adottato non somiglia solo alla Sella del Diavolo.

È un segno che evoca la bellezza delle labbra femminili, accostando Cagliari a un'idea di qualità della vita dolce ed equilibrata ma anche sensuale.

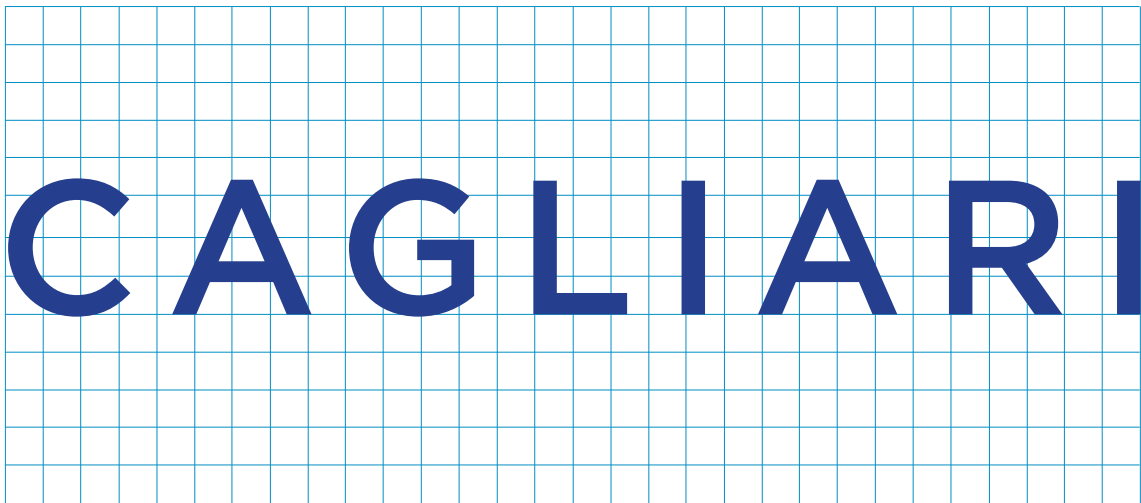
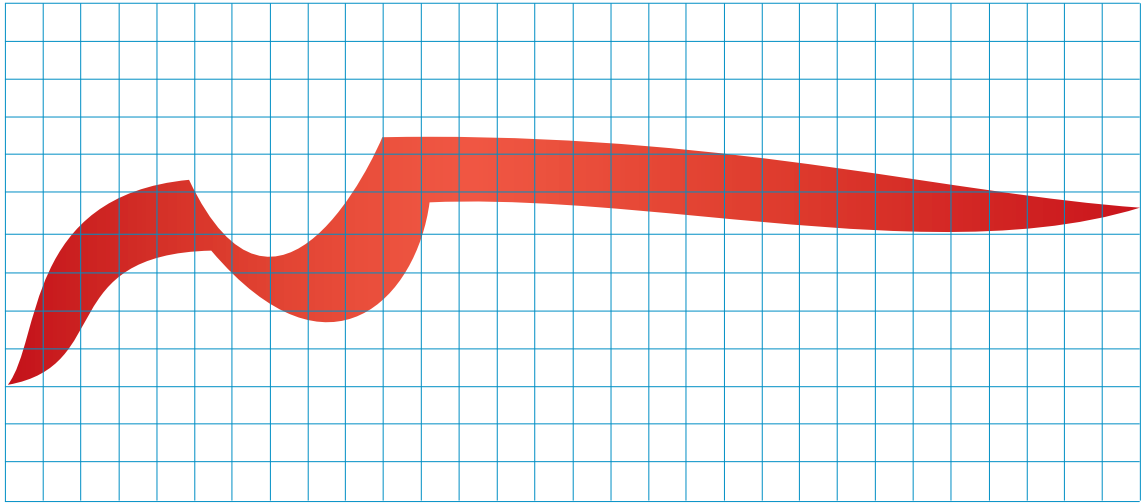
Somiglia ai tratti manoscritti dei codici medievali e a quelli del Mediterraneo arabo, tracciati da popoli che hanno fondato e contribuito a fare di Cagliari ciò che è oggi.

Somiglia alla stessa mappa del Golfo, visto dallo spazio.

È un gabbiano in volo, che racconta una città di mare anche a chi non conosce la Sella del Diavolo. Un animale marino e terrestre, che viaggia, che va e che torna, che gioca col vento, che affronta le tempeste, che compie acrobazie per puro amore di bellezza.

Tecnicamente il logo acquisisce così più forza e allo stesso tempo più eleganza, leggerezza e dinamismo. Oltre a ciò, la forma pura consente un suo uso indipendente dal colore, non dovendosi più distinguere le due parti (acqua e roccia) che compongono l'immagine. Il segno diventa uno solo e, come vedremo nelle pagine successive, potrà essere declinato con grande facilità, economicità ed effetto su supporti numerosi ed eterogenei.

**costruzione del simbolo
e brevi norme di applicazione**



**Griglia di definizione del marchio
e del logotipo**

In questo caso, il passo è di 5mm.

Il kerning del carattere tipografico, il
Gotham Medium, è stato allargato a 150.



Marchio e logotipo.

Riduzioni successive

In riduzione progressiva al 75, 50 e 25%.
Come si vede, il simbolo mantiene la leggibilità anche nelle piccole dimensioni. L'invarianza della definizione dipende dal fatto che il marchio è completamente vettoriale (disegnato da funzioni matematiche), e dunque indipendente dalla scala di riproduzione.





Gotham Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=(/&%\$£”!

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=(/&%\$£”!

Gotham Medium kerning 150

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=(/&%\$£”!

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=(/&%\$£”!

Il carattere tipografico: Gotham

Gotham è una famiglia di caratteri tipografici geometricisans-serif, progettata dal designer americano Tobias Frere-Jones nel 2000. La forma delle lettere di questo particolare tipo di carattere s'ispira all'architettura segnaletica che raggiunse la popolarità a metà del ventesimo secolo.

Molto moderno e allo stesso tempo gradevolmente classico, particolarmente adatto a identificare la convivenza fra storia e futuro che caratterizza la città di Cagliari.

Si consiglia quando possibile di usarlo per i titoli, con crenatura 150, tutto maiuscolo. In questo modo ci sarà maggiore coerenza con il logotipo. Si raccomanda inoltre di usare per quanto possibile il tondo, ricorrendo al corsivo il meno possibile. Si cerchi di evidenziare le eventuali differenze con una scelta di pesi del carattere contrastante (vedi pagine successive). Quando dovesse essere utilizzato per testi lunghi, si riporti a 0 la crenatura del carattere. Se il testo è lungo oltre la mezza pagina, utilizzare il maiuscolo minuscolo, viceversa per testi più brevi si può usare anche il tutto maiuscolo.

Nelle pagine successive si vedrà come accostare un carattere più maneggevole per i testi lunghi (soprattutto per il web) come il Calibri.

Gotham

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVW-
XYZabcdefghijklmnopqrstuvwxy
z 1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=?)(/&%%\$£"!)

*ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVW-
XYZabcdefghijklmnopqrstuvwxy
z 1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=?)(/&%%\$£"!)*

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVW-
XYZabcdefghijklmnopqrstuvw-
xyz 1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=?)(/&%%\$£"!)

*ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVW-
XYZabcdefghijklmnopqrstuvw-
xyz 1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=?)(/&%%\$£"!)*

ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVW-
XYZabcdefghijklmnopqrstuvw-
xyz 1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=?)(/&%%\$£"!)

*ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVW-
XYZabcdefghijklmnopqrstuvw-
xyz 1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=?)(/&%%\$£"!)*

ABCDEFGHIJKLMNOP**QRSTUVW-
XYZabcdefghijklmnopqrstuvwxy
z 1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=?)(/&%%\$£"!)**

***ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVW-
XYZabcdefghijklmnopqrstuvwxy
z 1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=?)(/&%%\$£"!)***

ABCDEFGHIJKLMNOP**QRSTUVW-
XYZabcdefghijklmnopqrstuvw-
xyz 1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=?)(/&%%\$£"!)**

***ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVW-
XYZabcdefghijklmnopqrstuvw-
xyz 1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=?)(/&%%\$£"!)***

ABCDEFGHIJKLMNOP**QRSTUVW-
XYZabcdefghijklmnopqrstuvw-
xyz 1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=?)(/&%%\$£"!)**

***ABCDEFGHIJKLMN**OP**QRSTUVW-
XYZabcdefghijklmnopqrstuvw-
xyz 1234567890;:_`àòLè+ùì'O?^?=?)(/&%%\$£"!)***

Calibri

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890;:_`àòLè+ùì'0?^?=(/(&%\$£"!

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890;:_`àòLè+ùì'0?^?=(/(&%\$£"!

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890;:_`àòLè+ùì'0?^?=(/(&%\$£"!

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890;:_`àòLè+ùì'0?^?=(/(&%\$£"!

Il carattere per l'accostamento:

Calibri

Calibri è una famiglia di font humanist sans-serif, molto conosciuto in quanto è il font di default per Microsoft Office 2007. Sostituisce i precedenti default Times New Roman (per Microsoft Word) e Arial (per PowerPoint, Excel e Outlook). Calibri è uno dei nuovi sei font ClearType occidentali (Latino, Greco e Cirillico) presenti in Microsoft Windows Vista. Calibri è il primo font sans-serif progettato per essere il default nell'applicazione di word processing Microsoft Office Word. Calibri è stato disegnato da Lucas de Groot per Microsoft appositamente per sfruttare al meglio la tecnologia di

rendering Microsoft ClearType. Ha vinto un premio nella categoria Type System alla Type Directors Club's Type Design Competition nel 2005. Comprende i caratteri degli alfabeti latino, Latino esteso, greco e cirillico.

Si presta molto bene a essere utilizzato sia per il cartaceo che per il web: essendo carattere principale di sistema, non ha problemi di riconoscibilità da parte della maggior parte dei pc del mondo, e può mantenere il progetto del sito inalterato nella forma grafica.



DOVE MANGIARE



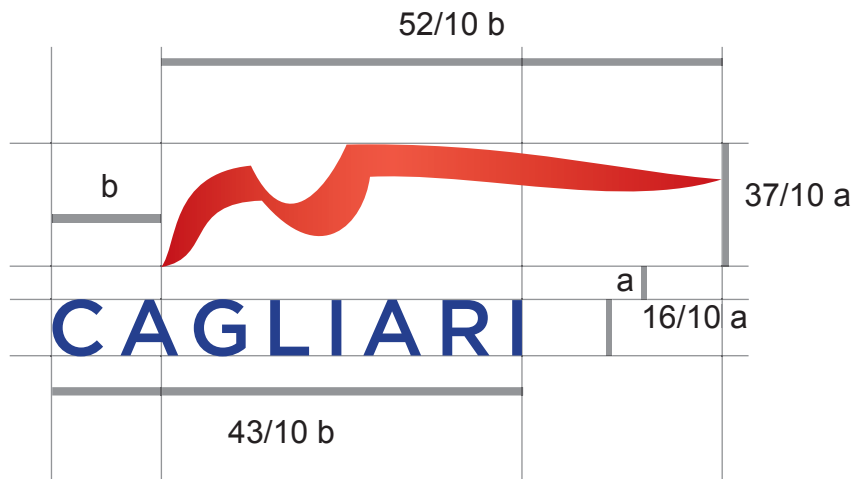
DOVE DORMIRE

Dolore tem non henit ip eugait eui eu faciliquisis alis dionsectet, sim iure vel incin hendrem doloborem delismodigna ad ex eu feugait prat num in hendre euiptsumsan heniam dipsumsan vel utem velit lute tis aut wis nit accum voluptat. Oboreet, vendreetummy nulla facing ex er sumsandion elendig niamet volorpero eu faccum vel ut at alismod ent pratie feuiptsumsation ut lum qui tatum il erit diat. Em endionse vero eros dolorero er ip euisi tatinim nim autat, consequat nullandreet luptat nullandit lor sim nonsequis dolore velenia mfiti incipsustrud euisis adit adigna atue faccum dipismod erostrud dolorting endiam vulla

Dolore tem non henit ip eugait eui eu faciliquisis alis dionsectet, sim iure vel incin hendrem doloborem delismodigna ad ex eu feugait prat num in hendre euiptsumsan heniam dipsumsan vel utem velit lute tis aut wis nit accum voluptat. Oboreet, vendreetummy nulla facing ex er sumsandion elendig niamet volorpero eu faccum vel ut at alismod ent pratie feuiptsumsation ut lum qui tatum il erit diat. Em endionse vero eros dolorero er ip euisi tatinim nim autat, consequat nullandreet luptat nullandit lor sim nonsequis dolore velenia mfiti incipsustrud euisis adit adigna atue faccum dipismod erostrud dolorting endiam vulla

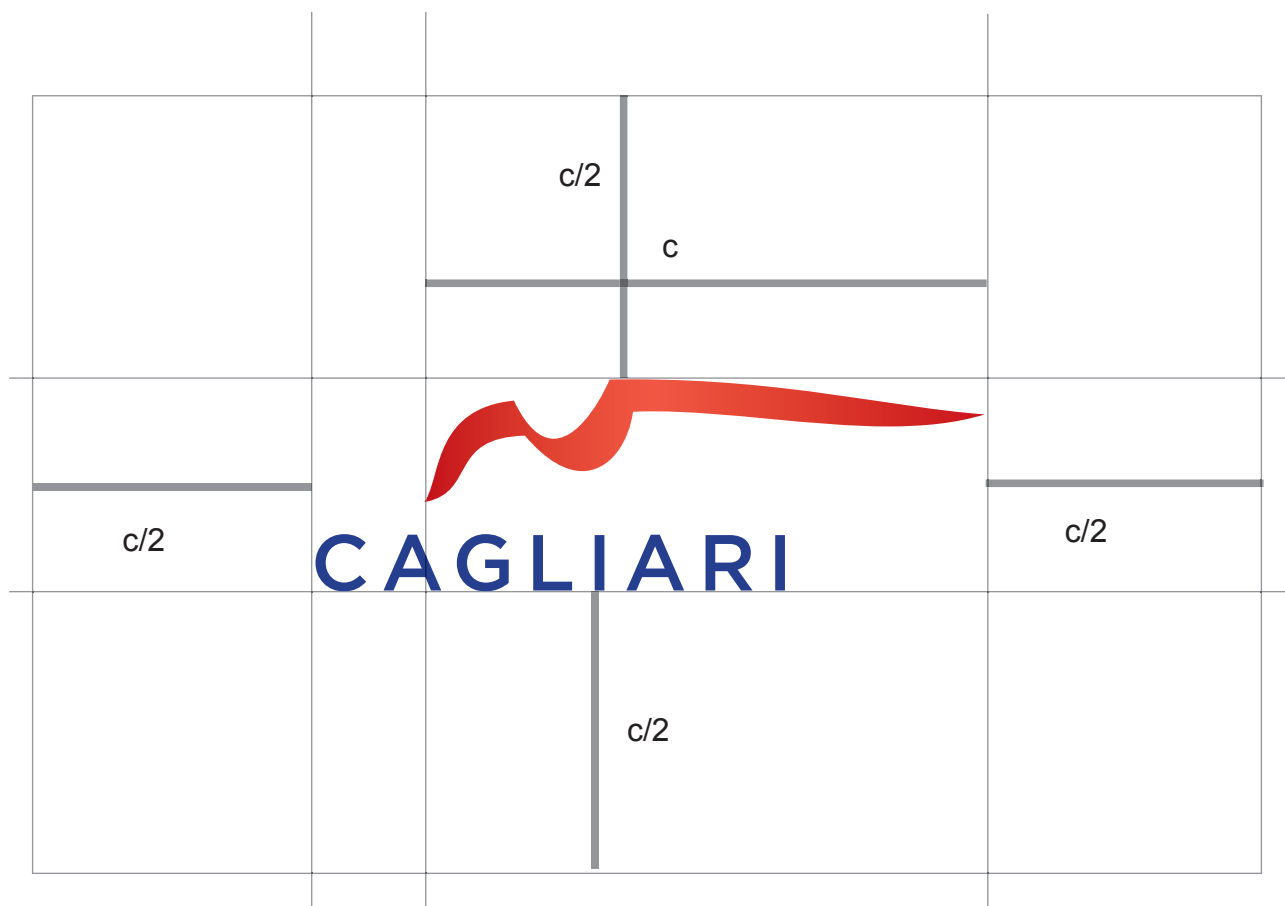
Accostamento Gotham - Calibri

Come si vede, i due caratteri convivono molto bene, dando alle declinazioni un aspetto moderno e solido. I titoli in Gotham sono spaziati a 150 di crenatura (kerning), esattamente come nel logotipo. In questo caso le parti del titolo sono evidenziate in maniera diversa utilizzando il Gotham Light e Gotham Bold.



Marchio e logotipo

Mutue proporzioni di marchio e logo.



Marchio e logotipo.
Impaginazione alternativa consentita

Spazio minimo di rispetto intorno al marchio.



Marchio e logo

Principali errori da evitare nella riproduzione

- | | | |
|---|--|--|
| 1.
Non inclinare. | 4.
Non deformare marchio e logo (in verticale). | 7.
Non usare effetti (ombreggiature, 3D, riflessi, bombature, etc.). se non autorizzati. |
| 2.
Non deformare il marchio (in verticale). | 5. Non deformare marchio e logo (in orizzontale). | 8.
Non usare il minuscolo, nemmeno con il carattere istituzionale Gotham. |
| 3.
Non deformare il marchio (in orizzontale) | 6.
Non cambiare carattere tipografico | 9.
Non cambiare colori se non autorizzati. In caso di stampa a due soli colori, usare il marchio monocromatico. |



Gradiente 0 POS. 40,88 100



C	0	0	0
M	100	81	100
Y	100	77	100
K	20	0	17

Quadricromia
uniforme



C	100
M	90
Y	10
K	0

Marchio e logo

Palette Colori - Gradiente

Forniamo qui una palette di colori. la forma presentata - ove possibile con una buona resa cromatica - presenta un leggerissimo gradiente del rosso, che viene descritto in forma di sfumatura lineare dalle quantità e dalle posizioni riportate nella tabella.

In assenza di sicurezza sul risultato, si applichi la tinta uniforme descritta nella pagina seguente. Il gradiente è infatti talmente leggero da non alterare minimamente il senso del simbolo.



Colore uniforme



C	10
M	100
Y	100
K	0

R	212
G	2
B	29

Pantone © 186

Colore uniforme



C	100
M	90
Y	10
K	0

R	0
G	56
B	130

Pantone © 281



CAGLIARI



CAGLIARI



CAGLIARI



CAGLIARI



CAGLIARI



CAGLIARI

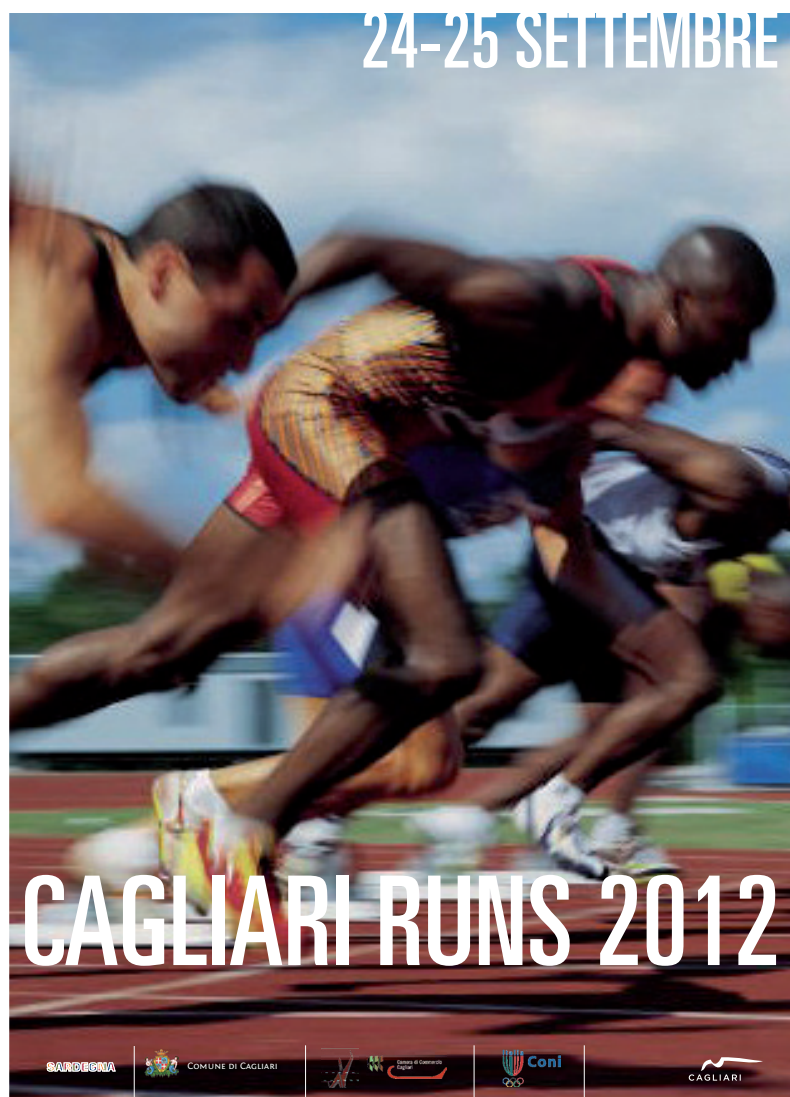
Marchio e logo

Palette Colori - Colore uniforme

In assenza di una buona resa tecnica della colorazione del gradiente, si raccomanda di adottare la versione a tinte uniformi. Qui indichiamo le percentuali di quadricromia, rgb e pantone.

In assenza di stampa in quadricromia, o per particolari esigenze di progetto grafico (per esempio mono/bi cromia o stampa con tinte piatte di tipografia), il marchio può comunque essere riprodotto in qualsiasi colorazione, purché in versione monocromatica.

**applicazione su materiali promozionali
e rapporti con altre identità visive**

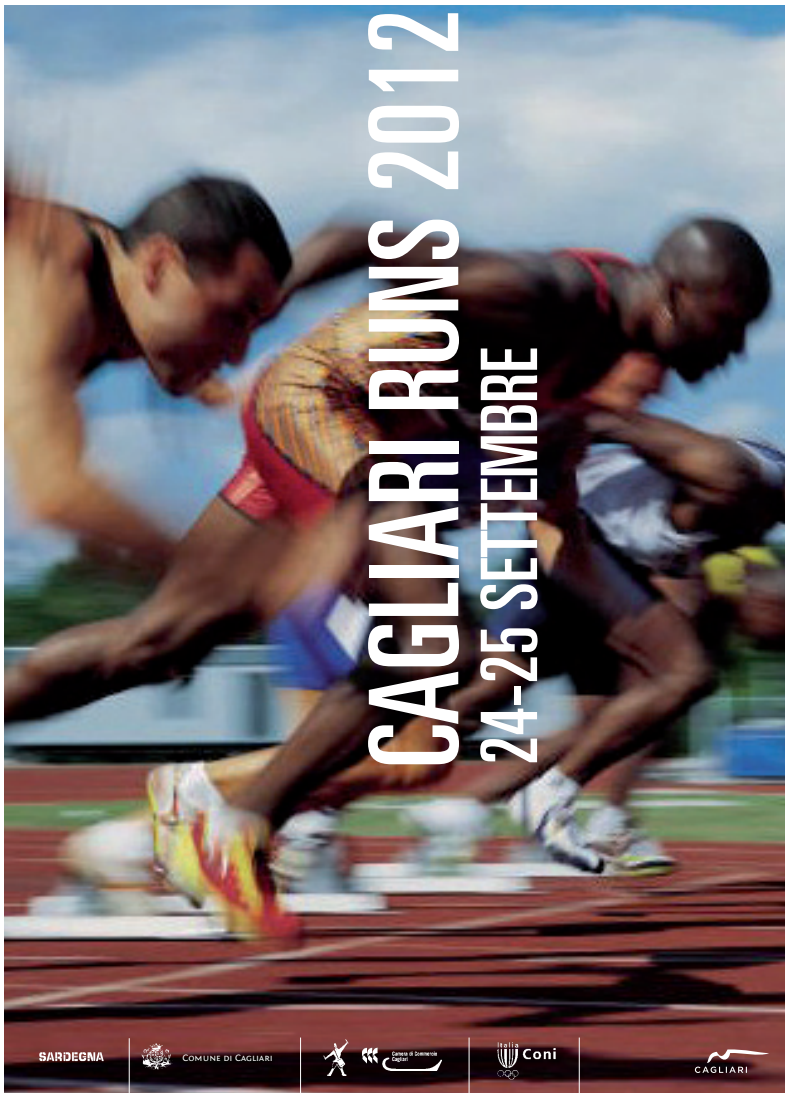


Artefatti comunicativi

Condivisione con altri sponsor

Nel caso i loghi abbiano buona qualità o, ancora meglio, abbiano oltre alla buona risoluzione anche una corretta versione in negativo, la soluzione preferibile sarà quella di utilizzarli tutti monocromatici, potendo andare anche a sfondare su immagini fotografiche a formato pieno. In questo caso, infatti (come mostrano questi due esempi) a leggibilità in monocromatico è - se il posizionamento sull'immagine è ponderato - assai migliore e più elegante rispetto a quella dei loghi scontornati e colorati.

ATTENZIONE: il poster illustrato NON costituisce un esempio consigliato di impaginazione. Anzi: è volutamente povero di soluzioni graficamente ricercate. Dovrebbe esprimere un poster "qualsiasi", senza particolari pregi o difetti. Serve a fissare l'attenzione sulle possibili strade di applicazione del marchio a diverse situazioni di impaginazione, che non sono tutte quelle possibili, ma un piccolo campionario con il quale poter raggiungere un grado sufficiente di rispetto per l'immagine coordinata.





Repubblica Italiana



REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA



CAGLIARI



Marchio Ente o Azienda



UNIONE EUROPEA



Repubblica Italiana



REGIONE AUTONOMA DELLA SARDEGNA



CAGLIARI



Marchio Ente o Azienda

Impaginazione con altri simboli

Nel caso in cui il logo Cagliari insieme ad altri simboli, si seguiranno scrupolosamente le indicazioni sugli spazi di rispetto descritti precedentemente. Dovranno essere rispettate le gerarchie, che andranno dall'ente di governo più globale al più locale, dall'alto verso il basso, e da sinistra verso destra, a meno di indicazioni dovute al particolare ruolo assunto dall'uno o dall'altro attore in una determinata occasione. Per quanto riguarda l'impaginazione, sarà cura del grafico impaginatore scegliere la versione, tra quelle ammesse dal presente manuale, più consona alla distribuzione dei pesi e delle gerarchie.



Impaginazione con altri simboli

Nel caso in cui il simbolo Cagliari debba essere impaginato insieme ad altri simboli, soprattutto quelli istituzionali, ragioni di opportunità e di diplomazia possono richiedere che il peso e la leggibilità dei diversi attori — fatto salvo l'ordine gerarchico delle precedenze — sia equivalente. In questo unico caso si potrà utilizzare il solo stemma, riservando al logotipo una funzione didascalica. Si consiglia di utilizzare il carattere più generale del progetto grafico su cui si lavora (possibilmente “terzo” rispetto a tutti i logotipi presenti), e scrivere con esso i diversi logotipi. Mostriamo qui alcuni esempi, in cui viene di volta in volta usato

un carattere tipografico diverso (1, 2). Nel caso non ci dovessero essere vincoli rigidi sull'uso degli altri logotipi, e non ci fosse un carattere di progetto, si utilizzerà — per tutti i logotipi — il Fontin Sans Small Caps, carattere istituzionale per il logo Cagliari, come nell'ultimo esempio (3).



Artefatti comunicativi

Condivisione con altri sponsor

Viceversa, in caso di loghi a bassa risoluzione, si cercherà di avere sempre degli spazi neutri (bianchi) sui quali inserire gli sponsor. Purtroppo, infatti, è invalsa ormai l'usanza di utilizzare i simboli tratti direttamente dai siti degli sponsor, con una qualità di risoluzione scarsissima, al quale si aggiunge l'uso sciatto delle stesse piccole immagini sulla grafica: esse vengono spessissimo applicate - magari su immagini fotografiche - insieme al loro rettangolo di selezione bianco. Si ottengono così degli orribili insiemi di tasselli bianchi, i quali portano al loro interno piccoli simboli incomprensibili, con una perdita totale

dell'efficacia comunicativa e un aumento drammatico della bruttezza dell'insieme. Da un lato, ciò deriva da una diffusa incapacità nella progettazione dei marchi, che - viziata dalla possibilità di riproduzione a colori - poche volte contempla la produzione di oggetti vettoriali (indipendenti dalla scala di riproduzione) o, quantomeno, di versioni monocromatiche. A ciò va aggiunto l'uso dei marchi istituzionali come oggetti di marketing qualsiasi. Non essendo loghi di detersivi, gli enti pubblici dovrebbero ritornare a una più sobria concessione delle sponsorizzazioni senza il ricatto del logo a colori. Questa soluzione prevede

un semplice elenco degli enti sponsor, che avrebbero maggiore leggibilità (quasi tutti sanno leggere), maggiore efficacia (niente ammucchiate oscure di simboli diversi per lo più graficamente inconciliabili), drastico miglioramento estetico della grafica complessiva dell'oggetto (maggiore ordine), ricomposizione dell'ordine gerarchico della comunicazione: l'oggetto da comunicare ridiventa protagonista, senza l'inquinamento di una miriade di segni diversi. Purtroppo, però, questa appare ormai un'utopia. Allora meglio limitare i danni e riservare comunque delle "fasce di rispetto" agli agenti inquinanti.

SARDEGNA

COMUNE DI CAGLIARI

CAGLIARI

Comune di Cagliari

Italia Coni



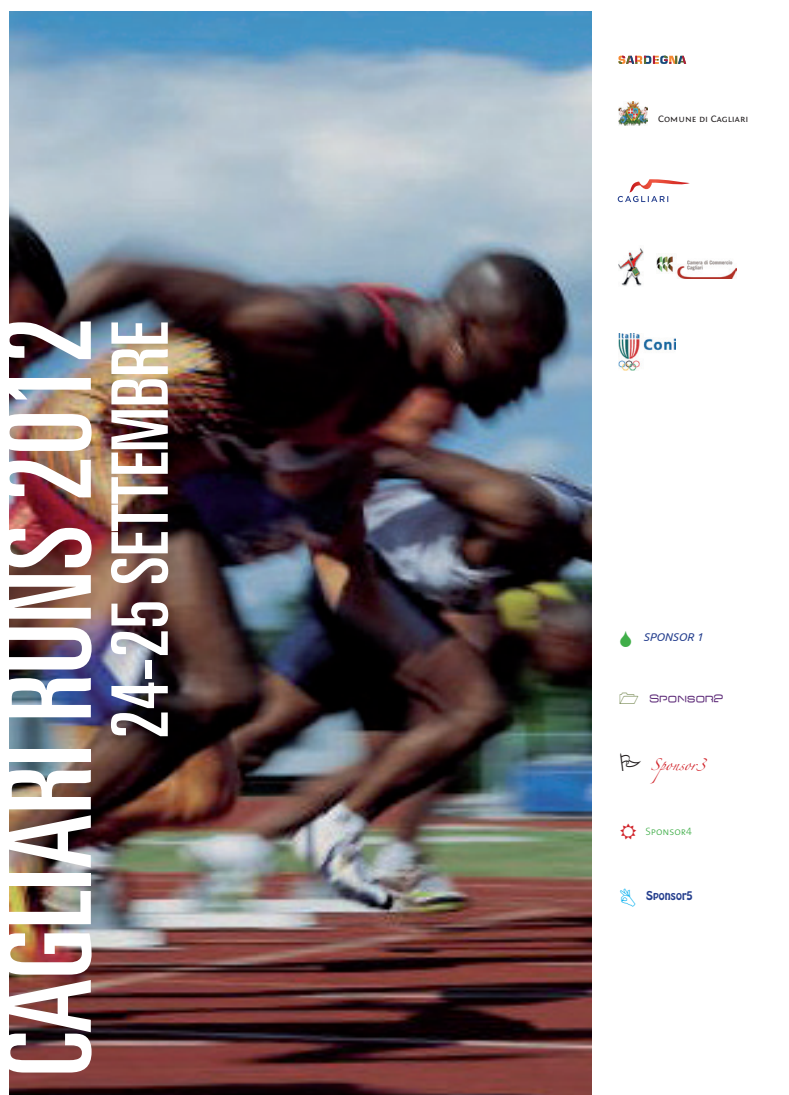
SPONSOR 1

SPONSOR 2

SPONSOR 3

SPONSOR 4

SPONSOR 5



Artefatti comunicativi
Condivisione con altri sponsor

Sia nel caso verticale che in quello orizzontale, sarà cura del progettista grafico incaricato dell'impaginazione bilanciare al meglio l'occupazione dei loghi, badando alla giusta distribuzione dei pesi ottici e al rispetto delle eventuali gerarchie contributive. In ogni caso, bisognerebbe tenere per quanto possibile una certa distinzione - che potrebbe essere data dalla semplice distanza fra i gruppi - fra i marchi istituzionali e quelli commerciali.

SARDEGNA

COMUNE DI CAGLIARI

CAGLIARI



SPONSOR 1

SPONSOR 2

SPONSOR 3

SPONSOR 4

SPONSOR 5

SPONSOR 6

SPONSOR 7

SPONSOR 8

SPONSOR 9

SPONSOR 10

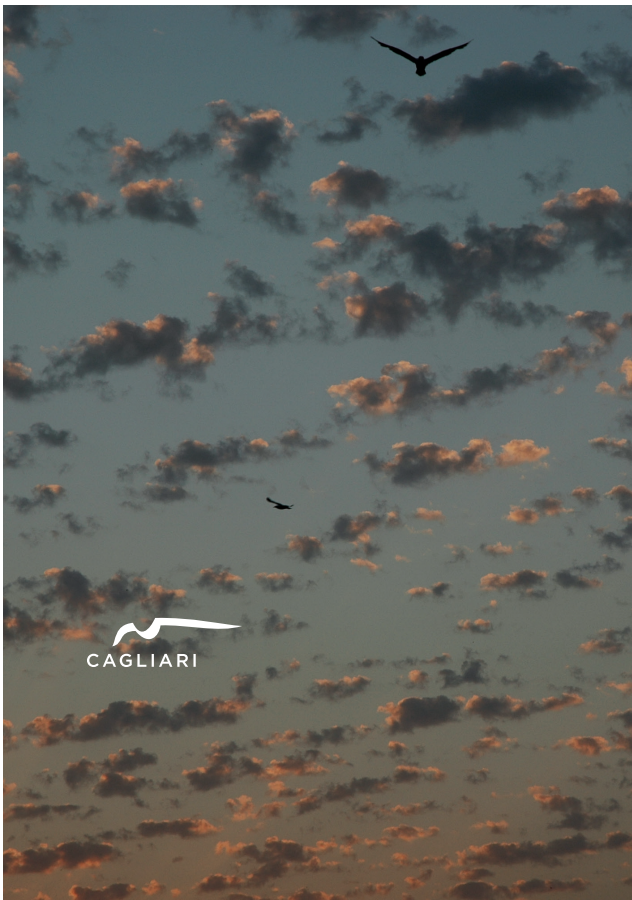


Artefatti comunicativi

Condivisione con altri sponsor

Nel caso di preponderanza del marchio Cagliari, esso potrà avere una posizione ovviamente dominante rispetto agli altri. Se è presente lo stemma del Comune di Cagliari, la dicitura potrebbe addirittura essere omessa, lasciando al segno il compito di veicolare silenziosamente la città.

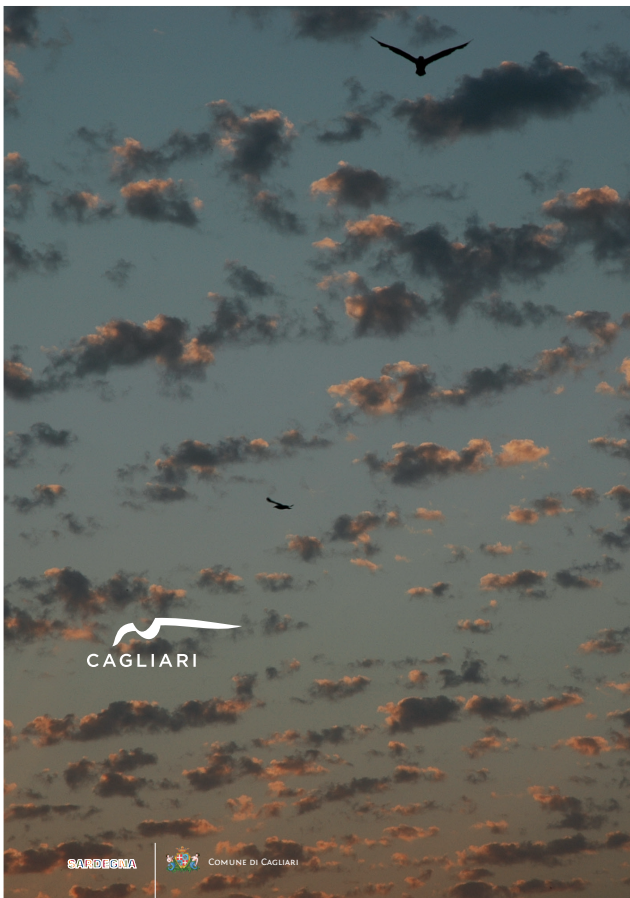




Poster

Il marchio può essere inserito in una serie di manifesti degli scorci più belli della città, così come trovare posto in grafiche di ogni tipo dedicate a Cagliari. In questo caso al nome della città è stato aggiunto il saluto di benvenuto: welcome to Cagliari.





Poster

Gli stessi poster con l'aggiunta di altri due simboli istituzionali, quello del Comune di Cagliari e quello di promozione della Regione Sardegna





Advertising

Il motivo volante del marchio si presta bene anche a caratterizzare con molta forza le pagine pubblicitarie sui magazine e le testate di settore, sia nel formato verticale che in quello orizzontale, rendendole immediatamente riconoscibili.





LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET?

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. CON MINIMUM VENIAM QUI NOSTRUD
LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA CON DOLOR IN REPREHENDERIT IN
VOLUPTATE NONUMI. MINIMUM VENIAM EX EA CON DOLOR NISI UT
ALIQUIP. CONSEQUAT QUIS AUTEM VEL .
EUM IRUIRE DOLOR IN ENDERIT, VOLUPTATE VELIT EST. SIT AMET,
CONSECTETUER ADIPISCING ELIT, SED DIAM NONUMMI. EUISMOD TIN-
CIDUNT UT LAROEET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT VOLUPTAT.

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET. CON MINIMUM VENIAM QUI NOSTRUD
LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA CON DOLOR IN REPREHENDERIT IN
VOLUPTATE NONUMI. MINIMUM VENIAM EX EA CON DOLOR NISI UT
ALIQUIP. CONSEQUAT QUIS AUTEM VEL .
EUM IRUIRE DOLOR IN ENDERIT, VOLUPTATE VELIT EST. SIT AMET,
CONSECTETUER ADIPISCING ELIT, SED DIAM NONUMMI. EUISMOD TIN-
CIDUNT UT LAROEET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT VOLUPTAT.


CAGLIARI

 SARDEGNA |  COMUNE DI CAGLIARI

Advertising

Le stesse pagine pubblicitarie con l'aggiunta di altri due simboli istituzionali, quello del Comune di Cagliari e quello di promozione della Regione Sardegna.



LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET?

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CON MINIM VENAMI QUIS NOSTRUD LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA COM DOLOR IN REPREHENDERIT IN VOLUPTATE NONUMI. MINIMUM VENIAM EX EA CON DOLOR NISI UT ALIQUIP. CONSEQUAT DUIS AUTEM VEL. EUM IRUIRE DOLOR IN ENDRERIT, VOLUPTATE VELIT EST. SIT AMET, CON-SECTETUER ADIPISCING ELIT, SED DIAM NONUMMI. EUISMOD TINCIDUNT UT LAROEET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT VOLUPTAT.

LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CON MINIM VENAMI QUIS NOSTRUD LABO-RIS NISI UT ALIQUIP EX EA COM DOLOR IN REPREHENDERIT IN VOLUPTATE NONUMI. MINIMUM VENIAM EX EA CON DOLOR NISI UT ALIQUIP. CONSEQUAT DUIS AUTEM VEL. EUM IRUIRE DOLOR IN ENDRERIT, VOLUPTATE VELIT EST. SIT AMET, CON-SECTETUER ADIPISCING ELIT, SED DIAM NONUMMI. EUISMOD TINCIDUNT UT LAROEET DOLORE MAGNA ALIQUAM ERAT VOLUPTAT.

SARDEGNA  **COMUNE DI CAGLIARI**

 **CAGLIARI**

