



ALLEGATO 6 AL DISCIPLINARE “VILLAGGI MONTANI CERTIFICATI CAI”

REGOLAMENTO PER L'UTILIZZO DEL LOGO

Articolo 1 - Generalità

Il Logo "Villaggi montani certificati CAI" è sinonimo di competenza montana, autenticità, indipendenza e tipicità. È un marchio registrato in data **XX/XX/XXXX**, protetto in tutta Europa dall'Ufficio Brevetti. L'utilizzo è vincolato da criteri che devono essere rispettati da tutte le parti interessate.

Il proprietario di tutte le versioni del logo è il Club Alpino Italiano. Solamente il CAI ha il diritto di consentire e, nel caso di uso improprio, vietare l'uso del logo.

Articolo 2 – Chi può utilizzare il logo

Con riferimento a quanto contenuto nel Disciplinare, il Logo può essere utilizzato, in tutti i propri atti/attività da:

- ✓ la Sezione CAI referente del Villaggio montano CAI;
- ✓ l'Amministrazione comunale della località riconosciuta Villaggio montano CAI;
- ✓ le aziende partner (per il periodo di validità della convenzione);
- ✓ l'Ente turistico di riferimento della località (unicamente per attività promozionali che riguardano l'area di interesse del Villaggio montano CAI);
- ✓ il/i gestore/i di aree protette con area di competenza in un Villaggio Montano CAI;
- ✓ le associazioni, istituzioni e gruppi di persone attive nell'area di interesse del Villaggio, autorizzate all'uso.

Articolo 3 – Campo di applicazione del logo

Il logo può essere utilizzato:

- ✓ Esclusivamente in connessione con i Villaggi montani certificati CAI in generale o con uno specifico Villaggio Montano CAI;
- ✓ Solo in relazione agli obiettivi dei Villaggi montani certificati CAI - sviluppo sostenibile (prodotti regionali, educazione ambientale, corsi di formazione secondo gli standard dei club alpini, ecc.) - vedi Allegato 1 - Disciplinare di valutazione

- ✓ In connessione con attività che corrispondono alla gamma di offerte dei Villaggi montani certificati CAI (ad es. escursionismo, alpinismo, arrampicata, bouldering, vie ferrate, scialpinismo, escursioni con racchette da neve, pattinaggio su ghiaccio, sci di fondo, ecc.).

I prodotti che intendono utilizzare il logo dei Villaggi montani certificati CAI devono essere autorizzati dalla Sezione locale del CAI prima della commercializzazione / pubblicazione.

Il marchio NON può essere usato in caso di:

- impianti di risalita a fune, battipista, veicoli a motore come motoslitte o quad;
- promozione e servizi di noleggio di sport motorizzati (motocross, corse automobilistiche, corse con motoslitte, quad ecc.);
- promozione di sci da discesa.

Articolo 4 – Posizione

Affinché il logo possa esercitare il suo impatto visivo ottimale, deve essere contornato da un adeguato spazio libero.

Articolo 5 – Versioni e dimensioni minime

Il logo può essere usato secondo le versioni di seguito illustrate. Inoltre, vi è la possibilità per ogni località certificata di aggiungere in calce al logo la denominazione ufficiale del Villaggio; questa non dovrà superare in larghezza quella del logo.

L'altezza minima del logo è di 20 mm; in casi eccezionali l'altezza minima può essere di 15 mm.

VILLAGGI MONTANI + CAI

beez
creative



APPLICAZIONE ORIZZONTALE

BEEZ CREATIVE // BE ♥ CREATIVE



DISTESA



VERTICALE 2

VILLAGGI MONTANI - VARIABILI D'USO

TIMBRO/COMPATTA - ORIZZONTALE



TIMBRO/COMPATTA - VERTICALE

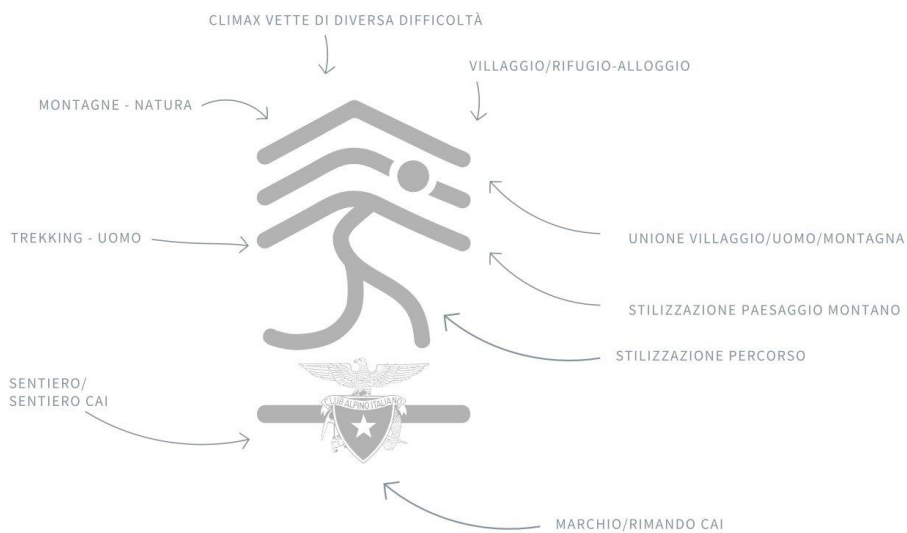


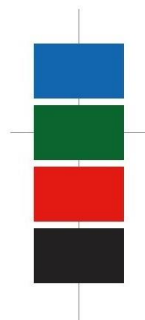
1



2

VILLAGGI MONTANI - SIMBOLOGIA





Un logo deve essere ben leggibile anche quando è affiancato ad un altro per diversi motivi fondamentali:

IDENTITÀ E RICONOSCIBILITÀ: ogni logo rappresenta l'identità di un'azienda o di un brand. Se un logo non è chiaramente distinguibile quando è accostato ad un altro, rischia di perdere la sua capacità di essere immediatamente riconosciuto dal pubblico. Questo è particolarmente importante in contesti come collaborazioni, co-branding, sponsorizzazioni, o partnership, dove i loghi di diverse entità vengono spesso esposti insieme.

IMPATTO VISIVO: Un logo deve essere progettato per mantenere il suo impatto visivo anche in situazioni dove può essere affiancato da altri elementi grafici. Se il design non è abbastanza forte o leggibile, potrebbe risultare offuscato o confuso quando si trova accanto ad altri loghi, riducendo la sua efficacia nel comunicare il messaggio del brand.

Pensare i loghi in maniera distinta ma uniti implica progettare ogni logo con un'identità forte e riconoscibile, che però sia capace di interagire visivamente con altri loghi senza perdere la sua efficacia. Questo permette di creare una coesione visiva che rafforza entrambe le entità senza sacrificare la loro individualità.