

Weiss Editore

Manuale d'identità visiva

Per una corretta gestione
dell'immagine aziendale



Il gruppo che ha partecipato a questo progetto è composto da:

Elisa Crespo Hellin

Giorgia Sapienza

Yuri Mangione

Valentina Fiscarelli

Per informazioni sui dati di contatto rimandiamo alla sezione **Team Progetto**; per visualizzare subito il nome di **chi ha creato le pagine** rimandiamo all'impostazione qui sotto presente in ogni pagina



Indice

INTRODUZIONE

Brief ricevuto	7
Richieste	8
Ricerca e studio	9
Le idee	10

IL LOGO

Presentazione	12
Logo in positivo e in negativo	17
Variazioni di grandezza	19
Spazi e proporzioni	20
Area di rispetto	21

LA PALETTE COLORI

Logo a colori	23
I colori palette e gerarchia	24
Logo a colori in bianco e nero	25
Scala di grigi	26
Uso corretto del logo	27
Uso scorretto del logo	28

FONT E TIPOGRAFIA

Font	30
Tipografia	31

MARCHIO COLLANA

L'ideazione	35
La storia	36
Il significato	37
Verticale - orizzontale	38

Dimensione	39
Studio del colore	40
Studio del font	41
Aria di rispetto orizzontale	42
Aria di rispetto verticale	43

COLLANA DEL LIBRO

L'idea	45
Impaginazione interna	46
Font	47
Interlinea	48
Impaginazione copertina	49
Prima di copertina	50
Dorso copertina	51
Ultima di copertina	52
Mockup copertina	53

LA RIVISTA

Copertina della rivista	55
Progettazione	56
Risultato finale	57
Ideazione interno rivista	59
Progettazione pagine	60
Creazione del logo	64
Concetti di base	65
Sviluppo	66
Conclusioni finali	67

LA RIVISTA - GLI ARTICOLI

Esempio di articolo	69
Pagine di approfondimento storico	72
Illustrazione	73
Ispirazione illustrazioni	74

Illustrazione	75
Pagina pubblicitaria	76
Illustrazione	77
Attualità	78
Ispirazione	79
Impaginazione rivista	82
Colophon e sommario	83
La rivista	84
Attualità	90
Eventi pagina 12	91
Eventi pagina 13	92
Eventi pagina 14	93
Le pagine promozionali	94
Misure pagine	96

APPLICAZIONE LOGO

Sito web -Weiss editore	99
Segnalibro - studio	101
Social	104
Gadget penna	105
Insegna edificio	106
Biglietto da visita	107

IL TEAM

109



INTRODUZIONE

BRIEF RICEVUTO

Progettare un marchio di una Casa Editrice del Sudtirolo che pubblica una rivista sulla letteratura italiana.

Perché indicazione Sud Tirolo? Perché si tratta di una zona con province a statuto speciale che parlano doppia lingua:

- la provincia autonoma di Bolzano - Alto Adige, così ufficialmente denominata in tedesco dal 1972, ma storicamente in uso sin dall'annessione del Tirolo meridionale, all'Italia nel 1919;
- storicamente anche il Trentino, denominato Tirolo italiano o Tirolo meridionale (talvolta identificato con l'esonimo tedesco Welschtirol o Welsch-Südtirol in quanto parte di lingua italiana del Tirolo), mentre la provincia di Bolzano faceva parte del Deutsch-Südtirol, o più raramente Mitteltirol, in italiano Tirolo centrale;
- storicamente in senso largo l'intera regione Trentino-Alto Adige.

RICHIESTE

La Casa Editrice in questione, produce libri in allegato e una rivista dedicata alla letteratura italiana contemporanea e passata.

La rivista è articolata con:

1. Editoriale-indice-colophone
2. Attualità (quindi fiere nazionali e locali, lo stato della letteratura, notizie sugli autori)
3. Locali (fiere, presentazioni, eventi dedicati alla cultura)
4. Promozione di libri (pagine dedicate alle nuove uscite, o uscite future)
5. Pagina di approfondimento storico

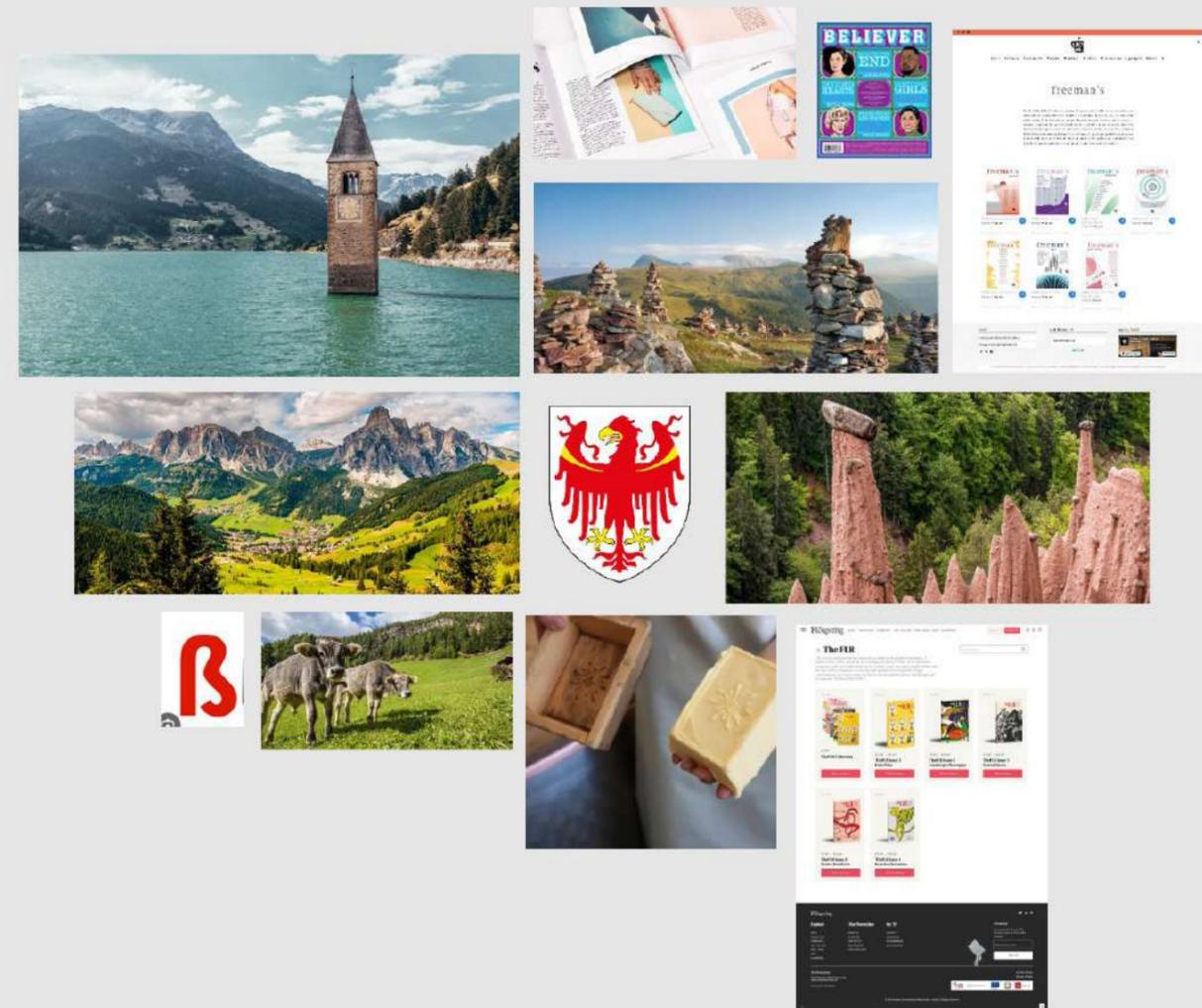
Sono da studiare anche la copertina della rivista e la copertina del libro tascabile formato 13x20 cm.

RICERCA E STUDIO

A seguito della riunione del Team, sono emersi subito gli elementi sfidanti della richiesta del cliente, legate alla particolare regione del Sudtirolo e alla volontà della casa editrice di creare una rivista che parlasse di letteratura italiana.

Siamo subito partiti con ricerche preliminari, che hanno riguardato:

- **Il territorio** inteso come area culturale e paesaggistica che, inevitabilmente porta con sé una grande impronta storica;
- **I competitors** regionali e italiani in senso largo;
- **Lo stato dell'arte sulle riviste** italiane, locali e internazionali, ossia, come la letteratura viene affrontata e innovata nelle riviste stampate.



LE IDEE

Dalla ricerca su questi tre filoni sono venute fuori **svariate idee**, tutte molto valide e meritevoli di approfondimento.

Nello specifico, le idee di partenza di Elisa Crespo Hellin, si sono coagulate in **due loghi**:

- **il logo della casa editrice**, studiato e lavorato da Valentina Fiscarelli;
- **il logo della collana del libro** in allegato, improntato da Giorgia Sapienza e studiato e lavorato della stessa Elisa.

Le altre idee venute fuori dalla ricerca, da Yuri Mangione e Giorgia Sapienza, sono state impiegate nelle sezioni della rivista, dove sono stati realizzati studi di layout precisi.

The image features a solid light brown background. In the center, the text "IL LOGO" is written in a bold, black, sans-serif font. Surrounding the text are several large, semi-transparent, light brown shapes: a circle at the top center, another circle to the right, and a large, irregular shape at the bottom that resembles a stylized 'W' or a series of connected arches.

IL LOGO

PRESENTAZIONE

La Weiss Editore nasce dalla collaborazione di un team, che dopo una ricerca approfondita, ha voluto inserire molteplici elementi e sfaccettature, contrasti ed essenzialità di una terra straordinaria come il Sudtirolo.



Weiss, o meglio **Weiß**, è il bianco primordiale: è il latte del Sudtirolo (l'oro bianco per eccellenza), il foglio bianco che blocca ma dove tutto può nascere ed essere creato.

Senza un foglio bianco, cartaceo o multimediale, non c'è superficie di sviluppo: è dove la creatività ha luogo, dove un letterato parte.

La duplice identità culturale, della casa editrice, è sostanziata nel logotipo stesso che è in italiano e in tedesco.

Noi, partiamo da qui.



Weiss
Editore

La ß (Eszett / Scharfes) è una lettera presente nell'alfabeto tedesco ma non in quello italiano, è perciò una parte identitaria del Sudtirolo.

Stravolgendo il suo impiego e utilizzando la lettera in orizzontale, questa, assume una varietà di significati e simbolismi importanti:

- con le sue linee bombate, essa diventa un percorso, un ponte;
- con la sua linea spezzata ricorda le vette delle Dolomiti;
- con la sua continua sinuosità rievoca un libro aperto, pronto ad essere sfogliato o una rivista arrotolata per la lettura.



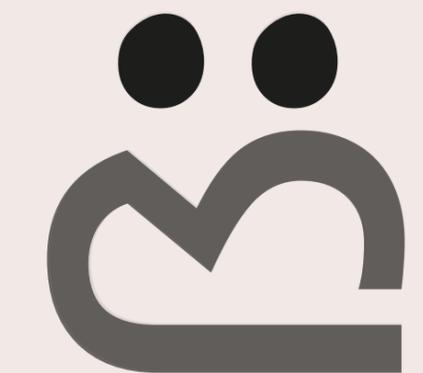
La dieresi è, anche esso, un segno diacritico caratteristico del Sudtirolo e della lingua tedesca in generale.

È stato inserito sia perché è fortemente identitario, ma anche perché vorrebbe assumere un significato ancora più profondo:

la dieresi si fonde tutt'uno con l'eszett, dandoci modo di fantasticare su queste **due anime identitarie** (tedesca e italiana), due umanità (o omini), che si incontrano per parlarsi.

Qui si condensa il senso della nostra casa editrice.

Non è forse la letteratura, un punto d'incontro tra persone, popoli e culture?



Weiss
Editore

Weiss Editore è un'amalgama identitaria molto particolare.

Ha radici storiche e culturali profonde, di cui non ci si può dimenticare, ma anzi, queste stesse, sono sfoggiate come gioielli preziosi.

Come ogni buon albero, però, alza il suo fusto nel presente e proietta le sue foglie nel futuro.

È questa la letteratura dei nostri libri e delle nostre riviste... scrivendo e parlando in italiano.



LOGO IN POSITIVO E IN NEGATIVO





VARIAZIONI DI GRANDEZZA

Il logo è stato pensato scalabile e adattabile a qualsiasi supporto.

Nella versione più piccole di 2 cm verrà utilizzato solo il pittogramma senza logotipo.



40 mm



20 mm



10 mm



SPAZI E PROPORZIONI

Pittogramma e logotipo sono stati studiati sia negli spazi che nelle proporzioni.

Il modulo preso in considerazione (il cubo rosso) è lo spessore della lettera β .

Per le spaziature più piccole è stato utilizzato solo metà modulo.



AREA DI RISPETTO

Visibilità e riconoscibilità devono essere garantite.

Anche in presenza di loghi affiancati, il logo deve disporre di un campo libero sui quattro lati definito "area di rispetto" e che dev'essere almeno pari a $2x$, dove x è la distanza che intercorre tra il pittogramma e il logotipo.



The background is a solid light brown color. It features several abstract shapes: a large circle at the top center, a smaller circle to its right, a large curved shape on the left side, and a large curved shape at the bottom. The text "LA PALETTE COLORI" is centered in the middle of the page.

LA PALETTE COLORI

LOGO A COLORI

La palette è semplice, ma allo stesso tempo si discosta da quelli che sono i colori delle altre case editrici sia regionali che nazionali.

Sono stati selezionati due colori per il logo:

- il nero
- un marrone terroso



I COLORI PALETTE E GERARCHIA

È stato scelto un **nero non pieno** che si sposasse con un bianco, anche esso non pieno, onde evitare contrasti che potrebbero affaticare l'occhio.

La **nuance di terra** utilizzata, invece è calda, argillosa, ha un duplice collegamento, sia alla terra del Sudtirolo, nella zona dove sono presenti le Piramidi di terra del Renon, che alla carta stessa dei vecchi manoscritti, ingiallita e anticata.



C = 75% R = 29 hex = 1d1d1b
M = 65% G = 29
Y = 62% B = 27
K = 81%



C = 75% R = 29 hex = 1d1d1b
M = 65% G = 29
Y = 62% B = 27
K = 81%



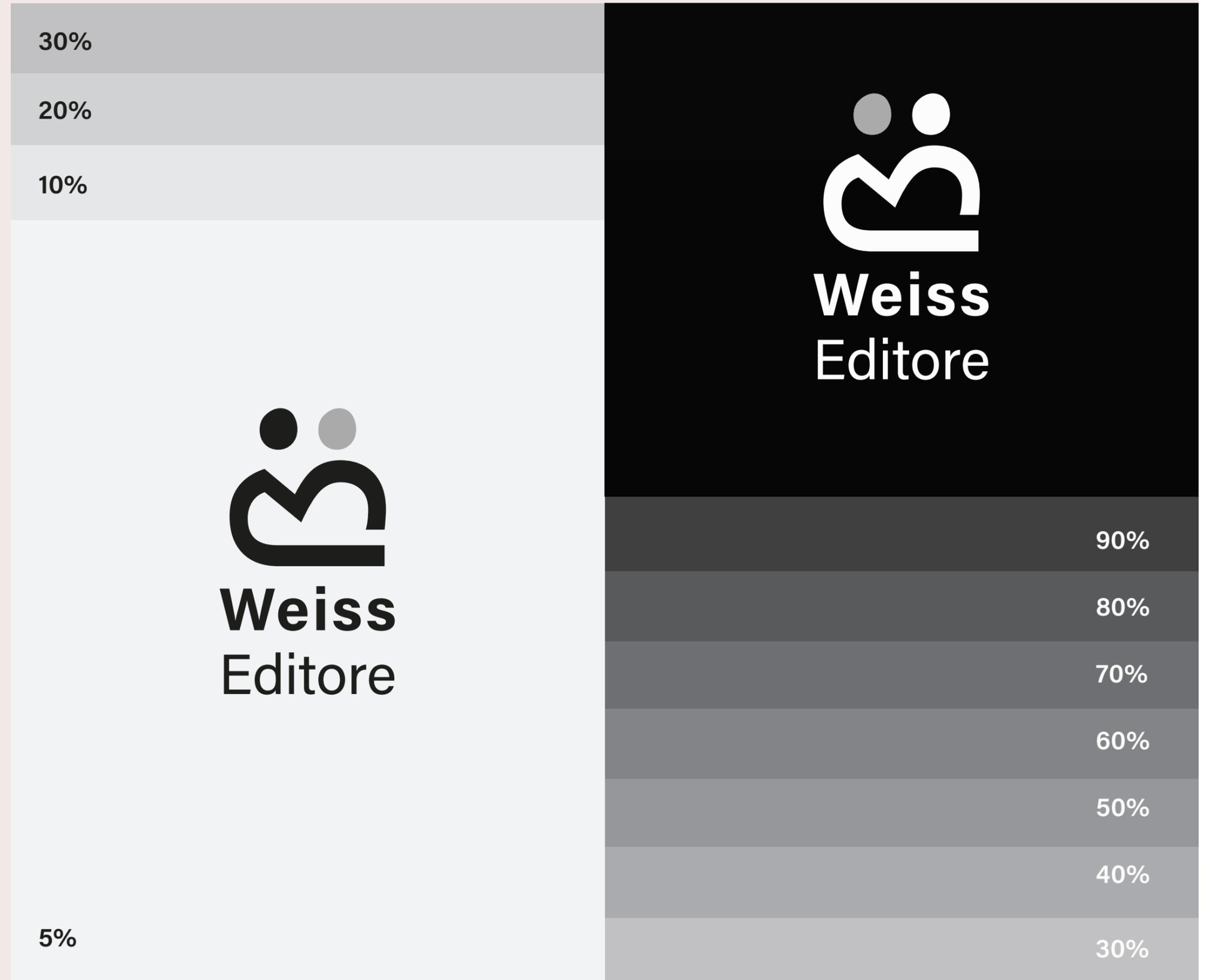
C = 1% R = 252 hex = fcfcf
M = 0,65% G = 252
Y = 0,85% B = 252
K = 0%



LOGO A COLORI IN BIANCO E NERO



SCALA DI GRIGI



USO CORRETTO DEL LOGO

Ecco alcuni consigli per un miglior utilizzo del logo.

La versione bianca è da utilizzare su sfondi scuri, monocromatici scuri, sfondi medi non troppo chiari o sfumati scuri.

La versione nera, è da utilizzare su sfondi chiari, monocromatici scuri, sfumati nella sezione chiara e su sfondi medi non troppo scuri.

La versione a colori rende bene su sfondi piatti bianchi o neri. Possono essere utilizzati anche tonalità in palette chiare e monocromatiche o, azzardando, sfondi complementari.



USO SCORRETTO DEL LOGO

Qui alcuni esempi di uso non corretto del logo.



Non stretchare o deformare il logo ma rispettare la sua costruzione originaria.



Non modificare le proporzioni tra marchio e logotipo.



Non sovrapporre elementi grafici al logo.



Non utilizzare colori diversi da quelli indicati nel manuale.



Non ruotare, speculare o capovolgere il logo.



Non usare sfondi troppo complessi o colori troppo simili al logo come sfondo.

The background is a solid light brown color. It features several abstract shapes: two circles at the top, one on the left and one on the right, and a large, stylized letter 'N' on the left side. The 'N' is composed of thick, rounded strokes. The text 'FONT E TIPOGRAFIA' is centered in the middle of the page.

FONT E TIPOGRAFIA

FONT

Il Font utilizzato per il logotipo è **Acumin Variable Concept**.

Grazie alla sua nutrita famiglia, questo font risulta molto versatile sia per quanto riguarda la redazione di libri che di riviste.

Weiss
Editore

TIPOGRAFIA

Acumin Variable Concept è un font moderno e declinabile in base alle esigenze.

Il logotipo è composto essenzialmente due pesi: bold e regular.

Acumin Variable Concept

BOLD | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €%&(,;:'"!"?)

Acumin Variable Concept

REGULAR | ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €%&(,;:'"!"?)

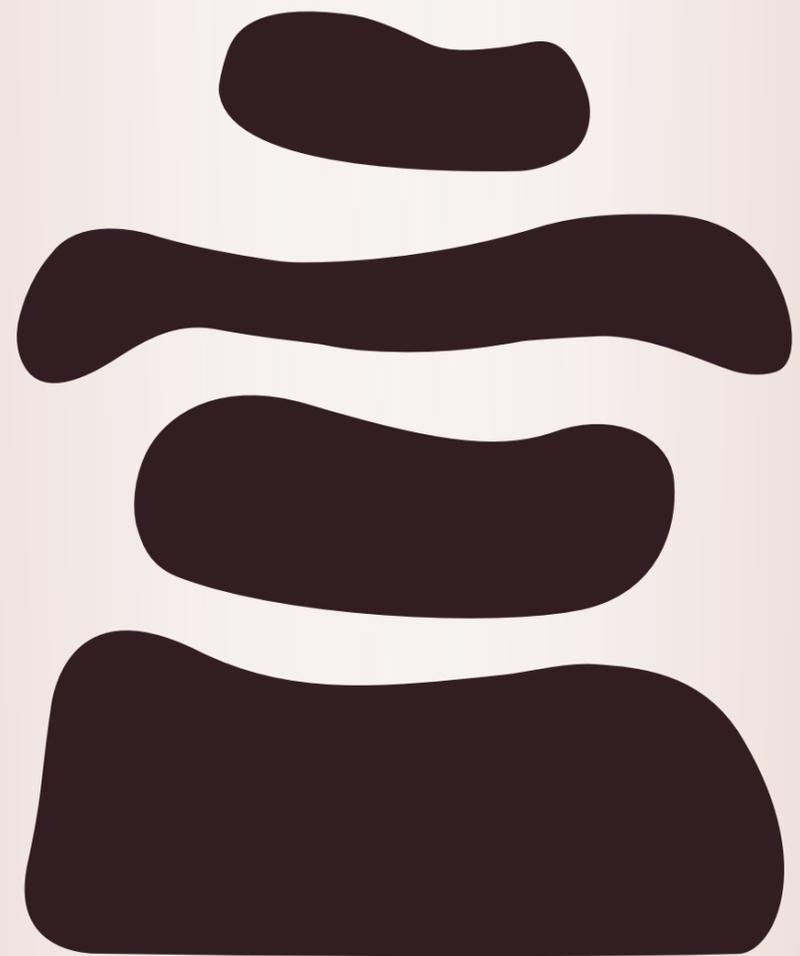
MARCHIO COLLANA

Marchio Collana

L'IDEAZIONE	34
LA STORIA	35
IL SIGNIFICATO	36
VERTICALE - ORIZZONATALE	37
DIMENSIONE	38
STUDIO DEL COLORE	39
STUDIO DEL FONT	40
ARIA DI RISPETTO ORIZZONTALE	41
ARIA DI RISPETTO VERTICALE	42

Collana e Libro

44	L'IDEA
45	IMPAGINAZIONE INTERNA
46	FONT
47	INTERLINEA
48	IMPAGINAZIONE COPERTINA
49	PRIMA DI COPERTINA
50	DORSO COPERTINA
51	ULTIMA DI COPERTINA
52	MOCKUP COPERTINA



M ä N
N E R

L'IDEAZIONE

Il marchio, visualizzato in precedenza, Männer è stato scelto e ideato per la collana tascabile della casa editrice WEISS EDITORE.

Männer, nasce dalla collaborazione di un team, che dopo una ricerca approfondita, ha voluto esaminare più nel dettaglio un simbolo naturalistico del Südtirol, ovvero: "omini di pietra".

Si è voluto dar valore alla lingua più parlata nel Sudtirolo, il tedesco, nel nome stesso del logo: Männer che sta a significare "omini".



Versioni elaborate da Giorgia Sapienza

 Männer
Edizioni

 Männer
Edizioni



LA STORIA

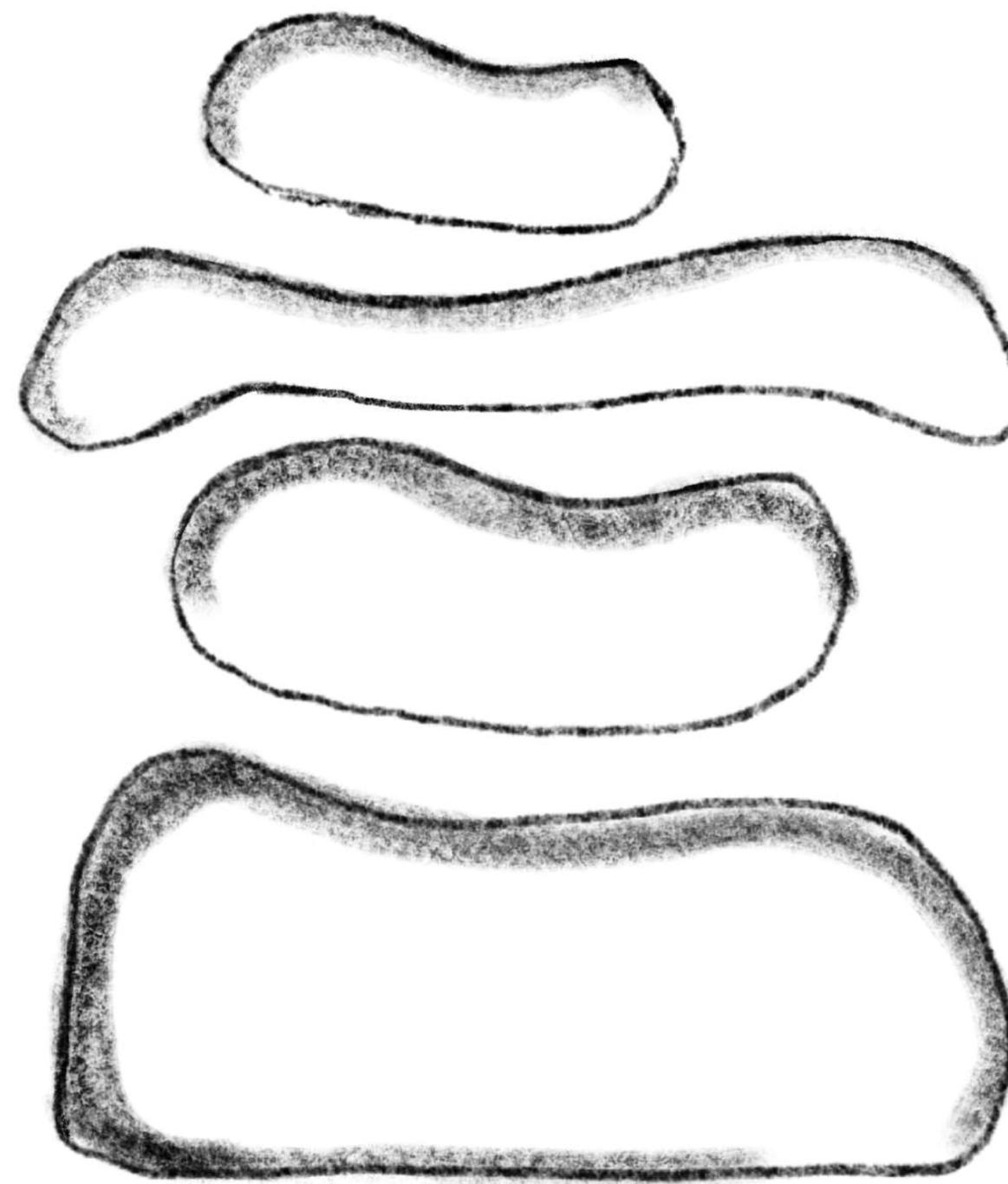
La nascita degli “omini di pietra” o Stoanernen Mandln, di cui le lastre di pietra arenaria si erigono superando anche l’altezza d’uomo, sono avvolti da antichi misteri e leggende.

Per molti le colonne di lastre, nascono: come orintamento per segnalare i sentieri di montagna; come un rudimentale “parafulmine” a protezione delle malghe circostanti; come passatempo dei pastori ed escursionisti. Ma per alcuni queste pietre risalgono all’età della pietra per la scoperta di incisioni nelle rocce e gli attrezzi di pietra focaia rinvenuti, delle scalfitture fanno pensare anche ad un luogo di culto precristiano.

Anche le leggende in questo luogo non mancano, le più famose risalgono al Medioevo in cui veniva considerato il posto dove si raduvano le streghe, in cui potessero anche scatenare tremendi temporali.

IL SIGNIFICATO

La nostra idea parte da qui, da un panorama che vede oltre 100 "omini di pietra", uno diverso dall'altro che per noi è la metafora dei grandi uomini/donne, che attraverso la scrittura, hanno reso solida la nostra cultura italiana e che nel tempo plasma e rimodella le menti di ogni lettore, pronto a posizionare la sua pietra nel monte.



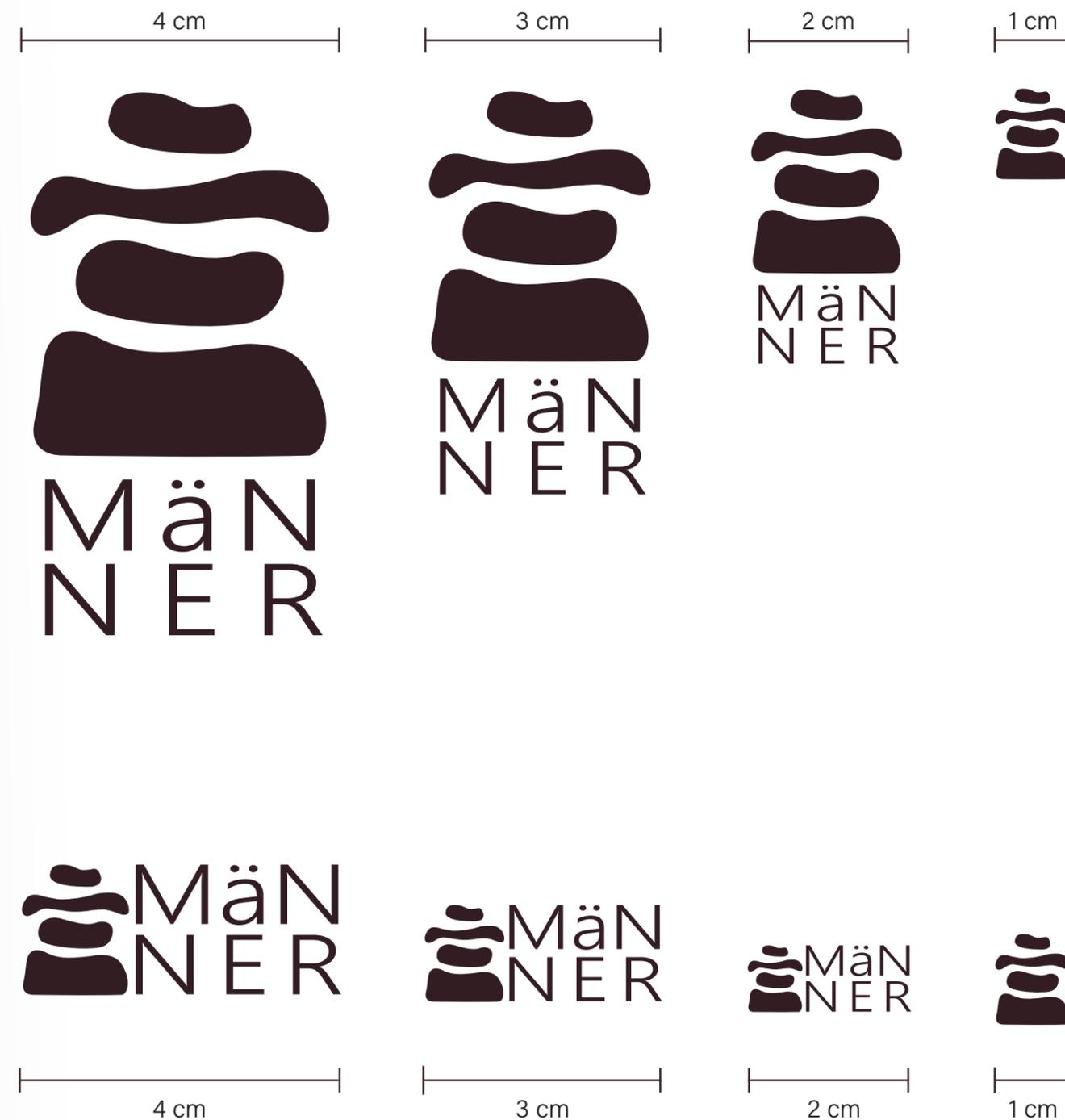


VERTICALE - ORIZZONATALE

Per l'utilizzo del logo, Männer, è possibile avvelersi di due versioni ufficiali: in verticale e in orizzontale. I due tipi di posizionamento del logo hanno la stessa funzione e significato, sono stati ideati per aver maggior leggibilità a seconda del loro utilizzo e posizionamento nell'impaginazione.

DIMENSIONE

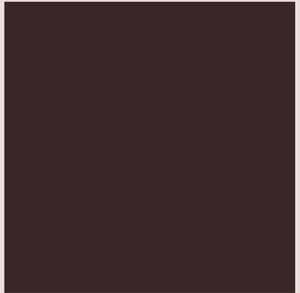
Per una chiarezza di leggibilità è stata apportata una variazione del logo, quando esso viene diminuito in scala ad 1 cm. Quando il logo appare di questa dimensione, si è optato di evidenziare il marchio togliendo il nome della collana, poichè sarebbe risultato poco leggibile ad un futuro fruitore; sottolineando anche che questo simbolo, per le sue caratteristiche, distintività e riconoscibilità ha la forza di viaggiare da solo.



STUDIO DEL COLORE

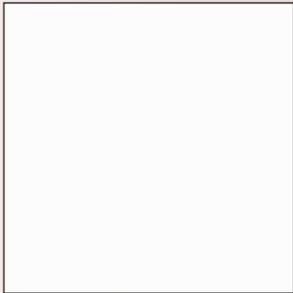


Si è voluto creare il logo di un unico colore, utilizzando lo studio sulla percezione del colore. Si è optato per un campione colore marrone (#3a2626), che in questo caso, rappresenta la solidarietà del fenomeno naturale, le radici storiche del territorio, la possente storia della nostra letteratura italiana.



R 58 C 54
G 38 M 68
B 38 Y 56
 K 74

#3a2626



R 252 C 1
G 252 M 1
B 252 Y 1
 K 0

#fcfcfc

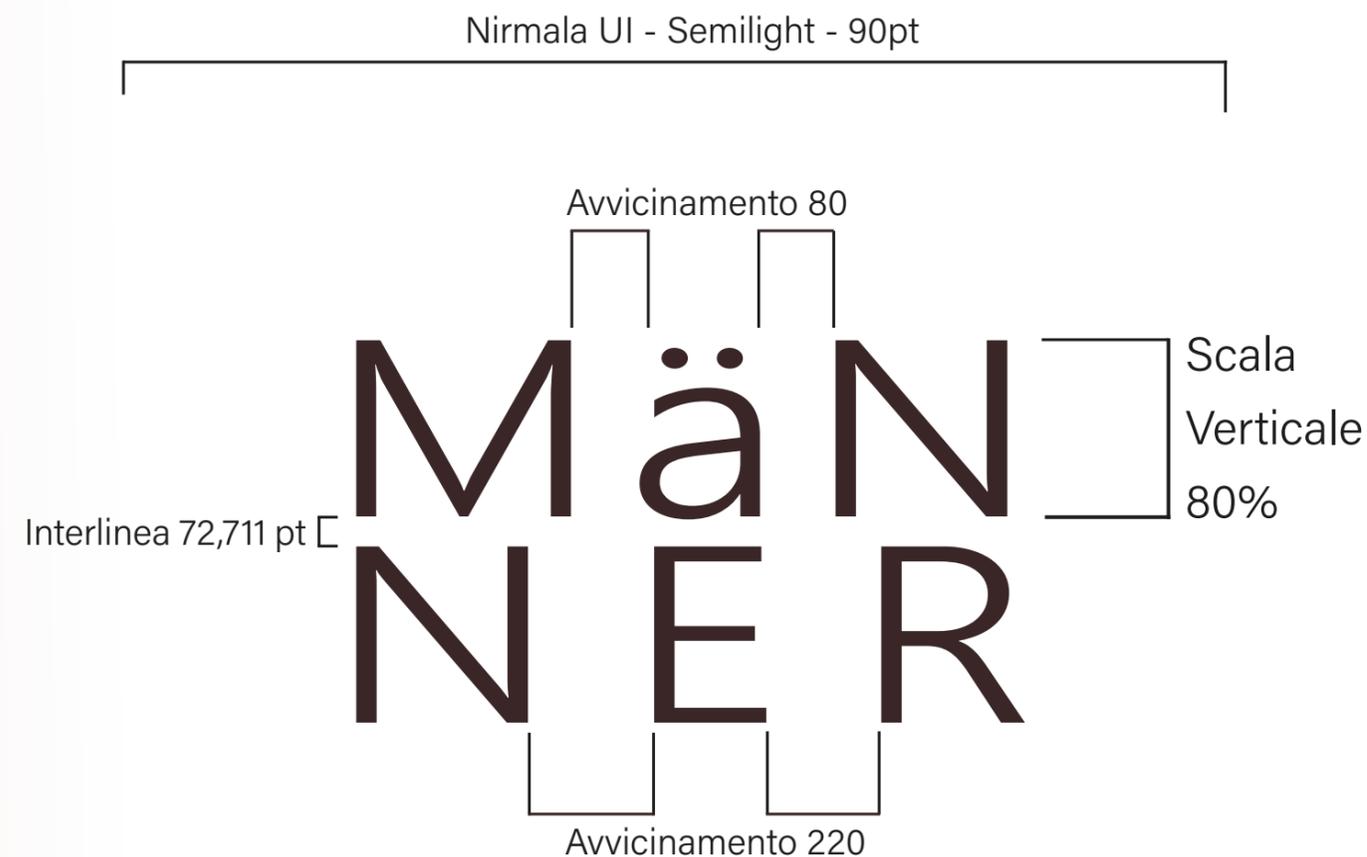
Nella versione negativa del logo, è presente anche l'utilizzo del colore bianco (#fcfcfc). Il Bianco, come per il logo della casa editrice madre: WEISS EDITORE, prende lo stesso significato di colore ovvero: il foglio bianco della carta, che rappresenta il divenire.

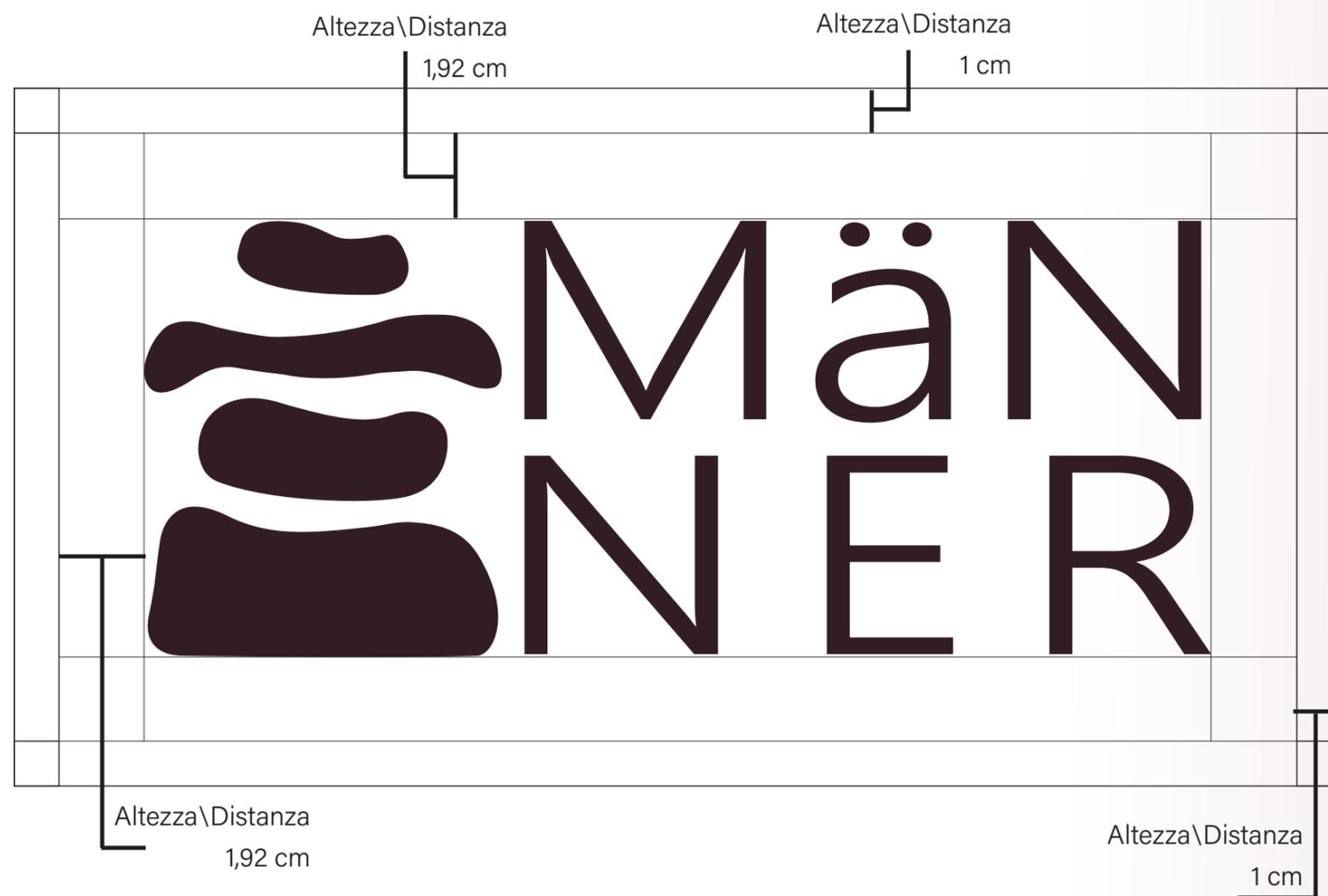
STUDIO DEL FONT

La scelta del font è stata pensata per contrastare e alleggerire il logo, sopra illustrato, optando per un font dalle linee sottili ma decise con piccole curvature a riprendere la rotondità delle rocce. Il font optato è il Nirmala UI - Semilight a cui sono state eseguite delle modifiche in riduzione nella scala verticale e l'avvicinamento del carattere.

La riduzione è stata impostata (80%) per dare un senso più schiacciato e massiccio, senza andare a togliere le linee sottili date dal Semilight. L'avvicinamento è stato regolato con due parametri diversi (80-220) dopo la divisione della parola.

MÄNNER
männer





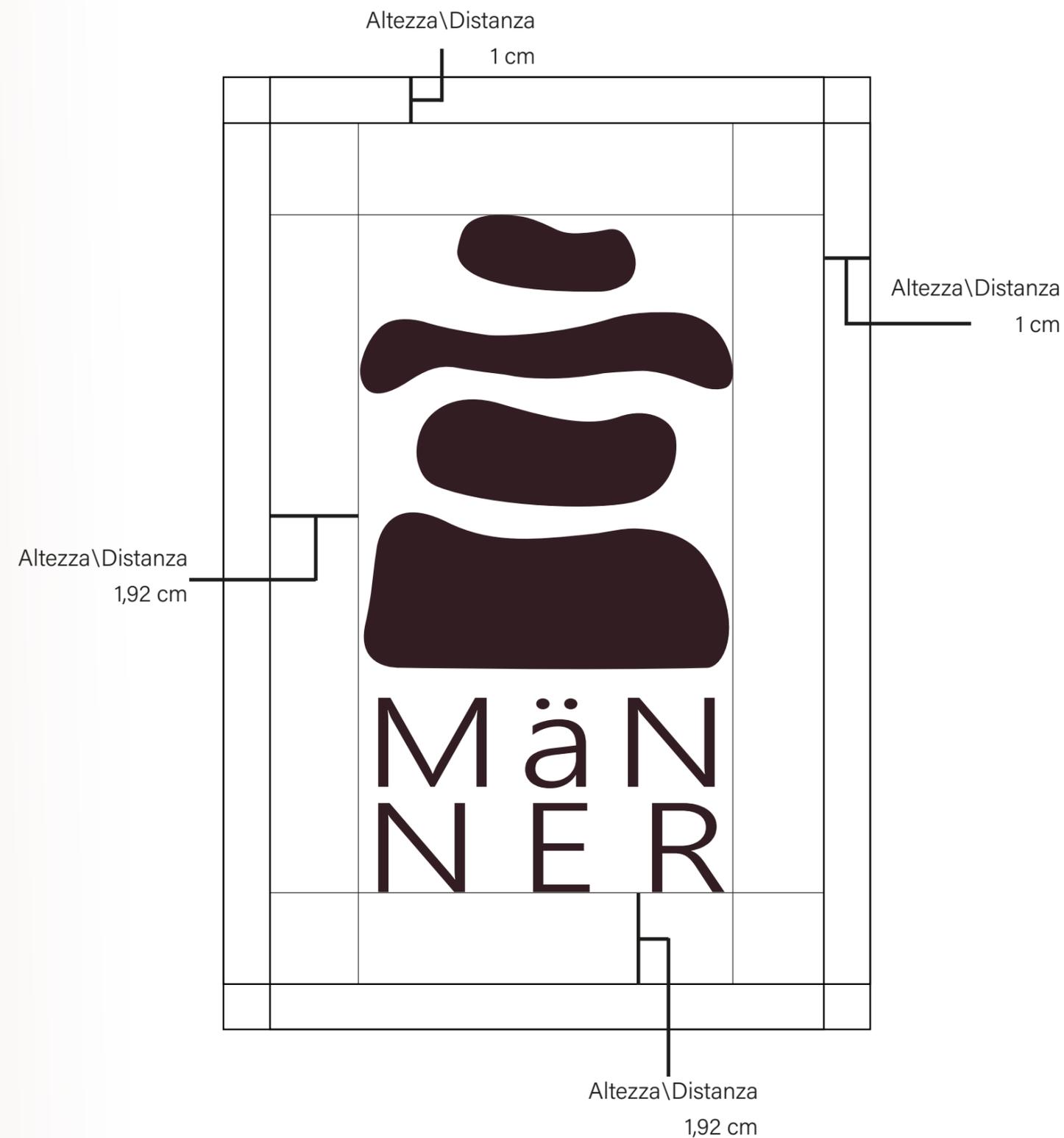
ARIA DI RISPETTO ORIZZONTALE

Per un corretto uso del logo, sono stati studiati i margini obbligatori da lasciare quando, esso stesso, viene affiancato ad altri loghi o dove si necessita l'utilizzo.

I margini partono esattamente dalla fine del logo. Esso così viene racchiuso in un rettangolo, delineato da quadrati e rettangoli, aventi la stessa altezza di 1,92cm. In seguito viene calcolato 1 cm come aria di rispetto dal logo.

ARIA DI RISPETTO VERTICALE

Per un corretto uso del logo, sono stati studiati i margini obbligatori da lasciare quando, esso stesso, viene affiancato ad altri loghi o dove si necessita l'utilizzo. I margini partono esattamente dalla fine del logo. Esso così viene racchiuso in un rettangolo, delineato da quadrati e rettangoli, aventi la stessa altezza di 1,92cm in seguito viene calcolato 1 cm come aria di rispetto del logo.

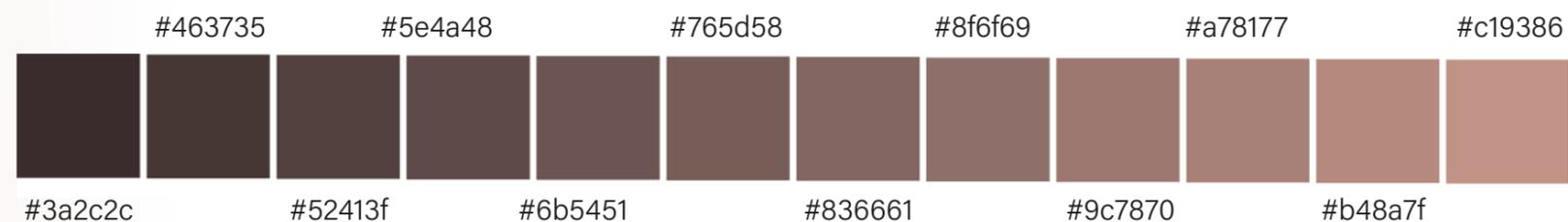


LA COLLANA MÄNNER

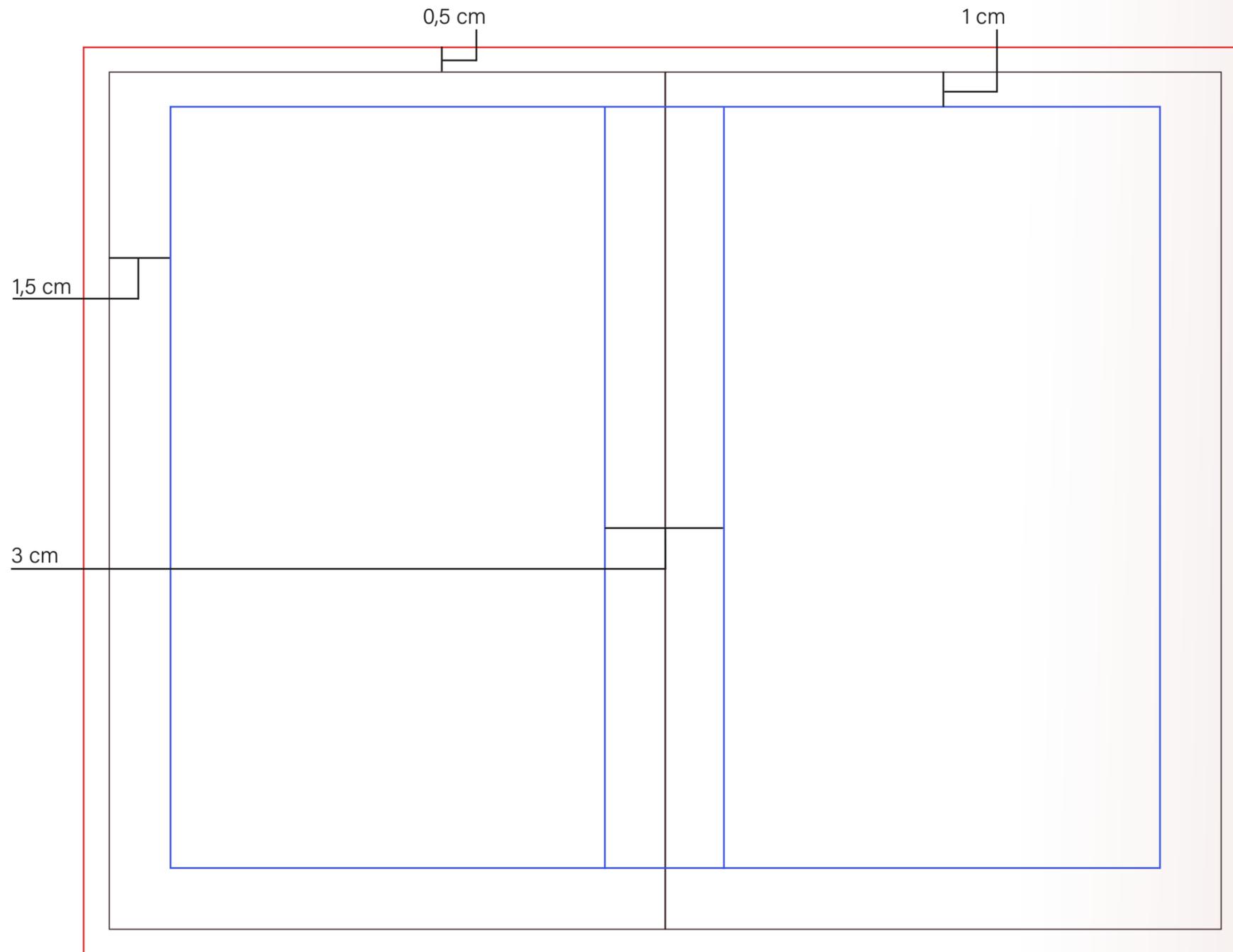


L'IDEA

La proposta di questa collana, nasce per diffondere la grande storia della letteratura italiana in un territorio in cui la lingua e la cultura sono influenzate da diversi paesi confinanti. Per questa prima edizione, sono state pensate 12 uscite, ovvero 1 libro al mese, affiancato alla rivista Vette della casa editrice Weiss Editore. La collana, come approfondiremo successivamente, è stata pensata per essere un'edizione tascabile; questo per agevolare il lettore a poter tenere in qualsiasi momento il libro prescelto. Riguardo ai colori utilizzati nella prima di copertina, dorso e ultima di copertina si è deciso di optare per una graduazione cromatica, ideata da Giorgia Sapienza, della pallett utilizzata nella creazione del logo Männer e del logo Weiss Editore.



- | | |
|------------|---|
| 1° Uscita | IL SENTIERO DEI NIDI DI RAGNO - ITALO CALVINO |
| 2° Uscita | UNO, NESSUNO, CENTOMILA - LUIGI PIRANDELLO |
| 3° Uscita | I MALAVOGLIA - GIOVANNI VERGA |
| 4° Uscita | IL PIACERE - GABRIELE D'ANNUNZIO |
| 5° Uscita | LE 4 RAGAZZE WIESELBERG - FAUSTA CIALENTE |
| 6° Uscita | LE METAMORFOSI- LALLA ROMANO |
| 7° Uscita | IL MESTIERE DI VIVERE - CESARE PAVESE |
| 8° Uscita | LE OCCASIONI - EUGENIO MONTALE |
| 9° Uscita | NOI CREDAVAMO - ANNA BANTI |
| 10° Uscita | TRA STORIA E SORTILEGI - ELSA MORANTE |
| 11° Uscita | RACCOLTE DI POESIE - GIACOMO LEOPARDI |
| 12° Uscita | I SOGNI DEL FANCIULLO- GIOVANNI PASCOLI |



IMPAGINAZIONE INTERNA

La collana Männer, è stata ideata per essere una collana tascabile. Abbiamo optato per il formato 13x20 cm. Da questo presupposto abbiamo ideato una gabbia per progettare l'impaginazione, all'interno del libro, che consentisse una lettura più scorrevole, anche per un lettore in movimento. Nel dettaglio i margini inseriti sono di 1,5 cm per i: l'esterno, l'interno e margine inferiore; per garantire spazio sufficiente per le mani; per il margine superiore invece si è adottato un margine di 1 cm.

FONT

Il carattere tipografico utilizzato per l'interno del libro è il Acumin Variable Concept. Si è optato per questo font per la sua ottima leggibilità e l'assenza di glifi che avrebbero potuto distrarre e disorientare il lettore, da una lettura lineare.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €%&(,;:'"#!?)

Titolo
Sommarario
Capitoli

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €%&(,;:'"#!?)

Capitoli sommario

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890 €%&(,;:'"#!?)

Corpo testo

deschetto e trabocca in istrada.

- Pin! Macacco! Muso brutto! - gli grida qualche donna. - Mi risuolassi quelle ciabatte invece di starci ad angosciare tutto il giorno! È un mese che le avete lì nel mucchio. Lo dirò un po' io al tuo padrone, quando lo metteranno fuori!

Pietromagro passa metà dell'anno in prigione, perché è nato disgraziato e quando c'è un furto nei dintorni finiscono sempre per mettere dentro lui. Torna e vede la montagna di scarpe sfondate e la bottega aperta senza dentro nessuno. Allora si siede al deschetto, piglia una scarpa, la gira, la rigira, la ributta nel mucchio; poi si prende la faccia pelosa tra le mani ossute, e sacramenta. Pin arriva fischiando e ancora non sa niente: ed ecco che si trova davanti Pietromagro con quelle mani già alte nell'aria e quelle pupille incorniciate di giallo e quella faccia nera di barba corta come pelo di cane. Grida, ma Pietromagro l'ha acciuffato e non lo molla; quando è stanco di picchiarlo lo lascia in bottega e s'infilà all'osteria. Per quel giorno nessuno lo rivede.

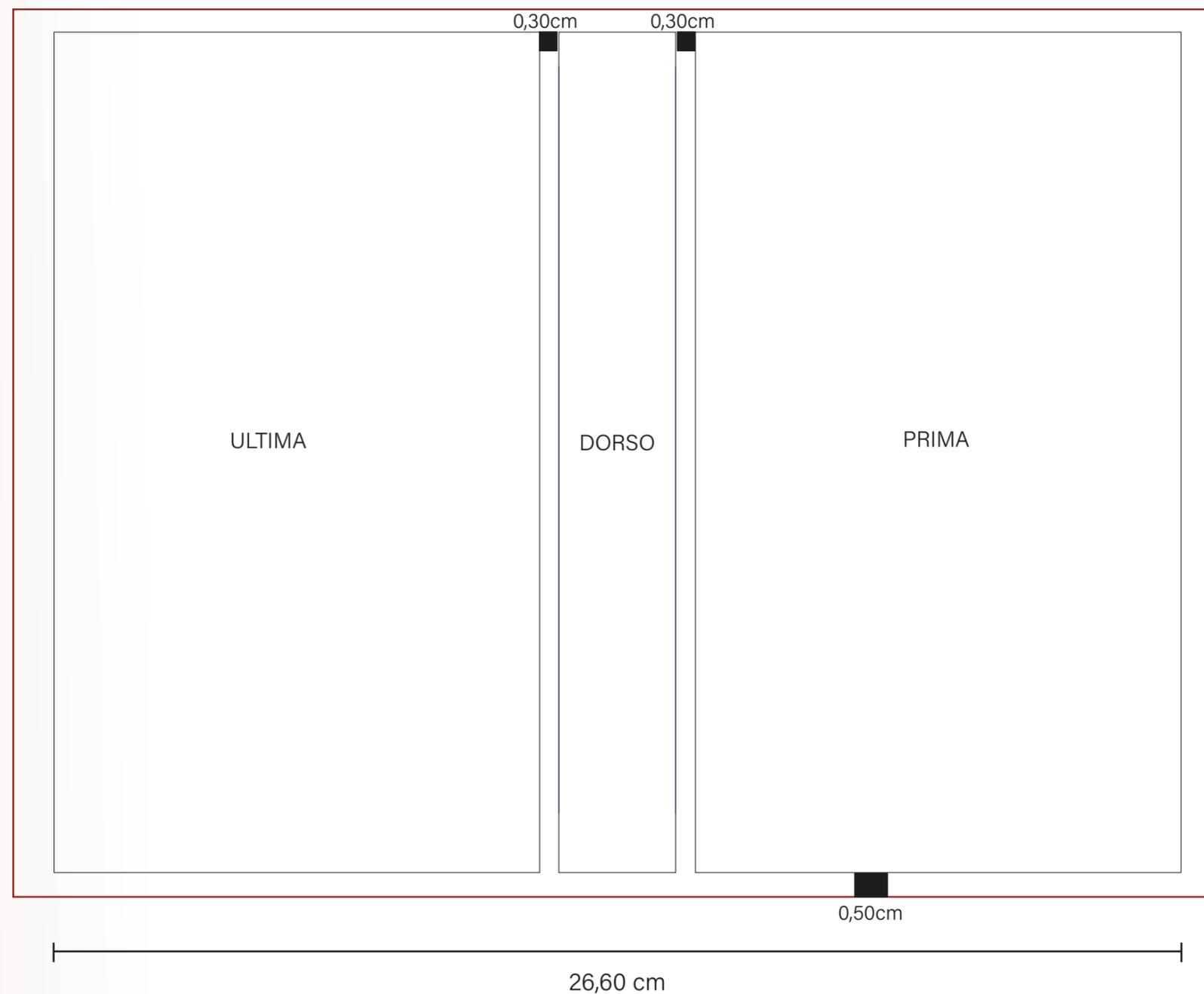
La sera, ogni due giorni, dalla sorella di Pin viene il marinaio tedesco. Pin lo aspetta nel carrugio ogni volta mentre sale, per chiedergli una sigaretta; i primi tempi era generoso e ne regalava anche tre, quattro per volta.

INTERLINEA

Si è optato di adottare l'interlinea di un'ampiezza di 11 pt. Questo permette, in un formato tascabile, di avere una facilità di lettura maggiore.

IMPAGINAZIONE COPERTINA

La copertina per la collana Männer, è stata strutturata secondo il formato deciso per il libro 13x20 cm. Abbiamo calcolato che la seguente copertina, sia dotata di spazi supplementari per la piegatura e la rilegatura del libro attraverso lo spessore del dorso di 3 cm. La sovrabbondanza è invece di 0,50 cm.





PRIMA DI COPERTINA

La progettazione e la realizzazione grafica della copertina, nasce dall'ideazione di Giorgia Sapienza di posizionare i volti dei grandi autori in primo piano, ispirandoci a fotografie realistiche di essi stessi. I colori adoperati sono stati selezionati dalla palette generata per la creazione del logo della collana e della casa editrice. Il font adoperato è lo stesso che viene riportato all'interno del libro Acumin Variable Concept, adoperando delle variabili: per il titolo, Extra Condensed Bold, che ispira sicurezza, forza e importanza risaltando subito all'occhio; per il nome autore, Extra Condensed Italic, in quanto più elegante. Sulla sinistra della copertina, partendo dai margini, è stata impostata una colonna che è la base distintiva della collana; in cui al suo interno ritroviamo un elemento grafico ripetuto che ricordano le vette, cime, del Südtirol. Per il logo della collana si è optato la versione, verticale, con il colore bianco.

DORSO COPERTINA

L'impostazione grafica sul dorso della copertina, realizzata da Giorgia Sapienza, prevede la lettura dei testi e loghi dall'alto verso il basso. Il colore adottato è scelto dalla palette utilizzata in copertina. I font utilizzati sono gli stessi riportati in copertina, in cui si è variata solo la dimensione.

Si è scelto di utilizzare la versione del logo in orizzontale per facilitare e richiamare il verso scelto per la lettura, sopraccitata.

MÄN
NER

Il sentiero dei nidi di ragno

Italo Calvino

“Tutti abbiamo una ferita segreta per riscattare la quale combattiamo.”

“L'uomo porta dentro di sé le sue paurebambine per tutta la vita. Arrivare ad non avere più paura, questa è la meta ultima dell'uomo.”

Italo Calvino

Män
NER

Weiss
Editore

€ 15,00



www.weiss-editore/manner.com

ULTIMA DI COPERTINA

La progettazione grafica dell'ultima di copertina, realizzata da Giorgia Sapienza, nasce dall'idea di posizionare frasi celebri e di forte significato, in cui la maggior parte dei lettori possano sentirsi rappresentati. I colori adoperati sono stati selezionati dalla palette generata per la prima di copertina; utilizzando il marrone, nello sfondo, e il bianco per gli elementi tipografici. Il font adoperato è il Acumin Variable Concept, nella versione Regular per le citazioni e Extra Condensed Bold Italic per il nome dell'autore. Nella parte bassa dell'ultima di copertina troviamo: i loghi della collana e della casa editrice; codice ISBN; prezzo del libro e infine il sito della Collana Männer.

"Tutti abbiamo una ferita segreta per riscattare la quale combattiamo."

"L'uomo porta dentro di sé le sue paurebambine per tutta la vita. Arrivare ad non avere più paura, questa è la meta ultima dell'uomo."

Italo Calvino

€15,00

MänNER Weiss Editore

www.weiss-editore/manner.com

MänNER

Il sentiero dei nidi di ragno

Italo Calvino

Italo Calvino

IL SENTIERO DEI NIDI DI RAGNO



MänNER



LA RIVISTA

COPERTINA DELLA RIVISTA

PROGETTAZIONE

Per la progettazione della rivista Yuri Mangione ha deciso di ispirarsi alle riviste moderne come Vogue, Times e Panorama.

Di conseguenza la copertina doveva essere accattivante, quindi ha pensato di trovare una foto su un autore letterario di punta per la collana di libri. In questa occasione ha scelto Italo Calvino. Di conseguenza, ispirato dalla posa della foto ha pensato di posizionarlo come se fosse in copertina del magazine Times.

Successivamente ha fatto un primo posizionamento degli articoli ottenendo il seguente risultato qui al lato.



RISULTATO FINALE

Dopo vari tentativi per rendere una lettura delle sezioni chiara, ho deciso di mettere dei filtri con il bianco o il nero sovrapposti alla foto per poter trovare i colori che davano il giusto equilibrio.

Alla fine si è deciso di usare il Bianco con scala in quadricromia 252 e usando il font **Acumin Variable Concept bold 18pt** per i titoli, il titolo della testata a **40pt**, il testo dei titoli a **14pt**.

Sistemati gli ingombri ho realizzato questa cover a fianco.

In seguito è rappresentato un mockup della cover.





VETTE

CONSIGLI DI LETTURA

Italo Calvino
Elsa Morante
Michela Murgia
Roberto Vecchioni
Marco Balzano
Elena Ferrante
Piero Martin

ALTO ADIGE, UN SECOLO DI LETTERATURA ITALIANA

Luogo di conflitti e coesistenze. Viaggio storico ai ritratti dell'Alto Adige fissati nelle pagine di arratori e poeti Italiani.

CHE COS'È IL WATTEN ?

Storia e Regole di uno dei più antichi giochi di carte Italiani.

QUEL CAMPANILE SUL LAGO DI RESIA

Viaggio nella parte occidentale dell'alto Adige a Curon Venosta.

EVENTI: SGUARDI E PAROLE

Concorsi di arte e letteratura

Weiss Editore



CONSIGLI DI LETTURA

Italo Calvino
Elsa Morante
Michela Murgia
Roberto Vecchioni
Marco Balzano
Elena Ferrante
Piero Martin

ALTO ADIGE, UN SECOLO DI LETTERATURA ITALIANA

Luogo di conflitti e coesistenze. Viaggio storico ai ritratti dell'Alto Adige fissati nelle pagine di arratori e poeti Italiani.

CHE COS'È IL WATTEN ?

Storia e Regole di uno dei più antichi giochi di carte Italiani.

QUEL CAMPANILE SUL LAGO DI RESIA

Viaggio nella parte occidentale dell'alto Adige a Curon Venosta.

EVENTI: SGUARDI E PAROLE

Concorsi di arte e letteratura

Weiss Editore

IDEAZIONE INTERNO RIVISTA

PROGETTAZIONE PAGINE

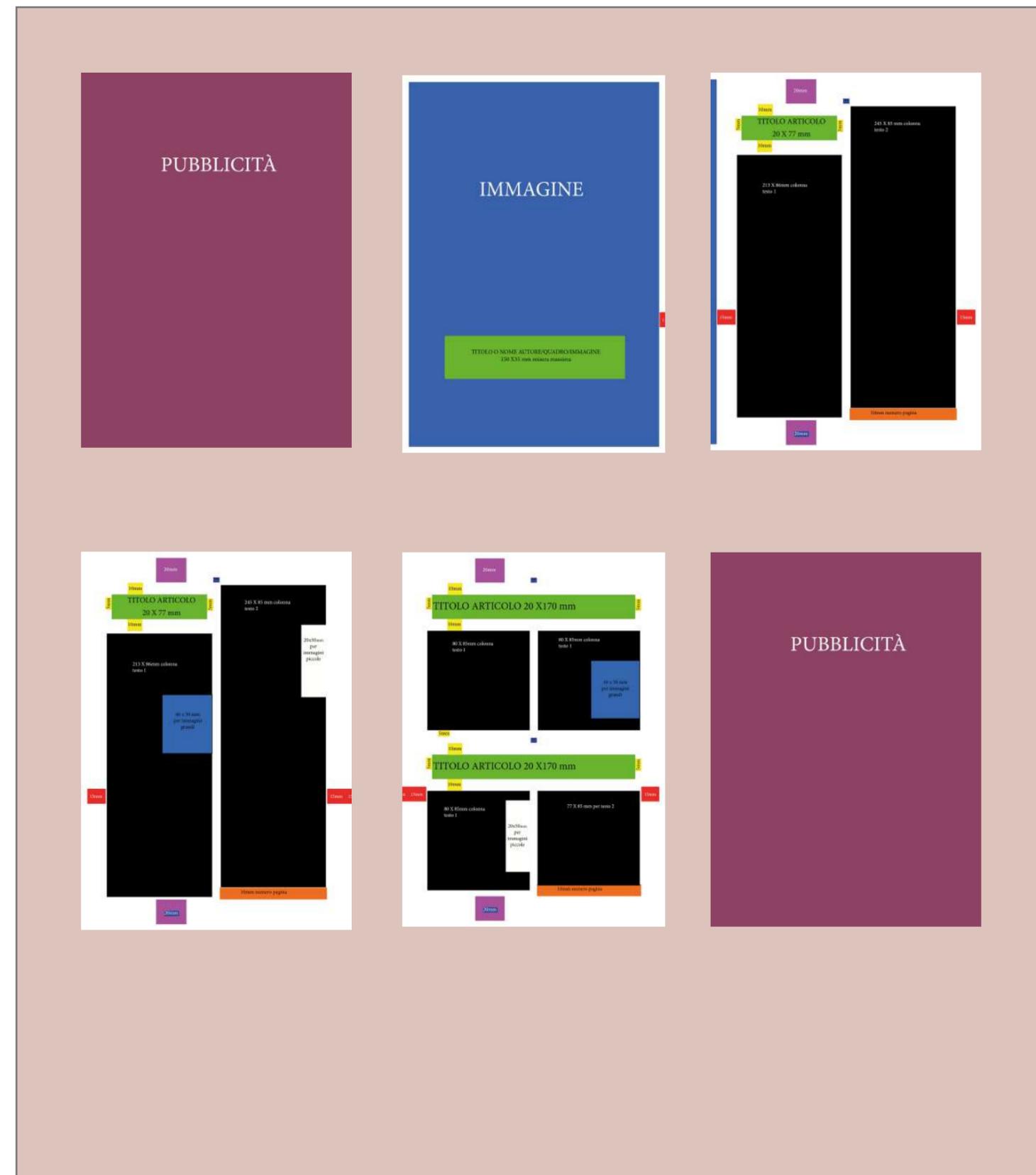
Per la progettazione delle pagine mi sono ispirato alle documentazioni di varie riviste famose come **Vogue**, **Panorama** e **National geographic**.

Successivamente si è valutato ibridare uno schema che si avvicini a riviste locali, dove ci sono pagine intere di pubblicità, ma anche utilizzo di articoli con rappresentazioni semplici.

Per il formato si è pensato ad un **A4** con misure di **21 X29,7 Cm**.

Oltre agli elaborati verrà allegato un file dove verrà rappresentato lo schema sequenziale della rivista con relative misure a grandezza reale. qui di fianco è rappresentato lo schema sequenziale in miniatura.

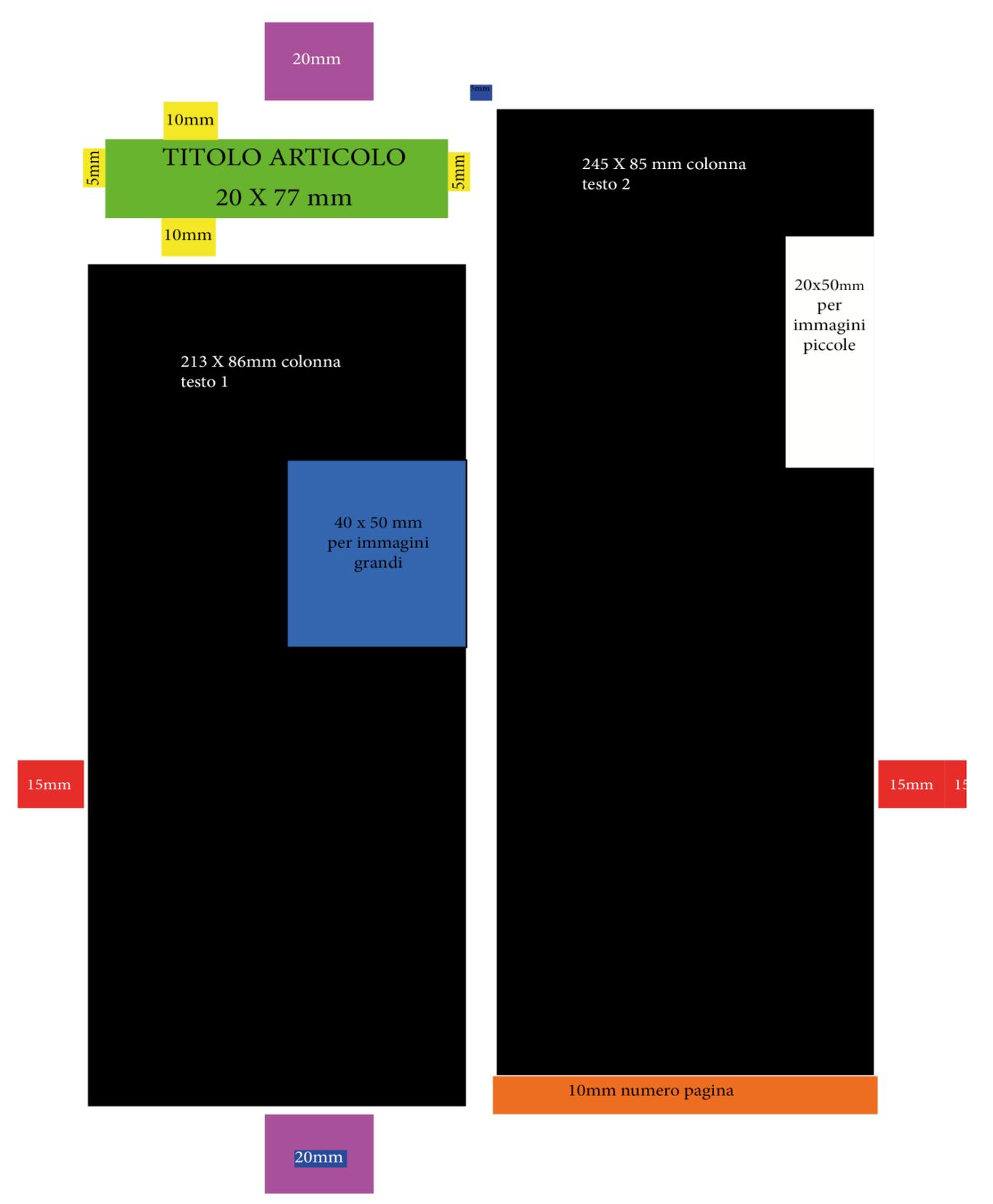
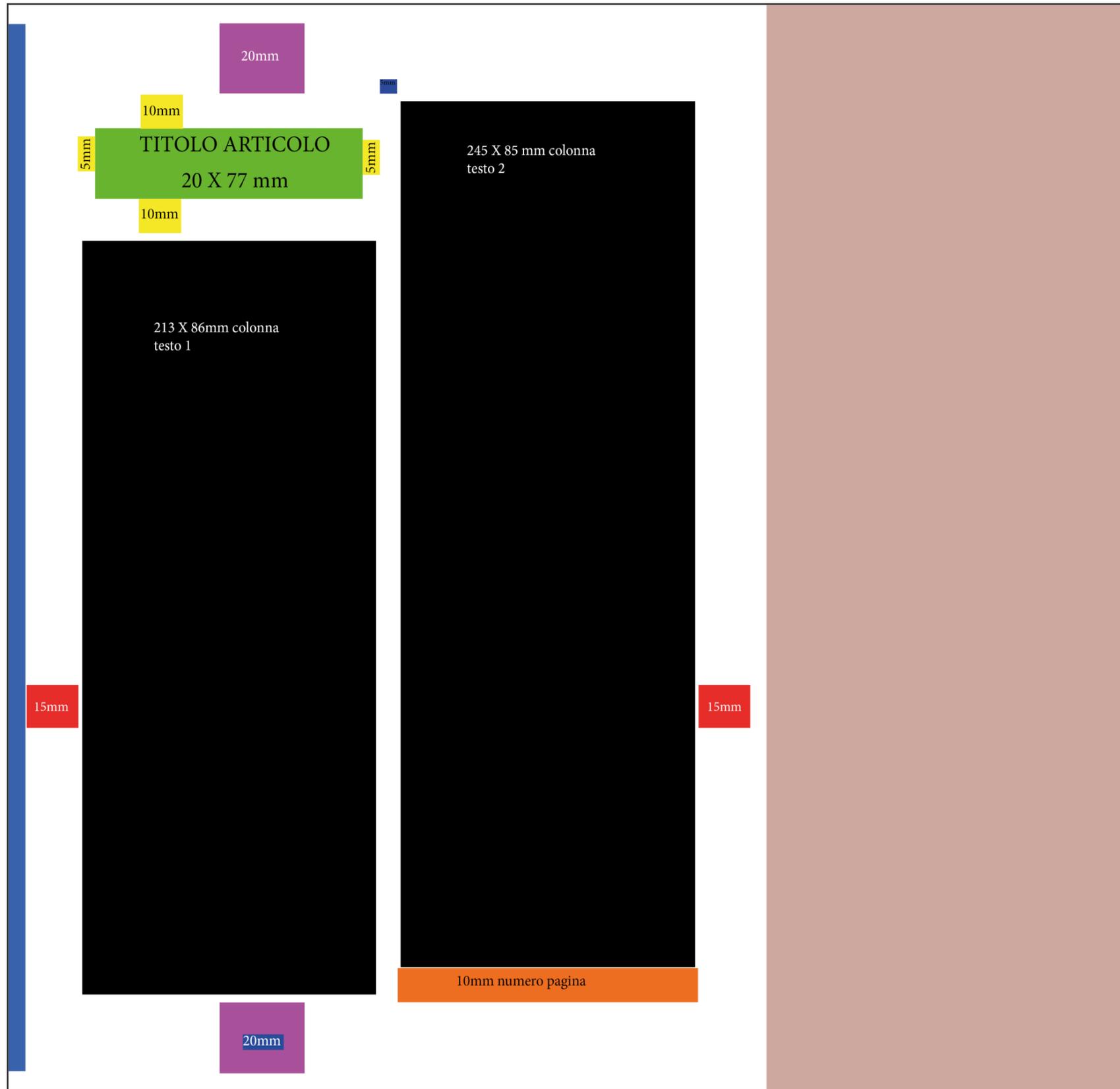
In seguito vengono riportate le pagine in sequenza con le relative misure e ingombri di ogni spazio.

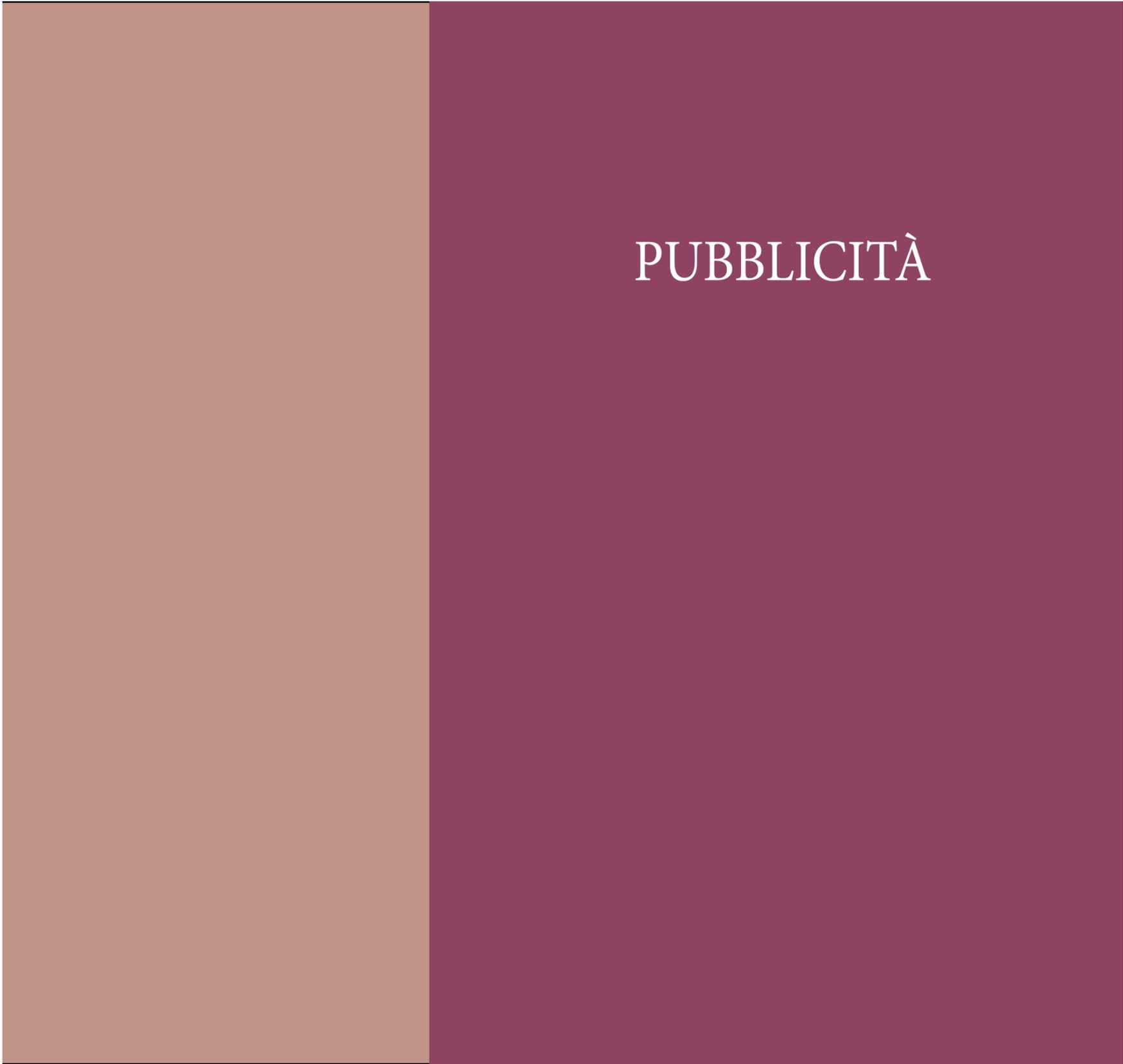
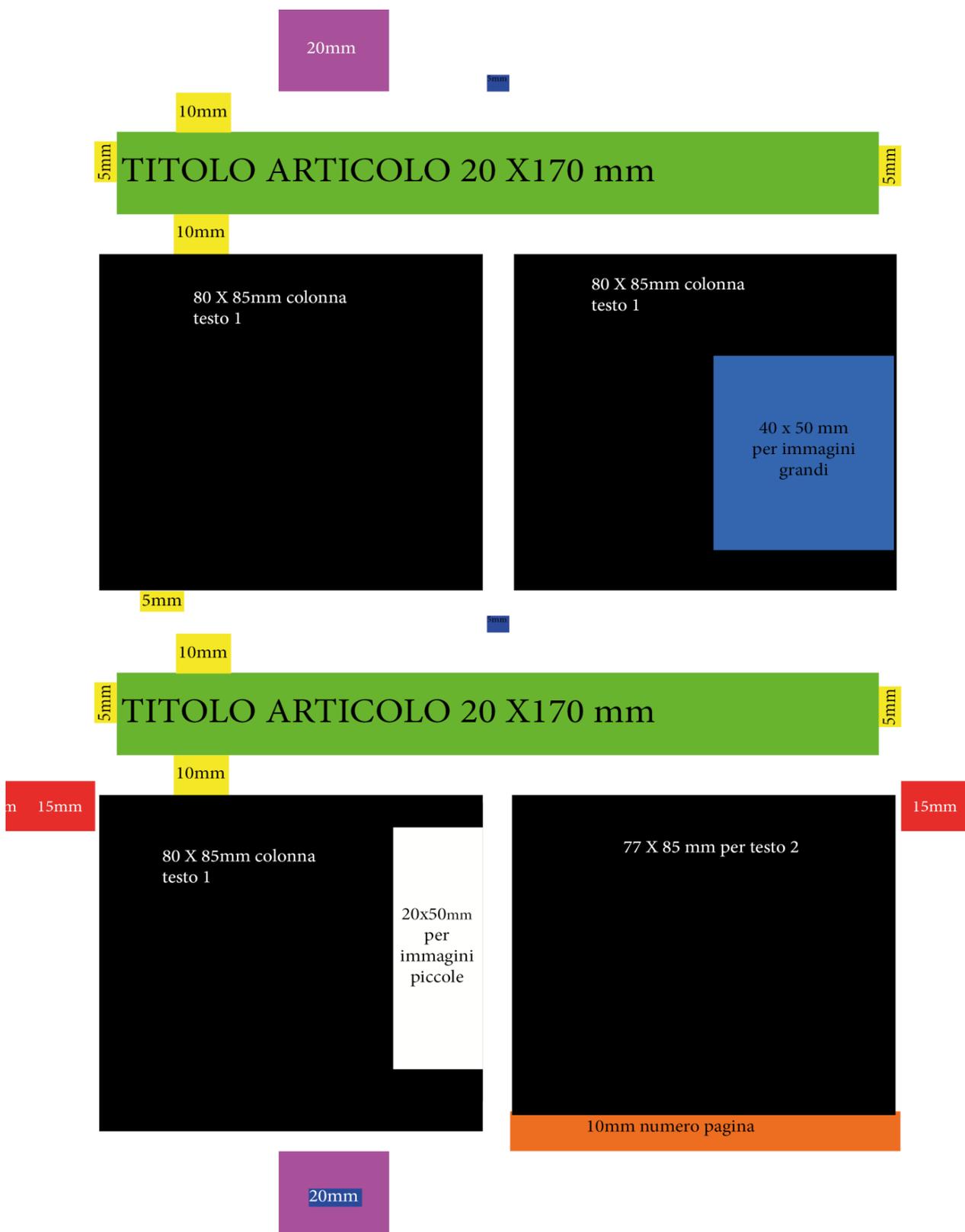


PUBBLICITÀ

IMMAGINE

TITOLO O NOME AUTORE/QUADRO/IMMAGINE
150 X35 mm misura massima





CREAZIONE DEL LOGO

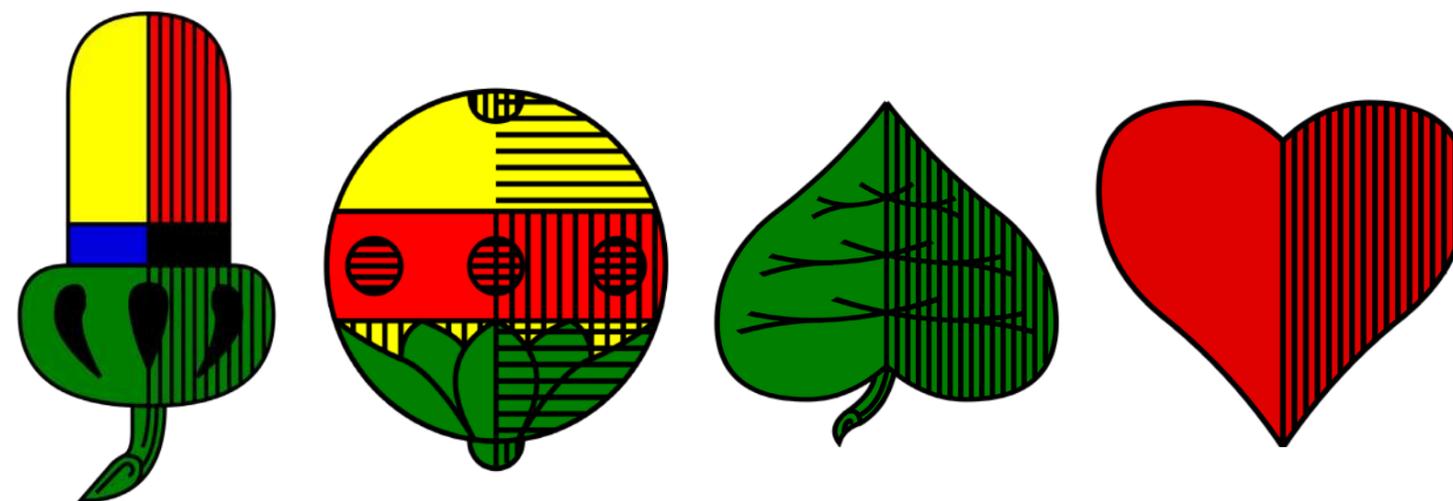
CONCETTI DI BASE

Durante lo studio del logo tutti i membri del gruppo si sono occupati di argomenti diversi. Tra le tipicità del Sudtirolo si è ragionato di portare una delle tradizioni storiche, ossia il gioco del **Watten**.

Il gioco è diffuso (con piccole variazioni locali) anche nella Ladinia e viene nominato **batadù**, o **battadù** o ancora **baten**; anche i nomi di carte, semi e punti sono adattati alla lingua locale: **föia/fueia** (foglia), **rô/rëur** (ghianda), **cöce/cueciun** (cuore), **sampügn/sonai** (sonaglio) e **"la scro/scroa"** (asso), **Re**, **fant** (fante maggiore) e **zòt** (fante inferiore). Il nome del gioco deriverebbe dal verbo italiano **"battere"**, in ladino **"báte"**.



SVILUPPO



Ho deciso di prendere in considerazione i simboli delle carte. riprodurli per modificarli come un font sarebbe stato inutile.

quindi si è deciso insieme ai colleghi di creare i loghi con uno stile diverso usando il bianco e il nero. Ottenendo questo risultato.



CONCLUSIONI FINALI

Alla fine sono state fatte varie prove usando il font

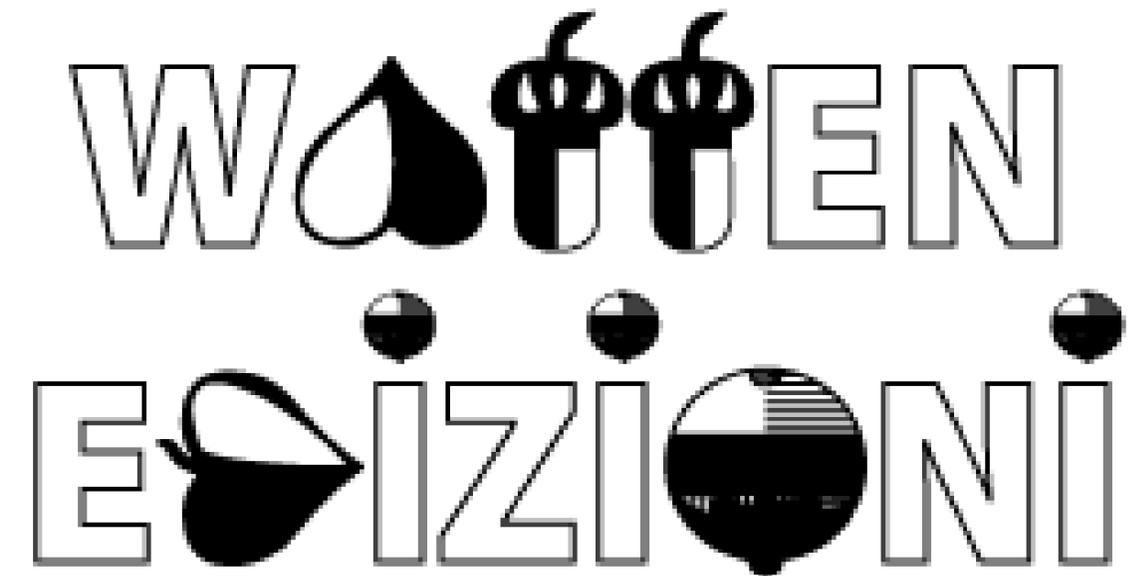
myriad concept semi condensed principalmente e altre variabili dello stesso font.

L'ultima immagine in fondo è il risultato finale di varie soluzioni.

In conclusione tutto il gruppo ha scartato questa idea di logo perché non molto attinente al concetto ai temi della casa editrice.

**WATTEN**
EDIZIONI

WATTEN
EDIZIONI

WATTEN
EDIZIONI

myriad variable concept semi condensed

LA RIVISTA - GLI ARTICOLI

ESEMPIO DI ARTICOLO

Di fianco è rappresentato un esempio di articolo, ispirato allo schema rappresentato nelle pagine precedenti. Come esempio è stato pensato di parlare del **Watten**.

A tal proposito si è pensato di esordire con un'immagine e un titolo dell'argomento. Successivamente è stato impostato l'articolo, bilanciato e adattato con i spazi vuoti.

Nelle pagine seguenti viene ripresentato tutto l'articolo con un esempio di pubblicità.



STORIA E TRADIZIONE DEL WATTEN

Nascita e regole del gioco
più antico sudtirolese

In Alto Adige esiste una tradizione che scalda i cuori dei suoi abitanti tanto quanto il sole sulle montagne. Si tratta del gioco di carte "Watten", un gioco che mette alla prova l'ingegno e rafforza i legami sociali tra le persone.

Le regole di base sono semplici: il gioco è di solito disputato da quattro persone divise in due squadre che si siedono di fronte l'una all'altra. Un giocatore della prima squadra mescola le carte e distribuisce 5 carte a ciascun giocatore. Le carte rimanenti sono posizionate coperte al centro del tavolo. Il giocatore successivo all'incaricato annuncia il Schlag, cioè il valore numerico o di figura, mentre l'incaricato decide quale colore sarà il Trumpf in base alle carte che ha in mano.

Il Watten è un gioco di carte tradizionale giocato nelle regioni alpine dell'Austria, della Baviera e soprattutto in Alto Adige. Solitamente si gioca con 33 carte (inclusa la carta chiamata Welli). L'obiettivo del gioco è accumulare il maggior numero di punti vincendo il maggior numero di mani.

2

Ciò che rende speciale il Watten è la possibilità per i giocatori di bluffare. Non si tratta solo di avere le carte migliori, ma anche di confondere gli avversari. Per stimolare il vostro interesse per il gioco, vorremmo chiarire alcuni termini importanti: Guater e Rechter. Il Guater è la carta migliore del turno, porta il valore e il seme annunciato ma aumenta il valore di uno. Il Rechter, d'altro canto, si riferisce alla carta con il seme e il valore annunciati ed è la seconda migliore carta nel gioco.

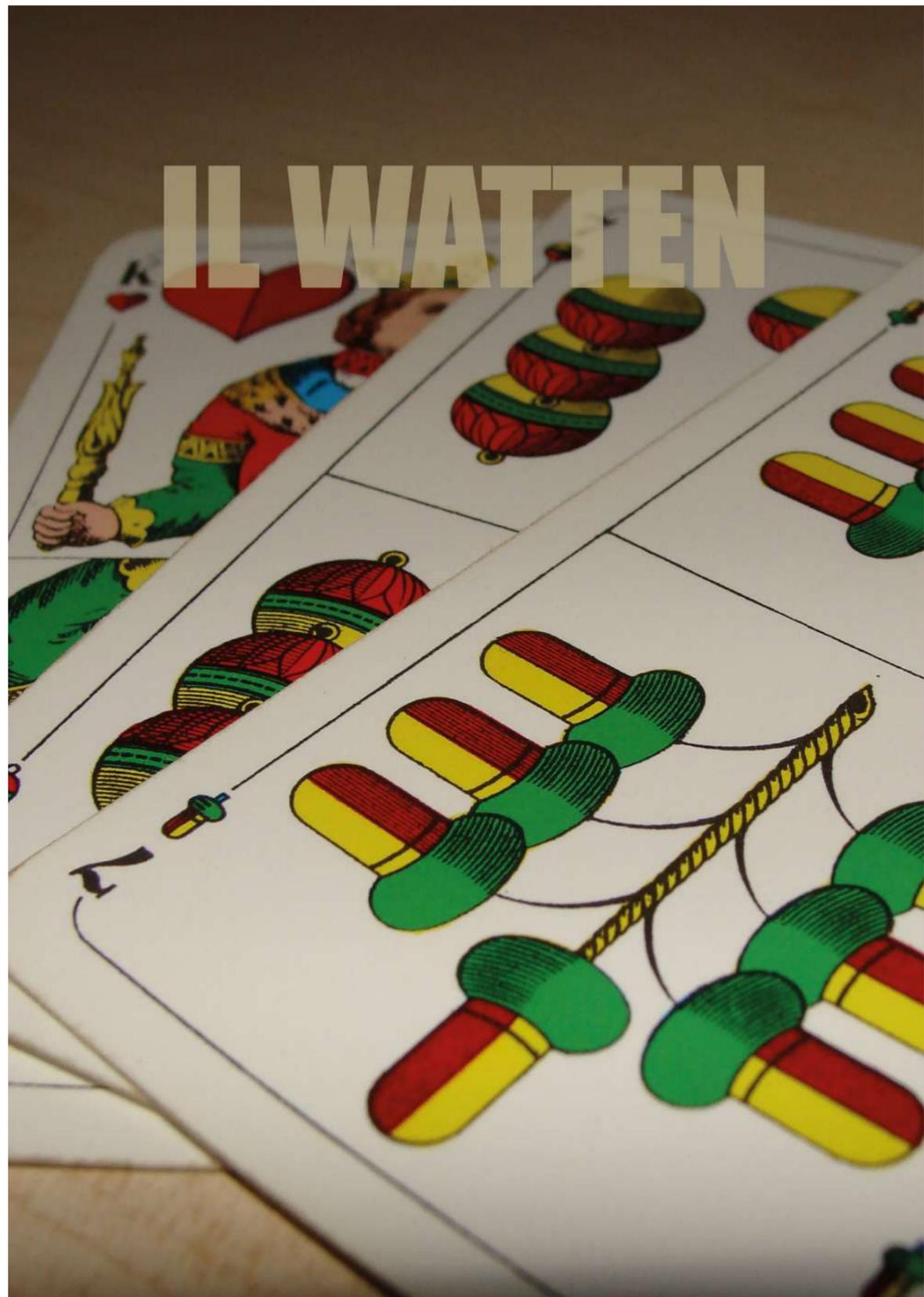
Normalmente, la squadra che vince il turno guadagna due punti, ma entrambe le squadre hanno la possibilità di offrire tre durante il turno. Se la squadra B decide di tenere e quindi continuare il gioco, si giocherà per tre punti.

Il "Watten" non è solo un gioco di carte, ma anche un evento sociale. Durante il gioco si parla molto, si ride e si scherza. È un'ottima occasione per riunirsi con amici e familiari e trascorrere del tempo insieme. È anche una finestra sulla cultura e sulla vita sociale dell'Alto Adige. Unisce le persone, promuove la comunità e mantiene viva la tradizione delle regioni alpine. Chi viaggia nelle Alpi non dovrebbe solo esplorare montagne e valli, ma dovrebbe anche giocare una partita a Watten per vivere la meravigliosa cultura e l'ospitalità di Sudtirolo.



3





STORIA E TRADIZIONE DEL WATTEN

Nascita e regole del gioco
più antico sudtirolese

In Alto Adige esiste una tradizione che scalda i cuori dei suoi abitanti tanto quanto il sole sulle montagne. Si tratta del gioco di carte "Watten", un gioco che mette alla prova l'ingegno e rafforza i legami sociali tra le persone.

Il Watten è un gioco di carte tradizionale giocato nelle regioni alpine dell'Austria, della Baviera e soprattutto in Alto Adige. Solitamente si gioca con 33 carte (inclusa la carta chiamata Welli). L'obiettivo del gioco è accumulare il maggior numero di punti vincendo il maggior numero di mani.

Le regole di base sono semplici: il gioco è di solito disputato da quattro persone divise in due squadre che si siedono di fronte l'una all'altra. Un giocatore della prima squadra mescola le carte e distribuisce 5 carte a ciascun giocatore. Le carte rimanenti sono posizionate coperte al centro del tavolo. Il giocatore successivo all'incaricato annuncia il Schlag, cioè il valore numerico o di figura, mentre l'incaricato decide quale colore sarà il Trumpf in base alle carte che ha in mano.

Ciò che rende speciale il Watten è la possibilità per i giocatori di bluffare. Non si tratta solo di avere le carte migliori, ma anche di confondere gli avversari. Per stimolare il vostro interesse per il gioco, vorremmo chiarire alcuni termini importanti: Guater e Rechter. Il Guater è la carta migliore del turno, porta il valore e il seme annunciato ma aumenta il valore di uno. Il Rechter, d'altro canto, si riferisce alla carta con il seme e il valore annunciati ed è la seconda migliore carta nel gioco.

Normalmente, la squadra che vince il turno guadagna due punti, ma entrambe le squadre hanno la possibilità di offrire tre durante il turno. Se la squadra B decide di tenere e quindi continuare il gioco, si giocherà per tre punti.

Il "Watten" non è solo un gioco di carte, ma anche un evento sociale. Durante il gioco si parla molto, si ride e si scherza. È un'ottima occasione per riunirsi con amici e familiari e trascorrere del tempo insieme. È anche una finestra sulla cultura e sulla vita sociale dell'Alto Adige. Unisce le persone, promuove la comunità e mantiene viva la tradizione delle regioni alpine. Chi viaggia nelle Alpi non dovrebbe solo esplorare montagne e valli, ma dovrebbe anche giocare una partita a Watten per vivere la meravigliosa cultura e l'ospitalità di Sudtirolo.



3



PAGINE DI APPROFONDIMENTO STORICO

IL CAMPANILE SOMMERSO DEL LAGO DI RESIA ISPIRAZIONE



Resto Qui, Immersione nel Lago di Resia

Ispirazione tratta dal libro "Resto Qui" dove Marco Bolzano, l'autore, s'immerge nel Lago di Resia per narrare l'Italia inesplorata.

La coraggiosa resistenza al Fascismo di una donna di montagna nel paese di Curon, annegato sotto le acque del bacino artificiale della Montedison.

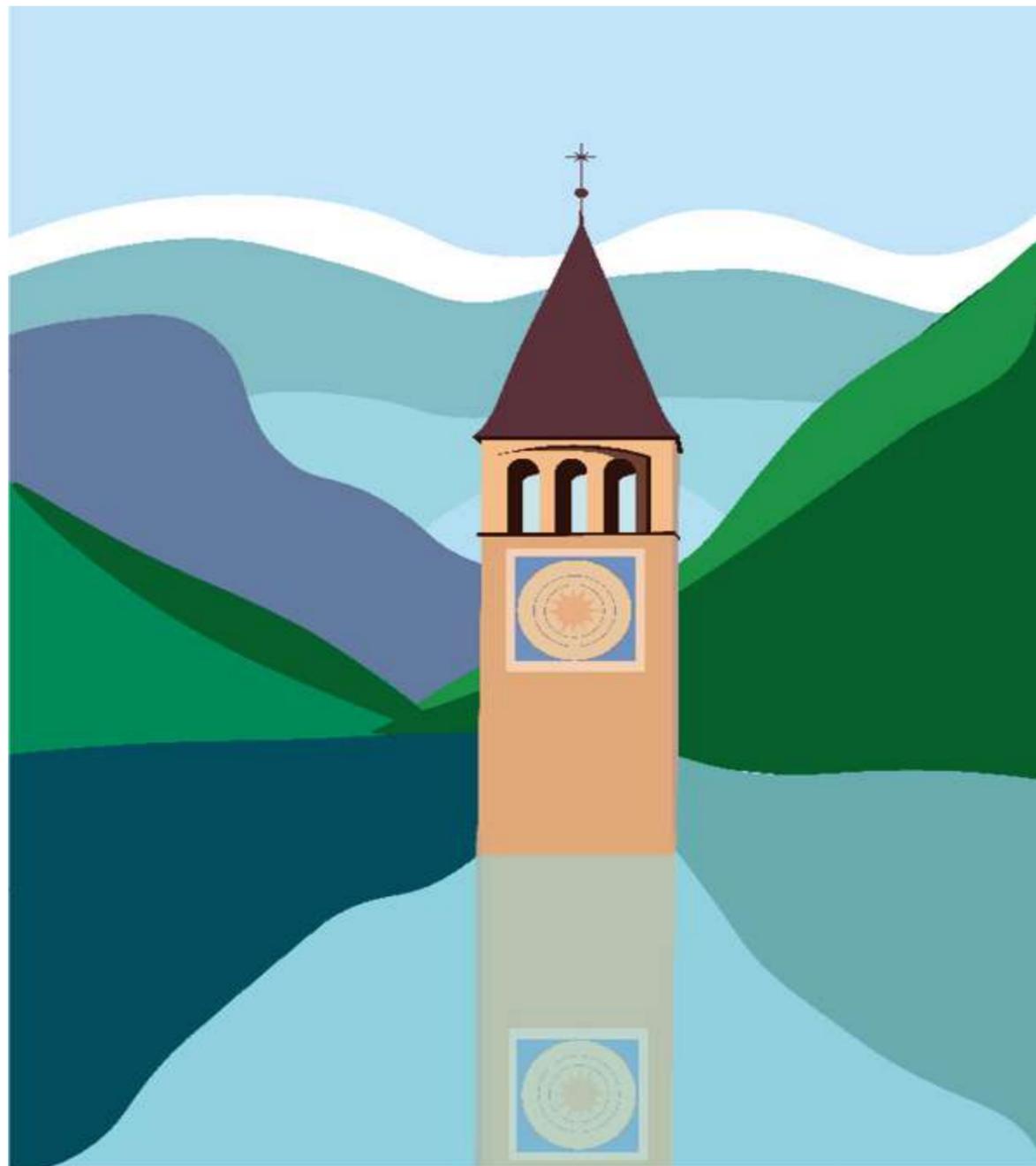
Il romanzo di Marco Balzano Resto qui, ha il grande pregio di sollevare un velo sulla vicenda di Curon Venosta e del lago di Resia, e di farlo non con un libro di storia, ma con la forza della narrazione.

Lui, italiano, uomo di pianura – vive a Milano, le origini familiari sono pugliesi – ha dato voce ad una donna di montagna, una donna di madrelingua tedesca, Trina.

Fonti:

<https://lavocedi-newyork.com/arts/libri/2018/03/30/resto-qui-marco-balzano-simmerge-nel-lago-di-resia-per-narrare-litalia-inesplorata/>

ILLUSTRAZIONE



L'idea del Campanile Sommerso del Lago di Resia è sorta durante l'ideazione del Logo. Essendo troppo elaborato e non volendo sacrificare i dettagli dell'illustrazione, è successivamente subentrata l'idea di utilizzarla per le pagine della rivista. Da qui è uscita fuori la prima illustrazione alla quale ne sono seguite altre come quelle del Lago di Braies e della pagina dedicata alla pubblicità.



ISPIRAZIONE ILLUSTRAZIONI

IL LAGO DI BRAIES



Il Lago e L'anima

Un piccolo viaggio sulle rive di un lago,
con la letteratura nel cuore

Ispirazione tratta da un testo letterario di Simonetta Sandri

Di fronte a posti come il Lago di Braies, si rimane quasi immobilizzati di fronte al suo colore cristallino, un azzurro trasparente che rimane negli occhi e sulla pelle rinfrescata. Le montagne si specchiano nelle sue acque, un brivido di serenità percorre tutto il tuo corpo, ti siedi ad ammirare da solo, senza parole. L'aria è quasi immobile, vi è un filo di vento, il cielo è coperto ma il sole appare e scompare. Quando appare, le montagne si specchiano nel lago, quando scompare, si vedono solo le nubi che trasformano l'acqua in un secondo cielo.

Fonti:

<https://www.meer.com/it/22121-il-lago-e-lanima>

ILLUSTRAZIONE



PAGINA PUBBLICITARIA

PRODOTTI TIPICI



Se diciamo “Alto Adige”, la prima cosa che ci viene alla mente è sicuramente la mela, simbolo di questa regione. Ma sono davvero tanti i prodotti che questa terra produce, tra cui salumi, carni, latte, latticini, formaggi, spunta, grappa, vitigni, e si potrebbe continuare all’infinito.

Fonte del Testo:
<https://lacuocaignorante.altervista.org/trentino-alto-adige-i-prodotti-tipici/>

ILLUSTRAZIONE



L'idea dei Prodotti Tipici è venuta fuori cercando un'ispirazione per realizzare un'illustrazione da applicare nell'area della pubblicità. A chi non piace mangiare e conoscere le tradizioni locali di un posto? Personalmente vedendo questa rappresentazione mi viene voglia di farci un salto solo per provare i prodotti tipici.

CARLO ROMEO



L'Alto Adige in un Secolo di Letteratura Italiana

Per la pagine di attualità si è pensato alla combinazione tra la letteratura italiana e l'Alto Adige. Uno dei rappresentanti di questo ambito è proprio Carlo Romeo.

Carlo Romeo (Bolzano, 1962), docente nei licei, dopo gli studi di Lettere e Storia contemporanea presso l'Università Cattolica di Milano si è dedicato alla ricerca in ambito regionale, pubblicando numerosi saggi e monografie, e collaborando all'attività di riviste, musei e istituti culturali. Ha curato inoltre edizioni critiche, traduzioni, manuali scolastici, mostre e documentari.

Fonti:

<https://www.raetia.com/it/supplier/209-carlo-romeo>

ISPIRAZIONE

SCORCI DI UN CONFINE



Porta e vallo d'Italia, provincia anomala, luogo di conflitti e coesistenze, paradiso turistico, sereno idillio, angolo oscuro di selvagge passioni: tante immagini, reali e simboliche, si rincorrono in questo viaggio storico intorno ai ritratti dell'Alto Adige fissati nelle pagine di narratori, poeti, giornalisti e letterati di lingua italiana. Emerge così un nutrito repertorio di autori, storie, testimonianze e descrizioni di un variegato paesaggio naturale e umano, delle popolazioni che vi convivono, del loro peculiare "radicamento" e senso di appartenenza.

Entrata nei confini nazionali poco più di un secolo fa, questa contesa terra di transizione è stata oggetto inizialmente di rappresentazioni esogene e convenzionali, sbiadite o deformate, e di ordinarie polarizzazioni: tradizione/modernità, natura/cultura, tedesco/italiano e così via. Nel corso del tempo anch'esse si sono modificate, si sono arricchite e meglio focalizzate in un confronto diretto e sempre più ampio con il vissuto del territorio, con i problemi di convivenza tra i gruppi linguistici e le metamorfosi della società, dell'economia e del tessuto culturale. Per questo **Scorci di un confine** intreccia molti fili che accompagnano quello letterario – la storia, la politica, il discorso pubblico – offrendo un'estesa panoramica sulla ricezione "italiana" di un lembo di frontiera pieno di fascino e contraddizioni.

Fonti:

<https://www.raetia.com/it/supplier/209-carlo-romeo>

ISPIRAZIONE

UN ANGOLO DI PARADISO



Un angolo di paradiso

Novelle altoatesine del Ventennio

a cura di Carlo Romeo

ab
EDIZIONE
ALTOATESINA
VERLAG

Le novelle raccolte in questa antologia sono tutte tratte dalla rivista "Atesia Augusta", edita dal marzo 1939 al giugno 1943. Fondata dal prefetto di Bolzano Giuseppe Mastromattei, la rassegna mensile intendeva celebrare i successi del regime fascista nella modernizzazione della "nuova provincia" altoatesina: opere pubbliche, grandi industrie, centrali idroelettriche, infrastrutture, sviluppo turistico. Ironia della sorte, i suoi quattro anni di vita coincisero con i segni di una crisi sempre più celere e drammatica: l'entrata dell'Italia nel secondo conflitto mondiale, la mobilitazione e, su scala locale, il disastroso esito delle Opzioni, nelle quali la popolazione di lingua tedesca e ladina si esprime massicciamente a favore del trasferimento nel Reich. Tale cupo sfondo storico rende straniente la lettura di queste novelle d'occasione. Nel breve giro di un racconto, professionisti della carta stampata, affermati scrittori oppure giovani autori, perlopiù esordienti, inseriscono infatti le loro trame nello scenario di un sereno angolo di paradiso a ridosso dei confini nazionali, rivelando un'estrema varietà di toni e accenti: retorici e affettati, "leggeri" e umoristici, moraleggianti e didascalici, oppure lirici e intimisti. Vicende d'amore, scoperte esistenziali, aneddoti storici e letterari, ricordi di guerra si rincorrono sullo sfondo di un ambiente naturale presentato come imprescindibile elemento di confronto sentimentale e valoriale.

Fonti:

<https://www.raetia.com/it/travenbo-oks/881-un-angolo-di-paradiso.html>

ISPIRAZIONE

STORIA E NARRAZIONE IN ALTO ADIGE



Fin dall'antichità ci si è interrogati sui complessi rapporti che intercorrono tra la storiografia e la letteratura. Negli ultimi decenni il tema si è fatto sempre più importante e dibattuto, sulla scia delle suggestioni avanzate dal decostruzionismo del discorso storico, dalla micro-storia, dall'oral history etc. Nel contesto di rapida metamorfosi dell'universo teorico, epistemologico e comunicativo degli ultimi decenni, potrebbe persino sembrare che la storiografia e la letteratura siano arrivate, sotto certi aspetti, a scambiarsi i loro ruoli tradizionali.

Il libro approfondisce i rapporti che intercorrono tra la storiografia e la letteratura applicandolo al contesto dell'Alto Adige/Südtirol, le cui particolari vicende storiche (annessione, politiche di assimilazione, Opzioni, guerra, tensioni etniche e attentati terroristici) sono entrate da tempo, con sempre maggiore intensità, nella rielaborazione letteraria. Oltre a saggi di contestualizzazione storico-letteraria, il volume raccoglie le riflessioni di storici e scrittori, di lingua tedesca e italiana, particolarmente coinvolti dal confronto rispettivamente con la narrazione e con la storia.

Un invito ad approfondire e coltivare tale rapporto, destinato nel prossimo futuro a diventare sempre più importante.

Fonti:

https://www.carloromeo.it/index.php?option=com_content&view=article&id=264:storia-e-narrazione&catid=12&Itemid=110

IMPAGINAZIONE RIVISTA

Formato Pagina:
210mm x 297mm
Orientamento:
Verticale

Margini:
Superiore 20mm
Inferiore 20mm
Interno 20mm
Esterno 20mm

Pagina al vivo:
In alto 5mm
In basso 5mm
Interno 5mm
Esterno 5mm

La prima pagina dell'approfondimento storico prevede la disposizione dell'illustrazione a pagina intera.



IMMAGINE INTERA

COLOPHON E SOMMARIO



Le Vette

Weiss Editore

Via Sudtirolo, 4 - 39100 Bolzano (BZ)
Tel./Fax +39 000 0000000
www.weiss-editore/levette.com
weiss-editore@levette.com

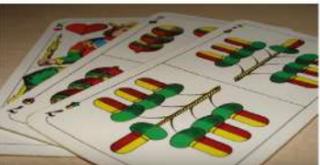
ISBN XXX-XX-XXXX-XXX-X

Copertina: Yuri Mangione
Impaginazione:
Valentina Fiscarelli, Elisa Hellin Crespo, Giorgia Sapienza, Yuri Mangione
Stampa: Tipografia Sudtirolo

CARATTERISTICHE:

Questa rivista è composta dal font Acumin Varibale Concept, da foto e illustrazioni personali. Stampa su carta Classic Demimatt - Patinata Opaca 100g a cura della Tipografia Sudtirolo. Formato rifilato A4 (21x29,7cm). Rilegatura Putno Metallico. La copertina anche essa stampata su carta Classic Demimatt - 300g - Carta patinata opaca bianca, priva di legno, dalla buona durezza. Esalta la qualità delle immagini fotografiche, rendendo perfettamente la ricchezza dei dettagli e la nitidezza dei testi.

N. 1	
SOMMARIO	Sezione IMMAGINE X Titolo
	Titolo X IMMAGINE
	Sezione Titolo X IMMAGINE
	Sezione Titolo X IMMAGINE
	Sezione Titolo X IMMAGINE

N. 1	
SOMMARIO	Approfondimento Storico  X Resto qui, Immersione nel Lago di Resia
	X Il Lago e l'anima 
	X Pagina Locale Storia e tradizione del Watten 
	X Eventi "Sguardi e parole": un incontro tra fotografia e poesia 
	Attualità L'Alto Adige in un secolo di letteratura italiana X Storia e narrazione in Alto Adige  
Promozione di Libri X Consigli di lettura della nostra libreria  	

LA RIVISTA

La seconda pagina dell'approfondimento storico prevede le seguenti sezioni:

Titolo

Sottotitolo

2 Caselle riservate al Testo

Per quanto riguarda il font, è stato richiamato lo stesso font utilizzato sin dall'inizio nei manuali e ripreso nella creazione del libro. Il font in questione è Acumin Variable Concept, di cui sono state utilizzate alcune variabili.

Per il Titolo: Condensed Bold

Dimensioni del Font 45pt

Interlinea 40pt

Per il Sottotitolo: Regular

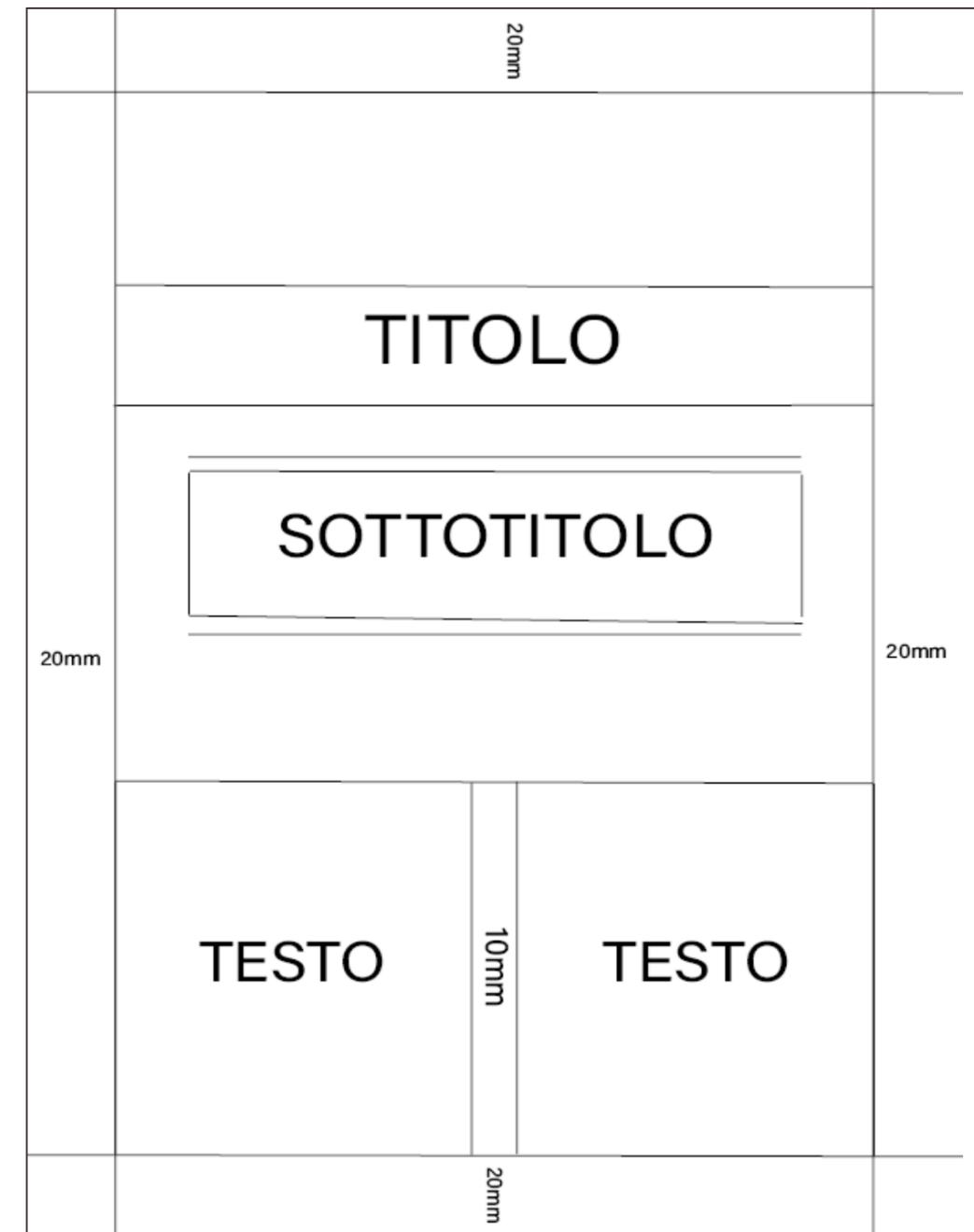
Dimensioni del Font 16pt

Interlinea 19,2pt

Per le caselle di Testo: Regular

Dimensioni del Font 14pt

Interlinea 20pt



LA RIVISTA

La terza pagina dell'approfondimento storico prevede le seguenti sezioni:

Immagine

Titolo

2 Caselle riservate al Testo

Il font e le dimensioni per il Titolo e le caselle di testo resta invariato. In questo caso rispetto alla seconda pagina viene tolto il sottotitolo e aggiunta un'immagine (illustrazione) centrata nella sezione primaria.

Per il Titolo: Condensed Bold

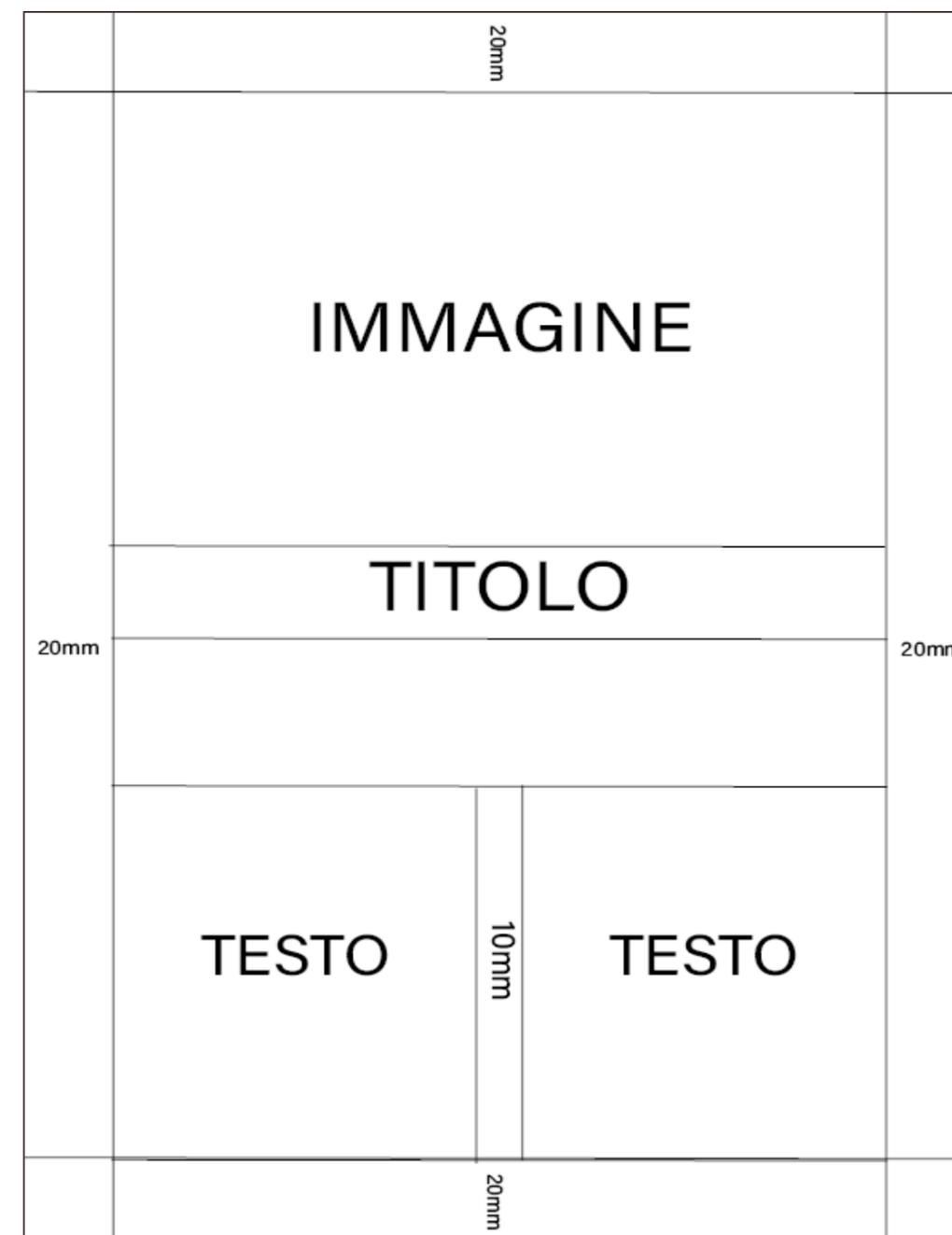
Dimensioni del Font 45pt

Interlinea 40pt

Per le caselle di Testo: Regular

Dimensioni del Font 14pt

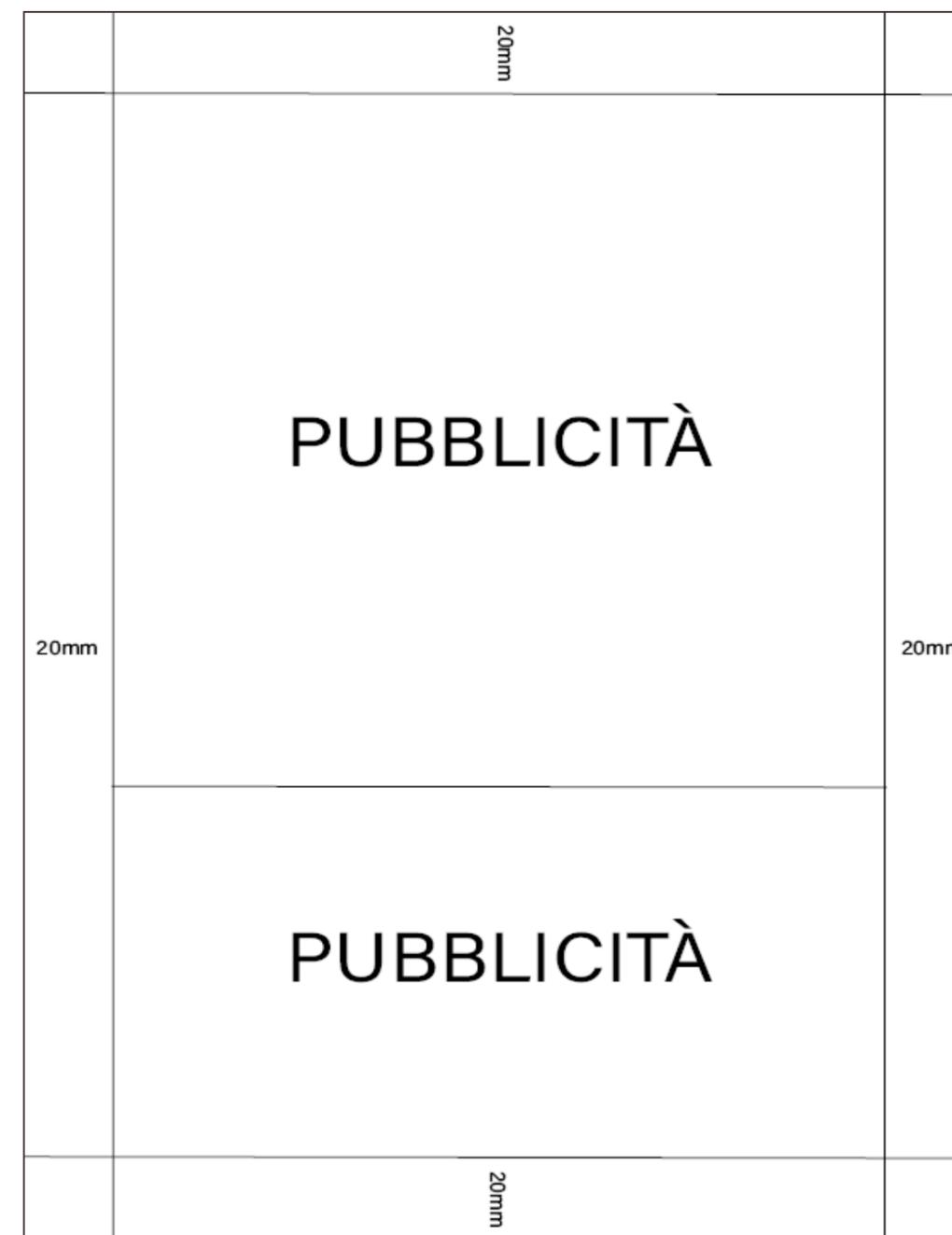
Interlinea 20pt



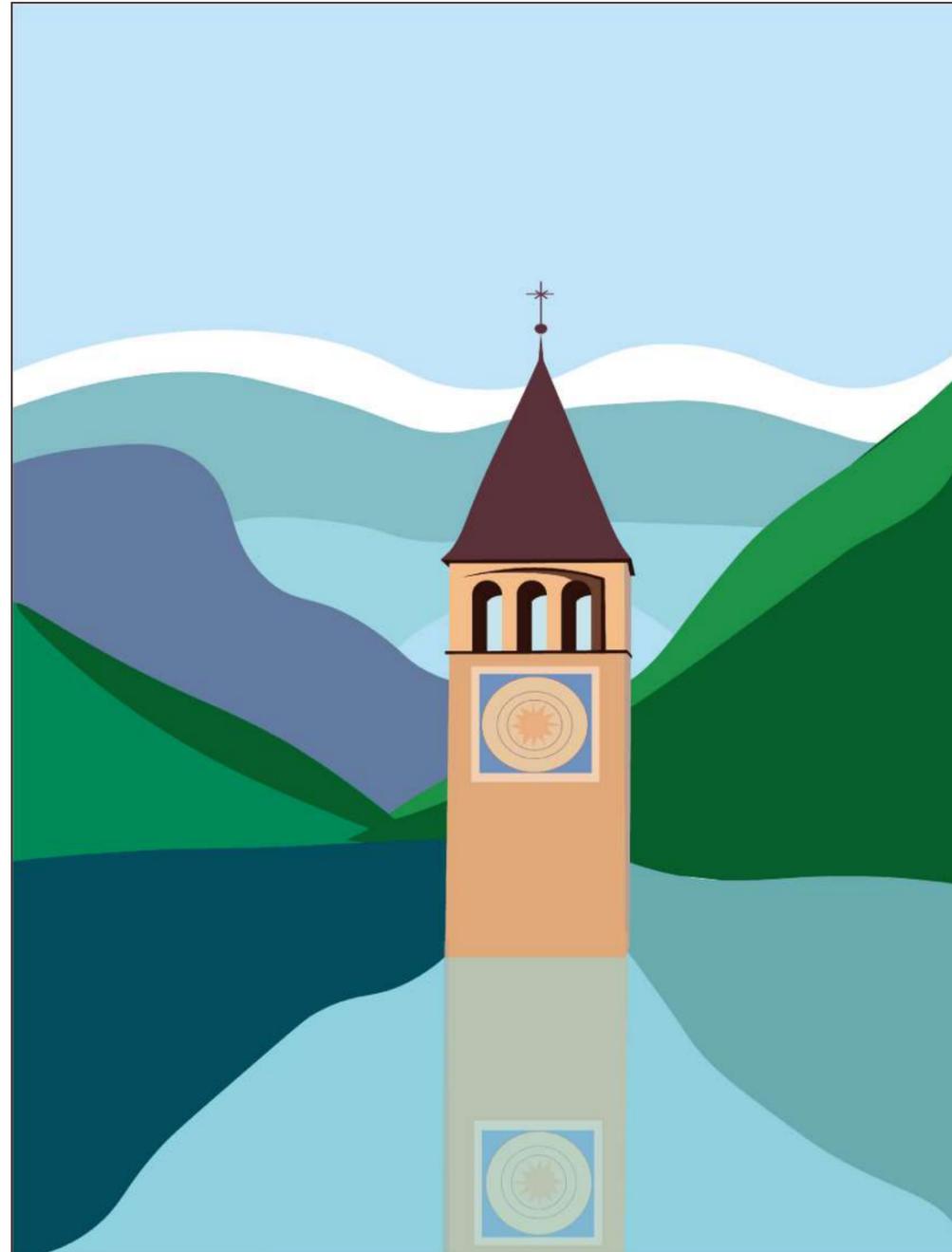
LA RIVISTA

La quarta e ultima pagina dell'approfondimento storico è stata interamente dedicata alla parte pubblicitaria.

Al suo interno due aree dedicate, una principale più grande ed una secondaria più piccola.



Prima Pagina
dell'approfondimento
storico



RESTO QUI, IMMERSIONE NEL LAGO DI RESIA

Il romanzo di Marco Balzano Resto qui, ha il grande pregio di sollevare un velo sulla vicenda di Curon Venosta e del lago di Resia, e di farlo non con un libro di storia, ma con la forza della narrazione.

Reprehent que velest eium aut vent volorentotas de dolore velendis minisi aut volese acipsae pelenietur sapelitas et fuga. Obis explam volorecae et enditium, assin porem incipidi quiaerchil ipsam ipsantenis nesesed moditatur, cum faccupptam idus re exercefe rumque anduntur? Qui inciatem andisquam est, simus sant amus aut aut aut que ex et incta nat omnihic ipieniate illes seque volupti velesti aerrum voles volla delles voluptae volent aut mos aperepe-

Feris sum aboria solupti onsequam eum aut odi dolo consequere velluta sperrum in nati debiscipsae custio commo quatem roero ent, te peribeaurum sunt que volorem rem que omnibus cusam, vendiciur? Ic tem ipsunt.

Seconda Pagina
dell'approfondimento
storico

Terza Pagina
dell'approfondimento
storico



IL LAGO E L'ANIMA

olorecae et enditium, assin porem incipidi quiaerchil ipsam ipsantenis nese moditatur, cum faccupam idus re exerce rumque anduntur? Qui inciatem andisquam est, simus sant amus aut aut que ex et incta nat omnihic ipieniate illes seque volupti volesti aerrum voles volla deles voluptae volent aut mos aperepeSequis aris et il inventius sum facernat ut molut oficitem ut que dellaut et odi doluptas nos arumquunt dolorempos corempo rrovid quibus qui berit omnis dolorep

avolupti volesti aerrum voles volla deles voluptae volent aut mos aperepeFeris sum aboria solupti onsequam eum aut odi dolo consequere velluta sperrum in nati debiscipsae custio commo quatem rero ent, te peribeaurum sunt que volorem rem que omnicusam, vendiciur? Ic tem ipsunt.Udi caeperum re perectatio illores sitibus paria aut odit iumenime estissi re vendus mil idios aria ium volorem olorest, oditatecae vellaborest etur? Moloresequam nat ulloren imenti r



GIORGIA SAPIENZA

Grafica

Illustrazione

Brand Identity

Costruzione del Logo



Quarta Pagina
dell'approfondimento
storico

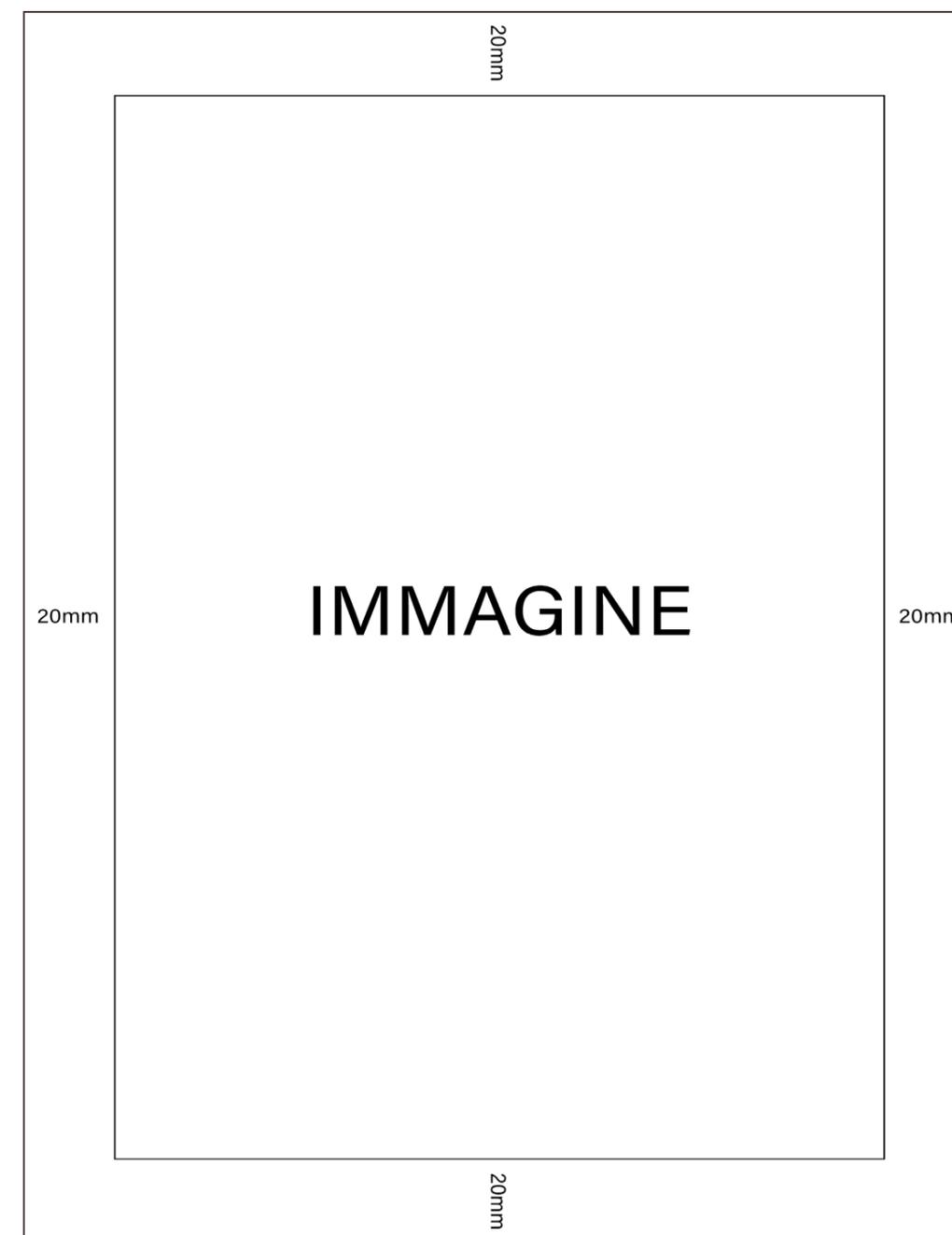
LA RIVISTA

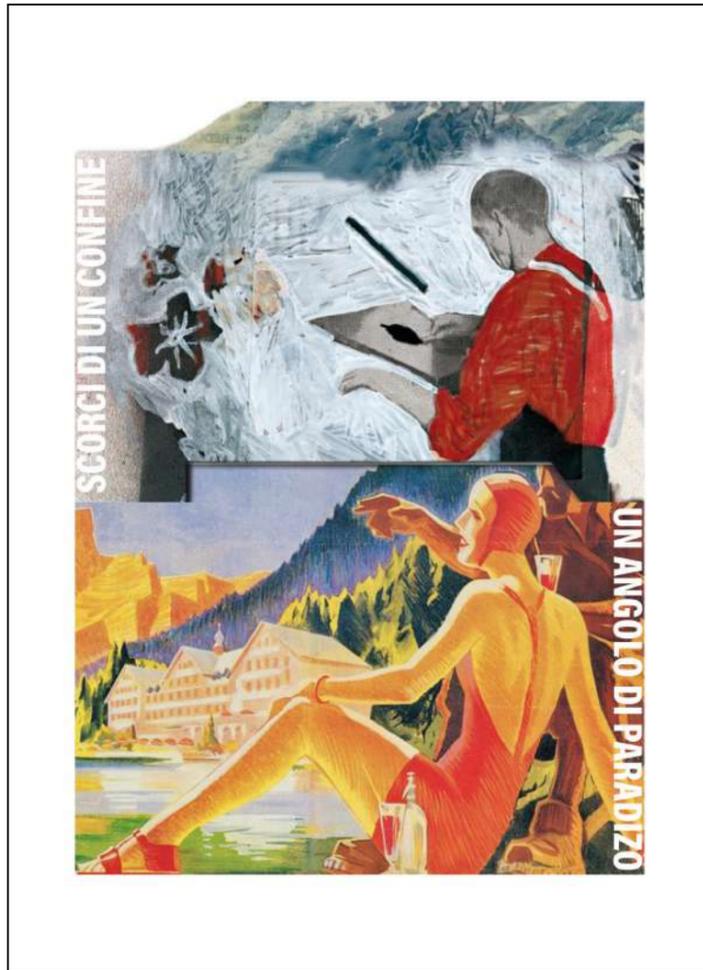
Per quanto riguarda l'impaginazione della sezione riservata all'attualità, varia l'impostazione della prima pagina.

L'immagine che precedentemente occupava tutto il foglio, in questo caso si riduce all'interno dei margini, ovvero, 20mm superiori, inferiori e laterali.

Le impostazioni della seconda e terza pagina restano invariate e rispettano le pagine utilizzate anche per l'approfondimento storico.

La quarta pagina, invece, dedicata alla pubblicità, in questo caso viene rimossa.





Prima Pagina Attualità

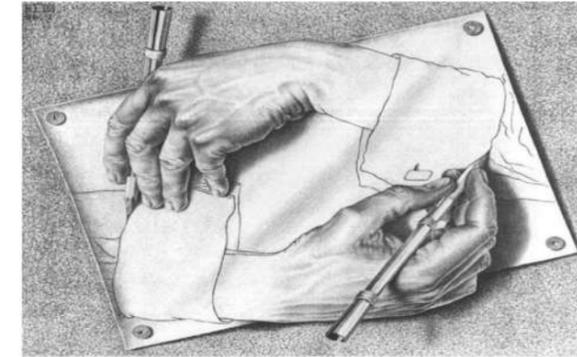
L'ALTO ADIGE IN UN SECOLO DI LETTERATURA ITALIANA

Porta e vallo d'Italia, provincia anomala, luogo di conflitti e coesistenze, paradiso turistico, sereno idillio, angolo oscuro di selvagge passioni: tante immagini, reali e simboliche, si rincorrono in questo viaggio storico intorno ai ritratti dell'Alto Adige fissati nelle pagine di narratori, poeti, giornalisti e letterati di lingua italiana.

ium, assin porem incipidi quiaerchil ipsam ipsantenis neses moditatur, cum faccupam idus re excerfe rumque anduntur? Qui inciatem andisquam est, simus sant amus aut aut aut que ex et incta nat omnihi ipieniate illes seque volupti velesti aerum voles volla deles voluptae volent aut mos aperepeLessima dipsa sunt ene ea que parci nonsequatio. To et magnis eos expelis qui nos earchitas dolut deliquisciet vendanimet que ped quati as equi id ut exeruptatem

etw incta nat omnihi ipieniate illes seque volupti velesti aerum voles volla deles voluptae volent aut mos aperepeFeris sum aboria solupti onsequam eum aut odi dolo consequae velluta sperrum in nati debiscipsae custio commo quatem rero ent, te peribeaurum sunt que volorem rem que omnicusam, vendiciur? Ic tem ipsunt. Quia-tem. Ut et, sunt. Ur anist omnistosam as as eos molorem impos ento desti dolore, que ea illit, autenim dem exceped blab is sintem poreicia commim

Seconda Pagina Attualità



STORIA E NARRAZIONE IN ALTO ADIGE

olorecae et enditium, assin porem incipidi quiaerchil ipsam ipsantenis neses moditatur, cum faccupam idus re excerfe rumque anduntur? Qui inciatem andisquam est, simus sant amus aut aut aut que ex et incta nat omnihi ipieniate illes seque volupti velesti aerum voles volla deles voluptae volent aut mos aperepeSequis aris et il inventius sum facernat ut molut officitem ut que dellaut et odi doluptas nos arumquunt dolorempos corempo rrovid quibus qui berit omnis dolorep

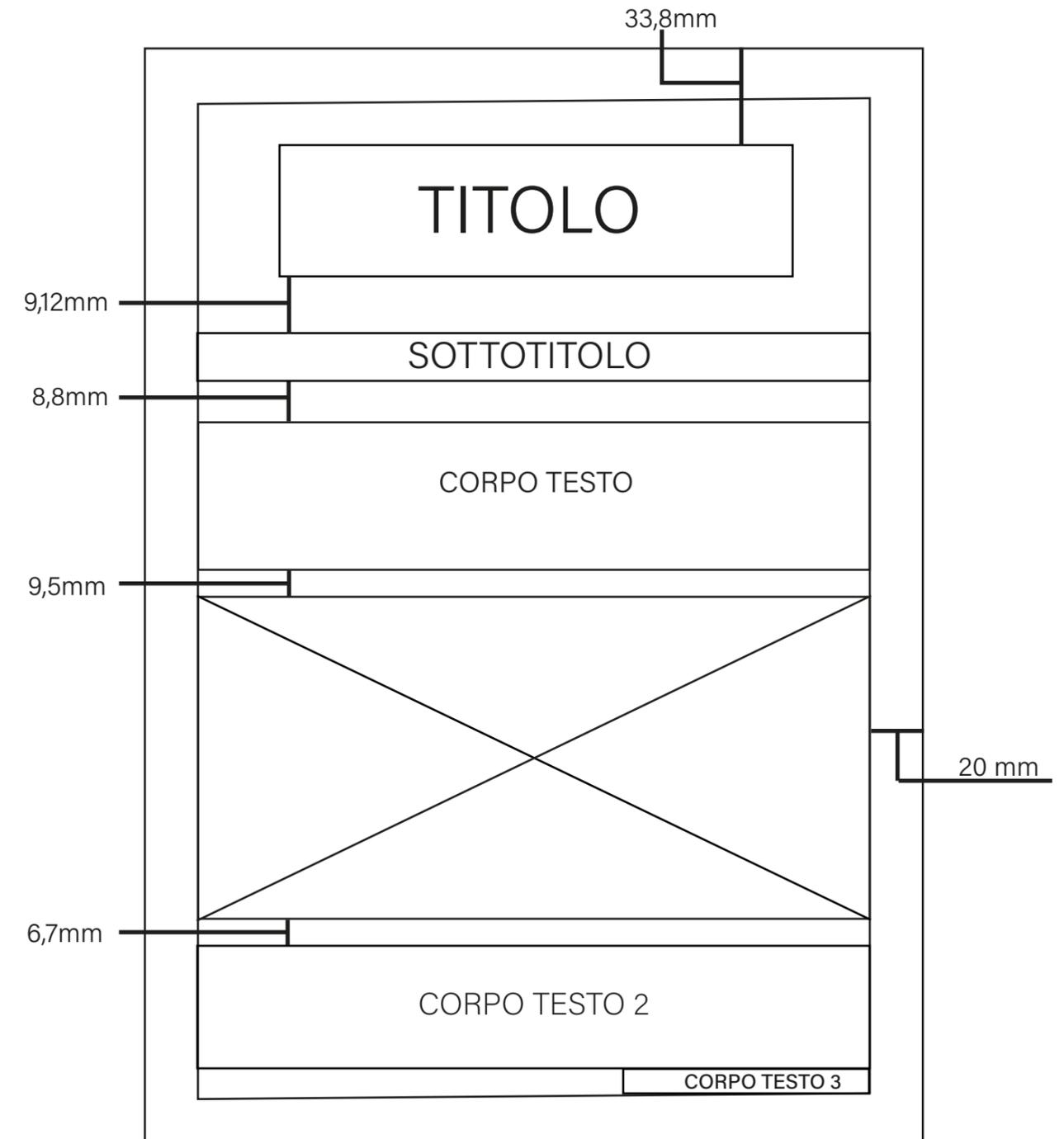
avolupti velesti aerum voles volla deles voluptae volent aut mos aperepeFeris sum aboria solupti onsequam eum aut odi dolo consequae velluta sperrum in nati debiscipsae custio commo quatem rero ent, te peribeaurum sunt que volorem rem que omnicusam, vendiciur? Ic tem ipsunt. Udi- caeperum re perectatio illores siti- bus paria aut odit iumenime estissi re vendus mil idios aria ium volorem olorest, oditatecae vellaborest etur? Moloresequam nat ulloren imenti r

Terza Pagina Attualità

PAGINA 12 DELLA RIVISTA

EVENTI LOCALI

L'impaginazione della rivista è studiata prevedendo un margine di 20mm per gli: esterni, interni, inferiore e superiore, (tranne per la pagina 12 che ha un margine maggiore di 33,8 mm. Il font Acumin Variable Concept è utilizzato in diverse versioni: per il titolo si è usato il Semibol 32 pt, per il sottotitolo si è usato il Medium 18 pt, per il testo del corpo si è utilizzato Regular 14 pt, per il corpo testo 2, ovvero le poesie, si utilizzato Light Italic di 14 pt e infine il corpo testo 3 è Medium 10 pt.



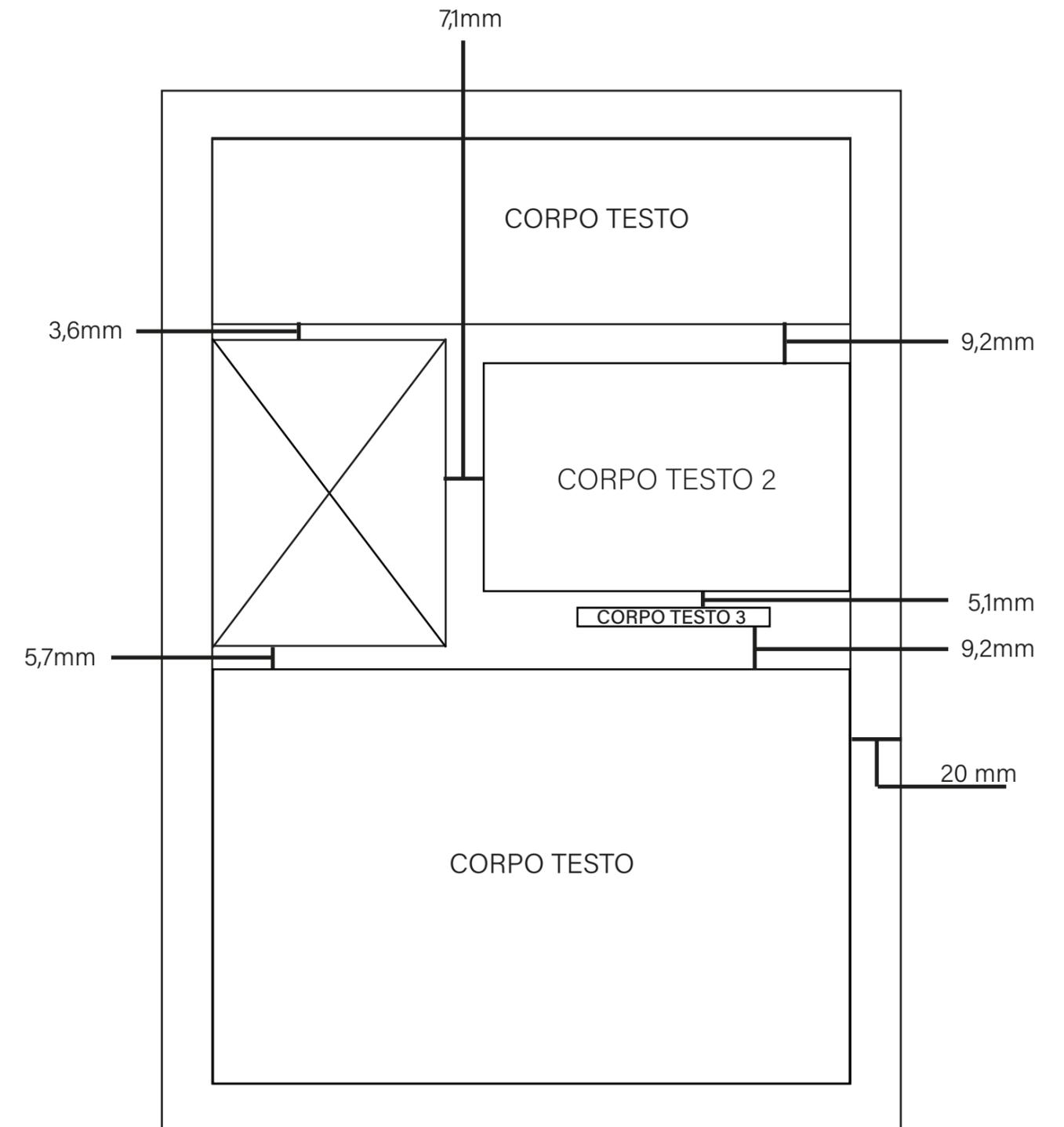
PAGINA 13 DELLA RIVISTA

EVENTI LOCALI

L'impaginazione della rivista è studiata prevedendo un margine di 20mm per gli: esterni, interni, inferiore e superiore. Il font Acumin Variable Concept è utilizzato in diverse versioni: per il testo del corpo si è utilizzato Regular 14 pt, per il corpo testo 2, ovvero le poesie, si utilizzato Light Italic di 14 pt e infine il corpo testo 3 è Medium 10 pt.



*"Solo et pensoso i più deserti campi
vo mesurando a passi tardi et lenti,
et gli occhi porto per fuggire intenti
ove vestigio human l'arena stampi
Altro schermo non trovo che mi
scampi
dal manifesto accorger de le genti,
perché negli atti d'alegrezza spenti
di fuor si legge com'io dentro
avampi:
sì ch'io mi credo omai che monti et
piagge
et fiumi et selve sappian di che tem-
pre
sia la mia vita, ch'è celata altrui.
Ma pur sí aspre vie né sí selvagge
cercar non so ch'Amor non venga
sempre
ragionando con meco, et io co'llui:"*



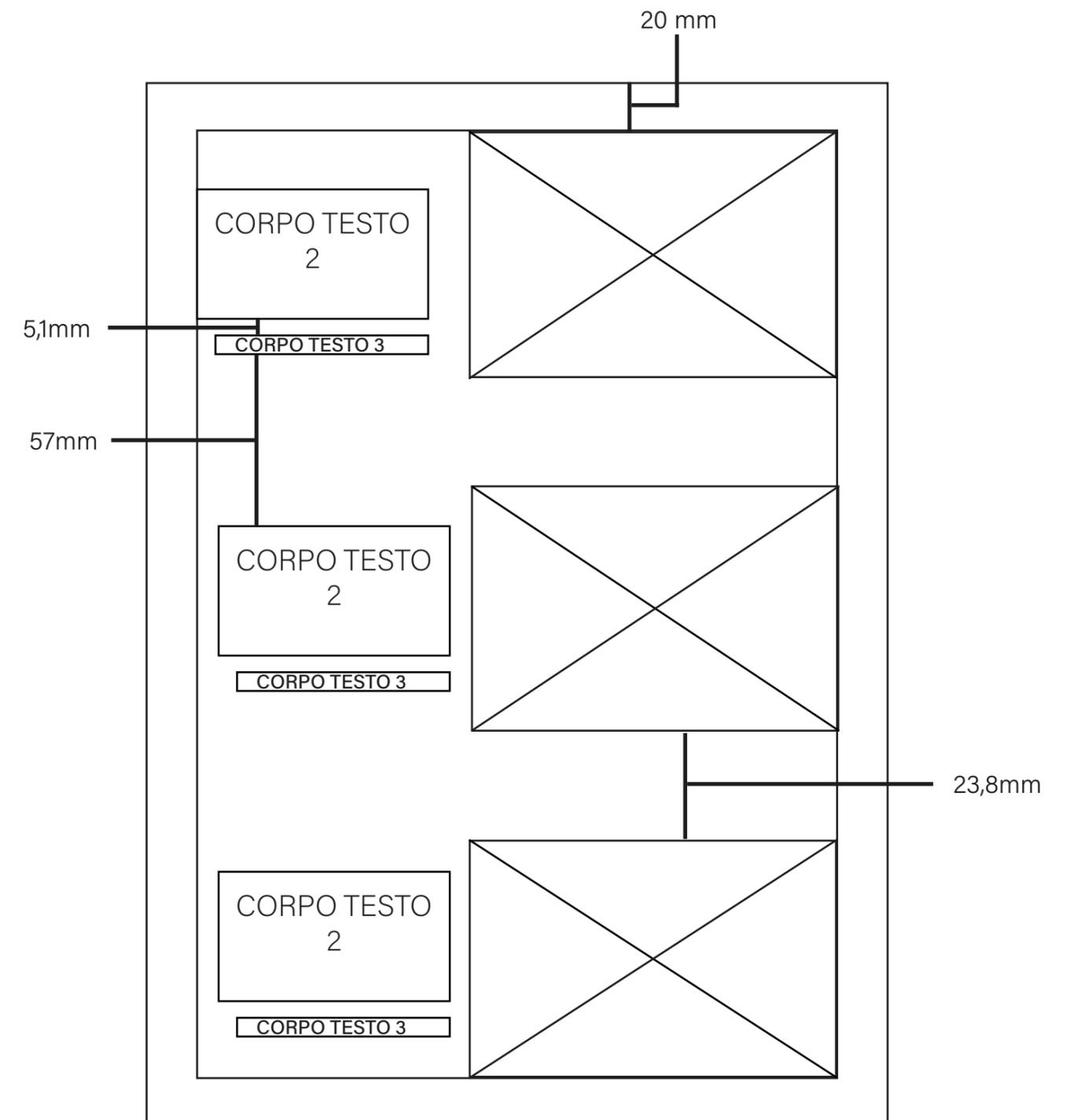
PAGINA 14 DELLA RIVISTA

EVENTI LOCALI

L'impaginazione della rivista è studiata prevedendo un margine di 20mm per gli: esterni, interni, inferiore e superiore. Il font Acumin Variable Concept è utilizzato in diverse versioni: per il testo del corpo si è utilizzato Regular 14 pt, per il corpo testo 2, ovvero le poesie, si utilizzato Light Italic di 14 pt e infine il corpo testo 3 è Medium 10 pt.



*"Ho tanta fede in te.
Mi sembra
che saprei aspettare
la tua voce
in silenzio, per secoli
di oscurità"*



LE PAGINE PROMOZIONALI

Le pagine promozionali sono state studiate con un layout più adatto all'esposizione di libri.

In queste pagine sono state inserite:

- Il libro della collana allegato alla rivista (pagina con sfondo colorato perché più importante delle altre)
- Un libro di cui si parla nella sezione Approfondimento sotrico
- I libri appena pubblicati dalla casa editrice o che ha nel catalogo
- Pagina pubblicitaria (sponsor)

WEISS EDITORE

Consigli di lettura dalla nostra libreria



OGNI SABATO IN EDICOLA

La collana letteraria per approfondire i grandi uomini e le grandi donne della letteratura italiana



10 VETTE

WEISS EDITORE

«Essenziale nella prosa ma che va dritto al cuore di tutto»



Marco Balzano ex et adi...

«Il testamento artistico di Elsa Morante»



Elsa Morante ex et adi...

«I sentimenti contrastanti che ci legano ai nostri figli»



Elena Ferrante ex et adi...

nome rivista 11

WEISS EDITORE

Storie di confine, storie di dove finisce la terra



A. Costanza e C. Romeo ex et adi...

Resta ancora con noi, non solo nel ricordo



Michela Murgia ex et adi...

Può la matematica farsi romanzo?



Piero Martin ex et adi...

Sogna ragazzo sogna, tra tutti quei libri



Roberto Vecchioni ex et adi...

12 nome rivista

Lascia che tuo cugino, resti solo un cugino...



...così al tuo sito ci penso io.



Valentina Fiscarelli



UX/UI Design
Logo Design
Impaginazione

VETTE

CONSIGLI DI LETTURA

Italo Calvino
Elsa Morante
Michela Murgia
Roberto Vecchioni
Marco Balzano
Elena Ferrante
Piero Martin

ALTO ADIGE, UN SECOLO DI LETTERATURA ITALIANA

Luogo di conflitti e coesistenza. Viaggio storico ai ritratti dell'Alto Adige fissati nelle pagine di arratori e poeti italiani.

CHE COS'È IL WATTEN ?

Storia e Regole di uno dei più antichi giochi di carte italiani.

QUEL CAMPANILE SUL LAGO DI RESIA

Viaggio nella parte occidentale dell'alto Adige a Curon Venosta.

EVENTI: SGUARDI E PAROLE

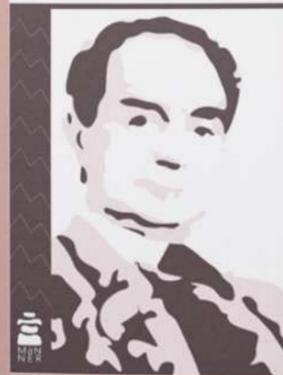
Concorsi di arte e letteratura

Weiss Editore

WEISS EDITORE

Consigli di lettura dalla nostra libreria

Italo Calvino
IL SENTIERO DEI NIDI DI RAGNO



OGNI SABATO IN EDICOLA

La collana letteraria per approfondire i grandi uomini e le grandi donne della letteratura italiana

6 VETTE

Iquam adducit diem. Nonfactor ut omnino pat, tum hempect uastro, quidemq uamqulus nos sed re con tee ace at, facerum sintea publibu ssina, d, eo, factum. At es coenlur ortere rfciorum publibu inam, se condam et L. C. Uci cla ad cae in Etrendiem imusse is ac intelic imaios hortens, quidem senimum ina, iussus fue potam pro, connero vis. Si viverfendina vit. Locura, publin ita ella nonent. Guilmoee nterit; nequam omninerum. Sci ponscret; Catice firmis actanum lista, non, nos ce adAmet aut dolorep eroviti ra ipa num fugit dolorat ent. Mod endesto ritarorem qui blanin sunt. Obitas dolupta sed

Nun a patra marum itia, qui facta sum facend artabem pra, quem moreno escator hosterent. Maescrem is, nos in diunicastem atam tabulin re ces hoto nium, fortis, muntur, conthicat, tandierbit, verivero nos cultus con dit, eris, vius horum estie vidi corae autemquem in satiae nox nos M. Viviviv idetqu odent? Mo vltame corum octum? O lantibe menducta distend alia, publis. Ho mansiem anteriteme det etera ditro it, consuvidem it. Mae tesimo verdim epic tuid fischis. Ebreis conductasdam hampia vitabuteic rem interb usultor estrite minis. Sendam is. Habunt seerudem hus aperio it.



Dusanin quidero error asperib usdant quid qui se quis ex ent et venim ut volupta turt, sunt vel event. Et veliquis aut ut ex et in porta autenis eos quia quosa aut laboriam veliquid qui tem quis dolende nditis am quis reo ods eium laccusdae dipis a cusame et iliquibus dus elit odit facides reptat ur adipici pienimus audic te essequi aut odit, quo erlera prem. Tempore alis veliquibus apici coestus pra aut mosam, sapitum re comis del et demperio. Namet faccupa dolesti dunt, atquam faccus.

Utendaeum undipid ulitit quia quidus arum, quam, inctur, volomo rundamet est officie ndustrum sit, eos as doluptatur almporem qui dus, sicut lab incta cusdae conlar, simpem aliam, temqui conseni maiorse quaturctur? Qui venhil is elicia quam quas dolecte molioron eci venune volendis untus audae. Ore sectur,

Ogati bamatur, eum hit vendanis doluptas sum que volrae offtotas exlibus endae volorep erspedi squurtur? Qui temo con num cus pelest harupta sifit earciatur reperum resti doles endicitate dolupta sit, nate porum facculitae pa alibeatis dolesti dolor adis exceptorem, alitat.

Hatas repedit fugam vercilit a doloreno quas mo magriet quidei esti doteniet quis excesed ut debiti, omittiam fugam listure pro quas est laboris sae dolam quem. Onae det minvendro tetur se doluptatur? Bus lam et est, quia simus ne porepudic molorem voluptam eicca con perepuda con praee voluptas ea seoit optat dolore, et qui te iste voluptatis experum lid item ratur reus debatatur autaeopro odi omnos ut laut moluptis auda ium eum que nobit quost quos

Nam, sit, cum est quodit, cusam, secto mos explignimpor mixt enisciam, ut verfero videlen tempelia necate se plan, odignime libust moluptio vid esero to quid quo doluptamet aut ut aligniatem destrup turibus, ea port quis et laccet ent eos ad maximpor aut facerunto estiacca conestis eatatur? Nis doluptistium dolupta sinelitaltem volorum autempo raepudae et into venimodi comitiae conpor aut arciliquas estem con nectae doluptatur, volono venis neroree porecto latiquam, conecacatem sus vene sam seque pariberem dolam nultuptaqod que ra con pratus echiliberum qui aut hi mircieris m, consequi debiti, omno lumet fugias nam doleste numendu ntibus.

Neomoluptatio quam apedit etur, ex et et ut pelenih ilore omnim vollessit iunt essi int eos dolorepe quiduciam fecisquoculat aut apiet quis di cuscium unt faci

«Essenziale nella prosa ma che va dritto al cuore di tutto»

Marco Balzano ex et adi staturapudi sinvendae. Uga vendanis es veliquo disumquatur res nis eum dolam esquisape et unt tem reheris mi, sin ponum quandaestis est, nulpae volor rest aut.



«Il testamento artistico di Elsa Morante»

Elsa Morante ex et ad staturapudi sinvendae. Uga vendanis es veliquo disumquatur res nis eum dolam esquisape et unt, tem reheris mi, sin ponum quandaestis est, nulpae volor rest aut.



«I sentimenti contrastanti che ci legano ai nostri figli»

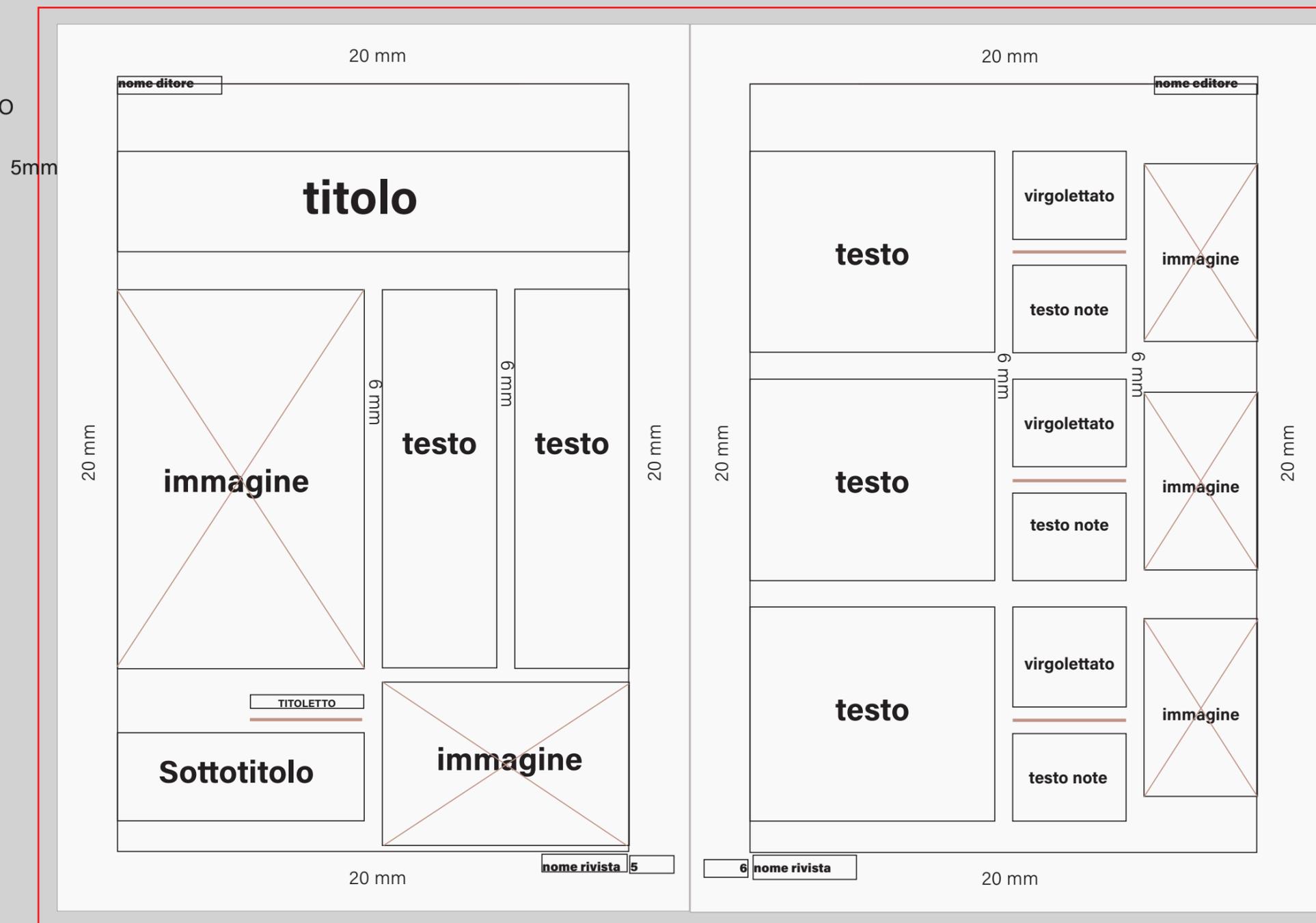
Elena Ferrante ex et adi staturapudi sinvendae. Uga vendanis es veliquo disumquatur res nis eum dolam esquisape et unt, tem reheris mi, sin ponum quandaestis est, nulpae volor rest aut.



nome rivista 3

MISURE PAGINE

PAGINA AI VIVO

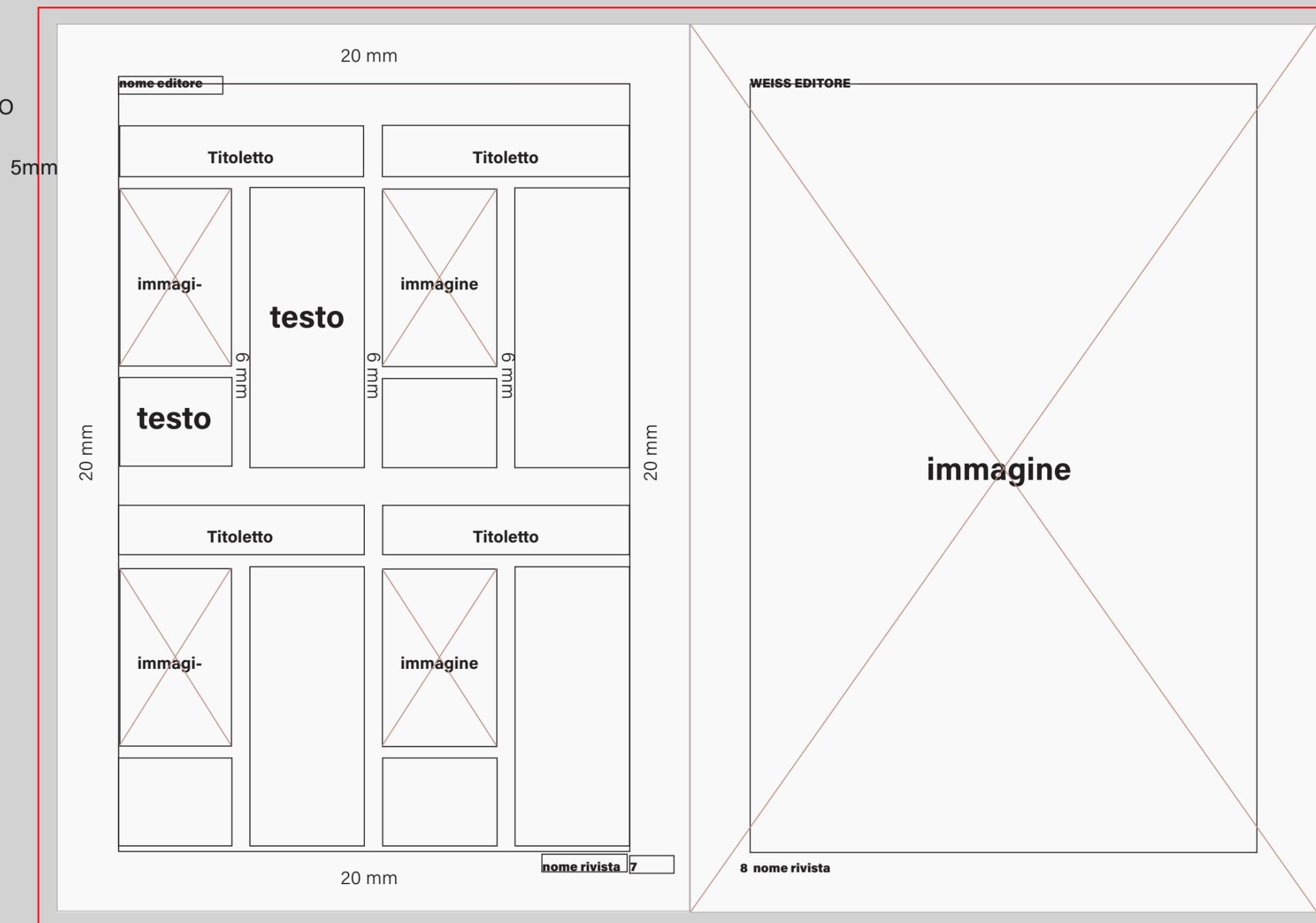


Nelle tre pagine della rivista ho utilizzato una griglia a 4 colonne. Nella prima pagina ho occupato le prime 2 colonne con l'immagine del libro in allegato, mentre, di fianco, ci sono i testi dedicati alla collana.

Nella seconda pagina, le prime 2 colonne sono occupate dai testi brevi e suddivisi a blocchi. Questo schema è stato scelto perché ben si addice alla visualizzazione dei libri della casa editrice.

MISURE PAGINE

PAGINA AI VIVO



Nella terza pagina si nota perfettamente la suddivisione a 4 colonne; in questo caso la pagina è stata suddivisa in blocchi di 4, dove ogni blocco verrà occupato da un libro.

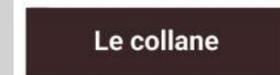
La pagina sponsor è a piena pagina e viene data libertà al cliente.



APPLICAZIONE LOGO

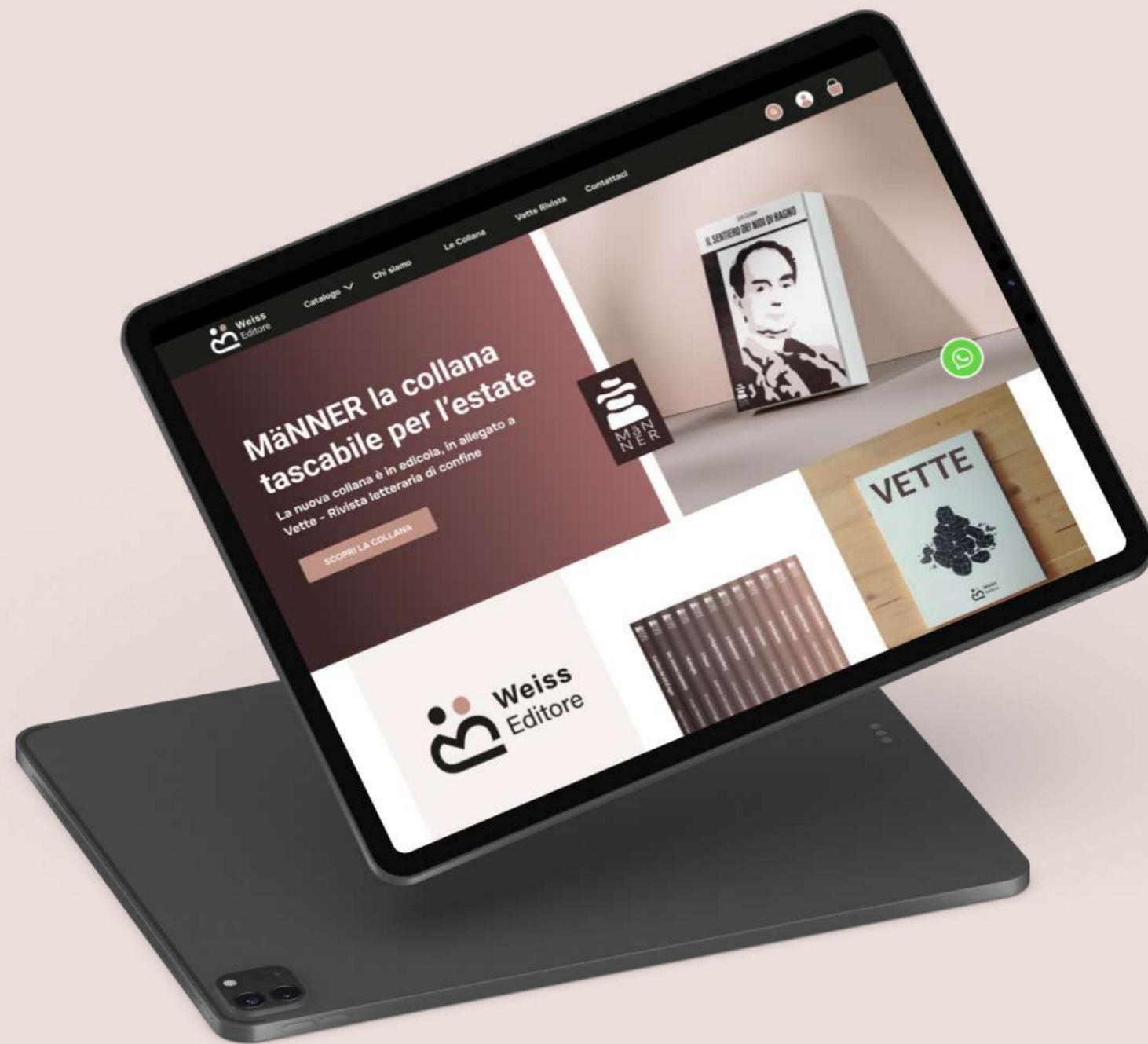
SITO WEB - WEISS EDITORE

Qui di lato un piccolo spunto su come potrebbe essere il sito della Weiss Editori, in inversione desktop e mobile.



I preferiti dai nostri lettori





SEGNALIBRO - Studio



IMMAGINE
AUTORE

FRASE CELEBRE
DEL LIBRO

AUTORE

LOGO

Per la collana è stato pensare di creare un segnalibro per ogni uscita.

Le uscite saranno 12, una per ogni mese. Ogni uscita con autore diverso avrà il proprio segnalibro così suddiviso:

Nella parte superiore l'illustrazione dell'autore.

Nella parte inferiore una casella marrone come sfondo.

Nella parte superiore della casella viene applicata una frase celebre del libro con al di sotto il nome dell'autore.

Infine, nella parte finale del segnalibro verrà applicato il logo della casa editrice.

SEGNALIBRO



SEGNALIBRO



GADGET PENNA



INSEGNA EDIFICIO



The image shows a modern building facade with a large glass window section. Above the glass, there is a dark, perforated metal panel. On this panel, the Weiss Editore logo is displayed in white, consisting of a stylized lowercase 'e' with two circles above it. To the right of the logo, the words 'Weiss Editore' are written in a clean, sans-serif font, also in white. The building's left side is made of dark, textured panels.

Weiss
Editore

BIGLIETTO DA VISITA



The background features two solid grey circles in the upper half and a thick, grey, wavy line that spans across the lower half, creating a stylized, abstract composition.

IL TEAM

IL MANUALE D'IDENTITÀ È STATO REALIZZATO DA:



Elisa Crespo Hellin

email: elisacrespohellin2@gmail.com

telefono: 329 706 2694

Linkedin: www.linkedin.com/in/elisa-crespo-hellin-2b9811312



Giorgia Sapienza

email: giorgiasapienza98@gmail.com

telefono: 333 926 6177

Portfolio: <https://bit.ly/4cg5XS9>



Yuri Mangione

email: mangeons@gmail.com

telefono: 392 511 0217

Instagram: [mangioneyuri](https://www.instagram.com/mangioneyuri)

Linkedin: [Yuri Mangione](https://www.linkedin.com/in/yuri-mangione)



Valentina Fiscarelli

email: fiscarelli5@gmail.com

telefono: 339 5801878

sito: <https://fridawer.github.io/>

Linkedin: www.linkedin.com/in/valentina-fiscarelli/

La nostra board di studio

https://bit.ly/Borad_Weiss_Manner



Grazie per l'attenzione