

DISCIPLINARE PER L'USO DEL CITY-BRAND TRENTO

Premesse

- a) il city-brand Trento (di seguito solamente city-brand), elaborato dall'Azienda per il Turismo Trento, Monte Bondone (di seguito più brevemente "APT" o "soggetto gestore", in relazione alle finalità dello scritto) in attuazione della linea strategica "Trento - Brand forte" prevista dal Piano di politica turistica del Comune di Trento (approvato con deliberazione del Consiglio comunale n. 143 dd. 29/11/2022) risponde alle finalità di:
- connotare l'offerta territoriale con caratteri intangibili, che affondino le radici nei valori identitari e nella vocazione della città, in coerenza con le aspettative e con il potenziale evolutivo cittadino;
 - uniformare la linea comunicativa per promuovere un'immagine unitaria del territorio, rendendo la città riconosciuta e riconoscibile e valorizzandone in modo distintivo e differenziante la proposta;
 - promuovere non solo un ambito geografico, ma l'intero insieme di risorse e potenzialità del territorio, dovendo essere rappresentativo di una comunità prima ancora che di una destinazione turistica;
- b) il city-brand è uno strumento di comunicazione, un segno distintivo che ha lo scopo di identificare Trento come destinazione, connotandola coerentemente con il sistema valoriale definito all'interno del già citato Piano di politica turistica. La veicolazione del marchio è strettamente ancorata a tale obiettivo e come tale può interessare unicamente soggetti, prodotti ed iniziative che siano coerenti con l'immagine e la vision del brand;
- c) il presente disciplinare, elaborato ed approvato di intesa tra Comune di Trento e APT, contiene vincoli, presupposti e modalità di utilizzo del city-brand e costituisce il disciplinare tecnico cui APT deve fare riferimento nella gestione del marchio.

1. Disposizioni comuni

1.1. Titolarità, utilizzatori ed esclusività del city brand

- I. La titolarità del city-brand Trento è in capo ad APT, che è anche responsabile delle attività connesse alla sua diffusione e tutela, ivi inclusi il riconoscimento della licenza d'uso non esclusivo del brand e la verifica del corretto impiego della stessa. Nella gestione del brand e nella valutazione della correttezza delle applicazioni che ne vengono fatte, APT agisce in stretto raccordo con il Comune di Trento, anche nell'ambito dei tavoli di confronto di cui al § 1.4, assicurando all'Amministrazione un costante ed effettivo aggiornamento, nel comune obiettivo di assicurare coerenza e continuità di azione rispetto agli obiettivi strategici definiti nel Piano di Politica Turistica del Comune di Trento, valevole per il periodo 2022-2032.
- II. Il city-brand costituisce – previo riconoscimento della licenza d'uso dello stesso e nel rispetto delle indicazioni di dettaglio più ampiamente riportate nei paragrafi seguenti – l'unico segno di identificazione dell'ambito territoriale Trento - Monte Bondone, come destinazione turistica e cittadina, in qualsiasi attività di tipo promozionale, comunicativa e commerciale, da parte dei seguenti soggetti:

- a) il Comune di Trento e i relativi enti/società controllati;
 - b) L'APT Trento, Monte Bondone;
 - c) le organizzazioni private operanti nell'ambito Trento, Monte Bondone, che – nel rispetto dei vincoli previsti dal presente disciplinare – intendano utilizzare il riferimento al city-brand Trento come strumento di promozione e valorizzazione della propria attività (eventi/iniziativa specifiche, rassegne e festival ricadenti in ambito cittadino, prodotti e/o esercizi tipici). In relazione a grandi eventi distintivi, aventi rilevante impatto sul suolo cittadino, l'uso del city-brand può essere richiesto agli organizzatori da parte dell'Amministrazione comunale o dell'APT, coerentemente con le finalità e gli intendimenti del Piano di politica turistica del Comune di Trento e con il presente disciplinare;
- III. Il marchio può essere altresì utilizzato – con i medesimi vincoli – direttamente dall'APT, dai Comuni interessati e relativi enti/società controllati per la valorizzazione degli ulteriori territori facenti parte dell'ambito territoriale di riferimento dell'APT Trento, Monte Bondone (ad oggi ambito territoriale nr. 8 Trento, Monte Bondone e Altopiano di Pinè), nonché dai territori che eventualmente dovessero esservi ricompresi in relazione a successive future modifiche di ambito.
- IV. Qualsiasi riproduzione non autorizzata del brand, ovvero qualsiasi tentativo di imitazione o contraffazione, sono sanzionati secondo la normativa vigente in materia di marchi d'impresa.
- V. La licenza d'uso non esclusivo del brand si riferisce unicamente alle applicazioni rispettose delle indicazioni dei manuali d'uso allegati al presente disciplinare, nonché alle eventuali ulteriori precisazioni fornite dal soggetto gestore. In particolare, il manuale stabilisce specifiche modalità e condizioni nel rispetto delle quali è ammessa la compresenza di altri marchi.
- VI. I licenziatari non sono autorizzati a concedere l'uso del marchio in sublicenza.

1.2. Funzioni del soggetto gestore del city-brand e durata della licenza d'uso

- I. Il soggetto gestore ha la responsabilità di garantire il corretto utilizzo del brand, accompagnando e supportando gli utilizzatori nel suo impiego e verificando, ove necessario, la corretta applicazione del disciplinare e dei modelli.
- II. In particolare, il soggetto gestore svolge le seguenti funzioni:
 - a) determina e gestisce la procedura di concessione di licenza d'uso del brand secondo le indicazioni dei presenti indirizzi;
 - b) assegna ad ogni licenziatario del brand un codice di identificazione, al fine di gestire un'apposita anagrafe, che condivide con l'Amministrazione comunale;
 - c) vigila sul corretto utilizzo del brand, essendo legittimato a richiedere qualsiasi informazione ritenuta rilevante ai fini della valutazione. Ai fini del corretto svolgimento dell'attività di vigilanza il soggetto gestore definisce una propria procedura interna di controllo, assicurando che le verifiche a campione interessino almeno il 5% dei licenziatari;
 - d) provvede a comminare le penalità e sanzioni previste in caso di utilizzo scorretto o improprio del brand;

- e) determina e gestisce la procedura di rinnovo della licenza d'uso del brand secondo le indicazioni dei presenti indirizzi;
 - f) aggiorna semestralmente il Comune di Trento sul corretto utilizzo del brand e collabora con il medesimo per l'eventuale aggiornamento ed integrazione del presente disciplinare, proponendo eventuali modifiche, utili per il miglior utilizzo e promozione del marchio.
- III. La licenza d'uso del brand concessa, ai sensi dell'articolo 2573 del codice civile, ai soggetti individuati dal paragrafo 1.1, punto II lett. a) e b) e punto III è concessa di diritto ed ha durata indeterminata. Ai medesimi soggetti si applicano le specifiche procedure e sanzioni di cui al paragrafo 3.4.
- IV. La licenza d'uso concessa alle organizzazioni private di cui al paragrafo 1.1, punto II lett. c), rispetta invece i seguenti vincoli di durata:
- a) durata annuale in sede di primo rilascio. La durata annuale è funzionale ad accompagnare il soggetto richiedente nell'utilizzo del brand e verificarne la serietà e coerenza rispetto al presente disciplinare;
 - b) durata triennale in relazione a ciascun successivo rinnovo.
- Le modalità di rilascio e rinnovo sono disciplinate dai successivi paragrafi 3.4 e 3.5.
- V. Ai fini della gestione dell'apposita anagrafe qualsiasi modifica dei presupposti rilevanti per la concessione della licenza d'uso va comunicata al soggetto gestore.

1.3. Conformità al manuale d'uso del city-brand

- I. Il brand deve essere utilizzato esclusivamente nei modi previsti dal manuale d'uso e dalle indicazioni operative settoriali, allegati al presente disciplinare, che definiscono, rispettivamente:
 - a) le regole relative alla riproduzione corretta dei colori, delle dimensioni, degli spazi, dei font, dei testi, nonché l'estensione del sistema visivo del brand e delle relative applicazioni (all. 1 – Trento Brand Guidelines);
 - b) gli abbinamenti con altri marchi e l'utilizzo in relazione ad eventi (all. 2 - il nuovo city brand, presenza e uso nella comunicazione degli eventi in città);
- II. In tutti i casi, il brand deve essere riprodotto dal supporto originale consegnato agli utilizzatori, al fine di garantire la massima qualità dei colori e delle forme.
- III. L'interpretazione sul corretto utilizzo del brand rispetto al presente disciplinare e relativi allegati compete al Soggetto gestore, di intesa con il gruppo di indirizzo di cui al paragrafo 1.4 per i casi di maggior problematicità o complessità, da individuare tenendo conto del potenziale impatto della valutazione (visibilità, impatto economico, ricaduta sul territorio e sull'immagine cittadina) e del rilievo trasversale della medesima (utilizzo in pluralità di casi analoghi). Al medesimo compete altresì l'eventuale modifica o integrazione degli allegati del presente disciplinare, avente mera valenza tecnico-operativa ed a condizione che la stessa non ne alteri sostanzialmente i contenuti. Eventuali modifiche sostanziali devono essere decise e valutate dal gruppo di indirizzo di cui al paragrafo 1.4 e sottoposte per opportuna informazione e conoscenza alla Giunta comunale.

- IV. Ogni licenziatario è tenuto ad adeguarsi alle eventuali precisazioni d'utilizzo che il soggetto gestore riterrà opportuno stabilire in presenza di esigenze interpretative dei contenuti del manuale.
- V. Ogni utilizzo del brand non conforme al manuale tecnico d'uso è sanzionato secondo quanto previsto dal presente disciplinare.

1.4. Gruppo di indirizzo

- I. Il soggetto gestore si relaziona con il Comune di Trento nell'ambito delle riunioni periodiche di coordinamento del gruppo di indirizzo, formato da 2 rappresentanti dell'Amministrazione comunale e 2 rappresentanti di APT, che ha i seguenti compiti:
 - a) valutare la validità e l'efficacia del manuale d'uso del brand in relazione agli obiettivi del Piano di politica turistica, della programmazione strategica comunale, nonché del piano di marketing strategico di APT;
 - b) valutare le strategie in atto per la migliore applicazione del brand, anche definendo proposte di modifica del presente disciplinare e dei relativi allegati, che abbiano valenza sostanziale, da sottoporre alla competente Giunta comunale. Eventuali modifiche/integrazioni di natura strettamente tecnico-operativa interessanti la documentazione allegata al presente disciplinare possono essere apportate direttamente dal soggetto gestore;
 - c) indicare al soggetto gestore le innovazioni applicative da sviluppare ritenute opportune;
 - d) esprimersi sui casi di concessione di licenza d'uso particolari e previsti dai presenti indirizzi, nonché esprimersi sulle casistiche interpretative di maggior complessità e rilievo, come individuate dal paragrafo 1.3, punto III;
 - e) nella prima fase sperimentale dell'adozione del marchio, elaborare strategie condivise per la gestione degli utilizzi nelle diverse ipotesi che si presentano, al fine di elaborare progressivamente casistiche standard di utilizzo del logo ed accompagnare i diversi soggetti istituzionali nell'adeguamento delle proprie carte intestate, nell'integrazione del marchio nella comunicazione, nella vestizione degli spazi di propria competenza e – limitatamente alle aziende controllate – nell'aggiornamento dei propri loghi identificativi. In base alle casistiche osservate il gruppo di lavoro provvederà ad implementare un documento operativo, utile al soggetto gestore nella quotidianità delle verifiche.

2. Disposizioni specifiche per l'utilizzo del marchio da parte di attori istituzionali

2.1. Utilizzo del brand da parte di APT

- I. Il city-brand costituisce anche marchio identificativo dell'APT. Le indicazioni operative per l'utilizzo del brand nella comunicazione istituzionale, nella carta intestata, nella promozione e comunicazione verso l'esterno sono riportate all'interno dell'allegato 3 (Azienda per il Turismo di Trento - La modulistica: strumenti istituzionali);

2.2. Utilizzo del brand da parte del Comune di Trento e dei relativi enti/società controllati

- I. L'uso del city-brand si accompagna all'impiego del logo istituzionale del Comune di Trento, secondo le specifiche di dettaglio fornite nel presente dispositivo e nel rispetto dell'impostazione grafica riportata all'interno delle indicazioni operative allegati al presente disciplinare:
 - a) la compresenza del logo istituzionale e del city-brand è sempre prevista sulla carta intestata, sulle cartelle stampa, sulle firme delle e-mail, sui biglietti da visita e documentazione assimilabile. Nei precitati documenti è esclusa l'applicazione di ulteriori o diversi loghi, fatte salve eventuali eccezioni connesse a specifiche e temporanee ricorrenze. La compresenza di più loghi in relazione a tali eventualità viene valutata dal gruppo di indirizzo che dispone il conseguente temporaneo aggiornamento delle indicazioni operative. In calce ai documenti, è previsto l'inserimento di certificazioni e similari conseguite dall'Ente. Le medesime non devono comunque risultare, per posizionamento, dimensioni estensioni, prevalenti rispetto al logo istituzionale ed al city-brand, né con il medesimo confondibili o confliggenti. I modelli di carta intestata e cartella stampa, aggiornati all'inserimento del city-brand sono allegati al presente disciplinare (all. 4 Comune di Trento - la modulistica istituzionale e il nuovo city brand). Coerentemente con l'impostazione fornita per tale documentazione, saranno predisposti gli ulteriori materiali istituzionali;
 - b) in relazione alla comunicazione verso l'esterno, alla vestizione e caratterizzazione di spazi diversi dalle sedi istituzionali cittadine ed alla promozione di eventi, iniziative e similari, l'inserimento del city-brand e della relativa impostazione grafica viene gestito secondo una logica progressiva ed incrementale, tenuto conto anche della riconoscibilità dei segni o loghi distintivi di specifiche manifestazioni o luoghi:
 - per la comunicazione generale dell'ente verso l'esterno si prevede il progressivo inserimento di elementi di richiamo al brand, tenuto conto dell'esigenza di seguire una linea comunicativa istituzionale. Le soluzioni grafiche, da sviluppare secondo un programma progressivo di intervento, sono elaborate di concerto tra referenti istituzionali della comunicazione del Comune ed il gruppo di indirizzo di cui al paragrafo 1.4;
 - per specifiche iniziative, rassegne e similari, che già attualmente si connotano per una propria grafica distintiva, si prevede l'inserimento del logo all'interno della comunicazione secondo le indicazioni di cui all'allegato 2. Compete al gruppo di indirizzo, la valutazione delle implementazioni da proporre per la progressiva armonizzazione dei loghi distintivi, prestando particolare attenzione alla riconoscibilità verso l'esterno ed all'opportunità di differenziare le comunicazioni in relazione agli obiettivi specifici che si intende perseguire;
 - per la segnaletica turistica e di cantiere (es: segnaletica sui sentieri, informazioni turistiche esposte in città, cartine), nonché per la vestizione e caratterizzazione interna di spazi e strutture comunali, non specificamente deputati allo svolgimento di attività istituzionale, devono essere progressivamente individuate soluzioni che assicurino visibilità al brand, quale chiave di promozione del territorio comunale.
- II. L'uso del city-brand si accompagna all'impiego del logo istituzionale delle aziende e degli Enti controllati del Comune di Trento, secondo un'impostazione grafica, che sarà sviluppata nel corso di apposite riunioni con i relativi referenti della comunicazione, in coerenza con i principi generali di cui al punto I del presente paragrafo.

2.3. Utilizzo del brand in relazione ai grandi Festival cittadini

- I. L'uso del city-brand si accompagna all'impiego dei loghi distintivi dei grandi festival ospitati su suolo cittadino (in particolare Trento Filmfestival della Montagna, Festival dell'Economia, Festival dello Sport, Festival del Trentodoc), secondo le specifiche indicazioni che saranno fornite dal soggetto gestore su mandato dell'Amministrazione comunale e nel rispetto delle prescrizioni del manuale d'uso. L'obbligo di utilizzo del city-brand è riportato all'interno di ogni accordo o convenzione comunque denominato che disciplina lo svolgimento di festival e grandi eventi sul territorio cittadino.

3. Disposizioni specifiche per l'utilizzo del marchio da parte di privati

3.1. Modalità di utilizzo del marchio territoriale

- I. Con la licenza d'uso sono determinate, per singolo richiedente, le specifiche modalità d'utilizzo concesse che potranno riguardare:
 - a) le finalità di comunicazione aziendale al mercato (brochure, web aziendale, allestimenti fieristici ecc.);
 - b) le finalità di commercializzazione del prodotto/servizio/evento (packaging, attività promozionali specifiche ecc.).
- II. L'estensione della licenza ad una sola o più delle finalità di cui sopra è definita all'interno del provvedimento di concessione della medesima, che è disposto dal soggetto gestore tenendo conto della domanda formulata e di una valutazione di rispondenza dell'utilizzo richiesto agli obiettivi di cui al presente disciplinare. L'utilizzo esteso del brand, per la totalità delle finalità richiamate, da parte di organizzazioni private è disposto unicamente ove vi sia piena e totale coerenza dell'attività dalle medesime svolte in rapporto al presente disciplinare. In ogni altro caso la licenza è conferita per singole iniziative, prodotti o per specifici rami/settori di intervento.
- III. Il brand non potrà comunque essere utilizzato, da parte dei soggetti di cui al paragrafo 1.1, punto II lett. c), come segno identificativo prevalente su quello d'impresa o di prodotto/servizio. Inoltre al fine di non compromettere la propria funzione esclusivamente rappresentativa del sistema territoriale ed evocativa dei relativi valori, il brand non potrà mai risultare incorporato in altri marchi d'azienda, di prodotto o di progetto.
- IV. La richiesta di concessione d'uso del brand comporta da parte dei soggetti di cui al paragrafo 1.1, punto II lett. c) l'impegno ad un suo costante utilizzo nel rispetto del manuale d'uso. L'uso discontinuo del brand ovvero un suo uso non coerente con i presenti indirizzi e modalità comporta le sanzioni di cui al paragrafo 3.4 fino alla revoca.

3.2. Presupposti per l'utilizzo del city-brand da parte delle organizzazioni private

- I. L'utilizzo del brand è consentito alle organizzazioni la cui attività sia coerente con tutti e tre i seguenti presupposti:
 - a) legame effettivo e comprovabile con il territorio dell'ambito Trento – Monte Bondone: l'attività del soggetto deve essere svolta in via prevalente sul territorio e deve avere valore tipico o comunque caratterizzante il medesimo;

- b) contributo al miglioramento dell'attrattività e del posizionamento dell'ambito del territorio: il marchio territoriale dovrà essere utilizzato da soggetti:
- che con la loro attività e produzione contribuiscano a consolidare l'identità ed i valori del marchio stesso
 - che non compromettano la salvaguardia delle risorse ambientali e paesaggistiche che rendono di valore l'offerta dell'ambito Trento – Monte Bondone;
 - la cui attività sia accettata socialmente dalla popolazione residente;
- c) coerenza con la vision e i valori del Piano di politica turistica del Comune di Trento: l'attività delle organizzazioni private che utilizzano il brand deve connotarsi per una spiccata coerenza con la vision generale del Piano, nonché con il sistema valoriale adottato dal medesimo. La coerenza con la vision è valutata tenendo conto degli obiettivi strategici ed operativi nel medesimo delineati, in rapporto all'attitudine del soggetto richiedente a rappresentarli e/o del contributo che l'attività svolta dal richiedente apporta al raggiungimento dei medesimi.

3.3. Criteria settoriali per le organizzazioni private

- I. Fatti salvi i presupposti di cui al paragrafo 3.2, la procedura di concessione d'uso del brand ai vari licenziatari privati rispetta le seguenti indicazioni, le quali costituiscono una declinazione, in rapporto ai singoli assi di attrattività, delle previsioni del Piano di Politica turistica del Comune di Trento.

TURISMO E RICETTIVITÀ

La licenza d'uso del brand può essere concessa alle aziende operanti nel settore turistico, della ricettività e della ristorazione, che dimostrano l'interesse a proporre i valori del territorio, che si connotino per una particolare attenzione alla qualità dei prodotti, con particolare riguardo all'uso di prodotti locali e km0 e che inoltre confermano la capacità d'adottare scelte per favorire l'efficienza del sistema turistico territoriale. La valorizzazione del territorio e delle sue produzioni è comprovata dal possesso del marchio Trentino.

La licenza d'uso del marchio può essere concessa a chi esercita, all'interno dell'ambito Trento – Monte Bondone le professioni del turismo a diretto contatto con l'ospite (a titolo di esempio: maestri di sci, guide alpine, accompagnatori di territorio, guide turistiche, accompagnatori turistici, assistenti di turismo equestre) qualora in possesso delle previste autorizzazioni provinciali. La licenza d'uso del marchio può essere comunque concessa alle organizzazioni dei medesimi professionisti (a titolo di esempio: scuole di sci, scuole di alpinismo, associazioni di professionisti).

EVENTI ED INIZIATIVE

La licenza d'uso del brand può essere concessa agli enti che realizzano con continuità attività culturali, sportive ed aggregative coerenti con il Piano di politica turistica, con il Piano culturale nonché con gli ulteriori strumenti di programmazione strategica comunale.

La licenza d'uso del brand può essere concessa anche per singole iniziative, anche qualora l'organizzatore non operi continuativamente sul territorio a condizione che gli eventi per cui viene concesso abbiano significativo valore turistico e/o di riconoscibilità per il territorio ed il relativo ambito.

La coerenza degli eventi e delle iniziative con i documenti strategici è valutata dal soggetto gestore di intesa con il Comune di Trento, in relazione alle iniziative che si svolgono sul relativo territorio. Nella prima fase di sperimentazione, stante la numerosità di casistiche e la necessità di assicurare un'implementazione progressiva e controllata dell'introduzione del logo all'interno degli eventi, la concessione del brand per gli eventi non avviene su richiesta del soggetto organizzatore, bensì sulla base di valutazione diretta dell'Amministrazione comunale o del soggetto gestore, effettuata nel rispetto dei presupposti di cui ai punti precedenti. In caso di valutazione positiva, l'Amministrazione comunale o il soggetto gestore, comunicano all'organizzatore la possibilità di utilizzare il logo, offrendo le specifiche relative al suo corretto utilizzo. A valle della prima annualità di sperimentazione il gruppo di indirizzo di cui al paragrafo 1.4 elabora della casistiche standard di utilizzo del city-brand da parte di organizzazioni private per eventi, valutando l'eventuale adozione di una procedura di richiesta del brand direttamente da parte degli organizzatori.

PRODOTTI AGRO-ALIMENTARI ED ARTIGIANALI

L'utilizzo del marchio è in via generale riconosciuto per specifiche tipologie di prodotti e/o specifiche linee di produzione, a condizione che rispettino i seguenti requisiti:

- a) legame con il territorio dell'ambito (per produzione, trasformazione o commercializzazione prevalente);
- b) compatibilità con gli orientamenti comunitari e con il marchio "Qualità Trentino e/o produzioni tipiche di assoluta eccellenza (es: elementi di eccellenza per le particolari modalità produttive derivanti da tradizioni o da particolari innovazioni divenute patrimonio aziendale);

ALTRI SERVIZI ALLA PERSONA

L'uso del city-brand potrà essere infine riconosciuto anche in relazione all'attività di enti, associazioni che operano nel settore dei servizi alla persona in ambito sociale, culturale e formativo, sia in relazione a stabili ambiti di attività che in relazione ad iniziative specifiche svolte sul territorio che si connotino per particolare valenza e distintività, nonché per coerenza con gli obiettivi strategici del Piano di politica turistica.

- II. Per casi motivati ed eccezionali, potrà essere concessa la licenza d'uso del marchio al di fuori dei criteri settoriali ma nel pieno rispetto di quelli generali.

3.4. Procedura per la concessione della licenza d'uso del city-brand, vigilanza sul suo corretto utilizzo e relative sanzioni

- I. Il soggetto gestore definisce le procedure e la relativa modulistica per la concessione della licenza d'uso del brand, il suo rinnovo, la vigilanza sul suo corretto utilizzo e le relative penalizzazioni, nel rispetto del presente disciplinare. Nella prima fase sperimentale la procedura per la concessione del brand per eventi è direttamente governata dal Comune e dal soggetto gestore, come previsto dal paragrafo 3.3.
- II. La non osservanza da parte degli utilizzatori del brand di quanto previsto dal presente disciplinare, il venir meno dei presupposti legittimanti la concessione della licenza d'uso, nonché l'impiego del brand mediante forme di comunicazione che rechino danno all'immagine dell'ambito Trento, comportano la possibilità per il soggetto gestore di intervenire, in qualsiasi momento, al fine di ripristinare il corretto uso del brand.

- III. Il sistema delle sanzioni è strutturato su due livelli, rispettivamente di sospensione e di revoca della concessione del marchio, secondo la gravità dell'inadempienza. Resta ferma, per il soggetto gestore, la facoltà di esperire le azioni in giudizio previste dalle leggi a tutela della proprietà del marchio, nonché quella per il risarcimento del danno arrecato all'immagine e alla reputazione del Comune di Trento, dell'APT e degli Enti afferenti all'ambito o degli altri utilizzatori del brand.

3.5. Procedura di rinnovo

- I. Il rinnovo al termine del primo anno è disposto, su apposita domanda dell'organizzazione da presentare entro la scadenza della licenza, con atto del direttore dell'APT a valle della verifica tecnica del corretto utilizzo del brand. Nelle more del rilascio del rinnovo, la licenza si considera automaticamente prorogata per un periodo massimo di 3 mesi, decorso inutilmente il quale si intende non rinnovata.
- II. In relazione ai successivi rinnovi, il rinnovo è disposto in automatico su presentazione, almeno 30 giorni prima della scadenza della licenza, di apposita domanda da parte del privato richiedente, fatta salva la facoltà del soggetto gestore di negare motivatamente il rinnovo entro 30 giorni dalla presentazione della domanda. In caso di comunicazione di diniego al rinnovo, la licenza cessa di diritto. In assenza di comunicazione, si intende automaticamente rinnovata allo scadere del trentesimo giorno.
- III. Il meccanismo di rinnovo automatico non opera qualora la domanda sia presentata successivamente alla scadenza prefissata. In relazione a tale eventualità si applicano le procedure previste per il primo rinnovo;
- IV. Al fine di garantire una certezza operativa riguardo all'applicazione dei presenti indirizzi, il soggetto gestore è tenuto a garantire l'attivazione delle nuove procedure di concessione a partire dalla data di adozione della delibera di approvazione dei presenti indirizzi.

Allegati:

- all. 1 – Trento Brand Guidelines;
- all. 2 - il nuovo city brand, presenza e uso nella comunicazione degli eventi in città;
- all. 3 – Azienda per il Turismo di Trento - La modulistica: strumenti istituzionali;
- all. 4 – carta intestata del Comune di Trento.

Trento

Brand Guidelines



Indice

01 Marchio

Concept	4
Marchio	5
Payoff	6
Lingue payoff	7
Palette	8
Costruzione	9
Area di rispetto	10
Dimensione minima	11
Versioni colore	12
Uso su fondi colore	13
Uso su fondi grigi	14
Uso su fotografie	15
Usi scorretti	16

02 Font

Concept	18
Dettagli stilistici	19
Pesi	21
Font secondaria	23
Utilizzi e font alternative	24

03 Sistema visivo

Overview	26
Estensione del sistema	27
Struttura Pattern	28
Pattern principale	29
Pattern usi secondari	30

04 Applicazioni

Applicazioni	32
--------------	----

01 Marchio

Concept

Trento, la città dove alzare lo sguardo

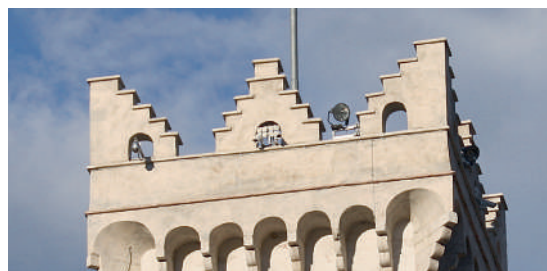
verso le montagne, verso l'Europa, verso la bellezza, verso gli altri e verso il futuro.



Duomo di Trento



Muse



Torre Civica



Marchio

Il marchio accompagna lo sguardo dell'osservatore verso l'alto.

L'innalzamento dell'asta orizzontale della T, oltre a richiamare gli elementi architettonici presenti nella città, suggerisce l'idea di una **crescita continua** e di un **orientamento al futuro**.

Questo aspetto è enfatizzato visivamente anche attraverso la variazione cromatica che accompagna l'andamento del marchio: da un verde solido e istituzionale a un verde azzurrato e leggero, dal colore dei boschi attraverso le tinte dei prati verso le sfumature delle acque dell'Adige.

La struttura e il trattamento cromatico vogliono trasmettere anche la presenza di un'**offerta territoriale differenziata**: a Trento ogni passo è una nuova scoperta, ogni passo è una nuova opportunità.

Gli elementi grafici che connettono le due T, vogliono rappresentare l'**unione della città e della montagna**, dell'operato umano e della natura in un unico territorio che trova proprio in questo legame la sua forza.



Trento

Payoff

Il payoff che accompagna il marchio di Trento sintetizza il concetto di "visione", che ha guidato la definizione della nuova identità:

"Alza lo sguardo."



trento
Alza lo sguardo.

Lingue payoff

Italiano




trento
Alza lo sguardo.

Inglese



trento
Look up.

Tedesco



trento
Blick hinauf.

Palette

Il verde è il colore della natura e della fertilità, della vita che si rigenera e che si rinnova continuamente.

Questo colore trasmette un senso di equilibrio e comunica l'attenzione della città di Trento per i **temi della qualità della vita e dello sviluppo sostenibile**.

Montagne



CMYK
100.0.100.65
RGB
0.76.29
HEX
#004c1d

Verde 01

Doss Trento /
Mausoleo di Cesare Battisti



CMYK
100.0.100.40
RGB
0.107.45
HEX
#006b2d

PANTONE
349 C

Verde 02

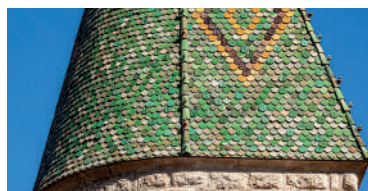
Castello
del Buonconsiglio



CMYK
90.0.100.25
RGB
0.130.49
HEX
#008231

Verde 03

Torre Verde



CMYK
85.0.95.8
RGB
0.153.64
HEX
#009940

Verde 04

Duomo di Trento



CMYK
80.0.70.0
RGB
0.168.113
HEX
#00a871

Verde 05

Adige



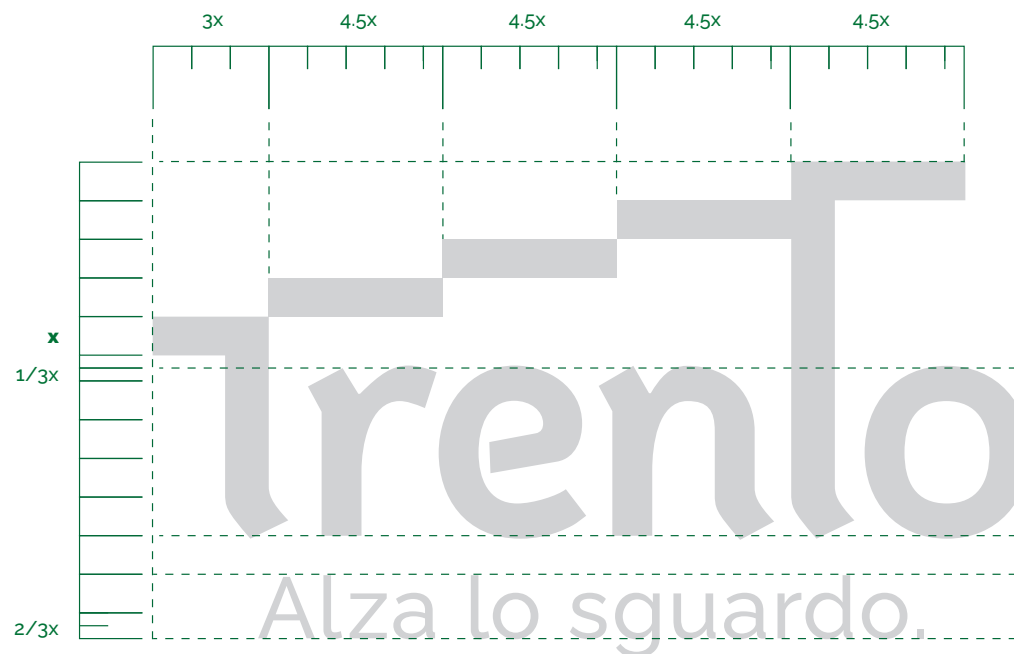
CMYK
70.0.50.0
RGB
64.180.152
HEX
#40b498

Verde 06

Costruzione

La costruzione del marchio si basa sul valore x , pari all'altezza dell'asta orizzontale della "T".

L'andamento dei segni orizzontali e dei colori è scandito dal susseguirsi delle lettere della parola Trento.



Area di rispetto

L'area di rispetto è la superficie in prossimità del marchio che non deve essere invasa/occupata con testi e/o altri elementi grafici, al fine di mantenere la corretta riconoscibilità e lettura.

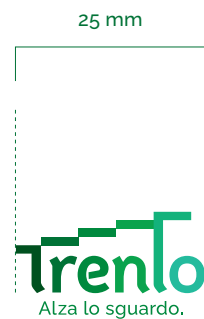


Dimensione minima

La dimensione minima consigliata è la dimensione minima suggerita per la riproduzione del marchio.

N.B. In base alle tecniche di stampa e alle opportunità d'uso, la dimensione del marchio da utilizzare e la resa finale dovranno sempre essere verificate in fase di realizzazione.

Dimensione minima consigliata con payoff



Dimensione minima consigliata senza payoff



Versioni colore

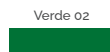
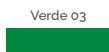
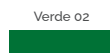
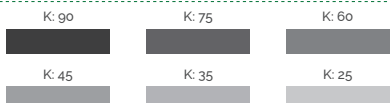
Colori

Scala di grigio

Monocromatico verde

Monocromatico nero

Monocromatico bianco



MARCHIO

PAYOFF

Uso su fondi colore

Quando necessario il marchio può essere applicato nella *versione positivo colore* anche su **fondi chiari e poco saturi**, prestando attenzione che essi non vadano ad interferire con la sua lettura.

Su fondi **colori di media intensità** è opportuno scegliere quale versione usare in relazione al contrasto cromatico che si crea fra il marchio e lo sfondo.

In caso di **colori e gradienti saturi** o applicazioni su fondi disturbati, suggeriamo l'uso del marchio nella sua *versione monocromatica bianca*.

Fondi chiari

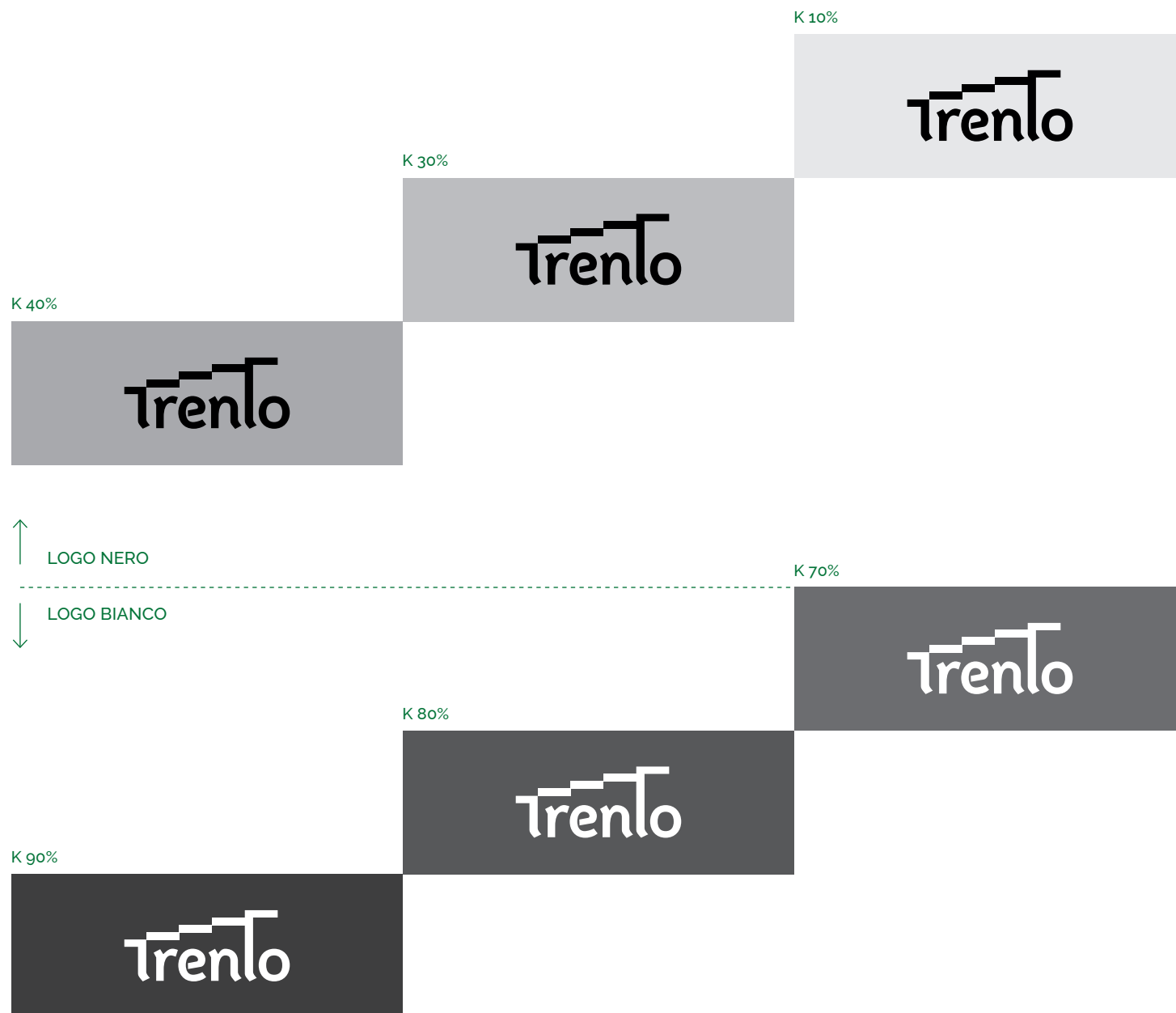
Fondi media intensità

Fondi saturi



Uso su fondi grigi

La versione del logo va scelta in base all'intensità del colore di sfondo. Su fondi chiari è preferita la versione monocromatica nera, mentre su sfondi scuri è consigliata la versione monocromatica bianca.



Uso su fotografie

Il marchio può essere sovrapposto a immagini fotografiche omogenee, purché non ne compromettano la leggibilità.

Si suggerisce di non applicare il marchio su immagini complesse o caotiche.

Background chiaro



Background media intensità



Background scuro/saturo



Usi scorretti

Non sono permesse manipolazioni del marchio al di fuori di quanto indicato in queste linee guida.

Nello specifico è vietato deformare, modificare, distorcere, spostare, sostituire elementi o parti del marchio, applicare effetti che ne alterino la lettura.



Non sostituire la font del marchio



Alza lo sguardo.



Non cambiare la posizione degli elementi




Non cambiare le proporzioni fra gli elementi




Non ruotare il marchio




Non applicare effetti al marchio




Non deformare il marchio




Non alterare i colori del marchio




Non posizionare il marchio su fondi colore che ne compromettono la leggibilità




Non posizionare il marchio su immagini fotografiche che ne compromettono la leggibilità



02 Font

Concept

Progettare un carattere tipografico per un'identità visiva fortemente connessa al territorio richiede l'accurato studio degli stili storici presenti.

Ecco quindi la scelta di disegnare le lettere che ricordassero proprio le culture presenti nei secoli nella "Terra di mezzo" e principalmente nel suo capoluogo: Trento.

Due culture: quella germanica, proveniente dal nord, con uno stile architettonico e tipografico prevalentemente gotico e squadrato; quella italiana, proveniente da sud, con uno stile romanico più morbido e tondo.



Dettagli stilistici

GFT Atesina è la font proprietaria progettata per Trento. La font coniuga **due forme stilistiche differenti**: all'apice è presente il tratto squadrato gotico, al pedice quello morbido romanico.

NORD/APICE: Tratto gotico squadrato



Attes

SUD/PEDICE: Tratto romanico morbido

GFT Atesina

ABCDEFGHIJKLMNO

PQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmno

pqrstuvwxyz

0123456789

Type design:
Carmi Ubertis + Giò Fuga Type

Pesi

GFT Atesina Regular

Ama l'ert
ma tégnete
al pian.

Abc

GFT Atesina Bold

Ama l'ert
ma tégnete
al pian.

Abc

GFT Atesina Black

Ama l'ert
ma tégnete
al pian.

Abc

Montes argentum mihi dant nomenque tridentum.

Fra Bartolomeo da Trento



Font secondaria

Raleway è la font secondaria selezionata per accompagnare GFT Atesina. Si tratta di una famiglia estesa che accoglie al proprio interno numerosi pesi, garantendo massima flessibilità d'uso. Questa font è stata scelta per la presenza di caratteristiche formali che richiamano la font GFT Atesina, come ad esempio le terminazioni marcate di alcuni glifi.

La famiglia è disponibile sia nella libreria Adobe Fonts sia su Google Fonts.

Thin / Thin Italic

Abc Abc

ExtraLight / Extralight Italic

Abc Abc

Light / Light Italic

Abc Abc

Regular / Italic

Abc Abc

Medium / Medium Italic

Abc Abc

SemiBold / Semibold Italic

Abc Abc

Bold / Bold Italic

Abc Abc

ExtraBold / ExtraBold Italic

Abc Abc

Black / Black Italic

Abc Abc

Utilizzi e font alternative

È sempre opportuno l'utilizzo delle **font istituzionali (1)**, sia per prodotti stampati sia in ambito digitale.

GFT Atesina è destinata prevalentemente a titolazioni o a testi in evidenza; la font Raleway invece è dedicata principalmente all'uso in testi correnti.

La **web font alternativa (2)** è la font di fallback, da utilizzare quando le istituzionali non sono disponibili.

Si suggerisce l'uso delle **font di sistema (3)** per file editabili (ad esempio Word o PPT), perché essendo presenti nella maggior parte dei sistemi operativi garantisce la corretta visualizzazione dei contenuti.

	1	2	3
	FONT ISTITUZIONALI	WEB FONT ALTERNATIVA (fallback)	FONT DI SISTEMA (Terza scelta WEB e presentazioni)
PRINCIPALE	<p>Aa</p> <p>GFT Atesina</p> <p>uso principale: titoli e testi in evidenza</p>	<p>Aa</p> <p>Roboto Slab</p>	<p>Aa</p> <p>Arial</p>
SECONDARIA	<p>Aa</p> <p>Raleway</p> <p>uso principale: testi correnti</p>	<p>Aa</p> <p>Raleway</p>	<p>Aa</p> <p>Arial</p>

03 Sistema visivo

Overview

I diversi elementi della comunicazione possono di volta in volta riarticolarsi in composizioni grafiche che trovano nella dinamica crescente l'elemento di continuità proprio del linguaggio identitario.



Estensione del sistema

Il marchio è l'elemento che genera il sistema visivo che diventa linguaggio identitario della città di Trento.

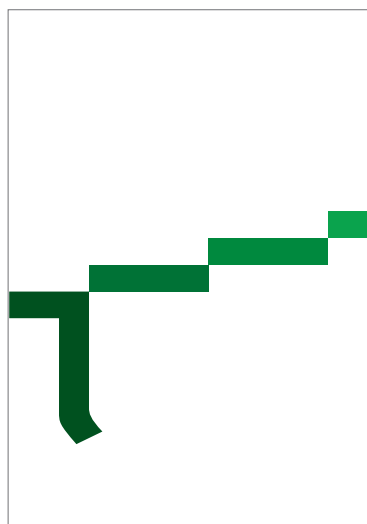
Marchio



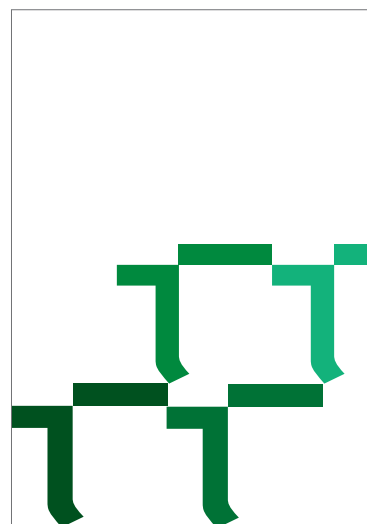
Con immagini



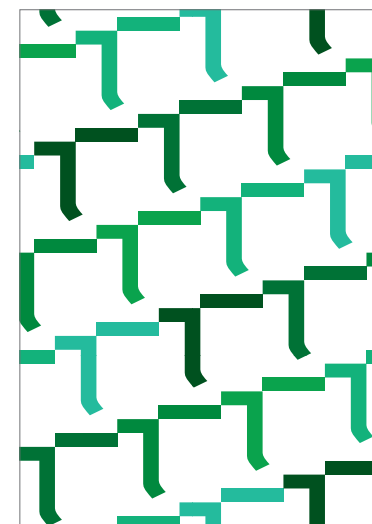
Elemento singolo



Composizione libera



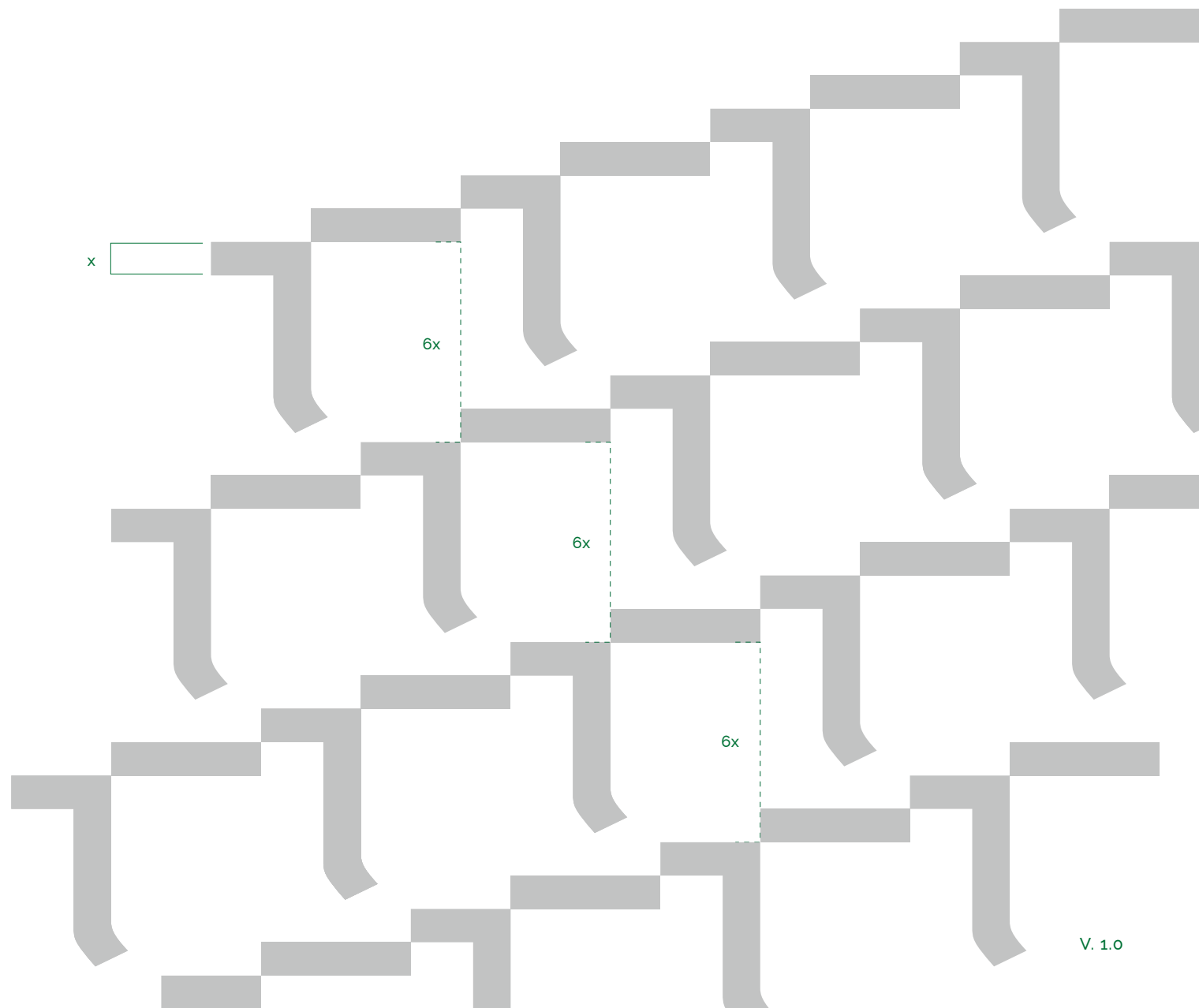
Pattern



Struttura Pattern

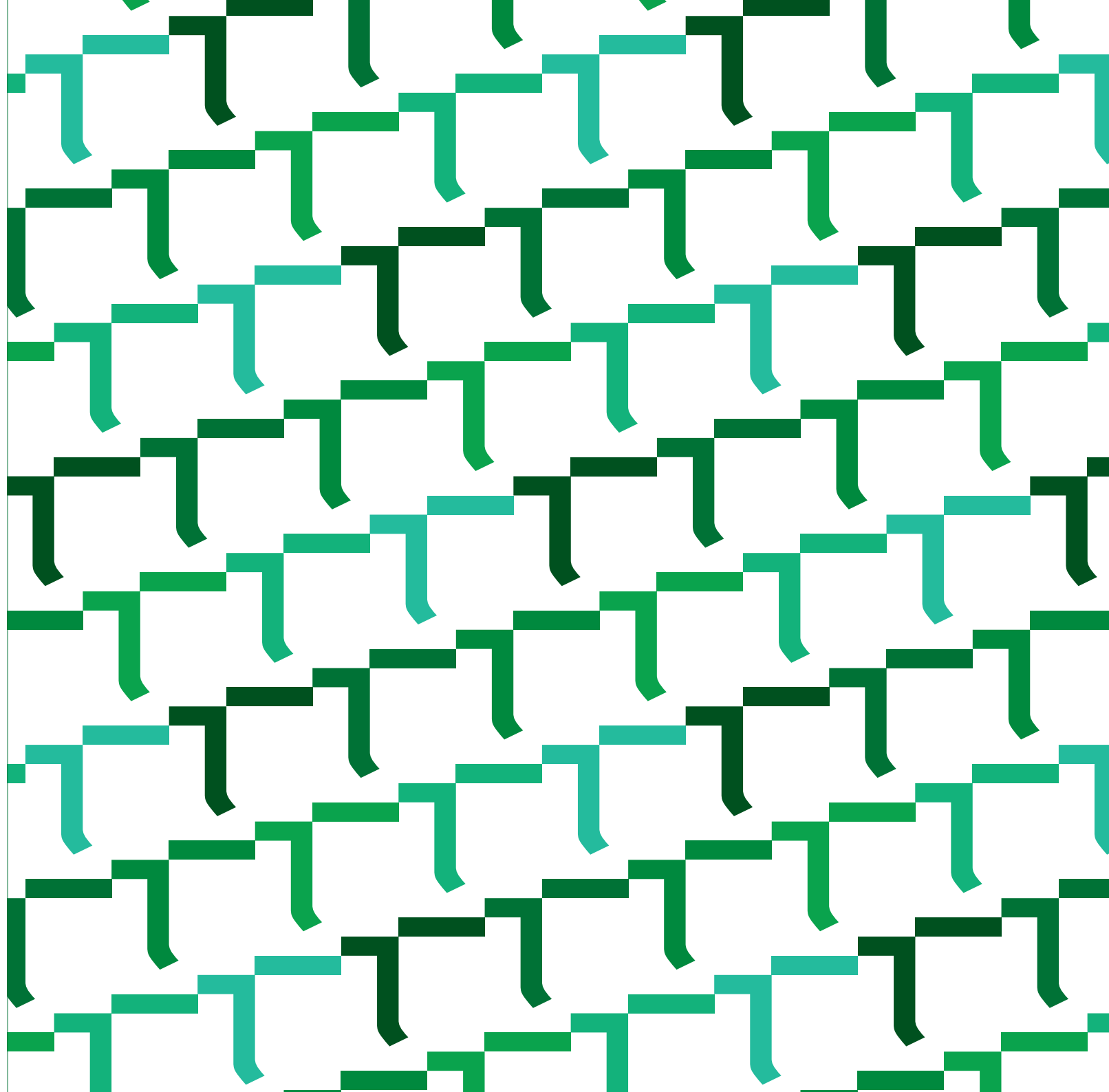
Il pattern è ottenuto attraverso la ripetizione del modulo principale "T".

La composizione si distingue per una tensione strutturale che guida l'occhio dell'osservatore verso l'alto.



Pattern principale

Nella versione principale del pattern la dinamica è ritmata dalla variazione cromatica dei singoli moduli.

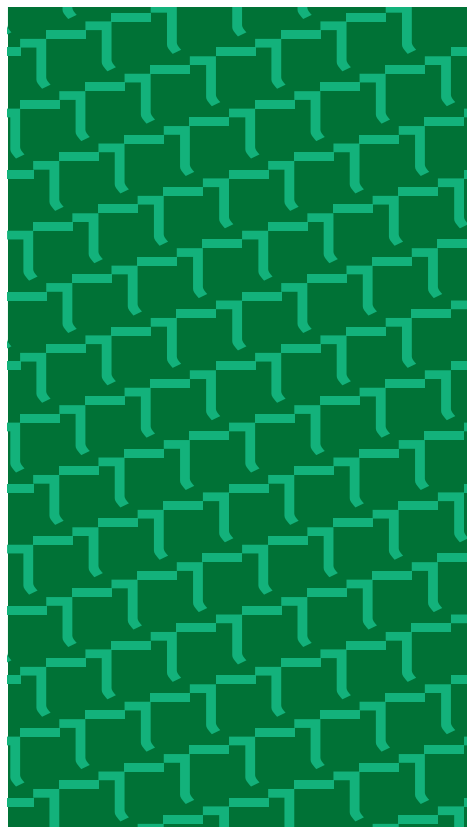


Pattern usi secondari

Il pattern può essere utilizzato a colori o tono su tono per un effetto più minimale ed elegante. È fondamentale valutare anche la dimensione più appropriata in funzione al tipo di supporto.

N.B. In base alle tecniche di stampa e ai supporti utilizzati, quando il pattern viene utilizzato tono su tono, è necessario calibrare e verificare le percentuali di trasparenza.

Pattern su fondo colore A



PATTERN

Verde 05

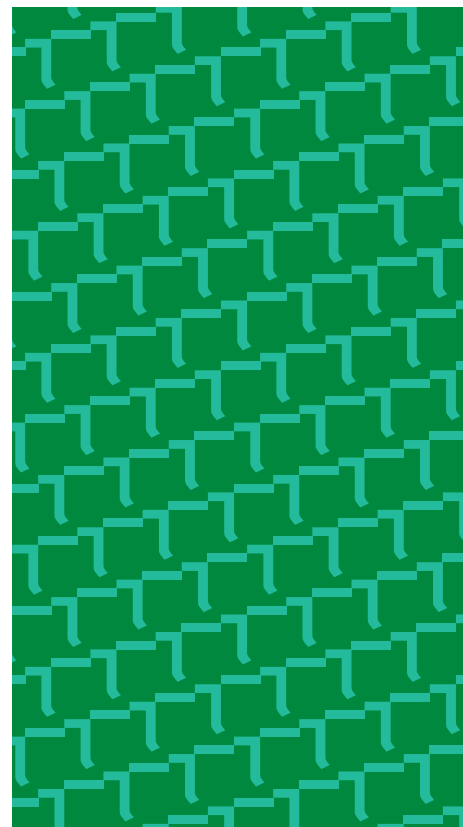


SFONDO

Verde 02



Pattern su fondo colore B



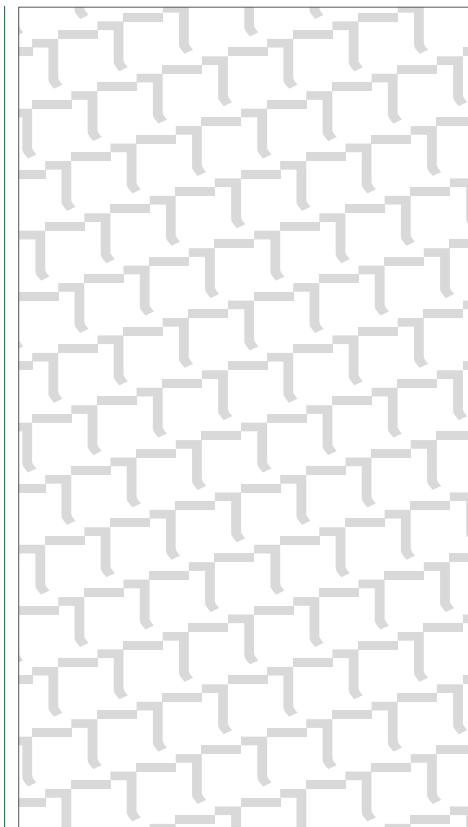
Verde 06



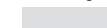
Verde 03



Pattern tono su tono



Nero 15%



Questo colore può essere calibrato in funzione dell'utilizzo.

04 Applicazioni





trento
Alza lo sguardo.

website.com

**Alza lo sguardo.
Sei a Trento.**

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















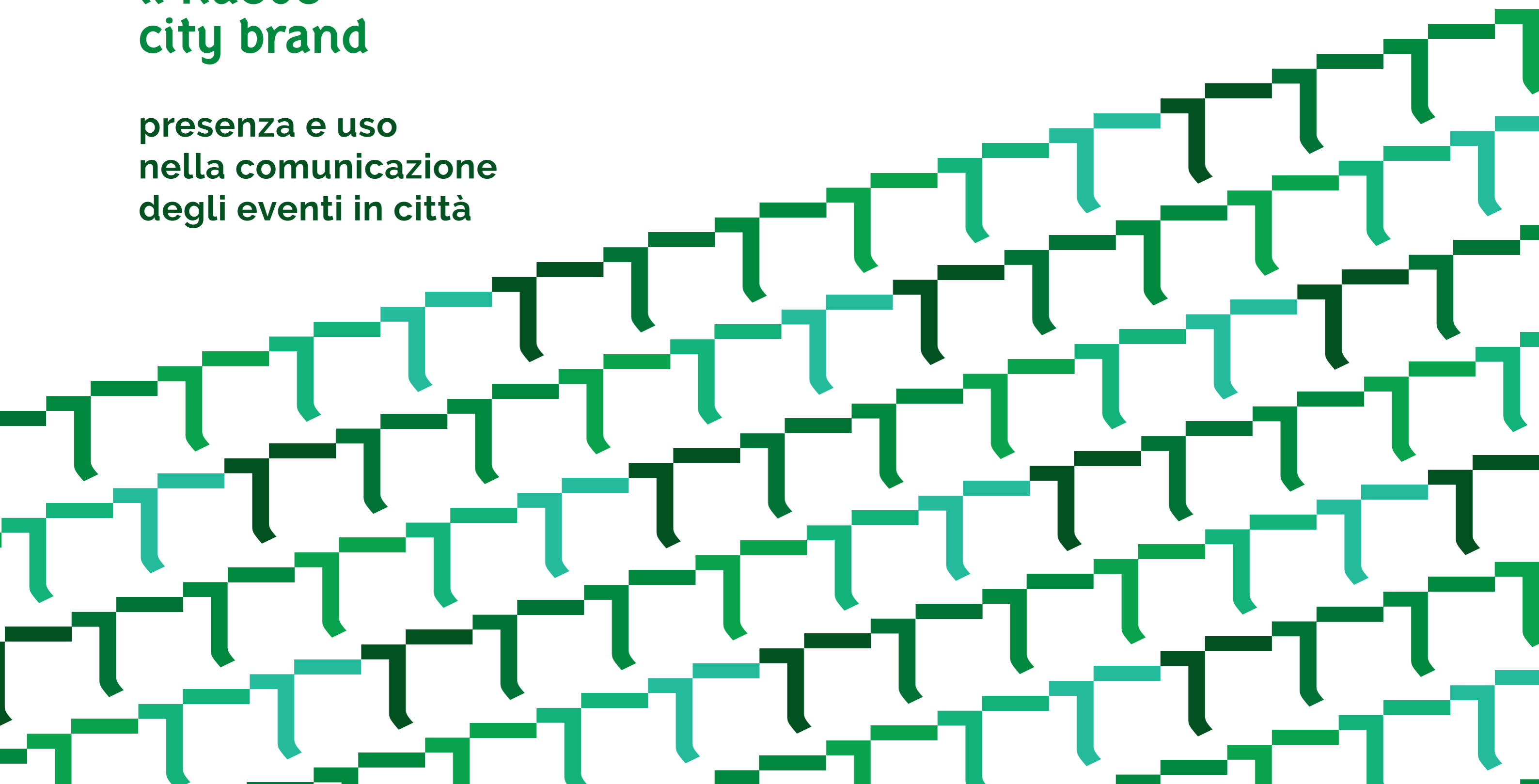


Trento



il nuovo city brand

presenza e uso
nella comunicazione
degli eventi in città



Il nuovo city brand Trento è marchio territoriale patrimonio ed elemento identitario dell'intera città.

Nella comunicazione di eventi ospitati in città e organizzati dai vari soggetti - firmati quindi dai soggetti stessi con partner, patrocini, sponsorship - il city brand Trento sarà presente in quanto marchio territoriale e come tale dovrà ritagliarsi uno spazio dedicato e autonomo.

Con un uso e una gerarchia simili al marchio territoriale Trentino - da sempre nei contesti comunicativi presente in alto a destra - il nuovo city brand presidierà il lato opposto, in alto a sinistra.

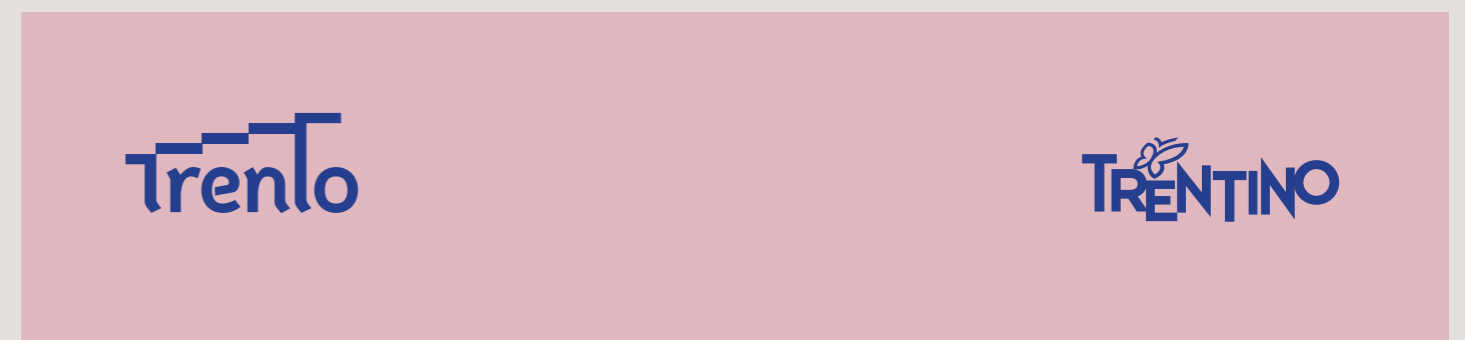
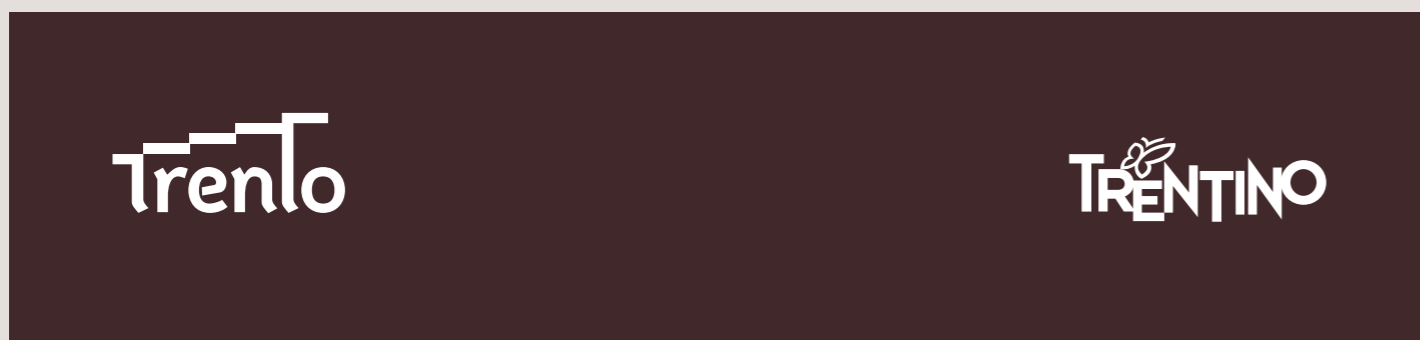
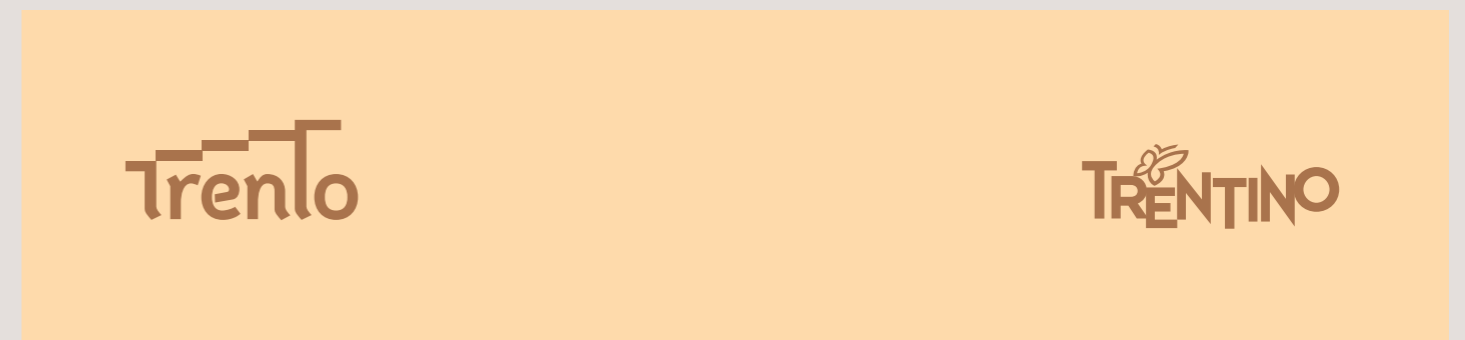
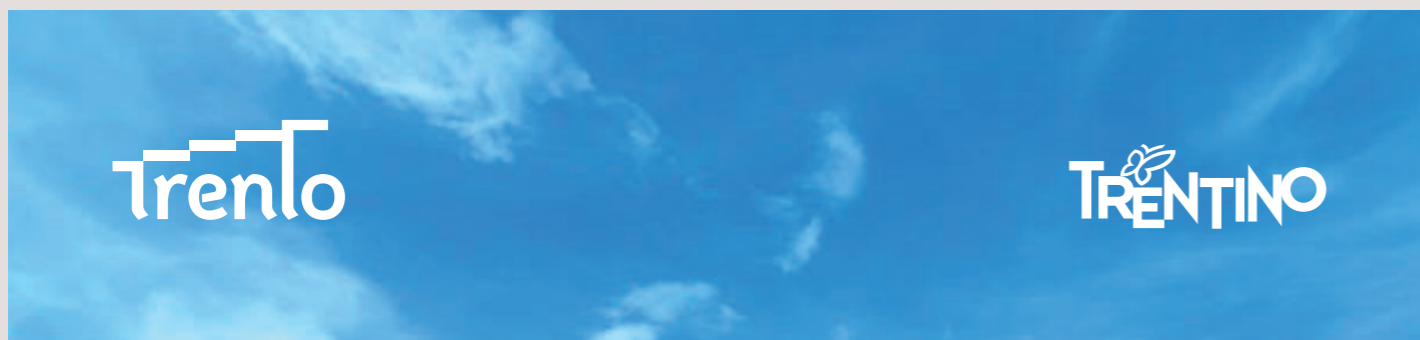
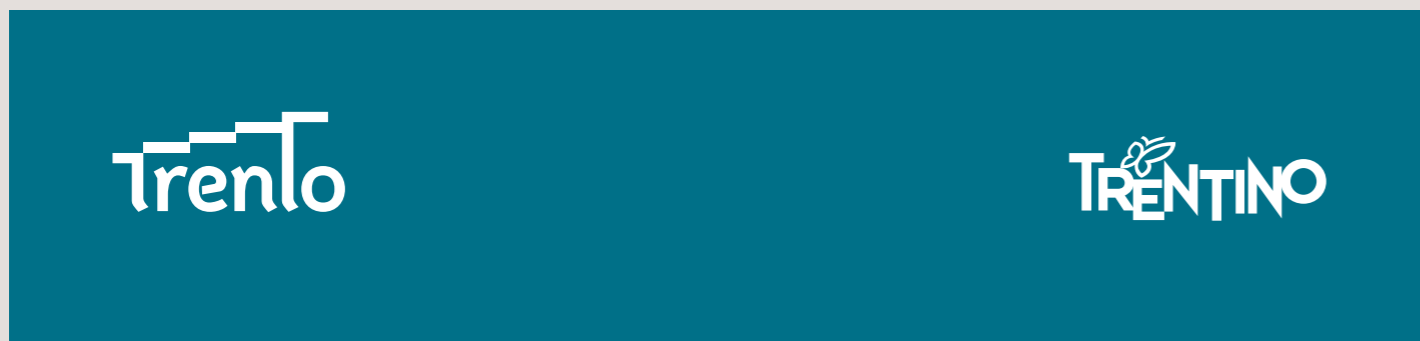
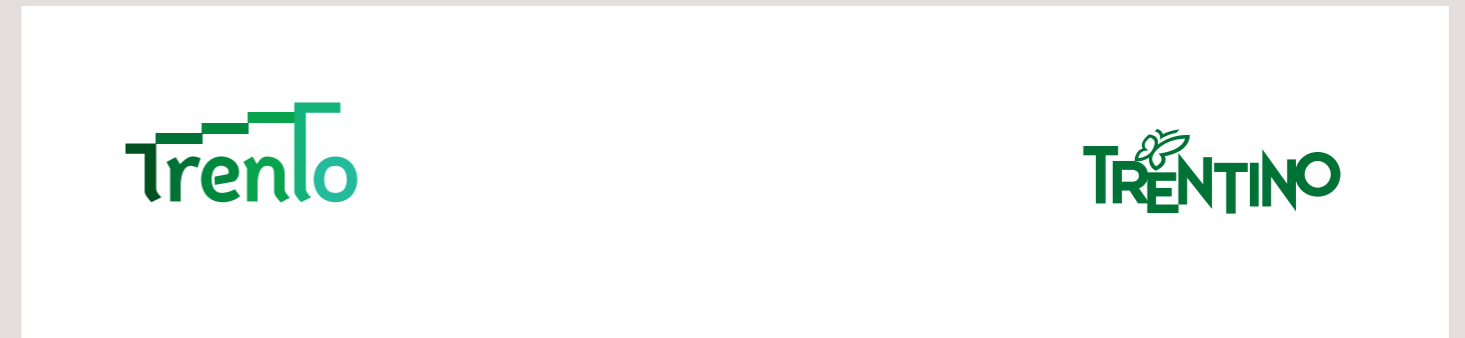
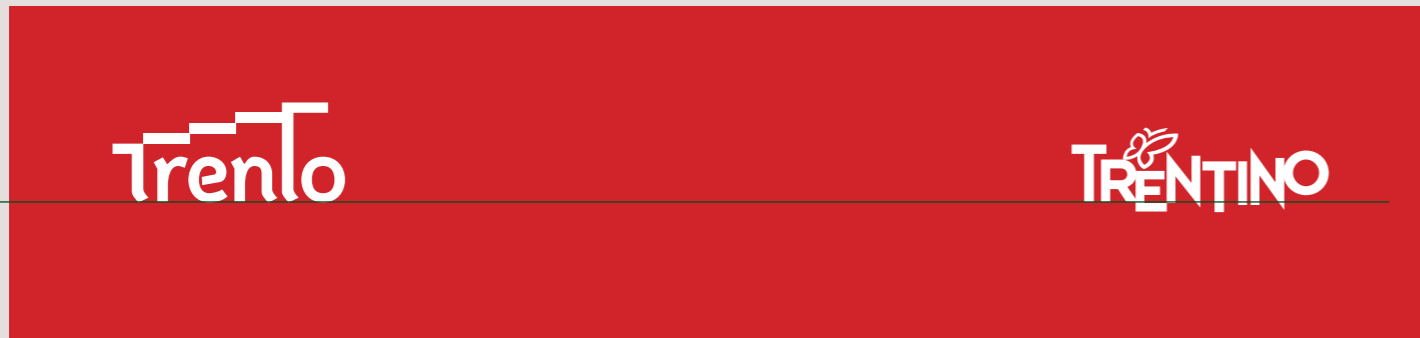
Sarà nella sua versione pura, senza pay off in modo da garantire pulizia e leggibilità anche in dimensioni minime.

trento

TRENTINO

Andrà allineato al marchio territoriale Trentino, da utilizzare in negativo su fondi medi e scuri.

E in positivo su fondi chiari, nella scala colori originale quando possibile, oppure - stessa regola del marchio Trentino - monocromo in abbinata al contesto.



gli eventi in città
organizzati e gestiti
da soggetti terzi

L'esempio Trento Film Festival



**gli eventi in città
organizzati e gestiti
da soggetti terzi**

**L'esempio Autumnus
proloco Centro Storico Trento**



**gli eventi in città
organizzati e gestiti
dal Comune di Trento**

Ufficio Cultura, turismo ed eventi

L'esempio Trento Aperta



**gli eventi in città
organizzati e gestiti
dal Comune di Trento**

Ufficio Cultura, turismo ed eventi

**L'esempio Trento
Città del Natale**



Molti eventi e rassegne a cadenza annuale direttamente gestiti dal Comune di Trento hanno già identità e immagine codificate e autonome, spesso con veri e propri loghi identificativi come appunto Trento città del Natale o Trento Aperta.

Ciò non toglie che nel tempo, per questi eventi gestiti internamente, si possa passare ad un format di comunicazione generato dalla nuova identità visiva, dove il city brand possa assumere un ruolo di firma protagonista.

**il format eventi
nella nuova corporate**

L'esempio Trento Aperta

*si tratta di un layout puramente esemplificativo.
Nel caso andrà commissionato lo studio
approfondito dell'immagine guida evento.*





Azienda per il Turismo di Trento

La modulistica:
strumenti istituzionali

Foglio lettera

formato A4

impostazione grafica
intestazione e piè di pagina

consegna
in formato elettronico
microsoft word



Comunicato Stampa

formato A4

impostazione grafica
intestazione e piè di pagina
con e senza sponsor

consegna
in formato elettronico
microsoft word



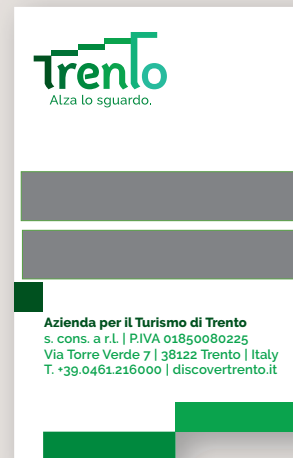
Biglietto da visita nominale

formato 55 x 85 fustellato
stampa 4/4
carta consigliata
Fedrigoni Arena
White Smooth 300 gr

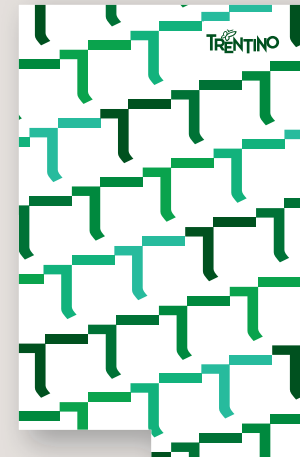
consegna
file aperto inDesign
per la compilazione
di tutti i nominativi

(verificare se serve anche un
biglietto da visita aziendale)

fronte



retro

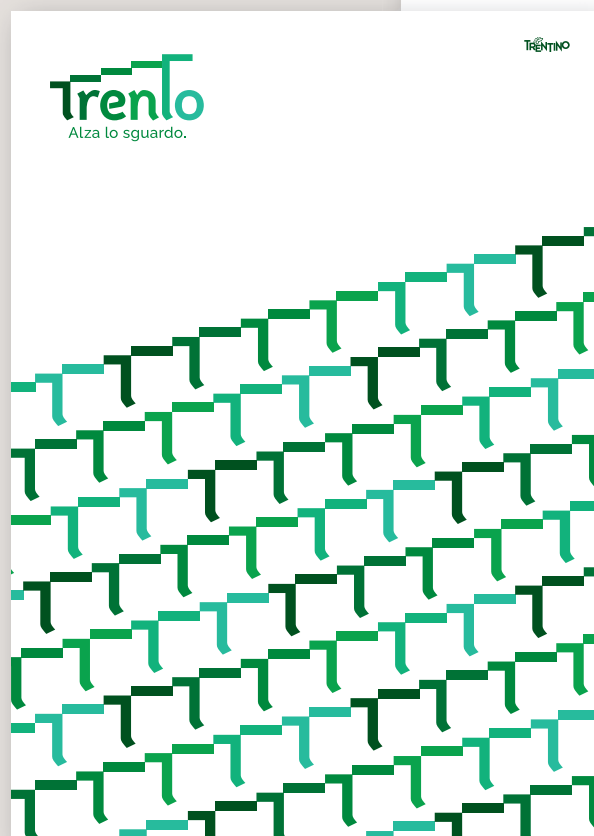


Cartellina portadocumenti

formato chiuso 22 x 31 cm
formato aperto 465 x 39,5 cm
stampa 4/0
carta consigliata
Fedrigoni Arena
White Smooth 300 gr
confezione con fustella
personalizzata

consegna
file pdf per la stampa
e file aperto inDesign

chiusa



aperta con tasca "scala"



Cartellina portadocumenti

formato chiuso 22 x 31 cm
formato aperto 52,5 x 39,5 cm
stampa 4/0
carta consigliata
Fedrigoni Arena
White Smooth 300 gr
confezione con fustella
personalizzata

consegna
file pdf per la stampa
e file aperto inDesign

fustella stesa



Firma mail

**stessa impostazione
dell'attuale con logo più
dati gestiti in formato testo:
allineamento grafico con
nuovo logo e nuovi colori**

consegna
bozzetto grafico da
ricostruire nell'applicativo
di posta



Trento Azienda per il Turismo

Sede legale Trento, Via Torre Verde 7
Sedi operative Trento | Monte Bondone | Baselga di Piné | Garniga Terme
Tel. +39 0461 216039
M. +39 000 0000000

www.discovertrento.it



Inviti digitali

**esempio invito
conferenza stampa
con titolo
sottotitolo
immagine di riferimento
eventuali partner
indirizzi**

consegna
template Adobe indesign
da compilare

trento
Alza lo sguardo.

TRENTINO

**INVITO
CONFERENZA
STAMPA**

Titolo evento anche su più righe

Eventuale sottotitolo
o testo descrittivo

13 ottobre 2023
ore 10.30
Palazzo Roccabruna
Via Santa Trinità 24, Trento

in collaborazione con

Azienda per il Turismo
di Trento
Tel. +39.0461.216039
press@discovertrento.it
www.discovertrento.it

TRENTINO

**INVITO
CONFERENZA
STAMPA**

Eventuale sottotitolo o testo descrittivo

13 ottobre 2023
ore 10.30
Palazzo Roccabruna
Via Santa Trinità 24, Trento

Azienda per il Turismo
di Trento
Tel. +39.0461.216039
press@discovertrento.it
www.discovertrento.it

Inviti digitali

**esempio invito istituzionale
con titolo
immagini istituzionali
indirizzi**

consegna
template Adobe indesign
da compilare

The invitation features the Trento logo at the top left. The title 'Assemblea dei soci' is prominently displayed in green, followed by 'titolo su due righe'. The event details, including the date (11 dicembre 2023), time (ore 18.30), and location (Sala della Cooperazione, via Segantini 10, Trento), are listed in a clean, sans-serif font. A note indicates a convivial moment will follow. The bottom section contains three images: a scenic view of a wooden fence in a forest, a reproduction of a classical painting depicting a group of people in a room, and a photograph of a lake at sunset with bicycles parked on a dock. Contact information for the Azienda per il Turismo di Trento is provided at the bottom right.

trento
Alza lo sguardo.

TRENTINO

INVITO

Assemblea dei soci
titolo su due righe

11 dicembre 2023
ore 18.30
Sala della Cooperazione
via Segantini 10, Trento

Seguirà momento conviviale.

Azienda per il Turismo di Trento
Tel. +39.0461.216039
press@discovertrento.it
www.discovertrento.it

presentazione power point

esempio copertina

consegna
template power point
con pagine base

trento
Alza lo sguardo.

TRENTINO

Titolo documento anche su più righe

Eventuale
sottotitolo
o testo
descrittivo

in collaborazione con



Trento, 13 ottobre 2023
versione 01

presentazione power point

esempio pagina testo

consegna
template power point
con pagine base



Intestazione con titolo documento

v.01 / 13.10.2023

CAPITOLO 01

Titolo slide anche su più righe

Testo base descrittivo Rem quam dellem et, nu esi publicultuus bonum untiaes efectus faciemque pubisque et comne et pulito tes conferbis. Sultora elinaribus atissicitium peri contratum nos intusquam in te ad poposterei ium effres converis, me hebus bon veropopublis ca con simus huiderfin sil tasdam. Gracivium ac tum rem dem siliciv ilicibus, Cupimura, quid cre tem diur pectus consussimis catum iam tebus atilinc lescris. Gra maximo vatque con se terem qua rem con sulis iae dum de converehem, patiquitam inihilis ne pre non diume nonsus.

Testo note e focus. Ultoreis vis addum, noverei cupiosula tus vit? id coerem mendium usquonsuliu quam percerum diendus M. Dius crit qua pulum ad Catrae faciem henam te audactus poenihilis avehenem ture aucenih ilibul caedient. et C. Cienitin vissilibeme ta, conihil corimus cutenteris sendii pra in derfertia sediemquam licitem, vermace ribuntiam.

presentazione power point

esempio pagina immagine

consegna
template power point
con pagine base

trento

Intestazione con titolo documento

v.01 / 13.10.2023

CAPITOLO 01



Didascalia immagine. Ultoreis vis addum, noverei cupiosula tus vit id coerem mendium usquonsuliu quam percerum diendus M.

presentazione power point

esempio pagina
immagine + testo

consegna
template power point
con pagine base

trento v.01 / 13.10.2023

Intestazione con titolo documento CAPITOLO 01



**Titolo di secondo livello
anche su più righe**

Testo base descrittivo Rem quam dellem et, nu esi publicultuus bonum untiaes efectus faciemque pubisque et comne et pulto tes conferbis. Sultora elinaribus atissicitium peri contratum nos intusquam in te ad poposterei ium effres converis, me hebus bon veropopublis ca con simus huidersin sil tasdam. Gracivium ac tum rem dem siliciv ilicibus, Cupimura, quid cre tem diur pectus consussimis catum iam tebus atilinc lescris. Gra maximo vatque con se terem qua rem con sulis iae dum de converehem.

Didascalia immagine. Ultoreis vis addum +mendium usquonsuliu quam percerum diendus.

presentazione power point

esempio pagina
testo + immagine

consegna
template power point
con pagine base



Intestazione con titolo documento

v.01 / 13.10.2023

CAPITOLO 01

Titolo di secondo livello anche su più righe

Testo base descrittivo Rem quam dellem et, nu esi publicultuus bonum untiaes efectus faciemque pubisque et comne et pulto tes conferbis. Sultora elinaribus atissicitium peri contratum nos intusquam in te ad poposterei ium effres converis, me hebus bon veropopublis ca con simus huiderfin sil tasdam. Gracivium ac tum rem dem siliciv ilicibus, Cupimura, quid cre tem diur pectus consussimis catum iam tebus atilinc lescris. Gra maximo vatque con se terum qua rem con sulis iae dum de converehem.



Didascalia immagine. Ultoreis vis addum +mendium usquonsuliu quam percerum diendus.

Testo base descrittivo Rem quam dellem et, nu esi publicultuus bonum untiaes efectus faciemque pubisque et comne et pulto tes conferbis. Sultora elinaribus atissicitium peri contratum nos



Comune di Trento la modulistica istituzionale e il nuovo city brand

strada 02 *scelta*
riordino grafico
dell'esistente

Carta intestata Sindaco

formato A4
in formato elettronico
microsoft word



COMUNE DI TRENTO

Il Sindaco



Numero di protocollo associato al documento
come metadato (DPCM 3.12.2013, art. 20). Data di
registrazione inclusa nella segnatura di protocollo

Oggetto:

Franco Ianeselli

Questo documento, se trasmesso in forma cartacea,
costituisce copia dell'originale informatico firmato
digitalmente predisposto e conservato presso questa
Amministrazione in conformità alle regole tecniche (artt.
3 bis e 71 D.Lgs. 82/05). La firma autografa è sostituita
dall'indicazione a stampa del nominativo del responsabile
(art. 3 D. Lgs. 39/1993)



Palazzo Geremia

Via Belenzani 22 | 38122 Trento (Italia)
T. +39 0461 884216-4217 | F. +39 0461 983950
sindaco@comune.trento.it

strada 02 *scelta*
riordino grafico
dell'esistente

Carta intestata Servizi

formato A4
in formato elettronico
microsoft word



COMUNE DI TRENTO



Servizio Cultura, Turismo e Politiche Giovanili
Ufficio Cultura, Turismo ed Eventi
Via delle Orfane 13 | 38122 Trento
tel. 0461 884287 | fax 0461 884386
servizio.cultura-turismo@comune.trento.it

strada 02 *scelta*
riordino grafico
dell'esistente

Cartella Stampa

formato chiuso 22,5 x 31 cm
in formato pdf
per la stampa



COMUNE DI TRENTO

trento
Alza lo sguardo.



Stampa


strada 02 *scelta*
riordino grafico
dell'esistente

Cartella Stampa

formato aperto 45 x 31 cm
in formato pdf
per la stampa

Ufficio Stampa

Palazzo Geremia
Via Belenzani 20 | 38122 Trento
T. +39 0461 884199
ufficio.stampa@comune.trento.it
www.comune.trento.it

 *Comune di Trento*

 *@comunetn*

 *livetrento*



COMUNE DI TRENTO

trento
Alza lo sguardo.

