

Linee guida per il brand



Logo

Nozioni fondamentali

Il logo di Twitter è un simbolo forte di quello che accade nel mondo in tempo reale e delle voci e conversazioni che risuonano ogni giorno sulla nostra piattaforma. Ecco alcune regole da osservare quando utilizzi il nostro logo.

- Mostra solo il logo in blu o bianco Twitter.
- Non alterarlo, ruotarlo o modificarlo.
- Non animarlo e non farlo parlare, cinguettare o volare.
- Non circondarlo con uccelli o altre creature.
- Non accompagnarlo con fumetti o altri elementi accessori.
- Non dargli sembianze umane.
- Non enfatizzarlo troppo.
- Non usare versioni precedenti del logo.
- Segui le istruzioni sull'uso degli spazi indicate nel presente documento.

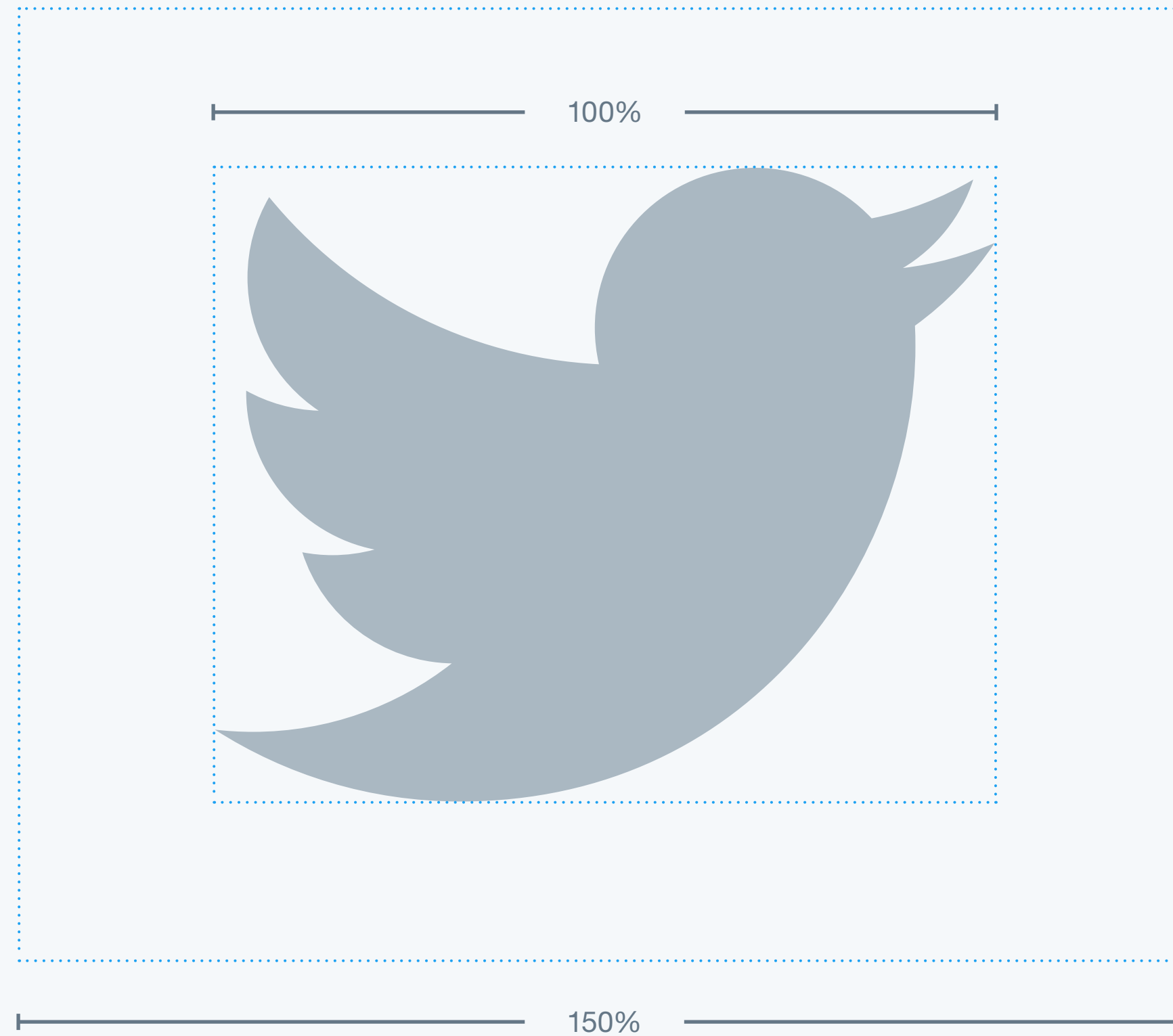


Logo

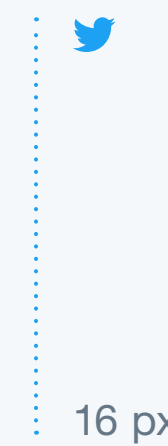
Spazio vuoto intorno al logo e dimensioni minime

Se usi il logo insieme ad altri elementi grafici, devi osservare determinate distanze. Lo spazio vuoto intorno al logo deve essere di almeno il 150% della larghezza del logo. Perché il logo mantenga il suo impatto visivo, non deve avere una larghezza inferiore a 16 pixel.

Fai riferimento allo Starter Kit, che puoi scaricare dal sito brand.twitter.com.



Spazio vuoto intorno al logo



Dimensioni minime del logo



Logo

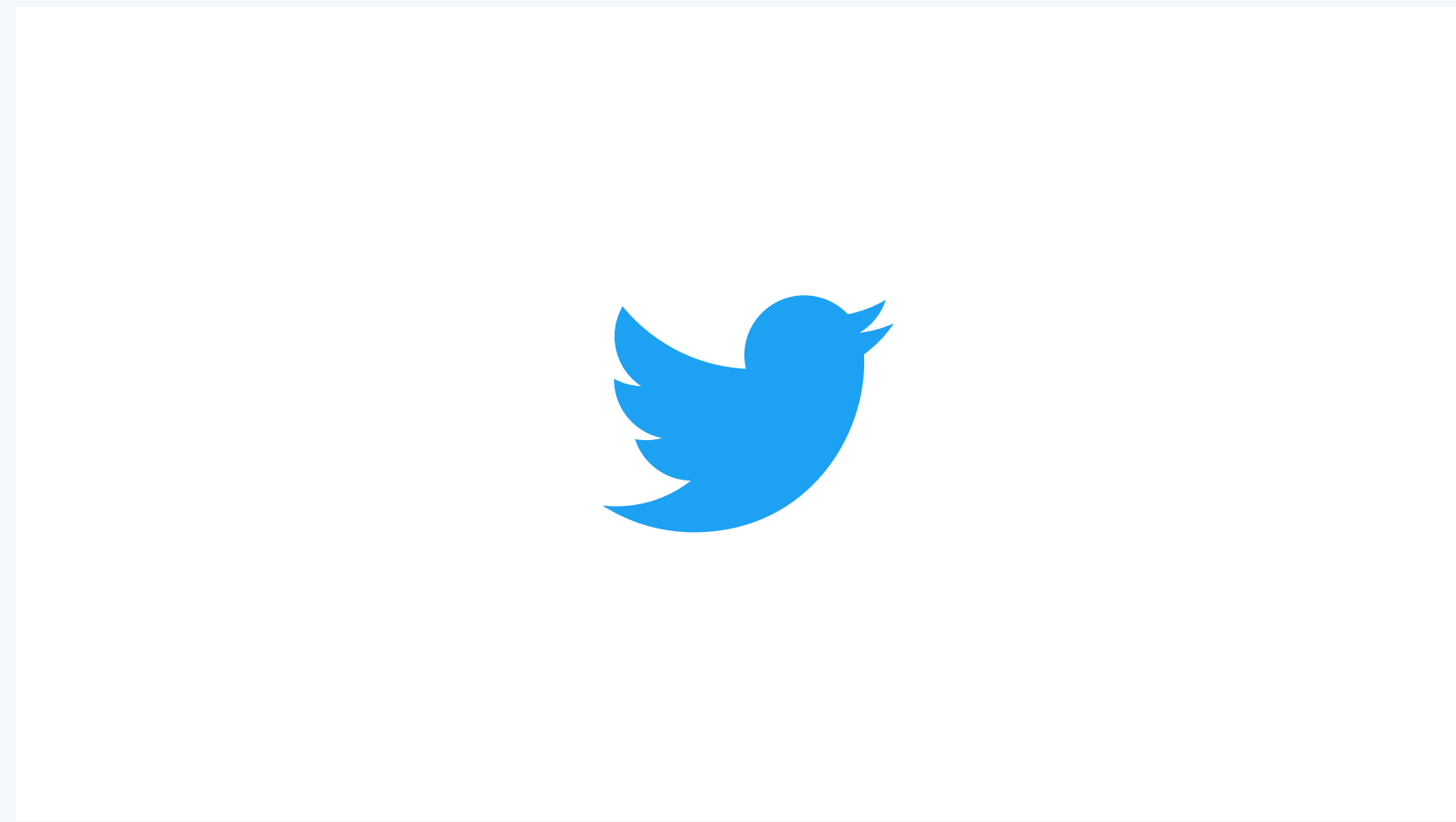
Colore

Il logo di Twitter è sempre blu o bianco. Deve essere ben visibile e integro nella sua forma.

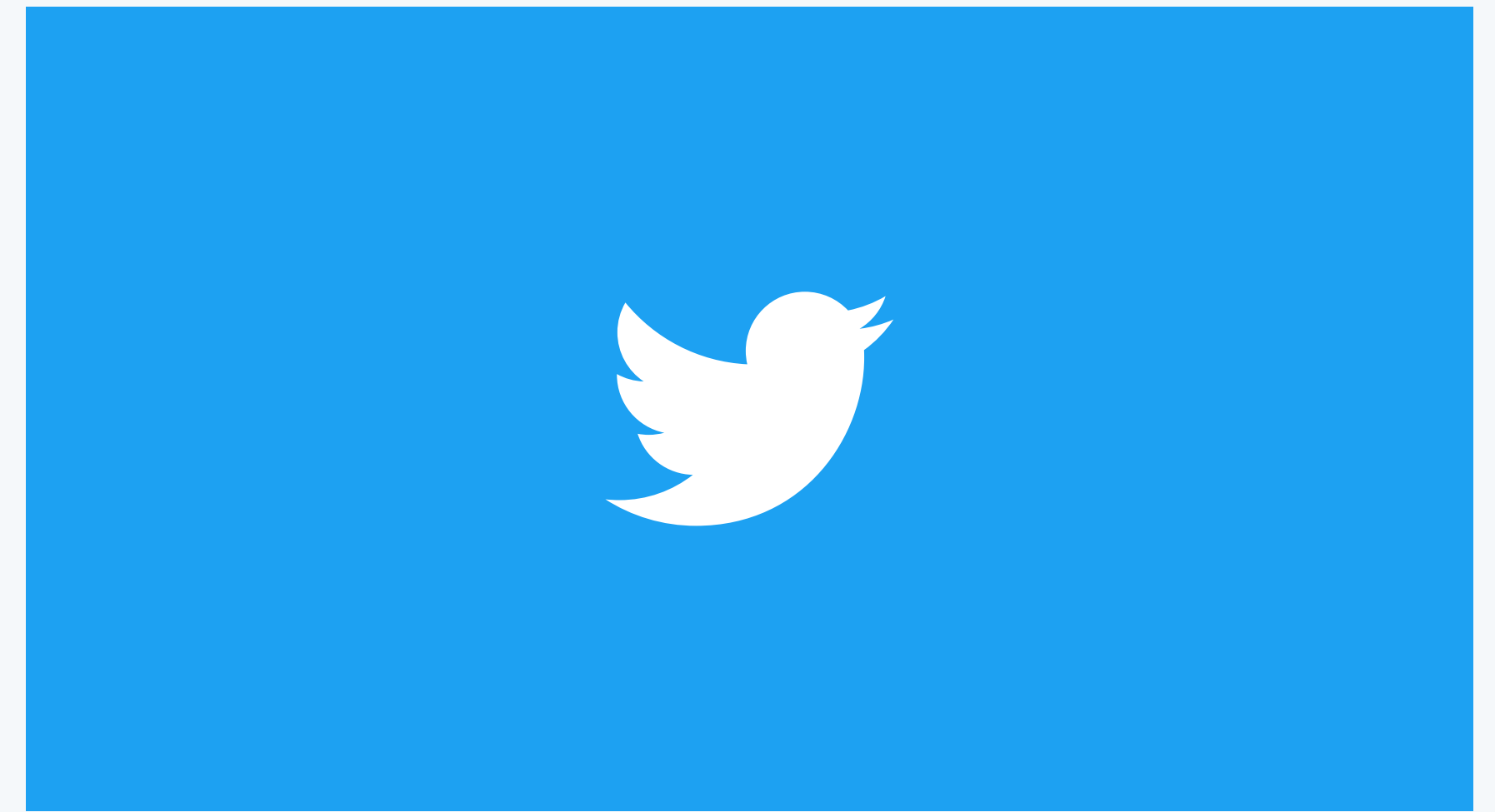
Se posizioni il logo su un'immagine, usa sempre la versione bianca del logo. Se le immagini hanno uno sfondo chiaro, ti consigliamo di applicare una tonalità di nero al 10-20% all'intera immagine per mantenere la leggibilità del logo bianco.

Non mostrare mai il logo di Twitter in nero o in qualsiasi altro colore.

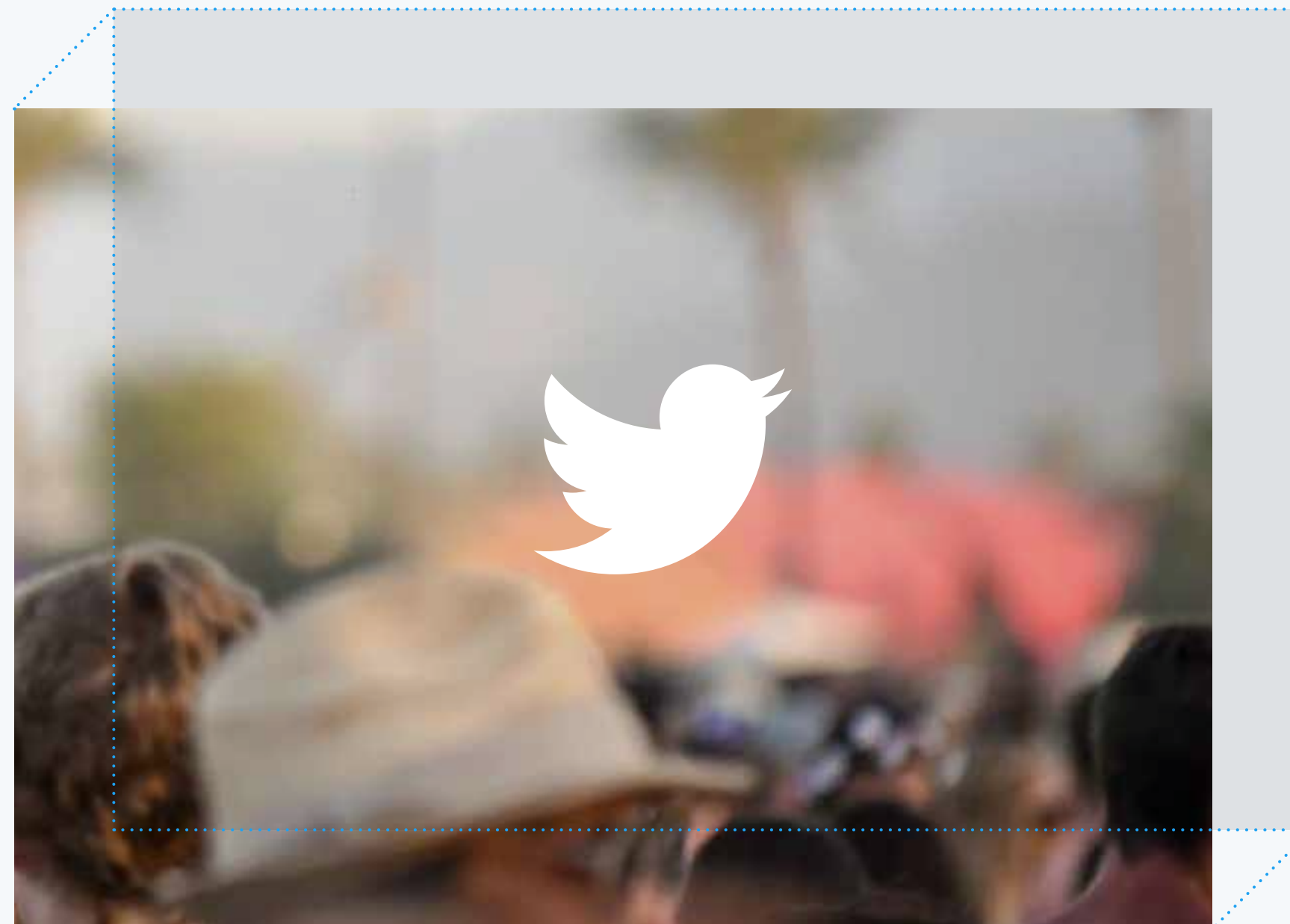
Per questa regola esiste un'eccezione data da possibili limitazioni nella stampa dei colori. Questa è l'unica situazione in cui il logo può apparire in nero, previa autorizzazione da parte di Twitter.



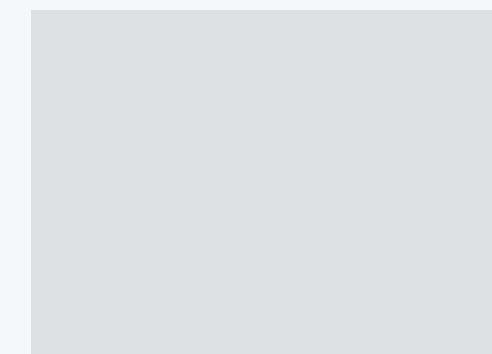
Logo blu su sfondo bianco



Logo bianco su sfondo blu



Logo bianco su sfondo con immagine



Livello 2
Tonalità di nero al 10-20%



Livello 1
Immagine originale

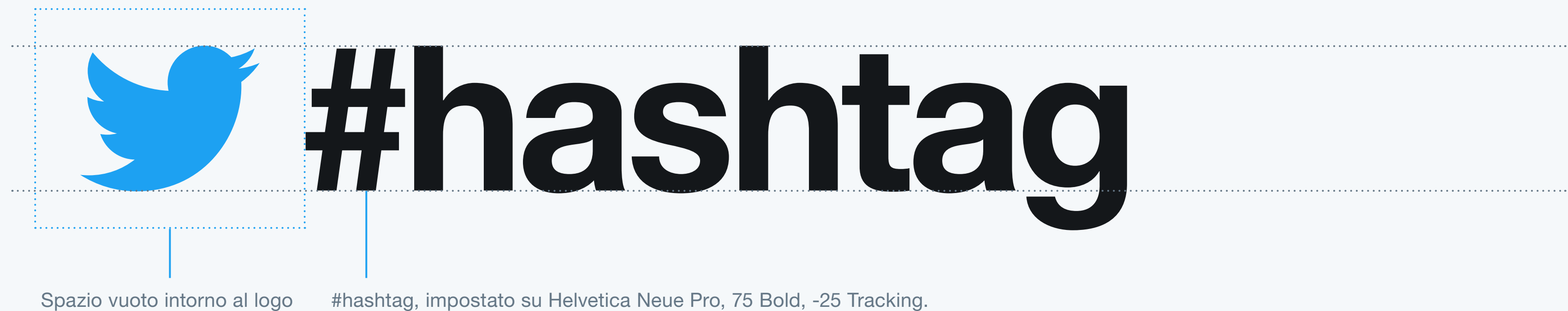
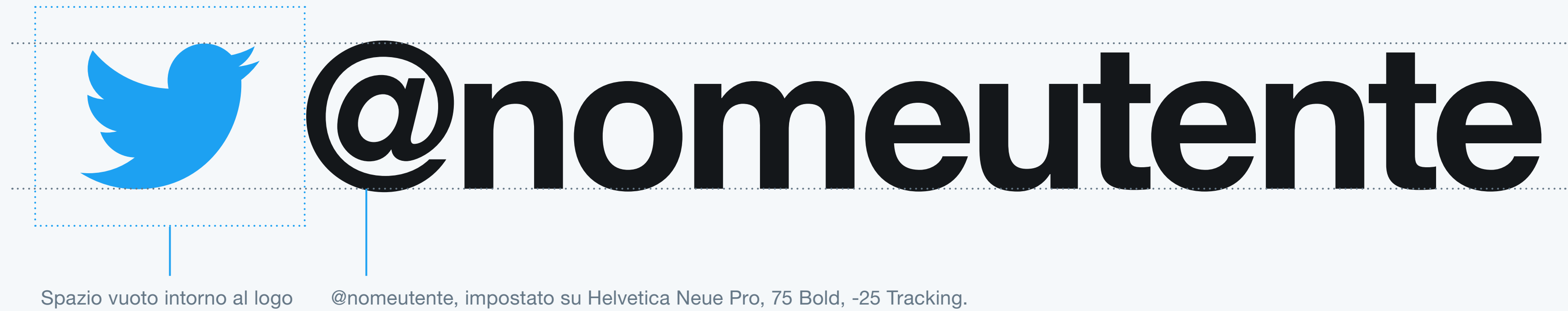


Proporzioni

Non utilizzare i marchi di Twitter in un modo che evochi una sponsorizzazione, sovvenzione o affiliazione da parte di Twitter o che possa far confondere Twitter con un altro brand.

Quando vuoi mostrare che un #hashtag o un @nomeutente deriva da Twitter, abbinalo al logo e utilizza il carattere Helvetica Neue Pro 75 Bold. Rispetta le regole dello spazio vuoto intorno al logo e ridimensiona il testo al 100% dell'altezza del logo.

Fai riferimento allo Starter Kit, che puoi scaricare dal sito brand.twitter.com.



Icone social

Quando usi il logo da solo o con altre icone social per segnalare la tua presenza su Twitter, puoi utilizzare il logo blu o bianco con le stesse dimensioni e la stessa altezza delle icone degli altri social media. Quando usi il logo bianco, il colore di sfondo può essere di qualsiasi altro colore.

Preferiamo che il nostro logo non venga racchiuso in un riquadro, ma se il riquadro si presta meglio alle tue esigenze, puoi inserire il logo in un cerchio, un quadrato o un quadrato con gli angoli arrotondati.

Fai riferimento allo Starter Kit, che puoi scaricare dal sito brand.twitter.com.



Icona social del logo



Icona social quadrata



Icona social quadrata con angoli arrotondati



Icona social circolare



32 px di larghezza minima



32 px di larghezza minima



32 px di larghezza minima



32 px di larghezza minima



Uso improprio



Non applicare contorni



Non aggiungere ombre



Non aggiungere effetti speciali



Non aggiungere gradazioni



Non utilizzare più colori



Non distorcere, ruotare o allungare il logo



Non modificare l'orientamento



Non aggiungere elementi



Non aggiungere elementi strutturali



Non moltiplicare il logo



Non usare la versione precedente del logo



Non usare il nostro precedente marchio denominativo



Non utilizzare metafore per suggerire un uccello. Il nostro logo non è un uccello, è il simbolo di Twitter.



Non associare il nostro logo a contenuti testuali, titoli o altri loghi.



Non associare il termine "Twitter" al logo. Il nostro logo deve essere rappresentato solo da un simbolo.



Non racchiudere il logo in una forma



Non sovrapporre più loghi



Non decorare il logo con dei motivi



Non personificare il logo



Non usare la versione precedente della nostra icona 7



Principale

Blu

HEX #1DA1F2
RGB 29 161 242

CMYK 69 26 0 0
PANTONE 2382 C

Secondario

Nero

HEX #14171A
RGB 20 23 26

CMYK 76 68 63 78
PANTONE Black 7 C

Grigio scuro

HEX #657786
RGB 101 119 134

CMYK 65 46 37 8
PANTONE Cool Gray 9 C

Grigio chiaro

HEX #AAB8C2
RGB 170 184 194

CMYK 34 20 18 0
PANTONE Cool Gray 7 C

Grigio molto chiaro

HEX #E1E8ED
RGB 225 232 237

CMYK 10 4 4 0
PANTONE Cool Gray 3 C

Grigio chiarissimo

HEX #F5F8FA
RGB 245 248 250

CMYK 3 1 1 0
PANTONE Cool Gray 1 C

Bianco

HEX #FFFFFF
RGB 255 255 255

CMYK 0 0 0 0



Tipografia

Carattere tipografico

Il nostro carattere tipografico è deciso, semplice e universale. È il filo conduttore che caratterizza il nostro brand e ci consente di mettere in risalto i contenuti invece della forma.

Per i @nomiutente e gli #hashtag, utilizziamo Helvetica Neue Pro 75 Bold ([pagina 5](#)).

Per gli elementi che compongono i Tweet, usiamo Helvetica Neue Pro 75 Bold per il nome, il Tweet stesso e il timestamp, mentre usiamo Helvetica Neue Pro 55 Roman per il @nomeutente ([pagina 10](#)).

Helvetica

Neue

Pro

55

Roman

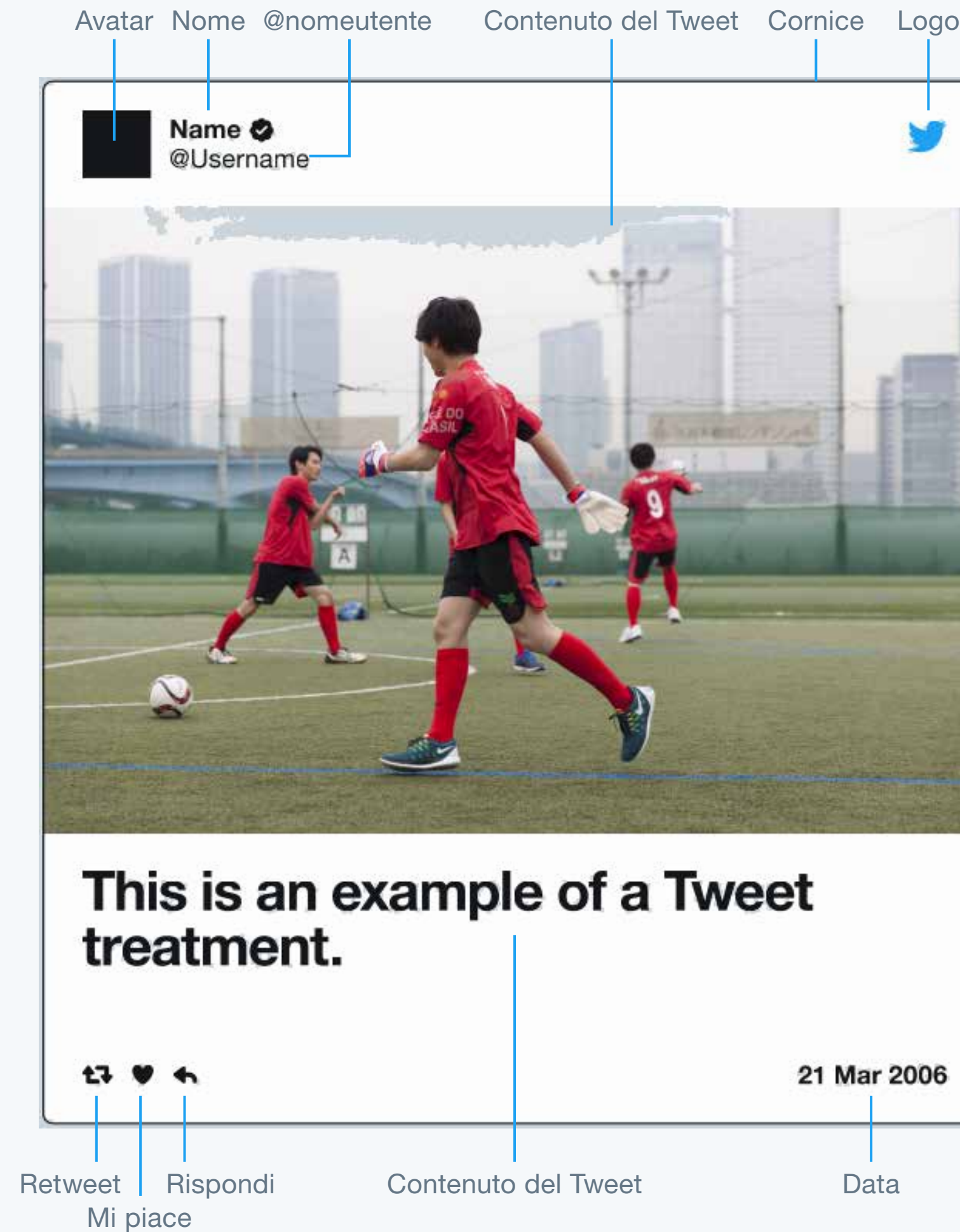
75 Bold



Struttura

I Tweet rappresentano gli elementi fondamentali dell'esperienza Twitter e le voci reali che fanno convergere sulla nostra piattaforma tutto ciò che accade. Se mostri dei Tweet al di fuori della piattaforma Twitter, presentali sempre esattamente come li hai trovati. Ogni Tweet deve apparire come l'originale. Non alterare, modificare o ricreare alcun elemento di un Tweet.

- Non estrapolare gli elementi dal contesto, non aggiungere commenti personali e non fare discriminazioni in base al contenuto.
- Non alterare i nomi utente, quelli reali o gli hashtag (mantieni le maiuscole, le minuscole, i numeri, le sottolineature, ecc.)
- Cita sempre l'autore dei Tweet visualizzando il nome completo dell'account, il @nomeutente e la piattaforma Twitter con il logo.
- Twitter non può autorizzare l'uso di Tweet, loghi o immagini di terze parti. Se intendi utilizzare contenuti di terze parti, rivolgiti prima ai tuoi consulenti legali per valutare ogni rischio legale. Se sei l'autore dei Tweet che pubblichi, sei libero di utilizzarli e di visualizzarli nel rispetto di queste linee guida.



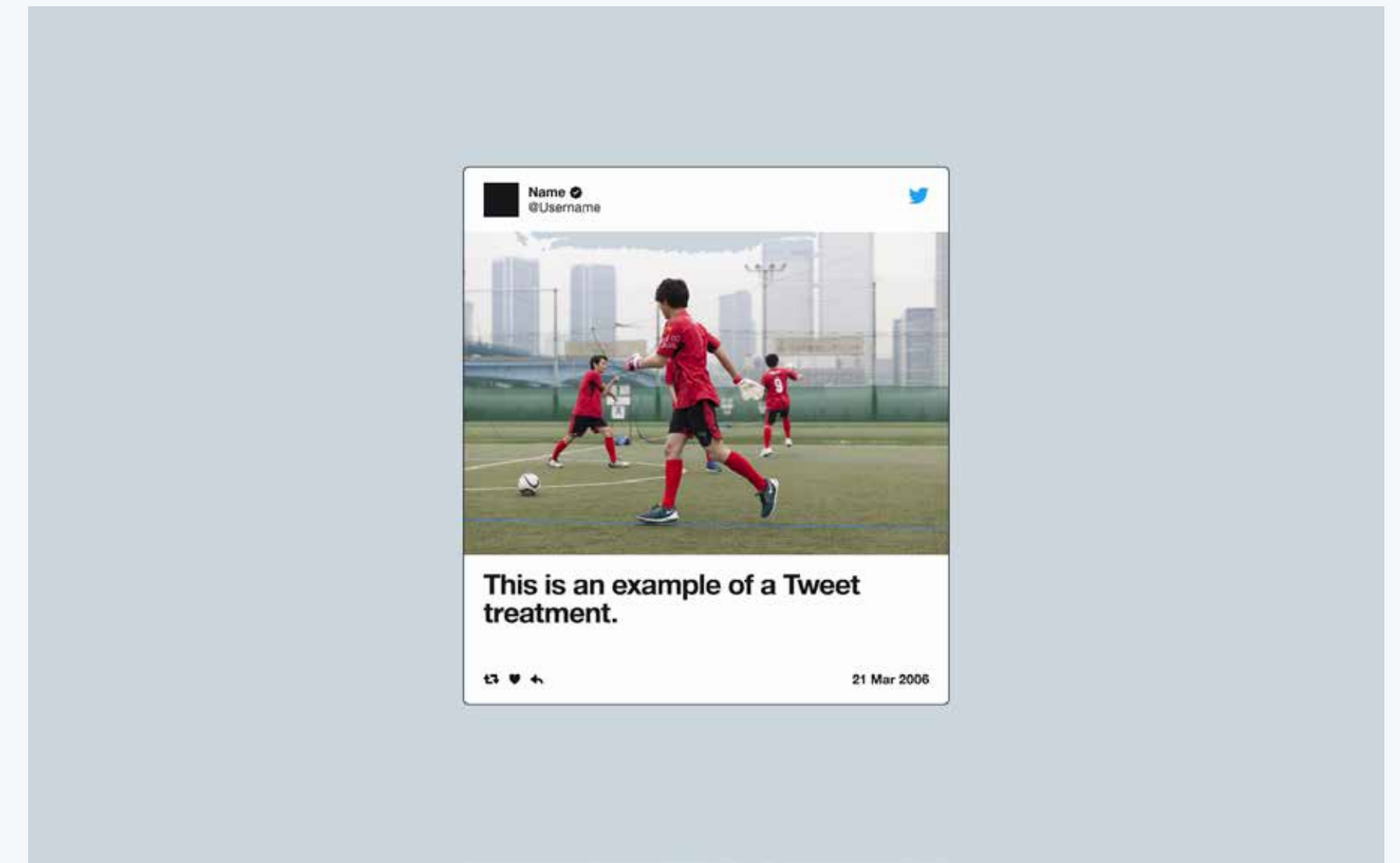
Varianti

Esistono molti modi di rappresentare un Tweet, a seconda del contesto, dell'audience e del livello di dettaglio desiderato. Quando mostri dei Tweet, includi più contesto possibile. Questo utilizzo coerente aiuta a far riconoscere e ad associare i Tweet alla nostra piattaforma.

Fai riferimento allo Starter Kit, che puoi scaricare dal sito brand.twitter.com.



Tweet testuale



Tweet testuale e multimediale



Tweet testuale su contenuti multimediali



Uso dei marchi Twitter

I marchi di Twitter includono, tra gli altri, il nome Twitter, il logo di Twitter, il termine “Tweet” e qualsiasi parola, frase, immagine o altra designazione che identifica la fonte o l’origine di un qualsiasi prodotto Twitter. I termini “Twitter”, “Tweet” e “Retweet” devo essere sempre scritti con l’iniziale maiuscola.

Denominazione e progettazione visiva (loghi, siti Web, prodotti)

Non usare mai i loghi o le icone di Twitter come se fossero di tua proprietà.

Non integrare i marchi di Twitter, in tutto o in parte, nella ragione sociale della tua azienda, nei prodotti e nei servizi che offri, nel tuo sito Web, nel nome di dominio o nelle tue applicazioni.

Libri e pubblicazioni (istruzione, corsi di formazione, guide, conferenze)

Ricorda di specificare sempre con chiarezza che i tuoi libri e le tue pubblicazioni parlano di Twitter, ma che non sono a cura di Twitter. I titoli dei libri e delle pubblicazioni devono essere esclusivi. Non integrare i marchi di Twitter (Twitter, Tweet, Retweet e logo di Twitter) nei titoli e sulle copertine.

Commercializzazione

Un prodotto brandizzato con il nome o il logo di Twitter è di riflesso un prodotto di Twitter. A meno che il logo di Twitter non sia associato a un #hashtag o un @nomeutente o che lo si stia utilizzando insieme alle icone di altri social media, non è consentito produrre, vendere o cedere prodotti o servizi con il nostro nome o logo incluso.

Uso funzionale (cronologie, pulsanti e Tweet incorporati)

Se intendi incorporare i codici per pubblicare contenuti Twitter, visita il sito publish.twitter.com.



Linee guida per i marchi di Twitter

L'utilizzo dei marchi di Twitter indicati nelle presenti Linee guida per il brand implica l'accettazione delle Linee guida per i marchi (qui convenzionalmente denominate "Linee guida"), dei Termini di Servizio, nonché di tutte le altre norme e regole di Twitter. Twitter Inc. (qui convenzionalmente denominato "Twitter") si riserva il diritto di annullare, modificare o cambiare queste norme in qualsiasi momento a propria discrezione, senza preavviso.

Le presenti Linee guida si applicano all'utilizzo dei marchi di Twitter. Puoi utilizzare i marchi di Twitter soltanto per i fini espressamente autorizzati da Twitter. L'attenta osservanza delle presenti linee guida è sempre obbligatoria: qualsiasi utilizzo dei marchi di Twitter in violazione delle Linee guida determinerà l'interruzione automatica di ogni licenza relativa all'utilizzo dei marchi di Twitter.

1 Non puoi alterare in alcun modo i marchi di Twitter, ad esempio modificarne le proporzioni, il colore o la forma, né puoi aggiungere o rimuovere elementi che fanno parte dei marchi di Twitter.

2 I marchi di Twitter devono apparire da soli, con un ragionevole spazio laterale che li separi da altri elementi testuali, grafici o visivi.

3 I marchi di Twitter devono essere posizionati in modo da consentirne la leggibilità o la visibilità completa.

4 Non puoi utilizzare i marchi di Twitter in modi che implicino una qualche sponsorizzazione o sovvenzione da parte di Twitter senza autorizzazione scritta e licenza da parte di Twitter.

5 Non puoi utilizzare i marchi di Twitter per screditare Twitter, i suoi prodotti e i suoi servizi o in un modo che, a giudizio di Twitter, possa diminuire od offuscare l'immagine positiva dei marchi di Twitter.

6 Non puoi utilizzare i marchi di Twitter per fare riferimento a un altro prodotto o servizio diverso da Twitter. I marchi TWEET e RETWEET devono essere utilizzati solo in riferimento ai prodotti Tweet e Retweet di Twitter.

7 Quando crei un prodotto, un'app, un sito Web o un altro servizio che utilizza o interagisce con Twitter, devi utilizzare un nome, un logo e un design univoci che non possano essere confusi con i marchi di Twitter. Non puoi richiedere marchi o domini che includano i marchi di Twitter o qualsiasi altra variante simile che possa generare confusione.

8 Nei materiali che mostrano i marchi di Twitter devi inserire la seguente dichiarazione: "TWITTER, TWEET, RETWEET e il logo di Twitter sono marchi di Twitter, Inc. o delle sue affiliate".

9 Riconosci che tutti i diritti relativi ai marchi di Twitter sono di proprietà esclusiva di Twitter e che l'immagine positiva generata dall'utilizzo dei marchi di Twitter andrà a esclusivo beneficio di Twitter. Non intraprenderai alcuna azione che sia in conflitto con i diritti o la proprietà di Twitter sui marchi di Twitter.

Twitter si riserva il diritto di modificare le presenti Linee guida, le Linee guida per il brand e/o quelle per i marchi di Twitter a propria discrezione e in qualsiasi momento, nonché di prendere i dovuti provvedimenti contro l'utilizzo non autorizzato o improprio dei suoi marchi.

Per eventuali domande sulle presenti Linee guida, contattaci all'indirizzo e-mail trademarks@twitter.com.



Hai bisogno di aiuto?

Hai domande?

Contattaci all'indirizzo e-mail trademarks@twitter.com

