



1899



1901



1904



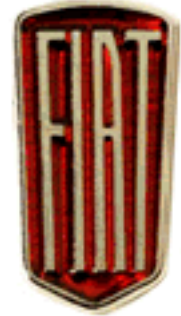
1921



1925



1931



1932



1968



1999



2006



*Das neue Fiat Erscheinungsbild
CI-Richtlinien*

Fiat. Ein neues Logo für eine neue Identität

Es ist soweit. Fiat zeigt sich im neuen Erscheinungsbild. Eine neue Identität. Eine neue Herausforderung. Ein neues Logo zwar, aber eines mit Vergangenheit. Es ist eine moderne, zeitgenössische Neuinterpretation des berühmten Emblems, das von 1931 bis 1968 die Fiat Kühlerhauben schmückte.

Das neue Logo hat zwei Bestandteile des historischen Emblems beibehalten: die rote Farbe und die Schildform des Hauptelements.

Diese historischen Bestandteile wurden abgewandelt und dreidimensional gestaltet, wodurch sie fortschrittliche Technologie, italienisches Design, Dynamik und Individualismus vermitteln.

Das ausdrucksstarke neue Logo ist ein auf moderne Weise interpretiertes Retroelement, in dem sich die Marke Fiat heute widerspiegelt: Es steht für einen Wandel im Zeichen der Kontinuität.

Die Fiat Botschaft stützt sich auf den essenziellen, klaren und wiedererkennbaren Charakter des Logoformats.

- Das neue Fiat Logo gibt es in verschiedenen Versionen: als fotografische Version, als Schwarz-Weiß-Version und als Vektorversion, wodurch es sich für die verschiedenen Kommunikationsmittel perfekt eignet.*
- Die Entscheidung fiel für eine sehr ausdrucksstarke Schrift mit hohem Wiedererkennungswert.*

Im Folgenden finden Sie Informationen und Regeln, deren Einhaltung absolut notwendig ist, damit das Marken-Image einheitlich, unmissverständlich und sofort erkennbar ist.

Wir wünschen Ihnen dabei viel Erfolg.

Inhalt

- 1 *Versionen und Grundbestandteile des neuen Fiat Markenlogos*
- 2 *Klassische Werbung und Händlerwerbung*
- 3 *Werbung im Internet*
- 4 *Drucksachen für den Schriftverkehr*
- 5 *Werbe- und Aktionsmittel*

Standardversion des Logos

Die standardmäßig zu verwendende Variante des Logos ist die fotografische Version mit Schatten und Lichteffekt. Kann diese Version nicht angewandt werden, befolgen Sie bitte die Anleitungen in Kapitel 1.02.



Logo – fotografische Version



Logo – Vektorversion

Kapitel I Versionen des Logos

- I.01 *Elemente des Logos*
- I.02 *Versionen des Logos*
- I.03 *Version A – fotografische Version in Farbe*
Version A – fotografische Version in Farbe auf schwarzem Hintergrund
- I.04 *Version A – fotografische Version in Farbe auf farbigen Hintergründen*
- I.05 *Version B – farbige Vektorversion*
Version B – farbige Vektorversion auf schwarzem Hintergrund
- I.06 *Version C – farbige Vektorversion ohne Linien*
- I.07 *Version D – farbige Vektorversion mit Linien*
- I.08 *Version A – fotografische Version, schwarz-weiß*
- I.09 *Version A – Strichversion, schwarz-weiß*
- I.10 *Version B – Strichversion, schwarz-weiß*
- I.11 *Version C – Strichversion, schwarz-weiß ohne Linien*
- I.12 *Farbcodes für Vektorlogokomposition*

1.01

Logo Elemente des Logos

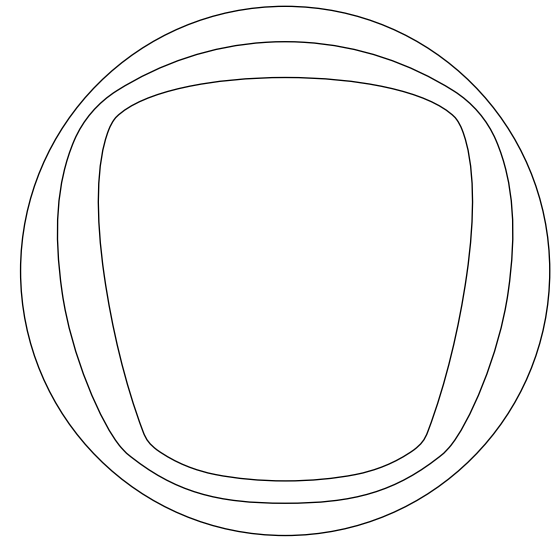
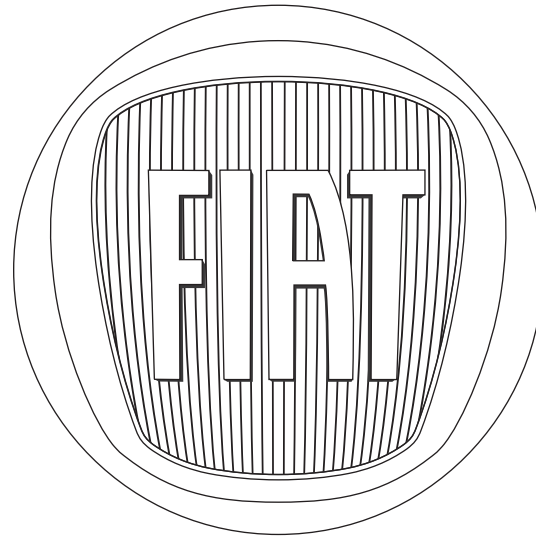
Merkmale

Das Logo besteht aus drei
Strukturelementen:

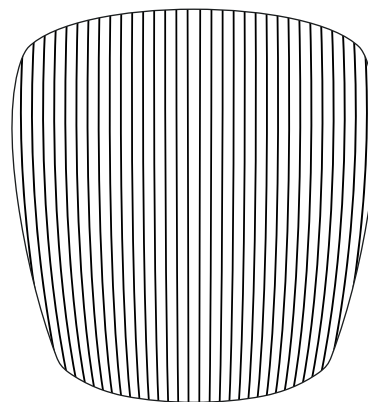
1. Rundes Rahmenelement
2. Zentralelement in Form eines
trapezförmigen Schildes
3. Fiat Logo

Versionen

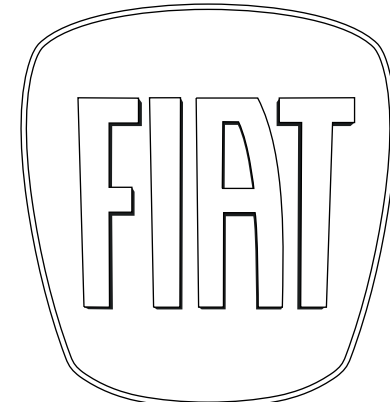
Es gibt vier verschiedene
Versionen des Logos für
verschiedene Reproduktionen.
Siehe unten stehende Tabellen.



1 Rahmen



2 Zentralelement in Form eines
trapezförmigen Schildes



3 Fiat Logo

1.02

Verwendung

Es gibt vier Versionen des Logos.

Version A

Eine fotografische Version für die Reproduktion des Logos mit einem Durchmesser von nicht mehr als 1000 mm und nicht weniger als 20 mm.

Eine Strichversion, die in Fällen benutzt wird, in denen die fotografische Version nicht eingesetzt werden kann.

Version B

Für die Reproduktion des Logos mit einem Durchmesser von nicht mehr als 19 mm und nicht weniger als 15 mm.

Version C

Für die Reproduktion des Logos mit einem Durchmesser von weniger als 15 mm.

Bei der Reproduktion von weniger als 15 mm großen Versionen muss die Lesbarkeit des Logos im Verhältnis zu Druckmaterial und -methode je nach Fall bewertet werden.

Version D

Für die Reproduktion des Logos mit einem Durchmesser von mehr als 1000 mm.

Logo Versionen des Logos

Farbe



Version A Fotografisches Logo in Farbe

Graustufen



Fotografisches Logo, schwarz-weiß

Strichzeichnung



Logo als Strichzeichnung



Version B Vektorlogo



Logo als Strichzeichnung



Version C Vektorlogo ohne Linien



Logo als Strichzeichnung ohne Linien



Version D

Vektorlogo

1.03

Verwendung

Die fotografische Version des Logos muss in sämtlichen Fällen benutzt werden, in denen Größe, Reproduktionsmethoden und Drucktechniken dies zulassen, und zwar stets mit Schatten und Glanz. Es kann mit einem Durchmesser von nicht mehr als 1000 mm und nicht weniger als 20 mm benutzt werden.

Logo Version A – fotografische Version in Farbe



1000 mm Maximalgröße



20 mm Mindestgröße

Logo Version A – fotografische Version in Farbe auf schwarzem Hintergrund



1000 mm Maximalgröße



20 mm Mindestgröße

I.04

Logo

Version A – fotografische Version in Farbe auf farbigem Hintergrund

Verwendung

Die fotografische Version des Logos muss in sämtlichen Fällen benutzt werden, in denen Größe, Reproduktionsmethoden und Drucktechniken das zulassen. Das Logo behält immer das Schattenelement bei, wenn es auf einen farbigen oder fotografischen Hintergrund gedruckt wird. Auf einem schwarzen Hintergrund wird der Schatten weggelassen, der Lichteffekt wird aber beibehalten.

Es kann auf jedem Hintergrund benutzt werden, solange dieser einheitlich ist. Die fotografische Version des Logos kann mit einem Durchmesser von nicht mehr als 1000 mm und nicht weniger als 20 mm benutzt werden.



1



2



3



4

1-2-3 Fotografische Version des Logos mit rotem Hintergrund, stets mit Schatten und Lichteffekt zu verwenden.

4 Auf schwarzem Hintergrund verliert das Logo den Schatten, behält den Lichteffekt aber bei.

1.05

Verwendung

Diese Version kann für die Reproduktion des Logos mit einem Durchmesser von nicht mehr als 19 mm und nicht weniger als 15 mm benutzt werden.

Farben

Die zur Reproduktion des Logos zu verwendenden Farben sind in Tabelle 1.12 zu finden.

Logo Version B – farbige Vektorversion mit Linien



19 mm Maximalgröße



15 mm Mindestgröße

Logo Version B – farbige Vektorversion mit Linien auf schwarzem Hintergrund



19 mm Maximalgröße



15 mm Mindestgröße

1.06

Logo Version C – farbige Vektorversion ohne Linien

Eigenschaften

Diese Version unterscheidet sich von den anderen, da aus Gründen der Lesbarkeit und Reproduzierbarkeit die vertikalen Linien des Zentralelements weggelassen wurden.

Verwendung

Diese Version kann für die Reproduktion des Logos mit einem Durchmesser von weniger als 15 mm benutzt werden. Bei der Reproduktion des Logos mit einem Durchmesser von weniger als 15 mm muss die Lesbarkeit des Logos im Verhältnis zu Druckmaterial und -methode je nach Fall bewertet werden. Dabei sollte unbedingt beachtet werden, dass das Logo aus Gründen der Lesbarkeit nicht mit einem Durchmesser von weniger als 10 mm reproduziert werden darf.

Farben

Die zur Reproduktion des Logos zu verwendenden Farben sind in Tabelle 1.12 zu finden.



14 mm Maximalgröße



10 mm Mindestgröße



14 mm Maximalgröße



10 mm Mindestgröße

1.07

Logo
Version D – farbige Vektorversion mit Linien

Eigenschaften

Die Vektorversion wird nur als Farbversion verwendet. In dieser Version verändert sich nicht nur die Anzahl der vertikalen Linien, sondern auch die Dicke der Linien.

Verwendung

Diese Version kann für die Reproduktion des Logos mit einem Durchmesser von über 1000 mm benutzt werden.

Farben

Die zur Reproduktion des Logos zu verwendenden Farben sind in Tabelle 1.12 zu finden.



Größen über 1000 mm

1.08

Logo
Version A – fotografische Version, schwarz-weiß

Eigenschaften

Die fotografische Version des Logos muss in allen Fällen benutzt werden, in denen Schwarz-Weiß eingesetzt wird. Im Falle einer Reproduktion auf einem schwarzen oder dunklen Hintergrund bleibt das Logo unverändert.

Verwendung

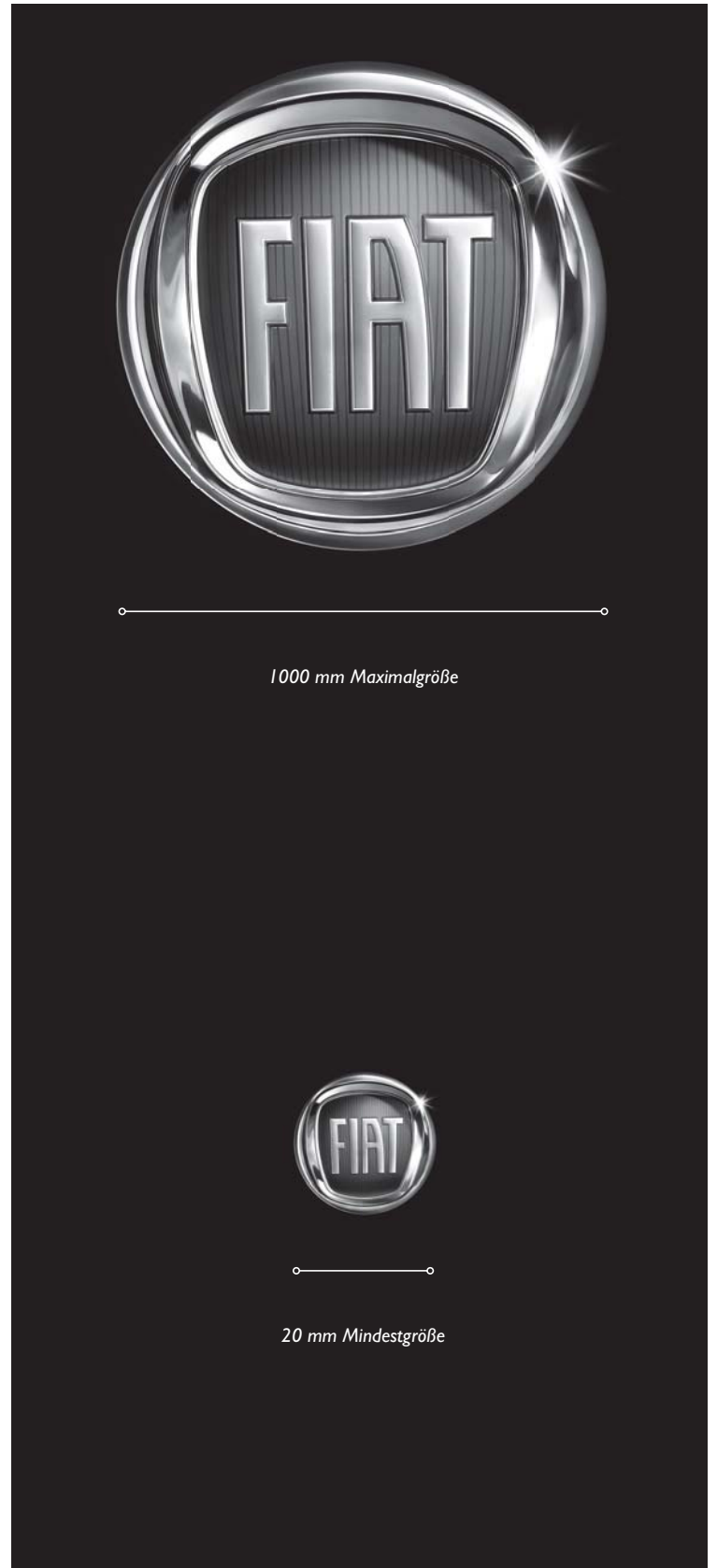
Diese Version kann für die Reproduktion des Logos mit einem Durchmesser von nicht mehr als 1000 mm und nicht weniger als 20 mm benutzt werden.



1000 mm Maximalgröße



20 mm Mindestgröße



1000 mm Maximalgröße



20 mm Mindestgröße

1.09

Logo Version A – Strichversion, schwarz-weiß

Eigenschaften

Die Strichversion A wird nur in der Schwarz-Weiß-Version verwendet. Die zur Reproduktion auf einem schwarzen Hintergrund verwendete Version unterscheidet sich durch einen anderen Rahmen von der für die Reproduktion auf weißem Hintergrund.

Verwendung

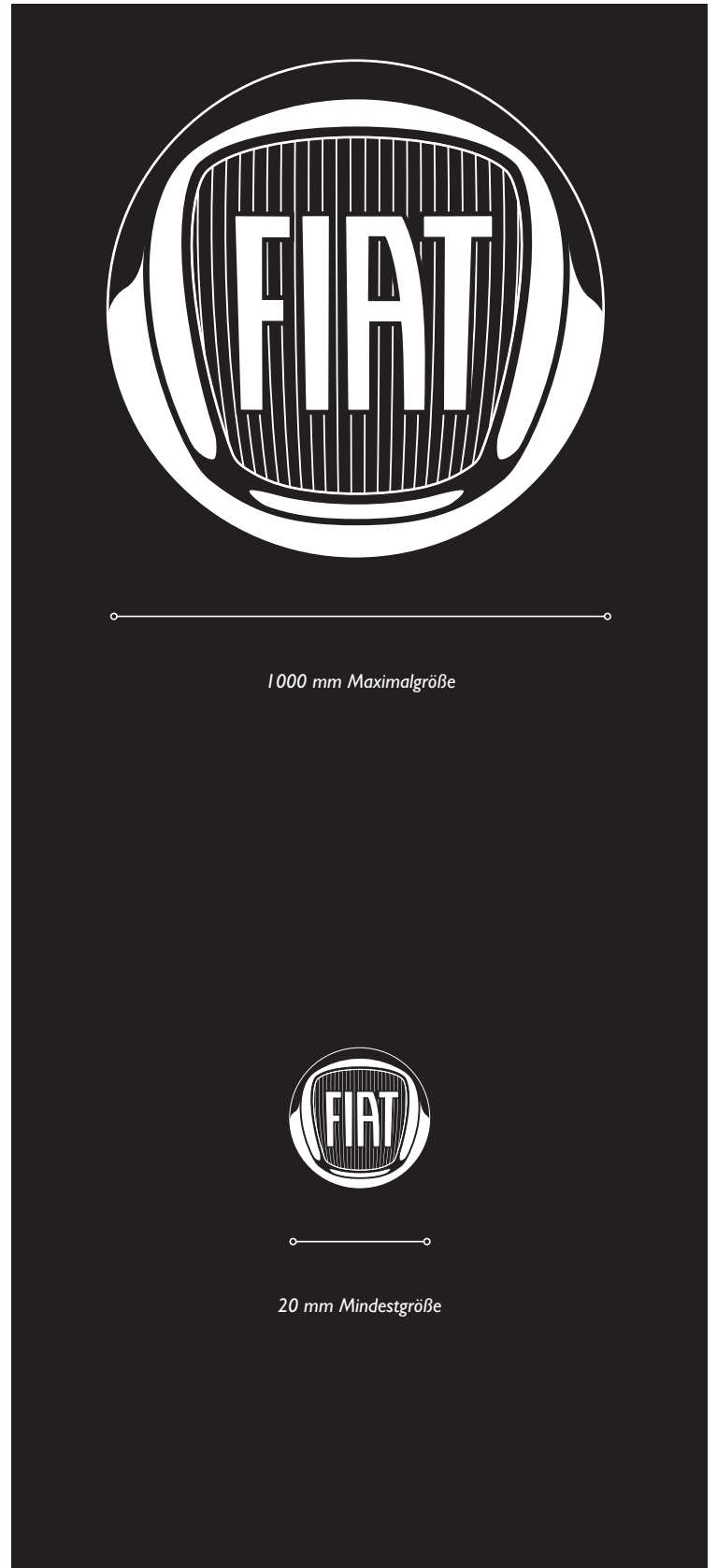
Diese Version kann für die Reproduktion des Logos mit einem Durchmesser von nicht mehr als 1000 mm und nicht weniger als 20 mm benutzt werden.



1000 mm Maximalgröße



20 mm Mindestgröße



1000 mm Maximalgröße



20 mm Mindestgröße

I.10

Eigenschaften

Die Strichversion B wird nur in der Schwarz-Weiß-Version verwendet. Die zur Reproduktion auf einem schwarzen Hintergrund verwendete Version unterscheidet sich durch einen anderen Rahmen von der für die Reproduktion auf weißem Hintergrund.

Verwendung

Diese Version kann für die Reproduktion des Logos mit einem Durchmesser von nicht mehr als 19 mm und nicht weniger als 15 mm benutzt werden.

Logo Version B – Strichversion, schwarz-weiß



19 mm Maximalgröße



15 mm Mindestgröße



19 mm Maximalgröße



15 mm Mindestgröße



Eigenschaften

Die Strichversion C wird nur in der Schwarz-Weiß-Version verwendet. Die zur Reproduktion auf einem schwarzen Hintergrund verwendete Version unterscheidet sich durch einen anderen Rahmen von der für die Reproduktion auf weißem Hintergrund. Diese Version unterscheidet sich von den anderen, da aus Gründen der Lesbarkeit und Reproduzierbarkeit die vertikalen Linien des Zentralelements weggelassen wurden.

Verwendung

Diese Version kann zur Reproduktion des Logos mit einem Durchmesser von weniger als 15 mm benutzt werden. Dabei sollte unbedingt beachtet werden, dass das Logo aus Gründen der Lesbarkeit nicht mit einem Durchmesser von weniger als 10 mm reproduziert werden darf.

Logo Version C – Strichversion, schwarz-weiß ohne Linien



14 mm Maximalgröße



14 mm Maximalgröße



10 mm Mindestgröße



10 mm Mindestgröße

I.12

Eigenschaften

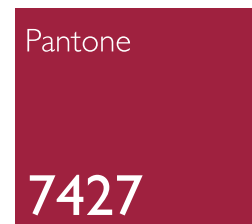
Das Vektorlogo besteht aus:
Rubinrot 7427 und Dunkelrot 7428.

Farbcodes

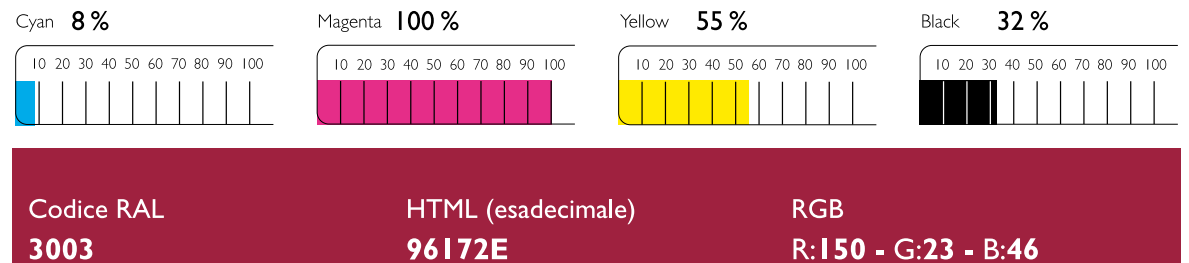
Jede Farbe wird von mehreren
Codes definiert: Pantone, CMYK,
RAL, HTML, RGB.

Farben Farbcodes für Vektorlogokomposition

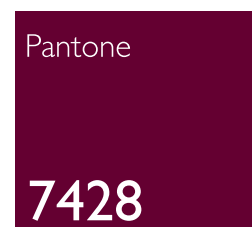
Rubinrot



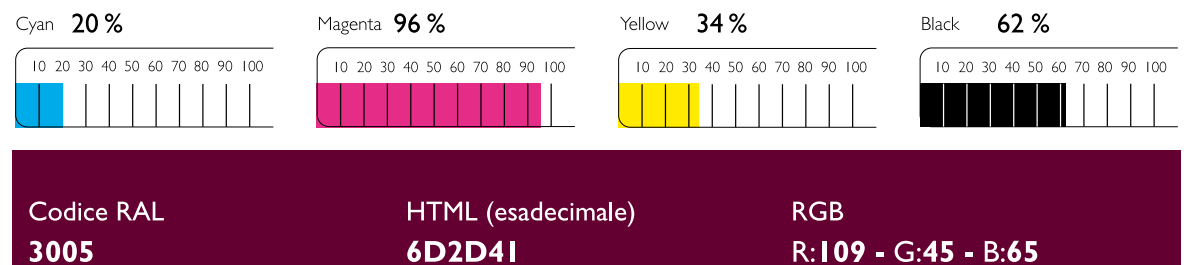
Schildhintergrund



Dunkelrot



Farbe der vertikalen Linien



Logo – Vektorversion ohne Linien



Logo – Vektorversion mit Linien

Klassische Werbung und Händlerwerbung

Das neue Fiat Erscheinungsbild klassischer Werbung besitzt folgende Merkmale:

Das fotografische Markenlogo unten rechts gehört zum Grafik-Layout, die Überschrift ist immer links oben angeordnet und in der Schrift Fiat Font. Untertitel und Text bilden einen auf das Markenlogo ausgerichteten Block.

Für das Bildmaterial gibt es drei mögliche Alternativen: statisches Produkt vor einem Schauplatz im Hintergrund, statisches Produkt auf einem farbigen Hintergrund und dynamisches Produkt vor einem Schauplatz im Hintergrund.

Kapitel 2
Gestaltungsvorgaben für Anzeigen und Plakate

- 2.01 *Hausschriften*
- 2.02 *Anzeige Doppelseite – grafische Elemente*
- 2.03 *Anzeige Doppelseite – Schriftelemente*
- 2.04 *Anzeige Einzelseite – grafische Elemente*
- 2.05 *Anzeige Einzelseite – Schriftelemente*
- 2.06 *Händleranzeigen*
- 2.07 *Plakat – Schrift- und grafische Elemente*

2.01

Kommunikation Hausschriften

Eigenschaften

Für Anzeigen und Plakate werden die folgenden Schriften verwendet: Fiat Font, Laufweite 280 (um diese Schrift benutzen zu können, muss die Shift-Taste gedrückt werden); Helvetica Neue 67 Medium Condensed, Laufweite 200; Helvetica 55 Roman, Laufweite 10, bei einer Schriftgröße des Fließtextes von nicht weniger als 5.

Die hier angegebenen Werte entstammen der Benutzung des Programms InDesign. Wird ein anderes Programm verwendet, können sich diese Werte ändern. Bitte richten Sie sich in diesem Fall nach den beigefügten Tabellen.

Schrift für **ÜBERSCHRIFT**: FIAT FONT

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R
S T U V W X Y Z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Schrift für **UNTERTITEL**: HELVETICA NEUE 67 MEDIUM CONDENSED

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S
T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Schrift für **FLIESSTEXT**: HELVETICA 55 ROMAN

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

2.02

Kommunikation Anzeige Doppelseite – grafische Elemente

Anordnung der grafischen Elemente

Logo: immer fotografisch bis zu einer Mindestgröße von 20 mm (bei weniger als 20 mm wird das Vektorlogo benutzt), immer unten rechts, auf einem weißen oder farbigen Hintergrund.

Rund um das Logo muss ein Abstand gelassen werden, der dem halben Durchmesser des Logos entspricht.

In diesem Bereich dürfen sich kein Text und kein anderes grafisches Element befinden. Wenn das Logo in ein Bild eingefügt wird, muss dessen Umgebung aus einer reinen Farbe bestehen oder darf zumindest keine Elemente enthalten, die das Logo beeinträchtigen könnten.

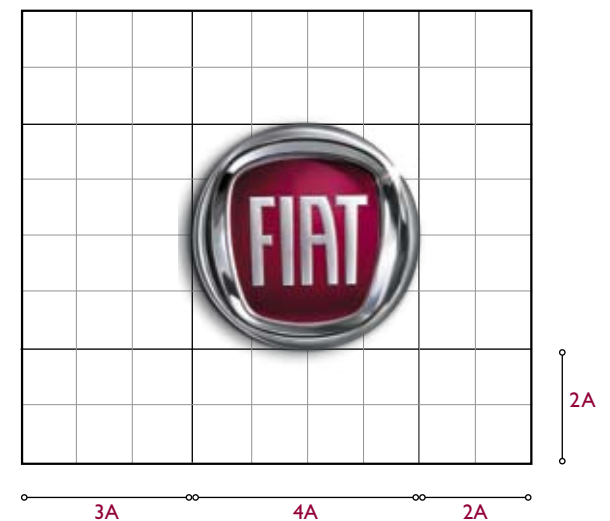
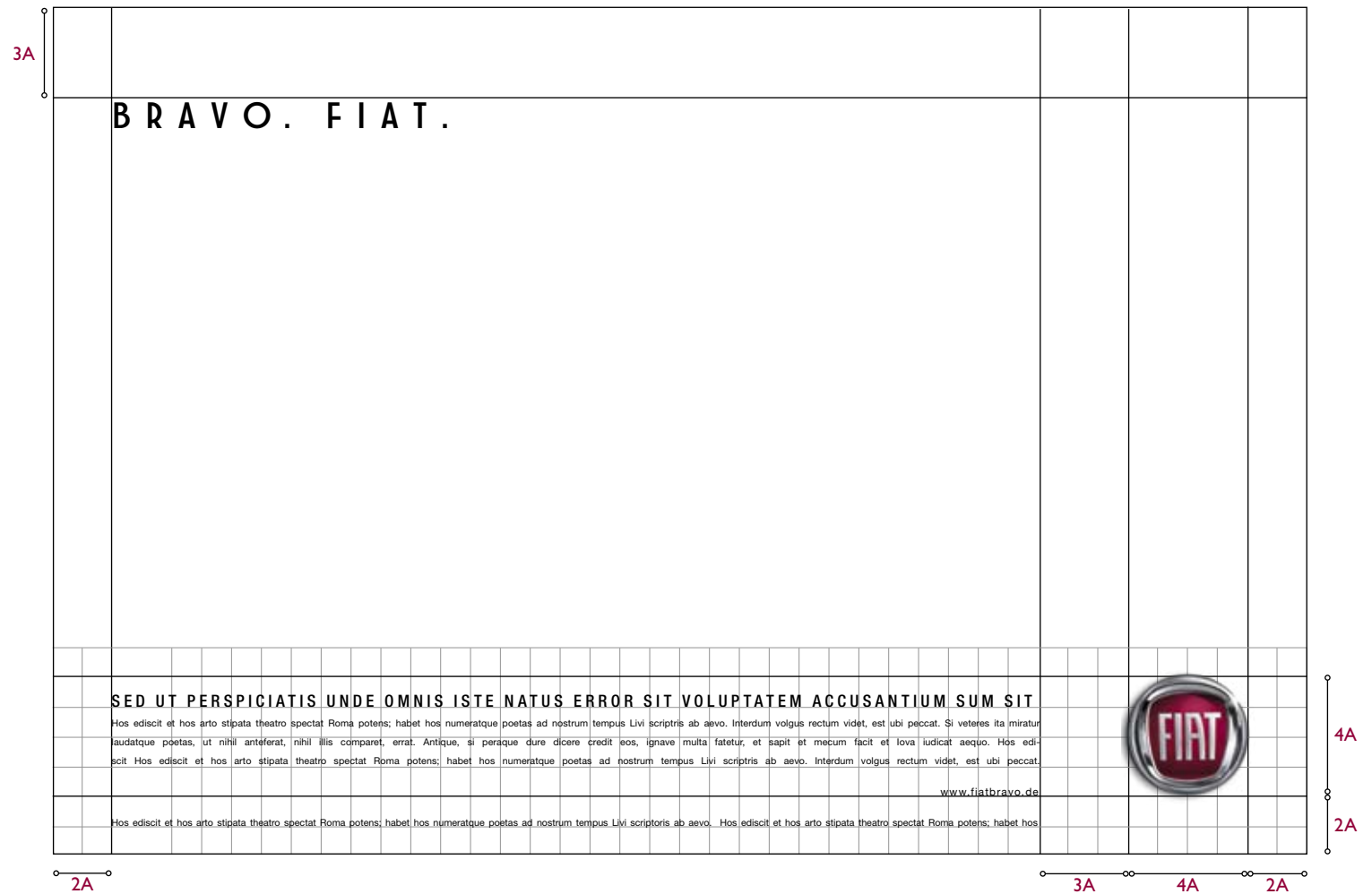
Um das Bezugsmaß **A** zu finden, muss die Grundlinie in 42 Teile geteilt werden. **A = Grundfläche : 42.**

Rechenbeispiel bei A3:

420 mm x 297 mm

420 mm : 42 = 10 mm

A = 10 mm



2.03

Kommunikation Anzeige Doppelseite – Schriftelemente

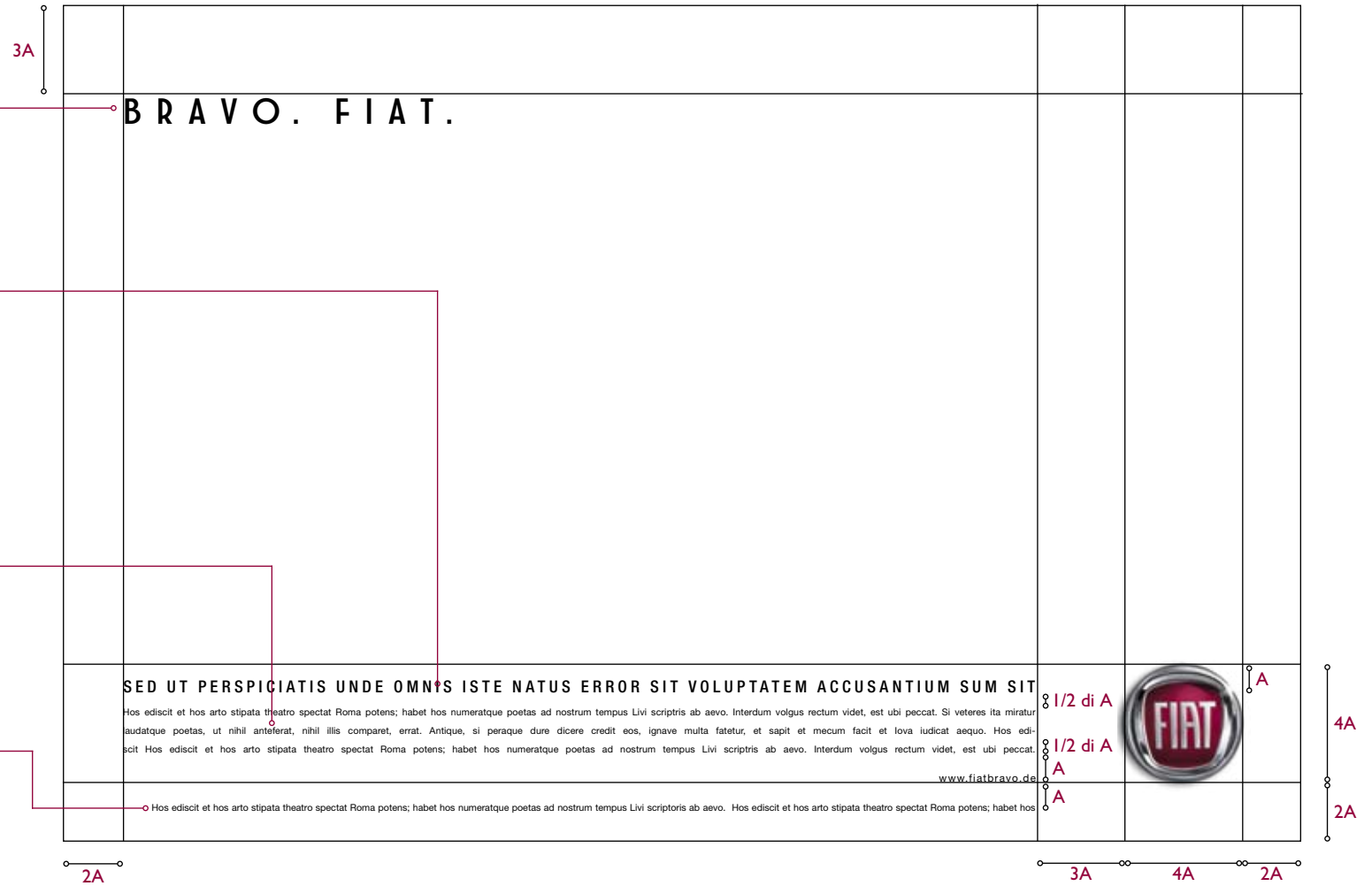
Anordnung der Schriftelemente

a Überschrift: Fiat Font, Laufweite 280, immer oben links.

b Untertitel: unten positioniert, oberhalb des Fließtextes, in Schrift Helvetica Neue Medium Condensed, Laufweite 200.

c Fließtext im Blocksatz: in Schrift Helvetica 55 Roman, Laufweite 100, nie kleiner als 7, wird in verschiedenen Größen verwendet, um Worte oder Konzepte herauszuheben. Verweis auf Website: rechtsbündig links neben dem Logo.

d Rechtliche Hinweise: in Schrift Helvetica 55 Roman, nie kleiner als Größe 5, im Abstand von 2 Modulen von der Unterkante des Fließtextes.



Beispiel einer Doppelseite

2.04

Kommunikation Anzeige Einzelseite – grafische Elemente

Anordnung der grafischen Elemente

Logo: immer fotografisch bis zu einer Mindestgröße von 20 mm (bei weniger als 20 mm wird das Vektorlogo benutzt), immer unten rechts, auf einem weißen oder farbigen Hintergrund.

Rund um das Logo muss ein Abstand gelassen werden, der dem halben Durchmesser des Logos entspricht.

In diesem Bereich dürfen sich kein Text und kein anderes grafisches Element befinden. Wenn das Logo in ein Bild eingefügt wird, muss dessen Umgebung aus einer reinen Farbe bestehen oder darf zumindest keine Elemente enthalten, die das Logo beeinträchtigen könnten.

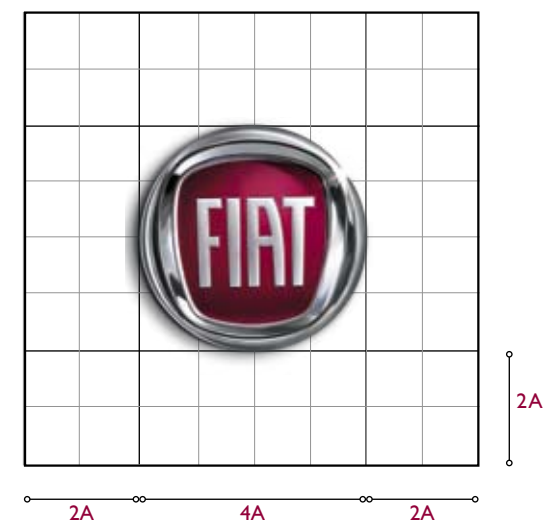
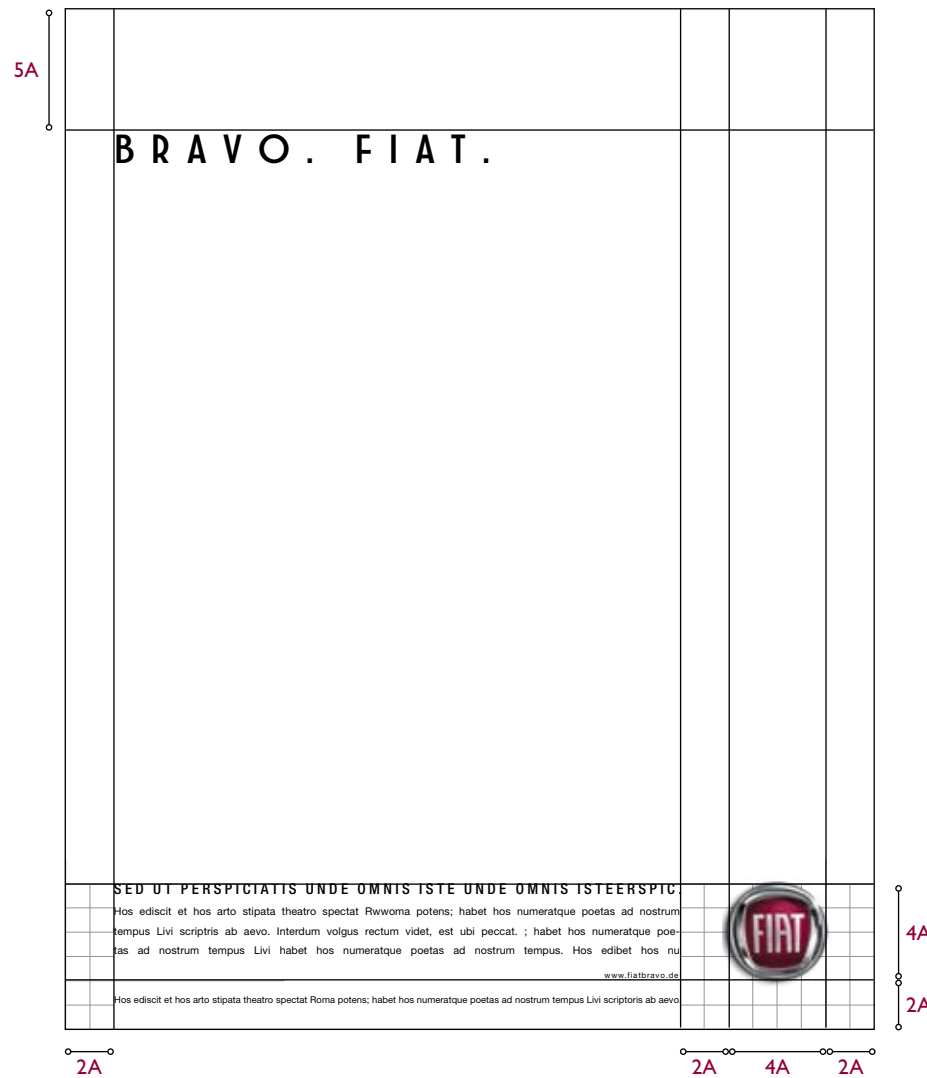
Um das Bezugsmaß **A** zu finden, muss die Höhe in 42 Teile geteilt werden. **A = Höhe : 42**.

Rechenbeispiel bei A4:

210 mm x 297 mm

297 mm : 42 = 7 mm

A = 7 mm



2.05

Kommunikation Anzeige Einzelseite – Schriftelemente

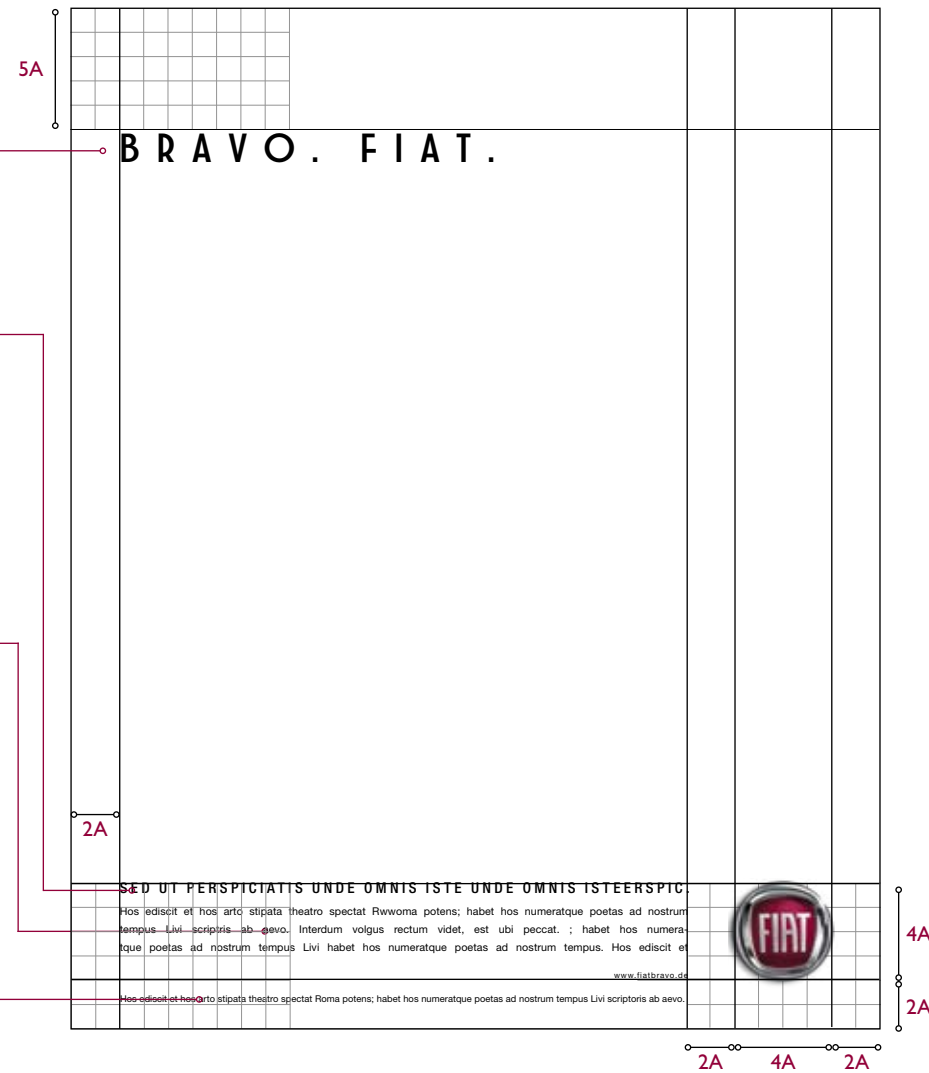
Anordnung der Schriftelemente

a Überschrift: Fiat Font, Laufweite 280, immer oben links.

b Untertitel: unten positioniert, oberhalb des Fließtextes, in Schrift Helvetica Neue Medium Condensed, Laufweite 200.

c Fließtext im Blocksatz: in Schrift Helvetica 55 Roman, Laufweite 100, nie kleiner als 7, wird in verschiedenen Größen verwendet, um Worte oder Konzepte herauszuheben. Verweis auf Website: rechtsbündig links neben dem Logo.

d Rechtliche Hinweise: in Schrift Helvetica 55 Roman, nie kleiner als Größe 5, im Abstand von 2 Modulen von der Unterkante des Fließtextes.



Beispiel einer Einzelseite



2.06

Kommunikation Händleranzeigen

Anordnung

Die Vorgaben für Werbemaßnahmen der Vertragshändler sind in Bezug auf Schrift- und grafische Elemente identisch mit den oben dargestellten Werbeauftritten.

Der Untertitel wird durch eine Promotion ersetzt. Raum für die Vertragshändler-Personalisierung gibt es in einem Streifen von variabler Höhe unten auf der Seite.

Beispiel für Seite mit Promotion

DER NEUE FIAT BRAVO.
PREMIERE AM 21. APRIL.

EURO NCAP
5 STERNE
www.euroncap.com

Besuchen Sie uns am 21. April und feiern Sie mit uns die Premiere des neuen Fiat Bravo. Lassen Sie sich von seiner Anziehungskraft verführen und entdecken Sie die perfekte Synthese von Coupé und Limousine.

Ihr Fiat Händler:

MUSTERMANN
Musterstraße 12
12345 Musterstadt
Tel. 12345/67890

PROMOAKTION

Helvetica Neue
Medium Condensed,
Laufweite 200

Beispiel für eine Seite mit Promotion und Händler

DER NEUE FIAT BRAVO.
Leidenschaft garantiert.

EURO NCAP
5 STERNE
www.euroncap.com

Abb. enthält Sonderausstattung.

Aufregendes Design, auf Wunsch mit dem innovativen Telematiksystem Blue&Me™ NAV, das Telefonieren, Navigieren und Musikhören noch einfacher und sicherer macht. Umfangreiche Sicherheitsausstattung mit 7 Airbags, ESP mit Anfahrhilfe am Berg und Bestnote von 5 Sternen für Erwachsenen-Insassenschutz im EURO NCAP-Crashtest.

Erleben Sie den Fiat Bravo jetzt bei uns.

Ihr Fiat Händler:

AUTOHAUS MUSTERMANN
Musterstraße 12
12345 Musterstadt
Tel. 12345/67890

Variabler Platz für Einfügung der Personalisierung

PERSONALISIERUNG

Helvetica Neue Light, Medium, Bold

2.07

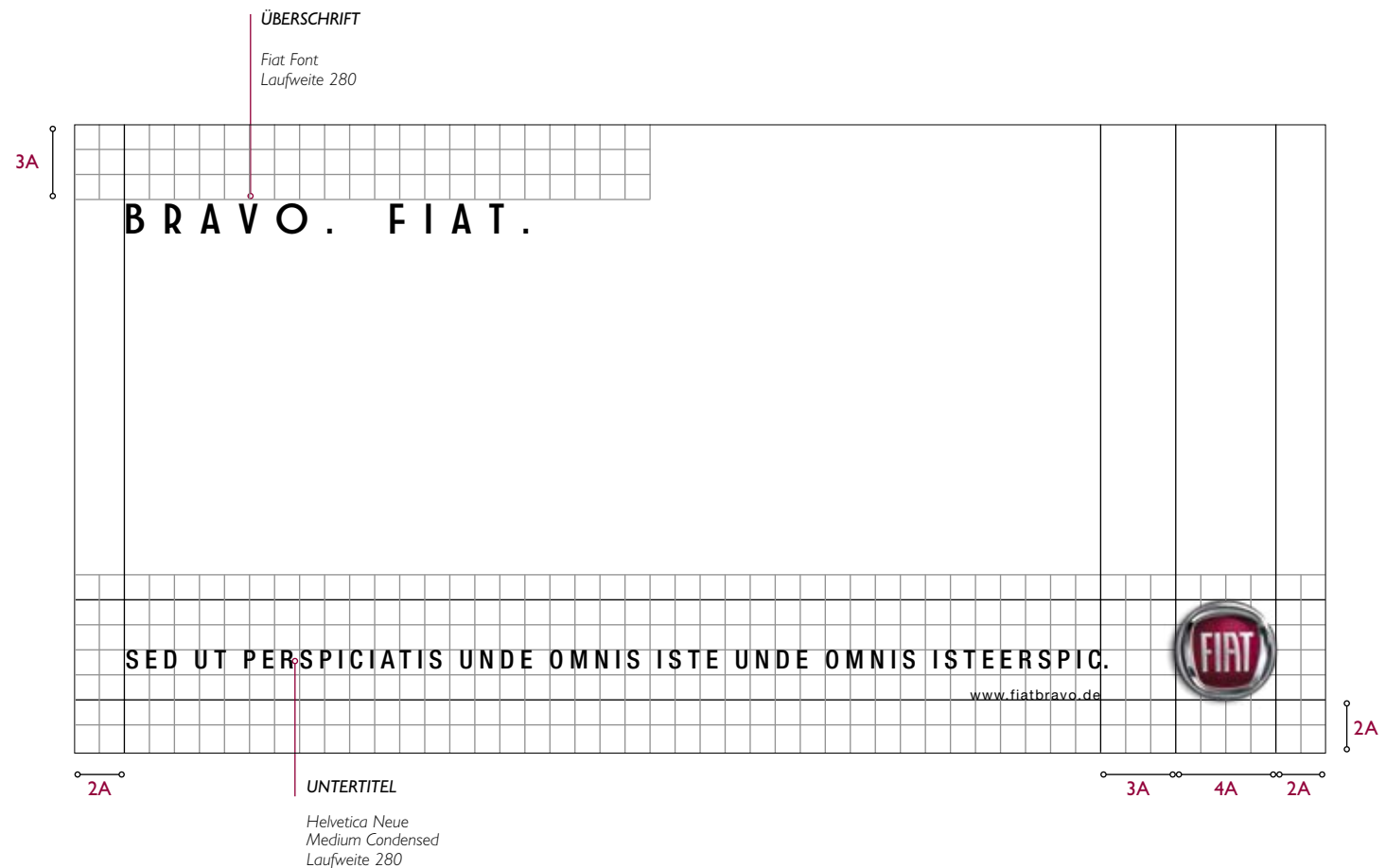
Kommunikation Plakat – Schrift- und grafische Elemente

Anordnung

Beim 18/1-Großplakat wird das fotografische Markenlogo wie oben beschrieben unten rechts angebracht. Die Überschrift steht immer rechts oben in der Schrift Fiat Font. Der unten positionierte Untertitel ist in der Schrift Helvetica Neue Medium Condensed. Die Internetadresse wird immer unten rechts positioniert.

Um das Bezugsmaß **A** zu finden, muss die Grundlinie in 50 Teile geteilt werden. **A** = Grundlinie : 50.

Rechenbeispiel bei A 1:
841 mm x 594 mm
841 mm : 50 = 17 mm
A = 17 mm



Beispiel für 6x3-Plakat

Kapitel 3
Werbung im Internet

3.01 *Kopfzeile*

3.01

Werbung im Internet Kopfzeile

Eigenschaften

Das Fiat Logo muss auf jeder Seite der Website in der Kopfzeile links oben positioniert werden.

Der Platz für das Logo behält stets dieselbe Form und Größe bei und ist im oberen Teil weiß.

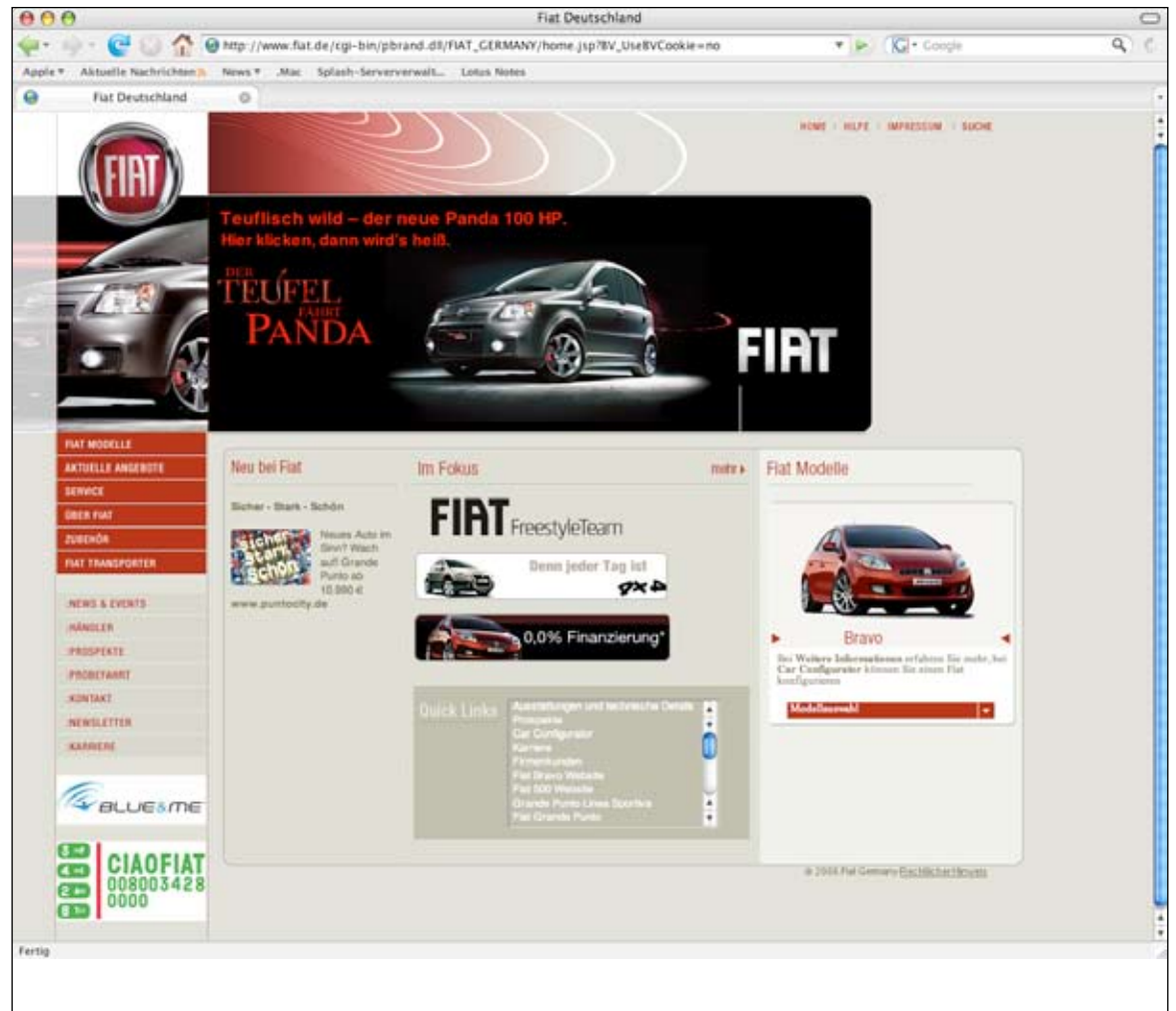
Das Logo wird vertikal zwischen 2 Linien zentriert, Farbe Rot 941711.

Die horizontale Ausrichtung wird von der Unterkante des Wortes „Fiat“ bestimmt, das bündig mit der Unterkante der weißen Fläche abschließt.

Aus diesem Grund wird das Logo das der Flash-Animation ange-schlossene Bild auf der Startseite ein wenig überlagern.

Um die Anpassungsfähigkeit des Logos zu steigern, wird ein Schlag-schatten verwendet, wie im Format der Offline-Kommunikation beschrieben.

Beispiel für die Struktur des Seitenaufbaus mit Logo



- a Logodurchmesser: 160 px
Schrift des Logos: 106 px (ohne Schlagschatten)
- b Vertikale Zentrierung:
Abstand links 23 px,
Abstand rechts 22 px
- c Farbe des Hintergrundes oben:
Weiß FFFFFFF bei 100 %



Kapitel 5
Gestaltungsbeispiele Werbemittel

5.01 *Werbe- und Aktionsmittel*

5.01

Gestaltungsbeispiele

Das zu verwendende Logo ist abhängig vom jeweiligen Produktionsverfahren des Werbe- und Aktionsmittels wie Siebdruck, Transferdruck oder Druck im Offsetverfahren. Bitte entnehmen Sie die möglichen Logo-Versionen Kapitel 1.

Papiertasche mit fotografischem Logo



Namensschild mit Vektorversion ohne Linien



Ansteckpin mit Vektorversion mit Linien



Hissflagge mit Vektorversion mit Linien

