



Comune di  
**Milano**

# Manuale

Linee guida per l'applicazione  
del Patrocinio  
del Comune di Milano

# Manuale

## Linee guida per l'applicazione del Patrocinio del Comune di Milano

Di seguito sono illustrate le norme, gli strumenti e gli esempi per la corretta applicazione sistema di identità del Comune di Milano.

### 1. Elementi base - pag.2

- a. Marchio: cenni storici, elementi, versioni e colori
- b. Dimensioni e distanze minime
- c. Caratteri tipografici
- d. Affiancamento a marchi di soggetti esterni al Comune
- e. Affiancamento a marchi di soggetti interni al Comune

### 2. Patrocinio - pag.11

- a. Comune di Milano unico soggetto patrocinante
- b. Presenza di più soggetti patrocinanti

## 1. Elementi base

### a. Marchio: cenni storici, elementi, versioni e colori

#### Cenni storici

Nel 1045 il Comune Medioevale, sprovvisto di blasone identificativo, sovrappose l'insegna rossa simbolo della nobiltà con quella bianca simbolo del popolo in un unico "scudopartito", segnando l'origine dell'emblema ambrosiano.

Nel 1176, in seguito alla vittoria della battaglia di Legnano che vide Milano unita con le principali città del Nord Italia contro l'imperatore per la conquista dell'indipendenza, l'emblema milanese diventa simbolo di autorità e autonomia, quindi adottato da molte altre città. A partire dal periodo alto medioevale sono compresenti in città più emblemi: il "Vexillum publicum" del Comune raffigurato da un campo bianco con croce rossa; il "Vexillum" della "civitas", raffigurato dal biscione azzurro in campo bianco e divenuto poi lo stemma dei Visconti e del ducato di Milano; infine il "Vexillum" del "populus", raffigurato con l'effigie di Sant'Ambrogio patrono della città.

Prima del secolo XVI vennero introdotti intorno allo scudo crociato degli ornamenti. La prima testimonianza si ritrova nel 1627 in un'incisione del Cerano, che accompagna alla corona fronde verdi di palma e quercia

Nel 1812 l'imperatore Napoleone riconosce a Milano Capitale del Regno d'Italia (Lettere Patenti del 9 gennaio 1813) l'utilizzo di un blasone, con un scudo argento con croce rossa, sopra il quale è inserito un campo verde riportante gli elementi imperiali, ossia una N e tre rose a sei foglie dorate. Sopra lo scudo campeggia una corona turrata a sette torri. Viene ufficializzata l'introduzione delle frasche intrecciate di alloro, simbolo di vittoria, e di quercia, simbolo di forza e dignità.

Sotto il governo austriaco, su Decreto dell'Imperatore d'Austria Francesco I del 3/13 aprile 1816, viene riconosciuto lo stemma crociato sormontato da un'aquila bicipite e accompagnato sui lati da fronde, questa volta di olivo e di quercia legate alla base da un nastro celeste, nobilitate con il color oro a riconoscimento della regalità e importanza della città.

Con l'avvento del Regno d'Italia venne smantellata l'aquila bicipite e modificata lievemente la forma di croce, scudo e ornamenti.

Il marchio attuale è sviluppato in considerazione di normative sull'araldica ufficiale emanate nel 1929, Regio Decreto n.61 del 21 gennaio, per cui "lo scudo deve avere forma sannitica, ossia all'incirca rettangolare, con una punta sul lato inferiore", e successivamente dal Regio decreto n.652 del 7 giugno 1943 sul Regolamento per la Consulta Araldica del Regno, in cui viene sancito che "l'elemento decorativo è costituito da due rami, uno di quercia con ghiande e uno di alloro con bacche, fra loro decussati sotto la punta dello scudo e annodati da un nastro dai colori nazionali"

Le normative del '900 vengono riassunte nel Decreto del Presidente del Consiglio dei Ministri del 28 gennaio 2011, e prevedono per le Città uno scudo di tipo sannitico accompagnato sui lati da due fronde verdi di alloro e quercia legate alla loro base da un nastro tricolore. Sopra lo scudo è posizionata una corona turrata a otto torri, di cui cinque visibili, riunite da cortine di muro originariamente dorate e murate di nero.

La costruzione del Marchio prevede due elementi combinati:

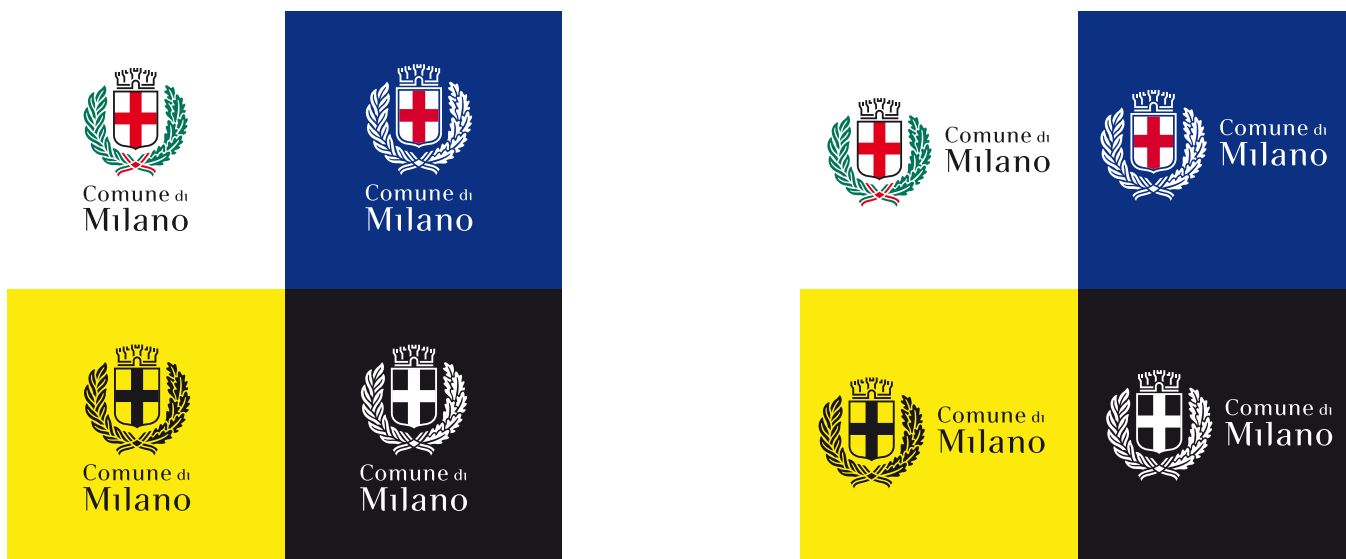
- lo stemma, formato dallo scudo di tipo sannitico bordato di nero, con croce rossa su campo bianco, con fronde verdi di alloro a sinistra e quercia a destra, legate alla loro base da un nastro tricolore. Lo scudo è sormontato da una corona a cinque torri e una porta, riunite da cortine di muro in nero;
- il logotipo "Comune di Milano" composto con il carattere tipografico "Milano City", che evidenzia il soggetto emittente.

Sono disponibili due versioni del marchio, che si adattano al contesto grafico e agli spazi disponibili:

- a impaginazione verticale
- a impaginazione orizzontale

Il marchio può essere riprodotto nei seguenti colori:


- a quattro colori, bordo nero con croce rossa su sfondo bianco, fronde verdi e nastro tricolore. Questa versione è consigliata per applicazioni su fondo bianco e su fondi chiari
- a due colori, bianco con croce rossa. Questa versione è consigliata per applicazioni su fondi scuri
- a un colore o monocromatico, bianco o nero. Questa versione è consigliata solo ed esclusivamente per applicazioni in presenza di altri marchi monocromatici o di creatività a uno o due colori





I colori istituzionali sono quelli utilizzati per la riproduzione del marchio.

I colori sono codificati con il codice Pantone, utilizzabile per la stampa su materiale cartaceo, con il codice RAL, utilizzabile per la riproduzione a mezzo vernici, con il codice 3M, utilizzabile per la riproduzione a mezzo pellicole autoadesive.

In caso di stampa su materiale cartaceo il marchio può essere stampato utilizzando i colori in quadricromia, rispettando le percentuali prefissate indicate di seguito.

Pantone® Matching System	Quadricromia	Colori 3M	Colori RAL
 <b>ROSSO MILANO</b> <b>PMS 186 C</b>	<b>Cyan: 0%</b> <b>Magenta: 100%</b> <b>Giallo: 100%</b> <b>Nero: 0%</b>	<b>100-13</b>	<b>3020</b>

Pantone® Matching System	Quadricromia	Colori 3M	Colori RAL
 <b>VERDE MILANO</b> <b>PMS 341 C</b>	<b>Cyan: 100%</b> <b>Magenta: 0%</b> <b>Giallo: 69%</b> <b>Nero: 30%</b>	<b>100-450</b>	<b>6016</b>

Pantone® Matching System	Quadricromia	Colori 3M	Colori RAL
 <b>NERO MILANO</b> <b>PMS PROCESS BLACK C</b>	<b>Cyan: 0%</b> <b>Magenta: 0%</b> <b>Giallo: 0%</b> <b>Nero: 100%</b>	<b>100-12</b>	<b>9011</b>

Nella tavola d' esempio sono sintetizzati alcuni casi indicativi del corretto e scorretto utilizzo.



## 1. Elementi base

### b. Dimensioni e distanze minime

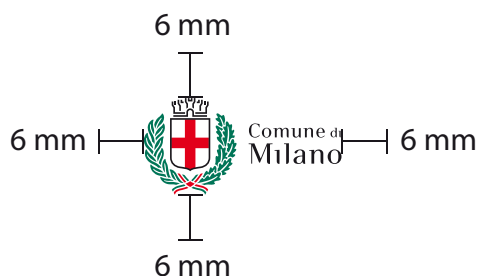
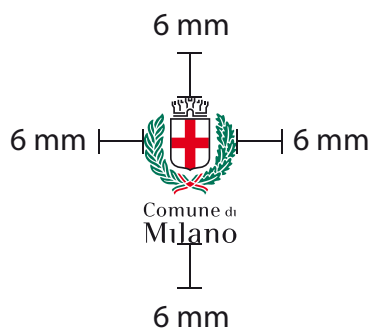
La dimensione minima del marchio prevede la larghezza dello stemma pari a 12 mm.

Al di sotto di tale misura gli elementi che compongono il marchio perdono di leggibilità.



In caso di affiancamento a ulteriori marchi o testi è necessario riservare intorno al marchio un'area di rispetto minima pari alla metà della larghezza dello stemma, in ambedue i casi di impaginazione:

- sull'asse verticale
- sull'asse orizzontale



## 1. Elementi base

### c. Caratteri tipografici

Il sistema di comunicazione del Comune di Milano prevede l'uso della famiglia di caratteri tipografici Frutiger, riprodotti in questa tavola e disponibili in download sulla Intranet o su richiesta.

Tali caratteri tipografici sono da installare a cura del referente informatico su ciascun computer in dotazione.

---

#### Frutiger Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890 \$%&(.,;:""!?)@#£

---

#### Frutiger

abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890 \$%&(.,;:""!?)@#£

---

#### Frutiger Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567890 \$%&(.,;:""!?)@#£**

---

#### Frutiger Black

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy**  
**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**1234567980 \$%&(.,;:""!?)@#£**



## 1. Elementi base

### d. Affiancamento a marchi di soggetti esterni al Comune

Nel caso in cui uno o più soggetti esterni abbiano pari titolo nella promozione di un servizio/evento, il marchio del Comune di Milano deve essere posizionato in prima posizione.

Sono illustrate di seguito le modalità di impaginazione.

E' necessario rispettare la distanza minima tra i marchi, sia in orizzontale sia in verticale:

- con dimensione minima del Marchio, ossia 12 mm di larghezza, la distanza minima dal successivo marchio sarà pari a 6 mm, ossia alla metà dello stemma
- con dimensioni superiori la distanza minima dal marchio successivo sarà sempre pari alla metà della larghezza dello stemma



┌─ Distanza Minima = metà della larghezza dello stemma ─┐



## 1. Elementi base

### e. Affiancamento a marchi di soggetti interni al Comune

Nel caso in cui un soggetto interno al Comune di Milano promuova servizi/eventi o attività, il marchio del Comune di Milano deve essere posizionato immediatamente dopo il marchio del soggetto emittente.

Sono illustrate di seguito le modalità di impaginazione.

E' necessario rispettare la distanza minima tra i marchi, sia in orizzontale sia in verticale:

- con dimensione minima del Marchio, ossia 12 mm di larghezza, la distanza minima dal successivo marchio sarà pari a 6 mm, ossia alla metà dello stemma
- con dimensioni superiori la distanza minima dal marchio successivo sarà sempre pari alla metà della larghezza dello stemma



┌─ Distanza Minima = metà della larghezza dello stemma ─┐



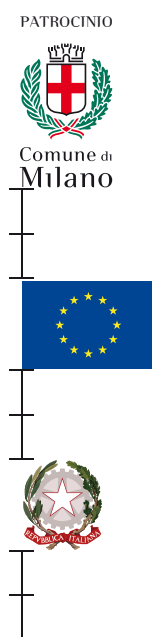
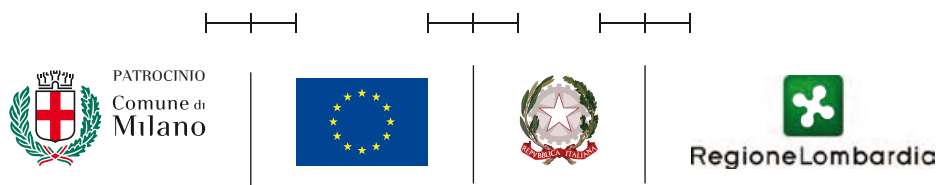
## 2. Patrocinio

### a. Comune di Milano unico soggetto patrocinante

Nel caso di patrocinio concesso dal solo Comune di Milano è obbligatorio utilizzare la versione del marchio appositamente prevista e disponibile con la dicitura "Patrocinio", come previsto da Delibera Comunale.

E' necessario rispettare la distanza minima tra i marchi, sia in orizzontale sia in verticale:

- con dimensione minima del Marchio, ossia 12 mm di larghezza, la distanza minima dal successivo marchio sarà pari a 12 mm, ossia alla dimensione dello stemma
- con dimensioni superiori la distanza minima dal marchio successivo sarà sempre pari alla larghezza dello stemma



## 2. Patrocinio

### b. Presenza di più soggetti patrocinanti

Nel caso di patrocinio concesso dal Comune di Milano unitamente a patrocini rilasciati da altri enti e istituzioni, la dicitura "Patrocinio" sarà a cura dell'impaginatore, incluso il posizionamento, la scelta del carattere tipografico, il colore, ecc.

E' necessario rispettare la distanza minima tra i marchi, sia in orizzontale sia in verticale:

- con dimensione minima del Marchio, ossia 12 mm di larghezza, la distanza minima dal successivo marchio sarà pari a 12 mm, ossia alla dimensione dello stemma
- con dimensioni superiori la distanza minima dal marchio successivo sarà sempre pari alla larghezza dello stemma

#### Patrocinio

