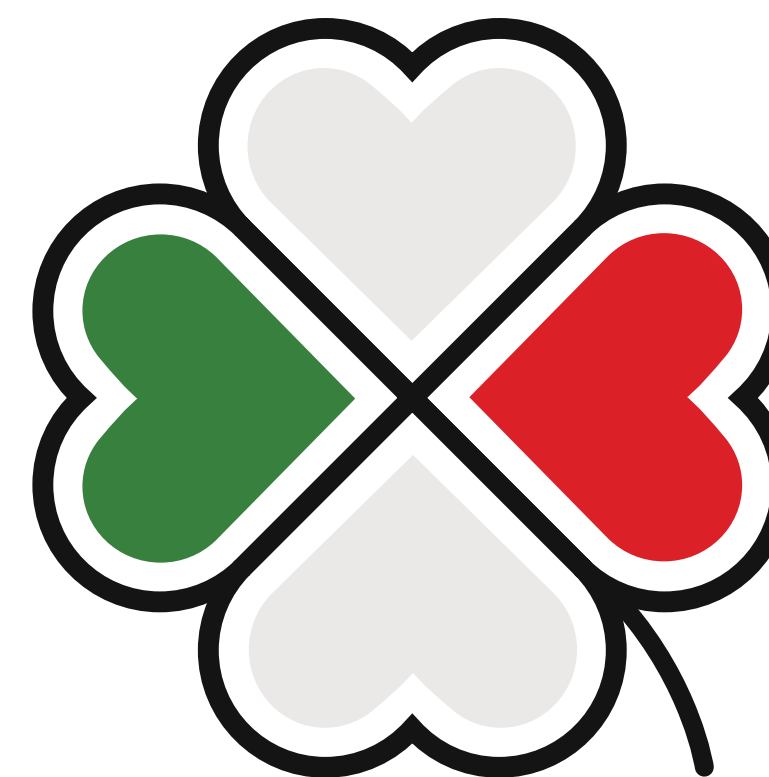
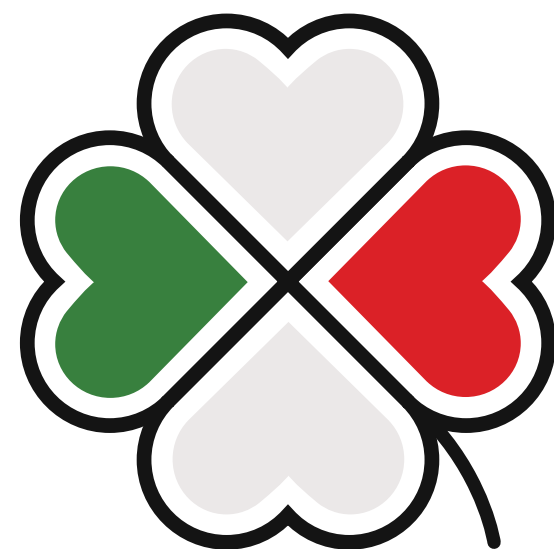


Visuel identitet

HUS I ITALIEN

LOGO & LOGOTYPE

HUS I ITALIEN



Huset, Landet og kærligheden

SKRIFTER

Primær skrift. Anvendes i brandmæssig sammenhæng.

Baskerville

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

+100 spacing

Sekundær. Anvendes alene i “iataliensk for begyndere” sammenhænge.

Univers ultra condensed el. lign.

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

0 spacing

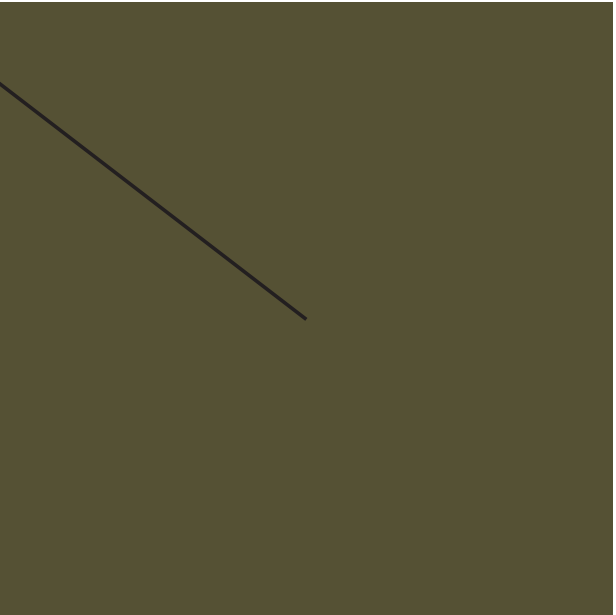
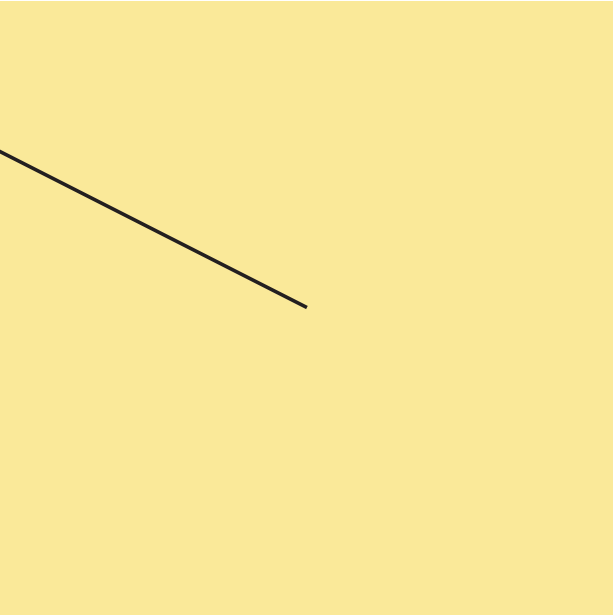
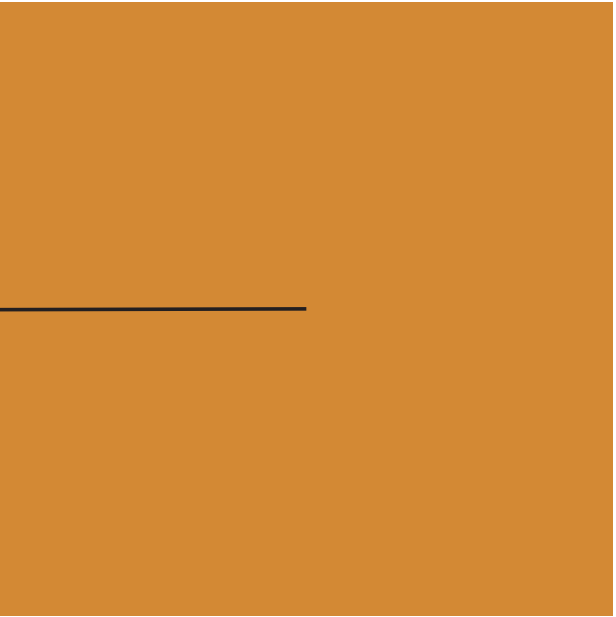
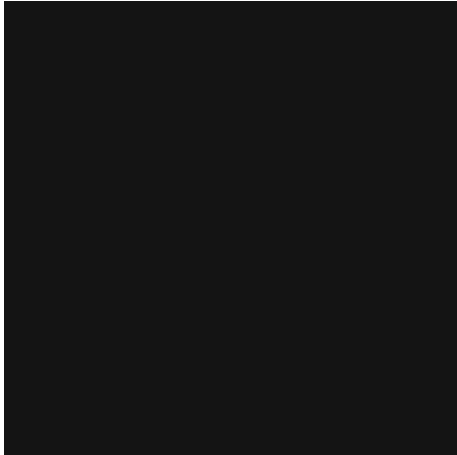
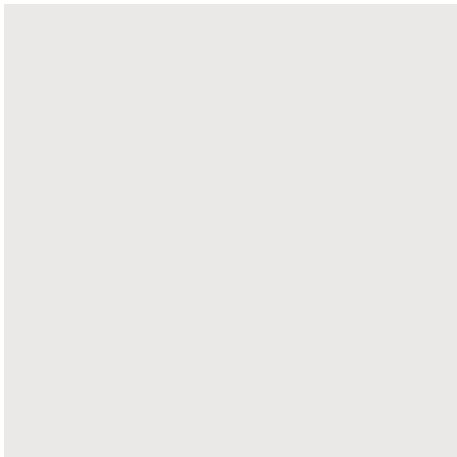
SKRIFTER
Anvendelse



FARVER

Primære farver.
Logo og tekster.

De primære farver er
ufravigelige og kan
udelukkende anvendes i
de respektive definitioner
beskrevet herunder



Sekundære farver.
Staffage/baggrunde.

De sekundære farver er
udskiftelige og referer til
farver som er repræsenteret
i det foto, som udgør
det primære motiv i
sammenhængen hvor farven
benyttes.

BILLED/VIDEO UNIVERS

Hele billeduniverset handler om Italien på tre niveauer;
billeder af de huse Hus I Italien sælger, landskabs- og miljø billeder og billeder af madvarer eller andre enkeltelementer som eks. tomater.
Billeduniverset handler om at levendegøre og formidle drømmen om en skøn varm ferie og et liv i underspillet luksus, hvor lukusen er nære værdier.
Billederne udstråler den kvalitet som virksomheden og husene repræsenterer.



GRAFIK PÅ BIL



