



LINEE GUIDA
per l'uso del marchio del 30° anno di Auser

LINEE GUIDA

Descrizione del marchio

Il marchio, nella sua configurazione di base, è composto dal numero 30 formato da tasselli di quattro colori (quelli dei triangoli "istituzionali" dell'identità visiva di Auser) e dalla scritta "1989-2019".

Sono previste alcune configurazioni alternative, il cui uso è qui disciplinato.

Dimensioni minime

In generale, si consiglia di non utilizzare il marchio a dimensioni inferiori a 20 mm di base. Eventuali deroghe dovranno essere valutate caso per caso.

Versioni consentite

Per versioni consentite del marchio si intendono quelle in cui sono stati modificati alcuni aspetti puramente estetici ai fini di garantire una riproduzione efficace del marchio, con qualsiasi tecnica e su qualsiasi materiale. Sostanzialmente si tratta di modifiche rigorosamente stabilite in sede progettuale, relative ai colori o alla configurazione del marchio.

Il marchio del 30° prevede una seconda configurazione, oltre a quella di base, caratterizzata da un cerchio arancione (simulante una pennellata) che racchiude il 30 e il marchio Auser abbinato alle date dei trent'anni.

Layout istituzionale

Il layout istituzionale non è inteso in senso stretto come la disposizione precisa degli elementi all'interno di un contesto (una pagina, un fotogramma, ecc.), ma una costruzione modulabile ed elastica, costituita dagli elementi dell'identità visiva (i singoli moduli) e adattabile ai vari strumenti di comunicazione (istituzionale e pubblicitaria) che l'organizzazione produrrà. È una costruzione che, logicamente, deve essere integrata di volta in volta con le altre immagini e scritte utilizzate per i singoli messaggi.

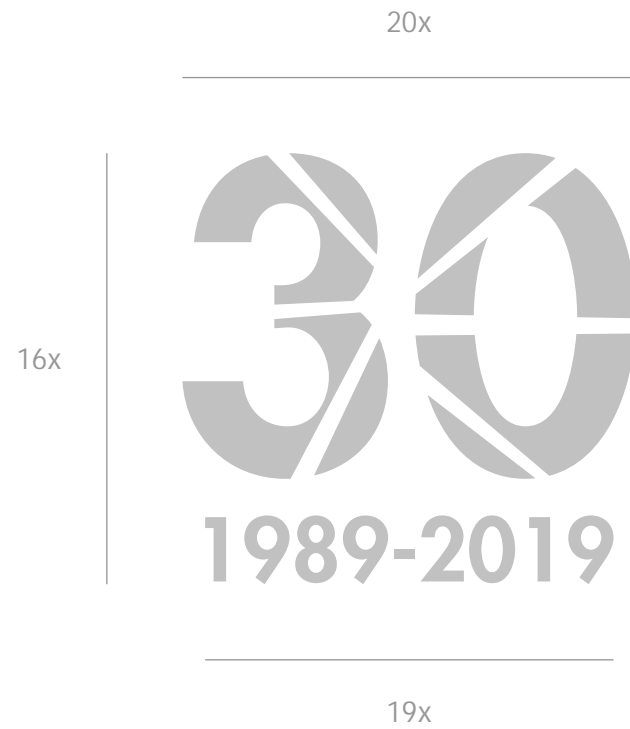
Data la natura del marchio in questione, che sarà utilizzato come elemento da affiancare ai marchi delle associazioni Auser sui materiali più disparati, è stato previsto il solo layout della carta intestata.

Carattere tipografico istituzionale

Per comunicare bene occorre utilizzare uno stesso "codice" e per i testi il codice è la parola scritta, ovvero il nostro alfabeto. Pertanto, anche la "forma" dell'alfabeto dovrà essere idonea a veicolare l'identità del soggetto/evento e a favorire la sua identificazione e riconoscibilità da parte degli interlocutori esterni. I caratteri hanno un loro "carattere", una loro personalità ed espressività. Il carattere tipografico istituzionale del marchio del 30° è il Futura Heavy, lo stesso del marchio Auser.

Colori istituzionali

Il primo livello di percezione visiva di un messaggio è costituito proprio dalla "lettura" dei colori. La capacità di comunicare attraverso i colori è inscindibilmente legata al target, al messaggio e alla cultura di un determinato contesto sociale. Per comunicare al pubblico un organismo o un evento occorre adottare un'immagine che sia coordinata, e i colori sono sicuramente tra gli elementi che più contribuiscono a conferire coerenza allo stile comunicativo. I colori istituzionali del marchio del 30° sono gli stessi dell'identità visiva di Auser. In aggiunta, solo in una configurazione, è previsto anche l'utilizzo di una tonalità di giallo arancio (cerchio arancione).





*Configurazione di base:
prototipo e su sfondo colorato*

Il marchio nella sua configurazione di base, finalizzata ad accompagnare i marchi delle realtà territoriali su tutti i materiali che saranno pubblicati nel corso del 2019.

In caso di applicazione del marchio su uno sfondo colorato, è previsto l'utilizzo del marchio stesso sullo sfondo di un quadrato nero.



*Configurazione di base:
versione monocromatica*

*Date le caratteristiche del marchio,
molto ricco dal punto di vista dei colori,
la versione monocromatica va utilizzata
solo in casi eccezionali e per particolari
esigenze tecniche (incisioni, stampa a
rilievo, punzonatura ecc.).*



*Configurazione 2 (con cerchio arancione + marchio Auser con date):
prototipo e su sfondo colorato*

La seconda configurazione del marchio è destinata a contesti e materiali in cui il marchio Auser non sia presente (o almeno non "vicino"), oppure in cui la realtà territoriale sia ben identificata con il nome e voglia, al contempo, evidenziare l'appartenenza alla comunità nazionale di Auser (es. i social). Per l'anno 2019, tutte le realtà territoriali possono utilizzare questa configurazione come immagine del profilo sui principali social network.



*Configurazione 2:
versione monocromatica*

*Date le caratteristiche del marchio,
molto ricco dal punto di vista dei colori,
la versione monocromatica va utilizzata
solo in casi eccezionali e per particolari
esigenze tecniche (incisioni, stampa a
rilievo, punzonatura ecc.).*



auser
Pollino Sibaritide Tirreno



30
1989-2019

Auser Compensorio Pollino Sibaritide Tirreno Promozione Sociale
Ente del Terzo Settore D. Lgs. n. 117 del 3 luglio 2017 • C.f. 999999999999
Via xxxxxxxxxxx, 999 - 00100 Città • Tel. 09 999 99999 - Fax 09 999 99999 • associazione@xxxxx.it - www.xxxxx.it

**AZZURRO**

CMYK: c70 m0 y0 k0 - RGB: r105 g184 b235

**VERDE**

CMYK: c75 m0 y100 k0 - RGB: r105 g167 b66

**GIALLO**

CMYK: c0 m30 y100 k0 - RGB: r233 g184 b24

**ROSSO**

CMYK: c0 m100 y100 k0 - RGB: r193 g14 b26

**ARANCIONE**

CMYK: c0 m50 y100 k0 - RGB: r219 g143 b27

**NERO**

CMYK: c0 m0 y0 k100 - RGB: r0 g0 b0

**GRIGIO 60%**

CMYK: c0 m0 y0 k60 - RGB: r134 g134 b134

**GRIGIO 40%**

CMYK: c0 m0 y0 k40 - RGB: r176 g176 b176



DIAMO UN SENSO AL ANZI, GLIENE DIAMO DESTINA IL 5 PER MILLE ALL'AUSE C.F. 97321610582

Mi piace Segui + Crea una raccolta fondi

Crea un post

Foto/video Tagga amici Registrati

Foto



Auser Lombardia
2 aprile alle ore 15:15 · 🌐

VENERDÌ 5 APRILE, ALLE ORE 9,30 PRESSO L'AUDITORIUM CA' D'INDUSTRIA DI COMO, APPUNTAMENTO CON L'INCONTRO GRATUITO "LE DEMENZE: CAMPANELLI D'ALLARME E PREVENZIONE", A CURA DI NEPSI.
L'EVENTO È ORGANIZZATO, IN COLLABORAZIONE CON AUSER, NELL'AMBITO DELLA SETTIMANA DEL CERVELLO 2019.
NEPSI
<http://nepsi.it/anziani-e-demenze-cosa-sono-e-cosa-si-puo-.../>

NEPSI.IT
Anziani e demenze: cosa sono e cosa si può fare?
Demenza indica difficoltà del funzionamento cognitivo e funzionale e si...

Date le caratteristiche del marchio, molto ricco dal punto di vista dei colori, la versione monocromatica va utilizzata solo in casi eccezionali e per particolari esigenze tecniche (incisioni, stampa a rilievo, punzonatura ecc.).

FUTURA HEAVY

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
`~!@#\$%^&*()_+={}[];:'"\|,<.>/?