ASSOCIAZIONE NAZIONALE BERSAGLIERI

LOGO E CORPORATE IDENTITY

manuale d'uso e guida alle applicazioni

A.N.B.

“**HO SCOPERTO**,
SENZA ALCUNA ECCEZIONE,
CHE PIÙ TRATTO UN PROGETTO
COME **QUALCOSA DI MIO**,
PIÙ QUEL PROGETTO
FUNZIONA.”

MARIAN BANTJES

© ®

Il logo, il contenuto di questo documento e quanto non espresso, ma comunque con riferimento a:
"Associazione Nazionale Bersaglieri" è **coperto e tutelato da copyright**, pertanto si fa divieto di qualsiasi uso e riproduzione nella sua forma completa o parziale senza che questa sia regolarmente autorizzata da:
A.N.B. Presidenza Nazionale quale soggetto proprietario del logo e di quanto ad esso correlato.

In questo documento il logo è sempre sovrapposto da una filigrana che ha unicamente lo scopo di impedirne la riproduzione, anche parziale.
I FILE ORIGINALI DEVONO ESSERE ESPRESSAMENTE RICHIESTI ALLA PRESIDENZA NAZIONALE SPECIFICANDONE L'IMPIEGO.

A.N.B. Presidenza Nazionale, al fine di tutelare i propri diritti di immagine, si riserva di intraprendere azioni legali o disciplinari ove ritenga che quanto espresso sia usato in modo improprio o non autorizzato.

INTRODUZIONE

Tutto quello che facciamo e tutto quello che mostriamo **comunica chi siamo**, trasmette contenuti, suscita emozioni, influenza decisioni e conferma valori.
La comunicazione, come spesso erroneamente si pensa, non è solo la pubblicità, ma è importante capire che, altri strumenti comunicativi come il logo, le insegne, le pubblicazioni, lo stile, la corrispondenza, i biglietti d'auguri, il sito web, i social network ecc. costruiscono e caratterizzano tutta l'immagine.

L'immagine è una leva strategica che va curata con la massima attenzione ovunque.
Perchè questo avvenga è necessario condividere gli stessi standard, al fine di garantire unicità e coerenza nella percezione del "marchio" e di tutto il brand.

Nelle pagine seguenti sono esemplificate le principali applicazioni del logo A.N.B. e dei principali strumenti di comunicazione, sono linee guida che hanno lo scopo di indirizzare, in modo concreto, le applicazioni del marchio nei diversi contesti.
In questo manuale sono riportati anche alcuni esempi, solamente a titolo dimostrativo, che aiutano a capire meglio la corretta applicazione.

Ogni indicazione contenuta in questo manuale è frutto di una decisione e di una scelta, perchè ogni volta che l'Associazione parla, scrive, spedisce, si espone, mette una divisa, si rappresenta. **E deve farlo con coerenza!**

BRAND IDENTITY (identità di marca)

Quando si parla di una quasiasi realtà strutturata, in questo caso un'Associazione **importante e rappresentativa** come l'A.N.B., bisogna ragionare allo stesso modo di un'azienda, di una società o di uno studio professionale, quindi considerare l'**A.N.B.** come una realtà che deve avere una **propria identità** che la contraddistingua e la differenzi dagli altri "competitors" e, soprattutto, la renda **omogenea** e **unica** su tutto il territorio.

L'identità di brand – l'immagine coordinata – come l'identità di una persona fisica, va costruita e comunicata in modo da essere **riconoscibile**, curandone tutti gli aspetti, per conferire credibilità e affidabilità e sottolinearne l'unicità verso i propri utenti.
L'immagine coordinata deve rispettare e rispecchiare la mission, gli obbiettivi, il target, lo stile e la comunicazione a 360°, sia interna e, **in modo rigoroso**, quella esterna.

Attraverso la Brand Identity **gli utenti devono riconoscere** l'identità dell'Associazione dall'uso corretto del logo, innanzitutto, dai font e dai colori, dai codici grafici, dall'impaginazione documentale ecc.
Fornire un'immagine coordinata è indispensabile.
Creare attorno ad un simbolo, **il logo**, la propria idea di comunicazione proiettandovi valori, aspettative e desideri condivisi.

CORPORATE COMMUNICATION (comunicazione istituzionale)

È l'insieme di risorse, messaggi, pubblicità e azioni con cui l'Associazione comunica la sua unicità e il proprio brand.
Obiettivo della corporate communication è quello di legare saldamente il brand e l'immagine istituzionale a bisogni emergenti o ad aspettative dell'utente.
L'Associazione deve essere in grado di trasmettere idee, veicolare valori, confermare ideali secondo il proprio stile, ma pur sempre, in modo inequivocabile.
Da questi pochi concetti si evince che una corretta comunicazione istituzionale si deve basare su un'altrettanto corretta corporate identity o grafica coordinata, quel processo che vede la creazione degli strumenti di comunicazione veri e propri secondo le regole della Brand Identity e della Corporate Communication.

IMMAGINE COORDINATA

Con immagine coordinata si intende, generalmente, tutta la comunicazione visiva iniziando dal logo e continuando con tutti gli specifici strumenti di comunicazione istituzionali, sia off-line che on-line (Foglio Lettera, Busta, Biglietto da Visita, Brochure, Sito Web, Social Network...)
L'immagine coordinata nel mondo della comunicazione, oggi più che mai, è fondamentale!
Perché l'immagine risulti coordinata e, di conseguenza, l'Associazione stessa sia immediatamente riconoscibile, è necessario che tutti gli strumenti e i fenomeni comunicativi che danno vita all'immagine siano legati l'un l'altro da un **rapporto di coerenza reciproca**.
Si partirà dunque dal logo, vero e proprio simbolo dell'identità associativa e rispettando tutte le sue caratteristiche - colore, forma, font - si andrà a costruire le dinamiche di impaginazione e impostazione della visione grafica di Foglio Lettera, Busta, Biglietto da Visita, Brochure, Cartellina, Fascicoli, Gadget, Sito Web, Social, Newsletter ecc.

ELEMENTI DI BASE DELL'IMMAGINE COORDINATA

_ Logo
_ Biglietto da Visita
_ Foglio Lettera
_ Segui Lettera
_ Busta Intestata
_ Sito Web
_ Immagine Social Network

Oltre a questi esistono altri elementi, non meno importanti, come la brochure illustrativa dell'attività, dei principali servizi o iniziative dell'Associazione, il packaging degli stessi prodotti, la pubblicità (da quella cartacea a quella web oppure altre forme), le newsletter, gli articoli del blog nel sito, le mail grafiche, le cartelline di presentazione, i porta-documenti, le targhe identificative e le insegne fino al materiale promozionale e i gadget.

IL LOGO

Il Logo è il primo segno distintivo dell'Associazione e rappresenta, sia nella sua forma grafica che nel lettering, tutta l'essenza del suo mondo valoriale.
È l'elemento portante dell'identità visiva e deve essere immediatamente riconoscibile, unico e memorizzabile.
È alla base del linguaggio di comunicazione che esprime un progetto ben più grande chiamato Branding, che è quel processo mediante il quale l'Associazione si rivolge a tutto il proprio "pubblico" trasferendo i valori di cui ne è custode e garante.

Logotipo:
è il segno grafico riferito ad una parola, un marchio scritto pronunciabile, spesso associato ad un pittogramma (la maggior parte dei loghi).

Pittogramma:
è quell'immagine (icona) riferita ad un oggetto o una serie di oggetti, spesso espressa in modo semplice o elementare, che ne riassuma e ne sottolinei il significato.

Lettering:
è la componente tipografica (scritta) che da sola oppure unita al pittogramma definisce l'impianto grafico del logo (logotipo).

Caratteristiche del Logo
Il logo deve essere:

_ Originale

_ Memorizzabile

_ Rappresentativo

_ Adattabile

_ Riproducibile

- 1 -

IL LOGO "A.N.B."

In questo documento il logo è sempre sovrapposto da una filigrana che ha unicamente lo scopo di impedirne la riproduzione, anche parziale.
I FILE ORIGINALI DEVONO ESSERE ESPRESSAMENTE RICHIESTI ALLA PRESIDENZA NAZIONALE SPECIFICANDONE L'IMPIEGO.

A.N.B. Presidenza Nazionale, al fine di tutelare i propri diritti di immagine, si riserva di intraprendere azioni legali o disciplinari ove ritenga che quanto espresso sia usato in modo improprio o non autorizzato.

COSTRUZIONE

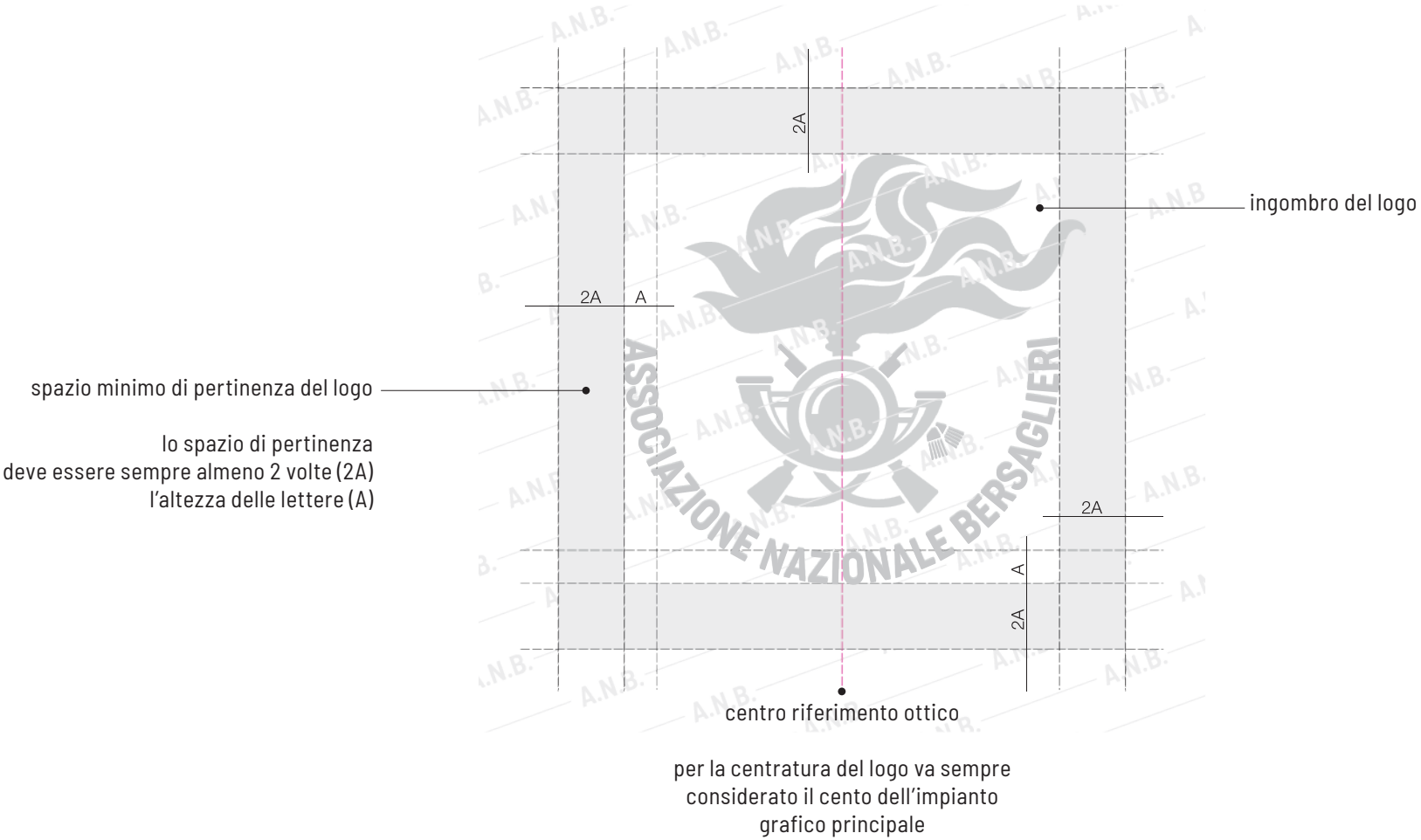
Tutto l'impianto grafico, facendo riferimento ad una delle versioni originali, è stato completamente ridisegnato rispettando linee e spazi di costruzione precisi, considerando ingombri ottici, simmetrie e proporzioni auree, in modo da conferire al logo, nella sua completezza, un equilibrio e un bilanciamento armonico.

IL LOGO "A.N.B."

Il logo è stato sottoposto a restyling nel Settembre 2020 dallo **Studio Skriba toni creativi**.
L'intervento grafico si è concretizzato nel riportare tutti quelli che sono gli elementi principali del pittogramma a forme e dimensioni precise, in modo da rendere l'impatto ottico equilibrato, bilanciato, dinamico e piacevole salvaguardando l'essenza di tutte le forme che la tradizione bersaglieresca ha fuso nel pittogramma attraverso la sua storia e la sua preziosa identità.

SPAZIO MINIMO DI PERTINENZA

Il logo "A.N.B." deve avere attorno a sè un'area, uno spazio vuoto da rispettare per mantenere intatte le proprie caratteristiche.
Questo spazio è indicato dal campo grigio delimitato dalle linee tratteggiate.



IL CARATTERE TIPOGRAFICO

Per la parte tipografica del logo è stata utilizzato il font COCOGOOSE CONDENSED TRIAL nella versione semilight, mentre viene identificata come famiglia di caratteri tipografici per l'uso istituzionale di struttura il BARLOW SEMI CONDENSED. Scelto per le sue caratteristiche di semplicità e contemporaneità.

Deve essere applicato su tutti gli scritti.
Questa famiglia di caratteri è stata scelta all'interno della collezione Google Fonts, in questo modo è possibile utilizzarla, oltre che off-line (comunicazione cartacea) anche nel mondo web, mantenendo così tutta la coerenza dell'identità grafica.

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum."

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt.

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia.

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa.

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum."

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim id est laborum."

"LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO EIUSMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUA. UT ENIM AD MINIM VENIAM, QUIS NOSTRUD EXERCITATION ULLAMCO LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT. DUIS AUTE IRURE DOLOR IN REPREHENDERIT IN VOLUPTATE VELIT ESSE CILLUM DOLORE EU FUGIAT NULLA PARIATUR. EXCEPTEUR SINT OCCAECAT CUPIDATAT NON PROIDENT, SUNT IN CULPA QUI OFFICIA DESERUNT MOLLIT ANIM ID EST LABORUM."

"Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur.

"LOREM IPSUM DOLOR SIT AMET, CONSECTETUR ADIPISCING ELIT, SED DO EIUSMOD TEMPOR INCIDIDUNT UT LABORE ET DOLORE MAGNA ALIQUA. UT ENIM AD MINIM VENIAM, QUIS NOSTRUD EXERCITATION ULLAMCO LABORIS NISI UT ALIQUIP EX EA COMMODO CONSEQUAT. DUIS AUTE IRURE DOLOR IN REPREHENDERIT IN VOLUPTATE VELIT ESSE CILLUM DOLORE EU FUGIAT NULLA PARIATUR. EXCEPTEUR SINT OCCAECAT CUPIDATAT NON PROIDENT, SUNT IN CULPA QUI OFFICIA DESERUNT MOLLIT ANIM ID EST LABORUM."

LOGO + RUOLO REGIONALE

REGIONE VALLE D'AOSTA

REGIONE PIEMONTE

REGIONE LOMBARDIA

REGIONE TRENTINO ALTO ADIGE

REGIONE VENETO

REGIONE FRIULI VENEZIA GIULIA

REGIONE LIGURIA

REGIONE EMILIA ROMAGNA

REGIONE TOSCANA

REGIONE MARCHE

REGIONE UMBRIA

REGIONE LAZIO

REGIONE ABRUZZO

REGIONE MOLISE

REGIONE CAMPANIA

REGIONE PUGLIA

REGIONE BASILICATA

REGIONE CALABRIA

REGIONE SICILIA

REGIONE SARDEGNA

© Associazione Nazionale Bersaglieri

Realizzazione: studio skriba - toni creativi - 2020

LOGO + RUOLO PROVINCIALE

La regola stabilita per la denominazione del ruolo Regionale, Provinciale e Sezionale, sancisce che per denominazioni **"corte"** vengono riportate in **unica riga**, mentre nei casi in cui questo non sia possibile, al fine di salvaguardare l'identità visiva, si usano due righe.

LOGO + RUOLO SEZIONALE

IL LOGO "A.N.B." (versione orizzontale)

Per applicazioni in cui il logo, nella sua versione originale (circolare), non mantenga integra la propria leggibilità, è stata disegnata una versione orizzontale.
Questa consente di mantenere il lettering di una dimensione accettabile soprattutto nel caso limite in cui si abbia uno spazio in altezza molto ridotto tale da compromettere la comprensione del logo stesso.

Esempio

versione originale pantone 233 C-M-U

versione monocromatica nera

versione in negativo

LOGO + RUOLO REGIONALE

La regola stabilita, per la denominazione del ruolo **Regionale**, sancisce che per **denominazioni "corte"** vengono riportate in **unica riga**, mentre nei casi in cui le **denominazioni siano lunghe**, al fine di salvaguardare l'identità visiva, si usano **due righe**.

LOGO + RUOLO PROVINCIALE

La regola stabilita, per la denominazione del ruolo **Provinciale**, sancisce che per **denominazioni "corte"** vengono riportate in **unica riga**, mentre nei casi in cui le **denominazioni siano lunghe**, al fine di salvaguardare l'identità visiva, si usano **due righe**.

LOGO + RUOLO SEZIONALE

La regola stabilita, per la denominazione del ruolo **Sezionale**, sancisce che per **denominazioni "corte"** vengono riportate in **unica riga**, mentre nei casi in cui le **denominazioni siano lunghe**, al fine di salvaguardare l'identità visiva, si usano **due righe**.

© Associazione Nazionale Bersaglieri

Realizzazione: studio skriba - toni creativi - 2020

USO DEL PITTOGRAMMA

Il pittogramma può essere utilizzato singolarmente, quindi senza la parte tipografica che lo specifica "ASSOCIAZIONE NAZIONALE BERSAGLIERI", solamente per alcuni accorgimenti grafici come filigrane di sfondo, affiancato a titoli di articoli come testate di pubblicazione o documenti, contrassegni di pagina, texture, ricami su indumenti, stemmi o distintivi.

È FATTO ASSOLUTO DIVIETO DI UTILIZZARLO PER LA COMPOSIZIONE DI ALTRI LOGHI O DI UTILIZZARNE PARTI DI ESSO.
Si dispone che per usi diversi da quelli indicati, al fine di evitare sanzioni o provvedimenti, si faccia esplicita richiesta alla Presidenza Nazionale sottoponendo bozza grafica del documento dell'oggetto.

ESEMPI PURAMENTE DIMOSTRATIVI

IL COLORE

Il colore "Cremisi" scelto per l'Immagine Istituzionale è: **PANTONE 233** (C-M-U) qui declinato a seconda degli utilizzi più frequenti nella comunicazione visiva. Per quanto concerne l'Immagine Coordinata, esso è utilizzato con il nero (nelle le sue gradazioni) e il bianco.

PANTONE 233 U

per carta:
_ Usomano
_ Naturale / Riciclata
_ Simili

PANTONE 233 C

per carta:
_ Patinata Lucida
_ Kote
_ Simili

PANTONE 233 M

per carta:
_ Patinata Opaca
_ Satin
_ Simili

QUADRICROMIA

C 11% | **M** 100% | **Y** 0% | **K** 0%

per uso del logo in stampati in cui sia prevista solo la stampa con i 4 colori base

RGB

R 210 | **G** 0 | **B** 122

per uso:
_ Video
_ Multimedia

ESADECIMALE

#D2007A

per uso:
_ Web
_ Social

NERO

K 100

BIANCO

DIMENSIONI MINIME DI UTILIZZO

Il logo mantiene le proprie caratteristiche identificative anche in dimensioni ridotte ma, al fine di garantirne la leggibilità, il logo non può essere riprodotto in dimensioni minori a quella denominata **"dimensione minima"** che, come si evince dalle specifiche sotto riportate, per la versione circolare è di 15 mm di altezza, mentre la versione orizzontale può arrivare a 10 mm di altezza.

Da ricordare che il logo istituzionale principale è quello di forma circolare, la soluzione orizzontale è da utilizzare in situazioni limite.

Quando il logo è accompagnato da altre scritte identificative, il criterio utilizzato per definire le dimensioni minime di utilizzo rimane sempre la leggibilità.

25 mm

20 mm

15 mm

DIMENSIONE MINIMA

25 mm

20 mm

15 mm

10 mm

DIMENSIONE MINIMA

USO IMPROPRIO

Il logo A.N.B **non** deve mai essere deformato o modificato all'occorrenza per esigenze di spazio, di colori o impaginazioni;
il logo non deve avere colori diversi da quelli istituzionali o regolati da questo manuale;
il logo non deve mai essere proposto in posizione inclinata, distorta, scomposta o difforme dall'originale;
il logo non deve essere riprodotto contornato.

Il logo può essere utilizzato in sovraimpressione su foto e altro materiale promozionale a condizione che vengano mantenute e garantite leggibilità e chiarezza.

CORPORATE IDENTITY

In questo documento il logo è sempre sovrapposto da una filigrana che ha unicamente lo scopo di impedirne la riproduzione, anche parziale.
I FILE ORIGINALI DEVONO ESSERE ESPRESSAMENTE RICHIESTI ALLA PRESIDENZA NAZIONALE SPECIFICANDONE L'IMPIEGO.

A.N.B. Presidenza Nazionale, al fine di tutelare i propri diritti di immagine, si riserva di intraprendere azioni legali o disciplinari ove ritenga che quanto espresso sia usato in modo improprio o non autorizzato.

BIGLIETTO DA VISITA ISTITUZIONALE CON DICITURA DI RUOLO
Regionale - Provinciale - Sezionale

F.to 85 x 55 mm
Fronte e retro
Stampa Pantone 233 e Nero
Format di riferimento
da personalizzare

FRONTE

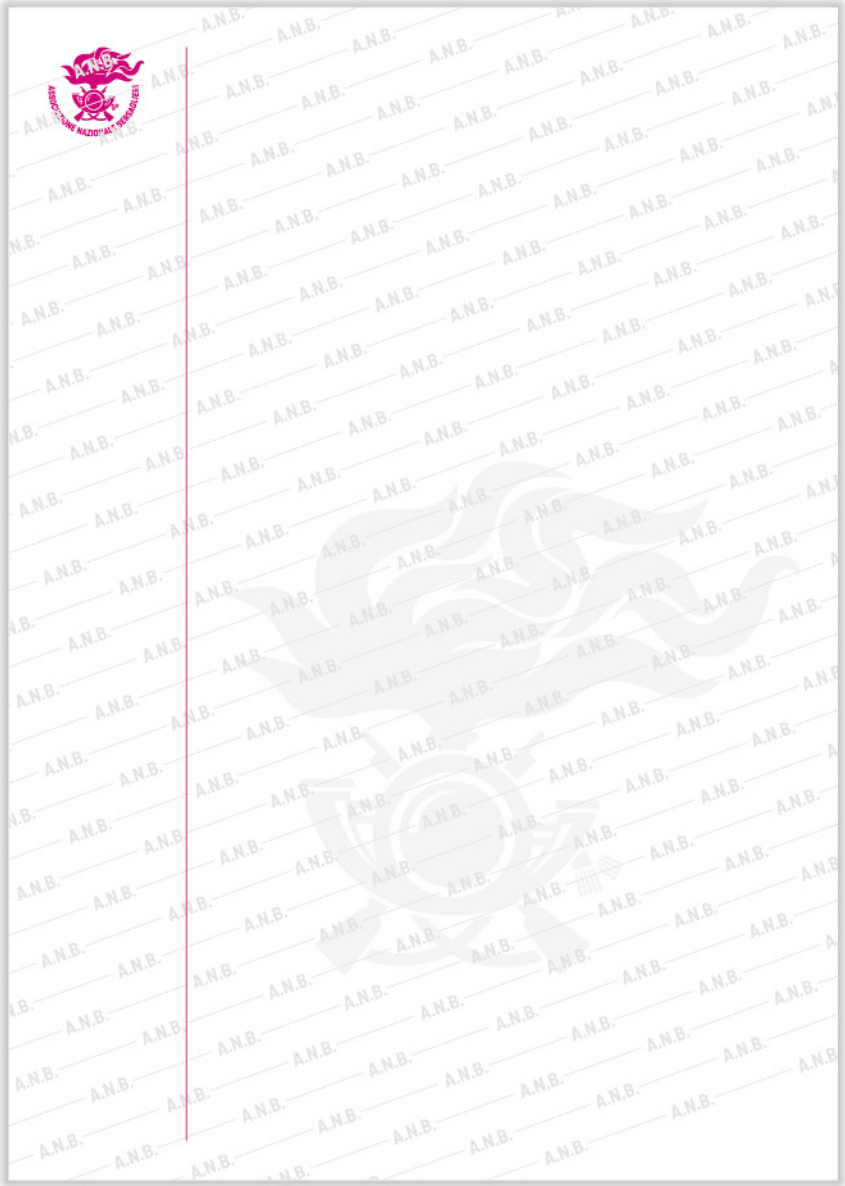
RETRO

FOGLIO LETTERA ISTITUZIONALE

F.to 210x297 mm - Stampa Pantone 233U e Nero

SEGUI LETTERA ISTITUZIONALE

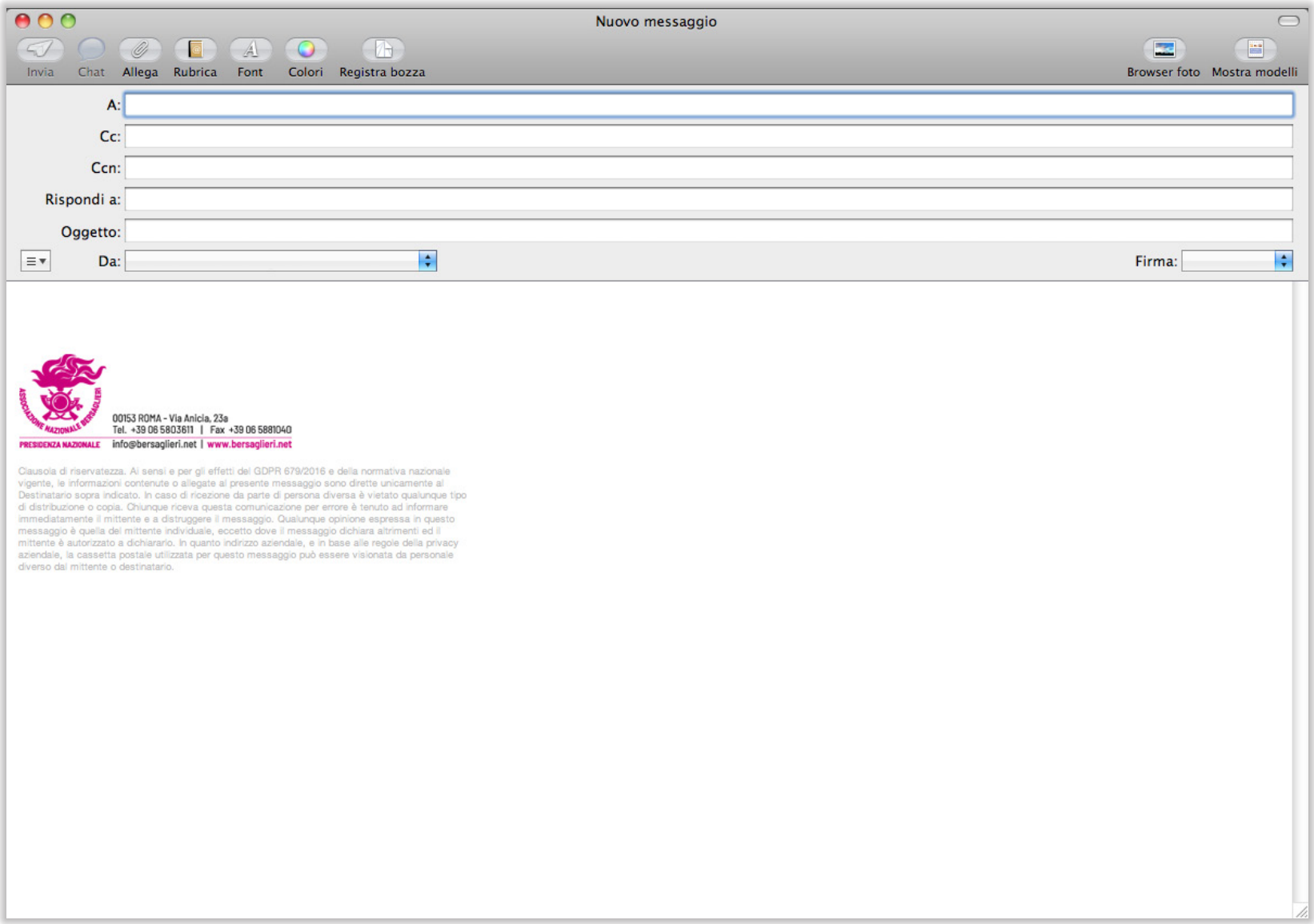
F.to 210x297 mm - Stampa Pantone 233U e Nero



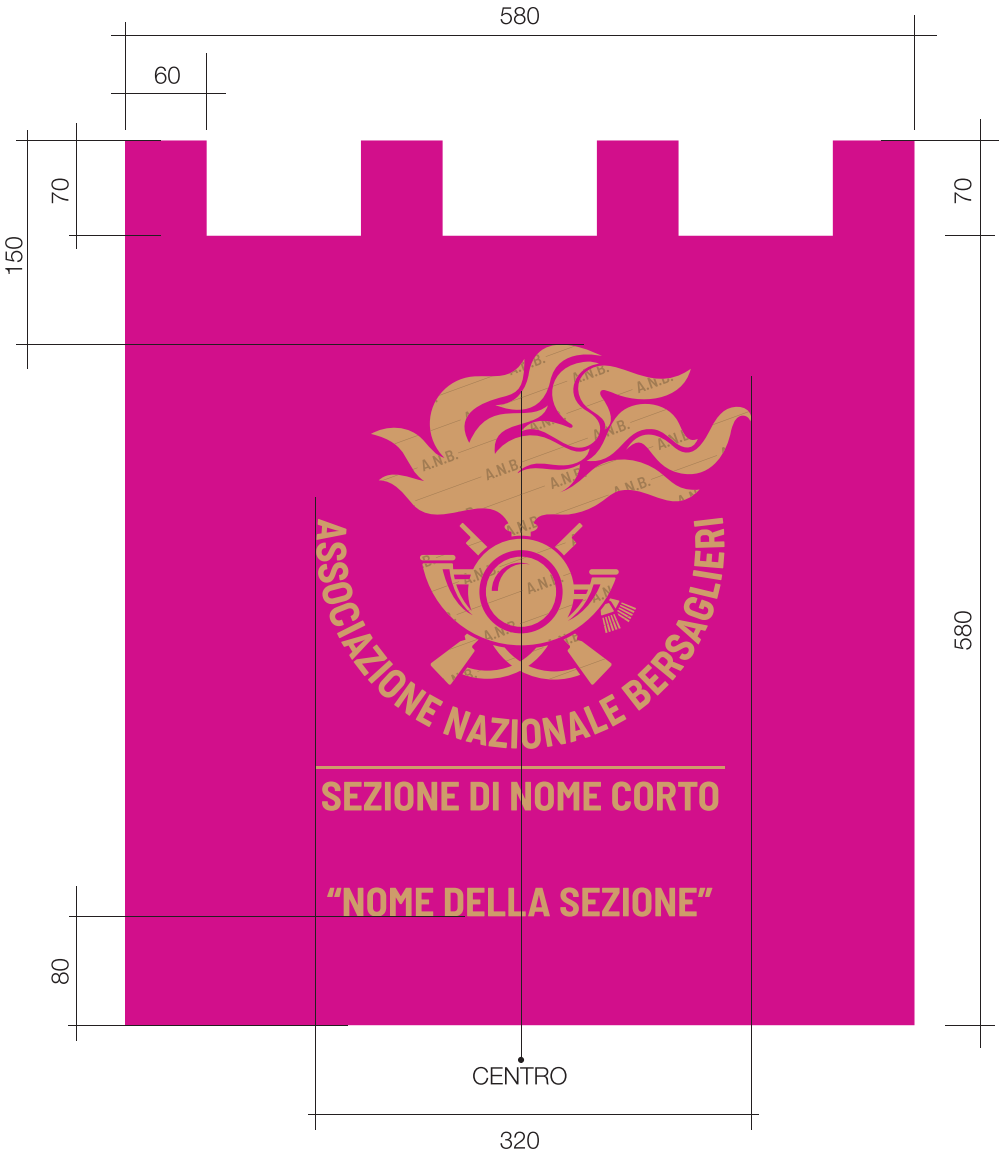
BUSTA CORRISPONDENZA ISTITUZIONALE

F.to 230x110 mm - Stampa Pantone 233U e Nero

IMMAGINE FIRMA MAIL



LABARO SEZIONALE



“**HO SCOPERTO**,
SENZA ALCUNA ECCEZIONE,
CHE PIÙ TRATTO UN PROGETTO
COME **QUALCOSA DI MIO**,
PIÙ QUEL PROGETTO
FUNZIONA.”

MARIAN BANTJES

skriba®
tonicreativi

30027 **san donà di piave (ve)** | via mario rorato,1
t. +39 **0421 220792**
idee@skriba.it | **www.skriba.it**

ASSOCIAZIONE NAZIONALE BERSAGLIERI

00153 ROMA - Via Anicia, 23a
Tel. +39 06 5803611 | Fax +39 06 5881040
info@bersaglieri.net | www.bersaglieri.net

A.N.B.