



# **LINEE GUIDA IDENTITÀ VISIVA** Aprile 2018

**Versione a colori in positivo**

Questa versione è da utilizzare su fondo bianco o molto chiaro. Il marchio non può essere mai modificato nè utilizzato insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in questo documento.

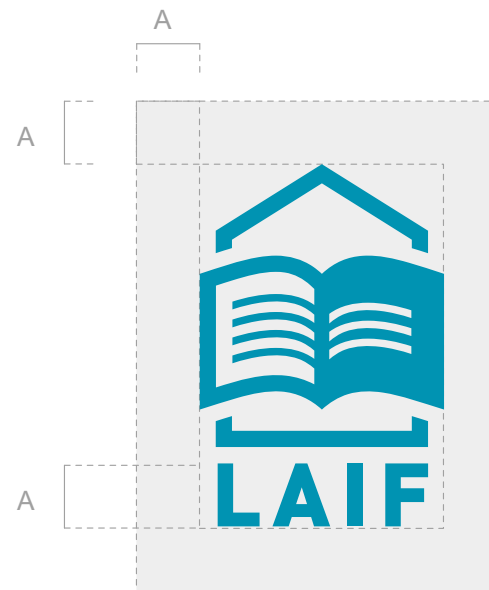
La riproduzione del marchio deve avvenire utilizzando solo supporti digitali. Copie riprodotte da altre fonti sono assolutamente da evitare.

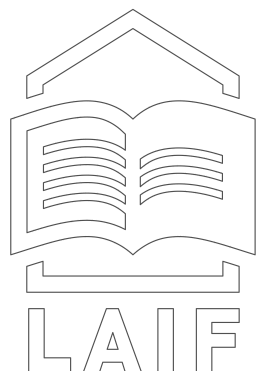
**AREADIRISPETTO****Versione con area di rispetto**

La leggibilità del marchio è maggiore se l'area circostante è sufficientemente ampia.

Qualsiasi elemento grafico o tipografico deve essere posto all'esterno di una cornice ideale, costruita attorno al marchio al fine di non produrre alcun tipo di interferenza visiva.

Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.





## Premessa

L'immagine coordinata rafforza l'identità e il senso di appartenenza all'Associazione.  
L'applicazione delle regole tutela il marchio.

LAIF ha adottato un manuale di corporate identity con l'intento di regolare tutti i casi in cui il logo venga utilizzato sia internamente sia all'esterno dell'Associazione.

Questo manuale è finalizzato a restituire al logo il suo alto potere evocativo, attraverso l'integrazione, l'allineamento, il senso di appartenenza e la stabilità.

L'immagine coordinata LAIF è di proprietà di LAIF stessa. Per ogni applicazione e comunicazione che coinvolga l'Associazione è d'obbligo l'osservanza delle regole del manuale della corporate identity.

L'applicazione delle linee guida dell'immagine coordinata assicurano all'identità visiva dell'Associazione rispetto e credibilità.

---

## Elementi evocativi

Il marchio si compone di due elementi iconici che si fondono ad evocare una identità forte e definita:

- il profilo abitativo, che riprende le linee geometriche di un'abitazione, rappresentante la famiglia intesa come ambiente protetto e sicuro;
- il libro, strumento di formazione e conoscenza per eccellenza, fa parte, nell'immaginario collettivo, della vita di ogni studente.

La fusione di queste due immagini vuole rappresentare graficamente un'idea di tutela della formazione attraverso la stabilità dell'ambiente familiare.

Nel marchio si evoca un'idea di autonomia sia culturale (orientamento libero nella formazione) che fisico (struttura abitativa indipendente), sollecitando l'immaginario in cui l'indipendenza (il carattere forte del brand) coesiste con la volontà all'apertura della mente(dialogo verso l'esterno) rappresentato del libro.



## MARCHIO

Nella tavola sono indicati i valori RGB, i codici per il Web e la loro conversione in quadricomia, i colori Pantone (Pantone® Matching System).

Per processi diversi dalla tecnica tipografica, è necessario convertire il colore nel codice cromatico equivalente.

Versione positiva a colori



R0 G147 B178  
HEX #0093B2  
C206 M69 Y58 K1  
(or PANTONE 632C)

## MARCHIO

La versione in scala di grigio del marchio è utilizzata in tutti i casi in cui l'unico colore di stampa sia il nero, o dove sia necessario l'impiego del marchio a un colore.

La versione negativa in bianco è da utilizzare su fondo nero o particolarmente scuro e nei casi in cui venga richiesta la stampa a un solo colore.

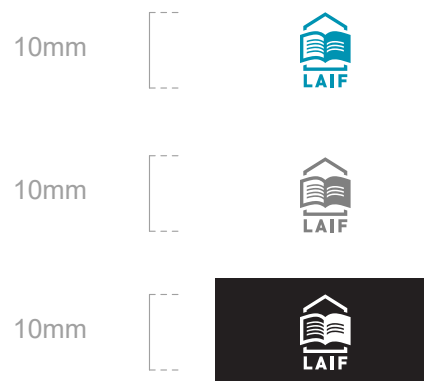
Versione in scala di grigio e in negativo



## LEGGIBILITÀ

Il formato minimo si riferisce alle più piccole dimensioni consentite per la riproduzione del marchio.

Il marchio può essere ridotto fino ad un minimo di 10 mm.



## APPLICAZIONI

### Applicazioni non consentite

Il marchio e i suoi colori rappresentano un aspetto fondamentale dell'identità visiva che non deve essere alterata.

In questa pagina sono illustrati alcuni esempi di errato utilizzo di marchio.



Non modificare i colori



Non modificare la composizione



Non invadere l'area di rispetto



Non deformare



Non ruotare

# APPLICAZIONI

## Applicazioni su fondo colore consentite



## Applicazioni su fondo colore non consentite



**APPLICAZIONI**

**Mockup**





## APPLICAZIONI

### Mockup

