FSC
Fondo
per lo Sviluppo
e la Coesione

COESIONE ITALIA 21-27

BRAND BOOK

Regione Emilia-Romagna

IT

Versione 2.0
luglio 2025

INDICE

01
IL BRAND COESIONE ITALIA 21-27
CORPORATE BRAND BOOK
Pagina 7

03
SEZIONE ITALIA
BRAND PER INTERVENTI FINANZIATI DA RISORSE NAZIONALI DELLA COESIONE
Pagina IT - 1

PREMESSA

Il rafforzamento della visibilità degli investimenti per la riduzione dei divari territoriali messi in campo con le politiche di coesione costituisce una delle priorità sia dell'Unione europea sia dello Stato italiano per rendere le persone consapevoli delle sfide, dei risultati e degli impatti che queste determinano nello spazio e nel tempo.

In questa direzione si inserisce la necessità di dare maggiore riconoscibilità ai programmi cofinanziati nell'ambito della politica di coesione europea e a quelli sostenuti dalle risorse nazionali per la coesione che hanno come obiettivo la realizzazione di progetti di qualità con impatti positivi e duraturi sulle condizioni e gli ambienti di vita di tutti i cittadini.

È nato così il brand "**Coesione Italia**", lo strumento unitario per la comunicazione dei Programmi italiani della coesione.

Il brand unitario ha l'obiettivo di favorire una migliore riconoscibilità di programmi, progetti e risultati, riducendo la frammentazione identitaria che negli anni si è rivelata un punto di debolezza per promozione e disseminazione di queste politiche.

Il presente manuale declina a livello di Programma il manuale di corporate branding e fornisce le indicazioni di utilizzo dell'identità visiva unitaria, definendo così il perimetro necessario per realizzare una maggiore forza comunicativa collettiva, salvaguardando al contempo le specificità territoriali e il protagonismo degli attori locali nell'ambito degli interventi riferiti ai programmi finanziati con le risorse della politica di coesione.

Nel luglio 2022 è stata definita la **versione 1.0** del Brand Book per l'utilizzo delle identità visive che identificano i Programmi europei 2021-2027 della politica di coesione. A seguito di questo rilascio, il coordinamento unico nazionale per la comunicazione delle politiche di coesione ha provveduto a raccogliere contributi e fabbisogni espressi dai referenti della comunicazione nell'ambito della Rete INFORM-ITA e dalle autorità responsabili di Piani e Programmi finanziati da risorse della coesione allo scopo di rilasciare una versione rivista e aggiornata del documento.

Nasce così **la presente versione del Brand Book sezione ITALIA**, che fornisce e perfeziona le indicazioni operative e le regole di applicazione in relazione agli interventi finanziati attraverso Fondi nazionali 2021-2027, quali il Fondo per lo Sviluppo e la Coesione 2021-2027 e il Fondo di Rotazione ex lege 183/1987 e ss.mm.ii..

La **sezione ITALIA** del manuale, dedicato agli interventi finanziati dalla politica di coesione nazionale 2021-2027, si integra con la **sezione EUROPA** del manuale, che riporta le indicazioni in riferimento ai Programmi co-finanziati dall'Unione europea. Le due pubblicazioni EUROPA e ITALIA sono autonome nei contenuti e vengono pertanto rilasciate anche separatamente per facilitarne consultazione e adozione da parte dei responsabili dei singoli Piani e Programmi.

In generale, nel documento sono fornite indicazioni dettagliate per gestire la corretta applicazione, all'interno degli strumenti e dei prodotti di comunicazione, dei loghi che consentono di identificare le risorse impiegate per il finanziamento degli interventi della politica di coesione e dei risultati raggiunti a beneficio della collettività.

Vista la sua natura di strumento operativo, il manuale potrà essere soggetto a ulteriori aggiornamenti e integrazioni che saranno formalizzati e trasmessi a tutti i soggetti interessati anche tramite note interpretative.

01

IL BRAND COESIONE ITALIA 21-27

CORPORATE BRAND BOOK

IL BRAND COESIONE ITALIA

"**Coesione Italia**" è il brand unitario italiano che caratterizza tutti gli investimenti cofinanziati dai fondi strutturali europei e dai fondi nazionali della politica di coesione.

Elaborato nell'ambito del coordinamento nazionale delle attività di comunicazione di cui all'art. 48 del Regolamento (UE) 1060/2021, in collaborazione con la Rete INFORM-ITA, il marchio costituisce, per le politiche comunitarie, unitamente all'emblema della Repubblica Italiana e a quello dell'Unione europea, **un elemento imprescindibile per identificare** e rendere riconoscibili, a livello nazionale e territoriale, tutte le azioni della programmazione europea del Fondo europeo di Sviluppo Regionale, del Fondo Sociale europeo Plus, del Fondo per la Transizione Giusta (JTF) e del Fondo europeo per gli Affari Marittimi, la Pesca e l'Acquacoltura.

Il *brand* unitario, nella sua declinazione specifica, identifica, **unitamente al solo emblema della Repubblica Italiana**, anche gli investimenti realizzati con i Fondi nazionali per la coesione 2021-2027, a cui nel caso del Fondo per lo Sviluppo e la Coesione (FSC) si affianca anche il logo del fondo.

Gli elementi caratterizzanti e l'utilizzo del brand unitario nazionale sono normati dal presente manuale (**Corporate Brand Book**) che costituisce lo strumento di riferimento per la comunicazione istituzionale e la base generale di riferimento per i manuali specifici destinati ai singoli Programmi europei e alle Amministrazioni titolari di assegnazioni di risorse nazionali della coesione 2021-2027 (**Programme Brand Book**), per i quali sono rese disponibili anche le relative declinazioni riportanti le denominazioni individuate.

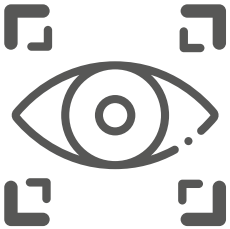
COESIONE
ITALIA 21-27

VALORI

Il brand "Coesione Italia" nasce per identificare i progetti cofinanziati con risorse dell'Unione europea e con i fondi nazionali volti a ridurre le disparità sociali e territoriali.
È un brand concepito per raccontare la crescita e l'evoluzione attraverso forme semplici ma dall'impatto visivo forte e immediato.

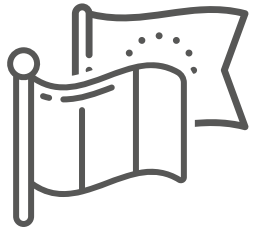
L'applicazione di un logo unico presente nei materiali di comunicazione ha l'obiettivo di rendere riconoscibile la dimensione corale dei numerosi progetti che, pur nella loro molteplicità e pluralità, si orientano in una direzione comune, a beneficio dell'intero territorio nazionale.

PROGETTUALITÀ FINALIZZATA



LIVELLO DI ATTENZIONE

CRESCITA DINAMICITÀ



INTERO TERRITORIO

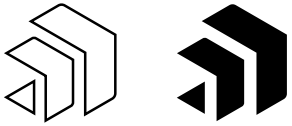
In una prospettiva collettiva, sia i progetti che richiedono grandi investimenti, sia quelli di entità minore, sono orientati alla crescita.
I valori comuni sottesi nel ciclo di programmazione sono resi visibili dagli elementi grafici che si compongono di linee nette e regolari e dai dettagli scelti nella costruzione delle singole lettere: la perfezione nella forma della O, il dinamismo nel taglio della E, la solidità nell'apertura della A.

MARCHIO

Il marchio "Coesione Italia", frutto di una costruzione geometrica rigorosa, è arricchito dalla presenza di alcuni accenti che caratterizzano e identificano il brand e i suoi specifici valori: il dinamismo, la modularità, la concretezza, l'orientamento verso una crescita collettiva a beneficio dell'intero territorio nazionale.

ELEMENTI COSTRUTTIVI

Il logo è composto da elementi grafici semplici, associati secondo regole precise, che consentono una costruzione pulita ed essenziale.



PITTOGRAMMA

L'elemento grafico distintivo, forte e di facile riconoscibilità, in uno o più colori, è caratterizzato da semplicità e immediatezza.

COESIONE
ITALIA 21-27

LETTERING

I singoli caratteri tipografici sono studiati e disegnati in modo da veicolare, attraverso i dettagli, precisi valori: chiarezza, dinamismo e solidità.
La scritta "2021-2027" in apice indica l'attuale ciclo di programmazione e rende possibile la declinazione del logo anche in una prospettiva futura.

CARATTERE TIPOGRAFICO

Il carattere tipografico da utilizzare nella realizzazione di documenti, modulistica, pagine web, materiale editoriale e multimediale relativo al brand "Coesione Italia" è il TITILLIUM WEB, nelle sue declinazioni indicate Regular, *Italic*, **Semibold**, **Bold**.

Nel caso di indisponibilità del font o per i documenti a elevato indice di diffusione e scambio digitale aperto (es. file .docx o similari) è possibile utilizzare, come carattere sostitutivo, il più comune font APTOS o il carattere istituzionale già in uso nella linea grafica dell'Amministrazione titolare del Programma e/o titolare di assegnazioni di risorse nazionali della coesione 2021-2027.

FONT PRINCIPALE

Titillium **semibold**

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? @ & € % © ™ ®

FONT SECONDARIO ALTERNATIVO

Aptos

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 !?@&€%©™®

PALETTE COLORI

VERDE

PANTONE® 7482 C / 7482 U / 17-6153 TPVX

CMYK C: 90, M: 0, Y: 100, K: 0

RGB R: 0 G: 159 B: 77

WEB HEX #009F4D

RAL 6032

CIE L:52.95 a:-50.73 b:30.96

ROSSO

PANTONE® 185 C / 185 U / 18-1662 TPX

CMYK C: 0, M: 90, Y: 100, K: 0

RGB R: 228 G: 0 B: 43

WEB HEX #E4002B

RAL 3020

CIE L:45.81 a:62.31 b:34.42

BLU

PANTONE® REFLEX BLUE C

CMYK C: 100, M: 80, Y: 0, K: 0

RGB R: 0 G: 51 B: 153

WEB HEX #003399

RAL 5009

CIE L:49.95 a:-48.73 b:25.85

NERO 90

CMYK C: 0, M: 0, Y: 0, K: 90

RGB R: 60 G: 60 B: 60

WEB HEX #3C3C3C

NERO 80

CMYK C: 0, M: 0, Y: 0, K: 80

RGB R: 87 G: 87 B: 87

WEB HEX #575757

NERO 55

CMYK C: 0, M: 0, Y: 0, K: 55

RGB R: 146 G: 146 B: 146

WEB HEX #929292

NERO 30

CMYK C: 0, M: 0, Y: 0, K: 30

RGB R: 198 G: 198 B: 198

WEB HEX #C6C6C6

DECLINAZIONI CROMATICHE

Di regola, il marchio è riprodotto nei suoi colori di base nelle applicazioni su sfondo bianco o su sfondi chiari a tinte piatte.

È possibile riprodurre il marchio su sfondi scuri nella sua versione al negativo, mantenendo i colori del pittogramma e incorniciandone i tre elementi compositivi con un bordo bianco di spessore (circa 2pt) per consentirne la maggiore definizione e leggibilità.

CASI LIMITE

Sui sfondi elaborati (es. immagini) o su tinte piatte, è necessario utilizzare sempre la versione che garantisca la maggiore leggibilità di tutti gli elementi, facendo attenzione all'utilizzo della versione positiva del marchio nelle tinte piatte con un grado di luminosità inferiore al 10%.

DECLINAZIONI MONOCROMATICHE E SCALA DI GRIGIO

È possibile utilizzare il marchio sia in versione a scala di grigio, garantendo sempre la leggibilità e la distintività dei singoli elementi, sia in versione negativa su sfondo scuro, convertendo tutti gli elementi in colore bianco e outline.

CASI LIMITE

È prevista, nei casi limite, la possibilità di intervenire sui colori del marchio. Laddove uno dei colori costitutivi si confonda con il fondo, è prevista la tonalizzazione al 60% , l'utilizzo della versione outline o della versione al negativo.

VERSIONE QUADRATA A COLORI

Laddove necessario, per esigenze di armonizzazione con gli spazi a disposizione e con le linee grafiche in uso da parte degli attori istituzionali, è prevista la possibilità di utilizzare una versione quadrata del brand unitario.

La versione quadrata segue le medesime regole cromatiche e di applicabilità sui diversi sfondi già riportate per la versione rettangolare principale del marchio.

VERSIONE QUADRATA MONOCROMATICA E SCALA DI GRIGIO

Il marchio in versione quadrata segue le medesime regole d'uso definite per la versione rettangolare del marchio anche per le declinazioni in scala di grigio, monocromatiche, outline e su colori limite dei colori di fondo coincidenti con uno dei colori del *brand* unitario.

RIPRODUCIBILITÀ IN SCALA

Tutti gli elementi del marchio (logotipo e pittogramma) sono inscindibili: in nessun caso è consentito l'utilizzo separato degli elementi

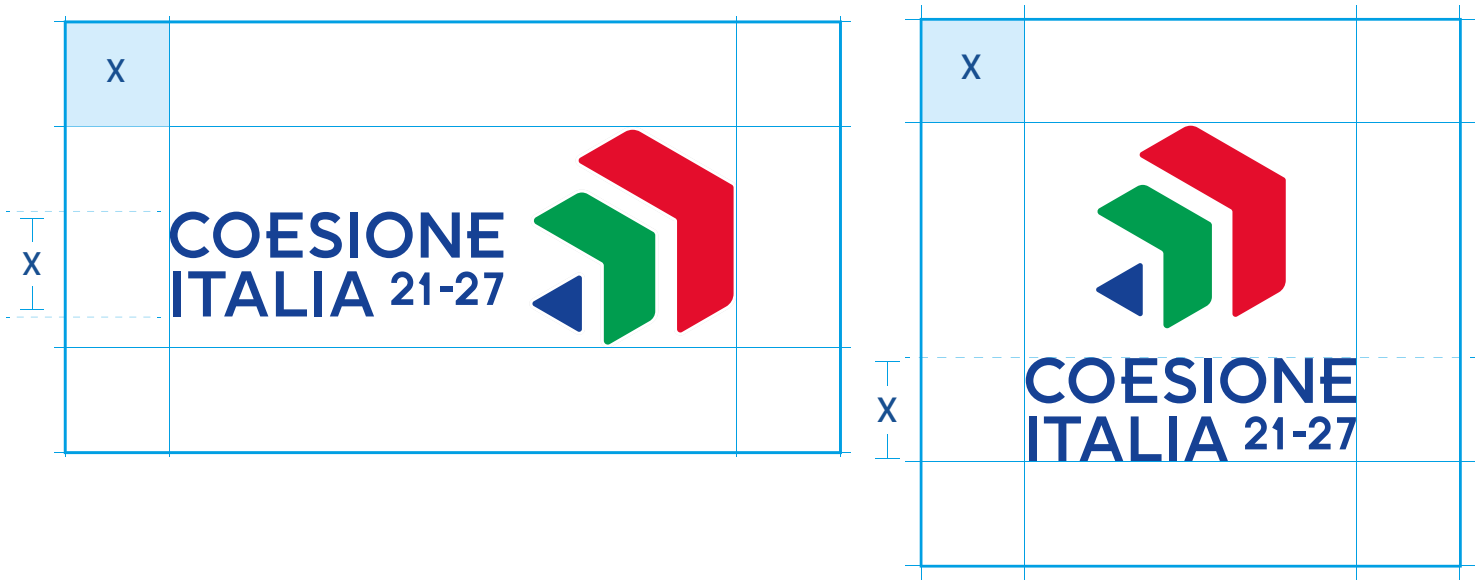
Per assicurare la massima leggibilità, è stabilito un limite di riduzione che prevede la non riproducibilità del marchio in versione quadrata per altezze inferiori ai 10 mm. In tal caso, qualora sia necessario riprodurre il marchio con altezze inferiori a tale dimensione, si deve utilizzare esclusivamente la **versione lineare**.

Sono possibili eccezioni di utilizzo del solo pittogramma esclusivamente nei casi in cui venga utilizzato quale "pattern decorativo" o su oggetti di piccolissima dimensione dove non sia in nessun caso possibile assicurare la leggibilità del logotipo e, dunque, si renda necessario comunque salvaguardare la riconoscibilità del brand corporate.

VERSIONE LINEARE

COESIONE ITALIA 21-27

AREA DI RISPETTO



ATTENZIONE

Sia nella versione rettangolare principale che in quella quadrata, è sempre necessario mantenere un'area di rispetto intorno al marchio.

Tale area è determinata dalle dimensioni di un quadrato i cui lati sono pari all'altezza del logotipo (X).

AFFIANCAMENTO EMBLEMA FONDO PER LO SVILUPPO E LA COESIONE E/O UNIONE EUROPEA

L'area di rispetto costituisce la porzione minima di spazio libero anche per l'affiancamento di altri loghi, a partire dall'**emblema del Fondo per lo Sviluppo e per la Coesione o, in casi specifici, anche dall'Unione europea** che costituiscono sempre i marchi successivi.

ERRORI DA EVITARE

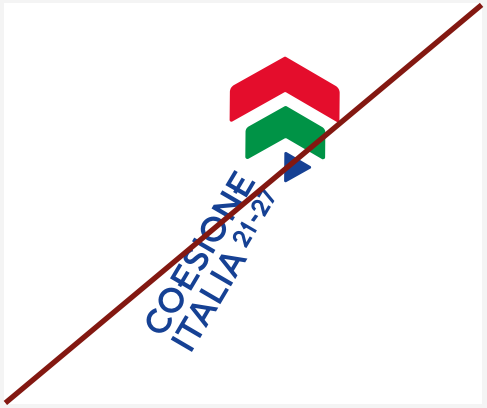
Tutti gli elementi del marchio sono **fissi** e **immodificabili.**

Per tale motivo è in ogni modo vietato riprodurre il marchio alterandolo nei colori, nelle forme, nelle proporzioni e nella composizione.

Di fianco sono riportati a titolo esemplificativo e non esaustivo alcuni dei più comuni errori da evitare.

Non cambiare font

Non alterare la cromia del logo, (è concesso solo come indicato nell'uso dei colori casi limite).



Non ruotare il logo

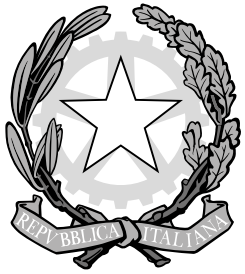
Non alterare le proporzioni tra pittogramma e naming

Non distorcere il logo

Non eliminare elementi del logo

LOGHI OBBLIGATORI DI ACCOMPAGNAMENTO EU

Cofinanziato
dall'Unione europea



UNIONE EUROPEA

Per tutti i progetti e le attività finanziate o cofinanziate, la Commissione dispone l'uso dell'emblema dell'Unione europea in tutti i documenti e gli strumenti di comunicazione.

https://ec.europa.eu/regional_policy/information-sources/logo-download-center_en

REPUBBLICA ITALIANA

Unitamente all'emblema dell'Unione europea è obbligatorio utilizzare l'emblema della Repubblica italiana per indicare il cofinanziamento dello Stato Membro.

https://www.quirinale.it/page/emblema

LOGHI OBBLIGATORI DI ACCOMPAGNAMENTO IT

REPUBBLICA ITALIANA

Per tutti i progetti e le attività finanziate dalle risorse nazionali della coesione 2021-2027 è obbligatorio utilizzare l'emblema della Repubblica italiana.

https://www.quirinale.it/page/emblema

FONDO PER LO SVILUPPO E LA COESIONE

Nel caso di progetti e attività finanziate o cofinanziate dal Fondo per lo Sviluppo e la Coesione occorre inserire nel blocco istituzionale il logo FSC in tutti i documenti e gli strumenti di comunicazione.

Il logo FSC viene rilasciato tra gli allegati della sezione ITALIa del presente BrandBook

https://opencoesione.gov.it/it/comunicazione_2021_2027/#brandbook/

MATRICE DEI LOGHI RILASCIATI

colori				Scala Grigi
negativo				Scala Grigi negativo
outlineW				outlineB
white				black

FSC
Fondo
per lo Sviluppo
e la Coesione

COESIONE ITALIA 21-27

SEZIONE ITALIA

BRAND PER INTERVENTI FINANZIATI
DA RISORSE NAZIONALI DELLA COESIONE

REGIONE EMILIA-ROMAGNA

Versione 2.0
luglio 2025

Sezione ITALIA

ITALIA

BRAND NAZIONALE

DECLINAZIONE DEL BRAND COESIONE ITALIA PER INTERVENTI FINANZIATI DAI FONDI NAZIONALI PER LA COESIONE

Pagina IT - 4

BRAND FSC

DECLINAZIONE DEL BRAND DEL FONDO NAZIONALE FSC

Pagina IT - 18

APPLICAZIONI NAZIONALI

PRINCIPALI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE PER FSC E PER IL FONDO DI ROTAZIONE

Pagina IT - 38

QUADRO SINOTTICO

COMPOSIZIONE LOGHI E FONTI DI FINANZIAMENTO

Pagina IT - 50

SEZIONE ITALIA

BRAND NAZIONALE

Le risorse nazionali della coesione nel ciclo 2021-2027 sono programmate principalmente attraverso lo strumento degli **Accordi per la Coesione**.

Nel caso di interventi finanziati da risorse nazionali della coesione derivanti dal **Fondo per lo Sviluppo e la Coesione** si applica il relativo logo FSC prima dell'emblema della Repubblica Italiana, secondo quanto di seguito indicato.

Qualora, invece, gli interventi siano finaziati mediante sole risorse nazionali del **Fondo di Rotazione** si applica unicamente il Brand Coesione Italia secondo le regole di declinazione territoriale affiancato dall'emblema della Republica Italiana e da quello della Regione di riferimento.

Questo manuale fornisce pertanto una guida all'identità grafica del logo FSC, e le indicazioni di utilizzo e di applicazione per tutti i Fondi nazionali della coesione nelle diverse declinazioni, anche in associazione con altri marchi all'interno del blocco istituzionale.

La presente versione del manuale può essere soggetta a integrazioni e aggiornamenti.

COESIONE
ITALIA 21-27
EMILIA-ROMAGNA

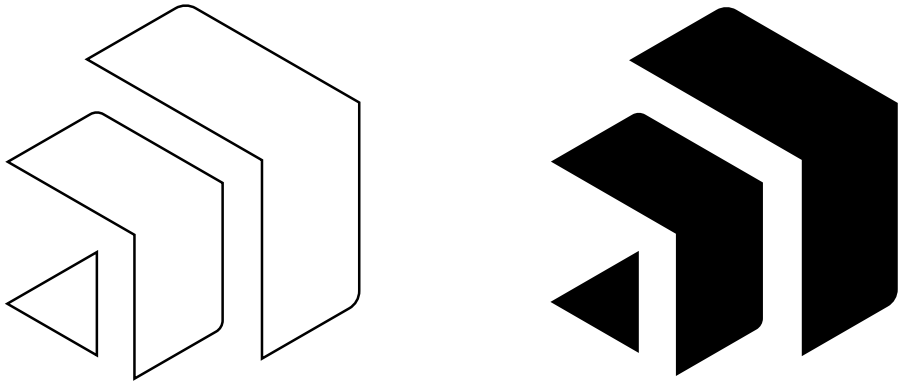
COSTRUZIONE

Nella caratterizzazione del logo “Coesione Italia” per i diversi Programmi nazionali e regionali è prevista la possibilità di una dilatazione degli elementi in senso orizzontale e verticale, secondo specifiche regole e proporzioni definite.

Tale “effetto fisarmonica” risulta, in alcuni casi, necessario per contenere il nome dei Programmi regionali e per **favorire la massima leggibilità** anche in piccole dimensioni.

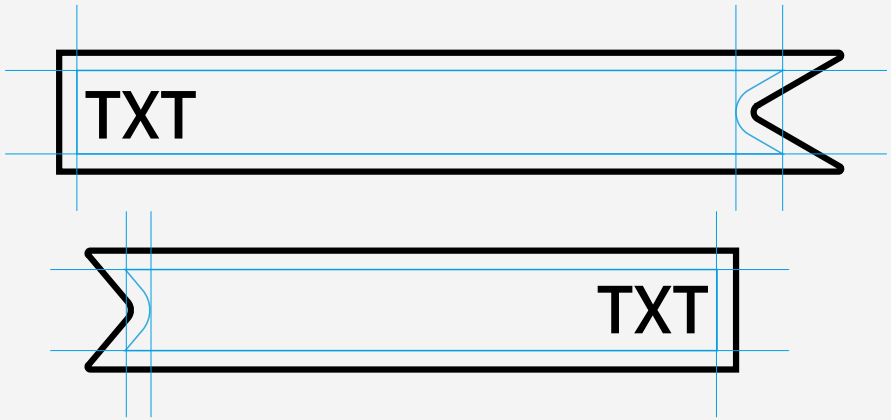
PITTOGRAMMA

Elemento grafico distintivo, dal forte impatto visivo.
In uno o più colori, è caratterizzato da semplicità, grazie alle linee nette e pulite, e immediata riconoscibilità.



BOX

In associazione al pittogramma è previsto anche un box contenitore, differente per le versioni orizzontale e verticale del logo al fine di massimizzare lo spazio e favorire la massima leggibilità.



VARIANTI DEL LOGO

Il brand è declinato in due formati: un formato **rettangolare**, da ritenersi prevalente, e un formato **quadrato**, da considerare esclusivamente per gli usi di armonizzazione illustrati a pagina 16 del Corporate Brand Book.

Per entrambi i formati, i marchi realizzati per il Programma seguono le regole cromatiche e di applicazione monocroma, outline e in scala di grigio del brand unitario riportate a pagina 22 del Corporate Brand Book.

FORMATO RETTANGOLARE PRINCIPALE

FORMATO QUADRATO SECONDARIO

LEGGIBILITÀ

CARATTERE TIPOGRAFICO

Il carattere tipografico da utilizzare nella realizzazione di documenti, modulistica, pagine web, materiale editoriale e multimediale relativo al brand "Coesione Italia" è il TITILLIUM WEB, nelle sue declinazioni indicate Regular, *Italic*, **Semibold**, **Bold**.

Nel caso di indisponibilità del font o per i documenti a elevato indice di diffusione e scambio digitale aperto (es. file .docx o similari) è possibile utilizzare, come carattere sostitutivo, il più comune font APTOS o il carattere istituzionale già in uso nella linea grafica dell'Amministrazione titolare del Programma.

FONT PRINCIPALE

Titillium **semibold**

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? @ & € % © ™ ®

FONT SECONDARIO ALTERNATIVO

Aptos

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 !?@&€%©™®

PALETTE COLORI

VERDE

PANTONE® 7482 C / 7482 U / 17-6153 TPVX

CMYK C: 90, M: 0, Y: 100, K: 0

RGB R: 0 G: 159 B: 77

WEB HEX #009F4D

RAL 6032

CIE L:52.95, a:-50.73, b:30.96

ROSSO

PANTONE® 185 C / 185 U / 18-1662 TPX

CMYK C: 0, M: 90, Y: 100, K: 0

RGB R: 228 G: 0 B: 43

WEB HEX #E4002B

RAL 3020

CIE L:45,81, a:62.31, b:34.42

BLU

PANTONE® REFLEX BLUE C

CMYK C: 100, M: 80, Y: 0, K: 0

RGB R: 0 G: 51 B: 153

WEB HEX #003399

RAL 5009

CIE L:49,95 a:-48,73 b:25,85

NERO 90

CMYK C: 0, M: 0, Y: 0, K: 90

RGB R: 60 G: 60 B: 60

WEB HEX #3C3C3C

NERO 80

CMYK C: 0, M: 0, Y: 0, K: 80

RGB R: 87 G: 87 B: 87

WEB HEX #575757

NERO 55

CMYK C: 0, M: 0, Y: 0, K: 55

RGB R: 146 G: 146 B: 146

WEB HEX #929292

NERO 30

CMYK C: 0, M: 0, Y: 0, K: 30

RGB R: 198 G: 198 B: 198

WEB HEX #C6C6C6

DECLINAZIONI CROMATICHE

Di regola, il marchio è riprodotto nei suoi colori di base nelle applicazioni su sfondo bianco o su sfondi chiari a tinte piatte.

È possibile riprodurre il marchio su sfondi scuri nella sua versione al negativo, mantenendo i colori del pittogramma e incorniciandone i tre elementi compositivi con un bordo bianco di spessore (circa 2pt) per consentirne la maggiore definizione e leggibilità.

CASI LIMITE

Su sfondi elaborati (es. immagini) o su tinte piatte, è necessario utilizzare sempre la versione che garantisca la maggiore leggibilità di tutti gli elementi, facendo attenzione all'utilizzo della versione positiva del marchio nelle tinte piatte con un grado di luminosità inferiore al 10%.

DECLINAZIONI MONOCROMATICHE E SCALA DI GRIGIO

È possibile utilizzare il marchio sia in versione a scala di grigio, garantendo sempre la leggibilità e la distintività dei singoli elementi, sia in versione negativa su sfondo scuro, convertendo tutti gli elementi in colore bianco e outline.

CASI LIMITE

È prevista, nei casi limite, la possibilità di intervenire sui colori del marchio: laddove uno dei colori costitutivi si confonda con il fondo, è prevista la tonalizzazione al 60% , l'utilizzo della versione outline o al negativo.

VERSIONE QUADRATA A COLORI

Laddove necessario, per esigenze di armonizzazione con gli spazi a disposizione e con le linee grafiche in uso da parte degli attori istituzionali, è prevista la possibilità di utilizzare una versione quadrata del brand unitario.

La versione quadrata segue le medesime regole cromatiche e di applicabilità sui diversi sfondi già riportate per la versione rettangolare principale del marchio.

VERSIONE QUADRATA MONOCROMATICA E SCALA DI GRIGIO

Il marchio in versione quadrata segue le medesime regole d'uso definite per la versione rettangolare del marchio anche per le declinazioni in scala di grigio, monocromatiche, outline e su colori limite dei colori di fondo coincidenti con uno dei colori del brand unitario.

RIPRODUCIBILITÀ IN SCALA

Tutti gli elementi del marchio (logotipo e pittogramma) sono inscindibili: in nessun caso è consentito l'utilizzo separato degli elementi.

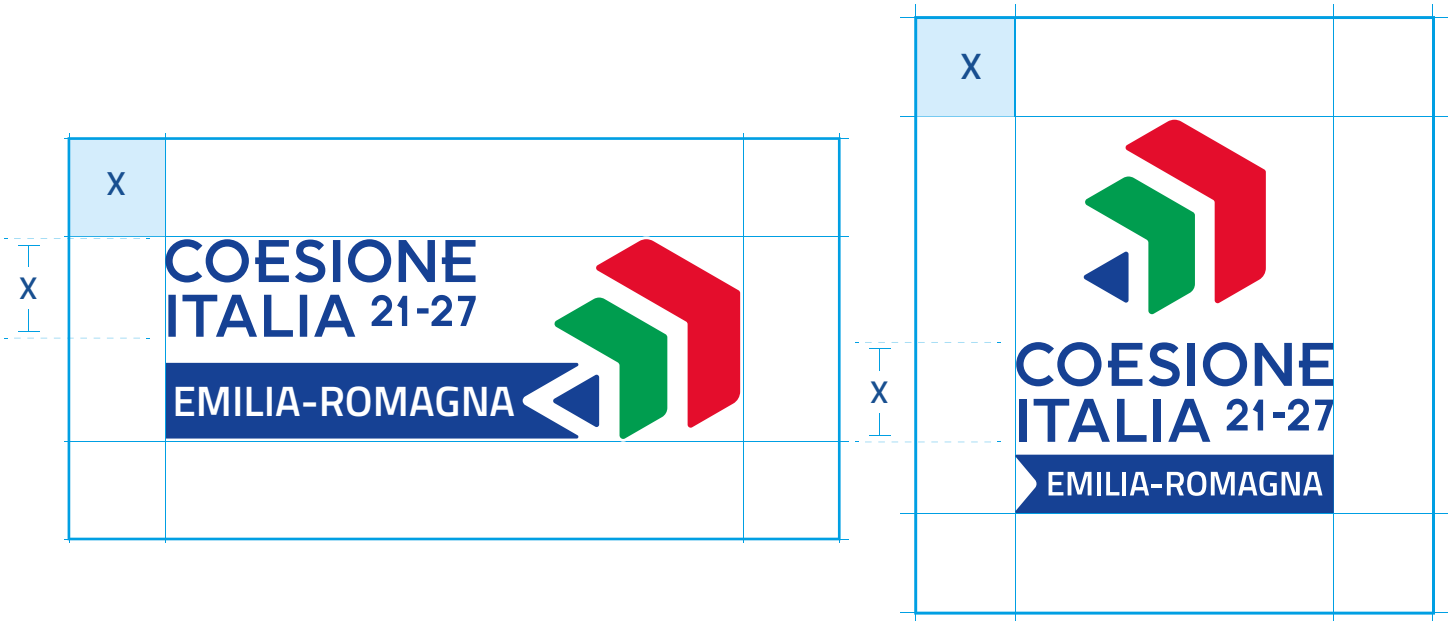
Per assicurare la massima leggibilità, è stabilito un limite di riduzione che prevede la non riproducibilità del marchio in versione rettangolare per altezze inferiori ai 10mm mentre per la versione quadrata il limite dell'altezza è 15 mm. In tal caso, qualora sia necessario riprodurre il marchio con altezze inferiori a tale dimensione, si deve utilizzare esclusivamente la **versione lineare**.

Sono possibili eccezioni di utilizzo del solo pittogramma esclusivamente nei casi in cui venga utilizzato quale "pattern decorativo" o su oggetti di piccolissima dimensione dove non sia in nessun caso possibile assicurare la leggibilità del logotipo e, dunque, si renda necessario comunque salvaguardare la riconoscibilità del brand.

VERSIONE LINEARE

COESIONE ITALIA 21-27

AREA DI RISPETTO



ATTENZIONE

Sia nella versione rettangolare principale che in quella quadrata, è sempre necessario mantenere un'area di rispetto intorno al marchio.

Tale area è determinata dalle dimensioni di un quadrato i cui lati sono pari all'altezza del logotipo (X).

AFFIANCAMENTO EMBLEMA FONDO PER LO SVILUPPO E LA COESIONE

L'area di rispetto costituisce la porzione minima di spazio libero anche per l'affiancamento di altri loghi, a partire dall'**emblema del Fondo per lo Sviluppo e la Coesione** che costituisce il marchio successivo (vedi pagine IT - 19 e IT - 21).

SEZIONE ITALIA

BRAND FSC

REGOLE DEL LOGO
DEL FONDO NAZIONALE FSC

Il **Fondo per lo Sviluppo e la Coesione (FSC)** è lo strumento finanziario alimentato con risorse aggiuntive nazionali attraverso cui lo Stato Italiano persegue il principio della coesione territoriale sancito dall'Articolo 119 della Costituzione.

Il Fondo, precedentemente denominato Fondo per le Aree Sottoutilizzate (ex FAS), è stato istituito con la Legge Finanziaria 2003 (articolo 61 della Legge 289/2002) con l'obiettivo di dare unità programmatica e finanziaria alle risorse aggiuntive nazionali stanziate per il riequilibrio economico e sociale tra le diverse aree del Paese, in risposta agli specifici bisogni dei territori.

Per garantire maggiore riconoscibilità agli **investimenti del Fondo per lo Sviluppo e la Coesione,** gli interventi sono identificati dalla presenza nei materiali di comunicazione anche del logo FSC.

FSC

Fondo per lo Sviluppo
e la Coesione

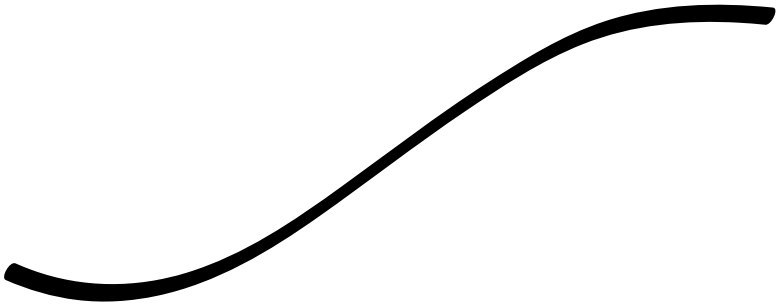
COSTRUZIONE

Il logo "FSC", in linea con il passato, è stato leggermente armonizzato nel pittogramma e creato una versione più compatta per **favorire la massima leggibilità** anche in piccole dimensioni oltre che la riconoscibilità in affiancamento con altri loghi.

Sono stati ottimizzate le cromie per praticità ed eventuale personalizzazione a pantoni.

PITTOGRAMMA

Elemento grafico distintivo, dal forte impatto visivo.
Dalla forma semplice e delicata, ripercorre una diagonale,
in semiotica positiva data dalla dinamicità verso l'alto.



LETTERING

Il carattere utilizzato per il lettering
ispira sicurezza e affidabilità, grazie alle
presenza delle grazie.

FONT MODERN BODONI REGULAR

FSC

VARIANTI DEL LOGO

Il brand è declinato in due formati: un formato **rettangolare**, da ritenersi prevalente, e un formato **quadrato**, da considerare esclusivamente per gli usi di armonizzazione.

Per entrambi i formati seguono le regole cromatiche e di applicazione monocroma e in scala di grigio.

FORMATO RETTANGOLARE PRINCIPALE

FORMATO QUADRATO SECONDARIO

LEGGIBILITÀ

CARATTERE TIPOGRAFICO

Il carattere tipografico da utilizzare nella realizzazione di documenti, modulistica, pagine web, materiale editoriale e multimediale relativo al brand "Coesione Italia" è il TITILLIUM WEB, nelle sue declinazioni indicate Regular, *Italic*, **Semibold**, **Bold**.

Nel caso di indisponibilità del font o per i documenti a elevato indice di diffusione e scambio digitale aperto (es. file .docx o similari) è possibile utilizzare, come carattere sostitutivo, il più comune font APTOS o il carattere istituzionale già in uso nella linea grafica dell'Amministrazione titolare di assegnazioni di risorse nazionali della coesione 2021-2027.

FONT PRINCIPALE

Titillium **semibold**

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z

a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? @ & € % © ™ ®

FONT SECONDARIO ALTERNATIVO

Aptos

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890 !?@&€%©™®

PALETTE COLORI

BLU

PANTONE® REFLEX BLUE C

CMYK C: 100, M: 80, Y: 0, K: 0

RGB R: 0 G: 51 B: 153

WEB HEX #003399
RAL 5009

CIE L:49,95 a:-48,73 b:25,85

ARANCIONE

PANTONE® 144 C / 144 U

CMYK C: 0, M: 50, Y: 100, K: 0

RGB R: 243 G: 146 B: 0

WEB HEX #f39200
RAL 1007

CIE L:69.19, a:28.85, b:74.53

NERO 90

CMYK C: 0, M: 0, Y: 0, K: 90

RGB R: 60 G: 60 B: 60

WEB HEX #3C3C3C

NERO 80

CMYK C: 0, M: 0, Y: 0, K: 80

RGB R: 87 G: 87 B: 87

WEB HEX #575757

NERO 55

CMYK C: 0, M: 0, Y: 0, K: 55

RGB R: 146 G: 146 B: 146

WEB HEX #929292

NERO 30

CMYK C: 0, M: 0, Y: 0, K: 30

RGB R: 198 G: 198 B: 198

WEB HEX #C6C6C6

DECLINAZIONI CROMATICHE

Di regola, il marchio è riprodotto nei suoi colori di base nelle applicazioni su sfondo bianco o su sfondi chiari a tinte piatte.

È possibile riprodurre il marchio su sfondi scuri nella sua versione al negativo, mantenendo i colori del pittogramma e incorniciandone i tre elementi compositivi con un bordo bianco di spessore (circa 2pt) per consentirne la maggiore definizione e leggibilità.

CASI LIMITE

Su sfondi elaborati (es. immagini) o su tinte piatte, è necessario utilizzare sempre la versione che garantisca la maggiore leggibilità di tutti gli elementi, facendo attenzione all'utilizzo della versione positiva del marchio nelle tinte piatte con un grado di luminosità inferiore al 10%.

DECLINAZIONI MONOCROMATICHE E SCALA DI GRIGIO

È possibile utilizzare il marchio sia in versione a scala di grigio, garantendo sempre la leggibilità e la distintività dei singoli elementi, sia in versione negativa su sfondo scuro, convertendo tutti gli elementi in colore bianco e outline.

CASI LIMITE

È prevista, nei casi limite, la possibilità di intervenire sui colori del marchio: laddove uno dei colori costitutivi si confonda con il fondo, è prevista la tonalizzazione al 60% , l'utilizzo della versione outline o al negativo.

VERSIONE QUADRATA A COLORI

Laddove necessario, per esigenze di armonizzazione con gli spazi a disposizione e con le linee grafiche in uso da parte degli attori istituzionali, è prevista la possibilità di utilizzare una versione quadrata del brand unitario.

La versione quadrata segue le medesime regole cromatiche e di applicabilità sui diversi sfondi già riportate per la versione rettangolare principale del marchio.

VERSIONE QUADRATA MONOCROMATICHE E SCALA DI GRIGIO

Il marchio in versione quadrata segue le medesime regole d'uso definite per la versione rettangolare del marchio anche per le declinazioni in scala di grigio, monocromatiche, outline e su colori limite dei colori di fondo coincidenti con uno dei colori del brand unitario.

RIPRODUCIBILITÀ IN SCALA

Tutti gli elementi del marchio (logotipo e pittogramma) sono inscindibili: in nessun caso è consentito l'utilizzo separato degli elementi.

Per assicurare la massima leggibilità è stabilito un limite di riduzione che prevede la non riproducibilità per altezze inferiori ai 10 mm per la versione quadrata. In tal caso, qualora sia necessario riprodurre il marchio con altezze inferiori a tale dimensione, si deve utilizzare esclusivamente la **versione lineare**.

Sono possibili eccezioni di utilizzo del solo pittogramma esclusivamente nei casi in cui venga utilizzato quale "pattern decorativo" o su oggetti di piccolissima dimensione dove non sia in nessun caso possibile assicurare la leggibilità del logotipo e, dunque, si renda necessario comunque salvaguardare la riconoscibilità del brand corporate.

VERSIONE LINEARE

AREA DI RISPETTO

ATTENZIONE

Sia nella versione rettangolare principale che in quella quadrata, è sempre necessario mantenere un'area di rispetto intorno al marchio.

Tale area è determinata dalle dimensioni di un quadrato i cui lati sono pari al metà dell'altezza del logotipo (X).

AFFIANCAMENTO EMBLEMA COESIONEITALIA 21-27 E/O UNIONE EUROPEA

L'area di rispetto costituisce la porzione minima di spazio libero anche per l'affiancamento di altri loghi, come il logo **CoesioneItalia 21-27** dell'amministrazione di riferimento e/ o l'**emblema dell'Unione europea**.

ERRORI DA EVITARE

Tutti gli elementi del marchio sono **fissi** e **immodificabili.**

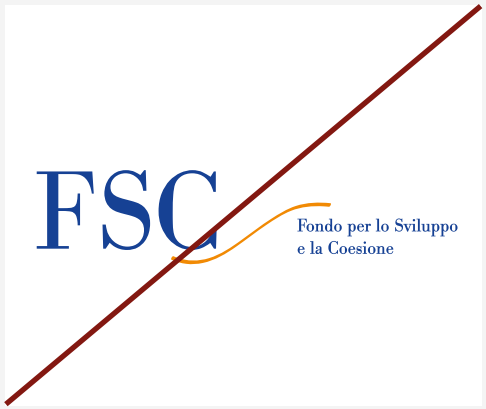
Per tale motivo è in ogni modo vietato riprodurre il marchio alterandolo nei colori, nelle forme, nelle proporzioni e nella composizione.

Di fianco sono riportati a titolo esemplificativo e non esaustivo alcuni dei più comuni errori da evitare.

Non cambiare font

Non alterare la cromia del logo, (è concesso solo come indicato nell'uso dei colori casi limite).

Non ruotare il logo



Non alterare le proporzioni tra pittogramma e naming

Non distorcere il logo

Non eliminare elementi del logo

LOGHI OBBLIGATORI DI ACCOMPAGNAMENTO

COESIONEITALIA 21-27

Per tutti i progetti e le attività finanziate o cofinanziate si dispone l'uso del logo CoesioneItalia 21-27 come primo emblema del blocco istituzionale in tutti i documenti e gli strumenti e i messaggi di informazione, comunicazione e attuazione progettuale.

REPUBBLICA ITALIANA

Unitamente all'emblema dell'Unione europea è obbligatorio utilizzare l'emblema della Repubblica italiana per indicare il cofinanziamento dello Stato Membro.

https://www.quirinale.it/page/emblema

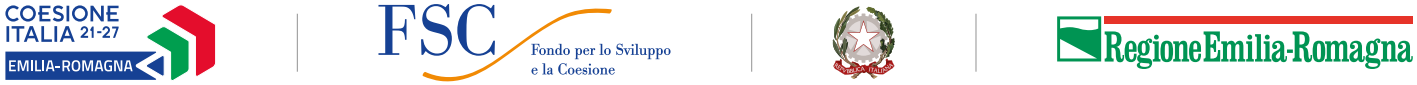
BLOCCO ISTITUZIONALE E LOGO AMMINISTRAZIONE

Il blocco istituzionale è sempre composto dal brand unitario, seguito dall'emblema della Repubblica italiana. Nel caso progetti finanziati o cofinanziati dal Fondo per lo Sviluppo e la Coesione deve essere inserito anche il logo FSC.

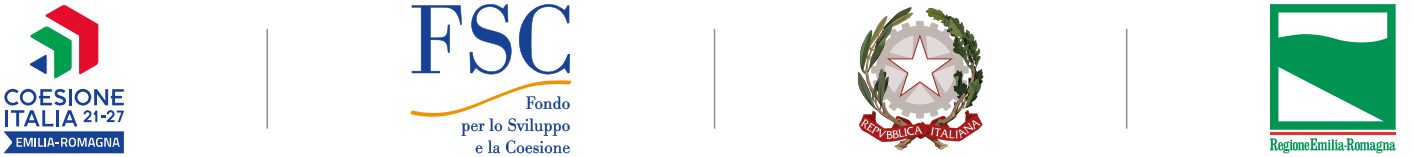
I marchi riportati all'interno del blocco istituzionale sono sempre separati da una linea verticale di colore grigio, che ne ordina il flusso compositivo. La distanza consigliata tra gli estremi di ciascun marchio e la linea verticale di separazione non può essere inferiore al 50% dell'altezza del logo CoesioneItalia.

Nel caso specifico, è parte integrante e sostanziale del blocco istituzionale anche il **logo dell'Amministrazione titolare di assegnazioni di risorse nazionali della coesione 2021-2027**, che segue le medesime regole di separazione e distanziamento degli altri marchi che compongono il blocco stesso.

COMPOSIZIONE CON LOGO RETTANGOLARE



COMPOSIZIONE CON LOGO QUADRATO



LOGHI AGGIUNTIVI E APPLICAZIONI VERTICALI

Nel caso di loghi aggiuntivi, questi vanno posti sempre a seguire l'ultimo logo a destra in ordine di apparizione (di norma il logo dell'Amministrazione titolare). Per particolari esigenze di spazio, i loghi aggiuntivi possono anche essere posti in un'area diversa o separata dal blocco istituzionale, con il consiglio di non presentare in nessun caso dimensioni superiori o evidenze prominenti rispetto ai loghi che compongono il medesimo blocco istituzionale.

Restano valide le medesime regole compositive del blocco istituzionale integrato con l'emblema dell'Amministrazione titolare anche per la versione quadrata del marchio e nella disposizione verticale dei loghi.

BLOCCO ISTITUZIONALE CON ANCHE IL CO-FINANZIAMENTO UE

Nel caso di interventi a valere sul Programma Europeo e cofinanziati da risorse nazionali a valere sul Fondo Sviluppo e Coesione, il blocco istituzionale si modifica posizionando, **in aggiunta, il logo FSC che segue sempre l'emblema dell'Unione europea**, secondo la sequenza rappresentata in questa pagina (nell'ordine, da sinistra verso destra: brand unitario - emblema dell'Unione europea - logo FSC - emblema della Repubblica italiana - emblema regionale). In ogni caso, l'emblema UE non può essere di dimensioni minori a quelle di altri loghi.

I marchi riportati all'interno del blocco istituzionale sono sempre separati da una linea verticale di colore grigio, che ne ordina il flusso compositivo. La distanza consigliata tra gli estremi di ciascun marchio e la linea verticale di separazione non può essere inferiore al 50% dell'altezza dell'emblema UE.

COMPOSIZIONE CON LOGO RETTANGOLARE

COMPOSIZIONE CON LOGO QUADRATO

LOGHI AGGIUNTIVI E APPLICAZIONI VERTICALI

Nel caso di loghi aggiuntivi, questi vanno posti sempre a seguire l'ultimo logo a destra in ordine di apparizione (di norma il logo dell'Amministrazione titolare). Per particolari esigenze di spazio, i loghi aggiuntivi possono anche essere posti in un'area diversa o separata dal blocco istituzionale, fermo restando l'obbligo di non presentare in nessun caso dimensioni superiori o evidenze prominenti rispetto ai loghi che compongono il medesimo blocco istituzionale, e in particolare l'emblema dell'Unione europea.

Restano valide le medesime regole compositive del blocco istituzionale integrato con l'emblema dell'Amministrazione titolare del Programma anche per la versione quadrata del marchio e nella disposizione verticale dei loghi.

SEZIONE ITALIA

APPLICAZIONI NAZIONALI

PRINCIPALI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE PER FSC E PER IL FONDO DI ROTAZIONE

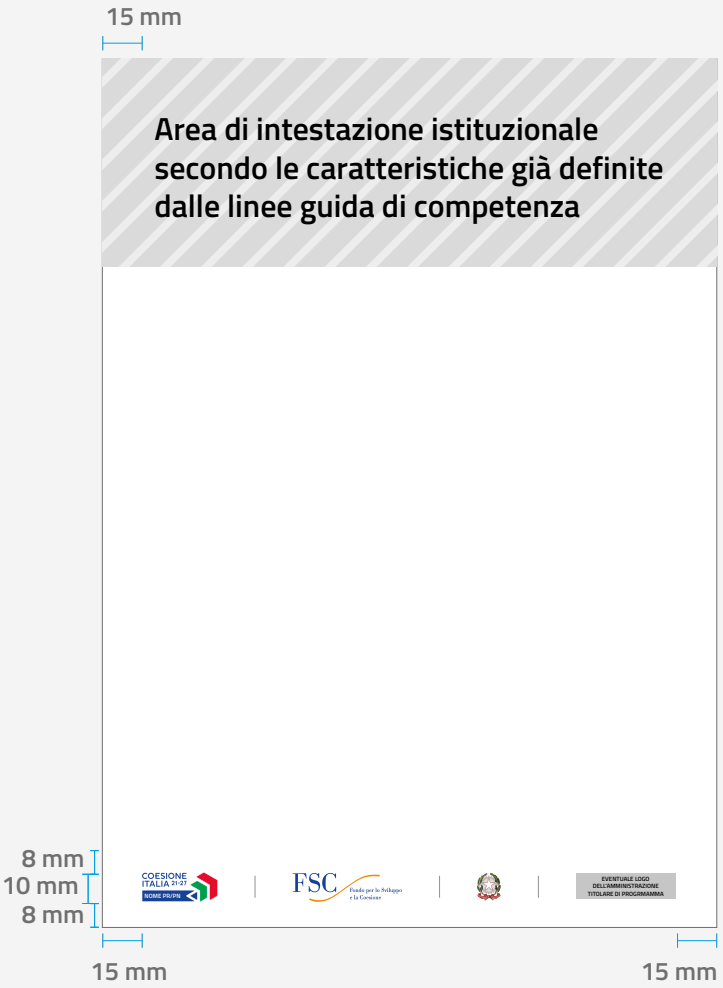
L'efficacia comunicativa e identitaria del brand unitario in tutte le sue declinazioni, comprese quelle relative ai Programmi, è strettamente connessa al suo corretto utilizzo e alla definizione di un set di regole-base sulla sua applicazione ai principali strumenti di comunicazione digitali e tradizionali.

Nel rilascio di questa versione aggiornata del Brand Book, oltre alla definizione delle principali regole di applicazione del brand unitario, vengono dunque forniti suggerimenti per diversi strumenti di comunicazione e per le loro declinazioni applicative.

Nello specifico sono riportate in questa sezione proposte per i seguenti strumenti:

- Carta intestata uso istituzionale
- Bandi e Avvisi
- Sito/pagina web dedicata
- Poster A3 e/o Display elettronici
- Cartellonistica di cantiere
- Targa permanente
- Multimedia, Web, Editoria, Etichette
- Matrice dei loghi rilasciati

CARTA INTESTATA USO ISTITUZIONALE



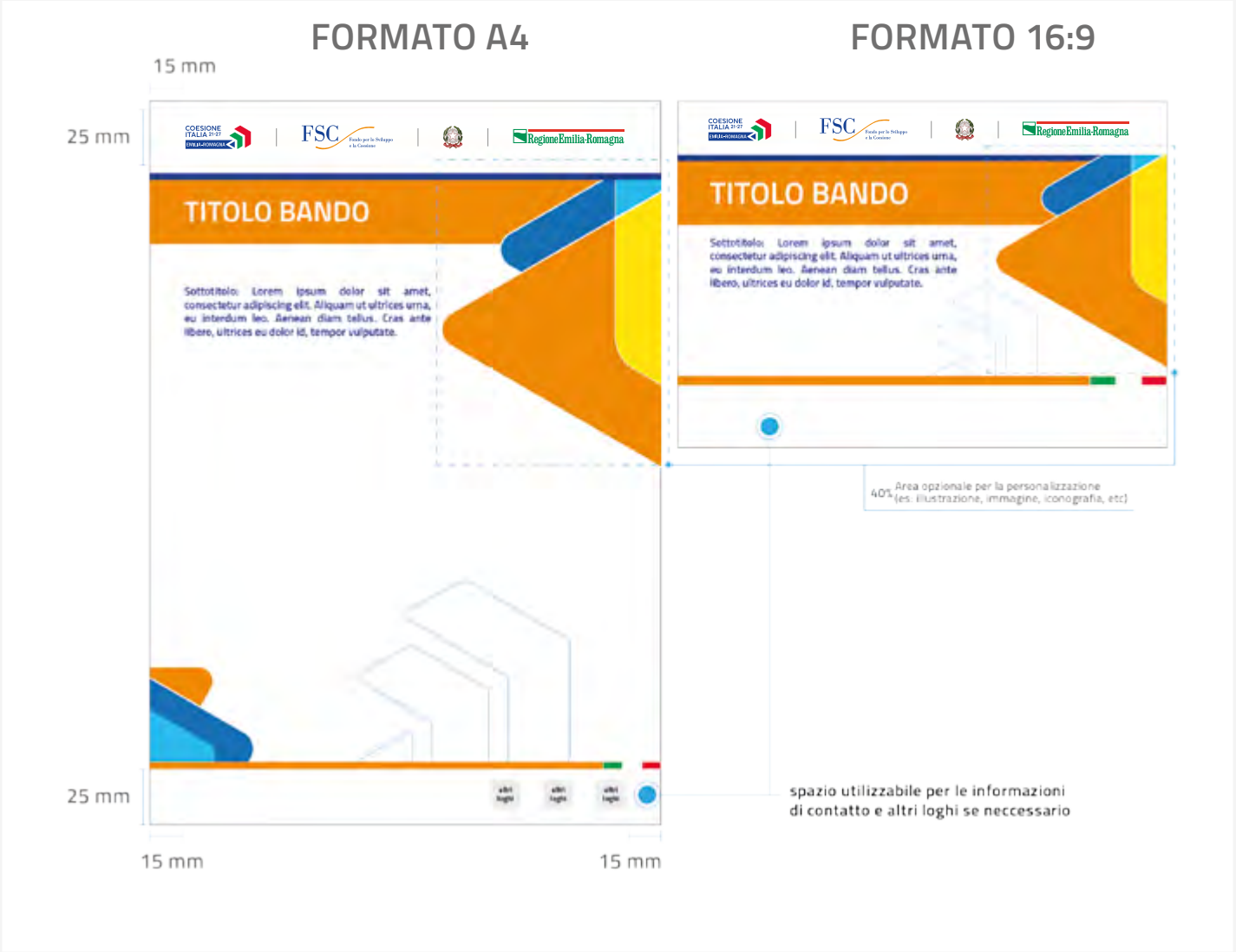
L'applicazione del brand unitario su carta intestata, note o comunicazioni istituzionali, è prevista di norma nello spazio inferiore del foglio, salvaguardando l'area superiore solitamente dedicata alla carta istituzionale dell'Amministrazione.

Nell'area inferiore del foglio si appone l'intero blocco istituzionale, privo del solo logo dell'Amministrazione titolare di assegnazioni di risorse nazionali della coesione 2021-2027, al fine di non generare ridondanze e mantenere piena evidenza dell'identità visiva istituzionale della fonte.

È possibile, per l'Amministrazione titolare di assegnazioni di risorse nazionali della coesione 2021-2027, prevedere la realizzazione di ulteriori format di carta intestata relativa a linee editoriali di comunicazione "premium" (es. programmi di eventi, ordini del giorno, attestati etc).

BANDI E AVVISI

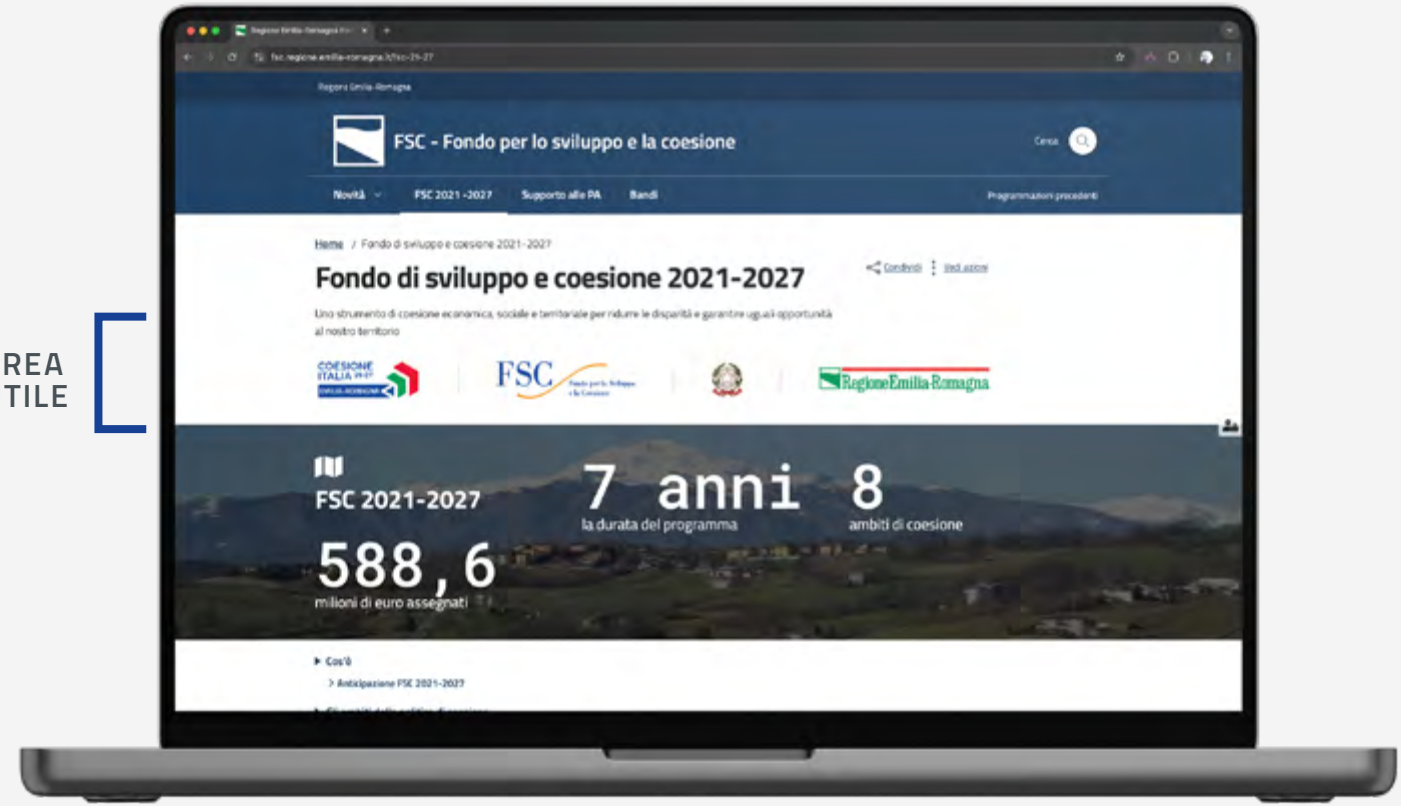
Per la pubblicazione di avvisi e bandi sarebbe opportuno prevedere sempre l'utilizzo di un format *ad hoc* che renda facilmente riconoscibile l'appartenenza dello strumento "avviso/bando" all'area concettuale della politica di coesione. Il format, la cui **esemplificazione** personalizzabile nell'area evidenziata è riportata di fianco, prevede l'apposizione del blocco istituzionale completo, comprensivo dell'eventuale logo dell'Amministrazione titolare di assegnazioni di risorse nazionali della coesione 2021-2027, nell'area superiore del foglio di copertina, seguita da una banda di colore arancione o del colore istituzionale dell'Amministrazione di riferimento all'interno della quale è riportato il titolo dell'Avviso/Bando e una eventuale sintesi in tre righe del suo oggetto. Inoltre, il vertice in alto a destra della banda arancione può essere caratterizzato da ciascuna Amministrazione per una superficie massima del 25% dell'intera larghezza. L'area inferiore è invece destinata all'apposizione di loghi aggiuntivi per eventuali soggetti partner e delle informazioni di contatto.



L'eliminazione del logo FSC nel blocco istituzionale consente di utilizzare il medesimo format per operazioni finanziate dal solo Fondo di Rotazione

SITO/PAGINA WEB DEDICATA

Posizionare il blocco istituzionale ed eventuale logo regionale in modo da avere MASSIMA VISIBILITÀ AD APERTURA della pagina o sito web dedicato



Nella realizzazione dei siti e delle pagine web dedicati agli Accordi per la Coesione o ad altre assegnazioni di risorse nazionali per la coesione 2021-2027, il blocco istituzionale dovrebbe essere sempre riportato in posizione di apertura in alto (*header*).

L'apposizione del brand unitario segue due regole principali:

- nel caso di siti web dedicati, il blocco istituzionale apre sempre la Home page secondo la sequenza riportata a pagina 38
- nel caso di pagine dedicate all'interno di layout di siti web istituzionali, il blocco istituzionale è sempre posizionato in alto, a seguire la barra del menù orizzontale, nella sua formazione priva del logo dell'Amministrazione titolare.

POSTER A3 E/O DISPLAY ELETTRONICI

Quando un progetto è ammesso al finanziamento ogni beneficiario dovrebbe realizzare azioni di comunicazione e informazione finalizzate a rendere visibile il sostegno delle risorse nazionali della coesione.

Tale evidenza deve essere chiara e visibile su tutti gli strumenti (editoriali, multimediali e digitali) utilizzati.

I beneficiari possono, ad esempio, esporre, in un luogo facilmente visibile al pubblico, almeno un **poster di misura non inferiore al formato A3 o un display elettronico equivalente** recante informazioni sull'operazione che evidenzino il sostegno ricevuto dai fondi.

CARATTERISTICHE TECNICHE

- formato minimo A3;
- esposizione in luogo facilmente visibile al pubblico;
- contenere informazioni sul progetto;
- riportare il blocco istituzionale e l'eventuale logo dell'ente attuatore;
- font consigliato Titillium o in alternativa un altro font con buona leggibilità.

L'eliminazione del logo FSC nel blocco istituzionale consente di utilizzare il medesimo format per operazioni finanziate dal solo Fondo di Rotazione

POSTER A3 E/O DISPLAY ELETTRONICI COSTRUZIONE

1. Spazio dedicato all'eventuale personalizzazione
2. Breve testo ralativo al nome del progetto, laddove il titolo sia privo di una propria capacità comunicativa deve essere riadattato
3. Frase di evidenza del finanziamento della coesione in cui l'incipit può essere personalizzato sullo stile dei seguenti esempi:
   > Questo intervento è realizzato...
   > Questo spazio è riqualificato...
   > Questo edificio è ristrutturato...
   > Questo corso è realizzato...
4. Eventuale CUP codice alfanumerico relativo al progetto in questione (16 cifre)
5. Eventuale Qr code della pagina o del sito dedicato al progetto, eventuale inserimento dell'url in maniera tesuale e riferimento al fondo

L'eliminazione del logo FSC nel blocco istituzionale consente di utilizzare il medesimo format per operazioni finanziate dal solo Fondo di Rotazione

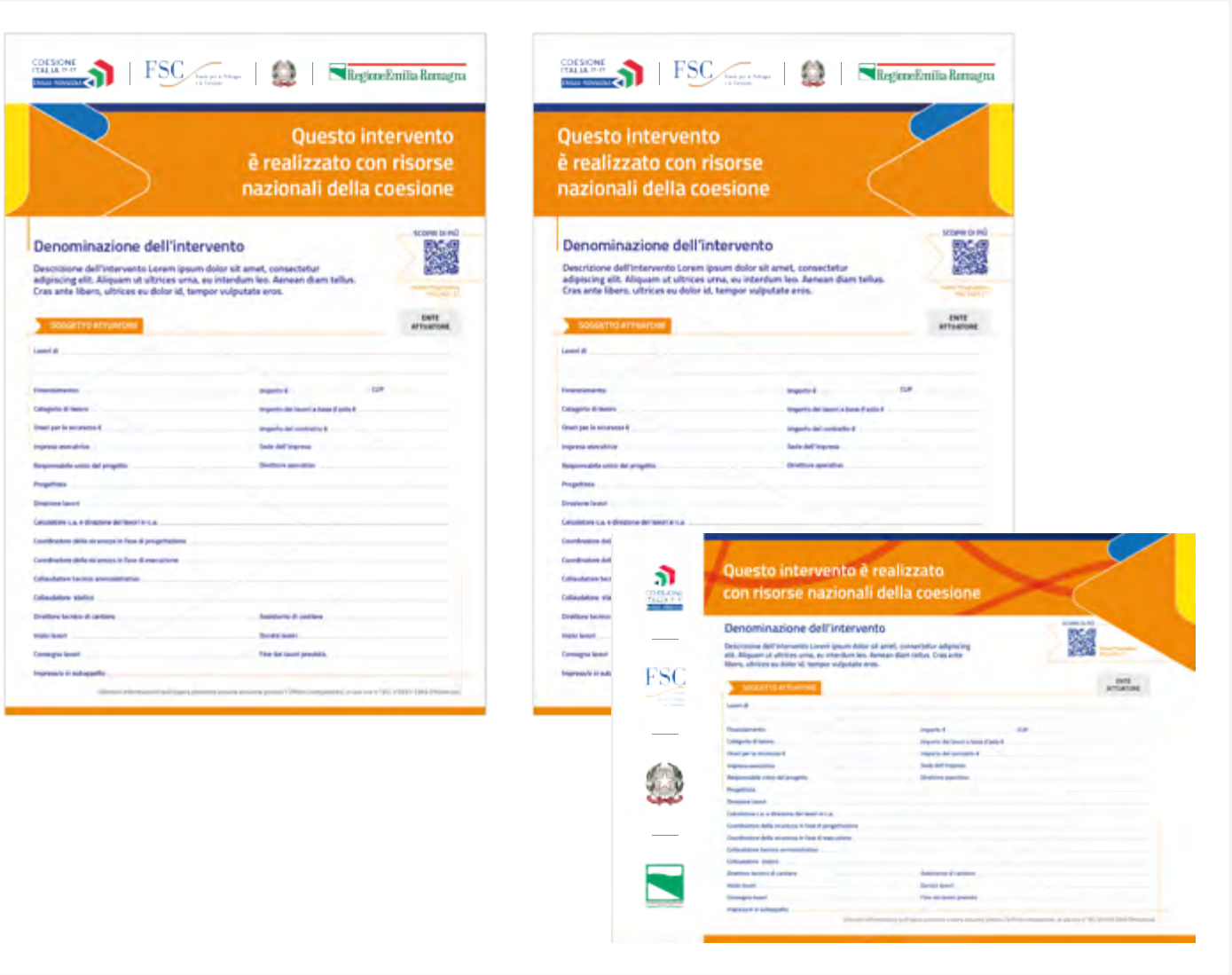
CARTELLONISTICA DI CANTIERE

Il cartellone temporaneo è obbligatorio per tutte le operazioni che consistono nel finanziamento di infrastrutture o operazioni di costruzione.

Il cartellone temporaneo (così come la targa permanente di cui a pagina IT 46) deve essere realizzato conformemente a quanto previsto dalle normative vigenti.

L'affissione della cartellonistica di cantiere è obbligatoria sia secondo il DPR n. 380 del 2001, sia secondo il D.L. n. 81 del 2008 (Testo Unico Sicurezza sul Lavoro).

Si tratta del primo aspetto che si controlla durante le verifiche di regolarità dell'attività del cantiere. Il cartello non solo dovrà essere esposto in maniera ben visibile, ma dovrà contenere tutte le informazioni necessarie a motivare l'operatività dei lavori.



L'eliminazione del logo FSC nel blocco istituzionale consente di utilizzare il medesimo format per operazioni finanziate dal solo Fondo di Rotazione

CARTELLONISTICA DI CANTIERE COSTRUZIONE

spazio dedicato per il blocco istituzionale dell'Amministrazione titolare del programma

La sua presenza è mirata a descrivere il tipo di lavori che si stanno eseguendo, chi li ha commissionati, chi li esegue, e secondo quale autorizzazione si sta procedendo. Insomma, ha la funzione di dare una panoramica completa sull'opera da realizzare.

1. Spazio dedicato all'eventuale personalizzazione.
2. Breve testo ralativo al nome del progetto, laddove il titolo sia privo di una propria capacità comunicativa deve essere riadattato
3. Frase di evidenza del finanziamento della coesione in cui l'incipit può essere personalizzato sullo stile dei seguenti esempi:
   > Questo intervento è realizzato...
   > Questo spazio è riqualificato...
   > Questo edificio è ristrutturato...
   > Questo corso è realizzato...
4. Eventuale Qr code della pagina o del sito dedicato al progetto, eventuale inserimento dell'url in maniera tesuale e riferimento al fondo.
5. Scheda tecnica di Cantiere

L'eliminazione del logo FSC nel blocco istituzionale consente di utilizzare il medesimo format per operazioni finanziate dal solo Fondo di Rotazione

TARGA PERMANENTE

DIMENSIONI E REGOLE DI ESPOSIZIONE

La targa dovrebbe essere commisurata all'importanza dell'opera e al contesto di esposizione, prestando particolare attenzione all'esposizione in un luogo facilmente visibile al pubblico.

La targa, di dimensioni minime pari a 21x28 cm deve essere sempre conforme al format riportato di fianco.

MODALITÀ DI RIPRODUZIONE

La targa dovrebbe essere realizzata e stampata con tecniche e materiali adatti all'esposizione esterna e alla massima durabilità temporale per impedirne la facile deperibilità.

L'eliminazione del logo FSC nel blocco istituzionale consente di utilizzare il medesimo format per operazioni finanziate dal solo Fondo di Rotazione

TARGA PERMANENTE ALTERNATIVA

L'eliminazione del logo FSC nel blocco istituzionale consente di utilizzare il medesimo format per operazioni finanziate dal solo Fondo di Rotazione

CARATTERISTICHE TECNICHE

Nella realizzazione della targa dovrebbe essere utilizzato il font Titillium.

Lo spazio dovrebbe essere ripartito in tre aree principali:

- area del blocco istituzionale. La barra completa dei loghi dovrebbe essere apposta sempre nella parte superiore, così come rappresentato nell'esempio di fianco, per posizione, dimensione e percentuale di ingombro.
- area del messaggio al pubblico. La banda blu è destinata alla riproduzione del titolo del progetto o di un messaggio di sintesi semplice e in grado di essere compreso facilmente dal cittadino.

  Il testo va riportato su sfondo blu (pantone Reflex Blu C, C:100 - M:80 - Y:0 - K:0) con scritta in bianco.

  La formattazione e l'area dedicata a questa parte devono occupare almeno il 30% dell'altezza totale della targa.
- area di servizio. Nella parte inferiore sono riportate tutte le principali informazioni tecniche del progetto come ad esempio la dicitura dell'Accordo per la Coesione di afferenza ("Accordo per la Coesione della Regione..") il "CUP", "il costo complessivo del progetto".

MULTIMEDIA, WEB, EDITORIA, ETICHETTE

In linea con quanto previsto con il presente manuale, per i prodotti editoriali, digitali e multimediali sarebbe opportuno prevedere l'apposizione del blocco istituzionale completo e dell'eventuale logo dell'Ente attuatore. Tale applicazione è prevista nell'ambito dei prodotti digitali e web (es. piattaforme e portali di servizio telematici), nei prodotti editoriali (pubblicazioni, atti di convegni etc) e nei prodotti video e multimediali (titoli di testa o titoli di coda).

Nel caso di prodotti radiofonici l'apposizione dei loghi è sostituita dalla sola dichiarazione.

Nel caso, infine, di prodotti e oggetti di piccole dimensioni (ex. componenti hardware etc) a cui sia necessario o opportuno applicare etichette inventario riportanti le corrette attribuzioni del finanziamento ricevuto per il loro acquisto, è possibile fare riferimento all'esempio riportato di fianco.

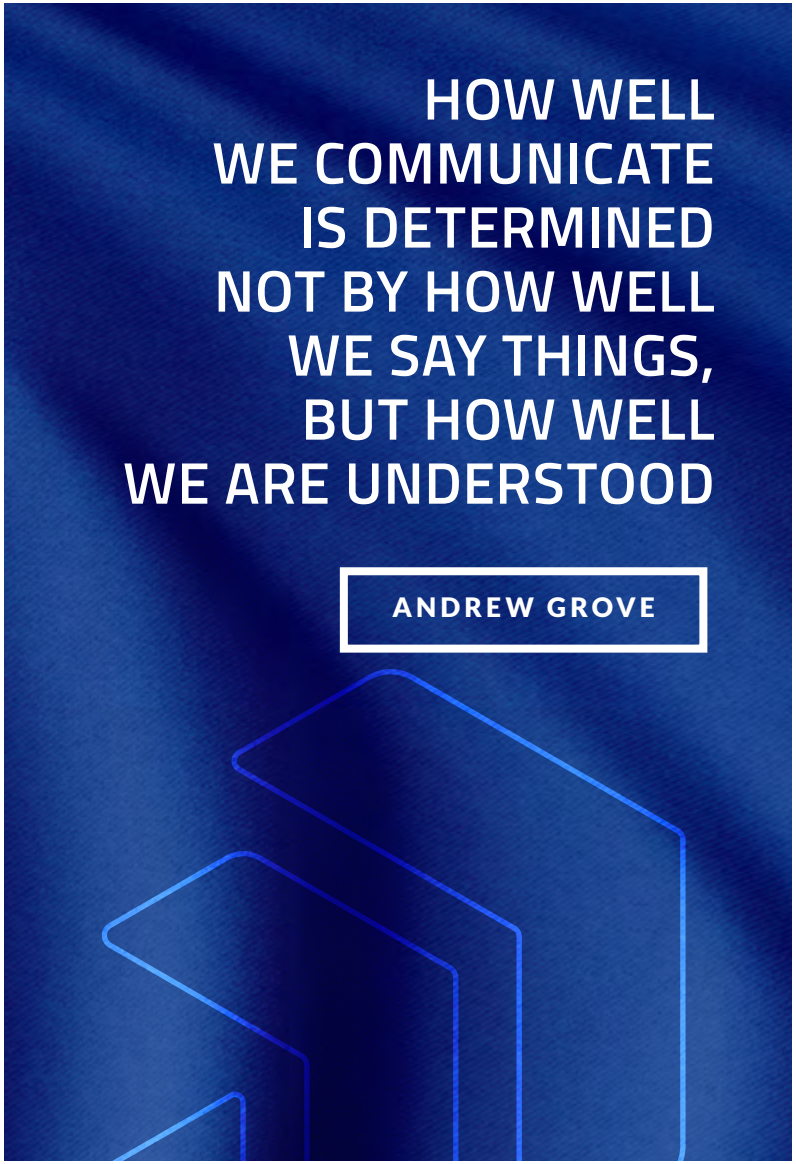
per oggetti di piccole dimensioni

versione alternativa per dimensioni

Etichette inventario

L'eliminazione del logo FSC nel blocco istituzionale consente di utilizzare il medesimo format per operazioni finanziate dal solo Fondo di Rotazione

AREA DOWNLOAD



Il presente brand book rientra nell'ambito delle attività di coordinamento della comunicazione della politica di coesione 2021-2027 realizzate dalla Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per le politiche di coesione e per il sud, Nucleo per le politiche di coesione (NUPC).

Il manuale costituisce la base conoscitiva e il compendio delle regole applicative per la diffusione e la socializzazione del *brand* unitario "Coesione Italia", che accompagnano il rilascio delle versioni di base e le declinazioni del marchio elaborate per tutti i Programmi europei e per le Amministrazioni titolari di assegnazioni di risorse nazionali della coesione 2021-2027.

QUADRO SINOTTICO

COMPOSIZIONE LOGHI E FONTI DI FINANZIAMENTO

Per facilitare l'interpretazione univoca dello schema compositivo dei loghi da utilizzare in caso di diverse fonti di finanziamento, si riporta di seguito una tavola sinottica di riferimento, con la sequenza dei loghi relativi alle seguenti tipologie di operazioni:

- Co-finanziate dalla UE e dallo Stato Membro
- Co-finanziate dalla UE e dallo Stato Membro tramite risorse FSC
- Finanziate con sole risorse FSC
- Finanziate con sole risorse del Fondo di Rotazione ex lege 183/1987 e ss.mm.ii.
- Co-finanziate da più Programmi
- Co-finanziate anche con il PNRR

OPERAZIONI

Co-finanziate dalla UE e dallo Stato Membro con qualsiasi fondo, tranne risorse FSC	COESIONE ITALIA 21-27 NOME PR/PN | Cofinanziato dall'Unione europea | LOGO MINISTERO O AdG
Co-finanziate dalla UE e dallo Stato Membro tramite risorse FSC	COESIONE ITALIA 21-27 NOME PR/PN | Cofinanziato dall'Unione europea | FSC Fondo per lo Sviluppo e la Coesione | LOGO MINISTERO O AdG
Finanziate con sole risorse FSC	COESIONE ITALIA 21-27 NOME PR/PN | FSC Fondo per lo Sviluppo e la Coesione | LOGO MINISTERO O AdG
Finanziate con sole risorse del Fondo di Rotazione ex lege 183/1987 e ss.mm.ii.	COESIONE ITALIA 21-27 NOME PR/PN | LOGO MINISTERO O AdG
Co-finanziate da più programmi, è prevista l'apposizione dei loghi di entrambi i programmi che operano in partnership seguendo l'ordine sequenziale dei loghi in base alla maggiore quota di finanziamento allocata sull'operazione.	*Esempio:* *Nel caso di una operazione finanziata per N euro dal PR X e per N-1 euro dal PN Y, la sequenza dei loghi, in caso di solo co-finanziamento UE e dello Stato Membro con risorse diverse da FSC, risulterà la seguente:* COESIONE ITALIA 21-27 NOME PR X | COESIONE ITALIA 21-27 NOME PN Y | Cofinanziato dall'Unione europea | LOGO MINISTERO O AdG PR X | LOGO MINISTERO O AdG PN Y *Restano valide le altre regole relative alla casistica sopra riportata e relativa alla presenza o meno di co-finanziamenti FSC, Fondo di Rotazione etc.*

OPERAZIONI

Co-finanziate anche con il PNRR

(nei casi in cui siano presenti risorse provenienti dai fondi strutturali europei, dai fondi PNRR e da cofinanziamenti di altre fonti nazionali, compreso il fondo di Rotazione e ad eccezione delle risorse FSC)

COESIONE ITALIA 21-27 NOME PR/PN | Cofinanziato dall'Unione europea | LOGO MINISTERO O AdG

Finanziato dall'Unione europea NextGenerationEU

A questo blocco loghi istituzionale deve essere aggiunto il logo **UE NextGenerationEU** a seguire oppure preferibilmente in un'altra area del foglio

(nei casi in cui siano presenti risorse provenienti dai fondi strutturali europei, dai fondi PNRR e da cofinanziamenti di altre fonti nazionali, compreso il fondo di Rotazione e di risorse FSC)

COESIONE ITALIA 21-27 NOME PR/PN | Cofinanziato dall'Unione europea | FSC Fondo per lo Sviluppo e la Coesione | LOGO MINISTERO O AdG

Finanziato dall'Unione europea NextGenerationEU

A questo blocco loghi istituzionale deve essere aggiunto l'emblema **UE NextGenerationEU** a seguire oppure preferibilmente in un'altra area del foglio

(nei casi in cui siano presenti risorse nazionali, compreso il fondo di Rotazione, risorse FSC e risorse PNRR, ma non sia presenti risorse provenienti dai fondi strutturali europei)

COESIONE ITALIA 21-27 NOME PR/PN | Finanziato dall'Unione europea NextGenerationEU | FSC Fondo per lo Sviluppo e la Coesione | LOGO MINISTERO O AdG

(nei casi in cui siano presenti solo risorse nazionali, compreso il fondo di Rotazione, e risorse del PNRR)

COESIONE ITALIA 21-27 NOME PR/PN | Finanziato dall'Unione europea NextGenerationEU | LOGO MINISTERO O AdG

FSC
Fondo
per lo Sviluppo
e la Coesione

COESIONE ITALIA 21-27

BRAND BOOK

Linee guida 2.0