Cofinanziato dall'Unione europea

COESIONE ITALIA 21-27

BRAND BOOK

Linee guida 1.0

Luglio 2022

INDICE

01

BRAND

CORPORATE BRAND BOOK

UN BRAND È
UNA STORIA COMUNE

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 per avvicinare sempre più l'Unione europea ai suoi cittadini. La condivisione di valori e visioni si costruisce anzitutto sulla capacità di rendere le persone consapevoli delle sfide, dei risultati e degli impatti che le politiche dell'Unione europea 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 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 dell'Unione.

Per il periodo di programmazione 2021-2027, in particolare, il Regolamento (UE) n. 1060 del 2021 - Disposizioni comuni ai fondi (in particolare art. 46, 47, 48, 49 e 50) incoraggia la costruzione di un percorso di riconoscibilità armonica e unitaria degli investimenti europei, anche per generare migliori impatti sulla visibilità dei risultati che quotidianamente entrano nella vita delle comunità e dei cittadini europei.

Per affiancare i territori nel cogliere questa sfida anche a livello nazionale, il Dipartimento per le Politiche di coesione della Presidenza del Consiglio dei Ministri ha confermato anche per il periodo 2021-2027 il portale OpenCoesione quale portale nazionale per la comunicazione e la pubblicazione dei dati relativi ai programmi cofinanziati, e ha definito per la prima volta un brand comune per identificare gli investimenti – cofinanziati sia con risorse europee che nazionali – volti a ridurre le disparità territoriali.

Nasce così il brand "Coesione Italia", lo strumento unitario per la comunicazione dei Programmi regionali e nazionali italiani sostenuti da risorse per la coesione.

Il nuovo brand unitario, le cui caratteristiche di semplicità, armonicità e modularità consentono una agile applicazione a tutti gli strumenti e per tutti i diversi attori e stakeholder coinvolti, 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 fornisce le indicazioni di utilizzo della nuova 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.

Il manuale è rilasciato in una prima versione (1.0) riferita ai programmi cofinanziati dall'Unione europea e soggetta a successive integrazioni e aggiornamenti.

01

BRAND

CORPORATE BRAND BOOK

"**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) 1060/2022, in collaborazione con le reti nazionali dei comunicatori, il marchio costituisce, unitamente al logo dell'Unione europea e dello Stato Membro, 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 il Fondo nazionale di Sviluppo e Coesione (FSC).

Gli elementi caratterizzanti e l'utilizzo del brand unitario sono normati dal presente manuale **(Corporate Brand Book)** che costituisce lo strumento di riferimento per la comunicazione centralizzata (Dipartimento per le Politiche di coesione, Ministero per il Sud e la Coesione territoriale, Agenzia per la coesione territoriale).

Il Corporate Brand Book, inoltre, costituisce la base generale di riferimento per i manuali specifici **(Programme Brand Book)** destinati ai singoli Programmi nazionali e regionali, per i quali sono rese disponibili anche le relative declinazioni riportanti le denominazioni individuate per i Programmi, senza alcuna distinzione per fondo/i di finanziamento.

COESIONE
ITALIA 21-27

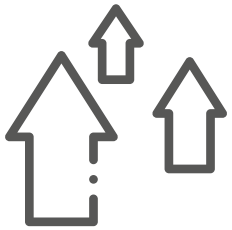
VALORI

Il brand "Coesione Italia" nasce per identificare i progetti cofinanziati con risorse dell'Unione europea e fondi nazionali e 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.

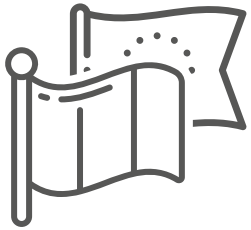
L'applicazione di un logo unico presente nei materiali di comunicazione ha l'obiettivo di rendere riconoscibile la dimensione corale dei numerosi progetti che, pur nella loro molteplicità e pluralità, si orientano in una direzione comune, a beneficio dell'intero territorio nazionale.

PROGETTUALITÀ FINALIZZATA

LIVELLO DI ATTENZIONE



CRESCITA DINAMICITÀ



INTERO TERRITORIO

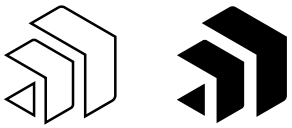
In una prospettiva collettiva, sia i progetti che richiedono grandi investimenti, sia quelli di entità minore, sono orientati alla crescita.
I valori comuni sottesi nel ciclo di programmazione sono resi visibili dagli elementi grafici che si compongono di linee nette e regolari e dai dettagli scelti 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 "21-27" 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 ad elevato indice di diffusione e scambio digitale aperto (esempio file .docx o similari) è possibile utilizzare come carattere sostitutivo il più comune font ARIAL.

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
1234567890!?@&%©™®

FONT SECONDARIO

Arial

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
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 (non superiore alla larghezza della lettera "I" della parola "Coesione") 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 al negativo.

VERSIONI QUADRATE 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.

VERSIONI QUADRATE 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.

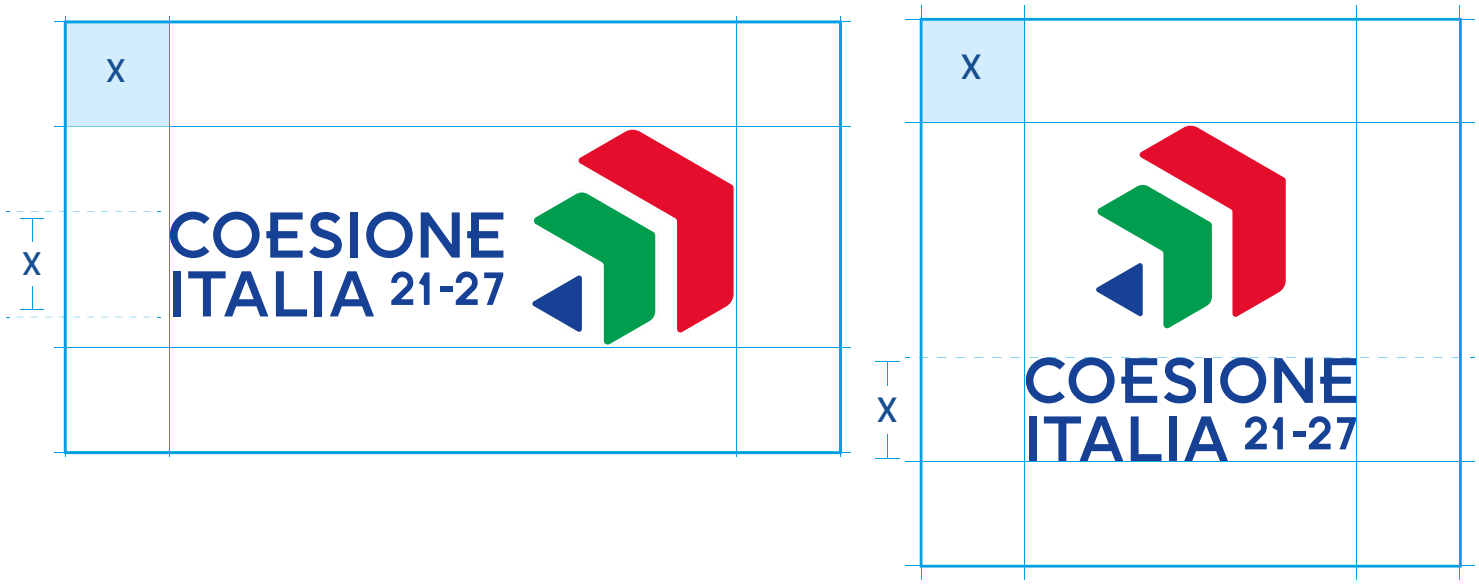
Per assicurare la massima leggibilità, è stabilito un limite di riduzione che prevede la non riproducibilità per altezze inferiori ai 10 mm per la versione quadrata.

Qualora sia necessario riprodurre il marchio con altezze inferiori a tale dimensione, si deve utilizzare esclusivamente la **versione lineare.**

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 UNIONE EUROPEA

LLarea di rispetto costituisce la porzione minima di spazio libero anche per l'affiancamento di altri loghi, a partire dall'**emblema dell'Unione europea** che costituisce sempre il marchio successivo (vedi pagine 19-21).

ERRORI DA EVITARE

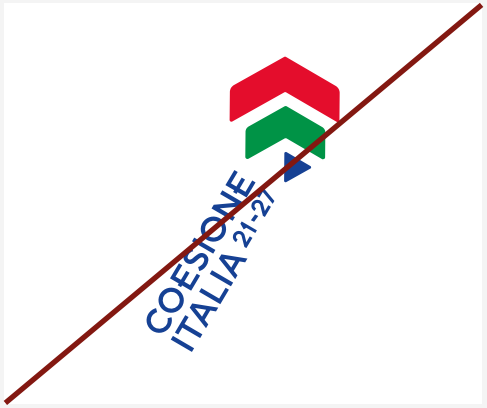
Tutti gli elementi del marchio sono **fissi** e **immodificabili.**

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

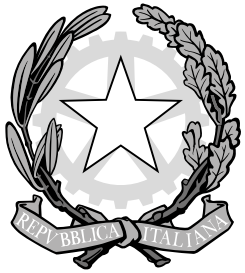
Non alterare le proporzioni tra pittogramma e naming

Non distorcere il logo

Non eliminare elementi del logo

LOGHI OBBLIGATORI DI ACCOMPAGNAMENTO

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 e i messaggi di informazione, comunicazione e attuazione progettuale.

http://ec.europa.eu/regional_policy/it/ information/logos/

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

COMPOSIZIONE DEL BLOCCO ISTITUZIONALE

Il blocco istituzionale è sempre composto dal brand unitario, seguito dall'emblema dell'Unione europea e da quello della Repubblica Italiana. In ogni caso, come da indicazioni regolamentari, l'emblema Ue non può essere di dimensioni minori a quelle degli altri loghi.

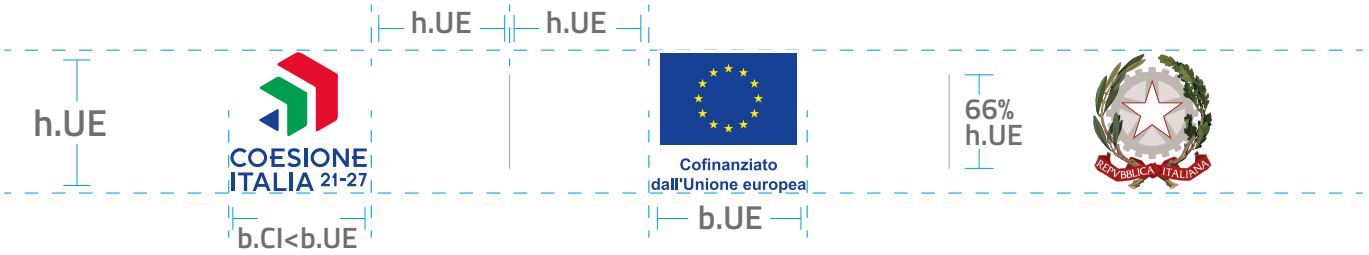
I marchi riportati all'interno del blocco istituzionale sono sempre separati da una linea verticale di colore grigio, che ne ordina il flusso compositivo. La distanza consigliata tra gli estremi di ciascun marchio e la linea verticale di separazione è sempre pari all'altezza dell'emblema Ue.

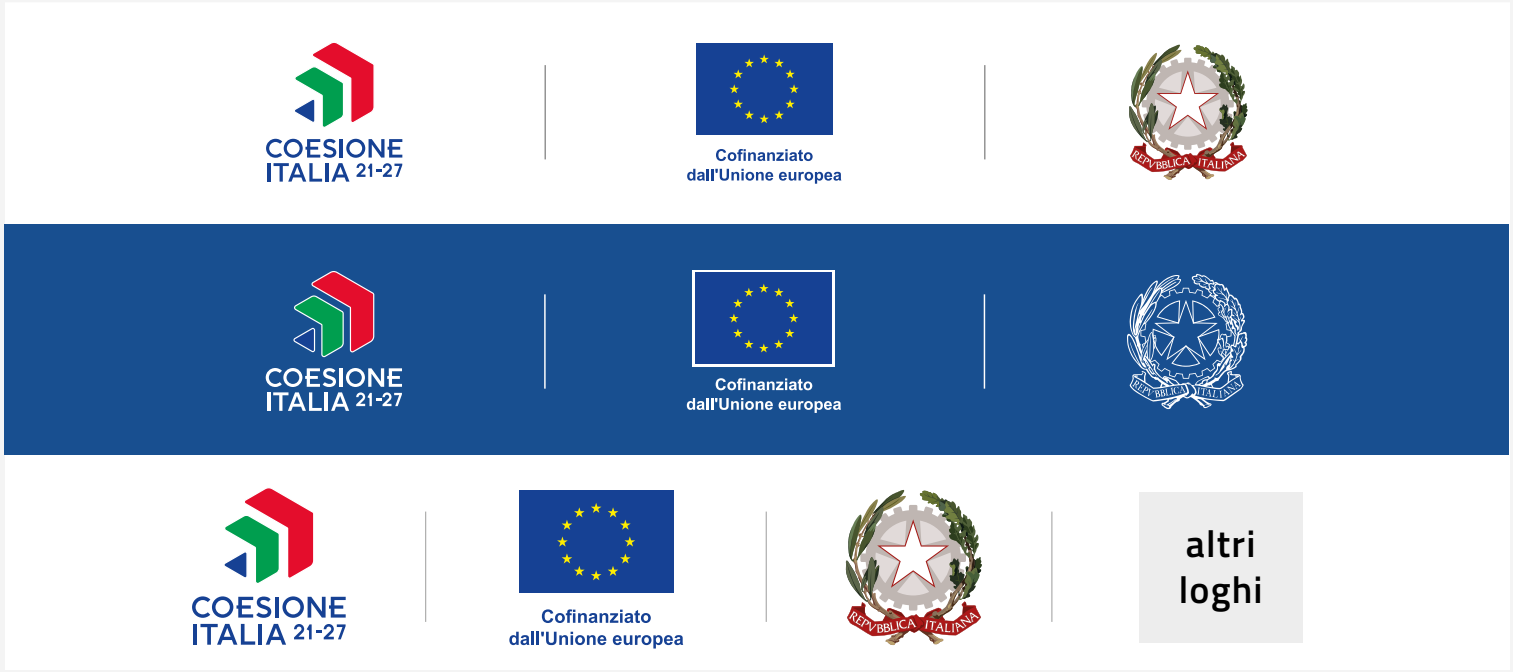
Nei casi di Amministrazioni centrali dello Stato che contengano già nel proprio logo l'emblema della Repubblica Italiana, è opportuno evitare duplicazioni, utilizzando quindi il solo logo dell'Amministrazione.

COSTRUZIONE E DISTANZE DA RISPETTARE

COMPOSIZIONE DEL BLOCCO ISTITUZIONALE

COSTRUZIONE E DISTANZE DA RISPETTARE





Le regole compositive del blocco istituzionale restano valide anche per l'utilizzo della versione quadrata del marchio e nella disposizione in verticale dei loghi. In entrambi i casi si consiglia comunque di utilizzare, per armonia visiva, la versione quadrata dell'emblema dell'Unione europea.

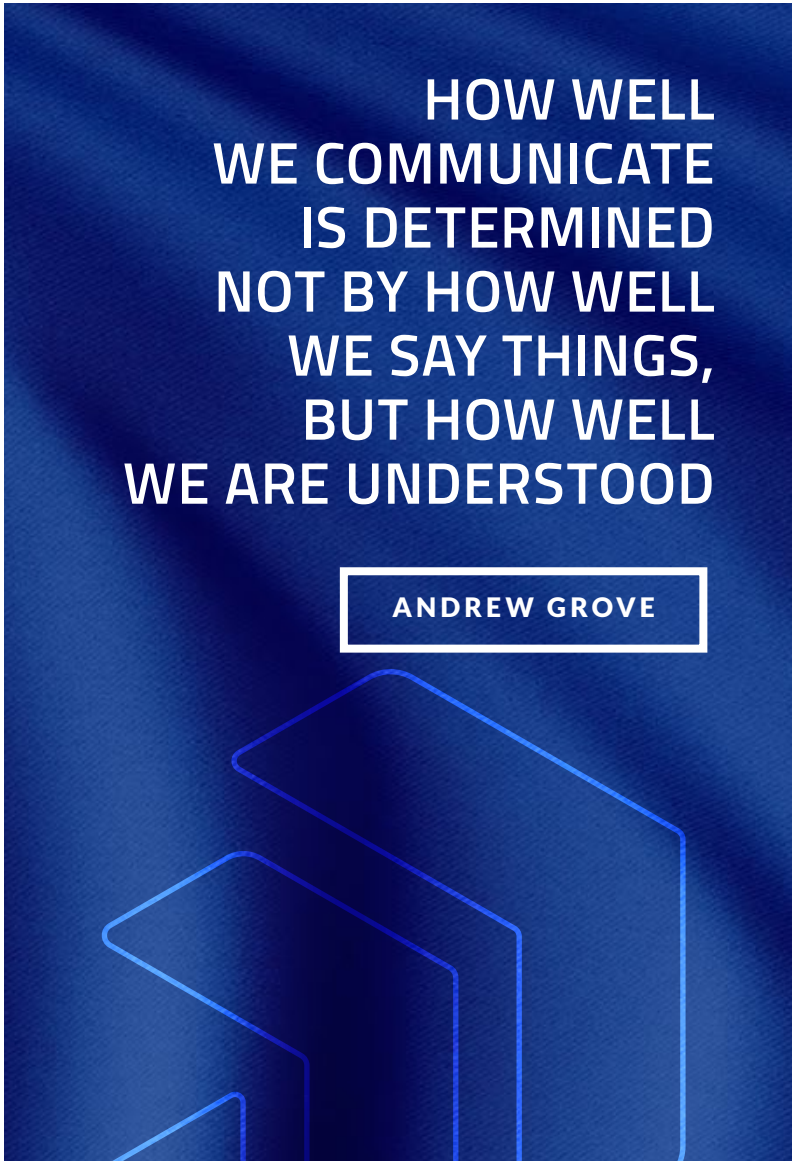
Nella versione verticale, le linee di separazione sono disposte orizzontalmente.

RIEPILOGO PROGRAMMI

RIEPILOGO PROGRAMMI

MATRICE DEI LOGHI RILASCIATI

colori				Scala Grigi
negativo				Scala Grigi negativo
outlineW				outlineB
white				black



INFORMAZIONI UTILI

Il presente brand book rientra nell'ambito delle attività di coordinamento previste dall'articolo 48 del Regolamento (UE) 1060/2021 ed è stato realizzato e rilasciato in una prima versione di base dall'**Unità per il coordinamento della comunicazione per le Politiche di coesione 2021-2027 della Presidenza del Consiglio dei Ministri – Dipartimento per le Politiche di coesione**, che opera presso il Nucleo di valutazione e analisi per la programmazione (NUVAP) nell'ambito dell'iniziativa nazionale di trasparenza di OpenCoesione, come è indicato nell'Accordo di Partenariato 2021-2027.

Il manuale costituisce la base conoscitiva e il compendio delle prime regole applicative minime 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 nazionali e regionali della Politica di coesione.

A seguire, saranno rilasciate ulteriori versioni aggiornate del manuale che contempleranno una maggiore estensione di applicabilità in termini di azioni e strumenti di comunicazione, oltre che di declinazioni per le attività, i piani e i programmi finanziati con i fondi della coesione nazionale.

Cofinanziato
dall'Unione europea

COESIONE ITALIA 21-27

BRAND BOOK

Linee guida 1.0