



Regione Calabria
ARPACAL
Agenzia Regionale per la Protezione dell'Ambiente della Calabria



MANUALE DI COMUNICAZIONE ISTITUZIONALE
Elementi di base del Marchio-Logo istituzionale
dell'ARPACAL
(Agenzia Regionale per la Protezione dell'Ambiente della Calabria)
Edizione 2012

Approvato con Determina D.G. n° 1085 del 05/12/12

A cura del Servizio URE – URP – Marketing:

Dott. Fabio Scavo
Responsabile Ufficio Stampa e Comunicazione Arpacal

Dott. Marco Cosentini

Dr.ssa Claudia Morabito

Catanzaro, 5 dicembre 2012

Indice

Il logo	p. 3
Analisi del logo	p. 3
Dimensioni del logo	p. 4
Font del logo	p. 4
Costruzione del logo	p. 5
Zona di rispetto	p. 6
Da non fare	p. 6
Articolazione sul territorio dell'Arpacal – uso del logo	p. 6
Colori sociali	p. 7
Sintesi dei colori da utilizzare per pubblicazioni a stampa e on-line del marchio-logo	p. 8
Caratteri sociali	p. 9

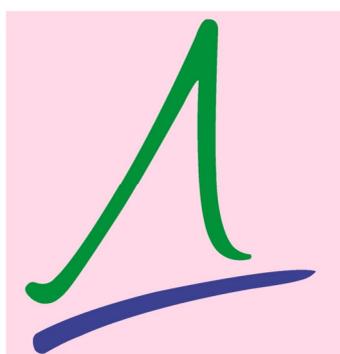
Il logo

Il presente documento ha la funzione di regolamentare l'uso del logo istituzionale dell'Arpacal al fine di farlo diventare un vero simbolo d'appartenenza, non semplicemente una firma, ma un'icona carica di contenuti di comunicazione.

Il logo dell'ARPACAL, già in uso dalla istituzione dell'ente ad oggi, ripercorre le linee della prima lettera dell'acronimo A.r.p.a.cal. (Agenzia regionale per la protezione dell'ambiente della Calabria), simboleggiando l'immagine della sovrapposizione della montagna e del mare, e rappresentando graficamente i tratti caratteristici dell'ambiente e del paesaggio calabrese, patrimonio naturalistico della Calabria nonché valore identitario dell'Arpacal, ente strumentale della Regione Calabria, che ha il compito principale di operare per la tutela, il controllo, il recupero dell'ambiente e per la prevenzione e promozione della salute collettiva. Rispetto alla versione codificata con Delibera D.G. 844 del 16/09/2008, su disposizione del Consiglio d'Amministrazione, viene inserito un nuovo tratto distintivo del logo istituzionale: lo sfondo.

Mentre il logo precedente, senza alcuno sfondo che ne fosse parte costitutiva, focalizzava infatti il suo tratto caratteristico sui "baffi" verdi e blu, evocativi di montagna e mare calabrese, nella edizione 2012, di cui al presente manuale di stile, acquista lo sfondo "rosa aurora" che, così come da indirizzi del CdA, deve rappresentare un "simbolo di un nuovo giorno e di una nuova prospettiva di crescita dell'Agenzia" (cit. seduta del CdA del 14/10/2011).

Lo sfondo rosa aurora, quindi, diventa elemento caratterizzante, e vincolante, del logo dell'Agenzia che, anche in questa edizione 2012, presenta due varianti: la versione con il testo e quella senza testo, quest'ultimo da utilizzare soprattutto per le stampe di piccolissimo formato.



Analisi del Logo

Il logo è composto da 3 elementi:
La stilizzazione del capolettera dell'acronimo Arpacal
La firma
Lo sfondo "rosa aurora"

Dimensioni del logo

Il Logo è costruito su una gabbia composta da 56 moduli che denomineremo X. L'altezza della Firma è pari a 1/8 dell'altezza complessiva del logo. Il carattere usato per la firma è il Times New Roman maiuscolo.

Si ribadisce la scelta di trasformare il tradizionale acronimo puntato in una unica parola – codificata nella precedente versione del manuale di stile così come approvato con Delibera D.G. 844 del 26/09/2008 – per continuare a consolidare l'usabilità del marchio e renderlo, quindi, sempre più riconoscibile.

Le dimensioni ottimali del logo sono determinate per ciascun supporto, a seconda del campo di applicazione, e sono definite caso per caso in base alla sua leggibilità, sempre mantenendo i rapporti di proporzione tra firma e stilizzazione del capolettera dell'acronimo Arpacal.

Sono ammesse eccezioni unicamente in casi particolari, se la dimensione del logo è talmente ridotta da comprometterne la leggibilità.

Di norma, la dimensione minima consentita del logo, al fine di garantire una adeguata leggibilità, è nel formato "con il testo" è di 1,81 cm di larghezza per 2,14 cm di altezza, mentre nel formato "senza il testo" è 0,99 cm di larghezza e 1,01 cm di altezza, come di seguito rappresentati.



Font del Logo

Il carattere sociale del Logo è il Times New Roman.

Times New Roman

AABCDEFGHI

JKLMNOPQR

STUVWXYZ

abcdefghijklm

nopqrstuvwxyz

1234567890%

(,.-:;!?){"'"}{.,}

[+ -= / @ £ \$ ^ & *]

ÁÂÃÄÅÃÄÊËÈËÏÎÏÑ

ÓÔÕÖ?ÚÛÜ?Ý?

áâãääääéêëèèëîïñ

óôöòò?úûü?ÿ?

Le dimensioni del corpo del carattere saranno sempre proporzionate agli altri elementi che compongono il Logo.

Costruzione del Logo

Per garantire la piena leggibilità del nome dell'ente, nel caso di spazi di pubblicazione particolarmente lunghi, sarà possibile disporre la firma su due righe. Il corpo del carattere usato per la denominazione per esteso dell'Agenzia, di norma, sarà di due punti inferiore rispetto all'acronimo stesso.

Es:

<p>ARPACAL Agenzia Regionale per la Protezione dell'Ambiente della Calabria</p>
--

Quando un evento è promosso da uno o più Dipartimenti provinciali, le diciture saranno incolonnate a seconda dell'ordine di importanza, aggiungendo la dicitura "Dipartimento provinciale di..." sotto la firma "ARPACAL Agenzia Regionale per la Protezione dell'Ambiente della Calabria". Il corpo del carattere usato per la denominazione per esteso del Dipartimento, di norma, sarà di due punti inferiore rispetto alla denominazione per esteso dell'Agenzia.

Es:

<p>ARPACAL Agenzia Regionale per la Protezione dell'Ambiente della Calabria Dipartimento provinciale di Catanzaro</p>
--

Tutti i documenti ordinari (es. carta intestata) dovranno riportare sia il logo dell'Arpacal e sia quello della Regione Calabria, rispettivamente: a sinistra il logo dell'Arpacal (1,96 mm. x 2,32 mm.) alla distanza di 10 mm. dal margine superiore e 20 mm. dal margine sinistro, mentre a destra il logo della Regione Calabria (1,96 mm. x 2,32 mm.) – nella versione su fondi chiari - alla distanza di 10 mm. dal margine superiore e 20 mm. dal margine destro.

Zona di rispetto

La zona di rispetto è lo spazio circostante il logo che esclude qualsiasi concorrenza visuale con altri elementi grafici situati nelle immediate vicinanze. Le dimensioni dell'unità di base della zona di rispetto sono determinate in funzione delle dimensioni della prima lettera del testo.

Da non fare

Il logo non può essere in alcun modo modificato.

- Non sono consentiti ridimensionamenti o distorsioni.
- Non sono ammessi altri caratteri.
- Non possono essere utilizzate versioni a colori diverse da quelle qui definite.
- La posizione degli elementi del logo non può essere modificata

Articolazione sul territorio dell'Arpacal – uso del Logo

I Dipartimenti provinciali, così come i Centri istituiti o istituendi, dovranno usare solo il logo istituzionale dell'Agenzia nella versione con la firma, unendo, sempre con il carattere sociale Times New Roman e rispettando il rapporto di proporzione, la propria denominazione sia in acronimo e sia in versione estesa dello stesso. Non è ammessa la realizzazione di loghi specifici che individuino strutture, dipartimenti o centri di eccellenza, in qualsiasi forma legati all'Arpacal.

E' cura della Direzione Generale, attraverso i servizi competenti, assegnare, con separata circolare sull'uso, tutta la modulistica (es. carta intestata dipartimentale, format di determine etc.) alle strutture centrali e periferiche dell'Agenzia con l'obbligo di seguirne puntualmente l'applicazione, pena l'annullamento del documento che non dovesse rispettare le direttive sul format grafico.

Colori sociali

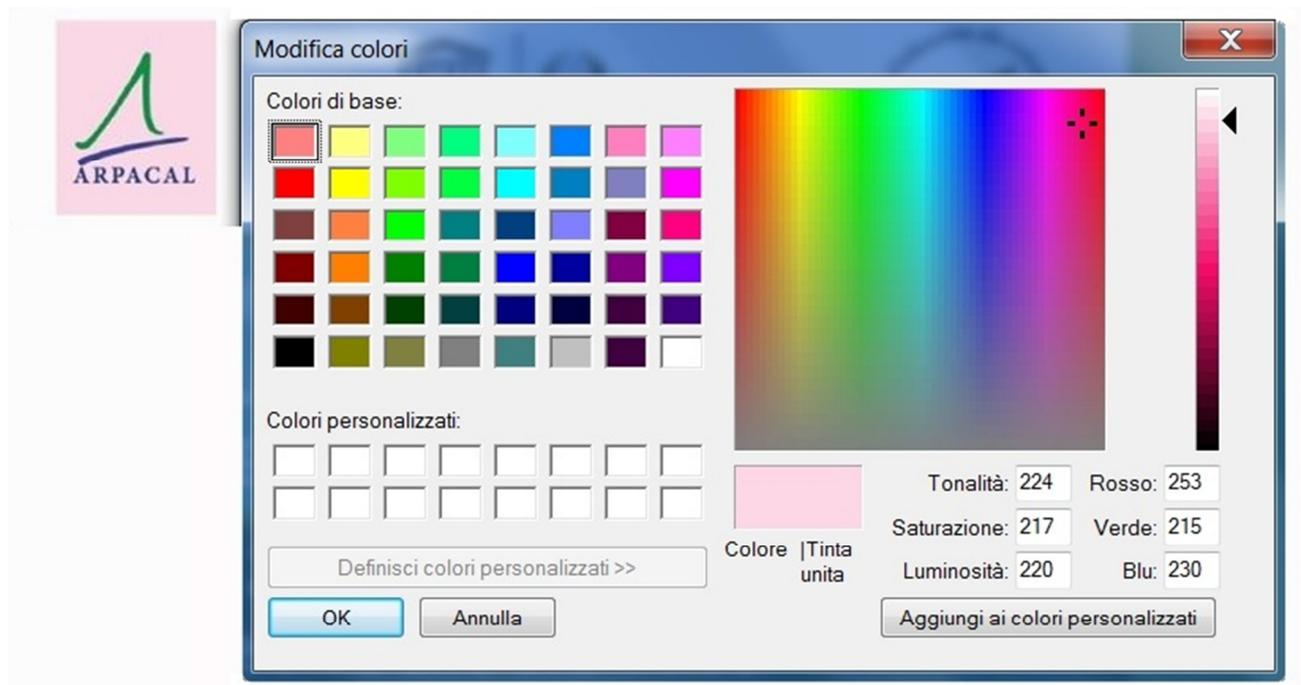
Il logo è composto complessivamente da tre colori: verde, blu e rosa aurora.

I colori del sistema CMYK (ciano, magenta, giallo e nero) forniscono la base tecnica per la moderna stampa in quadricromia. Il sistema di colori RGB è adatto agli strumenti digitali. Questo modello cromatico, basato sui tre colori primari rosso, verde e blu, viene utilizzato per rispondere alle esigenze della visualizzazione elettronica.

Il Logo su fondo colorato o fotografico va sempre utilizzato inserendolo nella sua configurazione ufficiale che prevede lo sfondo rosa aurora, i cui parametri di riferimento sono:

CMYK: 3 - 21 - 4 - 0

RGB: 253/215/230



Varianti cromatiche

Il logo a colori deve sempre essere utilizzato nelle pubblicazioni a colori e batte sempre su un'etichetta di colore rosa aurora.

Per la stampa non è previsto l'uso di colori speciali.

Nella tecnica serigrafica, invece, non è possibile utilizzare i colori base CMYK della stampa offset, ma solo i colori spot. I classici prodotti nel campo della serigrafia sono gli articoli omaggio (biro, berretti, ecc.) e i tessuti stampati.

Per quanto possibile, nelle comunicazioni deve essere utilizzato il logo colorato.

Versione in scala di grigi

Il logo in scala di grigi è utilizzato per i materiali stampati in bianco e nero. Le tonalità del grigio sono determinate dalla profondità del colore.

Prove di leggibilità

Gli elementi che compongono il Logo non possono essere reinterpretati in modo diverso da come suggerito in questo Manuale.

Sintesi dei colori da utilizzare per pubblicazioni a stampa e online del marchio-logo istituzionale:

Stampa professionale di materiali d'informazione e comunicazione:

CMYK (Euroscala)

Colore Verde C:73 M:0 Y:85 K:0

Colore Blu C:82 M:59 Y:1 K:0

Colore Rosa Aurora C:3 M:21 Y:4 K:0

Stampa di materiali d'informazione e comunicazione digitali e stampati in interno:

RGB (Rosso Verde Blu)

Colore Verde (Rosso 63 Verde 178 Blu 98 - Tonalità 92 Saturazione 115 Luminosità 114)

Colore Blu (Rosso 76 Verde 97 Blu 164 - Tonalità 150 Saturazione 88 Luminosità 113).

Colore Rosa Aurora (Rosso 253 Verde 215 Blu 230 - Tonalità 224 Saturazione 217 Luminosità 220)

I colori spot (**Pantone**) sono utilizzati unicamente nella tecnica serigrafica, che può essere applicata in particolare per gli articoli promozionali e la stampa su tessuti. Nell'esigenza, si farà riferimento alla tabella di conversione "Color Bridge" da CMYK a Pantone.

