



ARPAT

Agenzia regionale
per la protezione ambientale
della Toscana

MANUALE

IMMAGINE COORDINATA

ARPAT Manuale applicativo del Marchio



**INSIEME
PER UN FUTURO
SOSTENIBILE**

P 8

Presentazione

P 66

Segnaletica

P 17

Design del marchio ARPAT

Allegati

P 35

Ambiente logo

P 39

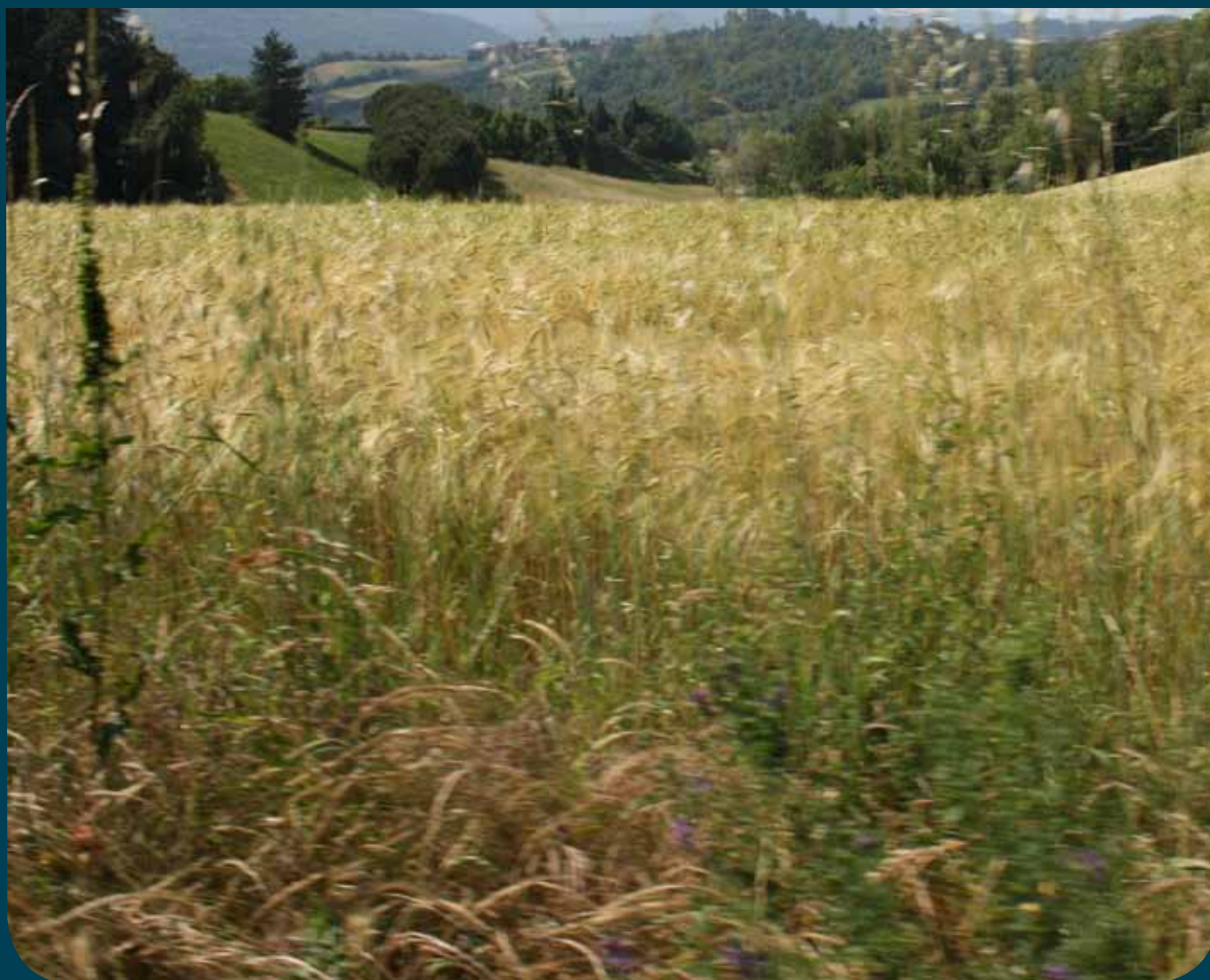
Applicazioni del marchio ARPAT

P 48

Promozione e Eventi

P 60

Applicazioni varie







Presentazione

1.1 L'immagine coordinata

1.1.1 Il manuale

1.1.2 Il restyle del logo

1.1.3 Progetto

1.1.4 Simbolo



1.1

L'immagine di una qualsiasi azienda, ente o attività commerciale che interagisce con un pubblico esterno consiste nelle diverse espressioni e/o manifestazioni esteriori che sono percepite, quando ogni elemento è coerente con l'altro si parla di immagine coordinata.

Più semplicemente è "l'abito" che indossa un'impresa pubblica o privata per farsi riconoscere da persone esterne ad essa.

Non è sufficiente costruire la propria immagine con la definizione di un solo elemento come il logo o logotipo, ma è necessario abbinare ad esso una serie di elementi che mostrino una coerenza e una riconoscibilità immediata. In questo modo ogni prodotto aziendale sarà direttamente ricondotto all'ente in questione.

La formazione dell'immagine dipende da molteplici fattori: la qualità dei servizi o il comportamento del personale coinvolto. Tale immagine può essere indirizzata e finalizzata verso obiettivi specifici, e può essere coordinata in funzione dei potenziali beneficiari.

L'immagine coordinata è l'identità inviolabile di un qualsiasi operato, di una qualsiasi attività, è la firma che determina la paternità di precisi prodotti e atteggiamenti, è la carta di identità di un'azienda.

Tutti i soggetti coinvolti operano esternamente all'azienda devono attenersi alle linee guida ed alle regole contenute nel manuale. Queste regole devono essere applicate e non interpretate: gli operatori avranno quindi una cornice prefissata all'interno della quale sarà possibile liberare la propria creatività.



1.1.1

L'immagine coordinata è rivolta a tutti i soggetti, sia interni che esterni, che hanno a che fare con le attività dell'azienda.

Tutte le linee guida del progetto di identità visuale dovranno essere utilizzate correttamente.

Il Manuale è lo strumento che permette di applicare in maniera precisa concetti e regole contenuti nel progetto di identità visuale garantendo, nel contempo, sia un'efficace diffusione dei principi di visibilità, sia la qualità dei progetti e delle iniziative di comunicazione.

All'interno del Manuale sono riportate tutte le regole grafiche inerenti il progetto di identità visiva, tutte le informazioni che riguardano il logo: colori, dimensioni e applicazione di esso nei diversi prodotti di comunicazione interna ed esterna. I vettori sono definiti nelle loro componenti essenziali, nella struttura, nei caratteri, nelle dimensioni ed il Manuale guida l'operatore nella loro corretta applicazione.

Il Manuale è uno strumento di lavoro che consentirà di proporsi verso l'esterno in maniera omogenea ed efficace. La sua struttura è stata elaborata al fine di consentire a tutti gli operatori di progettare facilmente uno specifico formato comunicativo.

Esso contiene numerose applicazioni standard (applicazioni che non necessitano di creatività particolare) facilmente modificabili secondo le esigenze di ciascun operatore.



1.1.2

Il marchio-logo attuale di **ARPAT** è nato nell'era "meccanica" della comunicazione. L'avvento della tecnica digitale sta rivoluzionando il mondo; se il marchio-logo assume un'importanza sempre maggiore per comunicare con chiarezza e trasparenza il ruolo e le funzioni di un ente, le nuove tecniche di comunicazione impongono nuove regole.

La struttura formale del marchio-logo deve essere versatile e non perdere di efficacia nella riproducibilità tradizionale e digitale: un marchio efficace deve essere immediatamente leggibile alla dimensione più piccola come a quella più grande, sui supporti più diversi (dalla stoffa al web) in bianco e nero come a colori.

L'attuale marchio-logo, a causa della sua complessità pittorica, conserva una rigidità formale che mal si adatta alle esigenze tecniche della moderna comunicazione visiva. La sua genesi nasce dalla sintesi di una illustrazione (un'ala che protegge l'ambiente toscano) troppo espressiva e di difficile lettura.

L'Agenzia nel mese di aprile 2010 ha aperto con ISIA di Firenze– Istituto Superiore per le Industrie Artistiche, una collaborazione per attività di studio e progettazione finalizzate al rinnovamento - restyling - del logo dell'Agenzia.

Il termine restyling viene utilizzato con il significato di una rivisitazione del marchio-logo esistente senza uno stravolgimento consistente dello stesso. L'obiettivo è ridisegnare, adattare, aggiornare, ridefinire, stilizzare senza perdere di identità visiva e riconoscibilità.

Molti tra i marchi più famosi hanno subito un restyling per adeguarsi ai cambiamenti di costume sociale o economici. Anche la Regione Toscana ha ridisegnato la propria immagine adottando un marchio più moderno e "comunicativo" per svincolarsi, nella comunicazione quotidiana, dalla rigidità dello stemma di foggia araldica.



1.1.3

La Scuola (ISIA) si è resa disponibile ad organizzare un workshop che è stato coordinato ed è avvenuto all'interno del corso di specialistica del prof. Carlo Spoldi per i suoi studenti, finalizzato a costruire ipotesi progettuali per il restyling del logo. Gli studenti sono stati invitati presso una sede **ARPAT**, ed hanno avuto modo di vedere l'Agenzia da vicino, leggere, guardare, osservare per entrare in sintonia con il mondo **ARPAT**, quindi hanno predisposto i propri elaborati.

I progetti sono stati quindi presentati alla manifestazione "Terra Futura" dal 28 al 30 maggio 2010 alla Fortezza da Basso di Firenze, presso lo spazio della Regione Toscana e pubblicati sul sito web dell'Agenzia. Le proposte, riprodotte in dei pannelli murali sono esposte, ed ancora visibili, presso la sede del Dipartimento provinciale di Firenze.

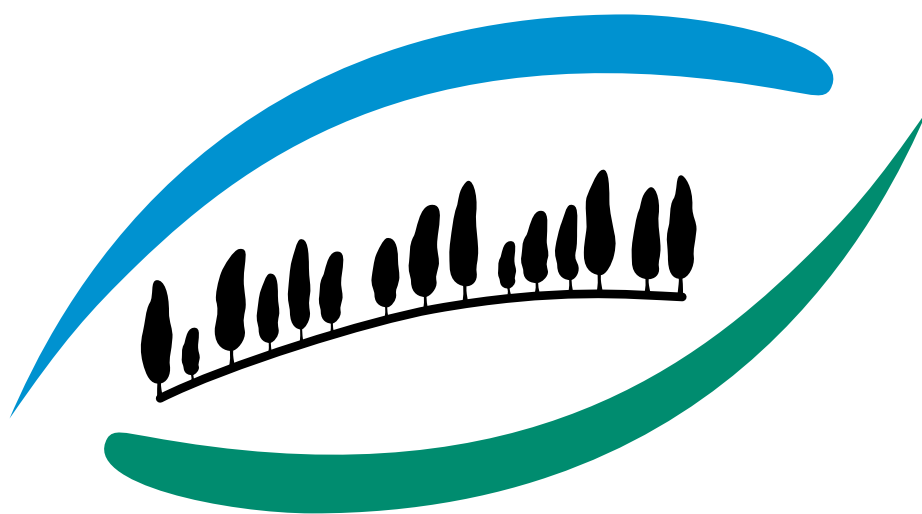
Il pubblico, interno ed esterno, ha potuto segnalare le proprie preferenze, compilando apposite schede presso Terra Futura, o inviandole via posta elettronica. Sono pervenute all'Agenzia poco meno di duecento segnalazioni (una sorta di "voto popolare"), di cui diciassette hanno espresso la preferenza di non modificare l'attuale marchio dell'Agenzia.

Il Direttore Generale, Sonia Cantoni, ha quindi nominato una Commissione giudicatrice tecnica composta da: il Direttore Tecnico dell'Agenzia, Roberto Gori, il Direttore Amministrativo, Tiziana Petrella, il responsabile della AF Comunicazione e Informazione, Franco Paoli, il responsabile della UO Comunicazione e informazione del Dipartimento di Firenze, Marco Talluri, il Direttore ISIA, Stefano Bettega, il grafico Paolo Biondi, che negli ultimi anni ha supportato frequentemente l'Agenzia nelle sue attività di comunicazione.

L'articolata composizione della Commissione è stata pensata con l'intento di individuare il progetto migliore, che meglio rappresentasse i principi che ARPAT persegue in materia di prevenzione e tutela ambientale (alla luce della nuova legge regionale 30/2009), che fosse tecnicamente efficace e coerente con l'input di effettuare un restyling e non uno stravolgimento dell'attuale marchio-logo.



1.1.4



ARPAT

Agenzia regionale
per la protezione ambientale
della Toscana



Design del marchio ARPAT

2.1 Logo ARPAT

2.1.1 Proporzioni/griglia

2.1.2 Zona di protezione

2.1.3 Dimensioni logo

2.1.4 Definizione del font

2.1.5 Allineamento logo

2.1.6 I colori del logo

2.2 Posizione e utilizzo del logo

2.2.1 Varianti

2.2.2 Payoff

2.2.3 Sfondi

2.2.4 Errori

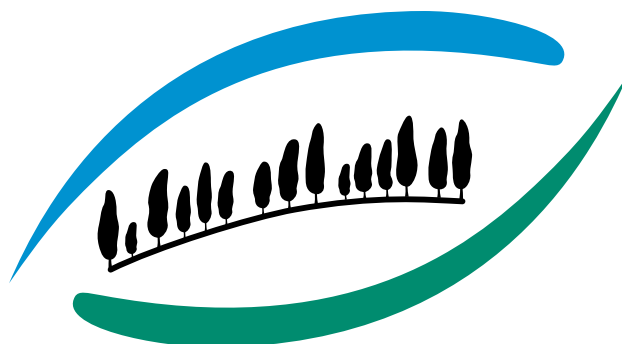


Il nuovo logo ARPAT mantiene alcuni elementi d'identità di quello precedente per creare una continuità tra la vecchia e la nuova immagine.

I colori sono rimasti gli stessi di quello originale per creare una riconoscibilità immediata.

Il simbolo dell'ala si è trasformato, assumendo le sembianze di un occhio che rappresenta l'attività di controllo svolta da ARPAT. All'interno dell'occhio sono racchiusi i cipressi per evidenziare l'impegno dell'agenzia a sostegno del territorio regionale.

2.1

**ARPAT**

Agenzia regionale
per la protezione ambientale
della Toscana



2.1.1

LOGO ARPAT

PROPORZIONI/GRIGLIA

La griglia mostra il rapporto tra ideogramma e logogramma, quest'ultimo è centrato rispetto al primo.

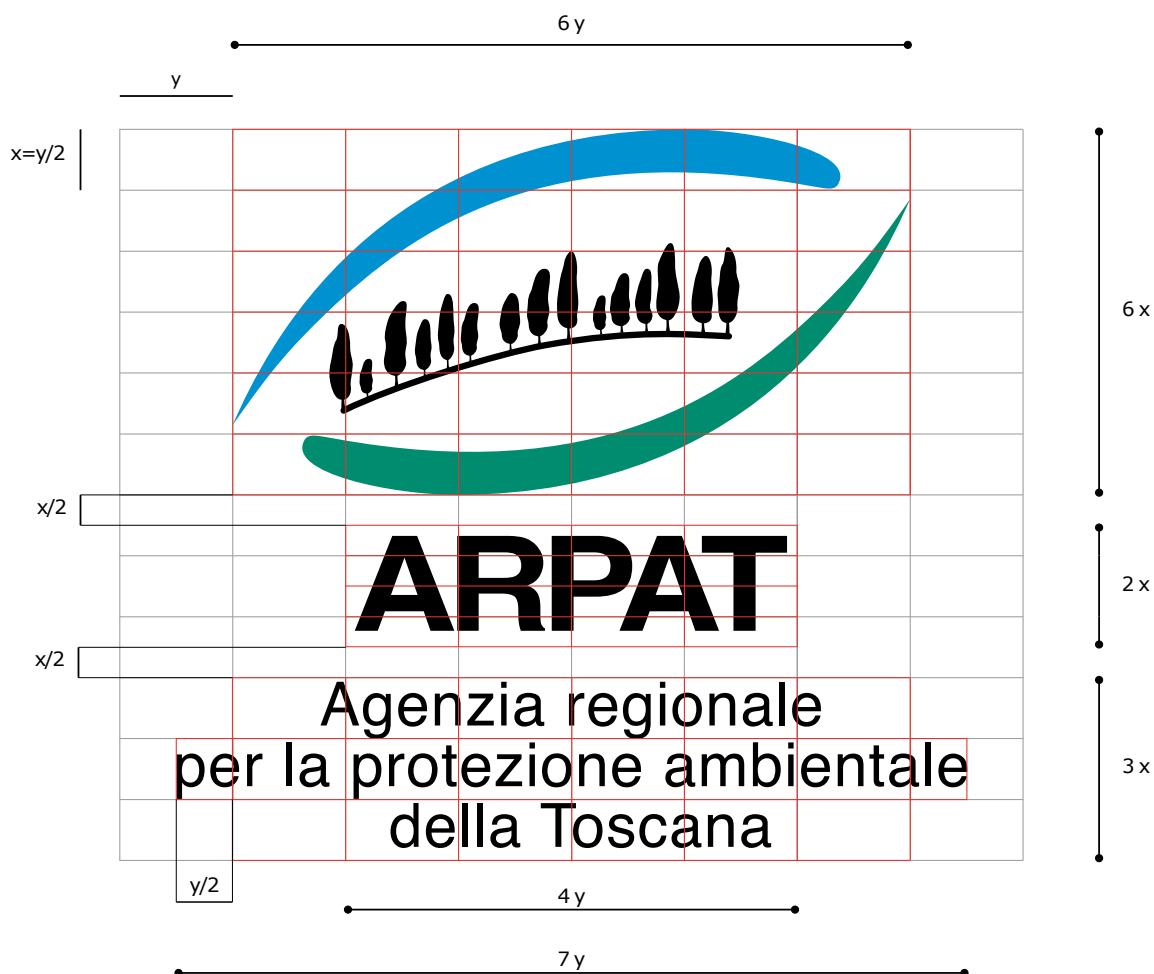
Lo scioglimento dell'acronimo è allineato al centro rispetto alla scritta ARPAT.

Nota

È importante seguire le proporzioni e non stravolgere la disposizione degli elementi per evitare di sbilanciare il peso complessivo dell'immagine.

Gli elementi x e y rappresentano il modulo di misurazione che determina le proporzioni del marchio e le corrette distanze tra gli elementi che lo compongono.

2.1.1



2.1.2

LOGO ARPAT

ZONA DI PROTEZIONE

Il marchio deve avere intorno uno spazio libero sufficientemente ampio, una zona di protezione.

Le proporzioni dello spazio minimo non devono mai essere inferiori a quelle illustrate.

2.1.2



2.1.3

LOGO ARPAT DIMENSIONI LOGO

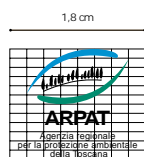
Per la stampa la dimensione minima del logo è $L = 1,8$ cm.
Per una migliore leggibilità si raccomanda di usare questa dimensione.

Il logo può essere ingrandito a tutte le dimensioni purché siano rispettate le proporzioni imposte dalla griglia.

Note

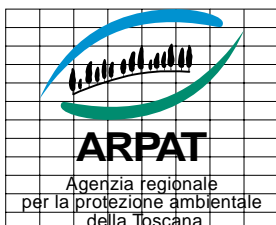
La dimensione minima permette di utilizzare il logo in applicazioni di piccola taglia come: chiavette, cover dvd e piccole cartoline o gadget ecc.

2.1.3

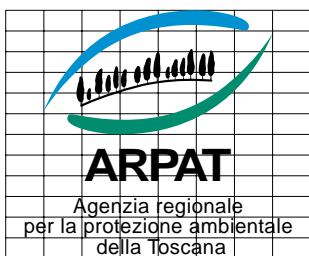


Scala reale

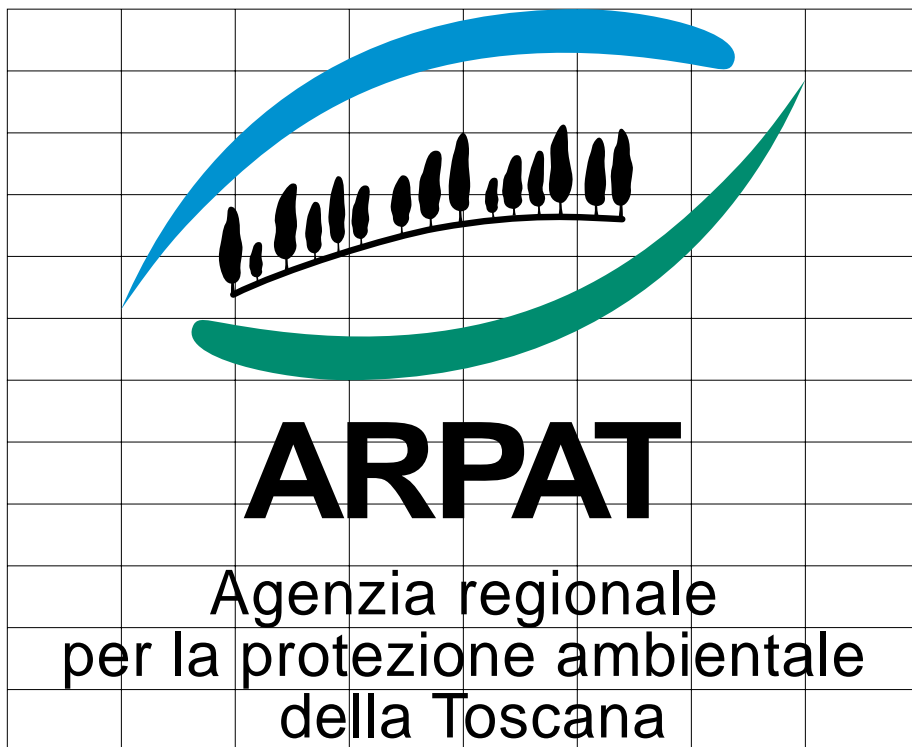
1,8 cm



2 cm



6 cm



Fuori scala



2.1.4

LOGO ARPAT

DEFINIZIONE DEL FONT

Il font utilizzato nel nuovo marchio ARPAT appartiene alla famiglia dell'Helvetica per mantenere una continuità con il font utilizzato nel marchio precedente.

Per il logogramma ARPAT è stato utilizzato un Helvetica Bold tutto maiuscolo, mentre per lo scioglimento dell'acronimo è stata utilizzato l'Helvetica regular minuscolo.

Il font a bastone riflette l'idea di semplicità e trasparenza che l'azienda vuole dare al pubblico.

In ogni testo il nome ARPAT deve essere scritto con tutte le lettere maiuscole e i font abbinati possono essere: Arial, Times New Roman, Formata-Medium Condensed, Garamond-Book, Helvetica Neue ecc...

2.1.4

Helvetica **BOLD**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Helvetica **REGULAR**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Helvetica Neue-**REGULAR**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Times New Roman

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Helvetica Neue-**LIGHT**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Garamond-Book

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890



2.1.5

LOGO ARPAT

ALLINEAMENTO LOGO

Esistono due versioni orizzontali del logo, una con testo allineato a destra e una allineato a sinistra.

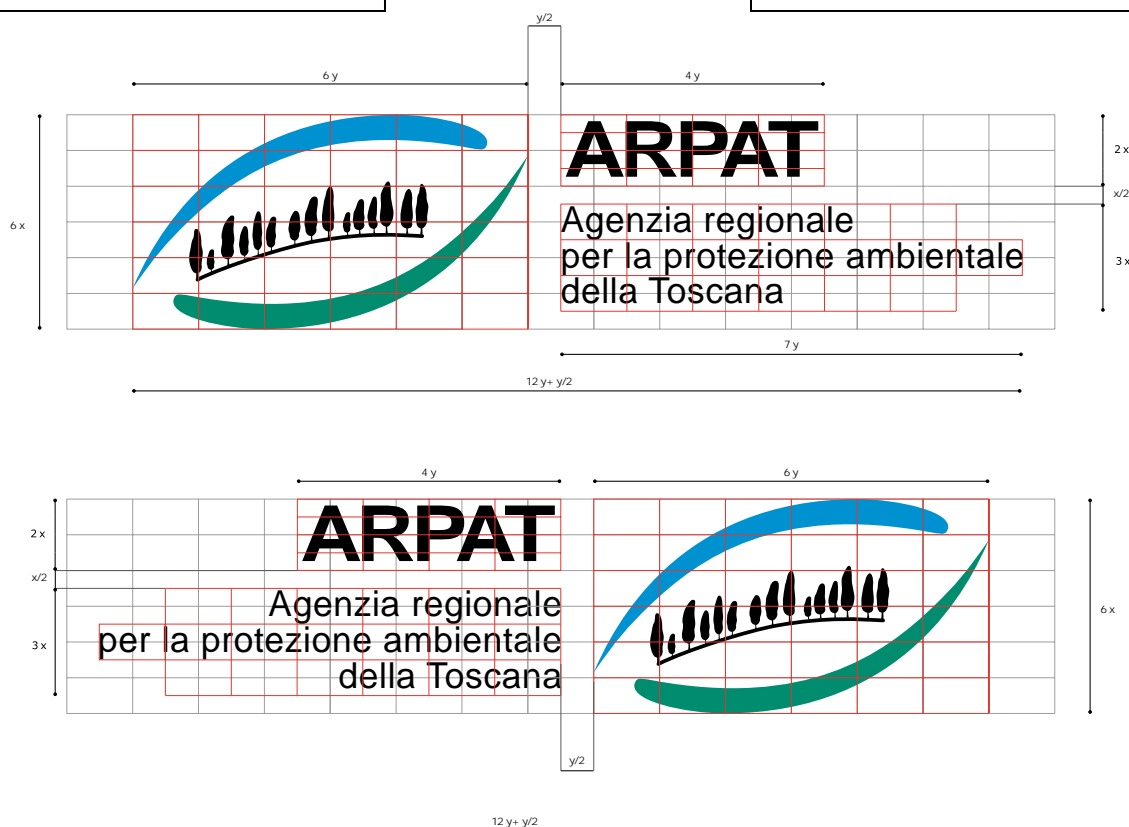
Anche in questo caso la griglia mostra le proporzioni e i rapporti.

2.1.5

Logo allineato sinistra



Logo allineato destra



2.1.6

LOGO ARPAT

I COLORI DEL LOGO

I colori del logo sono rimasti gli stessi del vecchio marchio dell'Agenzia.

Percentuali CMYK (stampa)

87% 23% 0 0

100% 0 65% 8%

100%

Valori RGB (video)

0 146, 208

0 140, 111

2.1.6



ARPAT

Agenzia regionale
per la protezione ambientale
della Toscana

Colori stampa (cmyk)



C: 87%
M: 23%
Y: 0
K: 0



C: 100%
M: 0%
Y: 65%
K: 8%



C: 100%
M: 100%
Y: 100%
K: 100%

Colori web (rgb)



R: 0
G: 146
B: 208



R: 0
G: 140
B: 111



R: 0
G: 0
B: 0



2.1.6

LOGO ARPAT

I COLORI DEL LOGO_bianco nero

I colori del logo in bianco e nero seguono la seguente scala di grigio:

Percentuali CMYK (stampa)

K 45%

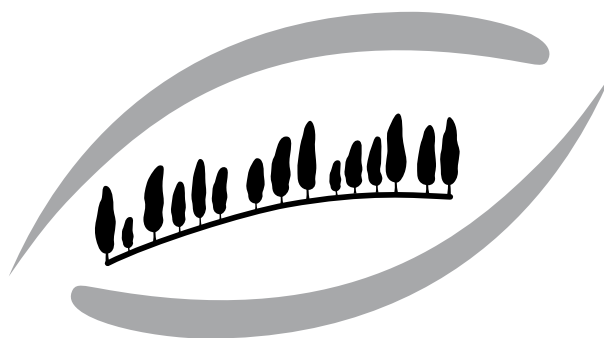
K100%

Valori RGB (video)

167, 168, 170

0

2.1.6



ARPAT

Agenzia regionale
per la protezione ambientale
della Toscana

Colori stampa (cmyk)



C: 0
M: 0
Y: 0
K: 45%



C: 100%
M: 100%
Y: 100%
K: 100%

Colori stampa (cmyk)



R: 167
G: 168
B: 170



R: 0
G: 0
B: 0



2.1.6

LOGO ARPAT

I COLORI DEL LOGO_negativo

Quando il colore di fondo non permette più una nitida lettura del simbolo positivo, il logo può essere applicato in negativo. Sia nella versione a colori che in bianco e nero. Il logotipo è sempre bianco.

2.1.6



Colori in negativo



Bianco/nero in negativo



Il logo ARPAT viene utilizzato in diverse applicazioni cartacee e web, per evitare di creare forme non coerenti di comunicazione dell'agenzia è consigliato seguire le seguenti regole.

In particolar modo il logo ARPAT sarà sempre affiancato da quello della regione Toscana, i due loghi hanno una precisa griglia e proporzioni.

Il logo ARPAT va messo in alto a sinistra, salvo casi particolari precisati sul manuale.

Il logo della Regione Toscana va invece posizionato in basso a destra secondo un rapporto di grandezza specifico.

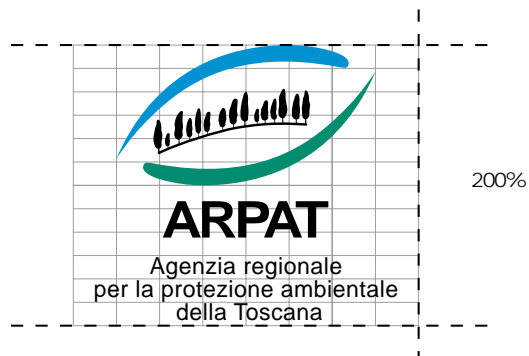
Anche altri possibili loghi partners di eventi, manifestazioni, pubblicazioni e altro vanno inseriti sulle apposite griglie predefinite.

Nota

Il rapporto dimensionale tra il logo ARPAT e il logo Regione Toscana dovrà essere 2 a 1 (verticale), 1 a 1 (orizzontale).

2.2

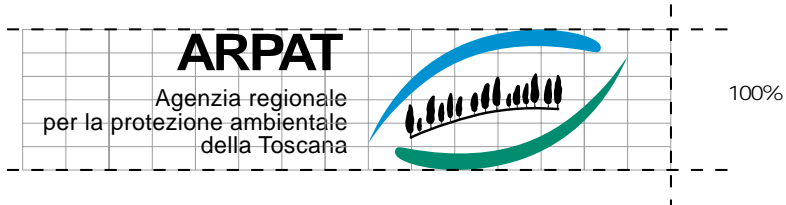
Logo verticale
in alto a sinistra



Logo orizzontale/sinistra
in alto a sinistra



Logo orizzontale/destra
in alto a sinistra



Logo regione/allineato destra
in basso a destra





ARPAT

Agenzia regionale
per la protezione ambientale
della Toscana

Subheadline

INSIEME PER UN FUTURO SOSTENIBILE



HEADLINE

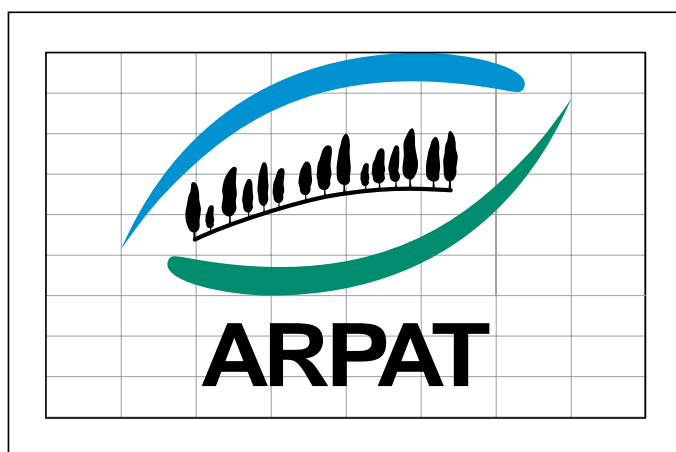
Numero verde 800 800 400
www.arpat.toscana.it

Regione Toscana

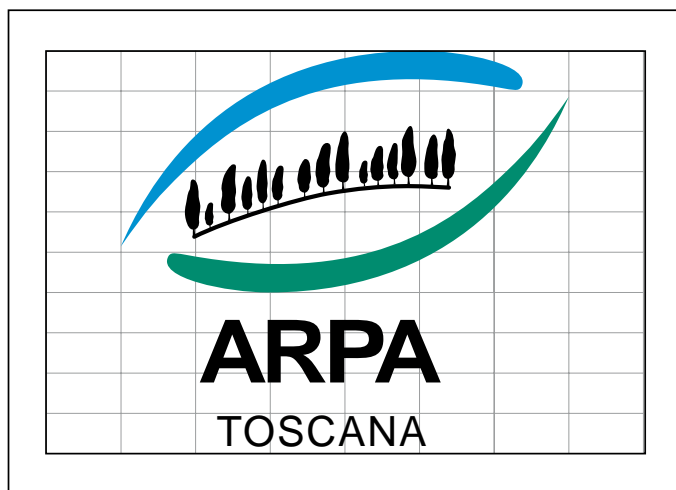


Il logo ARPAT prevede l'uso di due varianti per casi particolari. Ad esempio quando l'agenzia collabora o partecipa ad alcune iniziative con altri enti il marchio ARPAT sarà affiancato con marchi di altre agenzie regionali; in questo caso il logogramma sarà ARPA con l'estensione in basso di Toscana. La seconda variante prevede l'uso del marchio senza lo scioglimento dell'acronimo.

2.2.1



Variante senza lo scioglimento dell'acronimo



Variante senza la T di Toscana scritto per esteso



Il payoff dell'agenzia riprende uno dei motti più utilizzati in questi ultimi anni "insieme per un futuro sostenibile".

L'idea è di trasmettere l'impegno attuale per rendere possibile un miglioramento non imminente, ma che negli anni si rafforzi favorendo una visione positiva per il futuro.

Graficamente il payoff è risolto in modo molto semplice, utilizza il font e i colori del logo.

Non possiede regole di posizionamento vincolanti, ma può fluttuare nei diversi layout di applicazione. Ad ogni modo sono state realizzate delle possibili combinazioni di riferimento. Il logo rimane comunque indipendente dal payoff.

2.2.2

Helvetica **BOLD**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz




1234567890

INSIEME PER UN FUTURO SOSTENIBILE



INSIEME PER UN FUTURO SOSTENIBILE

INSIEME PER UN FUTURO SOSTENIBILE

Colori stampa (cmyk)

	C: 87%
	M: 23%
	Y: 0
	K: 0
	C: 100%
	M: 0%
	Y: 65%
	K: 8%
	C: 0%
	M: 35%
	Y: 85%
	K: 02%

Colori stampa-scala di grigi (cmyk)

	C: 0%
	M: 0%
	Y: 0
	K: 45
	C: 0%
	M: 0%
	Y: 0%
	K: 80%



Il logo ARPAT può essere inserito su diversi sfondi con alcuni piccoli accorgimenti.

La regola più semplice è quella di inserire su sfondo scuro la scritta in bianco e su sfondo chiaro la scritta in nero.

Queste si possono considerare delle varianti in negativo e sono utili quando gli sfondi rendono il logo illeggibile.

Non è possibile scegliere arbitrariamente lo sfondo, qui di fianco alcuni esempi possibili.

2.2.3



Non utilizzare il logo ARPAT con colori alternativi a quelli originali, con bordi inesistenti, con altro font o testo non corretto, con sfondi alternativi a quelli previsti da manuale.

Il logo deve essere preso dal file d'origine e solo la dimensione può variare in base alla finalità e all'applicazione, nel rispetto delle proporzioni e senza superare il valore minimo di ridimensionamento.

2.2.4



Design del marchio ARPAT

3.1 Ambiente logo



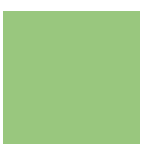





















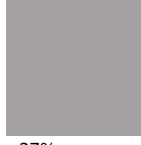





3.1.1 Wisual world



I logo ARPAT verrà utilizzato in diverse forme di comunicazione e in diversi supporti.

Questo richiederà sempre l'abbinamento a colori e immagini, è stata creata perciò una tavolozza di colori abbinabili anche in base alle caratteristiche della carta ecolabel utilizzata per la stampa di tutto il materiale cartaceo dell'agenzia nelle diverse grammature.

3.1

					
c 27% m 24% y 100% k 0	c 49% m 24% y 80% k 0	c 48% m 0% y 62% k 0	c 42% m 14% y 89% k 0	c 52% m 0% y 82% k 27%	c 100% m 58% y 100% k 0
					
c 36% m 44% y 56% k 0	c 4% m 24% y 100% k 34%	c 4% m 36% y 50% k 42%	c 4% m 34% y 64% k 20%	c 4% m 34% y 46% k 28%	c 4% m 39% y 14% k 60%
					
c 50% m 25% y 0% k 0	c 68% m 23% y 24% k 9%	c 53% m 23% y 34% k 9%	c 86% m 80% y 37% k 15%	c 100% m 63% y 24% k 9%	c 100% m 63% y 43% k 31%
					
c 4% m 63% y 100% k 0	c 4% m 87% y 58% k 58%	c 4% m 8% y 100% k 0	c 4% m 75% y 80% k 34%	c 4% m 47% y 100% k 20%	c 4% m 87% y 58% k 58%
					
c 27% m 24% y 20% k 21%	c 49% m 24% y 12% k 39%	c 0% m 0% y 43% k 61%	c 8% m 24% y 20% k 41%	c 0% m 0% y 0% k 47%	c 0% m 0% y 0% k 71%

I logo ARPAT verrà utilizzato in diverse forme di comunicazione e in diversi supporti.

Questo richiederà sempre l'abbinamento a colori e immagini, è stata creata perciò una raccolta di immagini possibili dalle quali recuperare materiale per materiale informativo, comunicazione e pubblicazioni.

3.1.1

