



Cofinanziato
dall'Unione europea



REGIONE
CALABRIA



**COESIONE
ITALIA 21-27**

CALABRIA

BRAND BOOK

Linee guida 1.0

dicembre 2022

Regione Calabria



INDICAZIONI

01

BRAND

CORPORATE BRAND BOOK CALABRIA

02

PROGRAMMA

PROGRAMME BRAND BOOK CALABRIA

03

APPLICAZIONI

PRIME APPLICAZIONI

**UN BRAND È UNA STORIA CHE SI SVILUPPA
ATTRAVERSO TUTTI I PUNTI DI CONTATTO
CON L'UTILIZZATORE FINALE**

JONAH SACHS

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 Calabria", lo strumento per la comunicazione dei Programmi regionali sostenuti da risorse per la coesione.

Il nuovo brand, 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 CALABRIA

“**Coesione Italia Calabria**” è il brand regionale 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, dello Stato Membro e della Regione Calabria, 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 (**FESR 2021-2027**), del Fondo Sociale europeo Plus (**FSE+ 2021-2027**)

del Fondo per la Transizione Giusta (JTF) e del Fondo europeo per gli Affari Marittimi, la Pesca e l’Acquacoltura.

Il *brand* regionale, 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).



02

PROGRAMMA

PROGRAMME BRAND BOOK CALABRIA

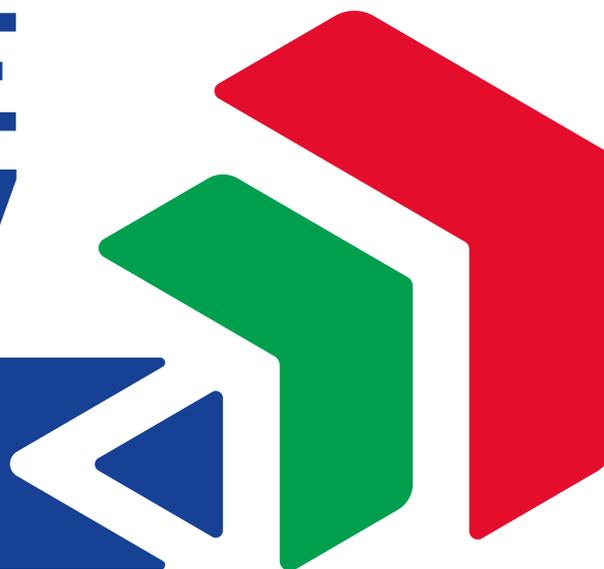
Il brand unitario rappresenta l'elemento centrale nella realizzazione dell'identità visiva delle politiche di coesione in Italia.

In coerenza con le regole generali definite nel **Corporate Brand Book** il **Programme Brand Book Calabria** riporta l'applicazione customizzata del brand unitario nazionale per il Programma Regionale Calabria (PR) cofinanziato dal Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) e dal Fondo sociale europeo plus (FSE+), per ciascuno dei 10 Programmi Nazionali (PN) cofinanziati dal Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) e dal Fondo sociale europeo plus (FSE+) e per il Programma Nazionale (PN) Just Transition Fund Italia cofinanziato dal Fondo per una transizione giusta (JTF). Restano esclusi dagli obblighi di applicazione del brand italiano i Programmi Interreg della Cooperazione Territoriale Europea 21-27 cofinanziati dal Fondo europeo di sviluppo regionale (FESR) e/o IPA, a titolarità Italiana, in quanto il brand armonizzato è stato già definito a livello europeo dal Programma Interact.

Il presente **Programme Brand Book Calabria** fornisce le indicazioni chiave per la corretta applicazione dell'identità visiva del brand unitario italiano alle azioni di informazione di Autorità di Gestione, stakeholder, eventuali Organismi Intermedi e soggetti attuatori e beneficiari dedicato al **Programma regionale della Calabria**.

COESIONE ITALIA 21-27

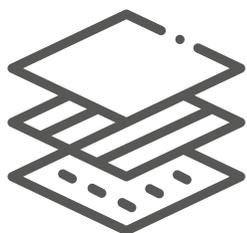
CALABRIA



VALORI

Il brand "Coesione Italia Calabria" 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.

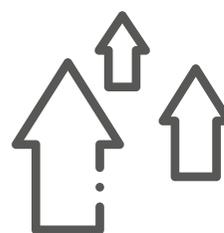
L'applicazione di un logo unico presente nei materiali di comunicazione ha l'obiettivo di rendere riconoscibile la dimensione corale dei numerosi progetti che, pur nella loro molteplicità e pluralità, si orientano in una direzione comune, a beneficio dell'intero territorio nazionale.



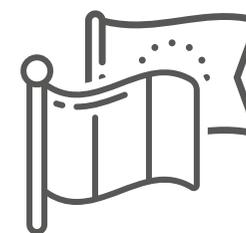
PROGETTUALITÀ
FINALIZZATA



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.

DINAMICO

COESIONE
ITALIA 21-27

CALABRIA

CONCRETO

CRESCITA



MICRO/MEGA

COSTRUZIONE

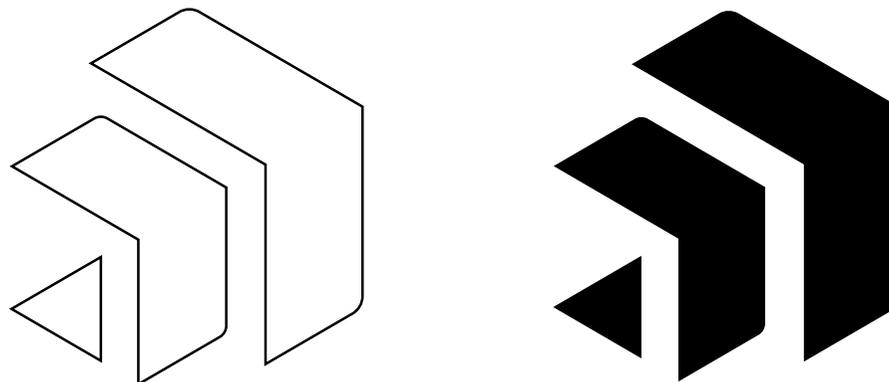
Nella caratterizzazione del logo "Coesione Italia Calabria" è prevista la possibilità di una dilatazione degli elementi in senso orizzontale e verticale, secondo specifiche regole e proporzioni definite.

Tale "effetto fisarmonica" risulta, in alcuni casi, necessario per contenere il nome del Programma Regionale e per **favorire la massima leggibilità** anche in piccole dimensioni.



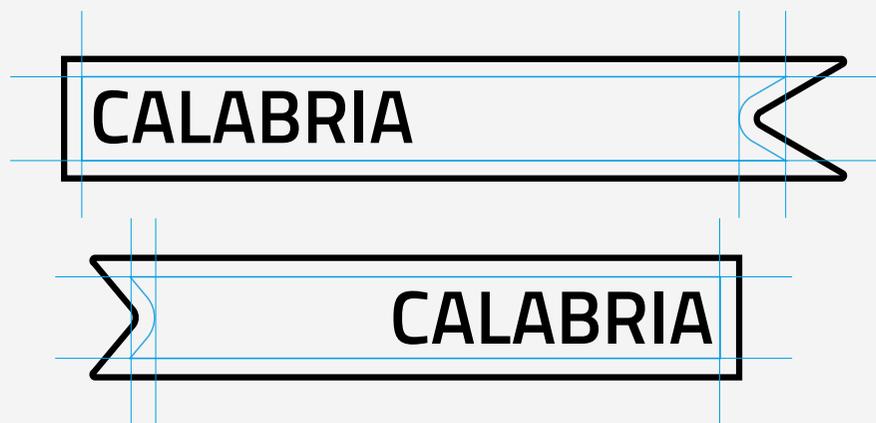
PITTOGRAMMA

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 14 del Corporate Brand Book.

Per entrambi i formati, il marchio realizzato per il Programma segue le regole cromatiche e di applicazione monocroma, outline e in scala di grigio del brand unitario

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 Calabria" 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 ARIAL o il carattere istituzionale già in uso nella linea grafica dell'Amministrazione Regione Calabria.

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

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

1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ! ? @ & % © ™ ®

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

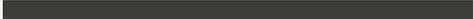
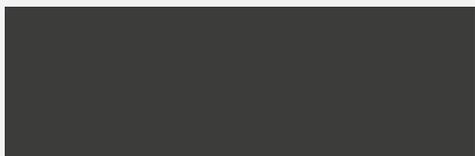
C: 100, M: 80, Y: 0, K: 0

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.

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** che sarà resa disponibile con l'edizione aggiornata (2.0) del presente manuale.



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

L'area 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.

BLOCCO ISTITUZIONALE E LOGO REGIONALE

Il blocco istituzionale è sempre composto dal brand unitario, seguito dall'emblema dell'Unione europea indicante il finanziamento/cofinanziamento e dall'emblema della Repubblica italiana. 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 è sempre pari all'altezza dell'emblema Ue.

È parte integrante e sostanziale del blocco istituzionale anche il **logo dell'Amministrazione Regione Calabria**, che segue le medesime regole di separazione e distanziamento degli altri marchi che compongono il blocco stesso



Cofinanziato
dall'Unione europea



REGIONE
CALABRIA



Cofinanziato
dall'Unione europea



REGIONE
CALABRIA



Cofinanziato
dall'Unione europea



REGIONE
CALABRIA



Cofinanziato
dall'Unione europea



REGIONE
CALABRIA

BLOCCO ISTITUZIONALE E LOGO REGIONALE



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

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 Regione Calabria). 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.



03

APPLICAZIONI

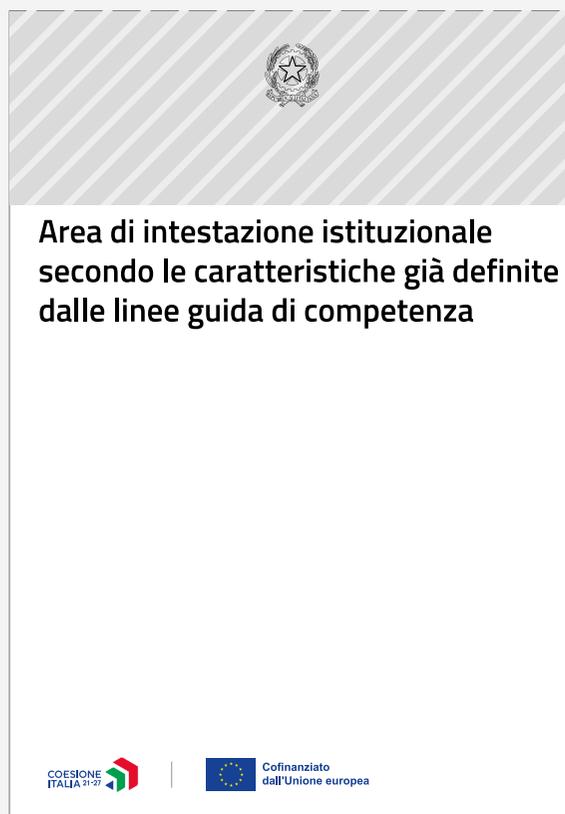
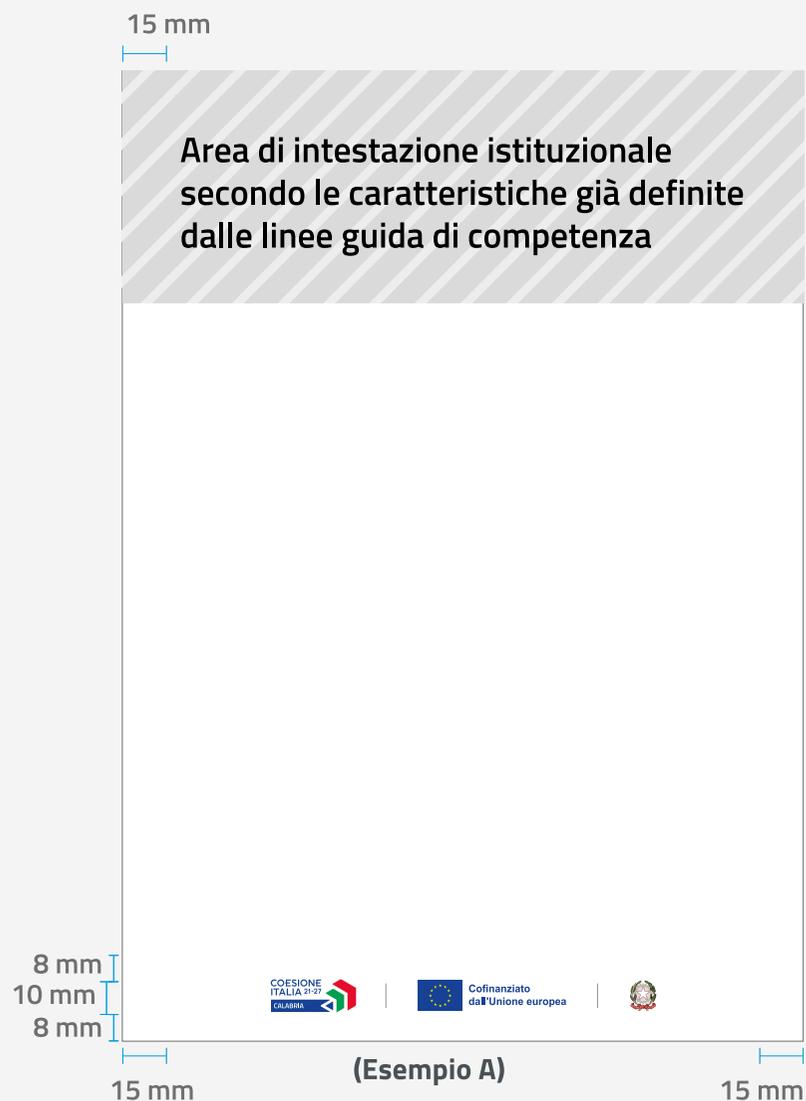
PRIME APPLICAZIONI

L'efficacia comunicativa e identitaria del brand unitario in tutte le sue declinazioni, 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 prima versione del brand book vengono definite le principali regole di applicazione agli strumenti ritenuti maggiormente utili nell'affrontare la prima fase di armonica socializzazione del marchio, anche in funzione dei tempi di approvazione del Programma e di start-up delle prime attività attuative e dei primi adempimenti previsti dal Regolamento sulle disposizioni comuni della politica di coesione 2021-2027.

Per questo motivo vengono qui definite le regole di applicazione relative all'utilizzo della carta intestata e dei documenti istituzionali, del modello di bando/avviso pubblico e delle principali finestre digitali rappresentate dai siti e dalle pagine web dedicate al Programma Regione Calabria.

CARTA INTESTATA



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 Regione Calabria

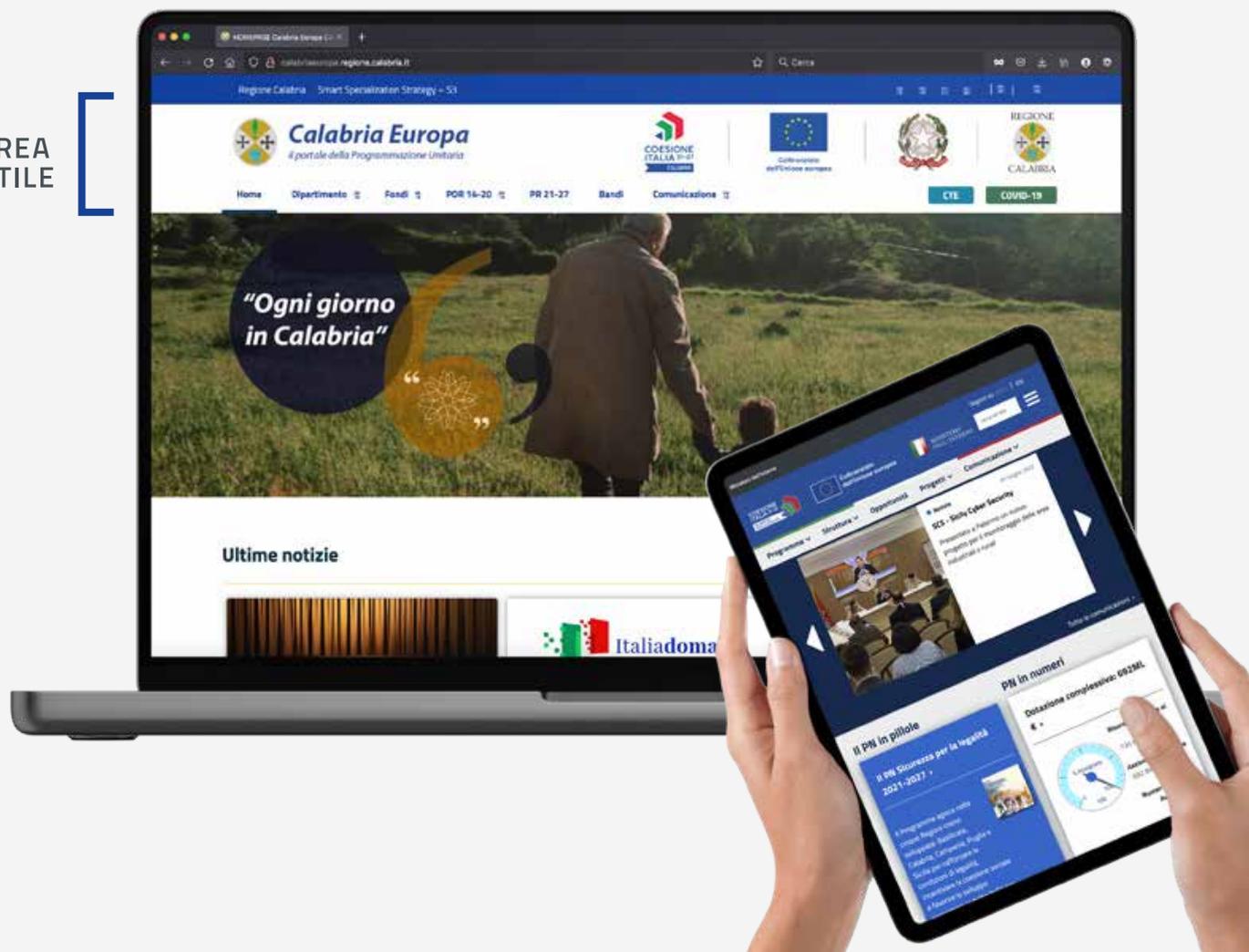
Nell'area inferiore del foglio si appone l'intero blocco istituzionale, privo del solo logo dell'Amministrazione Regione Calabria, al fine di non generare ridondanze e mantenere piena evidenza dell'identità visiva istituzionale della fonte. **(Esempio A)**

Nei casi di comunicazioni a titolarità di Amministrazioni centrali dello Stato, che già contengono l'emblema della Repubblica italiana nel proprio marchio, o di Amministrazioni di coordinamento, nella parte inferiore del foglio il blocco istituzionale è composto dal solo brand unitario e dall'emblema dell'Unione europea. **(Esempio B)**

SITO/PAGINA WEB DEDICATA

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

AREA
UTILE



Nella realizzazione dei siti e delle pagine web dedicati al Programma, il blocco istituzionale è 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
- ▶ 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 Regione Calabria e sempre prestando attenzione ad assicurarne la massima visibilità e alla dimensione e proporzione dell'emblema dell'Unione europea.

MATRICE DEI LOGHI RILASCIATI

colori



Scala Grigi

negativo



Scala Grigi
negativo

outlineW



outlineB

white



black

INFORMAZIONI UTILI

HOW WELL
WE COMMUNICATE
IS DETERMINED
NOT BY HOW WELL
WE SAY THINGS,
BUT HOW WELL
WE ARE UNDERSTOOD

ANDREW GROVE

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 secondo le indicazioni dell' **Unità per il coordinamento della comunicazione per la politica 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).

Il manuale costituisce la base conoscitiva e il compendio delle prime regole applicative minime per la diffusione e la socializzazione del *brand* "Coesione Italia Calabria", che accompagnano il rilascio delle versioni di base e le declinazioni del marchio elaborate per il Programma Regione Calabria 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



REGIONE
CALABRIA



**COESIONE
ITALIA 21-27**

CALABRIA

