

COMUNICARE AUSER, BENE.

**UNA SCELTA STRATEGICA PER VALORIZZARE E
FAR CRESCERE LA NOSTRA ASSOCIAZIONE**

GIUSY COLMO - AUSER NAZIONALE

IDENTITÀ VISIVA O COMUNICAZIONE VISIVA

- Auser ha lavorato in questi ultimi anni sull'Identità Visiva, avviando un percorso di coordinamento e razionalizzazione dell'immagine a partire dal Marchio.
Per rafforzare la propria identità e il senso di appartenenza.
- Per essere più riconoscibile.
- Il punto di partenza: Il Congresso di Salerno del 2017

IDENTITÀ VISIVA. COSA È

- L'insieme di tutti quegli elementi grafici e visivi che ci rappresentano e ci rendono riconoscibili all'esterno e che comunicano i nostri valori: il Marchio, i colori sociali, i caratteri tipografici (font) istituzionali, scritte/slogan istituzionali, stile comunicativo.
- Questi elementi disegnano i tratti peculiari dell'organismo stesso, diventano da un punto di vista visivo, i suoi stessi tratti distintivi.

IL MARCHIO AUSER: IL NOSTRO VOLTO, LA NOSTRA FIRMA

- Il Marchio è uno dei pilastri principali dell'Identità Visiva della comunicazione visiva di una organizzazione.
- Ha un ruolo fondamentale nella comunicazione di un'associazione non profit è l'elemento che graficamente **sintetizza** ciò che siamo e facciamo.
E' la firma, l'impronta dell'organizzazione. E' il **volto** con cui ci presentiamo all'esterno. La nostra reputazione e il rapporto di fiducia con l'esterno passa anche attraverso il nostro Marchio.
- Identifica subito l'associazione, la rende riconoscibile all'esterno.
Il Marchio "parla" di noi

BRAND, LOGO, MARCHIO. FACCIAMO CHIAREZZA

- **Brand (la marca)**
- E' l'insieme di tutti quegli elementi che integrati e combinati fra loro identificano un'impresa, un prodotto, un'associazione o altri tipi di organizzazione.

Tra gli elementi costitutivi del Brand troviamo:

- *il nome; lo slogan o pay off; il marchio; i valori associati all'impresa o organizzazione*

BRAND, LOGO, MARCHIO. FACCIAMO CHIAREZZA

- Se invece parliamo di **Logo** o **Logotipo** il campo di analisi si restringe.

Il Logo, infatti, può essere definito come un testo, il «*lettering*» distintivo associato ad un font specifico che contribuisce ad identificarlo e che richiama immediatamente alla memoria un'azienda, un prodotto, un'organizzazione.

Pensiamo ad esempio a scritte che ormai sono diventate familiari, per stile e carattere come Google o CocaCola.

BRAND, LOGO, MARCHIO. FACCIAMO CHIAREZZA

- Il **Marchio** è un insieme di elementi che comprende anche il Logo, ma non si limita ad esso.

Un Marchio, infatti, è costituito da:

Il nome; lo slogan o pay off; font utilizzati; il Logo; un simbolo o pittogramma grafico; colori distintivi

ANALISI GRAMMATICALE DEL MARCHIO AUSER

pittogramma

Logotipo



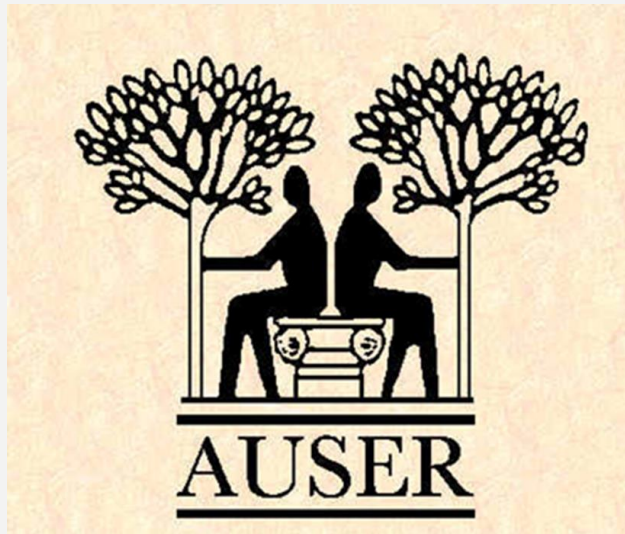
auser

payoff

La cittadinanza
non ha età

MARCHIO AUSER- UN PO' DI STORIA...

1989



2000



2006-2009



MARCHIO AUSER. NEL 2017 L'ULTIMO E DEFINITIVO AGGIORNAMENTO



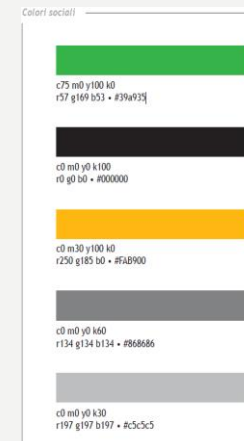
MARCHIO AUSER – I CARATTERI TIPOGRAFICI ISTITUZIONALI

- Per l'identità visiva dell'Auser sono stati individuati due caratteri tipografici istituzionali, ognuno dei quali con una precisa funzione.
Il carattere principale è il **JOST (Futura)**: è un classico della storia del design, un carattere elegante, dotato di grande equilibrio, armonico e rigoroso. Viene utilizzato per la scritta “auser” del marchio e sui vari materiali di comunicazione istituzionale di Auser, in particolare per titoli e contenuti da evidenziare.
- Il carattere secondario è il **Garamond in grigio grassetto**. È utilizzato per la declinazione territoriale. E' consigliabile utilizzarlo anche per la composizione del corpo del testo nei materiali istituzionali (quali depliant, brochure, locandine o manifesti).

MARCHIO AUSER- I COLORI

- I colori ufficiali di Auser sono 5. I due colori principali di base sono: il verde con cui è raffigurata la “a” del marchio, e il nero della scritta “auser”. Accanto a questi, come colore secondario, figura il giallo arancio di una tonalità calda utilizzato per sfondi ed elementi ornamentali. Inoltre, ci sono le due tonalità di grigio utilizzate soprattutto per le scritte che accompagnano il marchio.

35
1989 - 2024



MARCHIO AUSER– DECLINZIONI TERRITORIALI

- Le versioni territoriali sono composte dal marchio nella sua versione base e dalla scritta del nome della regione/provincia/città.
- La sottoscritta personalizzata va inserire sotto l'acronimo allineata a sinistra in corrispondenza della «a» di auser.
- Non costituiscono dei marchi autonomi, ma devono considerarsi delle semplici declinazioni dell'unico marchio esistente di Auser



MARCHIO AUSER – BISOGNA SAPERE CHE..

- L'iscrizione al RUNTS consente di acquisire e utilizzare la qualifica di ETS e, a seconda dei casi, le specifiche di ODV E APS.
- Il marchio Auser non è vincolato ad obblighi di legge, nella sottoscritta personalizzata NON siamo tenuti a scrivere la ragione sociale completa



IN AREA RISERVATA DEL SITO AUSER

LINEE GUIDA per l'uso del marchio AUSER

Maggio 2024

IDENTITÀ VISIVA: CARTA INTESTATA E BANDIERA

 **auser**
Associazione
per l'invecchiamento attivo

35
1989 - 2024

Auser APS Associazione Nazionale per l'invecchiamento attivo ETS • CF 97067460580
Via Nizza, 154 - 00198 Roma • Tel. +39 06 844 0771 Fax +39 06 84407777
email: nazionale@auser.it • pec: auser@pec.it • www.auser.it



La cittadinanza non ha età



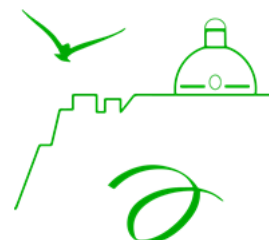
NEL 2022 ABBIAMO VESTITO IL NOSTRO MARCHIO DI PACE



UN MARCHIO DEDICATO PER I 35 ANNI DI AUSER



IDENTITÀ VISIVA- FACCIAMO ORDINE..



IDENTITÀ VISIVA- FACCIAMO ORDINE..




 "Vincenzo Sassone"
 Circolo Culturale "Mario De Gaudio"
 Territoriale Pollino-Sibaritide

9 Marzo 2024
ore 18:00
Locali Auser
Francavilla Marittima (CS)

Voci Femminili: Celebrazione e Impegno per l'Uguaglianza



Gita culturale al Castello di Pralormo
Venerdì 19 aprile 2024



L'Auser Insieme Bra e Roero

con Auser Cuneo e Auser Savigliano

organizza una gita culturale

(riservata ai soci Auser)

presso il Castello di Pralormo in occasione della grande manifestazione

MESSER TULIPANO

UN ESEMPIO



IL VALORE SOCIALE DEL MARCHIO

- Il Marchio ha una **forza comunicativa** perché capace di rappresentare graficamente una comunità ma è anche occasione per “fare comunità”, per far sentire agli aderenti di essere parte di un gruppo unico, forte e coeso che si presenta con la propria identità.
- Il Marchio è il segno di riconoscimento dell’organismo, simbolo di appartenenza ad un organismo sociale in cui ciò che siamo e facciamo contribuisce a dargli forza, vitalità e credibilità.
Per questi motivi, un marchio ha anche un **Valore Sociale**

IL MARCHIO SIAMO NOI

- Il nostro Marchio: segno importante di riconoscimento
- elemento di comunicazione, di appartenenza e di distinzione.
- **GRAZIE!**