



**Lions
International**



APPUNTI DI COMUNICAZIONE

Terza edizione

1

L'immagine coordinata



Cari soci e amici Lions vi inviamo una brochure sull'utilizzo del logo Lions International onde evitare problematiche e interpretazioni varie.

Un caro saluto e buon avvio di anno lionistico.

Claudio Sabattini
Presidente del Consiglio dei Governatori

**SEGUI IL MULTIDISTRETTO LIONS ITALIA
SUI CANALI SOCIAL E CONDIVIDI I CONTENUTI**



[f/lionsitaliamd108](https://www.facebook.com/lionsitaliamd108)

[i/lions.italia](https://www.instagram.com/lions.italia)

[t/md108italy](https://www.twitter.com/md108italy)

[y/@LionsClubMD108ITALY](https://www.youtube.com/@LionsClubMD108ITALY)

[d/@lions.italia](https://www.tiktok.com/@lions.italia)

www.lions.it

L'immagine coordinata è l'insieme di tutti gli elementi che costituiscono l'identità visiva di un'azienda, un'organizzazione, un'associazione, un evento.

Il logo, i colori istituzionali, la modulistica (carta intestata, biglietto da visita, etc.), l'immagine sui social, il sito ma anche l'abbigliamento, la gadgettistica, le livree automobilistiche, le locandine, le brochure sono strumenti di comunicazione che, se armonizzati e codificati, contribuiscono a rafforzare il messaggio che si intende veicolare.

Il Lions International si è da tempo dotato di un manuale di immagine coordinata grazie al quale ogni singolo club potrà facilmente apprendere il corretto utilizzo di tutte le componenti — e la loro declinazione — che fanno parte della comunicazione associativa.

In poche parole: lo stile Lions, fatto di immagine visiva ma anche linguaggio, del suo tono, dei suoi argomenti.

Presentarsi al mondo con un'immagine comune è parlare al mondo con un'unica voce, immediatamente riconoscibile e facilmente decodificabile.

**Cos'è
l'immagine
coordinata**

Tutte le risorse sono disponibili sul sito internazionale alla sezione **risorse per i soci**
bit.ly/RisorseSociLCI

I nostri due marchi storici, Lions Clubs International e Lions Clubs International Foundation (LCIF), si sono uniti sotto un unico marchio generale, **Lions International**, in modo da poter parlare al mondo del nostro servizio collettivo e del nostro impatto. Perché il mondo ci vede come una sola cosa. Ci vede come Lions. E la verità è che siamo uniti nella nostra missione di servizio.

L'introduzione di **Lions International come nostro marchio generale unificato** o principale è volta a rappresentare insieme la nostra organizzazione e fondazione, tuttavia i nomi individuali dell'organizzazione e della fondazione non cambieranno e continueranno a essere entità legali separate. Continueremo a utilizzare **Lions Clubs International** quando parleremo in modo specifico dell'associazione, e **Fondazione Lions Clubs International** quando ci riferiremo alla Fondazione. **Insieme, le due organizzazioni verranno definite come Lions International.**

**Noi siamo
Lions
International**



Lions International



Lions Clubs International



**Lions Clubs International
FOUNDATION**

Non c'è un'azione immediata da intraprendere e non c'è una scadenza per aggiornare pubblicazioni, documenti e oggetti come badge e biglietti da visita. In realtà, molti materiali non avranno bisogno di essere aggiornati, poiché il nostro emblema Lions International non cambierà e i nostri marchi Lions Clubs International e Fondazione Lions Clubs International non scompariranno. Cambia l'approccio grafico verso l'esterno e lì, per tutte quelle che saranno le comunicazioni da ora in poi (locandine, volantini, siti, profili e pagine social, etc.), è auspicabile un graduale aggiornamento alla corretta forma grafica Lions International, in modo da essere allineati alle nuove linee guida della sede centrale.

Durante il lancio del nuovo marchio, sarà nostra cura comunicare ulteriori aggiornamenti a riguardo e fornire indicazioni che aiuteranno i Lions ad allinearsi al nuovo marchio Lions International.

L'iconico emblema del Leone, riconoscibile in tutto il mondo, invece, non cambierà.

**Noi siamo
Lions
International**



Per agevolare il passaggio, nelle pagine seguenti sono riportate schede riassuntive per l'applicazione e il modo di utilizzo di ciascun marchio.

I VALORI DEL MARCHIO

L'identità visuale accompagna Lions International nella missione e nei valori del servizio; anche la dichiarazione di missione, dello slogan e del motto hanno la loro specifica forma. Utilizzare le indicazioni della sede centrale, permetterà a club e Distretti di aumentare la forza comunicativa. In considerazione di questo, soprattutto per quanto riguarda il web, avere tutti le stesse frasi, le stesse parole chiare, ci aiuta a essere immediatamente trovati e identificati.

La nostra dichiarazione di missione

Una dichiarazione formale del nostro fine organizzativo e dei nostri obiettivi umanitari. Da utilizzare con Lions International, Lions Clubs International e Fondazione Lions Clubs International.

Dare modo ai Lions club, ai volontari e ai partner di migliorare la salute e il benessere, rafforzare le comunità e aiutare chi ne ha più bisogno grazie al servizio umanitario e a contributi di impatto globale, oltre a promuovere la pace e favorire la comprensione internazionale.

Il nostro slogan

Un messaggio rivolto al pubblico che comunica rapidamente al mondo ciò che facciamo. Da utilizzare con Lions International.

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Il nostro motto

La nostra frase iconica. Da utilizzare con Lions Clubs International.

We Serve

I pilastri della nostra missione

Forniscono una panoramica di alto livello dei modi principali in cui serviamo le nostre comunità. Si elevano al di sopra delle singole cause e dei singoli progetti per contribuire a comunicare chiaramente ciò che stiamo realizzando attraverso il nostro servizio. Da utilizzare con Lions International, Lions Clubs International e Fondazione Lions Clubs International.

Migliorare la salute e il benessere, rafforzare le comunità e sostenere chi ha bisogno.



Lions International

UTILIZZO PRIMARIO Da utilizzare in tutti i casi, a eccezione delle limitazioni indicate di seguito.

NOTE SUL MARCHIO Il marchio che usiamo per parlare ai Lions e al mondo.

FORMULA DI RITO

Lions International rappresenta Lions Clubs International e la Fondazione Lions Clubs International. I Lions intraprendono alcune delle sfide più importanti per le nostre comunità e per il mondo attraverso il servizio di 1,4 milioni di soci in 49.000 club e il sostegno della nostra fondazione per la concessione di contributi. Miglioriamo la salute e il benessere, rafforziamo le comunità e sosteniamo chi ha bisogno, a livello locale e globale. Noi di Lions International serviamo un mondo che ha bisogno.

Scopri di più su chi siamo e cosa facciamo su lionsclubs.org/it.

**Noi siamo
Lions
International**



Lions Clubs International

**Noi siamo
Lions
International**

UTILIZZO PRIMARIO

Da utilizzare per tutte le attività di governance interna e di advocacy legislativa dei Lions.

NOTE SUL MARCHIO

Creare consapevolezza per i Lions, i progetti o le cause di servizio non è considerato advocacy legislativa, quindi si dovrebbe utilizzare Lions International.

FORMULA DI RITO

Lions Clubs International è l'organizzazione di servizio fondata sull'affiliazione più grande al mondo. I nostri soci, ad oggi 1,4 milioni, appartenenti a più di 49.000 club, operano al servizio delle comunità di 200 Paesi e aree geografiche. Dal 1917, i Lions hanno migliorato la salute e il benessere, rafforzato le comunità e sostenuto i bisognosi, a livello locale e globale.

A Lions Clubs International il nostro motto è "We Serve".

Scopri di più su chi siamo e cosa facciamo su lionsclubs.org/it.



Lions Clubs International FOUNDATION

UTILIZZO PRIMARIO Da utilizzare per programmi, comunicazioni e campagne incentrate esclusivamente sulla raccolta fondi e sui contributi della LCIF.

NOTE SUL MARCHIO Gli aggiornamenti, i programmi e le storie di successo della LCIF possono essere condivisi con il marchio Lions International quando la LCIF è chiaramente menzionata. Gli inviti a donare alla LCIF possono essere inclusi come messaggio secondario in altre comunicazioni che utilizzano il marchio Lions International (es. newsletter).

FORMULA DI RITO

La Fondazione Lions Clubs International (LCIF) è la fondazione globale che sostiene gli 1,4 milioni di soci di Lions Clubs International attraverso contributi che accrescono le loro opere umanitarie e potenziano il loro servizio a livello locale e globale. Dalla sua nascita che risale al 1968, la LCIF ha assegnato più di 19.000 contributi per un totale di oltre 1,2 miliardi di USD. Miglioriamo la salute e il benessere, rafforziamo le comunità e sosteniamo i bisognosi, a livello locale e globale.

Scopri di più su chi siamo e cosa facciamo su lionsclubs.org/it/lcif o fai una donazione alla LCIF su lionsclubs.org/it/donate.

**Noi siamo
Lions
International**

L'emblema di Lions International rappresenta il carattere contemporaneo e in evoluzione dell'organizzazione di oggi mentre celebra la sua storia e fama internazionale.

Lievi aggiornamenti hanno modernizzato l'emblema e migliorato notevolmente la sua leggibilità e riproducibilità.

L'unica interpretazione accettabile dell'emblema è quella **illustrata** in queste pagine oppure nella *Brand Guidelines* distribuita dalla sede centrale, a questo indirizzo:

lionsclubs.org/it/resources-for-members/brand-guidelines

L'EMBLEMA

L'emblema non può essere ricostruito o alterato in alcun modo. Deve essere riprodotto da produzione d'arte di qualità o da file digitali ad alta risoluzione.

L'emblema di Lions International è stato creato per funzionare come parte di un sistema visivo flessibile e coeso.

**Emblema
e Firma
Lions
International**



Quando viene unito alla scritta con il nome, prende il nome di **firma**.



Lions International

Il nome dell'organizzazione comprende la scritta con il nome. La sua tipografia unica, insieme all'emblema, conferisce alla firma di Lions International un carattere distintivo e proprietario.

La scritta con il nome non può essere rivisitata, ricostruita o alterata in alcun modo (vengono forniti i file di grafica vettoriale della firma). Deve essere usata con l'emblema come parte della firma. Non deve essere usata da sola.

BREVE STORIA DEL NOSTRO EMBLEMA

In oltre 100 anni di vita la rappresentazione grafica della nostra organizzazione si è modificata ed evoluta, rappresentando sempre la stessa idea: WE SERVE.



Nel 1917, anno di nascita del Lions Clubs International, l'immagine riproduceva didascalicamente le parole LION (leone) e CLUB (affidato all'omofonia per la quale, in inglese, assume anche il significato di randello).



Nel 1920 prende forma il primo embrione di emblema per come lo conosciamo oggi.

Da allora l'evoluzione tecnica delle arti grafiche e la necessità di poter riprodurre la nostra immagine sul maggior numero di supporti possibile ha portato alla versione illustrata nelle pagine precedenti.

E il logo con le lingue rosse?

Per questo ci affidiamo a un post dell'IP Patti Hill:



1. se il logo ha le lingue rosse è il logo sbagliato
2. se il logo non è liscio nella parte alta è il logo sbagliato
3. se la L di "international" non si legge è il logo sbagliato

**Emblema
e Firma
Lions
International**

ATTENZIONE:

Le normative sui marchi di Lions International concedono ai nostri soci l'autorizzazione automatica di utilizzare i marchi registrati dell'organizzazione in una varietà di applicazioni tra cui, a titolo esemplificativo, materiali stampati ragionevolmente correlati al funzionamento di club e distretto e in applicazioni di media digitali come siti web e social media.

Qualsiasi utilizzo dei marchi non specificatamente autorizzato dalle normative sui marchi richiederebbe l'autorizzazione scritta della sede centrale e potrebbe essere soggetto a royalties per l'uso dei marchi.

Le richieste per l'uso del marchio possono essere inviate a trademarkuse@lionsclubs.org.

LA FIRMA PRINCIPALE

L'elemento principale dell'identità è la firma. È costituito da due componenti: l'emblema e la scritta con il nome.

Le due firme indicate sono le configurazioni principali. Sono la scelta preferita per tutte le applicazioni.

Le firme non possono mai essere ricreate o ridisegnate. Usate sempre il file elettronico approvato, disponibile online.

**Emblema
e Firma
Lions
International**



FORME PREDEFINITE DELLA FIRMA SECONDARIA

Sono state create delle configurazioni di firma alternative per consentire flessibilità e creatività.

Le firme non possono mai essere ricreate o ridisegnate. Usate sempre il file elettronico approvato, disponibile online.



**Emblema
e Firma
Lions
International**

DECLINAZIONI DELLA FIRMA

Colori predefiniti

Giallo, blu, grigio e nero sono i colori che compongono la colorazione della firma.

Le uniche opzioni accettabili sono indicate qui.

Le firme a 3 colori, 2 colori e 1 colore devono essere posizionate su uno sfondo di colore chiaro per consentire la massima leggibilità.

Assicuratevi che il colore di sfondo stia bene con le colorazioni della firma.

Le firme in tinta unita possono essere posizionate su qualsiasi sfondo di colore purché vi sia un contrasto sufficiente per la leggibilità. Le firme di Lions International possono essere riprodotte su fotografie.

L'area della foto scelta deve essere relativamente semplice e deve fornire un contrasto sufficiente per la leggibilità.

Emblema e Firma Lions International

Blu
Giallo



Grigio

Lions International

Firma a 3 colori



Bianco



Lions International

Firma a 1 colore



Blu
Giallo



Blu

Lions International

Firma a 2 colori



Blu



Lions International

Firma a 1 colore



Nero



Lions International

Firma a 1 colore



SPAZIATURA E DIMENSIONI DELLA FIRMA

Spazio libero

Quando si utilizza la firma nel layout, il posizionamento degli elementi circostanti (ad es. testo, foto e altri elementi grafici) deve rispettare le linee guida dello spazio libero mostrate sotto. Ciò include il posizionamento anche nella posta elettronica e in tutte le applicazioni digitali. Lo spazio libero minimo intorno alla firma viene determinato misurando l'altezza della "L" al centro dell'emblema.



**Emblema
e Firma
Lions
International**

Dimensione preferita

La dimensione della firma è misurata dall'altezza dell'emblema. Per la maggior parte delle applicazioni di stampa, la firma deve essere utilizzata nelle dimensioni preferite, (1,5 cm) per le firme primarie e secondarie e (1,9 cm) per le firme terziarie. Per garantire la leggibilità, la dimensione più piccola in cui la firma può essere utilizzata è 0,9 cm di altezza.

DIMENSIONE PREFERITA



DIMENSIONE MINIMA



Alcuni esempi sono indicati sopra. Questi principi si applicano a tutte le configurazioni.

UTILIZZO INACCETTABILE DEL LOGO

Gli esempi a seguire mostrano l'identità di Lions International in configurazioni, trattamenti e manipolazioni inaccettabili. Questo elenco è esemplificativo e non è esaustivo.

ACCETTABILE



Lions International

INACCETTABILE

Non distorcere.



Lions International

Non riconfigurare gli elementi.



Lions International

Non alterare i colori. (Le uniche combinazioni di colore accettabili sono indicate a pagina 2.3.)



Lions Clubs International

Non schiarire i colori.



**Lions Clubs International
FOUNDATION**

Non alterare il carattere.



Lions International

Non ritagliare la firma.



Lions International

Non inclinare.



Lions Clubs International

Non mettere il logo sopra un motivo.



**Lions Clubs International
FOUNDATION**

**Emblema
e Firma
Lions
International**

Solo una delle configurazioni primarie della firma viene mostrata qui come esempio. Questi principi si applicano anche alle altre versioni.

IL LOGO DI CLUB

Molto semplicemente, facendo capo a quanto riportato in precedenza per l'emblema e la firma Lions International, il logo di club potrà essere utilizzato nelle seguenti versioni aggiungendo il o i nomi dei club in maiuscolo con carattere Helvetica Black.



**Lions International
VIGATA**



**Lions
International
VIGATA**



**Lions International
VIGATA
MONTELUSA
MARINELLA**



**Lions
International
VIGATA
MONTELUSA
MARINELLA**



**Lions International
VIGATA**



**Lions
International
VIGATA**



**Lions International
VIGATA
MONTELUSA
MARINELLA**



**Lions
International
VIGATA
MONTELUSA
MARINELLA**

I Club



**Lions International
VIGATA**



**Lions
International
VIGATA**



**Lions International
VIGATA
MONTELUSA
MARINELLA**



**Lions
International
VIGATA
MONTELUSA
MARINELLA**



**Lions International
VIGATA**



**Lions
International
VIGATA**



**Lions International
VIGATA
MONTELUSA
MARINELLA**



**Lions
International
VIGATA
MONTELUSA
MARINELLA**

UTILIZZO INACCETTABILE DEL LOGO DI CLUB

Gli esempi sopra mostrano l'identità di Lions International in configurazioni, trattamenti e manipolazioni inaccettabili. Non è ammesso sostituire colori, modificare le forme e i font, aggiungere elementi, inserire in parte o in toto emblema e firme in altre forme. Inoltre è buona norma controllare sempre la qualità del file che si utilizza o si distribuisce: per quanto corretto deve avere una risoluzione adeguata alla dimensione e al tipo di applicazione a cui è destinata. Per ovviare al problema, soprattutto se distribuito a studi grafici e tipografie, è opportuno utilizzare il file *vettoriale*. Questo elenco è esemplificativo e non è esaustivo.



I Club



E IL MARCHIO DEL MULTIDISTRETTO?



LOGO



LOGO E FIRMA

**Lions
International**

Questi (logo e firma) **sono gli unici ammessi a rappresentare il Multidistretto 108 Italy.**

L'utilizzo del logo e della firma del Multidistretto vengono concesse esclusivamente dal Presidente del Consiglio dei Governatori. I club potranno usare logo e firma presenti nei layout distribuiti direttamente dal Multidistretto o attraverso i governatori, senza apportare modifiche.

La Fondazione Lions Clubs International (LCIF) è un partner chiave di Lions International, e le nostre missioni e i nostri messaggi sono strettamente allineati.

FIRMA ORIZZONTALE

L'elemento principale dell'identità è la firma. È costituito da due componenti: l'emblema e la scritta con il nome. Le due firme indicate sono le configurazioni principali. Sono la scelta preferita per tutte le applicazioni.



FIRMA VERTICALE

Sono state create delle configurazioni di firma alternative per consentire flessibilità e creatività.



Firma LCIF

DECLINAZIONI DELLA FIRMA

Colori predefiniti

Giallo, blu, grigio e nero sono i colori che compongono la colorazione della firma. Le uniche opzioni accettabili sono indicate qui. Le firme devono essere sempre posizionate su uno sfondo che consenta la massima leggibilità. Gli sfondi di colore chiaro generalmente funzionano bene per queste firme. Le firme della Fondazione possono essere riprodotte su fotografie. L'area della foto scelta deve essere relativamente semplice e deve fornire un contrasto sufficiente per la leggibilità.

Le firme non vanno mai essere ricreate o ridisegnate. Usate sempre il file elettronico approvato, disponibile online.



Firma LCIF



SPAZIATURA E DIMENSIONI DELLA FIRMA

Spazio libero

Esattamente come visto in precedenza, anche la firma LCIF andrà posizionata nei layout grafici utilizzando lo spazio di rispetto ovvero lo spazio libero minimo intorno alla firma che viene determinato misurando l'altezza della "L" al centro dell'emblema.



Dimensione preferita

La dimensione della firma è misurata dall'altezza dell'emblema. Per la maggior parte delle applicazioni di stampa, la firma deve essere utilizzata nelle dimensioni preferite, (1,5 cm) per le firme primarie e secondarie e (1,9 cm) per le firme terziarie. Per garantire la leggibilità, la dimensione più piccola in cui la firma può essere utilizzata è 0,9 cm di altezza.

Firma LCIF

DIMENSIONE PREFERITA



DIMENSIONE MINIMA

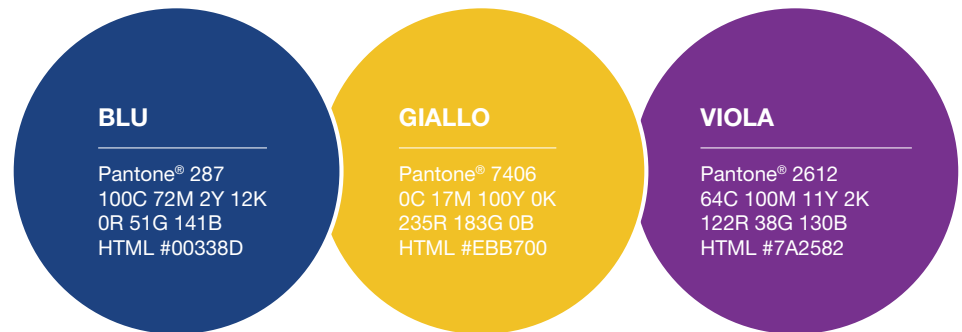


Alcuni esempi sono indicati sopra. Questi principi si applicano a tutte le configurazioni.

LA GAMMA DI COLORI PRINCIPALI

La gamma di colori primari di Lions Clubs International consiste di giallo, blu e grigio. Questi colori sono stati scelti per completare l'emblema rinnovato, mantenendo allo stesso tempo la distinzione del marchio.

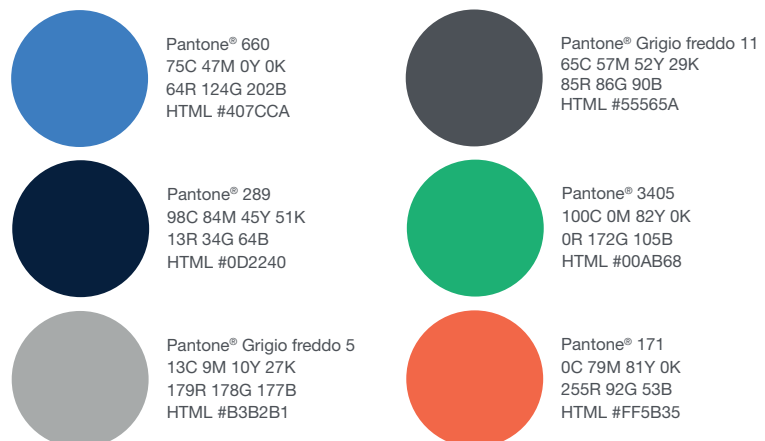
La gamma di colori principali deve essere usata estensivamente per aree ampie di riempimento di colori, lavorazioni tipografiche e come accenti.



LA GAMMA DI COLORI SECONDARI

La gamma di colori secondari di Lions International è complementare alla nostra gamma primaria. Questi colori forniscono un'estensione al marchio e devono **essere usati con moderazione**. I colori secondari della gamma funzionano bene come accenti di colore e sono un modo per aggiungere energia ed enfasi.

I Colori



Come regola generale, i colori chiari stanno meglio dei colori scuri. Ad esempio, il giallo, il bianco e il grigio freddo possono stare bene sopra alle altre tonalità più scure e più ricche. Quando si posiziona il testo sopra il colore, assicurarsi sempre che il contrasto e la leggibilità appropriati rimangano intatti.

GRADIENTI DI COLORE

I gradienti di colore conferiscono profondità, vivacità e significato aggiunto all'immagine visiva del nostro marchio.

I nostri gradienti ufficiali rivelano l'unità e la collaborazione insite nella nostra identità organizzativa — e sono un omaggio all'importante storia del nostro marchio — attraverso l'unione intenzionale dei colori della nostra tavolozza.

Attenzione a non abusarne e a verificare sempre la leggibilità dei testi; quando si posiziona il testo sopra il gradiente, contrasto — e quindi la leggibilità — dovrà essere sempre adeguata. Quando il gradiente *ospita* una foto si dovrà operare in modo analogo, se i colori della foto sono troppo simili o nello stesso range di colori la foto perderà forza comunicativa.

Gradiente solido



Opacità: 100%
Pantone® 289
98C 84M 45Y 51K
13R 34G 64B
HTML #0D2240

Opacità: 100%
Pantone® 287
100C 72M 2Y 12K
0R 51G 141B
HTML #00338D

Opacità: 100%
Pantone® 2612
64C 100M 11Y 2K
122R 38G 130B
HTML #7A2582

I Colori

Sovrapposizione di immagini sfumate



Opacità: 100%
Pantone® 2612
64C 100M 11Y 2K
122R 38G 130B
HTML #7A2582

Opacità: 100%
Pantone® 287
100C 72M 2Y 12K
0R 51G 141B
HTML #00338D

Opacità: 5%
Pantone® 287
100C 72M 2Y 12K
0R 51G 141B
HTML #00338D

IL CARATTERE PRIMARIO

Helvetica Neue è stato scelto come carattere primario per le comunicazioni di Lions International. I diversi pesi in questo tipo di carattere permettono di avere una certa flessibilità e un'espressione creativa nel testo e nella presentazione.

Helvetica Neue 35 ultra leggero

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Helvetica Neue 35 leggero corsivo

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Helvetica Neue 45 leggero

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Helvetica Neue 45 leggero corsivo

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Helvetica Neue 55 romano

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Helvetica Neue 56 corsivo

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Helvetica Neue 65 medio

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Helvetica Neue 66 medio corsivo

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Helvetica Neue 75 grassetto

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Helvetica Neue 76 grassetto corsivo

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Helvetica Neue 95 nero

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Helvetica Neue 96 nero corsivo

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Helvetica 77 compresso grassetto

Stiamo facendo un'enorme differenza.

I Caratteri

I CARATTERI SECONDARI

Adobe Caslon è stato scelto come carattere secondario per le comunicazioni di Lions International. Questo font dovrà essere usato nelle aree di testo di più lunga forma al di sotto dei titoli. Non deve essere usato nei titoli o sottotitoli.

Adobe Caslon Pro romano

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Adobe Caslon Pro corsivo

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Adobe Caslon Pro semigrassetto

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Adobe Caslon Pro semigrassetto corsivo

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Adobe Caslon Pro grassetto

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Adobe Caslon Pro grassetto corsivo

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Stilisticamente, un riconoscimento generale della gerarchia deve svolgere un ruolo nel layout. Prendete in considerazione l'uso di un carattere più grande e in grassetto per i titoli, un peso medio per i sottotitoli e un peso più leggero per il contenuto del corpo del testo.

IL CARATTERE “DI SISTEMA”

Quando il carattere primario e secondario non è disponibile Helvetica, Arial e Times sono stati scelti come caratteri “di sistema” predefiniti. Sono font comuni e presenti su tutti i sistemi operativi e software*.

Helvetica

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Arial

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Times

Stiamo facendo un'enorme differenza.

**es.: materiali su Word, PowerPoint, Excel ma anche strumenti di editing analoghi come la suite di Google usati per le comunicazioni interne o, comunque, che non richiedano un intervento professionale.*

I Caratteri

Iconografia delle Cause Globali

ALTRI LOGHI
UFFICIALI AMMESSI
bit.ly/RisorseSociLCI

Ognuna delle cause umanitarie globali è associata a un'icona. Queste dovranno essere usate in tutto il marketing delle singole cause umanitarie per contribuire a creare un brand unico. Quando sono presenti tutte le cause, dovranno essere incluse tutte le icone oppure nessuna. Sono disponibili in tre versioni — qui riportate — standard (con le sfumature), monocolore (con il colore specifico identificato per la causa globale) e negativo (in bianco, specifico per fondi scuri o che non creano sufficiente contrasto per restituire all'icona la necessaria leggibilità). Non sono ammesse altre forme, colori, modifiche o interazioni dirette con altre forme (ad esempio non si può inserire l'emblema all'interno dell'icona).

ICONE DELLE CAUSE GLOBALI, DECLINAZIONI E DICHIARAZIONI

DIABETE



Lavoriamo per ridurre la diffusione del diabete e per migliorare la qualità di vita dei soggetti diabetici.

AMBIENTE



Lavoriamo per proteggere l'ambiente per creare comunità più sane e un mondo più sostenibile.

FAME



Lavoriamo per migliorare la sicurezza alimentare e l'accesso a cibo nutriente per contribuire alla lotta alla fame.

VISTA



Lavoriamo per prevenire la cecità e per migliorare la qualità di vita dei non vedenti e degli ipovedenti.

CANCRO INFANTILE



Lavoriamo per offrire supporto e rispondere ai bisogni dei bambini malati di cancro e delle loro famiglie.

SOCCORSO IN CASO DI DISASTRI



Lavoriamo per soddisfare i bisogni immediati e per fornire un sostegno a lungo termine alle comunità devastate dai disastri naturali.

INIZIATIVE UMANITARIE



Lavoriamo per identificare i bisogni più cruciali del mondo e per fornire aiuti umanitari dove sono più necessari.

GIOVANI



Lavoriamo per fornire ai giovani il sostegno di cui hanno bisogno per fare scelte positive, per condurre una vita sana e produttiva e per diventare la prossima grande generazione di leader del service

Iconografia delle Cause Globali

ALTRI LOGHI
UFFICIALI AMMESSI
bit.ly/RisorseSociLCI



Multidistretto 108 ITALY
Area Comunicazione Esterna
comunicazione.esterna@lions108.info

Coordinatore
PDG Alfredo CANOBBIO

Franco BIANCHI
Anna PASTORINO
Roberto PECCHININO
Marina RICCI
Andrea SPIOMBI
Andrea TOMAYER
Virginia VIOLA
Simona L. VITALI