



DA PARTE MIA

CAMPAGNA NAZIONALE PER LA DISPOSIZIONE
DEL CORPO E DEI TESSUTI POST MORTEM A FINI
DI STUDIO, FORMAZIONE E RICERCA SCIENTIFICA

MANUALE D'IDENTITÀ VISIVA

Versione 1.3 - Maggio 2025

Questo manuale definisce le regole di utilizzo del logo
e dell'identità visiva della campagna **Da Parte Mia**.



ELEMENTI BASE

IL LOGO
VERSIONI DEL LOGO
AREA DI RISPETTO
ALLINEAMENTO CON ALTRI LOGO
ALLINEAMENTO TIPOGRAFICO
DIMENSIONI MINIME DI RIPRODUZIONE
USO ERRATO DEL LOGO
CARATTERI TIPOGRAFICI
PALETTE CROMATICA

LINGUAGGIO VISIVO

SINTASSI

CAMPAGNA 2025

ESEMPI APPLICATIVI

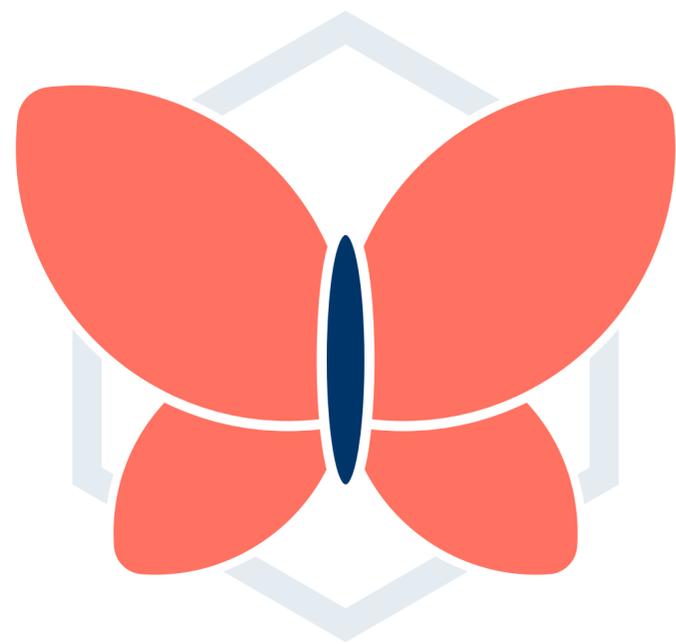
DA PARTE MIA

**ELEMENTI
BASE**



IL MARCHIO

Il logo utilizza due simboli potenti e metaforici: la **farfalla** e l'**esagono** che, insieme, raccontano la relazione di fiducia tra donatore e scienza.



IL MARCHIO

La **farfalla**, simbolo universale di metamorfosi e trasformazione, rappresenta la delicatezza del tema e, allo stesso tempo, la sua forza: un singolo atto può generare risonanze universali, oltre a un impatto duraturo e significativo nel tempo.



IL MARCHIO

L'**esagono**, simbolo di equilibrio e perfezione, richiama il mondo della scienza con un riferimento alla precisione scientifica e alle strutture molecolari. Insieme, i due simboli, rievocano l'immagine dell'uomo vitruviano in una forma originale e contemporanea.



DA PARTE MIA

CAMPAGNA NAZIONALE PER LA DISPOSIZIONE
DEL CORPO E DEI TESSUTI POST MORTEM A FINI
DI STUDIO, FORMAZIONE E RICERCA SCIENTIFICA

IL MARCHIO

Il logotipo si completa con il payoff **“Da parte mia”**, richiamando un gesto intimo e personale che rappresenta un impegno verso la comunità e il futuro. Usa un tono universale e accessibile, che trasmette umanità, semplicità e sincerità.



DA PARTE MIA

CAMPAGNA NAZIONALE PER LA DISPOSIZIONE
DEL CORPO E DEI TESSUTI POST MORTEM A FINI
DI STUDIO, FORMAZIONE E RICERCA SCIENTIFICA

VERSIONI DEL LOGO

L'identità visiva prevede l'utilizzo del logo secondo 2 composizioni:

1. Orizzontale
2. Verticale

Ciascuna composizione può essere riprodotta in versione positiva o negativa a seconda dello sfondo.

Le versioni positive (1-2) possono essere utilizzate sia su sfondi chiari che su sfondi scuri, a patto che il contrasto cromatico tra logo e sfondo sia sufficiente a garantirne la leggibilità.

Le versioni negative (3-4) devono essere utilizzate esclusivamente nel caso in cui il contrasto cromatico tra logo in versione positiva e sfondo non ne consenta una buona leggibilità.

Solo in alcuni casi specifici, l'identità visiva ammette l'utilizzo della sola parte testuale del logo, a patto che, nello stesso contesto di comunicazione, appaia anche il marchio.



VERSIONI DEL LOGO

Inoltre, in alcuni casi specifici di seguito illustrati, l'identità visiva prevede la possibilità di utilizzare il logo in un'ulteriore versione cromatica:

- Bianco Corallo

La versione Bianco Corallo può essere utilizzata esclusivamente su fondo Blu Da Parte Mia, come illustrato in tavola (1-2).



AREA DI RISPETTO

Al fine di garantire una buona leggibilità del logo è necessario mantenere uno spazio libero intorno ad esso, chiamato area di rispetto.

Questo spazio è sempre da considerarsi minimo e, se possibile, aumentato.

L'area minima di rispetto è definita dal quadrato con lato pari all'altezza delle componenti testuali del logo, come illustrato in tavola.

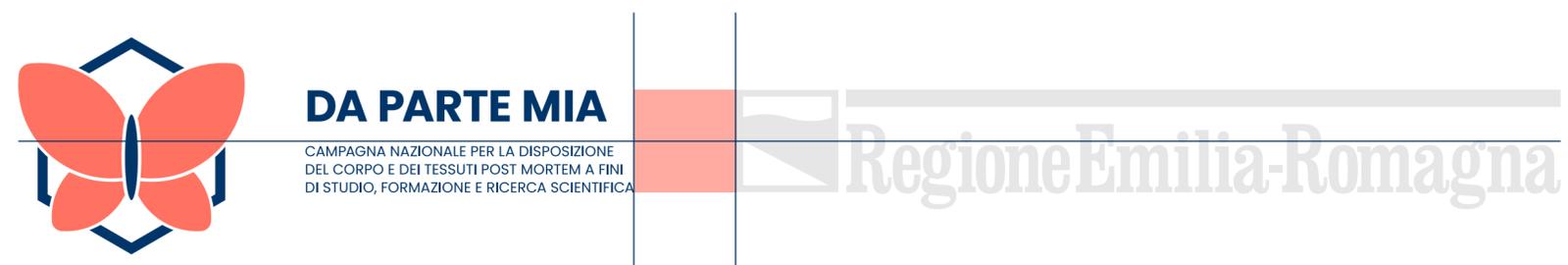


ALLINEAMENTI CON ALTRI LOGO

Quando il logo deve essere accostato ad altri logo si raccomanda l'uso di un criterio base di allineamento come illustrato in tavola.

La distanza minima che si consiglia di rispettare è definita dal quadrato con lato pari all'altezza delle componenti testuali del logo.

Questo spazio è sempre da considerarsi minimo e, se possibile, aumentato.

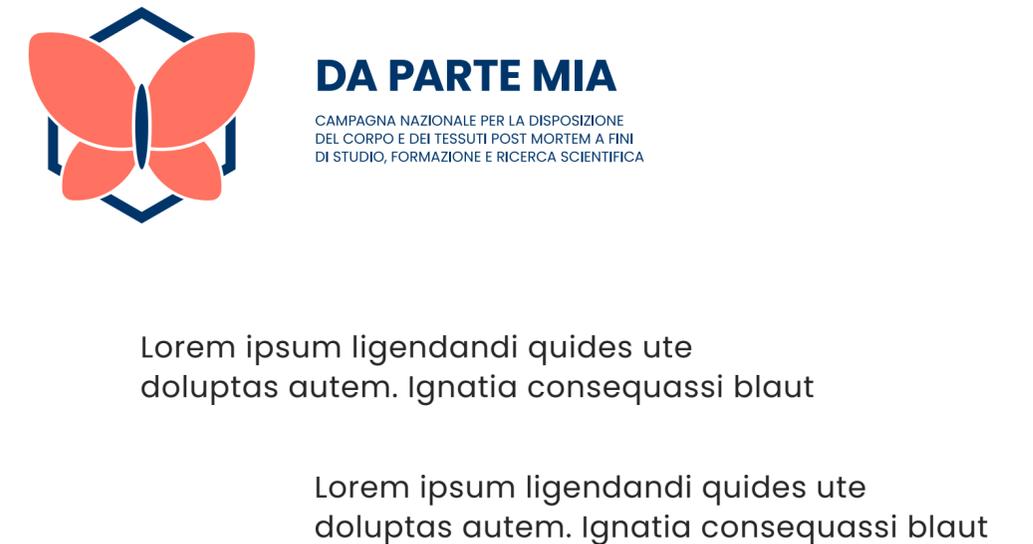


ALLINEAMENTO TIPOGRAFICO

Per accostare del testo al logo è necessario seguire dei criteri base di allineamento.

La distanza minima che si consiglia di rispettare è definita dal quadrato con lato pari all'altezza delle componenti testuali del logo. Questo spazio è sempre da considerarsi minimo e, se possibile, aumentato.

In tavola, vengono illustrati alcuni esempi di allineamento tipografico al logo.



DIMENSIONI MINIME DI RIPRODUZIONE

Su supporti a stampa, per garantire una buona leggibilità del logo è necessario non scendere mai al di sotto della dimensione minima di 20 mm di altezza per la versione orizzontale e 33 mm di altezza per la versione verticale.

Su supporti digitali, questa dimensione minima è pari a 160 px di altezza per la versione orizzontale e 270 px di altezza per la versione verticale.

160 px
20 mm



DA PARTE MIA

CAMPAGNA NAZIONALE PER LA DISPOSIZIONE
DEL CORPO E DEI TESSUTI POST MORTEM A FINI
DI STUDIO, FORMAZIONE E RICERCA SCIENTIFICA

270 px
33 mm



DA PARTE MIA

CAMPAGNA NAZIONALE PER LA DISPOSIZIONE
DEL CORPO E DEI TESSUTI POST MORTEM A FINI
DI STUDIO, FORMAZIONE E RICERCA SCIENTIFICA

USO ERRATO DEL LOGO

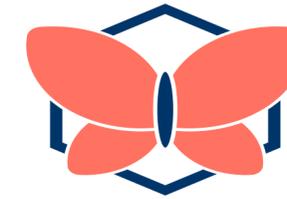
In tavola sono illustrati alcuni esempi di errato uso del logo. A titolo esemplificativo viene utilizzata la variante orizzontale, ma le stesse regole valgono anche per la versione verticale. In particolare non è possibile:

- Modificare i colori del logo
- Deformare o distorcere il logo
- Ignorare l'area di rispetto o ignorare le regole di allineamento
- Utilizzare versioni diverse da quelle previste da manuale
- Utilizzare versioni del logo in cui il claim viaggia senza payoff
- Utilizzare il logo positivo o negativo su sfondi che non permettono la sua leggibilità.



DA PARTE MIA

CAMPAGNA NAZIONALE PER LA DISPOSIZIONE
DEL CORPO E DEI TESSUTI POST MORTEM A FINI
DI STUDIO, FORMAZIONE E RICERCA SCIENTIFICA



DA PARTE MIA

CAMPAGNA NAZIONALE PER LA DISPOSIZIONE
DEL CORPO E DEI TESSUTI POST MORTEM A FINI
DI STUDIO, FORMAZIONE E RICERCA SCIENTIFICA



DA PARTE MIA

CAMPAGNA NAZIONALE PER LA DISPOSIZIONE
DEL CORPO E DEI TESSUTI POST MORTEM A FINI
DI STUDIO, FORMAZIONE E RICERCA SCIENTIFICA

Lorem ipsum ligendandi quides ute
doluptas autem. Ignatia consequassi



DA PARTE MIA



DA PARTE MIA

CAMPAGNA NAZIONALE PER LA DISPOSIZIONE
DEL CORPO E DEI TESSUTI POST MORTEM A FINI
DI STUDIO, FORMAZIONE E RICERCA SCIENTIFICA



DA PARTE MIA

CAMPAGNA NAZIONALE PER LA DISPOSIZIONE
DEL CORPO E DEI TESSUTI POST MORTEM A FINI
DI STUDIO, FORMAZIONE E RICERCA SCIENTIFICA

In tutti gli ambiti di comunicazione si raccomanda l'utilizzo del carattere **Poppins**.

Questo carattere enfatizza le potenzialità di comunicazione visiva della campagna: le forme del carattere, con la loro morbidezza, richiamano l'idea di approccio accogliente e i valori di generosità ed empatia che la campagna vuole trasmettere.

La scelta di un carattere sans-serif ad alta leggibilità rafforza il concetto di chiarezza e trasparenza, essenziali per instaurare un rapporto di fiducia con il pubblico.

Come carattere complementare può essere utilizzato **Acumin Variable**.

Poppins

Poppins Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÈÌÒÙ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzàèìòù

1234567890,;:-"!?

Poppins Regular Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÈÌÒÙ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzàèìòù

1234567890,;:-"!?

Poppins Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÈÌÒÙ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzàèìòù

1234567890,;:-"!?

Poppins Bold Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÈÌÒÙ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzàèìòù

1234567890,;:-"!?

Poppins Extralight

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÈÌÒÙ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzàèìòù

1234567890,;:-"!?

Poppins Extralight Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÈÌÒÙ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzàèìòù

1234567890,;:-"!?

Acumin Variable Condensed

Acumin Variable Weight 800

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÈÌÒÙ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzàèìòù

1234567890,;:-"!?

Acumin Variable Weight 600

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÈÌÒÙ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzàèìòù

1234567890,;:-"!?

Acumin Variable Weight 200

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZÀÈÌÒÙ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyzàèìòù

1234567890,;:-"!?

PALETTE CROMATICA

In questa tavola è codificata la palette cromatica del progetto, composta da due colori istituzionali e da colori complementari selezionati per offrire più ampie possibilità espressive nelle composizioni grafiche.

Per ciascun colore sono indicati i valori di riferimento in percentuali di quadricromia (CMYK) per le applicazioni a stampa e in codice RGB ed esadecimale per le applicazioni a video e digitali.



DA PARTE MIA

**LINGUAGGIO
VISIVO**

Gli elementi di linguaggio visivo di **Da Parte mia** sono costruiti su uno dei due simboli del marchio: l'**esagono**, utilizzato secondo modalità diverse, utili a rispondere alle diverse necessità espressive degli elaborati (come negli esempi illustrati in tavola).

Le **composizioni tipografiche** possono essere utilizzate per aumentare le capacità espressive degli elaborati di comunicazione di **Da Parte Mia**, sfruttando i contrasti cromatici che caratterizzano la palette.



A Highlight



B Pattern

 **TITOLETTO**

Seque conem et moluptis est lant ditia dolore eum verum, ut pore vellabo rposandendis et, quibus doluptatiur rerum fuga. Sed qui quae non nus, con coremod itatur sam nis denimin rest aut fuga. Beatas nobis dendaе cus, volupta teturep rercia volorepta.

13

C Elementi d'impaginazione

Seque conem et moluptis est lant ditia dolore eum verum, ut pore vellabo rposandendis et, quibus doluptatiur rerum fuga. Sed qui quae non nus, con coremod itatur sam nis denimin rest aut fuga. Beatas nobis dendaе cus, volupta teturep rercia volorepta. Ossim comnis expella tionect uriorum

**LINGUAGGIO
VISIVO SINTASSI**

D Utilizzo della tipografia

DA PARTE MIA

**CAMPAGNA
2025**

ESEMPI DI CAMPAGNA

Nei visual viene rispettata l'identità visiva della campagna con l'utilizzo degli elementi base descritti in questo manuale: il testo è composto con il carattere "Acumin" con i colori principali della palette.

Il logo, a seconda del formato, può essere utilizzato nella sua composizione orizzontale o centrata e ha ruolo di elemento compositivo. I logo partner dovranno, invece, posizionarsi separatamente in una fascia sottostante il visual.



