

MANUALE D'USO
Marchio Mese Edfuin

2024



Educazione Finanziaria

OGGI PER IL TUO DOMANI



Comitato
per l'educazione
finanziaria

Razionale	3
Il marchio	4
Declinazioni	5
Colori	6
Fondi	7
Area di rispetto	8
Allineamenti	9
Tipografia	10
Dimensione minima	11
Utilizzi vietati	12

Razionale

Il Comitato per la Programmazione e il Coordinamento delle Attività di Educazione Finanziaria presenta il nuovo marchio a supporto di eventi, iniziative e promozione legata all'educazione finanziaria. Il simbolo scelto è la sveglia per identificare il concetto di tempo e di azione da compiere nel presente.

Al posto di numeri e lancette il quadrante della sveglia presenta un buco di una serratura che la trasforma in una sorta di scrigno che racchiude il tesoro della conoscenza, per costruire oggi un futuro più sereno come dice il payoff "Oggi per il tuo domani". L'educazione finanziaria è quindi la chiave per aprire questo scrigno. I colori del logotipo e del simbolo evidenziano la missione istituzionale del progetto: il blu associato alle istituzioni italiane e il verde, colore positivo legato al mondo della finanza.



Il marchio

Il marchio principale è costituito dal simbolo della sveglia nei colori verde e blu affiancato dal naming Educazione Finanziaria e dal payoff OGGI PER IL TUO DOMANI, scritto in maiuscolo. I testi del marchio sono scritti in blu ed utilizzano i pesi semibold e regular del font Poppins. In alto è posto un balloon verde che contiene l'anno corrente del Mese dell'Educazione Finanziaria.



Poppins semibold
Lorem ipsum dolor sit amet 1234!

Poppins regular
Lorem ipsum dolor sit amet 1234!

Declinazioni

Insieme a questo manuale verranno fornite diverse declinazioni del marchio, ognuna destinata ad uno specifico utilizzo, come descritto brevemente qui di seguito.

Stampa in Quadricromia (CMYK)

È la versione principale da usare in ogni prodotto a stampa salvo limitazioni o indicazioni particolari sull'uso dei colori.



Stampa in tinte piatte (PANTONE®)

Da usare ogni volta che è possibile o doveroso stampare con tinte piatte (P 287C e P 355C).



Video e web (RGB)

È la versione principale da utilizzare ogni volta che il marchio verrà visualizzato su schermi.



Versione negativa (bianco) - stampa e video

Da usare su fondi colorati sia su stampa che su web e/o video. NB: i fondi devono garantire la leggibilità del marchio.



Versione nera - stampa e video

Da usare in casi eccezionali, laddove esplicitamente e obbligatoriamente richiesto.



Versione 1 colore P 287C

Da usare in casi rarissimi, ad esempio necessità di stampa a 1 colore su fondo chiaro.



Versione extraminima

Fornito in diverse tipologie di colore. Consiste in una versione semplificata per dimensioni sotto i 3,5 cm e fino ai 2 cm di larghezza.



Colori

I colori principali del marchio sono il blu e il verde con i codici colore specificati di fianco.

Non è possibile modificarli. A seconda dell'intento di output è necessario seguire i valori indicati: quadricromia o Pantone® per la stampa, RGB ed HEX per video o web. Qualora vi sia l'obbligo o necessità vincolante di usare in output il colore nero, è possibile virare il marchio con i seguenti codici.

È consigliato usare il nero ricco (quadricromia) per un effetto intenso in stampe digitali, il nero piatto (K 100) per stampe offset e il nero RGB o HEX per tutto ciò che riguarda video e web. In casi rarissimi di stampa è possibile utilizzare invece la versione ad 1 colore (tinta piatta) blu. Ad esempio quando è prevista la stampa ad 1 colore soltanto su fondi chiari.

Codici colore principali:

P 287 C
CMYK 100/75/2/18
RGB 35/17/119
#233977

P 355 C
CMYK 91/0/100/0
RGB 0/150/57
#009639

Codici colore nero

Nero ricco (CMYK)
63/52/51/100

Nero piatto
K 100

Nero video
RGB 0/0/0
#000000

1 colore

P 287 C

Fondi

Il marchio è da applicarsi sempre su fondi bianchi, preferendo ovunque possibile la versione a colori.

Fondi colorati non neutri comprometterebbero il giusto contrasto degli elementi con il fondo e falserebbero la chiara comprensione del marchio.

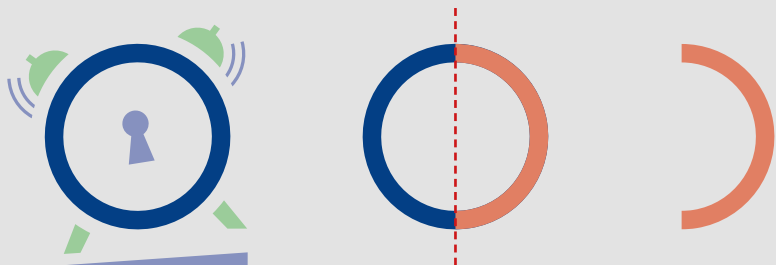
Su fondi colorati è obbligatorio utilizzare la versione bianca del marchio, avendo cura che la leggibilità sia sempre assicurata.

Seguono alcuni esempi. È vietato l'uso del marchio su fondi fotografici che ne comprometterebbero completamente la leggibilità.



Area di rispetto

La distanza di elementi testuali, bordi e altri oggetti grafici dal marchio corrisponde alla metà dell'anello della sveglia.
È possibile estrapolare il modulo come segue:



Allineamenti

Laddove il marchio è preceduto o seguito da titoli o testi consigliamo di allineare i paragrafi all'interno del quadrante del simbolo sveglia. Come nell'esempio di fianco. L'area di rispetto deve essere sempre considerata come vincolante.

Axim ad ma corit, nem volore vento tet posae eria peligenis molupta dolupti nverae nimpos plit ilit dolupta tempore.

2024



**Educazione
Finanziaria**

OGGI PER IL TUO DOMANI

**Lorem ipsum
dolor sit amet**

Lorem ipsum dolor sit ametNe dolum rem consectetur, sa ipiet, omnis magna iossent modiori busdam expernatur remquissi tem la dolum

Tipografia

Il carattere designato per la produzione di materiale grafico legato al marchio Educazione Finanziaria è il font Poppins. Si consiglia di utilizzare i pesi Regular e Semibold. È possibile utilizzare anche le varianti Italic e Semibold Italic.

A questo link è possibile scaricare il font con tutte le sue varianti: fonts.google.com/specimen/Poppins

Poppins semibold

012345 Iquam, simini beatur ad quidus dentem facitionsed et, nobis nem quo di restiam vel min porro exeribeatae non poris moditia cusandunt fuga. Etus nihitatur?

Poppins semibold italic

012345 Iquam, simini beatur ad quidus dentem facitionsed et, nobis nem quo di restiam vel min porro exeribeatae non poris moditia cusandunt fuga. Etus nihitatur?

Poppins regular

012345 Iquam, simini beatur ad quidus dentem facitionsed et, nobis nem quo di restiam vel min porro exeribeatae non poris moditia cusandunt fuga. Etus nihitatur?

Poppins italic

012345 Iquam, simini beatur ad quidus dentem facitionsed et, nobis nem quo di restiam vel min porro exeribeatae non poris moditia cusandunt fuga. Etus nihitatur?

Dimensione minima

Per mantenere la leggibilità il marchio non deve essere utilizzato al di sotto di 3,5 cm (considerando la larghezza).

In casi particolari viene fornito il marchio a dimensione "extraminima", ovvero ottimizzato e semplificato per la stampa dai 3,4 cm fino ai 2 cm di larghezza.

È altresì importante non utilizzare questa la versione "extraminima" per stampe o visualizzazioni a dimensioni maggiori del range indicato.

DIMENSIONE MINIMA



fino a 3,5 cm

DIMENSIONE EXTRAMINIMA

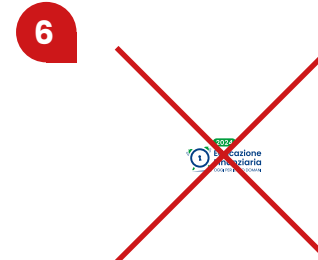


3,4 cm - 2 cm

Utilizzi vietati

Seguono gli usi vietati del marchio.

1. Modificare i colori in porzioni o nella totalità del marchio
2. Modificare il font in porzioni o nella totalità del marchio
3. Modificare la disposizione degli elementi del marchio e/o i loro pesi e/o la distanza
4. Distorcere, ruotare o riflettere parti o la totalità del marchio o applicare effetti.
5. Cambiare/aggiungere elementi e/o testi al marchio
6. Usare il marchio a dimensione minore di quella consentita
7. Compromettere la leggibilità del marchio tramite l'uso inappropriato di fondi colorati o fotografici
8. Non rispettare l'area di rispetto





Educazione Finanziaria

OGGI PER IL TUO DOMANI



Comitato per la programmazione
e il coordinamento delle attività
di educazione finanziaria