



**ASSOCIAZIONE  
INTERPROFESSIONALE  
AGENTI**

# indice

|                 |    |
|-----------------|----|
| Indice          | 2  |
| Introduzione    | 3  |
| Brand           | 4  |
| Costruzione     | 5  |
| Proporzioni     | 6  |
| Colori          | 7  |
| Versioni        | 8  |
| Claim           | 9  |
| Richieste d'uso | 10 |

# introduzione

Questo documento contiene una descrizione analitica del brand **A.I.A.** dalla costruzione e disegno alle applicazioni grafiche.

Nella prima parte di questo documento (da “il brand” a typeface”) si riporta il manuale di uso del marchio, ovvero un compendio di regole, consigli e specifiche pensate per l'utilizzo in fase di pre stampa.

Nella seconda parte (da “immagine coordinata” ad “applicazioni”) sono riportate, a titolo esemplificativo, alcune applicazioni del marchio su diversi supporti.

Nell'ultima parte sono riportate alcune considerazioni sulla campagna di lancio e posizionamento del marchio.

# brand

Il marchio è un qualunque segno che può essere rappresentato graficamente, in particolare parole (compresi i nomi di persone), disegni, lettere, cifre, suoni, forma di un prodotto o della confezione di esso, combinazioni o tonalità cromatiche, purché siano idonee a distinguere i prodotti o i servizi di un'impresa da quelli delle altre.

Il marchio creato per A.I.A. è composto da un logotipo, il segno grafico il cui referente è un'espressione fonetica e da un pittogramma, un segno iconico che rappresenta la bandiera italiana. Il logotipo può essere utilizzato da solo come segno distintivo.

Il marchio è stato creato per essere facilmente riconoscibile da un ampio target di riferimento costituito da i potenziali associati e dai cittadini che sapranno vedere in esso la forza di un sistema associativo importante.

Per il logo sono state scelte linee semplici, sottili e geometriche per creare un marchio distintivo che trasmetta professionalità e serietà.

Come elementi complementari al brand, si possono utilizzare: scritte in font DIN Condensed sempre tutto maiuscolo.

# costruzione

Il logo è creato all'interno di un disco azzurro (blu Italia) con l'enfatizzazione della scritta "aia" minuscolo con font Spantaran opportunamente modificato attraverso l'inserimento di triangoli introdotti per ottimizzare la leggibilità e conservare un tratto distintivo.



Il logotipo può anche essere utilizzato separatamente dal marchio per specifiche lavorazioni o intestazioni monocromatiche.



Per la costruzione si è scelto di lavorare all'interno di 4 cerchi concentrici su cui poggiano gli elementi principali.

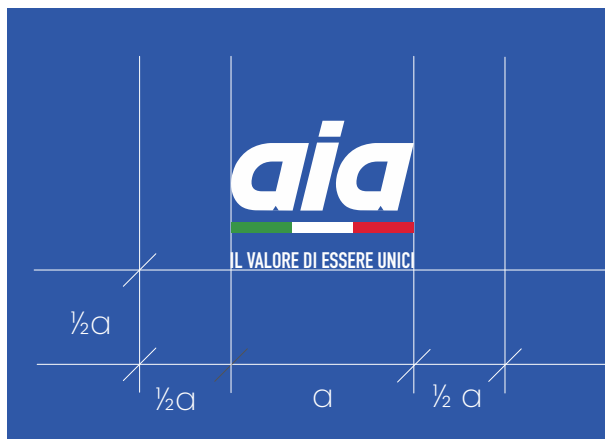
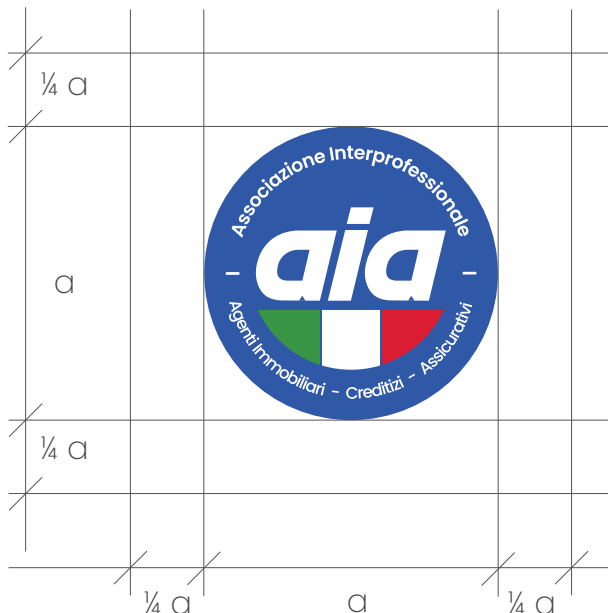
La bandiera italiana è inserita in una porzione di circonferenza a ricordare che la nazione è parte del tutto così come tutto è parte della nazione. La forte connotazione nazionale apre tuttavia le porte alla localizzazione del marchio che potrà essere declinato con i colori delle nazioni in cui verranno aperte le rappresentanze consolari.



# proporzioni

Il marchio ha forma circolare quindi manterrà sempre le proporzioni 1:1 tra altezza e larghezza.

Per l'inserimento in contesti tipografici il marchio dovrà essere inserito in area bianca rispettando le distanze proposte dalla figura sottostante.



Il marchio viene utilizzato nella sua forma semplificata in reverse color solo nel caso di inserimento su fondo dello stesso colore o su sfondi istituzionali che ne impediscano la leggibilità.

Nella forma semplificata il logotipo viene accompagnato dal claim: "Il valore di essere unici"

# colori

Il marchio si sviluppa su due colori: il blu e il bianco. Una combinazione elegante nello stile, di ottima visibilità ed in perfetto contrasto per favorire la perfetta leggibilità.

I colori della bandiera italiana che sottolineano il carattere nazionale del marchio anche dove questo dovesse essere esportato, sono i colori istituzionali che vengono comunque riportati.

**RGB:** 0, 79, 197  
**CMYK:** 89, 73, 0, 0  
**PANTONE:** Blue 072 C



**RGB:** 69, 148, 72  
**CMYK:** 78, 19, 98, 4  
**PANTONE:** 802 C



**RGB:** 255, 255, 255  
**CMYK:** 0, 0, 0, 0  
**PANTONE:** P 179-1 C



**RGB:** 217, 30, 52  
**CMYK:** 8, 100, 87, 1  
**PANTONE:** P 48-8 C

# versioni

Il logo può essere rappresentato a colori ed in bianco e nero sia in positivo che in negativo.

**Si raccomanda di utilizzare la versione a colori su fondo bianco.**



**RGB:** 148, 148, 148  
**CMYK:** 44, 37, 38, 2  
**PANTONE:** 422 C

**RGB:** 217, 217, 217  
**CMYK:** 13, 11, 11, 0  
**PANTONE:** 656 C

**RGB:** 197, 197, 197  
**CMYK:** 22, 18, 18, 0  
**PANTONE:** 428 C



# associati

Nella comunicazione degli associati, dove il marchio viene utilizzato in compresenza con altri marchi ed qualifica l'associato e non l'ente, si utilizza la versione "associato" come da figura.

La versione "associato" potrà essere declinata anche in una versione "total white".

Valgono sempre i criteri di spaziatura.



# claim

Il claim " Il valore di essere unici potrà essere utilizzato unicamente in due modalità:

- sotto al marchio stilizzato in reverse color con una lunghezza pari a quella del logotipo
- In modalità indipendente sempre all'interno di un contesto fortemente connotato A.I.A.

In entrambi i casi il claim dovrà essere bianco e utilizzato con il font e le spaziature come da figura.



# richiesta d'uso

Il titolare del marchio è PAOLO BELLINI, il marchio è stato depositato e registrato presso il MIMIT per cui ne è vietata la riproduzione senza esplicito consenso.

Il marchio è concesso in uso, non ceduto ad A.I.A. ed è soggetto a copyright, quindi per l'uso dello stesso è richiesta una formale domanda.

La presentazione della domanda all'uso del marchio comporta automaticamente l'accettazione del presente regolamento.

L'utilizzazione del nome e del marchio dovrà, in ogni caso, avvenire nel pieno rispetto del decoro dell'associazione. La durata della concessione del nome e del marchio è valida per tutti gli associati in regola con le quote annuali.

L'eventuale rinuncia all'uso deve essere comunicata a A.I.A..

La richiesta di utilizzo così come la rinuncia all'utilizzo devono essere formalizzate per iscritto con mail indirizzata a: **info@aiaitalia.it**.

Il destinatario che usufruisce del marchio deve astenersi dal depositare o utilizzare loghi, ditte, insegne, ragioni o denominazioni sociali e altri segni distintivi che possono dar luogo a rischio di confusione, di associazione e di identificazione con il marchio o i singoli elementi che lo compongono. Inoltre, il marchio non può essere modificato da alcuno degli utilizzatori nei suoi elementi, rapporti e colori, così come previsti da questo manuale di applicazione del marchio.

Il controllo del possesso dei requisiti e del rispetto delle condizioni potrà avvenire anche in tempi successivi al rilascio dell'autorizzazione.

Ogni utilizzo del marchio, in modo difforme alle disposizioni del presente regolamento, comporterà la facoltà dell'associazione di revocare l'autorizzazione all'uso e di chiedere l'eventuale risarcimento dei danni.

A seguito della revoca dell'autorizzazione o della decadenza dal diritto d'uso, è vietato qualsiasi uso del marchio stesso.

IL VALORE  
DI ESSERE  
U N I C I