



IL MÀRGINE

L'ACCENTO SULLA PERSONA

Linee guida relative all'uso del marchio Il Margine

Le linee guida rappresentano un insieme di principi, per chiunque lavori per Il Margine (o utilizzi il nostro marchio), a cui fare riferimento quando si utilizza il logo della cooperativa.

Nelle pagine a seguire vengono fornite indicazioni specifiche a seconda dell'utilizzo in documenti word (progetti, relazioni, bandi), oltre alle presentazioni powerpoint e nelle e-mail.

Le varie versioni del marchio della Cooperativa e le istruzioni di utilizzo sul sito de Il Margine cliccando sul pulsanti accanto alle relative sezioni.

**VAI ALLA PAGINA WEB
DEL BRAND MANUAL**



Utilizzo dei caratteri (font) necessari per documenti e mail

Oltre al restyling del marchio, la nuova identità della Cooperativa vede l'utilizzo di caratteri tipografici (font) specifici che contribuiscono a rafforzare lo stile grafico de Il Margine.

Per questo abbiamo predisposto dei modelli di documento, che prevedono l'installazione sul pc di tipi di caratteri (font) specifici, senza i quali i documenti non vengono visualizzati correttamente.

I font previsti sono:

Georgia e **Arial Black**

Per i titoli sarà utilizzato il carattere **Arial Black** (maiuscolo),
per il testo il carattere Georgia

ESEMPIO

Arial Black
(maiuscolo)



TITOLO

È inutile che leggate questo testo: non è quello che vedrete sulla pagina stampata. Si schizza coi pennarelli quella che sarà poi una foto, ma non si può "schizzare" un testo pubblicitario così, "tanto per rendere l'idea". Un testo pubblicitario è un complesso e delicato incastro di documentazione di prodotto, comunicazione, persuasione e creatività. Se poi volete, possiamo metterci anche un po' di bella scrittura. Tutte cose che sarebbe un po' riduttivo "schizzare".
Abbiamo reso l'idea?

Georgia
(10 pt)



È inutile che leggate questo testo: non è quello che vedrete sulla pagina stampata. Si schizza coi pennarelli quella che sarà poi una foto, ma non si può "schizzare" un testo pubblicitario così, "tanto per rendere l'idea". Un testo pubblicitario è un complesso e delicato incastro di documentazione di prodotto, comunicazione, persuasione e creatività. Se poi volete, possiamo metterci anche un po' di bella scrittura. Tutte cose che sarebbe un po' riduttivo "schizzare".
Abbiamo reso l'idea?

I modelli che troverete nelle sezioni seguenti contengono già gli stili preimpostati per la formattazione di base dei testi: paragrafi, titoli, sottotitoli, punti elenco, etc.



Modelli per documenti di Microsoft Word, Powerpoint, Excel

CARTA INTESTATA



il **modello word per la carta intestata** prevede un'intestazione con il logo IL MARGINE e un piè di pagina con dati istituzionali non modificabili.
Rispettare le impostazioni generali del documento.

DOCUMENTI E RELAZIONI



il modello documenti e relazioni prevede un'impaginazione specifica con il logo IL MARGINE e stili di testo preimpostati (titoli, pallini, frecce, etc) applicabili direttamente dall'utente.
Rispettare le impostazioni generali del documento.

PRESENTAZIONI POWERPOINT



il modello powerpoint prevede un'impaginazione specifica con il logo IL MARGINE e stili di testo preimpostati (titoli, pallini, frecce, etc) applicabili direttamente dall'utente.
Rispettare le impostazioni generali del documento.

DOCUMENTI EXCEL



il modello excel prevede un'impaginazione specifica con il logo IL MARGINE e stili di testo preimpostati (titoli, pallini, frecce, etc) applicabili direttamente dall'utente.
Rispettare le impostazioni generali del documento.



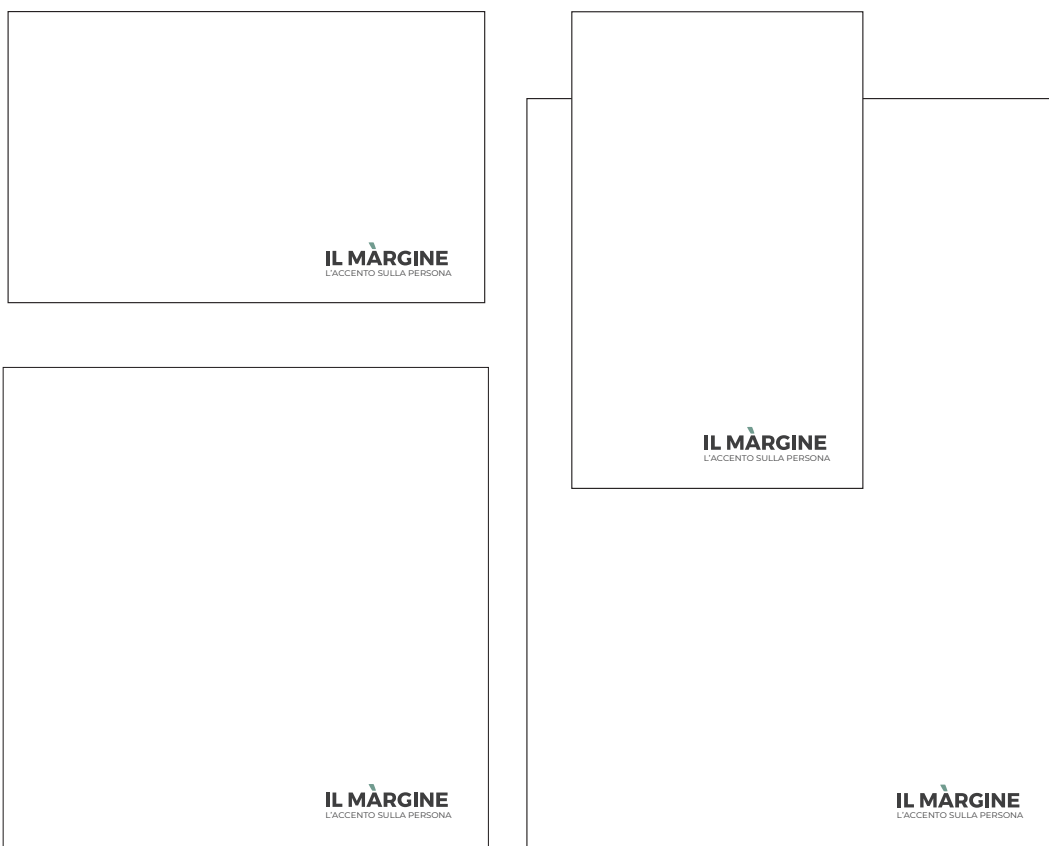
MARCHIO - UTILIZZI PER LA COMUNICAZIONE: INVITI, CARTOLINE, LOCANDINE, PIEGHEVOLI, ETC.

Per utilizzi differenti del marchio dai modelli preimpostati, la versione da utilizzare è quello in scaricamento tramite il pulsante in fondo alla pagina.

La dimensione massima del marchio **dovrà essere di 9 cm.**

La posizione suggerita è sempre in basso a destra nella prima pagina del documento (vedi esempi)

ALCUNI ESEMPI SU FORMATI NON SPECIFICATI



SCARICA LOGO
VERSIONE MAX 9 CM

Il **limite di contorno** (qui rappresentato con un rettangolo rosso ma in realtà è invisibile) delimita uno spazio minimo intorno al logo necessario in caso di abbinamento ad altri marchi **per evitare una eccessiva vicinanza o sovrapposizione tra immedesimi**.

I logotipi scaricabili prevedono già il limite di contorno preimpostato.



limite di contorno



Usi impropri del marchio - cosa non fare



non ruotare



non stretchare



non spostare parti del logo
o variarne le proporzioni



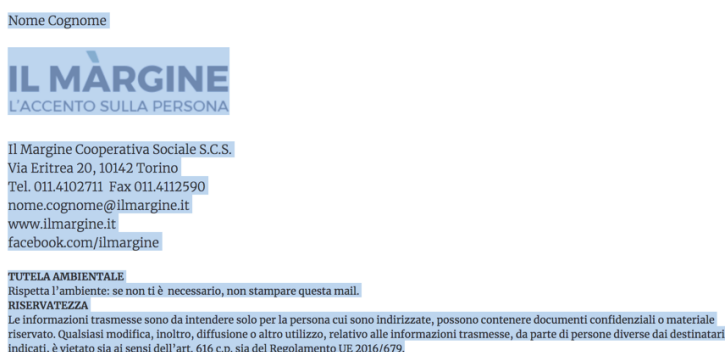
su sfondi colorati non riquadrare
il logo ma usare la versione negativa
(chiedere all'Ufficio Comunicazione)


Impostazione firma mail per posta elettronica (Outlook)

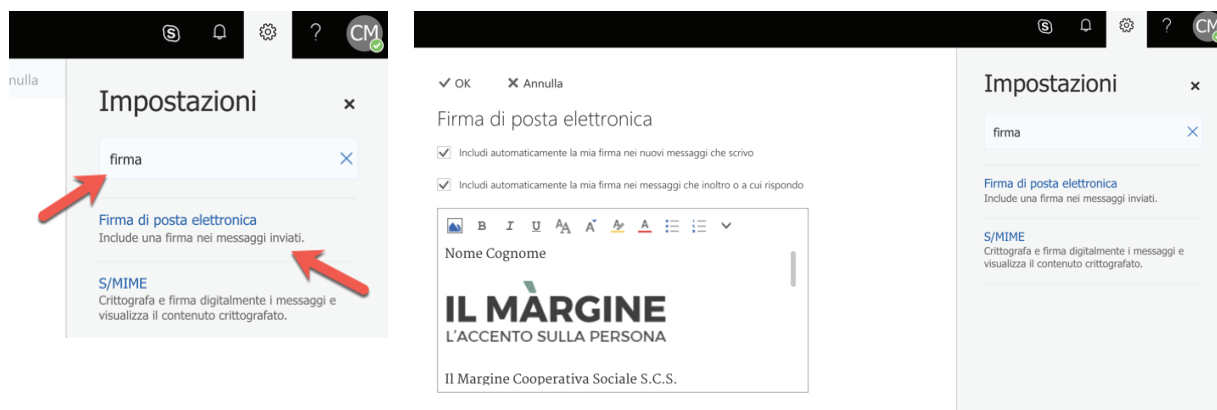
Il metodo più semplice (visto che si tratta di configurare un servizio online) è collegarsi direttamente alla pagina web: <http://www.ilmargine.it/brand-manual/> e seguire la procedura indicata.

VAI ALLA PAGINA WEB
DEL BRAND MANUAL

- Selezionare e copiare interamente il testo e il logo della firma dall'esempio della pagina web



- Accedere a Outlook.
- Nella barra in alto a destra a sinistra cliccare sull'icona delle impostazioni 
- Nel campo di ricerca digitare **'firma'** e scegliere **'firma di posta elettronica'**. Si aprirà il box in cui editare la vostra firma elettronica.



- Cancellare tutto il testo e le immagini preesistenti all'interno del box e incollare il testo e l'immagine precedentemente copiati dall'esempio della pagina web. Se necessario uniformare il font a Georgia, quindi cliccare su **ok**.
A questo punto la firma è impostata di default per tutti i messaggi di posta.