

md'ic

manuale d'immagine coordinata





md'ic

manuale d'**immagine** coordinata

l'identità **visiva** della Regione Emilia-Romagna

Una regione attraente

Con il Piano territoriale regionale abbiamo definito l'Emilia-Romagna "regione attraente", da un punto di vista economico, sociale, ambientale e culturale. Una Regione con una forte identità, capace di farsi riconoscere e riconoscersi in alcune politiche di grande spessore e di valore nazionale: qualificazione dei sistemi territoriali, crescita sostenibile, sviluppo delle reti di conoscenza.

Allo stesso modo, l'identità visiva della nostra Regione può essere strumento per il consolidamento di un corretto rapporto con il contesto esterno, nella convinzione che già a partire dall'immagine offerta possono essere comunicati stile, affidabilità, indirizzi di sviluppo, capacità innovativa. Il manuale che vede oggi la luce costituisce un importante contributo in tal senso.

Vasco Errani

Presidente della Regione Emilia-Romagna

indice

l'identità visiva della Regione Emilia-Romagna	7	strumenti	
lo stemma		il corredo istituzionale	60
l'adozione	10	carta intestata quote e struttura	62
la storia	12	carta intestata composizione	64
corporate identity questa sconosciuta	14	carta intestata a doppio marchio	66
lo stemma		foglio fax	68
le proporzioni	16	biglietti da visita	72
il logotipo		cartoncino da visita	74
attuale	18	buste	75
normalizzato	18	buste americane	76
il carattere del logotipo	20	buste a sacco	78
il marchio		buste cartoncino da visita	81
le proporzioni del marchio orizzontale	22	blocco appunti	82
le proporzioni del marchio verticale	24	carpete semplici	83
la font		carpete fustellate	84
la font istituzionale	26	presentazioni power point	86
la font istituzionale alternativa	28	pagine power point	87
la tavola dei caratteri	30	copertina relazioni	88
la composizione dei testi	32	pagine relazioni	92
i colori		tessere di riconoscimento	94
i colori istituzionali	34	cd e busta porta cd	95
i colori istituzionali riferimenti e composizione	36	segnaletica uffici	96
il marchio		applicazioni	
il marchio applicazioni su fondo	38	regole di applicazione	100
il marchio applicazioni in monocromia	40	formati verticali suddivisione degli spazi	101
il marchio area di rispetto	42	formati quadrati suddivisione degli spazi	104
il marchio dimensioni minime	44	formati orizzontali suddivisione degli spazi	105
il marchio applicazioni non ammesse	46	esempi	106
elementi di supporto il marchio e gli altri	48	appendice	
elementi di supporto la texture	54	la regolamentazione	128
elementi di supporto disposizione delle diciture	56	glossario	
		glossario	140

lo stemma **l'adozione**

ADOZIONE DELLO STEMMA E DEL GONFALONE DELLA REGIONE EMILIA-ROMAGNA

Legge regionale n. 46 del 15 dicembre 1989

pubblicata sul bollettino ufficiale

n. 86 del 18 dicembre 1989

Art. 1

1. La Regione Emilia-Romagna assume come proprio stemma il simbolo costituito da un trapezoide rettangolo, di colore verde, con il lato superiore di andamento sinusoidale, inserito in un campo quadrato bianco confinato in verde, raffigurato nel bozzetto allegato che forma parte integrante della presente legge.
2. Lo stemma va accompagnato, quando ritenuto necessario, dalla scritta Regione Emilia-Romagna, secondo le indicazioni cromatiche e i caratteri tipografici stabiliti con deliberazione del Consiglio regionale. Con lo stesso atto è altresì approvato apposito "Libro del Marchio" al fine di determinare con maggior dettaglio i possibili abbinamenti simbolo - logotipo.
3. Il gonfalone della Regione riproduce lo stemma di cui al comma 1. La sua forma, dimensioni e colore sono stabiliti dal Consiglio regionale con propria deliberazione.



lo stemma **la storia**



Alla fine del I sec d.C., con il nome Aemilia, derivante dall'omonima strada che l'attraversava costruita dal console romano C. Emilio Lepido, viene indicata l'unità dell'antica VIII regione augustea. Fu con l'invasione longobarda del VI secolo che si determinò una costante situazione di frammentarietà politica e territoriale che si protrarrà fino all'unificazione del Regno d'Italia nel 1860.

Ciascuna delle principali entità statali storiche che si sono susseguite nei secoli e che hanno caratterizzato il territorio della regione sotto lo Stato Pontificio (come il Ducato di Parma e Piacenza, il Ducato di Modena e Reggio, la Romagna, la stessa Bologna e in seguito Ferrara, dal 1598), utilizzò come insegne pubbliche le armi dinastiche delle rispettive famiglie principesche. Successivamente, in epoche diverse, ci furono più tentativi di recuperare

uno stemma "comune". Il più significativo è quello del veneziano G.C. Beatiano che in una propria opera del 1682 descrisse due stemmi chiaramente falsi, rifacendosi alla moda molto comune tra il XIV e il XVII secolo, di inventare stemmi attribuiti a regni del passato o a paesi esotici. L'autore fece risalire un primo stemma, rappresentante tre fasci di "miglio", all'epoca del costruttore della Via Emilia e lo attribuì alla Romagna; un secondo stemma, azzurro con gigli d'oro e differenziato da "una banda di vajò", rappresentava invece uno scudo antico di Francia donato da Carlo Magno alla regione dopo la vittoria sui Longobardi.

Per la loro origine apocrifa, questi stemmi, nonostante diversi tentativi di riproporli (nel 1756 dall' araldista ravennate Marc'Antonio Ginanni, all'inizio del XX dalla Provincia di Ravenna, nel 1927 da G. Gerola in un articolo apparso su "Felix Ravenna") non furono presi in considerazione quando la Regione Emilia-Romagna, istituitasi dopo l'attuazione dell'ordinamento costituzionale repubblicano nel 1970, dovette provvedere a dotarsi autonomamente dal punto di vista statutario di uno stemma. Quindi, poiché non esisteva, né era mai esistito un autentico stemma regionale di carattere araldico, l'allora Consiglio Regionale, decise nel 1984 di indire un pubblico concorso per il simbolo della Regione.

La partecipazione all'iniziativa fu notevole, tanto che alla Commissione esaminatrice arrivarono più di mille proposte tra le quali furono selezionate 72 opere. Tra i quattro autori finalisti vinse l'architetto milanese Matteo Piazza che così lo descrive:

Il simbolo proposto vuole sintetizzare l'idea della Regione Emilia-Romagna non tanto per la stilizzazione della sua forma geografica in senso naturalistico, quanto per il richiamo ai due elementi che hanno caratterizzato nel corso dei secoli la regione in ogni suo aspetto economico, sociale e culturale: il Po e la via Emilia. Il Po e la via Emilia sono infatti elementi significativi della globalità della Regione Emilia-Romagna e non solamente di una sua città o zona.

Nel simbolo la linea curva da sinistra a destra simboleggia il fiume, l'acqua, l'evento "naturale", mentre quella obliqua diritta simboleggia la strada, l'asse, l'intervento dell'uomo: tra questi due poli si estende e si sviluppa la Regione Emilia-Romagna. Il simbolo viene presentato in serigrafia su cartoncini delle dimensioni richieste dal bando in due formati (25x25 cm e 4x4 cm) affinché ne sia chiaro l'impatto visivo in due grandezze molto diverse, e in due versioni: in bianconero e in verde, colore quest'ultimo che richiama l'idea della campagna. Oltre alle quattro serigrafie viene proposto un modello in legno (25x25x4 cm) di una possibile realizzazione tridimensionale del simbolo.

Il marchio da lui proposto, in forma 'non araldica' e di carattere grafico moderno, fu approvato con la legge regionale n. 46 del 15 dicembre 1989.

corporate identity questa sconosciuta

È un po' quello che succede in ogni famiglia. Ciascuno ha il nome che ha ma sul campanello ci sta scritto un solo cognome. D'altra parte sarebbe difficile gestire i rapporti domestici se tutti si chiamassero Giovanni o Maria: non si capirebbe di chi sono i calzini o chi sta occupando il bagno. Ma quando le incombenze quotidiane lasciano il posto alle relazioni con l'esterno, i componenti di quel nucleo si presentano sotto le stesse bandiere che issano sull'uscio di casa. È insomma come se ognuno di noi avesse almeno una duplice identità: una individuale, quale persona unica e irripetibile, e l'altra collettiva, quale componente di un gruppo (famigliare, sociale, professionale, ecc.). Ciò che vale per le persone vale anche per le organizzazioni e il presente manuale ha per l'appunto questo

scopo: offrire indicazioni per saldare la visibilità di ciascun settore regionale con la visibilità della casa madre che li ha generati. Perché, come insegna ogni buon manuale d'impresa, l'identità societaria (corporate identity) di qualsiasi organizzazione è definita dalla sua immagine coordinata la quale, a sua volta, passa da uno stile di comunicazione univoco su tutte le linee di attività che hanno un impatto con l'esterno (dalle azioni pubblicitarie alla segnaletica degli edifici; dalla produzione editoriale ai siti web, dall'uso del marchio, all'impostazione della carta intestata). Sfogliando le pagine che seguono si potrà verificare l'infinità di oggetti e progetti di comunicazione avviati dalla Regione Emilia-Romagna negli ultimi anni, nelle sue diverse articolazioni. Si tratta di un fiume di iniziative,

anche di eccellenza, che pongono la nostra Regione in una posizione di avanguardia a livello nazionale ma che, proprio per la portata del corso d'acqua, richiedono adeguate opere di manutenzione. Che nel nostro caso significa regolare l'abbondante flusso di comunicazione, riconducendolo entro gli argini di una progettazione integrata. Perché, detto in altri termini, una singola iniziativa di comunicazione può anche risultare gradevole e tecnicamente corretta, se isolatamente considerata, ma potrebbe non esserlo valutandola nel complesso dell'organizzazione di cui fa parte, in quanto incoerente rispetto allo "stile della casa". Sul piano tecnico, il presente manuale propone interventi grafici molto dettagliati per la costruzione di una immagine coordinata dell'ente. Dalla

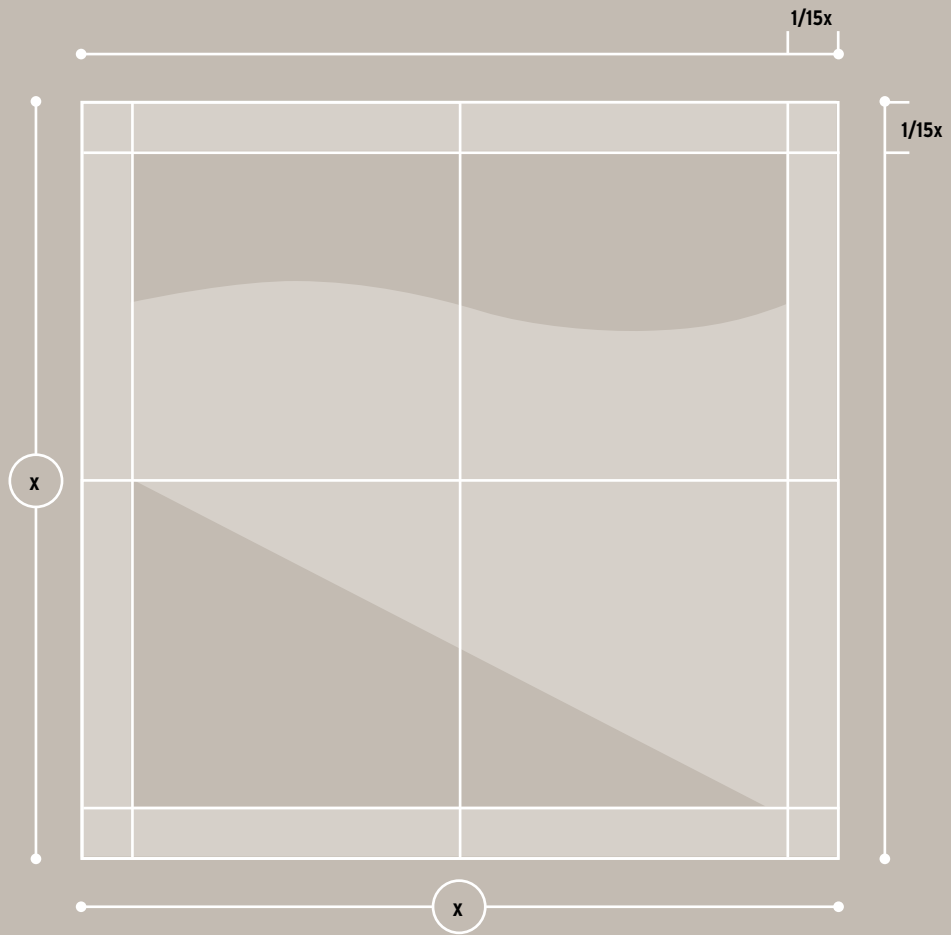
“ripulitura” del marchio regionale per accrescerne la leggibilità, alla sua declinazione coordinata sui diversi oggetti di comunicazione; dal corretto abbinamento di marchi diversi nel caso di iniziative congiunte, alle indicazioni di base per la composizione dei testi. Il tutto prevedendo comunque un’ampia flessibilità di formati e tipologie, oltre che un’organizzazione degli spazi capace di garantire il massimo di libertà espressiva da parte dei diversi settori e, nel contempo, una identità visiva dell’Azienda Regione, chiara, unitaria e riconoscibile. Va da sé che l’operazione si colloca nell’ambito di quel più complessivo lavoro in atto, volto a migliorare il funzionamento della macchina regionale attraverso l’affermazione di nuovi e omogenei comportamenti

da parte della tecnostruttura, anche per quanto riguarda l’attività di comunicazione. Un lavoro di razionalizzazione che ha prodotto, negli anni recenti, l’istituzione della nuova Agenzia Stampa con contrattualizzazione giornalistica, l’accorpamento nel nuovo Servizio Comunicazione di molteplici funzioni svolte da servizi preesistenti, l’istituzione di una Cabina di Regia per definire il piano di comunicazione dell’Ente e il potenziamento della rete dei comunicatori regionali impegnati nei diversi Assessorati e Direzioni. E che ha anche consentito, per quanto ci riguarda più direttamente, la ristrutturazione del Centro Stampa, concentrandone e riqualificandone le attività in un’ottica di valorizzazione delle competenze interne e di risparmio delle risorse.

È ovvio che il lavoro è appena avviato e che non basterà certo, per fare squadra, uniformare la veste grafica dei prodotti se lo stile redazionale resterà disomogeneo o - peggio - burocratico e incomprensibile. Ma questo è un altro discorso che necessiterà di ben altri tempi e approfondimenti. Per ora l’invito è quello di utilizzare questo nuovo strumento come un ulteriore passo nella direzione auspicata. E di accogliere le indicazioni contenute al suo interno non già come regole blindate ma come un cantiere sempre aperto agli spazi di miglioramento che ciascuno vorrà suggerire. Il Servizio Comunicazione, Educazione alla sostenibilità, quale curatore del progetto, resta a disposizione dei colleghi per tutti i chiarimenti e gli aggiustamenti necessari.

le proporzioni dello stemma

Lo stemma della Regione Emilia-Romagna *“costituito da un trapezoide rettangolo, di colore verde, con il lato superiore di andamento sinusoidale, inserito in un campo quadrato bianco confinato in verde”* viene assunto come modulo base per la composizione del marchio nelle diverse versioni ammesse e per la definizione delle regole di composizione e di associazione dello stesso rispetto ad altri elementi. Viene definito in 1/15 il rapporto tra lo spessore del “confine” e la dimensione totale dello stemma.



il logotipo attuale

La deliberazione 1062 del 1992 del Consiglio regionale stabilisce che *“il logotipo della scritta è composto in maiuscolo-minuscolo al carattere Clarendon Bold ristretto al 60%. Sopra ad esso è abbinata una banda di spessore uguale ad una distanza da esso pari alla metà dello spessore. Il colore è Verde Pantone 347, mentre il colore della banda è Rosso pantone 032”*.

Il posizionamento del logotipo, rispetto al marchio, è previsto a destra oppure in basso.

il logotipo normalizzato

La normalizzazione ha rideterminato le proporzioni ed i rapporti tra i diversi elementi costitutivi, senza alterarne la sostanza e il posizionamento, per migliorare la leggibilità e l'usabilità del marchio-logotipo nelle diverse condizioni e con le differenti tecniche di riproduzione che potranno essere adottate.

In particolare:

- sono stati definiti i rapporti proporzionali tra i diversi elementi basandosi sul marchio, adottato con la legge regionale 46 del 15 dicembre 1989, assunto come “modulo” per la determinazione della composizione del marchio-logotipo [*marchio*] della Regione Emilia-Romagna nelle versioni orizzontale e verticale;
- si è adottato il font Clarendon Condensed Bold in sostituzione del font Clarendon Bold ristretto al 60% della versione originale per garantire una spaziatura corretta tra le singole lettere ed un rapporto più armonioso tra le stesse nella composizione maiuscolo-minuscolo che lo caratterizza;
- l'altezza delle maiuscole è stata incrementata di 1/6 rispetto alla dimensione originale, la spaziatura tra le lettere è stata determinata otticamente.

Regione Emilia-Romagna

Regione Emilia-Romagna

il carattere del logotipo

“Con la rivoluzione industriale all’inizio del 19° secolo fece la sua comparsa in Inghilterra un nuovo genere di carattere per la fiorente stampa tipografica. Qui i pieni ed i vuoti sono quasi uniformi. Otticamente tutti gli elementi del carattere hanno lo stesso spessore sia nelle versioni “light” che nelle versioni “bold”. Le grazie sono molto valorizzate. Questi font si dividono in due sottocategorie: i Clarendon e gli Italiani. Il Clarendon è contraddistinto dal raccordo morbido delle grazie. Gli Italiani sono allungati ed esibiscono grazie più arrotondate rispetto agli altri elementi. Sono il frutto dei primi studi sulla leggibilità dei testi. Esempi Clarendon: Aachen, Cheltenham, Clarendon, Excelsior. Esempi Italiani: Italia, Lubalin, Prestige Elite”.

Il font Clarendon Condensed Bold mantiene inalterate le caratteristiche estetiche e stilistiche del Clarendon Bold da cui deriva ma non costituendo un “ridimensionamento forzato” dei caratteri che lo compongono consente di evitare:

- 1 la differente larghezza tra il bastone delle maiuscole e delle minuscole;
- 2 un disarmonico rapporto tra i vuoti e i pieni dei singoli glifi;
- 3 la sovrapposizione tra i singoli caratteri.

1 2 3
Regione Em

Clarendon bold ristretto al 60%

Regione Em

Clarendon condensed bold

le proporzioni del marchio orizzontale

1. il modulo



Il marchio orizzontale è quello correntemente usato ed è formato dal posizionamento del logotipo alla destra dello stemma.

Il logotipo è formato dal testo Regione Emilia-Romagna composto con il carattere Clarendon Condensed Bold in maiuscolo e minuscolo e da una barra orizzontale posta alla sua sommità.

- Il testo e la barra occupano uno spazio pari a 7 moduli.
- La scritta Regione Emilia-Romagna ha un'altezza pari a $2/3$ del modulo base.
- La barra rossa ha uno spessore pari ad $1/6$ del modulo base.

Il piede delle lettere maiuscole del logotipo determina l'allineamento inferiore dello stesso rispetto allo stemma, in modo tale che tra il testo e la barra - allineata alla sommità dello stemma - vi sia una distanza di $1/6$ del modulo base pari al valore della discendente delle lettere minuscole.

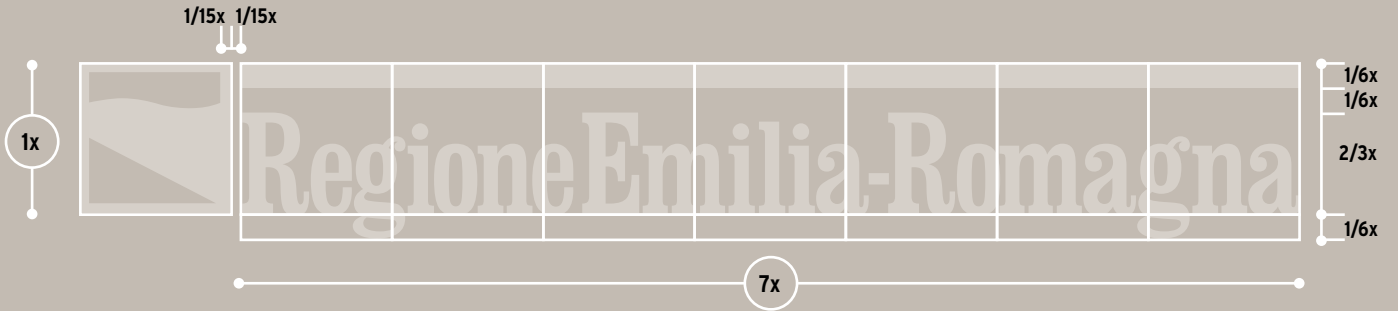
Il logotipo va posizionato alla destra dello stemma ad una distanza pari ad $1/15$ del modulo base, equivalente allo spessore del "confine" dello stemma medesimo.

Non si può:

- Alterare, deformare, distorcere le forme e le proporzioni
- Usare parti singole del marchio separate dal resto



Regione Emilia-Romagna



le **proporzioni** del marchio verticale

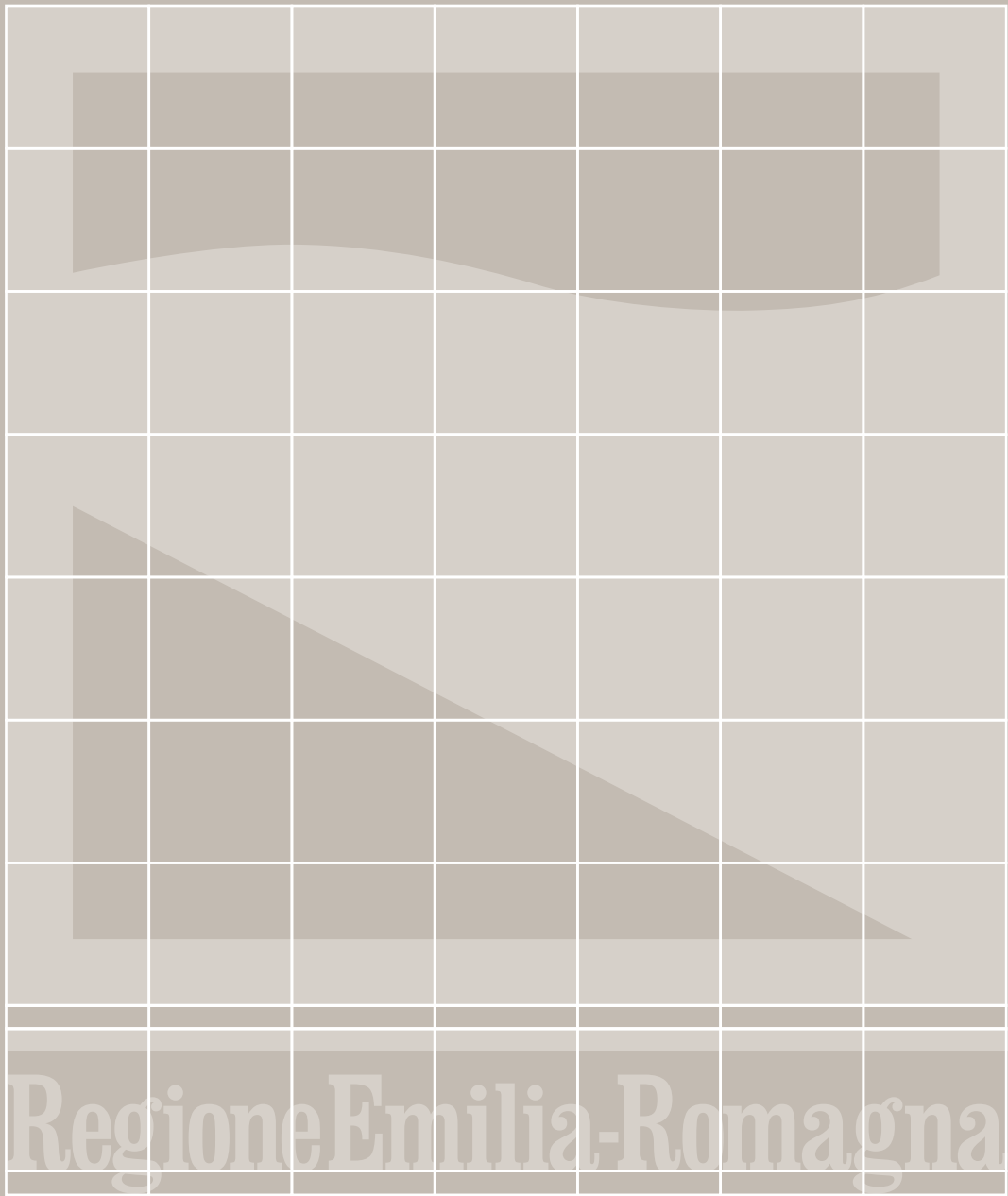
1. il modulo



Il marchio in versione verticale è formato dal posizionamento del logotipo sotto lo stemma ad una distanza pari allo spessore della barra, equivalente ad $1/6$ del modulo base.

Non si può:

- Alterare, deformare, distorcere le forme e le proporzioni
- Usare parti singole del marchio separate dal resto



1x

7x

7x

1/6x

1/6x

2/3x

1/6x

la font istituzionale

L'interstate è basato sull'alfabeto della segnaletica della Federal Highway Administration, un carattere che abbiamo assorbito viaggiando, portando una vera novità nella comunicazione immediata.

Tobias Frere-Jones ha disegnato la font originale nel 1993 e nel 1994.

Un carattere lineare, privo di grazie, costituito da linee di spessore uniforme e modulato otticamente secondo i principi base della visibilità e leggibilità. Il corpo del carattere possiede un occhio abbastanza grande e ascendenti e discendenti corte.

Nelle minuscole, dove è presente un forte andamento verticale della lettera, le finali delle aste verticali sono tagliate di 30° accentuando l'andamento pungente delle lettere.

La peculiarità dell'Interstate sta nella leggibilità, anche in corpi più piccoli.

Funziona ancora meglio su grandi formati, dove i tagli e i contrasti degli spessori scorrono uniformemente.

La famiglia completa del font è costituita da due varianti (pieno e condensed), da quattro pesi (light, regular, bold e condensed) e dalla possibilità del corsivo, che lo rendono molto versatile per la composizione di testi complessi e per usi eterogenei.

a A 1 a

Interstate

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Interstate light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Interstate italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&()*

Interstate light italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&()*

Interstate bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Interstate bold italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Interstate black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Interstate black italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Interstate condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Interstate light condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Interstate bold condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Interstate black condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

la font istituzionale **alternativa**

In alternativa alla font Interstate può essere utilizzato l'Arial, carattere presente, di default, sulle più diffuse versioni di sistemi operativi e software per videoscrittura, impaginazione e grafica.

aA1a

Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Arial italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&()*

Arial bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Arial bold italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Arial narrow

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Arial narrow italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&()*

Arial narrow bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Arial narrow bold italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Arial rounded mt bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

Arial black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!ç£%&*()

la **tavola** dei caratteri

Il font istituzionale Interstate e il font alternativo Arial, dispongono di una gamma di caratteri completa, questo consente di evitare l'uso improprio di caratteri stessi come, ad esempio, l'apostrofo per simulare l'accento delle maiuscole.

L'uso dei caratteri speciali avviene mediante combinazioni di caratteri della tastiera attivati dai tasti funzione Ctrl e Alt.

Le modalità sono differenti a seconda delle piattaforme e dei sistemi operativi adottati.

aA1a

A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O
P	Q	R	S	T	U	V	W	X	Y	Z				
a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	o
p	q	r	s	t	u	v	w	x	y	z	@			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0	+	-	/	=	√
.	,	;	:	?	!	...	«	»	“	”	'	'	_	-
()	[]	{	}	/	\	%	‰	<	>	•		
À	Á	Â	Å	Ä	Ã	Ç	È	É	Ê	Ë	Ì	Í	Î	Ï
Ñ	Ò	Ó	Ô	Ö	Õ	Ù	Ú	Û	Ü					
à	á	â	å	ä	ã	ç	è	é	ê	ë	ì	í	î	ï
ñ	ò	ó	ô	ö	õ	ù	ú	û	ü					
*	°	^	&	€	\$	£	∅	∅	¿	¡	©	®	™	®
⌕	↔	↑	→	←	↓	Æ	æ	Œ	œ	β	f	†	§	
~	^	˘	-	·	°	ˆ	”	˙	˘					

la **composizione** dei testi

Non esistono regole univoche per la composizione dei testi nelle diverse tipologie di prodotti che possono essere realizzati.

La garanzia di una buona leggibilità e quindi di una buona comprensibilità del testo, oltre che dalla semplicità del linguaggio e dalla chiarezza espositiva dei contenuti, si ottiene anche seguendo alcune semplici regole nella sua composizione:

- 1 il corpo del carattere non deve essere troppo piccolo per garantire una buona leggibilità (la misura minima ammessa è di 9 punti);
- 2 l'interlinea, di norma pari al 120% del corpo adottato, deve garantire la non sovrapposizione delle ascendenti con le discendenti;
- 3 non va ridotto eccessivamente lo spazio tra le lettere e la sillabazione dei testi non deve agire su un numero consecutivo di righe superiore a 3;
- 4 Il testo allineato a sinistra garantisce la migliore leggibilità rispettando il ritmo naturale della lettura: da sinistra a destra e dall'alto in basso;
- 5 Il testo composto ad epigrafe (allineato destra) costringe la lettura a continue interruzioni;
- 6 il testo allineato al centro non va impiegato nella composizione di testi illustrativi;
- 7 la composizione giustificata del testo, se utilizzata in colonne troppo strette produce spazi troppo larghi o troppo stretti tra le lettere e le parole rendono più difficile la lettura;
- 8 l'uso eccessivo di diversi stili o di elenchi puntati e numerati nella composizione del testo, per differenziare ed evidenziare i diversi contenuti, genera confusione nella lettura;
- 9 una giustezza (larghezza della colonna) sovradimensionata rispetto al corpo del carattere produce righe di testo eccessivamente lunghe, affaticando la lettura;
- 10 l'uso di regole di composizione particolari come rientri del testo, salto di riga ad ogni paragrafo sono ammesse se utilizzate in modo omogeneo in tutto il documento.

1

(corpo 6) At ego tibi sermone isto Milesio
 (corpo 7) At ego tibi sermone isto Milesio
 (corpo 8) At ego tibi sermone isto
 (corpo 9) At ego tibi sermone isto
 (corpo 10) At ego tibi sermone
 (corpo 11) At ego tibi sermone

2

... Aegyptiam argutia Nilotici
 calami inscriptam non spreveris
 inspicere --, figuras fortunasque
 hominum in alias imagines
 (ampresso corpo 10 interlinea 12)

... Aegyptiam argutia Nilotici
 calami inscriptam non spreveris
 inspicere --, figuras fortunasque
 hominum in alias imagines
 (non ampresso corpo 10 interlinea 9)

3

Aegyptiam argutia Nilotici calami inscriptam non spreveris inspicere --, figuras fortunasque hominum in alias imagines conversas et in se rursus mutuo nexu refectas ut mireris. Exordior. "Quis ille?" Paucis accipe. Hymettos Attica et Isthmos Ephyrea et Taenaros Spartiatica, glebae felices aeternum libris felicioribus conditae, mea vetus prosapia est; ibi linguam Atthidem primis pueritiae stipendiis merui.

9

At ego tibi sermone isto Milesio varias fabulas conseram auresque tuas benivolas lepido susurro permulceam -- modo si papyrus Aegyptiam argutia Nilotici calami inscriptam non spreveris inspicere --, figuras fortunasque hominum in alias imagines conversas et in se rursus mutuo nexu refectas ut mireris. Exordior. "Quis ille?" Paucis accipe. Hymettos Attica et Isthmos Ephyrea et Taenaros Spartiatica, glebae felices aeternum libris felicioribus conditae, mea vetus prosapia est; ibi linguam Atthidem primis pueritiae stipendiis merui. Mox in urbe Latia advena studiorum Quiritium indigenam sermonem aerumnabili labore nullo magistro praeunte aggressus excolui. En ecce praefamur veniam, siquid exotici ac forensis sermonis rudis locutor offendero. Iam haec equidem ipsa vocis immutatio desultoriae scientiae stilo quem accessimus respondet. Fabulam Graecanicam incipimus. Lector intende: laetaberis.

4

At ego tibi sermone isto Milesio varias fabulas conseram auresque tuas benivolas lepido susurro permulceam -- modo si papyrus Aegyptiam argutia Nilotici calami

5

inscriptam non spreveris inspicere --, figuras fortunasque hominum in alias imagines conversas et in se rursus mutuo nexu refectas ut mireris. Exordior. "Quis ille?" Paucis accipe.

6

Hymettos Attica et Isthmos Ephyrea et Taenaros Spartiatica, glebae felices aeternum libris felicioribus conditae, mea vetus prosapia est; ibi linguam Atthidem primis pueritiae stipendiis merui.

7

Mox in urbe Latia advena studiorum Quiritium indigenam sermonem aerumnabili labore nullo magistro praeunte aggressus excolui.
 G r a e c a n i c a m

8

At ego tibi sermone isto Milesio **varias fabulas conseram auresque tuas benivolas lepido**

susurro permulceam -- modo si papyrus Aegyptiam argutia Nilotici calami inscriptam non spreveris inspicere --, figuras fortunasque hominum in alias imagines conversas et in se rursus mutuo nexu refectas ut mireris. **EXORDIOR. "QUIS ILLE?" PAUCIS ACCIPE.** HYMETTOS ATTICA ET ISTHMOS EPHYREA ET TAENAROS SPARTIATICA, glebae felices aeternum libris felicioribus conditae, mea vetus prosapia est; **ibi linguam Atthidem primis pueritiae stipendiis merui.**

1. Mox in urbe Latia advena studiorum

a) Quiritium indigenam sermonem
 b) aerumnabili labore nullo magistro praeunte

i. aggressus excolui.

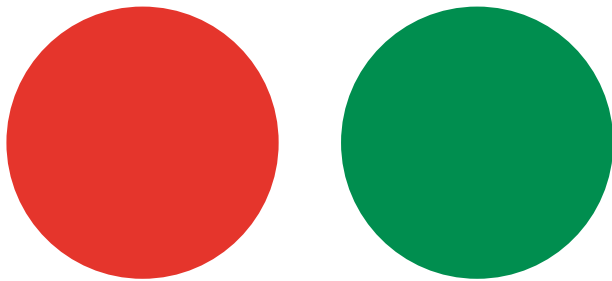
ii. en ecce praefamur

iii. veniam, siquid exotici ac

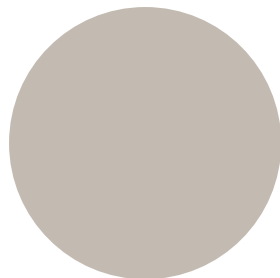
- forensis sermonis rudis locutor offendero. Iam haec
- equidem ipsa vocis immutatio desultoriae scientiae stilo quem accessimus respondet. Fabulam Graecanicam incipimus. Lector intende: laetaberis.

i colori istituzionali

1. I colori principali



2. Il colore sussidiario



I colori istituzionali della Regione Emilia-Romagna sono:

- il verde Pantone 347, utilizzato per la riproduzione dello stemma e della scritta del logotipo
- il rosso Pantone Red 032, utilizzato per la riproduzione della barra del logotipo

Viene inoltre introdotto un colore sussidiario, il grigio Pantone Warm Gray, da utilizzarsi per le riproduzioni in monocromia o in associazione ai colori istituzionali.

È consentito l'uso del colore nero, o della sua tonalità al 50%, per le riproduzioni del logo in monocromia e del colore bianco per la riproduzione in negativo.

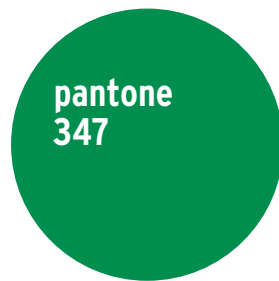


Non si può:

- Alterare, deformare, distorcere i colori
- Usare combinazioni di colori diverse da quelle previste
- Usare altri colori

i colori istituzionali | riferimenti e composizione

3. I colori principali (sistema Pantone)



Per ottenere un trattamento omogeneo nella conversione dei colori istituzionali nelle altre scale cromatiche utilizzate si forniscono le percentuali di conversione dei colori istituzionali del colore sussidiario nei sistemi CMYK e RGB ed i riferimenti per le tabelle colore web e RAL.

4. Il colore sussidiario (sistema Pantone)





Regione Emilia-Romagna

Pantone Red 032



RAL | n. 2002



RGB | web #f32837



Pantone 347



RAL | n. 6032



RGB | web #009a49



il marchio applicazioni su fondo

Il marchio della Regione Emilia-Romagna va applicato nella versione a colori su fondi di colore bianco e su fondi colorati o grigi - la cui tonalità sia equivalente ad un nero al 40%.

Su fondi grigi la cui percentuale del nero superi il 40%, su fondi neri o comunque scuri, su fondi che riproducono i colori istituzionali verde Pantone 347 o rosso Pantone Red 032 il marchio della Regione Emilia-Romagna va riprodotto in negativo.

Non si può:

- Alterare, deformare, distorcere i colori
- Usare combinazioni di colori diverse da quelle previste
- Usare altri colori

 Regione Emilia-Romagna

 Regione Emilia-Romagna

 Regione Emilia-Romagna

0-40%

 Regione Emilia-Romagna

 Regione Emilia-Romagna

>40%

 Regione Emilia-Romagna

 Regione Emilia-Romagna

il marchio applicazioni in monocromia

Per la riproduzione in monocromia le versioni ammesse sono quelle illustrate a fianco:

- nero
- nero con barra in nero al 50%
- verde Pantone 347
- rosso Pantone Red 032
- grigio Pantone Warm Gray
- outline (bianco con profilo nero)
- grigio (nero 50%)

Non si può:

- Alterare, deformare, distorcere i colori
- Usare combinazioni di colori diverse da quelle previste
- Usare altri colori

 Regione Emilia-Romagna

 Regione Emilia-Romagna nero 50%

 Regione Emilia-Romagna

 Regione Emilia-Romagna

 Regione Emilia-Romagna

 Regione Emilia-Romagna

 Regione Emilia-Romagna

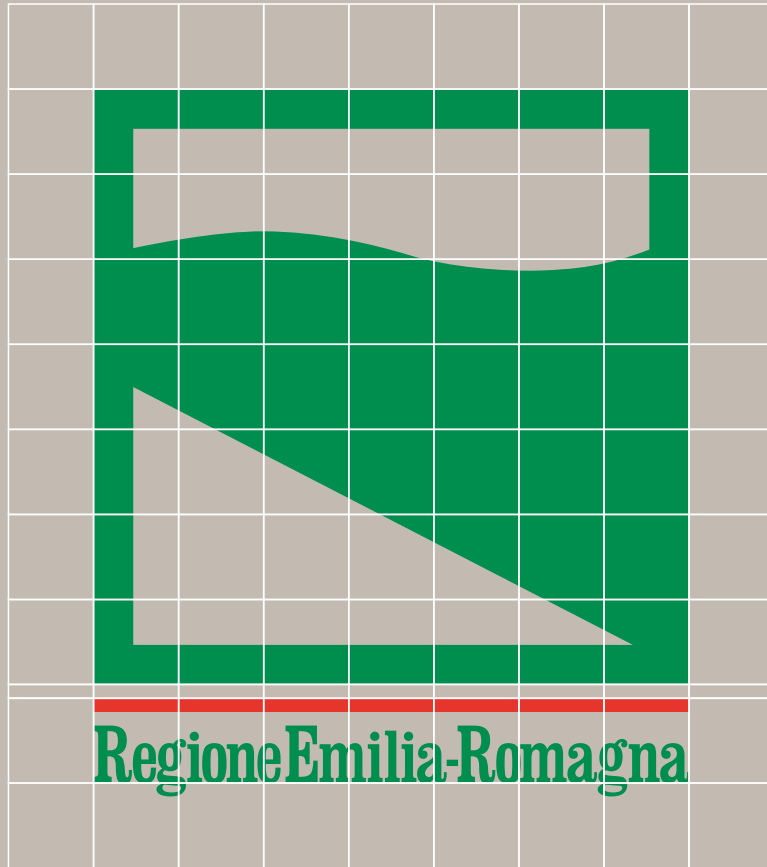
il marchio area di rispetto

Il marchio della Regione Emilia-Romagna possiede una sua area di rispetto, pari ad un modulo base. Entro tale perimetro è assolutamente vietato posizionare qualsiasi altro elemento.

L'area di rispetto consiste nella superficie libera da altri elementi che il marchio deve avere intorno, in modo da garantire sempre la massima leggibilità e visibilità.

Non si può:

- Accostare al marchio elementi all'interno della sua area di rispetto



il marchio dimensioni minime

Per garantire una corretta leggibilità del marchio nelle diverse condizioni e tipologie di impiego, vengono definite le dimensioni minime al di sotto delle quali il marchio non può essere utilizzato.

Per il marchio orizzontale:

- dimensione minima di base cm 3 per la versione a colori
- dimensione minima di base cm 2 per la versione in monocromia

Per il marchio verticale:

- dimensione minima di base cm 2 per la versione a colori
- dimensione minima di base cm 2 per la versione in monocromia

Non si può:

- Riprodurre il marchio con dimensioni inferiori a quelle minime indicate

6cm



5cm



4cm



3cm



3cm



Regione Emilia-Romagna

2cm



Regione Emilia-Romagna

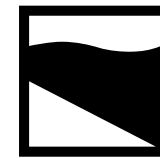
2,5cm



2cm



2cm



Regione Emilia-Romagna

il marchio applicazioni non ammesse



A puro titolo esemplificativo riportiamo alcuni esempi di applicazioni non ammesse nell'uso del marchio e nella sua riproduzione. Sulla base delle regole definite nella prima parte di questo manuale ricordiamo che non si può:

- Alterare, deformare, distorcere la forma e le proporzioni
- Usare parti singole del marchio separate dal resto
- Riprodurre il marchio da materiali non originali
- Usare delle combinazioni dei colori diverse da quelle previste
- Accostare al marchio elementi all'interno della sua area di rispetto
- Riprodurre il marchio con dimensioni inferiori a quelle minime indicate
- Usare altri colori da quelli ammessi per la riproduzione in monocromia



il marchio e **gli altri**

Progetti, servizi, istituzioni e agenzie, sono articolazioni di cui la Regione Emilia-Romagna si è dotata per conseguire in modo più efficace i propri obiettivi e le proprie finalità. Per alcuni di questi soggetti, dotati di una propria autonomia, si è ritenuto opportuno adottare marchi e/o logotipi che ne caratterizzassero l'identità e la specifica attività di comunicazione e informazione.

In questa sezione indichiamo le regole base per la loro associazione al marchio della Regione Emilia-Romagna, che deve sempre comparire nei prodotti e nelle azioni realizzate.

Con queste regole si definiscono:

1 il **posizionamento degli elementi**:

il marchio-logotipo associato è posizionato a destra del marchio della Regione Emilia-Romagna, ad una distanza minima pari a 2 moduli allineando il suo margine inferiore al margine superiore della barra rossa;

2 i **rapporti proporzionali tra gli elementi**:

i marchi e logotipi a prevalente sviluppo orizzontale occupano un'area massima di 4 moduli di base per 2 moduli di altezza;

i marchi e logotipi a prevalente sviluppo verticale o in cui le dimensioni di base e altezza si equivalgono (es logotipi a sviluppo circolare, quadrati, etc) occupano un'area di 3 moduli di base per 3 moduli di altezza.

N.B.

• I marchi e i logotipi che compaiono in questa sezione sono quelli adottati con atto esplicito della Regione. Altri marchi e logotipi, anche se già pubblicati, non possono essere utilizzati senza autorizzazione



Regione Emilia-Romagna.



Regione Emilia-Romagna.

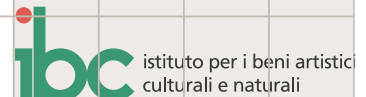
 Regione Emilia-Romagna



 Regione Emilia-Romagna



 Regione Emilia-Romagna



 Regione Emilia-Romagna



 Regione Emilia-Romagna



 Regione Emilia-Romagna



 Regione Emilia-Romagna



 Regione Emilia-Romagna



 Regione Emilia-Romagna



 Regione Emilia-Romagna



Oltre ai casi in cui è associato a marchi e logotipi di proprie articolazioni, sono frequenti i casi in cui il marchio della Regione Emilia-Romagna deve essere associato a marchi e logotipi di altre istituzioni e/o aziende.

In questi casi si applicheranno le seguenti indicazioni:

1 prodotti ed azioni realizzati dalla Regione Emilia-Romagna, ovvero di cui la Regione Emilia-Romagna è titolare.

I marchi e i logotipi associati vanno posizionati, di norma, alla destra del marchio della Regione tenendo conto dell'area di rispetto e delle altre regole di composizione del presente manuale.

Per il dimensionamento dei marchi e dei logotipi si può fare riferimento - in assenza di regole specifiche fornite dal titolare del marchio-logotipo da associare - alle indicazioni generali definite nelle pagine precedenti.

Alcuni esempi di posizionamento e dimensionamento di marchi e logotipi associati al marchio Regione Emilia-Romagna sono definiti nella sezione **applicazioni** di questo manuale;

2 prodotti ed azioni realizzati da altri soggetti, ovvero di cui la Regione Emilia-Romagna non è titolare, ma partner e/o patrocinatore.

In questi casi il marchio della Regione Emilia-Romagna potrà essere posizionato e dimensionato secondo le regole definite dal sistema di identità visiva o di immagine coordinata del soggetto titolare della comunicazione, mantenendo però inalterate le caratteristiche del marchio della Regione Emilia-Romagna per quanto riguarda:

- dimensioni minime,
- proporzionalità degli elementi,
- uso dei colori,
- area di rispetto.

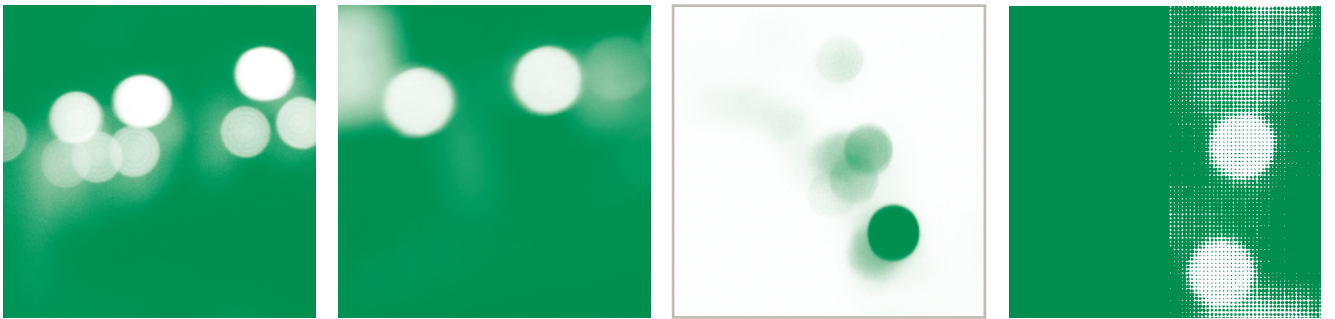
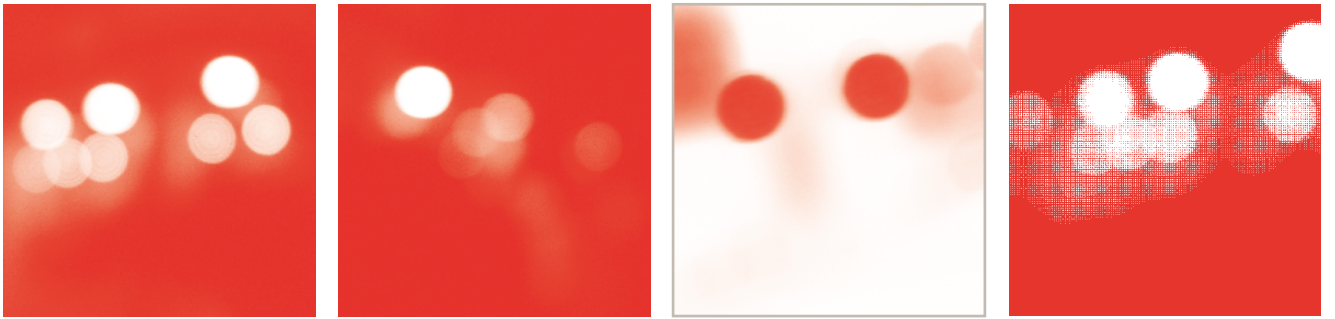
elementi di supporto **la texture**

Per rafforzare l'identità del sistema di immagine coordinata della Regione Emilia-Romagna, al marchio viene associata una texture grafica, denominata light, da utilizzare secondo le modalità illustrate nella sezione **applicazioni** del manuale.

Al pari del marchio ed in applicazione coordinata con esso, la sua funzione è garantire una migliore identificabilità dell'istituzione ed una netta percezione dell'unitarietà del sistema di immagine coordinata proposto.

La texture è un elemento grafico duttile, progettato per essere applicato dinamicamente, che consente di sviluppare la massima libertà creativa all'interno di un sistema organico di grande riconoscibilità.

Realizzata in tre varianti cromatiche, sulla base dei colori istituzionali e del colore sussidiario, può essere: utilizzata in positivo o in negativo; ridimensionata proporzionalmente; trattata con effetti.



disposizione **diciture**

Per rendere conto della struttura politica e amministrativa della Regione Emilia-Romagna, il marchio può essere associato alle denominazioni delle articolazioni in cui è organizzata l'istituzione.

La disposizione e la dimensione delle diciture sono definite in rapporto al modulo base e quindi proporzionalmente alle dimensioni del marchio stesso.

Le diciture sono, di norma, disposte al di sotto del marchio ed allineate a destra al logotipo.

Le diciture sono composte con la sola iniziale maiuscola ed il testo in "maiuscoletto".

Lo spazio destinato è pari ad un massimo di 6 moduli di base, mentre l'altezza, variabile, è di 1 o 2 moduli.

Lo spazio assegnato alle diciture è diviso, in altezza, in parti uguali corrispondenti ad 1/3 del modulo base. Questa suddivisione costituisce il riferimento per l'allineamento della base delle righe di testo.



strume

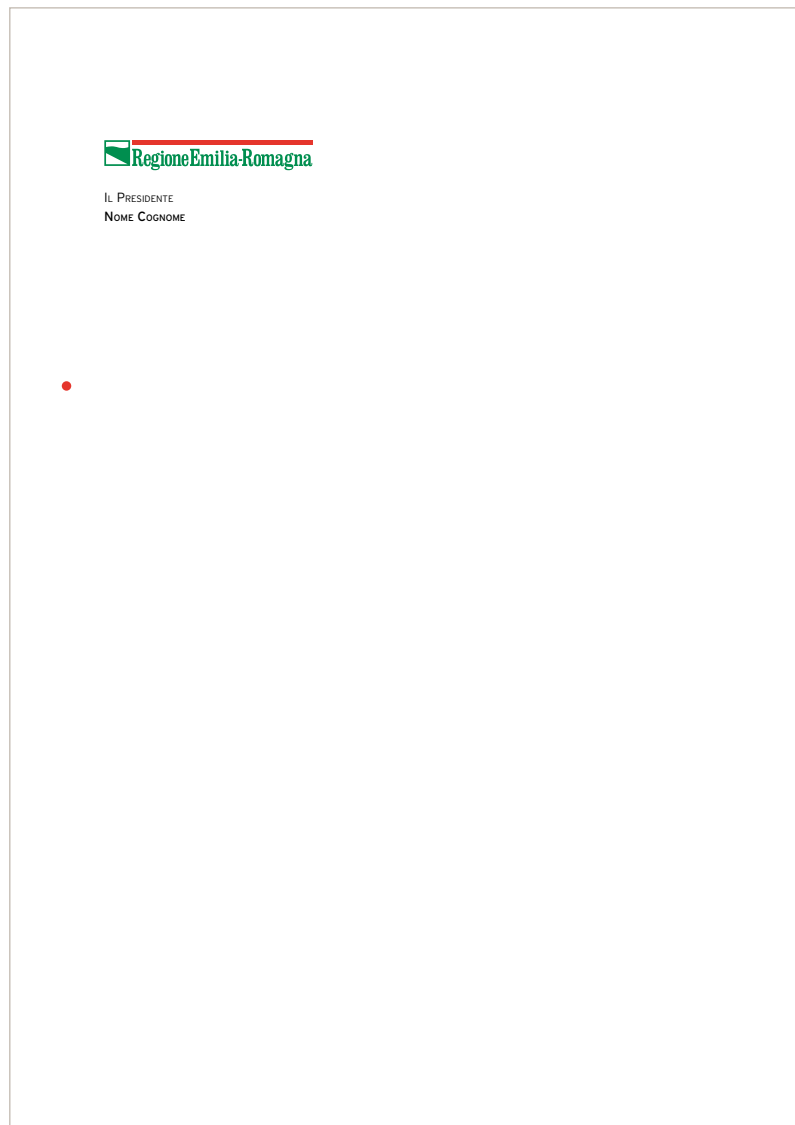
enti

il corredo **istituzionale**

Il corredo istituzionale, improntato ad uno stile sobrio e semplice, adotta i criteri e le regole già individuate per l'uso del marchio e la sua associazione ad altri elementi nell'impostazione di tutti i prodotti che sono utilizzati correntemente nell'attività dell'istituzione.

L'uso della texture grafica nelle carte da lettera è riservata alla produzione di intestati di rappresentanza delle figure istituzionali di rilievo, realizzati in stampa offset su carte di pregio.

Le indicazioni vanno rispettate sia nella stampa in offset che nella creazione di modelli elettronici da applicare ai software in uso nella Regione Emilia-Romagna.



 Regione Emilia-Romagna

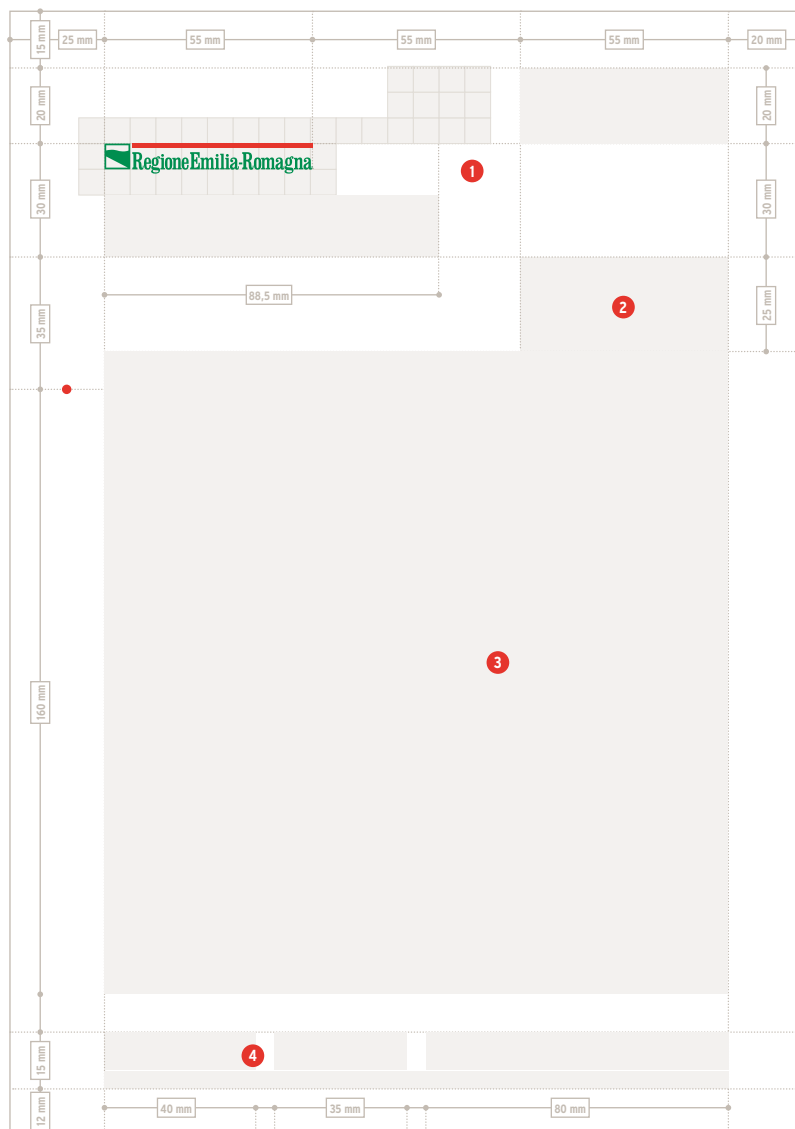
IL PRESIDENTE
NOME COGNOME

.

scala
1:2

carta intestata **quote e struttura**

La carta intestata prevede un modello unico per tutta la struttura regionale.
La sua composizione permette di rendere conto dell'articolazione della struttura organizzativa e di presentare in ordine logico il suo contenuto.



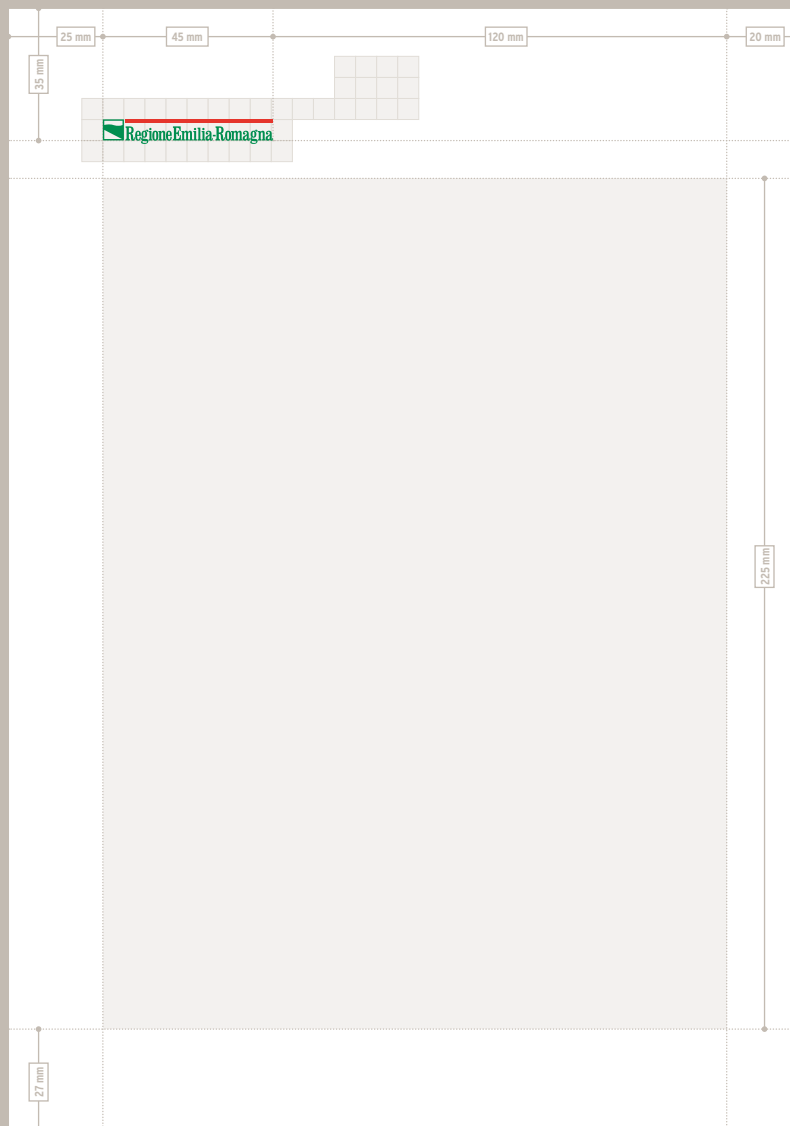
scala
1:2

seguifoglio **quote e struttura**

Si compone di:

- 1 **intestazione** con il marchio della Regione Emilia-Romagna, l'area per eventuali marchi associati; l'indicazione della struttura apicale; l'area di personalizzazione per ogni servizio e per ogni lavoratore;
- 2 **destinazione** con l'area di posizionamento dell'indirizzo;
- 3 **corpo** organizzato per data, oggetto, testo illustrativo e riferimenti per i contatti;
- 4 **tracciabilità** che è l'area in cui sono collocati i recapiti e il protocollo.

Nel seguifoglio restano il marchio della Regione Emilia-Romagna, l'eventuale marchio associato e il proseguimento del corpo.



carta intestata **composizione**

Per la composizione della lettera:

- 1 la dicitura della struttura apicale di riferimento, la personalizzazione per servizio e persona, sono composte con il font istituzionale light o regular, maiuscoletto, allineato a sinistra; per la personalizzazione il nome può essere di peso superiore (rispettivamente regular o bold); il destinatario può essere composto in maiuscoletto o alto/basso;
- 2 il corpo della lettera è composto con il font istituzionale light o regular, alto basso, allineato a sinistra o giustificato; l'oggetto della comunicazione può essere indicato utilizzando il font istituzionale di peso superiore;
- 3 l'area dei recapiti è composta con il font istituzionale, alto/basso, in colore rosso istituzionale.

	DIREZIONE GENERALE CENTRALE ORGANIZZAZIONE, PERSONALE, SISTEMI INFORMATIVI E TELEMATICA	
SERVIZIO COMUNICAZIONE, EDUCAZIONE ALLA SOSTENIBILITÀ NOME COGNOME	ENTE O AZIENDA DESTINATARIO INDIRIZZO CAP COMUNE (PROVINCIA) STATO	
Città gg mese aaaa		
• Oggetto: Apleii metamorphoses sive asinvs avrevs liber primvs		
<p>At ego tibi sermone isto Milesio varias fabulas conseram auresque tuas benivolas lepidio susurro permulceam -- modo si papyrus Aegyptiam argutia Nilotici calami inscriptam non spreveris inspicere --, figuris fortunisque hominum in alias imagines conversas et in se rursus mutuo nexu reflectas ut mireris. Exordior. "Quis ille?" Paucis accipe. Hymettos Attica et Isthmos Ephyrea et Taenaros Spartiatica, glebae felices aeternum libris felicioribus conditae, mea vetus prosapia est; ibi linguam Atthidem primis pueritiae stipendiis merui. Mox in urbe Latia advena studiorum Quiritium indigenam sermonem aerumnabili labore nullo magistro praeunte aggressus excolui. En ecce praefamur veniam, siquid exotici ac forensis sermonis rudis locutor offendero. Iam haec equidem ipsa vocis immutatio desultoriae scientiae stilo quem accessimus respondet. Fabulam Graecanicam incipimus. Lector intende: laetaberis.</p> <p>Thessaliam -- nam et illic originis maternae nostrae fundamenta a Plutarcho illo inculto ac mox Sexto philosopho nepote eius prodita gloriam nobis faciunt -- eam Thessaliam ex negotio petebam. Postquam ardua montium ac lubrica vallium et roscida cespitum et glebosa camporum emersi, in equo indigena peralbo vehens iam eo quoque admodum fesso, ut ipse etiam fatigationem sedentariam incessu vegetatione discuterem in pedes desilio, equi sudorem, frontem curiose exfrico, auris remulceo, frenos detraho, in gradum lenem sensim proveho, quoad lassitudinis incommodum alvi solitum ac naturale praesidium eliquaret. Ac dum is tentaculum ambulatorium prata quae praeterit ore in latus detorto pronus adfectat, duobus comitum qui forte paululum processerant tertium me facio. Ac dum ausculto quid sermonibus agitent, alter exerto cachinno: "Parce" inquit "in verba ista haec tam absurda tamque immania mentiendo." Isto accepto sitior alioquin novitatis: "Immo vero" inquam "impertite sermonem non quidem curiosum sed qui velim scire vel cuncta vel certe plurima; simul iugi quod insurgimus aspritudinem fabularum lepida iucunditas levigabit."</p> <p>At ille qui coeperat: "Ne" inquit "istud mendacium tam verum est quam siqui velit dicere magico susurramine amnes agiles reverti, mare pigrum conligari, ventos inanimis expirare, solem inhiberi, lunam despumari, stellas evelli, diem tolli, noctem teneri." Tunc ego in verba fidentior: "Heus tu" inquam "qui sermonem icceras priorem, ne pigeat te vel taedeat reliqua pertexere", et ad alium: "Tu vero crassus et obstinato corde respuis quae forsitan vere perhibeantur. Minus hercule calles pravisimis opinionibus ea putari mendacia quae vel auditu nova vel visu rudia vel certe supra captum cogitationis ardua videantur; quae si paulo accuratius exploraris, non modo compertu evidentia verum etiam factu facilia senties.</p> <p>Ego denique vespera, dum polentae caseatae modico secus offulam grandiozem in convivis aemulus concurrare gestio, mollitie cibi glutinosi faucibus inhaerentis et meacula spiritus distinentis minimo minus interii. Et tamen Athenis proxime et ante Poecilien porticum isto gemino obtutu circulatorum aspexi</p>		
Viale Silvani, 4/3 40122 Bologna Italy	Tel. +39 051 284646 Fax +39 051 284472	servcomunicazione@regione.emilia-romagna.it www.regione.emilia-romagna.it
a uso interno: DP / / Classif. Fasc. ANNO NUM SUB		

equestrem spatham praeacutam mucrone infesto devorasse, ac mox eundem, invitamento exiquae stips venatoriam lanceam, qua parte minatur exitium, in ima viscera condidisse. Et ecce pone lanceae ferrum, qua bacillum inversi teli ad occipitium per ingluviem subit, puer in mollitiem decorus insurgit inque flexibus tortuosus enervam et exossam saltationem explicat cum omnium qui aderamus admiratione: diceret dei medici baculo, quod ramis semiamputatis nodosum gerit, serpentem generosum lubricis amplexibus inhaerere. Sed iam cedo tu sodes, qui coeperas, fabulam remetire. Ego tibi solus haec pro isto credam, et quod ingressui primum fuerit stabulum prandio participabo. Haec tibi merces posita est."

At ille: "Istud quidem quod polliceris aequi bonique facio, verum quod inchoaveram porro exordiar. Sed tibi prius deierabo solem istum omnividentem deum me vera comperta memorare, nec vos ulterius dubitabitis si Thessaliae proximam civitatem perveneritis, quod ibidem passim per ora populi sermo iactetur quae palam gesta sunt. Sed ut prius noritis cuiatis sim, qui sim: , Aegiensis; audite et quo quaestu me teneam: melle vel caseo et huiusce modi cauponarum mercibus per Thessaliam Aetoliam Boeotiam ultro citro discurrens. Comperito itaque Hypatae, quae civitas cunctae Thessaliae antepollet, caseum recens et sciti saporis admodum commodum pretio distrahi, festinus adcurri id omne praestinaturus. Sed ut fieri adsolet, sinistro pede profectum me spes compendii frustrata est: omne enim pridie Lupus negotiator magnarius coemerat. Ergo igitur inefficaci celeritate fatigatus commodum vespera oriente ad balneas processeram.

Ecce Socraten contubernalem meum conspicio. Humi sedebat scissili palliastro semiamictus, paene alius lurore ad miseram maciem deformatus, qualia solent fortunae decermina stipes in trivius erogare. Hunc talem, quamquam necessarium et summe cognitum, tamen dubia mente propius accessi. "Hem," inquam "mi Socrates, quid istud? Quae facies? Quod flagitium? At vero domi tuae iam defietus et conclamatus es, liberis tuis tutores iuridici provincialis decreto dati, uxor persolutis feralibus officiis luctu et maerore diuturno deformata, diffletis paene ad extremam captivitatem oculis suis, domus infortunium novarum nuptiarum gaudiis a suis sibi parentibus hilarare compellitur. At tu hic larvae simulacrum cum summo decore nostro viseris." "Aristomene", inquit "ne tu fortunarum lubricas ambages et instabiles incursiones et reciprocas vicissitudines ignoras", et cum dicto sutili centunculo faciem suam iam dudum punicanter prae pudore obtexit ita ut ab umbilico pube tenus cetera corporis renudaret. Nec denique perpressus ego tam miserum aerumnae spectaculum iniecta manu ut adsurgat enitor.

At ille, ut erat, capite velato: "Sine, sine" inquit "fruatut diutius tropaeo Fortuna quod fixit ipsa." Effeci sequatur, et simul unam e duabus lacinis meis exuo eumque prope vestio dicam an contego et illico lavacro trado, quod unctui, quod tersui, ipse praeministro, sordium enormem eluviem operose effrico, probe curato ad hospitium lassus ipse fatigatum aegerrime sustinens perduco, lectulo refoveo, cibo satio, poculo mitigo, fabulis permulceo. Iam adlubentia proclivis est sermonis et ioci et scitum etiam cavillum, iam dicacitas timida, cum ille imo de pectore cruciabilem suspirium ducens dextra saevientem frontem replaudens: "Me miserum" inquit "qui dum voluptatem gladiatorii spectaculi satis famigerabilis consector in has aerumnas incidi. Nam, ut scis optime, secundum quaestum Macedoniam profectus, dum mense decimo ibidem attentus nummator revortor, modico prius quam Larissam accederem, per transitum spectaculum obiturus in quadam avia et lacunosa convalli a vastissimis latronibus obsessus atque omnibus privatus tandem evado, et utpote ultime adfectus ad quandam cauponam Meroën, anum sed admodum scitulum, devorto, eique causas et peregrinationis diuturnae et domitionis anxiae et spoliationis [diuturnae et dum] miserae refero; quae me nimis quam humane tractare adorta cenae gratiae atque gratuitae ac mox origine percita cubili suo adplicat. Et statim miser, ut cum illa adqueivi, ab unico congressu annosam ac pestilentem con contraho et ipsas etiam lacinias quas boni latrones contegendo mihi concesserant in eam contuli, operulas etiam quas adhuc vegetus saccariam faciens merebam, quoad me ad istam faciem quam paulo ante vidisti bona uxor et mala fortuna perduxit."

carta intestata a doppio marchio



AGENZIA REGIONALE
PER LO SVILUPPO DEI MERCATI TELEMATICI
INTERCENTER-ER

IL DIRETTORE
NOME COGNOME

ENTE O AZIENDA
DESTINATARIO
INDIRIZZO
CAP COMUNE (PROVINCIA)
STATO

Città gg mese aaaa

Oggetto: Apleii metamorphoses sive asinvs avrevs
liber primvs

At ego tibi sermone isto Milesio varias fabulas conseram auresque tuas benivolas lepido susurro permulceam -- modo si papyrum Aegyptiam argutia Nilotici calami inscriptam non spreveris inspicere --, figuras fortunasque hominum in alias imagines conversas et in se rursus mutuo nexu reflectas ut mireris. Exordior. "Quis ille?" Paucis accipe. Hymettos Attica et Isthmos Ephyrea et Taenaros Spartiatica, glebae felices aeternum libris felicioribus conditae, mea vetus prosapia est; ibi linguam Atthidem primis pueritiae stipendiis merui. Mox in urbe Latia advena studiorum Quiritium indigenam sermonem aerumnabili labore nullo magistro praeunte aggressus excolui. En ecce praefamur veniam, siquid exotici ac forensis sermonis rudis locutor offendero. Iam haec equidem ipsa vocis immutatio desultoriae scientiae stilo quem accessimus respondet. Fabulam Graecanicam incipimus. Lector intende: laetaberis.

Thessaliam -- nam et illic originis maternae nostrae fundamenta a Plutarcho illo inculto ac mox Sexto philosopho nepote eius prodita gloriam nobis faciunt -- eam Thessaliam ex negotio petebam. Postquam ardua montium ac lubrica vallium et roscida cespitum et glebosa camporum emersi, in equo indigena peralbo vehens iam eo quoque admodum fesso, ut ipse etiam fatigationem sedentariam incessu vegetatiōe discuterem in pedes desilio, equi sudorem, frontem curiose exfrico, auris remulceo, frenos detraho, in gradum lenem sensim proveho, quoad lassitudinis incommodum alvi solitum ac naturale praesidium eliquaret. Ac dum is tentaculum ambulatorium prata quae praeterit ore in latum detorto pronus adfectat, duobus comitum qui forte paululum processerant tertium me facio. Ac dum ausculto quid sermonibus agitent, alter exerto cachinno: "Parce" inquit "in verba ista haec tam absurda tamque immania mentiendo." Isto accepto sitior alioquin novitatis: "Immo vero" inquam "impertite sermonem non quidem curiosum sed qui velim scire vel cuncta vel certe plurima; simul iugi quod insurgimus aspritudinem fabularum lepida iucunditas levigabit."

At ille qui coeperat: "Ne" inquit "istud mendacium tam verum est quam siqui velit dicere magico susurramine amnes agiles reverti, mare pigrum conligari, ventos inanes expirare, solem inhiberi, lunam despumari, stellas evelli, diem tolli, noctem teneri." Tunc ego in verba fidentior: "Heus tu" inquam "qui sermonem ieceris priorem, ne pigeat te vel taedeat reliqua pertexere", et ad alium: "Tu vero crassus et obstinato corde respuis quae forsitan vere perhibeantur. Minus hercule calles pravissimis opinionibus ea putari mendacia quae vel auditu nova vel visu rudia vel certe supra captum cogitationis ardua videantur; quae si paulo accuratius exploraris, non modo compertu evidentia verum etiam factu facilia senties.

Ego denique vespera, dum polentae caseatae modico secus offulam grandiozem in convivas aemulus concunare gestio, mollitiae cibi glutinosi faucibus inhaerentis et meacula spiritus distinentis minimo minus interii. Et tamen Athenis proxime et ante Poecilien porticum isto gemino obtutu circulatorum aspexi

Viale Aldo Moro, 38
40127 Bologna | Italy

Tel. +39 051 1234567
Fax +39 051 1234567

intercenter@regione.emilia-romagna.it
www.intercenter.it

a uso interno: DP / / Classif. | | | | | | | | | | Fasc. | ANNO | NUM | SUB

equestrem spatham praeacutam mucrone infesto devorasse, ac mox eundem, invitamento exiquae stips venatoriam lanceam, qua parte minatur exitium, in ima viscera condidisse. Et ecce pone lanceae ferrum, qua bacillum inversi teli ad occipitum per ingluviem subit, puer in mollitiem decorus insurgit inque flexibus tortuosus enervam et exossam saltationem explicat cum omnium qui aderamus admiratione: diceret dei medici baculo, quod ramis semiamputatis nodosum gerit, serpentem generosum lubricis amplexibus inhaerere. Sed iam cedo tu sodes, qui coeperas, fabulam remetire. Ego tibi solus haec pro isto credam, et quod ingressui primum fuerit stabulum prandio participabo. Haec tibi merces posita est."

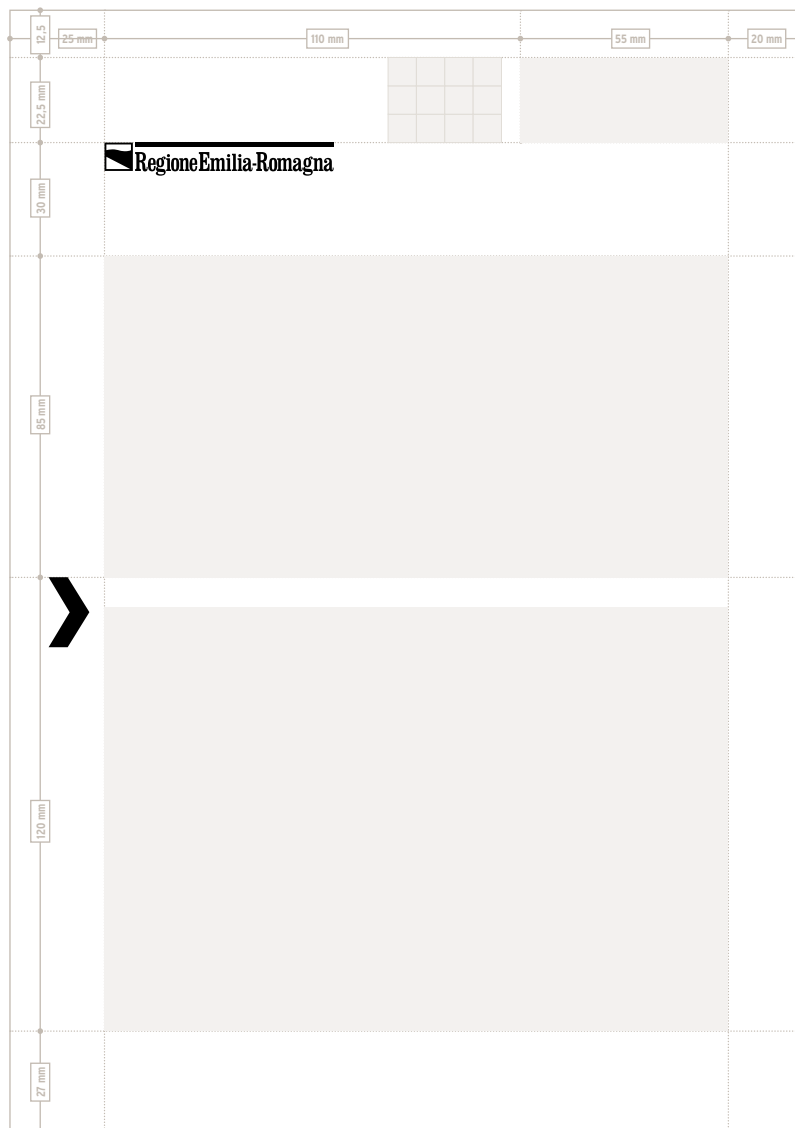
At ille: "Istud quidem quod polliceris aequi bonique facio, verum quod inchoaveram porro exordiar. Sed tibi prius deierabo solem istum omnividentem deum me vera comperta memorare, nec vos ulterius dubitabitis si Thessaliae proximam civitatem perveneritis, quod ibidem passim per ora populi sermo iactetur quae palam gesta sunt. Sed ut prius noritis cuiatis sim, qui sim: , Aegiensis; audite et quo quaestu me teneam: melle vel caseo et huiusce modi cauponarum mercibus per Thessaliam Aetoliam Boeotiam ultro citro discurrens. Comperito itaque Hypatae, quae civitas cunctae Thessaliae antepollet, caseum recens et sciti saporis admodum commodo pretio distrahi, festinus adcurri id omne praestinaturus. Sed ut fieri adsolet, sinistro pede profectum me spes compendii frustrata est: omne enim pridie Lupus negotiator magnarius coemerat. Ergo igitur inefficaci celeritate fatigatus commodum vespera oriente ad balneas processeram.

Ecce Socraten contubernalem meum conspicio. Humi sedebat scissili palliastro semiamictus, paene alius lurore ad miseram maciem deformatus, qualia solent fortunae decernina stipes in trivius erogare. Hunc talem, quamquam necessarium et summe cognitum, tamen dubia mente propius accessi. "Hem," inquam "mi Socrates, quid istud? Quae facies? Quod flagitium? At vero domi tuae iam defietus et conclamatus es, liberis tuis tutores iuridici provincialis decreto dati, uxor persolutis feralibus officiis luctu et maerore diuturno deformati, diffietis paene ad extremam captivitatem oculis suis, domus infortunium novarum nuptiarum gaudiis a suis sibi parentibus hilarare compellitur. At tu hic larvae simulacrum cum summo decore nostro viseris." "Aristomene", inquit "ne tu fortunarum lubricas ambages et instabiles incursiones et reciprocas vicissitudines ignoras", et cum dicto sutilli centunculo faciem suam iam dudum punicanter prae pudore obtexit ita ut ab umbilico pube tenus cetera corporis renudaret. Nec denique perpressus ego tam miserum aerumnae spectaculum iniecta manu ut adsurgat enitor.

At ille, ut erat, capite velato: "Sine, sine" inquit "fruatut diutius tropaeo Fortuna quod fixit ipsa." Effeci sequatur, et simul unam e duabus lacinis meis exuo eumque propere vestio dicam an contego et illico lavacro trado, quod unctui, quod tersui, ipse praeministro, sordium enormem eluviem operose effrico, probe curato ad hospitium lassus ipse fatigatum aegerrime sustinens perduco, lectulo refoveo, cibo satio, poculo mitigo, fabulis permulceo. Iam adlubentia proclivis est sermonis et ioci et scitum etiam cavillum, iam dicacitas timida, cum ille imo de pectore cruciabilem suspirium ducens dextra saevientem frontem replaudens: "Me miserum" inquit "qui dum voluptatem gladiatorii spectaculi satis famigerabilis consector in has aerumnas incidi. Nam, ut scis optime, secundum quaestum Macedoniam profectus, dum mense decimo ibidem attentus nummator revortor, modico prius quam Larissam accederem, per transitum spectaculum obiturus in quadam avia et lacunosa convalli a vastissimis latronibus obsessus atque omnibus privatus tandem evado, et utpote ultime adfectus ad quandam cauponam Meroën, anum sed admodum scitulum, devorto, eique causas et peregrinationis diuturnae et domitionis anxiae et spoliationis [diuturnae et dum] miserae refero; quae me nimis quam humane tractare adorta cenae gratiae atque gratuita ac mox origine percita cubili suo adplicat. Et statim miser, ut cum illa adqueivi, ab unico congressu annosam ac pestilentem con contraho et ipsas etiam lacinias quas boni latrones contegendo mihi concesserant in eam contuli, operulas etiam quas adhuc vegetus saccariam faciens merebam, quoad me ad istam faciem quam paulo ante vidisti bona uxor et mala fortuna perduxit."

foglio fax

Il foglio fax è predisposto sia come modello elettronico per la compilazione in videoscrittura, sia nella versione a stampa.





data 12 gennaio 2008
oggetto At ego tibi sermone isto Milesio varias fabulas conseram auresque tuas benivolas
lepido susurro permulceam -- modo si papyrum Aegyptiam argutia

a Mario Rossi
fax +39 051 1234567

da Giuseppe Verdi - Servizio comunicazione, educazione alla sostenibilità
tel +39 051 1234567
fax +39 051 12345678
mail gverdi@regione.emilia-romagna.it

pagine 12 (compresa questa)



At ego tibi sermone isto Milesio varias fabulas conseram auresque tuas benivolas lepido susurro permulceam -- modo si papyrum Aegyptiam argutia Nilotici calami inscriptam non spreveris inspicer --, figuras fortunasque hominum in alias imagines conversas et in se rursus mutuo nexu refectas ut mireris. Exordior. "Quis ille?" Paucis accipe. Hymettos Attica et Isthmos Ephyrea et Taenaros Spartiatica, glebae felices aeternum libris felicioribus conditae, mea vetus prosapia est; ibi linguam Atthidem primis pueritiae stipendiis merui. Mox in urbe Latia advena studiorum Quiritium indigenam sermonem aerumnabili labore nullo magistro praeunte aggressus excolui. En ecce praefamur veniam, siquid exotici ac forensis sermonis rudis locutor offendero. Iam haec equidem ipsa vocis immutatio desultoriae scientiae stilo quem accessimus respondet. Fabulam Graecanicam incipimus. Lector intende: laetaberis.

Thessaliam -- nam et illic originis maternae nostrae fundamenta a Plutarcho illo inclito ac mox Sexto philosopho nepote eius prodita gloriam nobis faciunt -- eam Thessaliam ex negotio petebam. Postquam ardua montium ac lubrica vallium et roscida cespitum et glebosa camporum emersi, in equo indigena peralbo vehens iam eo quoque admodum fesso, ut ipse etiam fatigationem sedentariam incessu vegetatione discuterem in pedes desilio, equi sudorem, frontem curiose exfrico, auris remulceo, frenos detraho, in gradum lenem sensim proveho, quoad lassitudinis incommodum alvi solitum ac naturale praesidium eliquaret. Ac dum is ientaculum ambulatorium prata quae praeterit ore in latus detorto pronus adfectat, duobus comitum qui forte paululum processerant tertium me facio. Ac dum ausculto quid sermonibus agitent, alter exserto cachinno: "Parce" inquit "in verba ista haec tam absurda tamque immania mentiendo." Isto accepto sitiior alioquin novitatis: "Immo vero" inquam "impertite sermonem non quidem curiosum sed qui velim scire vel cuncta vel certe plurima; simul iugi quod insurgimus aspritudinem fabularum lepida iucunditas levigabit."

data 12 gennaio 2008
oggetto At ego tibi sermone isto Milesio varias fabulas conseram auresque tuas benivolas
lepido susurro permulceam -- modo si papyrum Aegyptiam argutia

a Mario Rossi
fax +39 051 1234567

da Giuseppe Verdi - Servizio comunicazione, educazione alla sostenibilità
tel +39 051 1234567
fax +39 051 12345678
mail gverdi@regione.emilia-romagna.it

pagine 12 (compresa questa)



At ego tibi sermone isto Milesio varias fabulas conseram auresque tuas benivolas lepido susurro permulceam -- modo si papyrum Aegyptiam argutia Nilotici calami inscriptam non spreveris inspicer --, figuras fortunasque hominum in alias imagines conversas et in se rursus mutuo nexu refectas ut mireris. Exordior. "Quis ille?" Paucis accipe. Hymettos Attica et Isthmos Ephyrea et Taenaros Spartiatica, glebae felices aeternum libris felicioribus conditae, mea vetus prosapia est; ibi linguam Atthidem primis pueritiae stipendiis merui. Mox in urbe Latia advena studiorum Quiritium indigenam sermonem aerumnabili labore nullo magistro praeunte aggressus excolui. En ecce praefamur veniam, siquid exotici ac forensis sermonis rudis locutor offendero. Iam haec equidem ipsa vocis immutatio desultoriae scientiae stilo quem accessimus respondet. Fabulam Graecanicam incipimus. Lector intende: laetaberis.

Thessaliam -- nam et illic originis maternae nostrae fundamenta a Plutarcho illo inclito ac mox Sexto philosopho nepote eius prodita gloriam nobis faciunt -- eam Thessaliam ex negotio petebam. Postquam ardua montium ac lubrica vallium et roscida cespitum et glebosa camporum emersi, in equo indigena peralbo vehens iam eo quoque admodum fesso, ut ipse etiam fatigationem sedentariam incessu vegetione discuterem in pedes desilio, equi sudorem, frontem curiose exfrico, auris remulceo, frenos detraho, in gradum lenem sensim proveho, quoad lassitudinis incommodum alvi solitum ac naturale praesidium eliquaret. Ac dum is ientaculum ambulatorium prata quae praeterit ore in latum detorto pronus adfectat, duobus comitum qui forte paululum processerant tertium me facio. Ac dum ausculto quid sermonibus agitent, alter exserto cachinno: "Parce" inquit "in verba ista haec tam absurda tamque immania mentiendo." Isto accepto sitiore alioquin novitatis: "Immo vero" inquam "impertite sermonem non quidem curiosum sed qui velim scire vel cuncta vel certe plurima; simul iugi quod insurgimus aspritudinem fabularum lepida iucunditas levigabit."

biglietti da visita

I biglietti da visita sono stampati a colori su carte lisce di grammatura adeguata, la texture grafica è applicata nel retro con libertà di scelta della variante cromatica da applicare.

Le medesime indicazioni si applicano anche al cartoncino da visita.





Mario Rossi
DIRETTORE

mrossi@regione.emilia-romagna.it
intercenter@regione.emilia-romagna.it



AGENZIA REGIONALE PER LO
SVILUPPO DEI MERCATI TELEMATICI
INTERCENT-ER

Viale Aldo Moro, 38
40127 Bologna (Italy)
Tel. +39 051 1234567
fax +39 051 1234567



Mario Rossi
DIRETTORE

mrossi@regione.emilia-romagna.it
intercenter@regione.emilia-romagna.it

AGENZIA REGIONALE PER LO
SVILUPPO DEI MERCATI TELEMATICI
INTERCENT-ER

Viale Aldo Moro, 38
40127 Bologna (Italy)
Tel. +39 051 1234567
fax +39 051 1234567



Maria Franca Rosa
RESPONSABILE SVILUPPO

mrosa@regione.emilia-romagna.it
lepida@regione.emilia-romagna.it



RETE A BANDA LARGA DELLE
PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI
DELL'EMILIA-ROMAGNA

Viale Aldo Moro, 18
40127 Bologna (Italy)
Tel. +39 051 1234567
fax +39 051 1234567



Maria Franca Rosa
RESPONSABILE SVILUPPO

mrosa@regione.emilia-romagna.it
lepida@regione.emilia-romagna.it

RETE A BANDA LARGA DELLE
PUBBLICHE AMMINISTRAZIONI
DELL'EMILIA-ROMAGNA

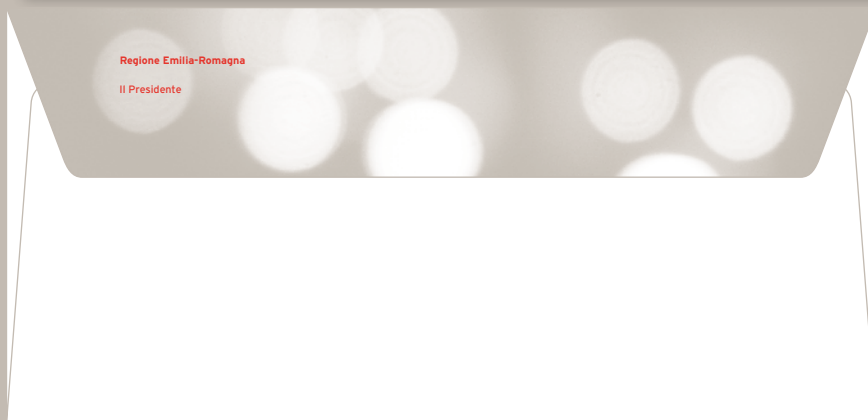
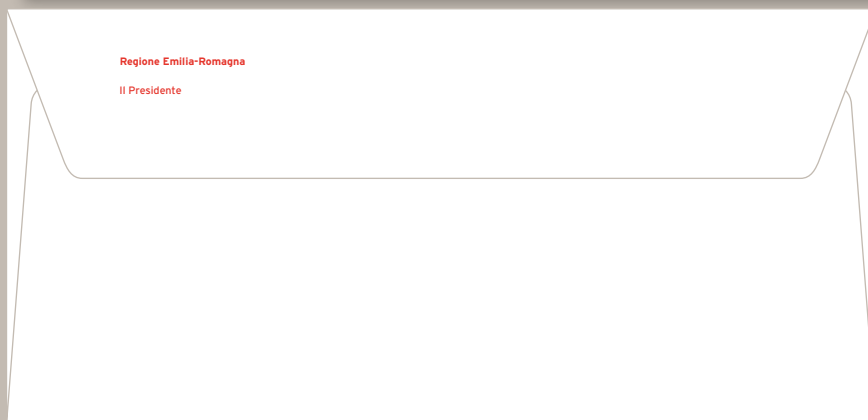
Viale Aldo Moro, 18
40127 Bologna (Italy)
Tel. +39 051 1234567
fax +39 051 1234567

buste

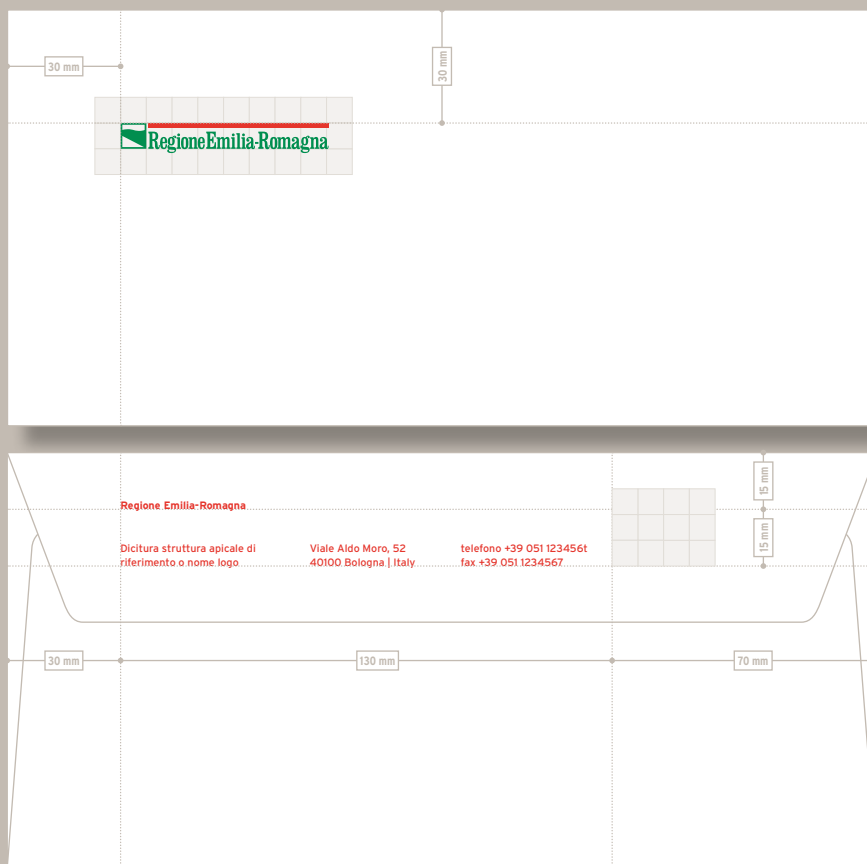
Anche per le buste, che completano la linea degli intestati, sono previsti un modello base declinabile per dare conto dell'articolazione organizzativa e la variante con texture riservata agli intestati di rappresentanza.

Possano essere prodotte a colori o in monocromia.

I recapiti e l'eventuale marchio associato sono posizionati sulla patella di chiusura.



buste americane



scala
1:2



Regione Emilia-Romagna

Assessorato
politiche per la salute

Viale Aldo Moro, 52
40122 Bologna | Italy

telefono +39 051 1234561
fax +39 051 1234567

Regione Emilia-Romagna

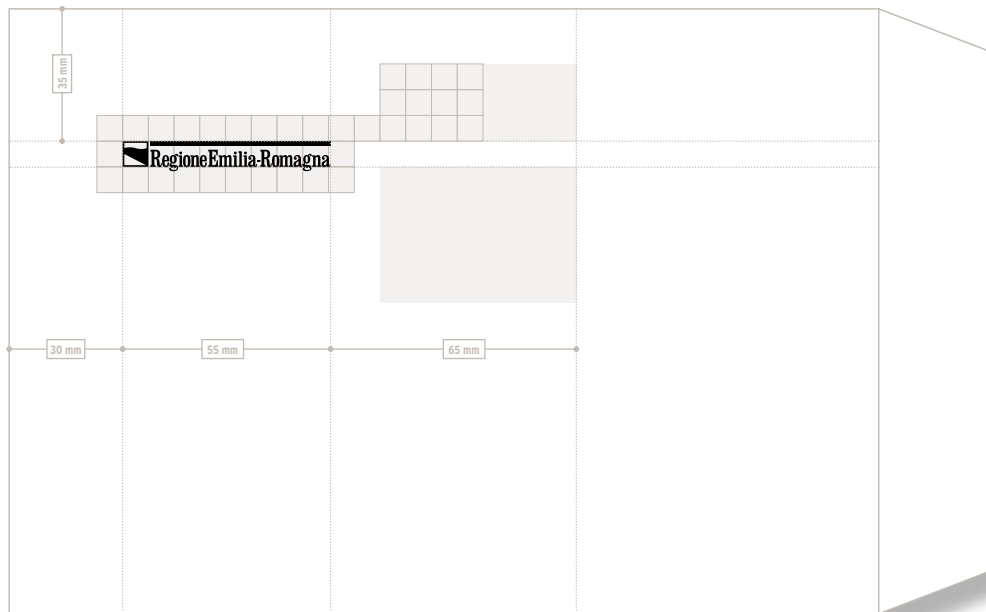
Azienda regionale per la
promozione dei mercati telematici
Intercent-ER

Viale Aldo Moro, 52
40100 Bologna | Italy

telefono +39 051 1234561
fax +39 051 1234567



buste a sacco



 Regione Emilia-Romagna

Assessorato sicurezza territoriale
difesa del suolo e della costa
protezione civile

Via dei Mille, 21
40121 Bologna (Italy)
Tel. +39 051 1234567
fax +39 051 1234567

 Regione Emilia-Romagna

Levia
La rete telematica regionale

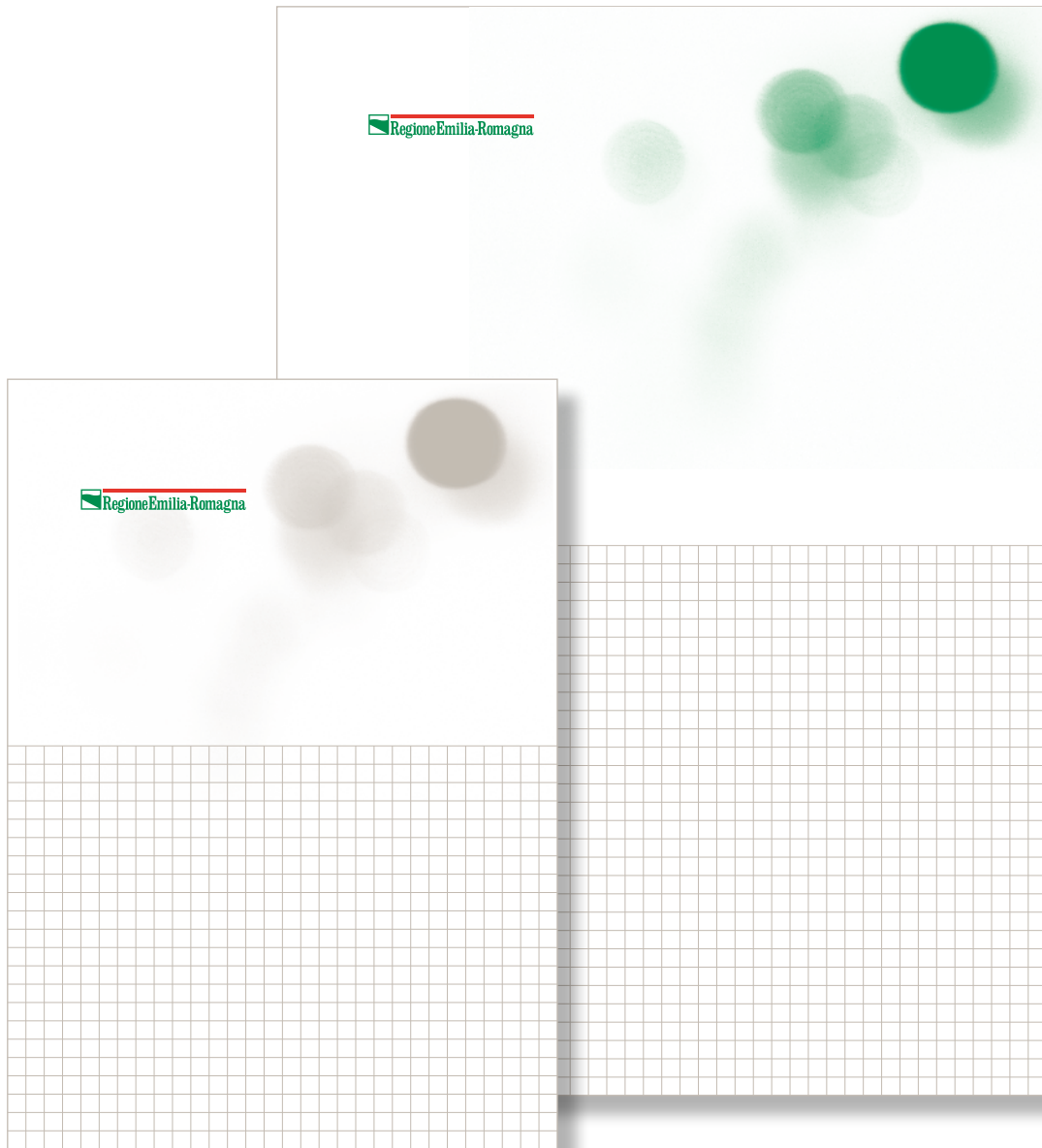
Rete a banda larga
delle pubbliche amministrazioni
dell'Emilia-Romagna

Viale Aldo Moro, 181
40127 Bologna (Italy)
Tel. +39 051 1234567
fax +39 051 1234567

buste cartoncino da visita



blocco appunti

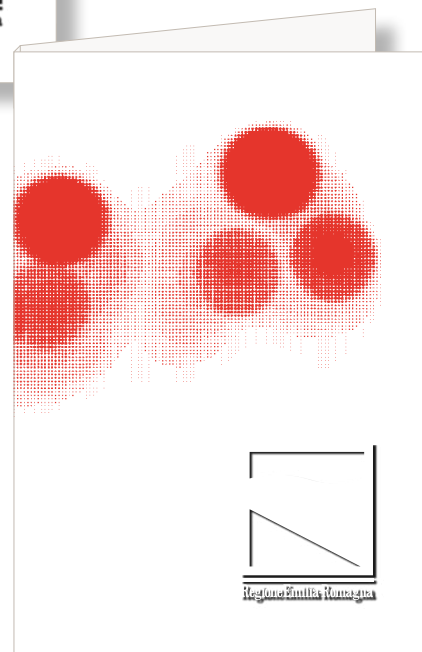
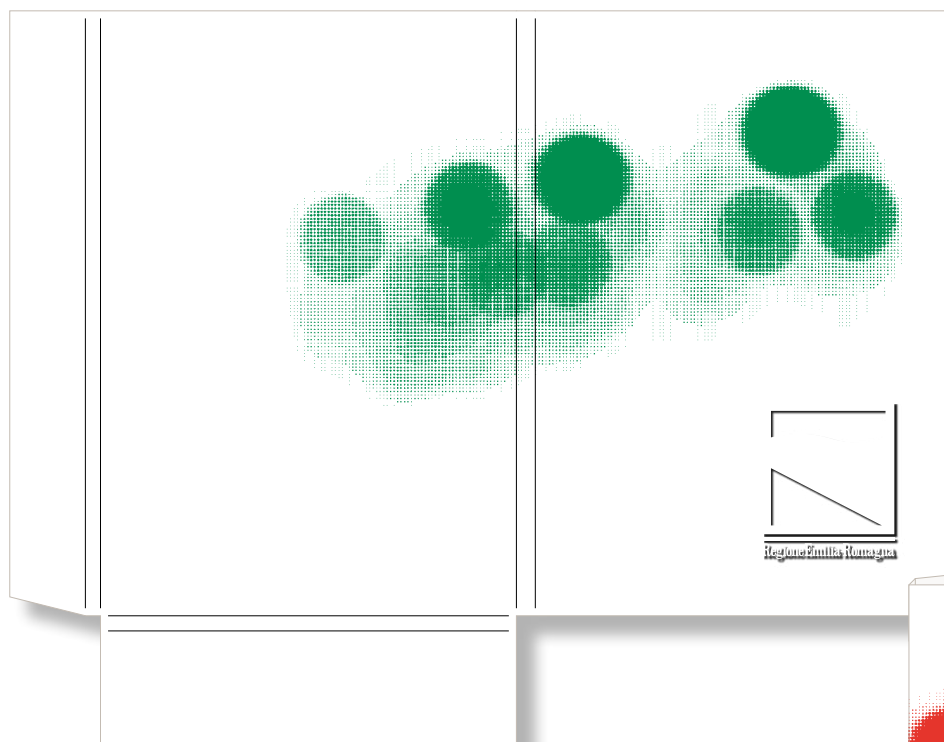


scala
1:2

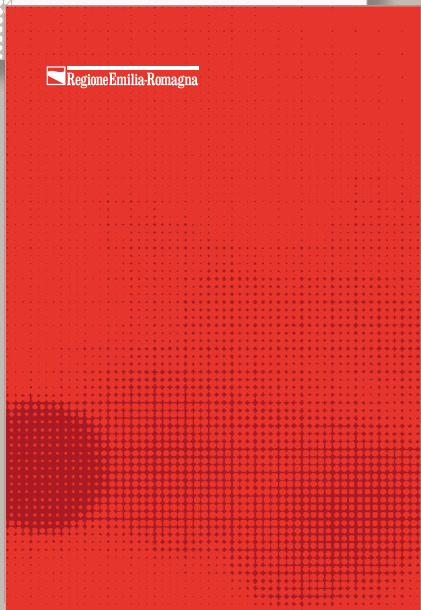
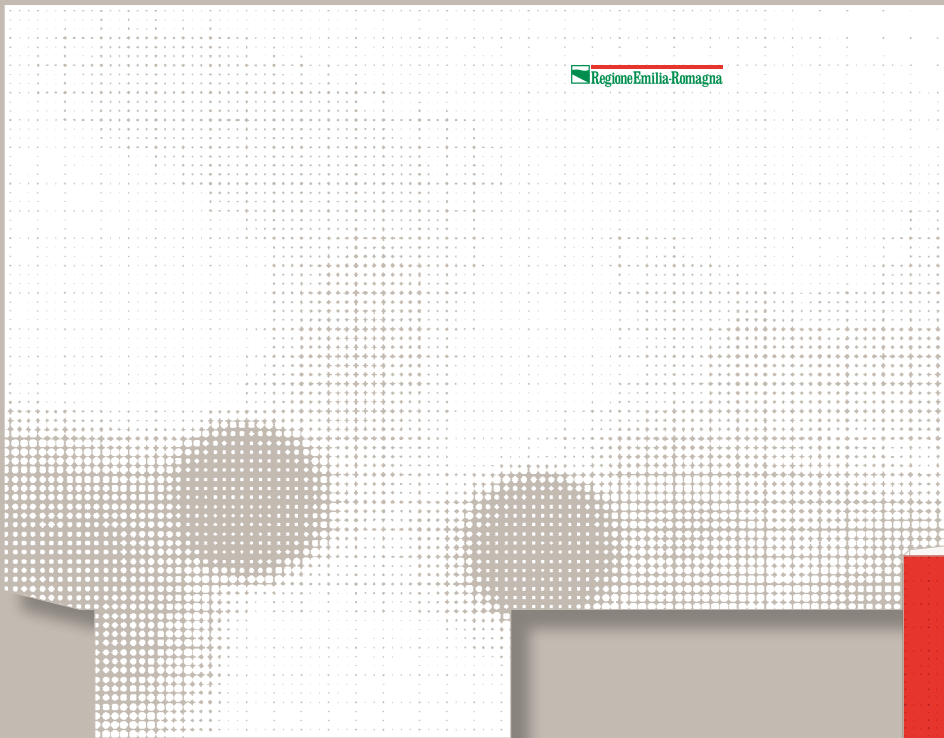
carpette **semplici**



carpette **fustellate**



scala
1:4



scala
1:4



DIREZIONE GENERALE CENTRALE
ORGANIZZAZIONE, PERSONALE,
SISTEMI INFORMATIVI E TELEMATICA



Amministrare dalla parte del Cittadino

a 220 anni dalla Rivoluzione Francese

 Regione Emilia-Romagna

 Regione Emilia-Romagna

 Regione Emilia-Romagna

Regione Emilia-Romagna									



Interventi sulla sicurezza

e metodologie
di valutazione dell'efficacia

Relazioni con il pubblico

qualità e gestione
del servizio

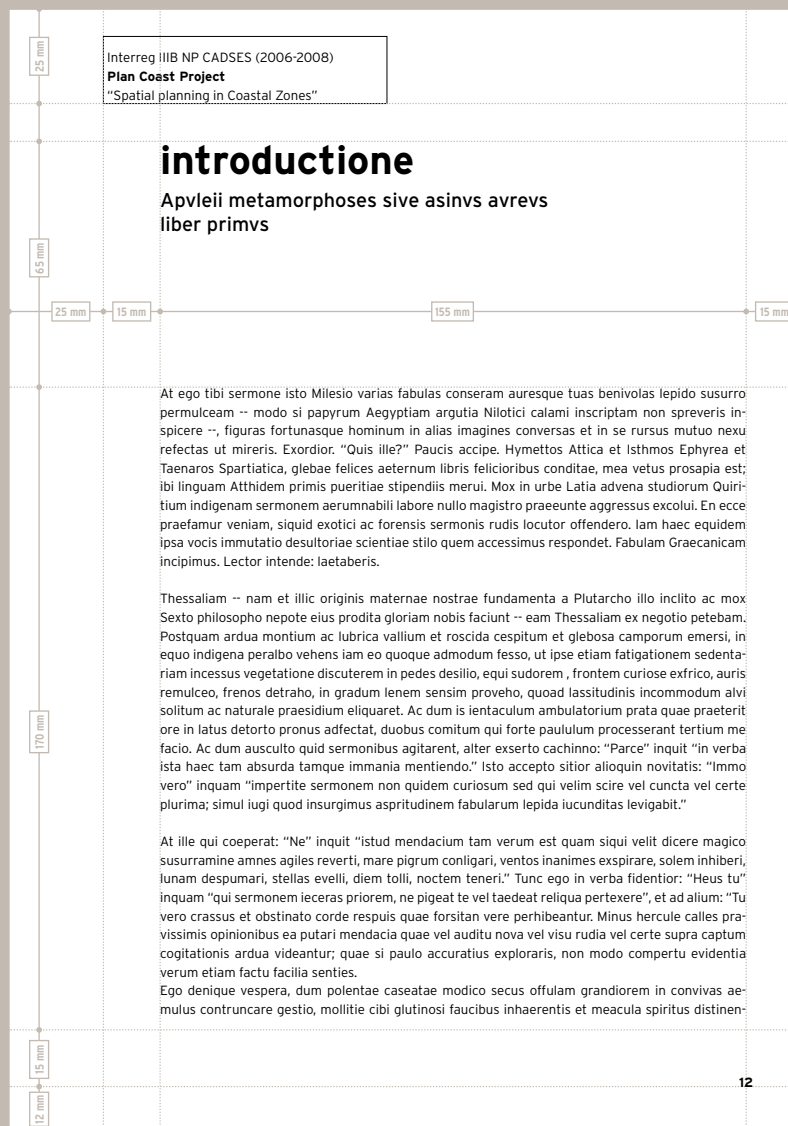


Agire pubblico

Atti del Convegno

Interventi sulla sicurezza

e metodologie
di valutazione dell'efficacia



25 mm

Interreg IIB NP CADSES (2006-2008)
Plan Coast Project
 "Spatial planning in Coastal Zones"

tis minimo minus interii. Et tamen Athenis proxime et ante Poecilum porticum isto gemino obtutu circulatorum aspexi equestrem spatham praeacutam mucrone infesto devorasse, ac mox eundem, invitamento exiguae stipsis venatoriam lanceam, qua parte minatur exitum, in ima viscera condidisse. Et ecce pone lanceae ferrum, qua bacillum inversi teli ad occipitium per ingluviem subit, puer in mollitium decorus insurgit inque flexibus tortuosis enervam et exossam saltationem explicat cum omnium qui aderamus admiratione: diceres dei medici baculo, quod ramis semiamputatis nodosum gerit, serpentem generosum lubricis amplexibus inhaerere. Sed iam cedo tu sodes, qui coeperas, fabulam remetire. Ego tibi solus haec pro isto credam, et quod ingressui primum fuerit stabulum prandio participabo. Haec tibi merces posita est."

At ille: "Istud quidem quod polliceris aequi bonique facio, verum quod inchoaveram porro exordiar. Sed tibi prius deleo solem istum omnividentem deum me vera comperta memorare, nec vos ulterius dubitabitis si Thessaliae proximam civitatem perveneritis, quod ibidem passim per ora populi sermo iactetur quae palam gesta sunt. Sed ut prius noritis cuiatis sim, qui sim: , Aegiensis; audite et quo quaestu me teneam: melle vel caseo et huiusce modi cauponarum mercibus per Thessaliam Aetoliam Boeotiam ultro citro discurrens. Comperto itaque Hypatae, quae civitas cunctae Thessaliae antepollet, caseum recens et sciti saporis admodum commodo pretio distrahi, festinus adcurri id omne praestinaturus. Sed ut fieri adsolet, sinistro pede profectum me spes compendii frustrata est: omne enim pridie Lupus negotiator magnarius coemerat. Ergo igitur inefficaci celeritate fatigatus commodum vespera oriente ad balneas processeram.

Ecce Socraten contubernalem meum conspicio. Humi sedebat scissili palliastro semiamictus, paene alius lurore ad miseram maciem deformatus, qualia solent fortunae decernina stipes in trivis erogare. Hunc talem, quamquam necessarium et summe cognitum, tamen dubia mente propius accessi. "Hem," inquam "mi Socrates, quid istud? Quae facies? Quod flagitium? At vero domi tuae iam defletus et conclamatus es, liberis tuis tutores iuridici provincialis decreto dati, uxor persolutis feralibus officiis luctu et maerore diuturno deformata, diffletis paene ad extremam captivitatem oculis suis, domus infortunium novarum nuptiarum gaudiis a suis sibi parentibus hilarare compellitur. At tu hic larvale simulacrum cum summo dedecore nostro viseris." "Aristomene," inquit "ne tu fortunarum lubricas ambages et instabiles incursiones et reciprocas vicissitudines ignoras", et cum dicto sutili centunculo faciem suam iam dudum punicantem prae pudore obtexit ita ut ab umbilico pube tenus cetera corporis renudaret. Nec denique perpeussus ego tam miserum aerumnas spectaculum iniecta manu ut adsurgat enitor.

At ille, ut erat, capite velato: "Sine, sine" inquit "fruat diutius tropaeo Fortuna quod fixit ipsa." Effeci sequatur, et simul unam e duabus laciniis meis exuo eumque prope vestio dicam an contego et illico lavacro trado, quod unctui, quod tersui, ipse praeministro, sordium enormem eluvium operose effrico, probe curato ad hospitium lassus ipse fatigatum aegerrime sustinens perduco, lectulo refoveo, cibo satio, poculo mitigo, fabulis permulceo. Iam adlubentia proclivis est sermone et ioci et scitum etiam cavillum, iam dicacitas timida, cum ille imo de pectore cruciabilem suspirium ducens dextra saevientem frontem replaudens: "Me miserum" inquit "qui dum voluptatem gladiatorii spectaculi satis famigerabilis consector in has aerumnas incidi. Nam, ut scis optime, secundum quaestum Macedoniam profectus, dum mense decimo ibidem attentus nummator revortor, modico prius quam Larissam accederem, per transitum spectaculum obiturus in quadam avia et lacunosa convalli a vastissimis latronibus obsessus atque omnibus privatus tandem evado, et utpote ultime adfectus ad quandam cauponam Meroën, anum sed admodum scitulam, devorto, eique causas et peregrinationis diuturnae et domitionis anxiae et spoliationis (diuturnae et dum) miserae refero; quae me nimis quam humane tractare adorta cenae gratiae atque gratuita ac mox urigine percita

225 mm

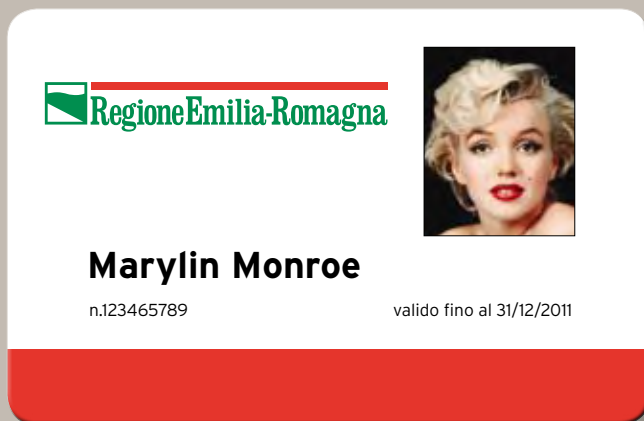
15 mm

12 mm

12

scala
1:2

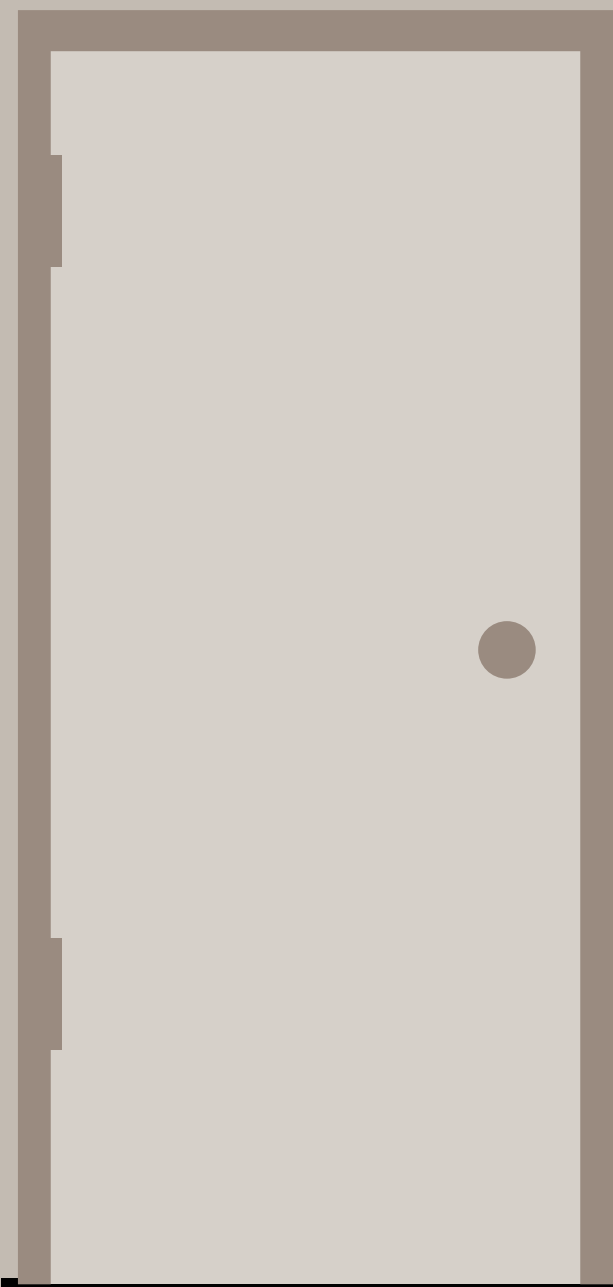
tessere di riconoscimento



cd e busta porta cd




Regione Emilia-Romagna
Servizio Comunicazione,
Educazione alla Sostenibilità
Mario Rossi
Responsabile di Area
> 108



applica

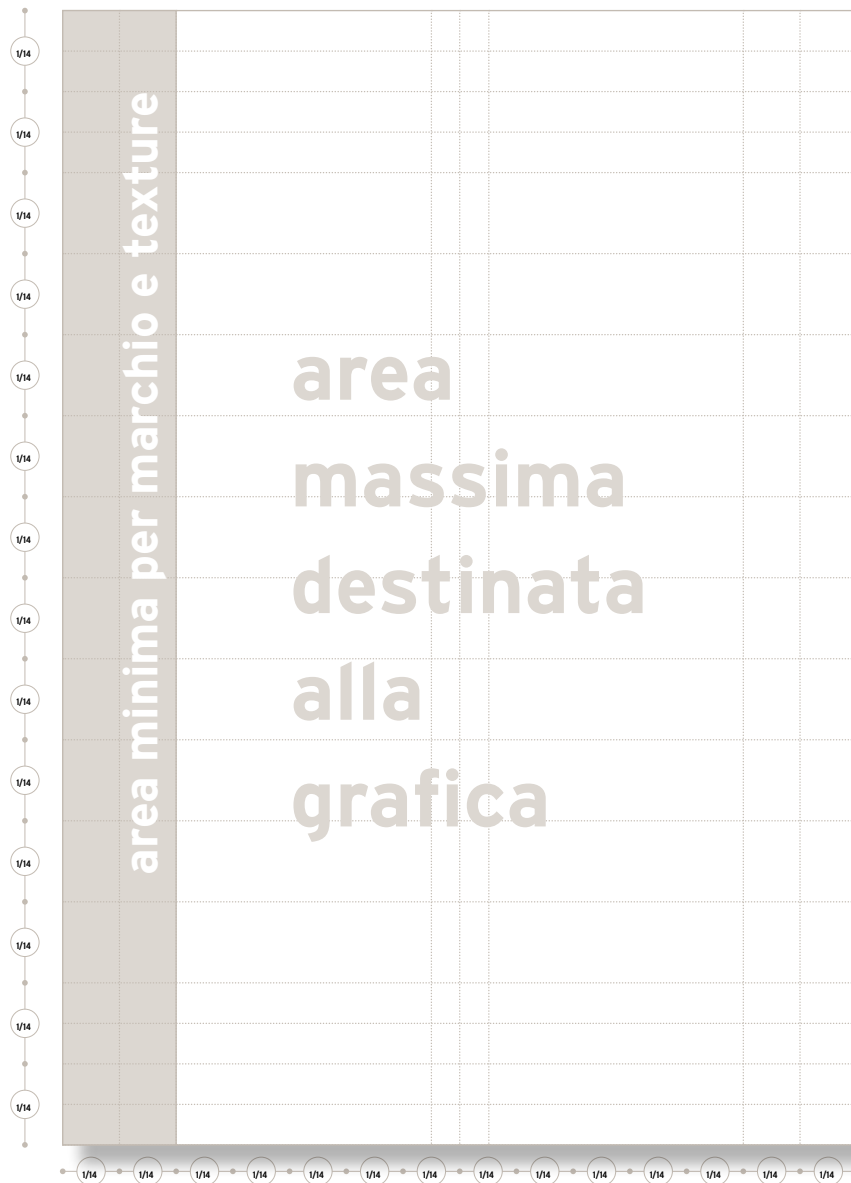
zioni

regole di **applicazione**

Per garantire il massimo della libertà espressiva e creativa, un'ampia flessibilità nell'impiego di formati e tipologie, mantenendo allo stesso tempo un'identità visiva unitaria e riconoscibile, è stata predisposta un'organizzazione modulare dello spazio (base 7), che consente di offrire una "gabbia" alla composizione delle diverse proposte, capace di corrispondere alle differenti esigenze.

I vincoli nella realizzazione degli elaborati si limitano quindi a:

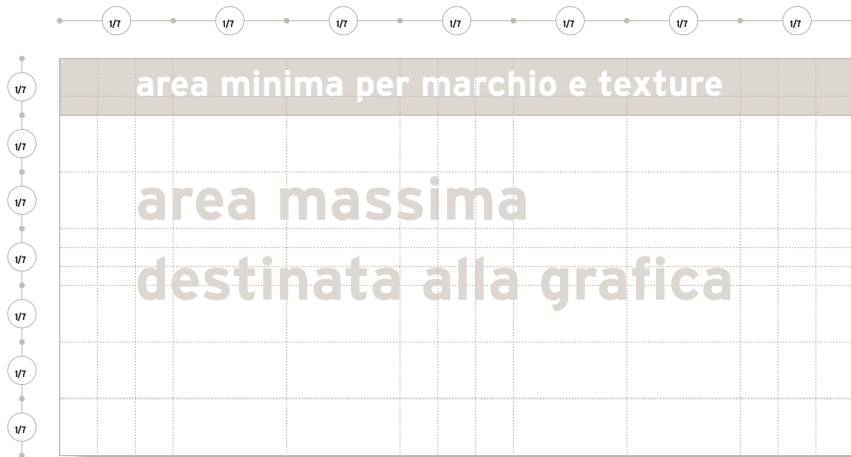
- 1 la posizione di rigore del marchio della Regione Emilia-Romagna, a destra nella parte superiore della composizione;
- 2 la sua applicazione esclusiva nelle versioni ammesse e l'osservazione delle regole riferite a dimensioni, proporzioni, colori, area di rispetto e associazione di altri elementi;
- 3 l'uso della texture grafica come secondo elemento di identità visiva, su cui sarà sempre posizionato il marchio della Regione Emilia-Romagna;
- 4 il libero dimensionamento della stessa, con base modulo 7, in ragione delle esigenze e della creatività, rispettando il vincolo che una delle sue due dimensioni è sempre uguale ad una delle dimensioni dello strumento elaborato;
- 5 l'impiego dei font istituzionali indicati.



formati quadrati **suddivisione degli spazi**



formati orizzontali **suddivisione degli spazi**



formato verticale **esempi**





La qualità dell'aria

esperienze europee
e metodologie
di valutazione dell'efficacia



socialità

esperienze europee
e metodologie
di valutazione dell'efficacia



formato verticale **esempi**



Il sistema culturale

esperienze europee
e metodologie
di valutazione
dell'efficacia

arpa



PROVINCIA
DI RIMINI



Coltivazioni esotiche

nel territorio europeo



invito americano 2 ante



Programma

Impatto zero

esperienze europee
e metodologie
di valutazione dell'efficacia

Le grandi idee. Le grandi idee e le formule vaghe. Le idee sono grandi in quanto sono attuabili, cioè in quanto rendono chiaro un rapporto reale che è immanente nella situazione e lo rendono chiaro in quanto mostrano concretamente il processo di atti attraverso cui una volontà collettiva organizzata porta alla luce quel rapporto (lo crea) o portatolo alla luce lo distrugge, sostituendolo. I grandi progettisti parolai sono tali appunto perché della «grande idea» lanciata non sanno vedere i vincoli con la realtà concreta, non sanno stabilire il processo reale di attuazione. Lo

Giovedì 20 gennaio

ore 10.00

interventi di
Mario Sconcerti
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi
grandi in quanto sono

Giordano Bruni
grandi in quanto sono

Sentimenti Quarto
grandi in quanto sono

Wilmer Fabbri
grandi in quanto sono

Giorgio Bruttissimi
grandi in quanto sono

ore 11.00

Coffee Break

ore 12.00

Relazione
Governare la Governance
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi
grandi in quanto sono

ore 13.00

interventi di
Mario Sconcerti
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi
grandi in quanto sono

Giordano Bruni
grandi in quanto sono

Giorgio Bruttissimi
grandi in quanto sono

Venerdì 21 gennaio

ore 10.00

interventi di
Mario Sconcerti
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi
grandi in quanto sono

Giordano Bruni
grandi in quanto sono

Sentimenti Quarto
grandi in quanto sono

Wilmer Fabbri
grandi in quanto sono

Giorgio Bruttissimi
grandi in quanto sono

ore 11.00

Coffee Break

ore 12.00

Relazione
Governare la Governance
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi
grandi in quanto sono

ore 13.00

interventi di
Mario Sconcerti
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi
grandi in quanto sono

Giordano Bruni
grandi in quanto sono

Giorgio Bruttissimi
grandi in quanto sono

Sabato 22 gennaio

ore 10.00

interventi di
Mario Sconcerti
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi
grandi in quanto sono

Giordano Bruni
grandi in quanto sono

Sentimenti Quarto
grandi in quanto sono

Wilmer Fabbri
grandi in quanto sono

Giorgio Bruttissimi
grandi in quanto sono

ore 11.00

Coffee Break

ore 12.00

Relazione
Governare la Governance
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi
grandi in quanto sono

ore 13.00

interventi di
Mario Sconcerti
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi
grandi in quanto sono

Giordano Bruni
grandi in quanto sono

Giorgio Bruttissimi
grandi in quanto sono



invito americano 3 ante esterno

		
<p>Tutelare il Paesaggio esperienze regionali</p> <p>Le grandi idee. Le grandi idee e le formule vaghe. Le idee sono grandi in quanto sono attuabili, cioè in quanto rendono chiaro un rapporto reale che è immanente nella situazione e lo rendono chiaro in quanto mostrano concretamente il processo di atti attraverso cui una volontà collettiva organizzata porta alla luce quel rapporto (lo crea) o portatolo alla luce lo distrugge, sostituendolo. I grandi progettisti parolai sono tali appunto perché della «grande idea» lanciata non sanno vedere i vincoli con la realtà concreta, non sanno stabilire il processo reale di attuazione. Lo statista di classe intuisce simultaneamente l'idea e il processo reale di attuazione: compila il progetto e insieme il «regolamento» per l'esecuzione. Il progettista parolai procede «provando e riprovando»; della sua attività si dice che «fare e disfare è tutto un lavorare». Cosa vuol dire in «idea» che al progetto deve essere connesso un regolamento? Che il progetto deve essere capito da ogni elemento attivo, in modo che egli vede quale deve essere il suo compito nella sua realizzazione e attuazione; che esso, suggerendo un atto, ne fa prevedere le conseguenze positive e negative, di adesione</p>	<p>Direzione Generale Centrale Organizzazione, Personale, Sistemi informativi e Telematica, Servizio Comunicazione Educazione alla Sostenibilità</p> <p>Viale Aldo Moro, 32 Bologna (Italy) Telefono: +39 51132465 Fax +39 51123798 www.regione.emilia-romagna.it</p>	 <p>Tutelare il Paesaggio esperienze regionali</p> <p> </p>

invito americano 3 ante **interno**

Programma

**Giovedì
20 gennaio**

Organizzata porta alla luce quel rapporto (lo crea) o portatolo alla luce lo distrugge, sostituendolo. I grandi progettisti parolai sono tali appunto perché della «grande idea» lanciata non sanno vedere i vincoli con la realtà concreta, non sanno stabilire il processo reale di attuazione.

ore 10.00

interventi di

Mario Sconcerti grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi grandi in quanto sono

Giordano Bruni grandi in quanto sono

Sentimenti Quarto grandi in quanto sono

Wilmer Fabbri grandi in quanto sono

Giorgio Bruttissimi grandi in quanto sono

ore 11.00

Coffee Break

ore 12.00

Relazione

Governare la Governance
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi grandi in quanto sono

ore 13.00

interventi di

Mario Sconcerti grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi grandi in quanto sono

Giordano Bruni grandi in quanto sono

Giorgio Bruttissimi grandi in quanto sono

**Venerdì
21 gennaio**

Organizzata porta alla luce quel rapporto (lo crea) o portatolo alla luce lo distrugge, sostituendolo. I grandi progettisti parolai sono tali appunto perché della «grande idea» lanciata non sanno vedere i vincoli con la realtà concreta, non sanno stabilire il processo reale di attuazione.

ore 10.00

interventi di

Mario Sconcerti grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi grandi in quanto sono

Giordano Bruni grandi in quanto sono

Sentimenti Quarto grandi in quanto sono

Wilmer Fabbri grandi in quanto sono

Giorgio Bruttissimi grandi in quanto sono

ore 11.00

Coffee Break

ore 12.00

Relazione

Governare la Governance
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi grandi in quanto sono

ore 13.00

interventi di

Mario Sconcerti grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi grandi in quanto sono

Giordano Bruni grandi in quanto sono

Giorgio Bruttissimi grandi in quanto sono

**Sabato
22 gennaio**

Organizzata porta alla luce quel rapporto (lo crea) o portatolo alla luce lo distrugge, sostituendolo. I grandi progettisti parolai sono tali appunto perché della «grande idea» lanciata non sanno vedere i vincoli con la realtà concreta, non sanno stabilire il processo reale di attuazione.

ore 10.00

interventi di

Mario Sconcerti grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi grandi in quanto sono

Giordano Bruni grandi in quanto sono

Sentimenti Quarto grandi in quanto sono

Wilmer Fabbri grandi in quanto sono

Giorgio Bruttissimi grandi in quanto sono

ore 11.00

Coffee Break

ore 12.00

Relazione

Governare la Governance
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi grandi in quanto sono

ore 13.00

interventi di

Mario Sconcerti grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi grandi in quanto sono

Giordano Bruni grandi in quanto sono

Giorgio Bruttissimi grandi in quanto sono

invito americano **orizzontale** fronte



 Regione Emilia-Romagna

La strada ambientale

La via emiliano-romagnola alla tutela dell'ambiente

Programma

La strada ambientale

La via emiliano-romagnola
alla tutela dell'ambiente

Le grandi idee. Le grandi idee e le formule vaghe. Le idee sono grandi in quanto sono attuabili, cioè in quanto rendono chiaro un rapporto reale che è immanente nella situazione e lo rendono chiaro in quanto mostrano concretamente il processo di atti attraverso cui una volontà collettiva organizzata porta alla luce quel rapporto

Giovedì 20 gennaio

ore 10.00

interventi di
Mario Sconcerti
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi
grandi in quanto sono

Giordano Bruni
grandi in quanto sono

Sentimenti Quarto
grandi in quanto sono

Wilmer Fabbri
grandi in quanto sono

Giorgio Bruttissimi
grandi in quanto sono

ore 11.00

Coffee Break

ore 12.00

Relazione
Governare la Governance
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi
grandi in quanto sono

ore 13.00

interventi di
Mario Sconcerti
grandi in quanto sono

Enrico Ghezzi
grandi in quanto sono

Giordano Bruni
grandi in quanto sono

Giorgio Bruttissimi
grandi in quanto sono

copertine **collana** quaderni e manuali





copertina formato **A4**



copertina formato **A4**



copertina formato **A4**



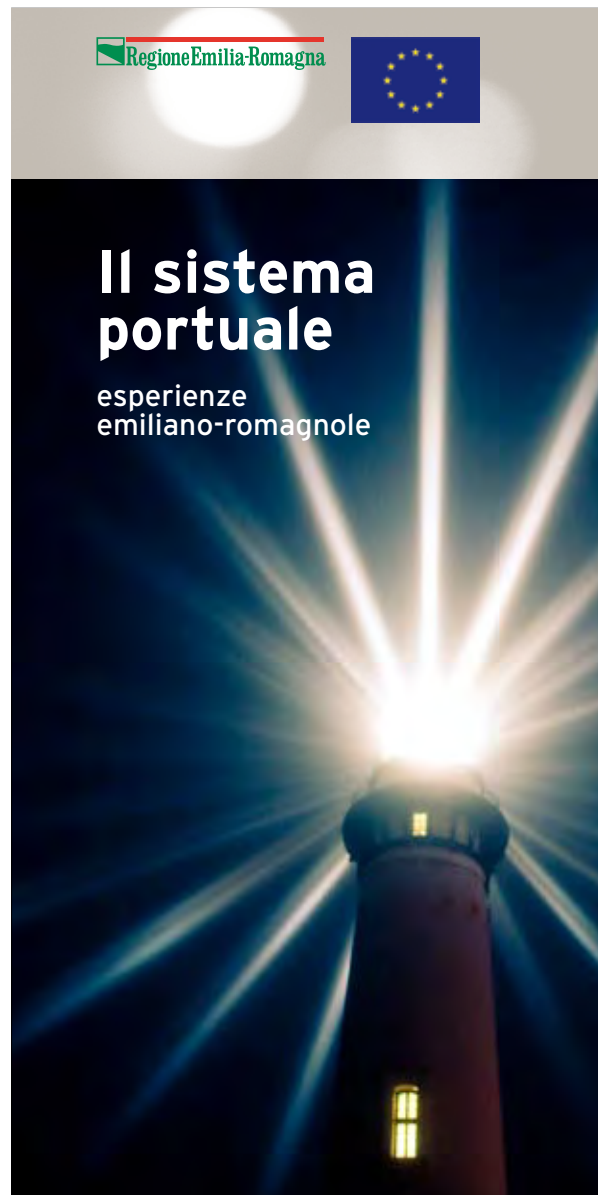
fascia di copertina formato 12x21







locandina



append

dice

la regolamentazione

MODALITÀ D'USO DELL'IMMAGINE COORDINATA

DGR 235

del 2 marzo 2009

Finalità

Le presenti modalità d'uso disciplinano l'utilizzo dell'immagine coordinata della Regione che si compone del marchio e del logotipo, (utilizzati insieme: logotipo) inteso come rappresentazione grafica coerente con lo stemma regionale, così come descritto nell'art. 1 della L.R. 46/1989, che rimane impregiudicato.

Coordinato d'immagine

1. L'immagine coordinata della Regione è disciplinata dalle disposizioni seguenti, con l'individuazione di strumenti di identità e riconoscibilità visive attraverso definizioni istituzionali, editoriali, promozionali e di ogni altro tipo, finalizzati alla rappresentazione corretta e chiara dell'immagine dell'ente.
2. Gli interventi coinvolgono l'attività istituzionale della Regione compresa quella informativa e promozionale a livello locale, nazionale ed internazionale.

Competenza

Il Servizio Comunicazione; Educazione alla sostenibilità sovrintende e indirizza le strutture dell'Ente in materia di applicazione dell'immagine coordinata.

Lo stemma

Lo stemma regionale (LR 46/1989) è costituito da un trapezoide rettangolo, di colore verde, con il lato superiore di andamento sinusoidale, inserito in un campo quadrato bianco confinato in verde.

Il logotipo

1. Il logotipo della Regione Emilia-Romagna è la caratterizzazione del nome "Regione Emilia-Romagna" e, secondo le indicazioni cromatiche ed i caratteri tipografici stabiliti con deliberazione del Consiglio Regionale n. 1026 del 1992, è composto in maiuscolo - minuscolo dal carattere Clarendon Bold Condensed. Sopra ad esso è abbinata una banda di spessore uguale ad una distanza da esso pari alla metà dello spessore. Il colore è Verde Pantone 347, mentre il colore della banda è Rosso Pantone 032".
2. Il logotipo va inteso come un elemento unitario, non modificabile e non può essere in alcun modo scisso nelle parti che lo compongono, né comprendere nelle sue applicazioni di uso corrente il logo dell'Unione europea

Il marchio

della Regione Emilia-Romagna

1. L'utilizzo combinato dello stemma e del logotipo danno origine a un simbolo grafico comunemente chiamato marchio.
2. La versione standard è riportata nel manuale d'uso.
3. Il suo utilizzo in ambito istituzionale è sistematico e generale.
4. L'utilizzo del marchio in ambito istituzionale coinvolge in particolare, le seguenti fattispecie:
Carta intestata, buste, bustoni, etichette
Segnaletica interna
Modulistica
Cartelle per uso interno ed esterno, blocchi
Locandine e inserzioni su quotidiani
Manifesti istituzionali
Inviti e pieghevoli
Volumi e brochure
Vetture di servizio
Mezzi di servizio ed operativi
Vetrofanie
Titoli di testa e coda di prodotti multimediali
Presentazioni in acrobat e powerpoint
Siti web
Confezioni per dvd e cd
Identificazione personale badge e pass visitatori
Elementi per allestimenti temporanei.
5. Le proporzioni del marchio sono fisse, mentre le dimensioni possono variare in funzione dei supporti e delle esigenze.
6. Le disposizioni riguardanti dimensioni, grafica, utilizzo, colori istituzionali, e varianti del marchio nonché qualsiasi ulteriore modalità di realizzazione delle applicazioni dell'immagine coordinata sono contenute nel Manuale d'uso allegato.
7. Modalità d'uso e di applicazione del marchio sono determinate, per quanto qui non espressamente previsto, dal servizio Comunicazione, Educazione alla sostenibilità della Direzione Generale centrale Organizzazione, Personale, Sistemi informativi e Telematica.

**LE DISPOSIZIONI ORGANIZZATIVE
E LE STRUTTURE CENTRALI
CHE IN REGIONE HANNO
COMPETENZA IN MATERIA DI
COMUNICAZIONE, IMMAGINE
COORDINATA, GESTIONE DEL
LOGO DELLA REGIONE.**

La DGR n. 346 / 2006

Ha istituito l'**Agenzia Stampa e Informazione della Giunta**, le cui competenze, relative al presidio del rapporto con i media e il sistema dell'informazione ed alla comunicazione istituzionale sono di seguito richiamate:

Promuove e coordina le attività di informazione e ufficio stampa per il Presidente e gli assessori della Giunta e organizza le conferenze stampa;
Cura l'immagine della Regione, in raccordo con gli Assessorati, le Direzioni generali e con il sistema regionale allargato;
Cura i rapporti con le agenzie di informazione, stampa e mezzi di comunicazione di massa;
Realizza la rassegna stampa quotidiana e le rassegne a tema;
Coordina e realizza l'attività di informazione radiofonica e televisiva;
Partecipa alla sperimentazione di nuovi servizi multimediali e multicanali;
Prepara i comunicati stampa, redige e rielabora i testi per i servizi multicanali (web, sms, televideo, digitale terrestre e altro);
Attiva iniziative promozionali e campagne editoriali, in collaborazione e per conto degli Assessorati e delle Direzioni generali;
Realizza le campagne di comunicazione istituzionale;

Cura le attività di comunicazione istituzionale per gli uffici italiani all'estero e, in accordo con la Consulta, le attività di informazione per gli emiliano-romagnoli residenti all'estero;
Collabora alla partecipazione della Regione ai principali eventi fieristici e congressuali;
Coordina e concorre alla gestione del portale regionale (Ermes);
Collabora alla definizione del piano di comunicazione dell'Ente, all'interno della Cabina di regia presieduta dal Capo di Gabinetto.

La DGR n. 1151 / 2007

Ha istituito il **Servizio Comunicazione; Educazione alla sostenibilità**, dedicato alla promozione della comunicazione di Servizio (Internos, relazioni con il pubblico, Extranet) e di cittadinanza (educazione alla sostenibilità, promozione metodi e strumenti partecipativi, e-government), nonché alla gestione di specifiche iniziative editoriali e web, fiere ed eventi e strumenti quali il centro stampa.

Concorre alla definizione del Piano di comunicazione dell'Ente, all'interno della Cabina di regia sulla comunicazione presieduta dal Capo di Gabinetto;

Sviluppa le attività di relazione con il pubblico attraverso la gestione dello sportello Urp: front-office e back office, azioni di ascolto e customer satisfaction, sviluppo del sistema informativo in logica CRM, raccordo e integrazione con i punti informativi interni ed esterni dell'Ente; Cura le attività di comunicazione interna, attraverso la gestione della Intranet regionale, la diffusione di informazioni on line sul portale Internos, la produzione di riviste a circolazione interna e di materiali di documentazione;

Concorre alla gestione del portale Ermes, nell'ambito delle attività coordinate dalla Cabina di regia;

Presidia e supporta dal punto di vista tecnico la comunità professionale dei comunicatori che operano presso le strutture della Regione, favorisce l'integrazione delle iniziative di comunicazione pubblica all'interno dell'Ente e col sistema delle Autonomie locali e gli altri Enti del territorio;

Promuove, in collaborazione con le Direzioni Generali, gli Enti Locali e l'associazionismo, l'informazione e l'educazione alla sostenibilità e sulle sicurezze: ambiente, territorio, mobilità, alimentazione, salute;

Promuove l'informazione e la sensibilizzazione sui temi della cittadinanza attiva e della partecipazione, anche in collaborazione e a supporto di EELL e associazioni di volontariato, con particolare attenzione agli strumenti innovativi: forum civici, bilanci partecipativi, istruttorie pubbliche, arene deliberative, consulte di settore, e-democracy, ecc.;

Promuove, coordina, diffonde le buone pratiche, monitora i processi di Agenda 21 locale attivati dagli EELL, anche attraverso il sostegno finanziario nell'ambito del "Piano di Azione ambientale per un futuro sostenibile" della Regione e sviluppa l'integrazione degli stessi processi nel quadro degli altri strumenti ed esperienze partecipative; Coordina e gestisce l'attività di comunicazione ambientale e

l'attuazione dei programmi di Informazione ed Educazione Ambientale previsti dalla L.R. 15/1996. Sostiene, anche finanziariamente, i Centri di Educazione Ambientale e le scuole laboratorio di EA; sostiene il lavoro in rete tra gli attori del "sistema regionale INFEA" e le relative attività di comunicazione, formazione, documentazione, valutazione, in un quadro di raccordo e integrazione con altri strumenti di programmazione dell'ente; Coordina e gestisce il portale ErmesAmbiente, la Biblioteca, la partecipazione a eventi fieristici della Direzione Generale Ambiente e difesa del suolo e della costa, in collaborazione con i Servizi e altre strutture centrali competenti; Coordina la partecipazione della Regione e le relative azioni comunicative agli appuntamenti fieristici del settore della PA e della comunicazione pubblica; Svolge azioni di promozione e sostegno delle attività regionali in materia di sviluppo della società dell'informazione e della conoscenza; sostiene, attraverso gli strumenti e le metodologie comunicative, il lavoro in rete delle comunità professionali della PA; Gestisce il Centro stampa della Giunta, cura la progettazione e il coordinamento degli elementi grafici distintivi da applicare sui materiali a consumo dell'Ente.

**NORME PER L'ATTIVITÀ
DI COMUNICAZIONE
DELLA REGIONE E PER IL
SOSTEGNO DEL SISTEMA
DELL'INFORMAZIONE
OPERANTE IN EMILIA-ROMAGNA**

Legge regionale 39
del 20 ottobre 1992

*pubblicata sul bollettino ufficiale
n. 113 del 23 ottobre 1992*

Art. 1

Finalità

1. La Regione Emilia-Romagna, in attuazione dell'art. 5 dello Statuto, promuove la più ampia informazione sulla attività propria, e degli Enti ed Aziende da essa istituiti, per assicurare una effettiva partecipazione della comunità regionale alla formazione ed attuazione delle sue scelte programmatiche, legislative e amministrative, nonché per creare un più stretto rapporto informativo fra i cittadini e le istituzioni, sia attraverso attività dirette di comunicazione istituzionale e di pubblica utilità, sia attraverso interventi di promozione, di qualificazione e valorizzazione di iniziative di comunicazione stampata e radiotelevisiva regionale e locali.
2. La Regione riconosce il valore sociale degli organi dell'informazione scritta e audiovisiva operanti in Emilia-Romagna, favorendone la qualificazione e l'adeguamento alle esigenze della comunità regionale.

Art. 2

Linee di indirizzo delle iniziative della Regione

1. La Giunta annualmente comunica al Consiglio regionale le linee di indirizzo relative alle iniziative di informazione, promozionali e pubblicitarie di pubblica utilità che intende assumere in attuazione della presente legge.

Art. 3

Rapporti con gli organi di informazione

1. La Regione assicura la più ampia collaborazione agli organi di informazione e alle agenzie di stampa; persegue la più ampia

diffusione, nella società regionale, delle notizie sulla propria attività; garantisce l'accesso ad atti e documenti, secondo quanto stabilito dalla Legge 7 agosto 1990, n. 241 e dalla disciplina regionale che ne attua i principi.

2. Ai medesimi principi si ispira l'attività di comunicazione degli Enti e delle Aziende istituiti dalla Regione; attività che si può svolgere in forma autonoma o in collaborazione con i Servizi regionali.

Art. 4

Coordinamento delle iniziative di informazione

1. Per il perseguimento delle finalità di cui all'art. 1, la Giunta costituisce, ai sensi dell'art. 13 della L.R. 18 agosto 1984, n. 44, un gruppo di lavoro, presieduto dal Presidente della Giunta regionale.
2. Il Servizio "Stampa e Informazione", avvalendosi anche del contributo di altri Servizi, cura l'attività informativa di comunicazione istituzionale e di pubblica utilità, anche a carattere pubblicitario, della Giunta regionale.
3. Sono fatte salve le specifiche competenze che le vigenti norme attribuiscono ad Enti o Aziende regionali.

Art. 5

Dotazione tecnica

1. Al fine di consentire un flusso tempestivo e continuativo di informazioni la Regione si dota di adeguata strumentazione tecnica stabilendo rapporti anche convenzionati con agenzie di stampa.
2. La Regione, in favore di organi di informazione locale che presentino esigenze di tempestività informativa, concorre alla

dotazione di apparati tecnici di trasmissione e ricezione delle notizie diffuse dall'Amministrazione regionale.

3. Per i fini indicati al comma 2, la Giunta regionale concede contributi fino ad un massimo del cinquanta per cento della spesa ritenuta ammissibile.
4. La Giunta regionale definisce i criteri e le modalità per la concessione dei contributi, garantendo il pluralismo dell'informazione. La relativa deliberazione è pubblicata sul Bollettino ufficiale della Regione.

Art. 6

Comunicazione diretta

1. La Regione, per realizzare le finalità di cui all'art. 1, attua interventi di comunicazione diretta, ispirati a criteri di trasparenza, economicità e pluralismo, con la pubblicazione di editoria periodica e monografica, la realizzazione di campagne multimediali e, comunque, attraverso l'uso dei mezzi di comunicazione più adatti al tipo di utente e di messaggio.

Art. 7

Editoria

1. L'attività editoriale della Regione, periodica o monografica, persegue queste finalità:
 - a) pubblicare testi normativi, atti amministrativi, documenti di materiali comunque collegati all'attività della Regione e degli Enti ed Aziende da essa istituiti;
 - b) promuovere l'approfondimento, il dibattito e il confronto delle idee sulle più importanti questioni istituzionali, politiche, economiche e sociali riguardanti l'Emilia-Romagna;
 - c) fornire informazioni di servizio e mettere a disposizione

dei cittadini il contenuto di studi, ricerche, raccolte di dati, elaborazioni compiute o commissionate dalla Regione.

2. Per lo svolgimento di queste attività e con la finalità di una maggiore efficacia produttiva e distributiva, la Giunta può stipulare apposite convenzioni con aziende o società editoriali qualificate. Per le convenzioni che consistono in incarichi di prestazioni intellettuali, si applicano le norme di cui agli articoli 19 e seguenti della L.R. 12 dicembre 1985, n. 27, e successive modificazioni. Per le convenzioni nelle quali prevalga comunque l'aspetto della fornitura di beni o di servizi, si applicano le norme della legge regionale di contabilità.

Art. 8

Vendita

1. Le pubblicazioni della Regione possono essere messe in vendita anche attraverso convenzioni con aziende specializzate che assicurino regolarità e continuità nella diffusione individuate con le procedure di cui al comma 2 dell'art. 7.
2. Il Presidente della Giunta, con proprio decreto, determina il prezzo dei periodici e dei volumi posti in vendita.
3. Nel caso in cui, ai sensi del comma 1, venga stipulata una convenzione, tale prezzo verrà invece definito all'interno della convenzione stessa.

Art. 9

Spazi pubblicitari

1. Nelle pubblicazioni della Regione è ammessa la vendita di spazi pubblicitari anche attraverso convenzioni con agenzie specializzate individuate con le procedure di cui al comma 2 dell'art. 7.

2. Il Presidente della Giunta, con proprio decreto, determina il prezzo degli spazi posti in vendita.
3. Nel caso in cui, ai sensi del comma 1, venga stipulata una convenzione, tale prezzo verrà invece definito all'interno della convenzione stessa.

Art. 10

Comunicazioni di pubblica utilità

1. È considerata comunicazione di pubblica utilità qualsiasi atto di comunicazione istituzionale destinato a diffondere un messaggio di interesse pubblico e diretto all'esterno dell'Amministrazione, utilizzando le tecniche promozionali di informazione o comunque ogni azione afferente il campo della pubblicità.
2. Le iniziative di comunicazione di pubblica utilità sono dirette:
 - a) a far conoscere l'attività legislativa, amministrativa e di programmazione della Regione ed in particolare l'applicazione da parte della stessa delle leggi e degli altri atti di rilevanza sociale, dei programmi e dei piani di sviluppo, nonché delle direttive comunitarie e degli altri atti della CEE;
 - b) a promuovere l'immagine dell'Emilia-Romagna;
 - c) a migliorare la conoscenza dei servizi pubblici prestati in ambito regionale e delle modalità di accesso ai medesimi;
 - d) a realizzare nell'ambito delle competenze regionali azioni di comunicazione sociale dirette alla crescita civile della società;
 - e) ad educare alla difesa della salute, dell'ambiente, del patrimonio culturale ed artistico e dei beni pubblici.

3. L'attività amministrativa, i servizi ed in generale le iniziative che sono effettuate dalle Province, dai Comuni e dagli Enti locali, in materie delegate dalla Regione, possono essere oggetto della comunicazione della Regione.

Art. 11

Pubblicità

1. Nella attività di comunicazione avente carattere pubblicitario, fatto salvo quanto definito nell'art. 5, la Regione, tenendo conto del Codice di autodisciplina pubblicitaria, si attiene a particolari criteri di correttezza, con riguardo alla chiara identificazione dell'autore del messaggio, alla sensibilità degli utenti, al rispetto delle opinioni altrui.
2. Per lo svolgimento di questa attività la Regione può avvalersi di strutture specializzate, osservando le procedure di cui al comma 2 dell'art. 7, attenendosi, nella scelta delle agenzie e dei mezzi, a meri criteri tecnico-professionali.

Art. 12

Sostegno all'innovazione tecnologica del sistema dell'informazione locale

1. La Regione, al fine di promuovere il pluralismo del sistema informativo locale ed il suo adeguato sviluppo, sostiene le iniziative di qualificazione e di ammodernamento del settore, favorendo gli investimenti relativi alla qualità di ricerca radiotelevisiva, all'acquisizione e alla innovazione di strutture, impianti, attrezzature e mezzi di produzione per l'informazione locale, scritta, radiofonica e televisiva.
2. La legge regionale concernente gli interventi per il sostegno

dell'innovazione tecnologica delle imprese disciplina l'erogazione dei benefici per il sostegno delle iniziative indicate al comma 1.

Art. 13

Convenzioni con il sistema radiotelevisivo pubblico e privato

1. Il Presidente, previa deliberazione della Giunta regionale, stipula convenzione con le sedi periferiche della concessionaria pubblica e i concessionari privati in ambito locale, ai sensi dell'art. 7, comma 2, della Legge 6 agosto 1990, n. 223, fermo restando quanto previsto dall'art. 4, comma 1, della L.R. 13 gennaio 1992, n. 2.

Art. 14

Formazione professionale

1. La Regione, nell'ambito dei programmi di formazione professionale, promuove la realizzazione di appositi corsi per la formazione e l'aggiornamento degli operatori della comunicazione.

Art. 15

Norma finanziaria

1. Agli oneri derivanti dall'attuazione della presente legge l'Amministrazione regionale fa fronte con l'istituzione di appositi capitoli, nella parte spesa del bilancio regionale, che verranno dotati della necessaria disponibilità in sede di approvazione della legge annuale di bilancio o di variazione generale al bilancio, ai sensi dell'art. 11 della L.R. 6 luglio 1977, n. 31.

**CRITERI PER LA CONCESSIONE
DEL PATROCINIO DELLA REGIONE
EMILIA-ROMAGNA, PER L'ADESIONE
A COMITATI D'ONORE E PER
L'UTILIZZO DEL MARCHIO-LOGO
ISTITUZIONALE**

**DGR 352
del 20 marzo 2006**

*pubblicata sul bollettino ufficiale
n. 98 del 5 luglio 2006*

La DGR n. 352 del 2006 ha disciplinato la concessione del patrocinio e l'uso del marchio regionale in relazione ad esso:

L'uso del marchio-logo istituzionale della Regione da parte di soggetti diversi dall'ente, può essere effettuato a fronte della concessione del patrocinio se indicato espressamente nella domanda, o previa autorizzazione a seguito di specifica richiesta.

Nella richiesta di utilizzo del marchio-logo è inoltre necessario specificare con quali modalità si intende farne uso ed inoltre descrivere il materiale promozionale o pubblicitario sul quale sarà apposto.

Il marchio può essere riprodotto anche sulle pagine web di siti costruiti in occasione dell'evento oggetto della concessione di patrocinio o su pagine web all'interno di siti già esistenti che riportino informazioni sull'evento che ha ottenuto il patrocinio regionale. In questi casi, l'utilizzo del marchio-logo istituzionale della Regione deve essere chiaramente riferito all'evento oggetto del patrocinio e non può protrarsi fino a 60 giorni dopo il termine dell'iniziativa. Con eccezione dell'evento oggetto del patrocinio, la Regione non assume alcuna responsabilità riguardo al contenuto delle informazioni diffuse dai soggetti interessati tramite il proprio sito e non ne garantisce in alcun modo la veridicità, la completezza, la correttezza o la qualità. In particolare, in nessun caso e per nessuna ragione la Regione potrà essere ritenuta responsabile per eventuali errori e/o omissioni nei contenuti o per eventuali danni occorsi in conseguenza dell'utilizzo delle informazioni contenute nel sito del

soggetto destinatario del patrocinio.

L'uso di altri marchi-loghi della Regione Emilia-Romagna di forma e di caratteristiche grafiche diverse da quelle indicate dalla L.R. n. 46 del 15/12/1989, sono disciplinati dai settori a cui il marchio-logo fa riferimento.

1. FINALITA'

- 1.1. Il presente atto disciplina i criteri e le modalità per la concessione del Patrocinio della Regione Emilia-Romagna nonché l'adesione ai Comitati d'onore con riguardo ad iniziative promosse da altri soggetti che abbiano particolare rilevanza e siano di specifico interesse per la Regione.
- 1.2. Disciplina inoltre i criteri e le modalità per l'uso, da parte di altri soggetti, del marchio-logo istituzionale della Regione Emilia-Romagna nel rispetto della forma e delle caratteristiche grafiche indicate dalla L.R. n. 46 del 15/12/1989.

2. DEFINIZIONE

- 2.1. Il Patrocinio è un'attestazione di apprezzamento e di adesione ad una singola iniziativa che si svolge nel territorio regionale, ritenuta meritevole per le sue finalità di promozione sociale, culturale e sportiva nonché di carattere artistico, storico, scientifico, ambientale ed umanitario.
- 2.2. Il Patrocinio può essere concesso anche a iniziative che non si svolgano nel territorio regionale purché siano di precipuo interesse per la Regione e concorrano a valorizzare la realtà economico - sociale e culturale della regione, delle sue città e dei suoi territori.
- 2.3. La concessione del Patrocinio ha carattere non oneroso e pertanto

- c) Prodotti multimediali e telematici (quali ad esempio videocassette, audiocassette, cd, cd-rom, dvd), ad esclusione di quelli destinati alla vendita o commercializzazione salvo che siano realizzati con l'obiettivo di devolvere a scopo benefico il ricavato della vendita. Non può essere concesso il Patrocinio a siti WEB, inteso come apposizione del marchio logo istituzionale della Regione nella Home page di cui è titolare il soggetto richiedente, ad eccezione dei casi previsti dal paragrafo 7;
- d) Corsi, seminari, workshop e altre iniziative simili aperte al pubblico, con carattere divulgativo ed esplicite finalità socio-culturali. Di norma non possono essere oggetto di Patrocinio corsi, seminari, workshop e altre iniziative simili che hanno contenuto professionale o sono finalizzate all'aggiornamento o formazione professionale che non rientrano nella programmazione regionale e provinciale in materia di formazione professionale. Resta ferma la disciplina regionale in materia di formazione e aggiornamento professionale.
- 3.2. Fermo restando quanto previsto alle lettere b) e c), il Patrocinio può comunque essere concesso nel caso in cui la pubblicazione ovvero il prodotto multimediale e telematico preveda la compartecipazione della Regione nella fase progettuale e realizzativa del progetto.
- 4. CONCESSIONE E DURATA DEL PATROCINIO**
- 4.1. Il Patrocinio della Regione è concesso, previa relativa istruttoria, dal Presidente della Regione con apposita nota.
- non comporta l'assunzione di spese a carico della Regione, né la concessione di contributi.
- 2.4. Ai fini della concessione del Patrocinio, l'iniziativa deve essere promossa ed organizzata preferibilmente da soggetti pubblici o da soggetti privati dotati di rappresentatività in ambito regionale.
- 2.5. Il Patrocinio non può essere concesso a iniziative di carattere commerciale a scopo di lucro.
- 2.6. Il Patrocinio è denominato " della Regione Emilia-Romagna " e viene concesso dal Presidente della Giunta ovvero, qualora si riferisca ad iniziativa di stretta attinenza a materie di contenuto prevalentemente tecnico, può essere definito " dell'Assessorato " e concesso dall'Assessore titolare della delega attinente.
- 3. OGGETTO DEL PATROCINIO**
- 3.1. Possono essere oggetto di Patrocinio:
- a) Eventi (quali ad esempio manifestazioni, spettacoli, mostre, convegni, congressi, incontri, iniziative sportive), ad esclusione di quelli di carattere politico promossi da partiti o movimenti politici; sono esclusi inoltre gli eventi organizzati a scopo commerciale per la vendita o la promozione di beni o servizi;
- b) Pubblicazioni a stampa (quali ad esempio libri, manuali, guide, opuscoli), a carattere occasionale ad esclusione di qualsiasi materiale di natura commerciale destinato ad essere distribuito o venduto anche se non direttamente. Saranno sottoposte a specifica valutazione le iniziative nelle quali i proventi ottenuti dalla vendita sono destinati a scopi benefici;
- 4.2. Il Patrocinio di Assessorato è concesso con apposita nota dall'Assessore competente per materia, previa relativa istruttoria svolta di concerto con la Presidenza. Della concessione del Patrocinio di Assessorato è data comunicazione dall'Assessorato stesso alla Presidenza della Giunta.
- 4.3. Il Patrocinio concesso è riferito alla singola iniziativa, non si estende ad altre iniziative analoghe o affini e non può essere accordato in via permanente. Per l'iniziativa che si ripete periodicamente nell'arco di un anno dovranno essere specificati il periodo e la durata; per iniziative che si ripetono annualmente, la richiesta deve essere riformulata ogni anno.
- 4.4. Nel caso in cui il richiedente apporti modifiche o variazioni al programma dell'iniziativa, deve darne tempestiva comunicazione alla Regione che si riserva di riesaminare la domanda.
- 4.5. Il Patrocinio può essere revocato qualora l'oggetto del Patrocinio stesso, previa verifiche successive, risultasse non rispondente ai criteri dettati dalla Regione Emilia-Romagna con il presente atto.
- 5. COMITATI D'ONORE**
- 5.1. L'adesione a Comitati d'Onore, istituiti in occasione di eventi o iniziative di particolare rilevanza, è una forma di partecipazione personale del Presidente della Regione o di singoli membri della Giunta regionale.
- 5.2. Per formalizzare l'adesione a un Comitato d'Onore si applicano i criteri stabiliti per la concessione del Patrocinio.

6. EFFETTI DELLA CONCESSIONE

6.1. I soggetti beneficiari sono tenuti a far risaltare il Patrocinio concesso in modo appropriato al livello istituzionale dell'ente Regione Emilia-Romagna, attraverso le seguenti diciture:

(...) con il Patrocinio della Regione Emilia-Romagna

(...) con il Patrocinio dell'Assessorato (...) della Regione Emilia-Romagna

ovvero attraverso l'apposizione del marchio logo istituzionale, nel rispetto della forma e delle caratteristiche grafiche indicate dalla L.R. n. 46 del 15/12/1989.

6.2. La concessione del Patrocinio non comporta oneri a carico del bilancio dell'amministrazione regionale.

7. UTILIZZO DEL MARCHIO-LOGO

7.1. L'uso del marchio-logo istituzionale della Regione da parte di soggetti diversi dall'ente, può essere effettuato a fronte della concessione del patrocinio se indicato espressamente nella domanda, o previa autorizzazione a seguito di specifica richiesta.

7.2. Nella richiesta di utilizzo del marchio-logo è inoltre necessario specificare con quali modalità si intende farne uso ed inoltre descrivere il materiale promozionale o pubblicitario sul quale sarà apposto.

7.3. Il marchio può essere riprodotto anche sulle pagine web di siti costruiti in occasione dell'evento oggetto della concessione di patrocinio o su pagine web all'interno di siti già esistenti che riportino informazioni sull'evento che ha ottenuto il patrocinio regionale. In questi casi, l'utilizzo del marchio-logo istituzionale della Regione deve essere chiaramente riferito all'evento

oggetto del patrocinio e non può protrarsi fino a 60 giorni dopo il termine dell'iniziativa. Con eccezione dell'evento oggetto del patrocinio, la Regione non assume alcuna responsabilità riguardo al contenuto delle informazioni diffuse dai soggetti interessati tramite il proprio sito e non ne garantisce in alcun modo la veridicità, la completezza, la correttezza o la qualità. In particolare, in nessun caso e per nessuna ragione la Regione potrà essere ritenuta responsabile per eventuali errori e/o omissioni nei contenuti o per eventuali danni occorsi in conseguenza dell'utilizzo delle informazioni contenute nel sito del soggetto destinatario del patrocinio.

7.4. L'uso di altri marchi-loghi della Regione Emilia-Romagna di forma e di caratteristiche grafiche diverse da quelle indicate dalla L.R. n. 46 del 15/12/1989, sono disciplinati dai settori a cui il marchio-logo fa riferimento.

8. PRESENTAZIONE DELLA DOMANDA DI CONCESSIONE

8.1. Al fine di ottenere la concessione del patrocinio della Regione Emilia-Romagna ovvero l'adesione del Presidente della Regione a Comitati d'onore ovvero la concessione dell'utilizzo del marchio logo istituzionale, il richiedente deve presentare apposita domanda almeno 30 giorni prima della data di svolgimento dell'iniziativa. La domanda, redatta in carta semplice, va indirizzata al Presidente della Regione Emilia-Romagna e deve essere sottoscritta dal legale rappresentante dell'ente o dal soggetto richiedente, che si

assume la piena responsabilità delle affermazioni e delle notizie contenute nella documentazione prodotta.

In caso di richiesta specifica di Patrocinio di Assessorato o di adesione di un Assessore a Comitati d'Onore, la domanda va indirizzata anche alla Presidenza, nelle modalità illustrate in questo paragrafo.

8.2. La domanda deve contenere:

- a) lo statuto o altra documentazione idonea ad attestare la natura giuridica del soggetto richiedente;
- b) il programma e la descrizione dell'iniziativa con l'indicazione sia delle finalità sia degli elementi che appalesano l'interesse della Regione Emilia-Romagna;
- c) le modalità riguardanti l'eventuale utilizzo del marchio-logo.

8.3. La documentazione di cui alla lettera a) non deve essere presentata dagli enti locali, dalle amministrazioni pubbliche, dagli enti strumentali o dipendenti dalla Regione, dalle società partecipate dalla Regione nonché dagli altri organismi ai quali la Regione partecipa; i soggetti che hanno già ottenuto il patrocinio della Regione per iniziative svolte devono comunicare che non sono intervenute modifiche dello statuto mentre in caso contrario devono provvedere ad inviare la documentazione aggiornata.

8.4. La valutazione della richiesta è effettuata solo in presenza della documentazione completa. Ove la mancata o parziale presentazione dei documenti necessari sussista anche a seguito della richiesta di integrazione da parte della Regione, la domanda di patrocinio è ritenuta non ammissibile.

glossar

io

ACROBAT

Programma per la creazione e la gestione dei file Pdf.

A4

È il formato, dei normali fogli della carta da lettera, per fotocopiatrici o stampanti. Le dimensioni di un foglio A4 sono di 21 cm per 29,7 e le sue dimensioni sono un sottomultiplo del formato A0. Gli altri due formati più usati sono l'A3 (42 per 29,7 cm) e A5 (14,85 per 21 cm)

AI

Estensione di file realizzato mediante l'uso di Adobe Illustrator.

ART-DIRECTOR

Il creativo che in un'agenzia di pubblicità, o generalmente nel lavoro pubblicitario, ha l'incarico di tradurre in immagini i contenuti di una comunicazione.

AVVIAMENTO

Periodo di stampa utilizzato per livellare e mettere a registro la forma stampante.

BANDELLA (alette)

Le parti della sovracoperta di un volume che si piegano all'interno, possono ospitare una introduzione al libro o una presentazione dell'autore, o entrambe.

B/N

Convenzionale abbreviazione per le parole bianco e nero.

BIANCA

Lato del foglio di macchina stampato per primo. In uno stampato a ottavo la bianca costituisce le pagine 1-4-5-8; in un sedicesimo le pagine 1-4-5-8-9-12-13-16; in un trentaduesimo le pagine 1-2-7-8-9-10-15-16-17-18-24-25-26-27-31-32. Le altre pagine sono sul

secondo lato del foglio, chiamato volta.

BICOLORE

Macchina per la stampa a due colori con un solo passaggio (stampa tipografica, offset, rotocalco).

BICROMIA

Metodo di stampa di immagini e o testi che utilizza due colori di stampa combinati o giustapposti tra di loro. A volte per le immagini può essere necessario separare i toni che la compongono tra i due colori. L'esempio più semplice di bicromia è la stampa di una immagine retinata in bianco e nero su un fondino colorato uniforme o sfumato.

BMP

È una "mappa dei bit", cioè una ricostruzione per punti di un'immagine sullo schermo o da una stampante. È strettamente legata alla risoluzione del monitor o della stampante.

BOOK

Significa "libro" in inglese.

BOZZA

Stampa ai fini di controllo di un documento in corso di realizzazione. Su questa vengono corretti gli eventuali errori commessi dal compositore.

BOZZETTO

Primo schizzo di un disegno o di un annuncio pubblicitario, sul quale è già indicato l'ingombro del testo ed, eventualmente, la headline.

BROSSURA

È il sistema più economico di legatura (allestimento) di una pubblicazione. Le segnature (ottavi, sedicesimi, trentaduesimi) vengono incollate

nell'interno del dorso di una copertina e di cartoncino e poi rifilate sui tre lati.

Può essere fresata (prima dell'incollatura le segnature vengono raccolte e tagliate con una fresa dal alto della piega; permette una maggiore penetrazione della colla) o a filo refe (le segnature vengono cucite al centro con un filo di refe e poi incollate). Il primo tipo è di fattura più rapida ed economica, il secondo resiste di più all'usura.

CALANDRATA

È chiamata così la carta lisciata con la pressione di un rullo. In questo modo la stampa risulta più precisa.

CAPOVERSO

Rientranza della prima riga di un capitolo o di un periodo. Si può anche prevedere una composizione con i capoversi "al vivo" (andando cioè a capo ma senza rientrare).

CAPPELLO

Breve testo che introduce un articolo. Generalmente è stampato in corpo e in giustezza diversi da quelli usati per l'articolo.

CARTA PATINATA

Carta con uno o più strati di patina (pigmenti e adesivi applicati sulle due superfici del foglio durante il processo di patinatura). La scelta dei componenti determina il grado di liscio, il lucido, l'opacità, la stampabilità e la resa cromatica degli inchiostri.

CARTONATO

Tipo di confezione pregiata in cui le segnature vengono raccolte e cucite (cartonato cucito) o incollate (cartonato fresato). Il blocco delle pagine viene poi incollato alla copertina, composta da una plancia

di carta o di altro materiale (tela, pelle, ecc...) ed incollata a del cartone che la rende rigida, tramite dei fogli detti 'risguardi' o 'sguardie'. Spesso il volume così rilegato viene ricoperto da una sovracoperta.

CATALOGO

Opuscolo propagandistico, generalmente illustrato, che riporta l'elenco dei prodotti di un'azienda, con relative descrizioni e prezzi.

CIANO

Uno dei quattro colori di quadricromia (ciano, magenta, giallo e nero).

CIANOGRAFIA

Tecnica particolare per la riproduzione di disegni o di pellicole fotografiche su carta al cianuro, sensibile all'azione della luce.

CIANOGRAFICA

Bozza monocromatica realizzata su carta fotosensibile dal montaggio di matrici offset. Serve al controllo della posizione del testo e delle immagini e della corretta sequenza di piegatura prima della formatura della matrice.

CLICHÈ

Lastra metallica in zinco, rame o altro, incisa con processi fotografici per la riproduzione tipografica di fotografie e disegni.

CMYK

I colori della stampa offset in quadricromia: Cyan (ciano), Magenta, Yellow (giallo) e Black (nero).

COLOPHON

Indicazione obbligatoria dell'editore della pubblicazione, della tipografia e della data in cui è stata terminata la stampa.

COMPOSIZIONE

L'insieme dei caratteri e segni tipografici che formano un testo scritto.

COPERTINA

Pagina principale di un libro, un manuale, una pubblicazione.

COPYRIGHT

Protetto dai diritti d'autore. Proprietà letteraria. Usato come sostantivo significa anche "riproduzione vietata".

CORDONATURA

È l'operazione che consiste nel creare, nella copertina, delle scanalature in corrispondenza delle quali la rigidità della stessa risulta fortemente ridotta: è, quindi, possibile aprire il libro facilmente, evitando inoltre, di vedere al "vivo" la colla del dorso.

CORPO

Termine tipografico col quale si indica l'altezza dei caratteri.

CORSIVO Carattere tipografico inclinato verso destra.

CROMALINE

Stampa speciale di un campione ai fini del controllo del colore di un documento.

CTP (Computer to Plate)

Sistema di incisione di matrici per la stampa che non necessita di pellicole ma che, attraverso personal computer, permette l'incisione della forma da stampa direttamente dal file impaginato.

DDT o Documento di trasporto

Documento di natura amministrativa che viene emesso per accompagnare merci in base al DPR. n.472 del 14/08/1996; ha sostituito la Bolla di Accompagnamento.

DEPLIANT

Pieghevole. Foglio pubblicitario generalmente a più facciate.

DIDASCALIA

Breve testo per le descrizioni di foto e disegni, in genere composto in un corpo inferiore a quello del testo.

DIDOT

Tipografo francese, ideatore del sistema di metrica tipografica.

DORSO

Lo spessore di una pubblicazione sul lato della rilegatura.

DTP (Desk Top Publishing)

Insieme delle tecniche che, per mezzo di personal computer e software di impaginazione, permettono di gestire ed elaborare testi ed immagini ottenendo documenti già impaginati pronti per la stampa.

EPS

Estensione di file di immagine.

ESECUTIVO

La versione definitiva di un layout pronta per essere riprodotta a stampa. Su di esso figurano le illustrazioni ed il testo già composto nei caratteri desiderati.

ETICHETTE RESINATE

Stampa offset su materiali vari come pvc, poliesteri, policarbonati in vari spessori; il materiale stampato viene ricoperto da una resina poliuretana bicomponente con vari gradi di durezza.

FACCIATA

Ciascuna delle due superfici di una pagina.

FILETTO

Linea utilizzata nella stampa per dividere o contornare certe parti

del testo o della rappresentazione grafica.

FILOREFE

Sistema di rilegatura. Operazione con la quale si cuciono insieme i fogli di un libro o di un fascicolo.

FOLDER

Pieghevole a più fogli.

FONT

File di dati che forniscono ai computer le informazioni grafiche necessarie a formulare un determinato stile di carattere a video e in output.

FOTOCOMPOSIZIONE

Composizione di testi, titoli e grafici eseguita fotomeccanicamente.

FOTOINCISIONE o LITOINCISIONE

Procedimento con cui si ottiene la forma di stampa planografica sfruttando gli effetti della luce su materiali fotosensibili (le lastre) con attrezzature idonee (torchi espositori, sviluppatrici, reprocamere, bromografi, ecc...)

FOTOLITO

Procedimento attraverso il quale si ottengono le lastre per la stampa con il sistema offset.

FOTOUNITÀ

Dispositivo di stampa ad alta risoluzione dei dati da computer convertiti in codici che generano caratteri e grafismi su supporto fotosensibile tramite sistemi ottici. Le fotounità possono essere a tubo catodico (crt) o a laser.

FUORI REGISTRO

Imperfetta sovrapposizione dei quattro colori base che formano l'immagine a colori, con una

conseguente presenza di sbavatura di colore.

FUSTELLA

Lama sagomata nella forma in cui si desidera tagliare carta o cartone.

GABBIA

Altezza e larghezza dello spazio occupato dalla stampa del testo all'interno della pagina.

GIALLO

Uno dei quattro colori di quadricromia (ciano, magenta, giallo e nero).

GIF

Estensione di file di immagine frequentemente usata per la pubblicazione in documenti su Internet.

GIUSTEZZA

Lunghezza di una riga di testo composto.

GRAFICA

È lo studio e la progettazione dell'estetica e della funzionalità degli stampati, che comprende anche le relative fasi di progettazione.

GRAMMATURA

Peso della carta espresso in grammi per metro quadrato (G/MQ)

HEADLINE

Titolo, intestazione di un annuncio pubblicitario redatto e composto in modo tale da attirare l'attenzione. Solitamente in esso è sintetizzato il tema della campagna pubblicitaria. Questo termine ha reso obsoleto il termine slogan.

IMMAGINE COORDINATA

Sistema di identità e riconoscibilità visiva di una azienda o di un prodotto

o di una determinata tipologia di prodotti particolarmente importante e curata nel packaging.

IMMAGINE VETTORIALE

Un'immagine è vettoriale quando è riconducibile ad una descrizione matematica cioè tramite funzioni. La grafica vettoriale rappresenta ogni elemento secondo le coordinate di alcuni dei suoi punti utilizzando un sistema di riferimento. Questo formato di rappresentazione dei dati occupa una ridotta quantità di memoria ed è assolutamente indipendente dall'output.

IMPAGINAZIONE

Fase di lavorazione successiva al menabò o layout, quando tutti gli elementi compositivi (testi, titoli, foto) vengono collocati nella pagina.

IMPOSIZIONE

Posizionamento corretto delle facciate che compongono una pubblicazione nel foglio macchina, finalizzato ad assicurarne la corretta sequenza di stampa.

INDD

Estensione di file realizzato con il programma Adobe InDesign.

IN-FOLIO

quartino, 4 pagine; si ottiene con una sola piega.

IN-OTTAVO

sedicesimo, 16 pagine; si ottiene con tre pieghe.

IN-QUARTO

ottavo, 8 pagine; si ottiene con due pieghe.

IN-SEDICESIMO

trentaduesimo, 32 pagine; si ottiene con quattro pieghe.

INGOMBRO

Spazio occupato da qualcosa. Questo termine è molto usato nelle tecniche d'impaginazione.

INTERLINEA

Spazio bianco che viene interposto tra una linea di testo e quella successiva in senso orizzontale.

JAZ

Supporto magnetico della portata di 1GB.

JPEG

Estensione di file di immagine fotografica.

LASERART

Traforazione al laser che permette di realizzare trafori sottili e complessi su carta e cartoncino; la precisione della traforazione permette realizzazioni con una definizione dell'immagine fino a mm. 0,5.

Info tecniche: formato carta

Min mm. 175x175

Max mm. 720x720

Grammatura carta

Min g/mq 90

Max g/mq 300-350

Risoluzione grafica

mm,0,5

LASTRA

Supporto in zinco sul quale vengono impresse mediante un processo chimico-fotografico le immagini da stampare: queste, intinte di inchiostro, vengono trasferite sul caucciù e quindi sulla carta.

LAYOUT

La sistemazione grafica dei vari elementi di un annuncio pubblicitario, allo scopo di rappresentare il più fedelmente possibile l'immagine definitiva dell'annuncio stesso. In un layout compariranno: la

headline, l'illustrazione o il bozzetto di un'eventuale fotografia, l'ingombro del testo, se non la versione definitiva dello stesso.

LEGATURA

Si distingue fra la legatura a brossura e la legatura cucita. Con quest'ultimo sistema le segnature (sedicesimi, ottavi, ecc.) vengono piegate e cucite, quindi incollate generalmente su copertine rilegate.

LOGO O LOGOTIPO

Il carattere con cui è scritto il nome di un'azienda o di un prodotto. Spesso, può capitare che il logotipo diventi il marchio stesso dell'azienda. Più precisamente per logotipo s'intende il carattere (la font) con cui un'azienda si differenzia da un'altra.

MAGENTA

Uno dei quattro colori di quadricromia.

MAGNETO OTTICO

Supporto magnetico dalle diverse dimensioni di portata.

MANO DELLA CARTA o V.S.A. (Volume Specifico Apparente)

Termine con il quale si indica la sensazione che si prova maneggiando un foglio di carta. Qualitativamente è anche definita come l'apprezzamento al tocco del rapporto fra lo spessore e la grammatura della carta.

Spessore

Mano = -----

Grammatura

MARCHIO

È un qualunque segno suscettibile di 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.

MATCHPRINT

Sistema utilizzato in fotocoproduzione per ottenere prove chimiche di colore delle pellicole di selezione prodotte. Il procedimento prevede la laminazione del supporto con il film colorato e l'esposizione della pellicola corrispondente a contatto. L'operazione si ripete per successione di colore fino all'ottenimento della prova completa. Procedimento simile al cromaline.

MENABÒ

Per menabò di un periodico o di un quotidiano (o di un libro), si intende il fascicolo, dello stesso formato, sul quale sono date le indicazioni da seguire nell'impaginazione, con gli ingombri precisi dei testi e delle illustrazioni.

MEZZATINTA

Termine tecnico per definire quelle riproduzioni a stampa che abbisognano di sfumature di colore (per le fotografie). Si contrappone al termine "al tratto".

MODULO CONTINUO

Stampa su supporto cartaceo continuo e ripiegato su se stesso.

MOIRÈ

Errata sovrapposizione di due retini.

NEGATIVO

L'immagine ottenuta riproducendo l'originale con il procedimento fotografico convenzionale. I toni hanno valori invertiti rispetto a quelli del soggetto originale.

NERETTO

Indica il peso del carattere. È chiamato anche grassetto.

NERO Uno dei quattro colori di quadricromia (ciano, magenta, giallo e nero).

OFFSET

Procedimento di stampa litografica con il quale l'immagine viene trasportata dalla matrice su un cilindro di gomma e da questo impressa sulla carta. Procedimento di stampa basato sul principio di un processo chimico: la repulsione tra l'acqua e il grasso. Forme di stampa: lastre di zinco alluminio trimetalliche; macchine: piane (a fogli) e rotative (a bobina).

OPUSCOLO

Libretto di poche pagine (al minimo quattro) principalmente usato nella pubblicità diretta e sul punto vendita. Spesso è utilizzato per illustrare l'attività di un'azienda, oppure per descrivere un prodotto o un'attività promozionale.

PACKAGING

Veste con la quale viene presentato il prodotto al consumatore finale. Studio delle confezioni che tiene conto sia del fattore estetico sia del fattore pratico funzionale, come lo scopo di rendere il prodotto attraente oltre che proteggerlo.

PAGINA

L'insieme delle due facce di ognuno dei fogli che costituiscono un libro.

PAGINA AL VIVO

La pagina intera, senza margine.

PANTONE

Standard internazionale della gamma dei colori.

PATINATA

Tipo di carta con superficie "gessata", usata soprattutto quando vi sono riproduzioni a colori o illustrazioni in bianco e nero di pregio.

PDF

Estensione di file di Acrobat Reader.

PELLICOLA

Un'emulsione fotografica stesa su un supporto plastico flessibile translucido o trasparente.

PICT

Estensione di file di immagine.

PLASTIFICAZIONE

Trattamento consistente nell'applicare ad un supporto cartaceo o altro materiale compatibile un materiale plastico lucido o opaco tramite collante e pressione. Può essere necessario per aumentare la resistenza del supporto. Abbellisce e protegge lo stampato.

POSITIVO

L'immagine fotografica ricavata generalmente da un negativo, nella quale i toni non sono invertiti come nel negativo. Il positivo su carta generalmente è chiamato "stampa", mentre quello su supporto trasparente, come la pellicola, è chiamato "diapositiva" o "trasparenza positiva".

PPD

Estensione di una descrizione Postscript.

PROGRESSIVA

Nella stampa in quadricromia, indica la successione degli stamponi ciascuno dei quali tirato in un unico colore. È così possibile controllare ogni singolo stadio della lavorazione.

PROVE COLORE

Stampa speciale di un campione per il controllo del colore di uno stampato.

PROVE DI STAMPA

Stampa speciale di un campione per il controllo del layout di un documento.

PSD

Estensione di file immagine realizzato con il programma Adobe Photoshop.

PUNTO METALLICO

Sistema di rilegatura con aghi metallici. Gli aghi possono essere posti lungo un lato della serie di fogli singoli, oppure al centro del formato "aperto" dell'opuscolo.

PUNTO OMEGA

Sistema di rilegatura con aghi metallici. In questa lavorazione il metallo non aderisce alla costa dello stampato ma forma un occhio (omega) che permette l'inserimento in un raccogliore ad anelli.

QUADRICROMIA L'insieme dei quattro colori utilizzati nella stampa offset a colori: ciano, magenta, giallo e nero (cyan=C, magenta=M, giallo=Y e nero=K). La stampa a colori si effettua scomponendo le tinte dell'originale in quattro colori semplici che, sovrapponendosi, lo riproducono fedelmente. È praticamente una tricromia alla quale viene aggiunto il nero.

QUARTINO

Uno stampato formato da un foglio piegato in due (in pratica quattro pagine).

QUATTRO + QUATTRO COLORI

Prodotto stampato in quadricromia in bianca e volta, o fronte e retro.

QUATTRO + ZERO COLORI

Prodotto stampato in quadricromia solo in bianca, o solo fronte.

QXD

Estensione di file realizzato con il programma Quark XPress.

REALIST

Stampa speciale di un campione di prova per il controllo del colore di uno stampato.

REGISTRO

Perfetta sovrapposizione di due o più elementi stampanti.

RETINO

Strumento grafico usato per riprodurre i chiaro-scuro di un'immagine. I retini vengono indicati col numero di linee contenute in un centimetro.

RIFILO

Taglio finale del prodotto finito e confezionato.

RITOCO

Intervento su originali o copie per eliminare imperfezioni o per esaltare forme e colori in determinate zone dell'immagine. Può essere effettuato manualmente o con computer che utilizzano specifici programmi.

ROTATIVA

Macchina per la stampa. In tipografia la stereotipia è montata su cilindro. In offset la lastra viene montata su un cilindro. In rotocalco la forma di stampa, il cilindro, è per sua natura rotativa.

ROTER

Materiale per il punto vendita, solitamente sagomato e con articolazioni, viene appeso al soffitto.

SATINATURA

Ulteriore calandratura della carta per renderla più liscia, ottenuta per mezzo di pressione fra due cilindri

SCANNER

Strumento in grado di individuare e separare nei quattro colori base (rosso, blu, giallo e nero) l'impasto cromatico presente in un fotocolor per allestire le quattro pellicole necessarie per la stampa.

SEGNATURA

Foglio di stampa che, ripiegato più volte, dà luogo a un quartino, un ottavo, un sedicesimo...e così via.

SELEZIONE COLORI

Separazione dei colori primari tramite scanner laser di originali, per la stampa a quattro o più colori.

SERIGRAFIA

Sistema di stampa semi-artigianale. Si esegue facendo passare l'inchiostro attraverso un fine tessuto di seta su cui è stata precedentemente applicata una matrice che ne impedisce il passaggio nelle zone non da stampare.

SPIRALE

Sistema di rilegatura con filo (di metallo o plastica) avvolto a spirale e infilato nella foratura dei fogli (singoli) che compongono lo stampato.

SPORCHI DI STAMPA

Gli sporchi sono impurità come granelli di polvere o altro che si depositano in prestampa nella formazione delle pellicole, oppure in fase di stampa possono essere particelle di carta e formano delle zone chiare o scure sui materiali stampati.

STAMPA A CALDO

Procedimento di stampa tipografico che utilizza un nastro di colore termotrasferibile per trasferire il grafismo dalla forma al supporto; la forma è riscaldata da resistenze elettriche.

STAMPA A RILIEVO

Metodo di nobilitazione di uno stampato con cui si ottiene un rilievo sul foglio applicando una pressione al supporto posto sopra una forma di tipo rilievografica non inchiostata.

STAMPA DIGITALE

Procedimento di stampa diretta tra computer e stampante (laser, inkjet).

STAMPA IN QUADRICROMIA

I quattro colori di selezione (cyan, magenta, giallo e nero) consentono di ottenere un'ampia gamma di colori, in sintesi sottrattiva col procedimento di stampa e con la combinazione di retini di varie densità.

STAMPA LENTICOLARE

Tecnica di stampa su tutti i tipi di cartoline, gadget bidimensionali e cartelli vetrina, che fornisce sensazioni di movimento e di cambio immagine. Gli effetti ottenibili sono Cambio immagine, Animazione, Zoom e Morph.

STAMPA TIPOGRAFICA

Antico metodo di stampa ormai utilizzato solo per particolari lavori in cui i grafismi (parte stampante della forma) sono in rilievo e speculari (illeggibili) rispetto alle parti non stampanti. È altresì definita come metodo di stampa diretta perché non vi è interposizione di altri materiali tra la forma ed il supporto, e perché l'applicazione della pressione porta alla stampa leggibile dei grafismi.

STAMPA TRADIZIONALE

Procedimento di stampa litografica con il quale l'immagine viene trasportata dalla matrice su un cilindro di gomma e da questo impressa sulla carta.

STAMPONE

Riproduzione di un originale in un numero limitato di copie per il controllo del colore di un documento.

STOCASTICO

Metodo di stampa Offset caratterizzato da un retino composto da punti della stessa dimensione i cui centri non sono equidistanti tra loro; è una alternativa al metodo tradizionale caratterizzato da punti di dimensioni variabili. Elimina tutti i problemi derivanti dalla non corretta inclinazione dei retini corrispondenti ai vari colori e la risoluzione di stampa risulta molto più definita.

TIFF/TIF

Estensione di file di immagine.

TIPOMETRO

Righello con le indicazioni di misurazione del sistema Didot e con diversi calcoli nei vari corpi.

TIPONAGGIO

Operazione di riproduzione fotografica che permette di ottenere copie identiche da un originale trasparente (pellicola). Non sono possibili ingrandimenti e/o riduzioni. Questo procedimento serve per ottenere più pellicole uguali in modo da poter stampare sullo stesso foglio più volte lo stesso soggetto. Risulta ormai superato ed economicamente più oneroso rispetto ad altri sistemi quale il CTP (Computer to Plate).

TIRATURA

Il numero di copie stampate di ogni singolo numero di una determinata pubblicazione.

TRATTO

Questo termine, nel linguaggio delle arti grafiche, si riferisce a qualunque negativo, stampa, originale o matrice di stampa che sia composto da immagini a zone di colore piene, senza mezzetinte.

UNO + UNO COLORI

Stampa di un prodotto in monocromia, generalmente il nero, in bianca e volta, o fronte e retro.

UNO + ZERO COLORI

Stampa di un prodotto in monocromia, generalmente il nero, in bianca, o solo fronte.

USCITA IN CADUTA MACCHINA

Disposizione delle pagine e/o degli elementi che compongono il lavoro nell'esatta posizione in cui verranno successivamente stampati sul supporto.

USCITA PELLICOLE DA DISCO

Stampa del contenuto di un file fornito non su un supporto cartaceo, ma su un film fotosensibile tramite una fotounità anziché una normale stampante; in seguito questo film viene sviluppato ed utilizzato per varie lavorazioni (montaggi, cliché...). Tecnica che sta subendo un progressivo calo di utilizzo in seguito allo sviluppo di nuove tecnologie quali il Computer To Film ed il Computer To Press.

VERNICE UV

Vernice lucida che viene fatta essiccare in brevissimo tempo tramite irradiazione di raggi ultravioletti.

VERNICE UV SERIGRAFICA

Metodo di nobilitazione di uno stampato che permette di stendere un velo di vernice che dona un particolare effetto di brillantezza e tattile, tramite un procedimento di stampa quale la serigrafia, permettendoci di avere anche delle forme non regolari, ma sagomate.

VERNICIATURA

Operazione che si esegue sul supporto stampato con diversi procedimenti e vernici. Può essere lucida, opaca oppure u.v. quando la spalmatura viene fatta con una vernice lucida essiccata successivamente tramite irradiazione di raggi ultravioletti.

VOLTA

La parte in contrapposizione alla bianca in un foglio di macchina.

XILOGRAFIA

Tecnica d'incisione a rilievo su legni duri (xilos in greco vuol dire legno) a scopo di riproduzione a stampa. Per xilografia si può anche intendere la copia che si ottiene dalla stampa dell'incisione.

ZIP

Supporto magnetico di capacità pari a 100MB.

credits

manuale d'immagine coordinata della Regione Emilia-Romagna

Servizio Comunicazione, Educazione alla sostenibilità

responsabile

Paolo Tamburini

ideazione e progetto editoriale

Tiziana Gardini

hanno collaborato

**Anna Maria Bernabè, Fabio Campisi, Patrizia Cotti,
Giovanni Morini, Barbara Murtas**

progetto grafico e impaginazione

Pablo Comunicazione | Fabio Bolognini

stampa digitale

Centro stampa della Regione Emilia-Romagna

marzo 2009

© Regione Emilia-Romagna



a cura del Servizio Comunicazione, Educazione alla sostenibilità