



# Leo Club Italia

---

BrandGuidelines

# Indice

---

## **1.0 // Il linguaggio**

- 1.1 Messaggio
- 1.2 Struttura

## **2.0 // La grafica**

- 2.1 Brand
- 2.2 Uso del brand
- 2.3 Personalizzazione

## **3.0 // Le basi**

- 3.1 Palette colori
- 3.2 Tipografia
- 3.3 Elementi grafici

## **4.0 // Le Aree**

- 4.1 Brand
- 4.2 Palette

## **5.0 // La fotografia**

- 5.1 Utilizzo
- 5.2 Consigli

## **6.0 // I Social Networks**

- 6.1 Piattaforme
- 6.2 Pubblicazioni

A close-up, low-angle shot of a person's hands typing on a laptop keyboard. The lighting is dim and blue-toned, creating a focused and professional atmosphere. The person is wearing a light-colored, textured sweater. The text "1.0 // Il linguaggio" is overlaid in the center of the image.

1.0 // Il linguaggio

# 1.1 Messaggio

---

Queste Brand Guidelines nascono con lo scopo di definire alcune linee guida su come rappresentare correttamente l'immagine del Leo Club Italia, per far sì che si possa comprendere e trasmettere in maniera chiara il significato di Leadership, Experience e Opportunity.

Gli **obiettivi fondamentali** sono tre:

- 1 Far comprendere quelli che sono i veri e propri scopi del Leo Club, le attività e gli obiettivi.
- 2 Presentare un'immagine compatta e coerente che vada a toccare tutto il Multidistretto, i Distretti e i singoli Club.
- 3 Esplorare i diversi modi tramite i quali è possibile far conoscere l'associazione ad mondo esterno.

All'interno di questo manuale sono presenti indicazioni relative alla realizzazione di testi, all'utilizzo di immagini, alla personalizzazione del logo Leo e alla gestione dei social network.

## 1.2 Struttura

---

### Scrivere come Leo Club Italia

- 1 Essere diretti e concisi
- 2 Utilizzare una voce attiva piuttosto che passiva
- 3 Fare uso di un punto di vista in terza persona come impostazione predefinita. Tuttavia, se si ritiene appropriato, è possibile utilizzare anche la prima e la seconda persona.

### Titoli e sottotitoli

- 1 Titoli accattivanti, brevi, significativi
- 2 Sottotitoli esplicativi, utili a definire o a compensare i titoli
- 3 Preferire un singolo sottotitolo rispetto a più sottotitoli. La spiegazione del tema deve essere espressa successivamente nel corpo

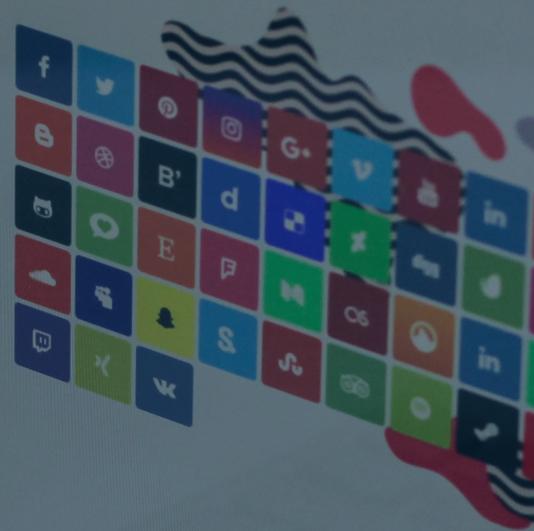
### Corpo

- 1 Variare la lunghezza delle frasi crea un ritmo e un flusso continuo
- 2 Privilegiare la distinzione in paragrafi
- 3 Giocare con le parole in evidenza, frammenti, congiunzioni

### Richiami all'attenzione

- 1 Forti, invitanti e chiari
- 2 Visivamente interessanti
- 3 Forniscono il beneficio di catturare l'attenzione e mantenere l'utente sulla pagina/profilo

## 2.0 // La grafica



## 2.1 Brand

---

### Perchè?

Un logo racconta l'identità di un prodotto, ente, azienda o associazione che rappresenta. Dona unicità a una realtà e la rende facilmente riconoscibile all'esterno. Proprio l'**esigenza di riconoscibilità**, in un panorama sempre più sovraffollato, ha creato l'esigenza di ideare per il Multidistretto Leo un logo che potesse essere duraturo nel tempo e che non fosse strettamente legato al Presidente dell'annata sociale in corso.

### Nel tempo

Affinché un logo possa durare nel tempo, è necessario che abbia un **carattere istituzionale**, legato ai tratti intrinseci all'associazione che rappresenta. Si auspica altresì che sia di immediata lettura, corretto nelle forme e facilmente utilizzabile su diversi tipi di materiali quotidiani (carta intestata, presentazioni, ma anche gadget, spille).

### Eredità

Siamo partiti da due simboli inconfondibili e costitutivi del Leo Club Italia.



Leo Club



Bandiera italiana



**Leo Club Italia**

## Pittogramma



Il nuovo design include quindi il tricolore italiano e può essere utilizzato per i materiali relativi al Multidistretto 108 I.T.A.L.Y. e ai distretti italiani. Quando è combinato con il logotipo sarà indicato come una firma.

I colori devono corrispondere a:

Rosso (Pantone® 2035)  
 Grigio (Pantone® 4276 C)  
 Verde (Pantone® 347 C)  
 Bianco.

## Logotipo

### Leo Club Italia

Il logotipo dell'organizzazione comprende la targa. La sua tipografia unica, insieme al pittogramma, conferisce alla firma di Leo Club Italia un carattere distintivo e proprietario.

Il carattere tipografico utilizzato per la scritta Leo Club Italia è ispirato alle lettere LEO del logo originale.

Il logotipo non può essere riscritto, ricostruito o alterato in alcun modo (i file vettoriali della firma sono forniti).

**Dovrebbe essere usata con il pittogramma come parte della firma. Non deve essere usata da sola.**

Dati:  
 Pantone® 4276 C, Helvetica Neue  
 Condensed Bold



Le Norme sui marchi di Leo Club Italia concedono ai nostri soci l'autorizzazione automatica ad utilizzare i marchi registrati dell'organizzazione in una varietà di applicazioni, tra cui, ma non solo, materiali stampati ragionevolmente legati al funzionamento di club e del distretto e in applicazioni digitali quali siti web e social media. Qualsiasi uso dei marchi non specificamente autorizzato dalle Norme sui marchi commerciali richiederà un permesso scritto da Leo Club Italia e potrebbe essere soggetto a royalties per l'uso del marchio. Le richieste per l'uso del marchio possono essere inviate a [comunicazione@leoclub.it](mailto:comunicazione@leoclub.it).

## 2.2 Uso del brand

Le uniche opzioni accettabili per il logo del Multidistretto sono mostrate qui:



4 colori



Leo Club Italia

4 colori



Leo Club Italia

4 colori



Leo Club Italia

4 colori



**Verde, rosso, grigio e bianco sono i colori che compongono la colorazione della firma. Le uniche opzioni accettabili sono mostrate qui.**

Le firme con logotipo grigio dovrebbero essere collocate su uno sfondo chiaro per consentire la massima leggibilità; la firma con scritta bianca è utilizzabile per sfondi scuri. Assicurati che il colore dello sfondo funzioni bene con le colorazioni della firma.

Le firme di Leo Club Italia possono essere riprodotte su fotografie. L'area della foto scelta deve essere relativamente semplice, e deve fornire un contrasto sufficiente per la leggibilità.

## Accettabile



## Non accettabile



Non distorcere.



Non cambiare il carattere tipografico.



Leo Club Italia

Non cambiare configurazione degli elementi.



Non coprire la firma.



Non cambiare colore.



Non coprire con un pattern.



Non ruotare.



Non coprire con un colore.

## 2.3 Personalizzazione

**Al fine di permettere una propria riconoscibilità ad ogni club è possibile personalizzare il brand Leo.**

Partendo dal brand originale, si possono aggiungere elementi al logo senza però modificarne l'integrità. Cosa significa questo?

- Il logo originale del Leo Club deve essere presente, ben visibile e protagonista.
- Il logo originale del Leo Club **NON DEVE** essere sostituito, rimpicciolito, tagliato.
- **Non è possibile utilizzare solo una “faccia” del logo:** devono essere entrambe integre, così come la scritta ‘LEO’ centrale.

Questa scelta è dovuta al fatto che, benché sia giusto che un club/distretto voglia personalizzare la sua immagine, è importante che questa rispetti a pieno la brand identity del Leo Club Italia, così che venga mantenuto un elemento comune di riconoscibilità all'interno di tutti i club e distretti. È importante essere consapevoli che il logo Leo deve rappresentare in primis l'associazione, e solo in secondo luogo il singolo club/distretto/persona.

**È tuttavia possibile aggiungere elementi “di contorno” al logo originale, avendo anche piena libertà nella scelta dei colori da utilizzare.**

**Dato che molti club, da anni, mantengono un logo Leo “modificato”, si propongono le seguenti soluzioni:**

1. Mantenere il proprio logo facendo però attenzione ad affiancare sempre il logo Leo originale nella propria comunicazione.
2. Modificare il proprio logo aggiornandolo alle presenti linee guida. Questo cambiamento può essere svolto con il supporto del coordinamento comunicazione distrettuale o, in alcuni casi, multidistrettuale.

Per quanto riguarda i distretti, invitiamo i Presidenti Distrettuali a rispettare quanto previsto nel presente Manuale o ad affiancare sempre il logo Leo originale nella loro comunicazione. Inoltre, consigliamo che, a fronte dell'apertura di un nuovo club all'interno del distretto, si scelga un logo coerente con le presenti linee guida.

Nella pagina successiva sono presenti alcuni esempi di loghi coerenti con il brand Leo originale.



Distretto LA a.s. 20\_21



Leo Club Acireale



Leo Club Adriatico Superiore



Leo Club Firenze



Leo Club Caserta

A woman with brown hair, wearing a white t-shirt and a gold watch, is sitting at a desk and writing in a notebook with a red pen. She is smiling and looking down at her work. A man with a beard and glasses, wearing a red and blue plaid shirt, is leaning over her shoulder, looking at her work. On the desk, there is a blue mug, a green pen, and a laptop. The background shows bookshelves filled with books, suggesting a library or study environment. The text "3.0 // Le basi" is overlaid on the image in white with a red double slash.

3.0 // Le basi

# 3.1 Palette colori

## Colori primari



## Colori secondari

Di seguito alcune palette colori consigliate.



## 3.2 Tipografia

---

Helvetica Light  
Proud to be Leo

Helvetica  
Proud to be Leo

Helvetica Oblique  
*Proud to be Leo*

Helvetica Bold  
**Proud to be Leo**

Helvetica Bold Oblique  
***Proud to be Leo***

Helvetica Neue Condensed Bold  
**Proud to be Leo**

---

Times New Roman Regular  
Proud to be Leo

Times New Roman Italic  
*Proud to be Leo*

Times New Roman Bold  
**Proud to be Leo**

Times New Roman Bold Italic  
***Proud to be Leo***

Arial Narrow Regular  
Proud to be Leo

Arial Narrow Italic  
*Proud to be Leo*

Arial Narrow Bold  
**Proud to be Leo**

Arial Narrow Bold Italic  
***Proud to be Leo***

## 3.3 Elementi grafici

Al fine di risultare più efficaci nella comunicazione, si consiglia di seguire i seguenti punti:

- 1 Definizione di un'immagine coordinata
- 2 Scelta coerente dei colori
- 3 Utilizzo dei loghi necessari



Pagina Instagram del Leo Club Italia.

A top-down view of several people's hands stacked in a circle, symbolizing teamwork and service. The hands are of various skin tones and are wearing different colored clothing. The background is a light blue, textured surface. The text "4.0 // Le aree e gli organi di servizio" is overlaid in the center of the image.

## 4.0 // Le aree e gli organi di servizio

# 4.1 Brand

## Aree di servizio



**AREA GIOVANI  
E INTERNAZIONALE**



**AREA VISTA  
E SALUTE**



**AREA COMUNICAZIONE  
E INFORMATICA**



**AREA FAME**



**AREA  
AMBIENTE**

## Organi di servizio



## 4.2 Palette

---



### Area Giovani e Internazionale

C71 M15 Y37 K1  
R68 G163 B165  
HTML #44a3a5



### Area Ambiente

C82 M29 Y68 K15  
R37 G121 B94  
HTML #25795e



### Area Vista e Salute

C75 M95 Y25 K16  
R90 G42 B101  
HTML #5a2a65



### Area Fame

C0 M54 Y85 K0  
R242 G139 B50  
HTML #f28b32



### Area Comunicazione

C36 M0 Y4 K0  
R171 G220 B242  
HTML #abdcf2



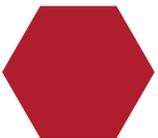
### GAT - Membership

C9 M29 Y95 K1  
R233 G181 B13  
HTML #e9b50d



### GAT - Leadership

C100 M83 Y19 K5  
R31 G59 B127  
HTML #1f3b7f



### GAT - Service

C21 M98 Y78 K14  
R176 G30 B46  
HTML #b01e2e



É consigliato utilizzare i colori indicati per ogni area o organo, ma anche le simili gradazioni di colori.

A person's hands are shown holding a black DSLR camera. The camera's LCD screen is turned on and displays a photograph of a man and a woman smiling and embracing. The camera's controls, including buttons for MENU, WB, QUAL, ISO, and OK, are visible. The background is a soft-focus outdoor scene with green foliage and a couple in the distance. The overall lighting is soft and natural, suggesting an outdoor setting during the day.

5.0 // La fotografia

## 5.1 Utilizzo

---

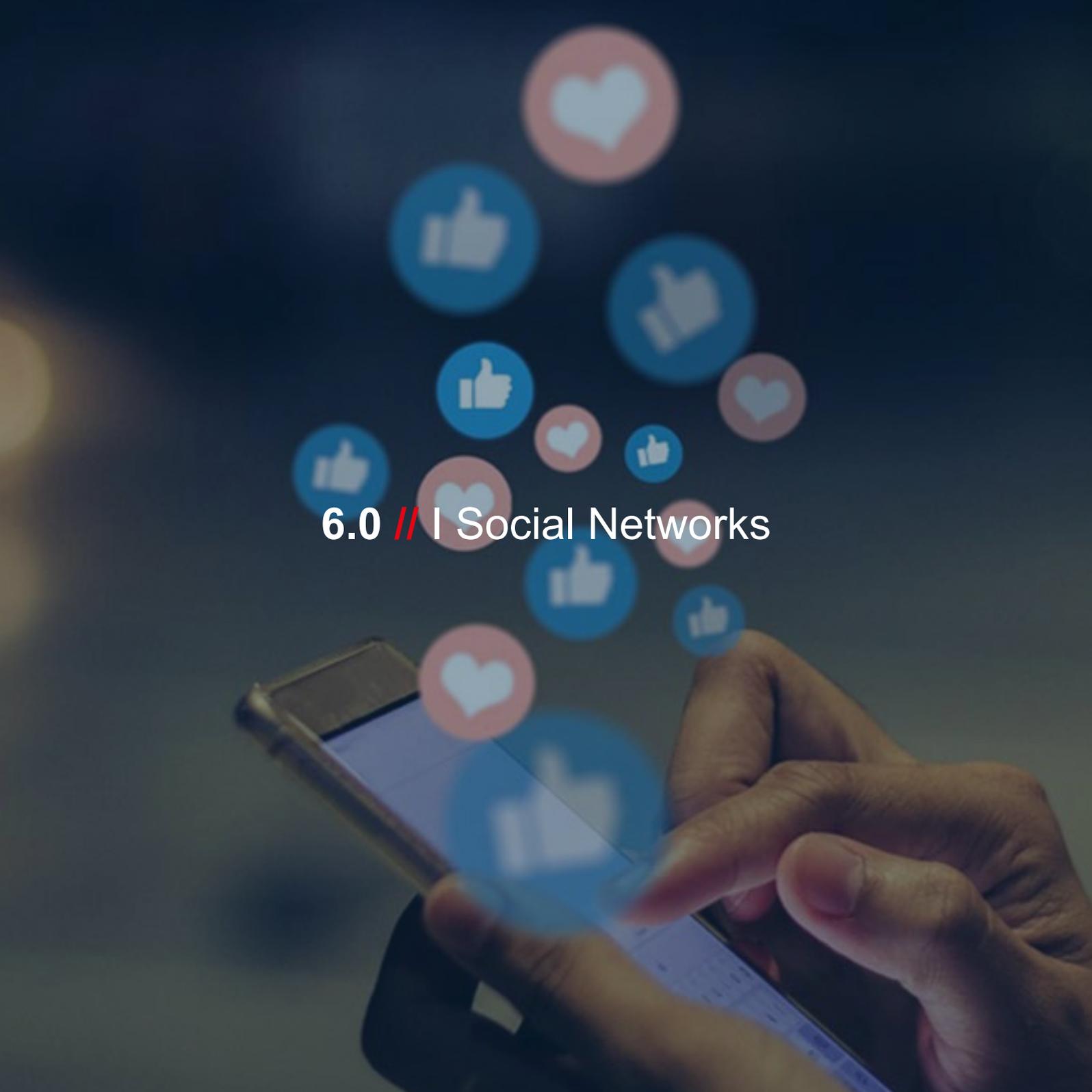
È possibile distinguere i soggetti delle foto sulla base dell'evento interessato:

- 1 Attività pratica: privilegiare foto di partecipanti occupati nello svolgimento dell'attività oggetto dell'evento. Per esempio, nel caso della pulizia di un parco/spiaggia, è importante fare foto durante la raccolta attiva dei rifiuti.
- 2 Conferenza: focalizzarsi sui relatori, cercando di evitare foto a bocca aperta. Se possibile, inserire all'interno della foto, come sfondo, anche una locandina/slide rappresentativa dell'argomento trattato.
- 3 Eventi di Apertura/Auguri/Chiusura: evitare foto singole in favore delle foto di gruppo. In caso di entrata nuovi soci, è consigliabile scattare foto della spillatura.

## 5.2 Consigli

---

- 1 Le foto devono essere preferibilmente nitide e di buona qualità.
- 2 Si consiglia caldamente di evitare la pubblicazione di foto poco consone all'attività di club, come nel caso festeggiamenti esageratamente sfrenati o di eventi di tipo politico.
- 3 In caso di presenza di bambini o altri soggetti sensibili nelle foto, ai fini della pubblicazione è importante o richiedere il permesso dei genitori/tutori, o censurare i volti.

A hand is shown holding a smartphone, with the screen displaying a social media interface. The background is dark with a bokeh effect of light spots. Numerous circular icons, including hearts and thumbs-up symbols, are scattered around the phone, some appearing to float or be projected from the screen. The overall color palette is dark with blue and pinkish-red accents from the icons.

## 6.0 // I Social Networks

## 6.1 Le piattaforme

---

Attualmente i Social più utilizzati dalla nostra associazione sono Instagram, in primis, seguito da Facebook. Negli ultimi anni, però, sta avvenendo un'apertura verso nuove piattaforme.

### 1 Instagram

Permette agli interessati di rimanere costantemente aggiornati sulla vita del club/distretto, sia tramite post che stories.

Questo social può essere utilizzato anche per contattare con più facilità associazioni/influencer per eventuali collaborazioni.

### 2 Facebook

Utile per la pubblicazione e la promozione di eventi sulla pagina di club/distretto.

### 3 Telegram

App di messaggistica che permette di creare canali, pubblici o privati, dove inviare agli iscritti aggiornamenti sulle attività di club.

### 4 TikTok

Piattaforma video molto diffusa tra le nuove generazioni. È possibile pubblicare video riassuntivi delle proprie attività, così che questi possano finire sulle bacheche anche di chi non conosce l'associazione.

### 5 Twitch

Piattaforma streaming dove è possibile trasmettere eventi live a cui possono partecipare anche persone esterne.

## 6.2 Pubblicazioni

### Contenuti

Si consiglia la pubblicazione di contenuti strettamente legati all'attività di club/distretto, evitando quindi:

- Contenuti di tipo personale
- Contenuti di tipo politico o religioso
- Contenuti offensivi e discriminatori

### Loghi

È importante ricordare l'utilizzo dei loghi adeguati alle diverse occasioni:

- Se viene pubblicato un post sulla collaborazione con una specifica associazione, sarà necessario inserire anche il logo di quest'ultima.
- 
- Qualora un evento avesse ricevuto il patrocinio della Città/Comune/Provincia, il relativo logo deve essere assolutamente inserito.
- 
- Anche nel caso di collaborazioni con altri club/distretti Leo e Lions, è fondamentale inserire i loro loghi.

### Crediti

Nel caso della necessità di utilizzo di specifiche immagini/canzoni si consiglia di:

- Ricorrere a siti che forniscono contenuti royalty free.
- 
- Chiedere il permesso del proprietario per l'utilizzo di una fotografia.
- 
- Nel caso di canzoni utilizzate per la realizzazione di video, si faccia riferimento alle canzoni già fornite dall'applicazione o alle playlist di Youtube non coperte da copyright.

## **Creatori**

Ottavia Valz Gris | Cristina Biagiotti | Gianmarco Barluzzi

## **Informazioni e domande**

[comunicazione@leoclub.it](mailto:comunicazione@leoclub.it)