



LA BRAND IDENTITY INAF

Linee guida per un corretto utilizzo dell'identità visiva e verbale

autori:
E. Ferroni,
F. Aloisio, D. Coero Borga, M. Galliani, M. Malaspina, C. Mignone

INDICE

INTRODUZIONE

CHI SIAMO

- MISSION
- VISION
- ALTRE INFORMAZIONI

IDENTITÀ DI BRAND

- IDENTITÀ VISIVA
- IDENTITÀ VERBALE
- LINEE GUIDA
 - i. come presentarsi
 - ii. note di stile
 - iii. font
 - iv. firma email
 - v. tavola cromatica
 - vi. background per meeting online
 - vii. powerpoint e presentazioni

IL LOGO INAF

- MODALITÀ E CONDIZIONI D'USO:
- COSA FARE E COSA NON FARE:
- USO DEL LOGO DA PARTE DI TERZI

CONCLUSIONE

INTRODUZIONE¹

La Struttura per la Comunicazione dell'Istituto Nazionale di Astrofisica (INAF) è il filtro tra il lavoro di ricercatori e ricercatrici e dell'Ente con il "mondo". Nonostante ciò, numerosi sono i casi in cui un dipendente INAF si trova a dover parlare in pubblico, con un Ministro o con la stampa senza la nostra intermediazione. Per questo è necessaria la definizione di alcune semplici norme o indicazioni relative al nostro Brand. Perché parlare di brand nel caso di un Ente pubblico di Ricerca? La nostra è l'epoca in cui "comunicare è tutto", in cui essere presenti sui canali dei social network è essenziale, in cui essere riconoscibili al pubblico (che nel nostro caso coincide con i contribuenti) e agli *stakeholder* è uno degli elementi chiave anche per ottenere finanziamenti pubblici vitali per la ricerca scientifica. Per essere riconoscibili, però, occorre essere coerenti e uniti: insomma, dobbiamo presentarci ai giornalisti, ai cittadini e al mondo con il nostro abito migliore. È il nostro Brand che ci definisce e ci rende unici.

Coerenza è la parola che scegliamo come *leitmotiv* per questo processo: diventeremo maggiormente riconoscibili solo riunendo sotto un unico ombrello le diverse anime di INAF. La coerenza consente alle persone, al nostro pubblico, di ricordare chi siamo e al personale INAF di rafforzare quella che in gergo viene chiamata "cultura aziendale". Gli elementi chiave in questo caso sono: identità verbale e identità visiva.

Questo rapporto tecnico intende fornire un quadro di alto livello della *mission*, della *vision*, dei valori e dell'identità visiva e verbale di INAF, descrivendo chi siamo, quali sono i nostri obiettivi, cosa rappresentiamo e cosa ci rende unici nel panorama nazionale e internazionale dell'astrofisica. Nelle pagine che seguono, forniamo quindi alcune semplici ma importanti linee guida che indichino i binari da seguire: aspetti grafici (colori ufficiali e logo) e voce del brand, oltre ad alcuni suggerimenti su come interagire con colleghi, giornalisti, *stakeholder* e con il pubblico. L'identità visiva è flessibile ed espandibile in base alla progettazione futura e alle richieste provenienti dal Presidente.

Comprendiamo che la natura stessa del nostro Ente, nato dall'insieme di molte diverse esperienze radicate da tempo su tutto il territorio, la sua storia e la sua forte territorialità locale, sono fattori da tenere in considerazione quando parliamo di un brand unico per tutti. Sin dalla sua costituzione nel 1999, le azioni volte al raggiungimento di un'immagine coordinata e unificata di INAF hanno sempre incontrato una qualche resistenza, dovuta in primis alla mancanza di un reale senso di identità. Proprio per questo crediamo fermamente che sia fondamentale portare avanti il concetto di un'identità coesa come chiave per emergere e rendere INAF ancor più popolare e identificabile in maniera convincente.

¹ Rapporto visionato e validato dal Presidente Marco Tavani.

CHI SIAMO

VISION:

L'Istituto Nazionale di Astrofisica è il principale Ente di Ricerca italiano per lo studio dell'universo. INAF è uno dei pochi enti al mondo a possedere le risorse intellettuali e strumentali per osservare l'universo a tutte le lunghezze d'onda, da terra e dallo spazio, coprendo l'intero spettro elettromagnetico (dai raggi gamma alle onde radio).

MISSION:

L'Istituto Nazionale di Astrofisica promuove, realizza e coordina, anche nell'ambito di programmi dell'Unione Europea e di Organismi internazionali, attività di ricerca nei campi dell'astronomia e dell'astrofisica, sia in collaborazione con le Università che con altri soggetti pubblici e privati, nazionali, internazionali ed esteri. INAF progetta e sviluppa tecnologie innovative e strumentazione d'avanguardia per lo studio e l'esplorazione del Cosmo. Favorisce, infine, la diffusione della cultura scientifica grazie a progetti di didattica e divulgazione dell'Astronomia che si rivolgono alla Scuola e alla Società.

ALTRE INFORMAZIONI:

Sono oltre 1.400 le persone che rendono possibile il lavoro di INAF, tra ricercatori, tecnici e personale amministrativo. L'Ente ha collaborazioni attive con oltre 200 istituti di ricerca in Italia e all'estero e sono migliaia le pubblicazioni scientifiche che i suoi ricercatori firmano ogni anno.

La 'costellazione' delle sedi dell'INAF è diffusa da nord a sud del territorio italiano, con 16 strutture di ricerca, oltre la Sede Centrale di Roma e il Telescopio Nazionale Galileo a La Palma, nelle Isole Canarie.

INAF è anche nello spazio, attraverso i progetti e la tecnologia dei satelliti, dei telescopi spaziali e delle sonde che permettono di studiare il nostro pianeta e di conoscere sempre di più l'universo, vicino e lontano.

Proiettato nel futuro e protagonista nelle collaborazioni internazionali che danno forma all'astronomia di domani, INAF è consapevole dell'immenso patrimonio storico ereditato dagli osservatori e si adopera per conservarlo, valorizzarlo e metterlo a disposizione degli studiosi e del pubblico interessato. Tra passato e futuro perché ogni nuova missione, osservazione, ogni nuova scoperta ci avvicinano sempre di più alla conoscenza dell'universo.

IDENTITÀ DI BRAND

Definire l'identità di brand equivale a definire la personalità del nostro Ente. Nei paragrafi che seguono, cercheremo di essere specifici su quello che si può fare, e soprattutto su quello che non si può fare con la nostra immagine. Non sono regole rigide o ferree: pensiamo alle linee guida del brand INAF come a un valore aggiunto alla personalità dell'Ente. A cosa servono? Sono necessarie per apparire all'esterno (ma anche all'interno) come un'unica squadra. Ci fideremmo di una persona, un collega, una grande azienda, un

marchio che si presenta ogni volta in modo diverso a seconda delle situazioni? Il pubblico si sentirebbe disorientato.

Nel nostro caso, porremo l'attenzione su due concetti: identità visiva e identità verbale.

IDENTITÀ VISIVA:

L'identità visiva corrisponde a ciò che in gergo viene anche chiamata "immagine coordinata": l'insieme di elementi grafici (loghi, pattern, icone, caratteri tipografici, forme, colori) e immagini che delineano visivamente la nostra attività. Tutto ciò che possiamo veicolare su supporti visivi (biglietti da visita, carta intestata, dépliant, brochure) deve essere in armonia col brand INAF. È il nostro abito migliore.

L'immagine di INAF deve essere coerente anche online (sito web, social media, newsletter, firma per email, ecc.), per mantenere intatta la riconoscibilità visiva dell'Ente. In futuro potrebbe rendersi necessaria una rivisitazione e un upgrade di tutti i siti web collegati a INAF (quello nazionale e quelli locali), per rendere la navigazione più *user friendly* e al passo con i tempi.

IDENTITÀ VERBALE:

Per essere riconoscibili, l'identità verbale è un elemento indispensabile: è la componente linguistica che caratterizza un'organizzazione aziendale o un Ente. Mentre l'identità visiva è l'abito che indossiamo quando comunichiamo con qualcuno, l'identità verbale è il tono di voce e le parole che usiamo quando ci presentiamo. Pensate di descrivere bene la vostra attività in INAF? Credete di presentarvi nel modo adeguato quando parlate con un giornalista? Quasi sicuramente sì, ma ricordiamo sempre che il brand INAF è distinguibile e unico se usiamo tutti lo stesso registro, parole simili e adeguate per descrivere le nostre attività.

LINEE GUIDA:

Per mostrare agli stakeholder, ai colleghi e al pubblico, in Italia e all'estero, coesione e coerenza è fondamentale utilizzare sempre il logo nella versione corretta, i font simili e i colori che ci rappresentano. Anche le parole che vengono scelte per documenti ufficiali, presentazioni e interviste contano. Nei paragrafi che seguono, troverete qualche consiglio utile per rispettare le norme di identità visiva e verbale.

Come presentarsi all'esterno (giornalisti e pubblico): I ricercatori, o chiunque si occupi di ricerca scientifica in INAF, hanno a che fare, prima o poi durante la loro carriera, con la stampa e i giornalisti. Parlando di coerenza e di brand, teniamo a precisare che prima di tutto siamo dipendenti (o affiliati o assegnisti etc) dell'Istituto Nazionale di Astrofisica: il fatto che fisicamente lavoriamo, per esempio, all'Osservatorio di Padova o allo IAPS di Roma è secondario a livello di comunicazione e di identità visiva/verbale.

Quando un giornalista chiede dove lavoriamo, è necessario fornire le seguenti informazioni:

- Ricercatore/Astronomo/Ingegnere/Tecnico/Tecnologo dell'Istituto Nazionale di Astrofisica (INAF), a cui si può aggiungere "di Roma, Napoli, ecc". Non diremo Arcetri, meglio Firenze; Capodimonte evitiamolo, Napoli è sicuramente più conosciuta e riconoscibile.

- Se in una città sono presenti due o più sedi INAF, sui comunicati stampa o su Media INAF troverete sempre scritto “INAF di Roma” o “INAF di Bologna” vicino al vostro nome, e non la sigla o nome esteso dell’Istituto locale;
- Se il giornalista fosse particolarmente scrupoloso si potrebbe specificare anche l’Istituto locale, ma è chiaro che le cose - linguisticamente - si complicano: “Tizio Sempronio, astronomo presso l’Istituto di Astrofisica e Planetologia Spaziali dell’Istituto Nazionale di Astrofisica a Roma”. Si tratta di un’affiliazione verbosa. Volendo scrivere tutto in un sottopancia per il Tg1, sarebbero davvero troppe parole.
- Dire INAF è spesso sufficiente: presentarsi chiaramente come staff dell’Istituto Nazionale di Astrofisica è però più incisivo, facilita il lavoro del giornalista e aiuta il pubblico a ricordare e identificare il nostro Ente in modo chiaro. Anche perché l’Ente è nazionale, non locale.
- Per contatti con i media locali: potete indicare il nome dell’Osservatorio solo dopo aver specificato anche Istituto Nazionale di Astrofisica (INAF).

È utile avere chiara anche la vision e la mission dell’Ente - in pratica “chi siamo” – e alcuni fatti essenziali a proposito delle attività INAF come delineato all’inizio di questo documento, onde fornire, qualora richiesto, un’immagine coesa dell’Ente anche al di là delle domande che riguardano nello specifico il nostro lavoro.

Note di stile:

- In brochure, documenti istituzionali e locandine, la sigla INAF andrebbe usata senza articoli determinativi (es. "INAF è l'ente..." e non "L'INAF...");
- Il nome dell’Ente, Istituto Nazionale di Astrofisica, si scrive utilizzando le prime lettere di ogni parola in maiuscolo;
- Il nome dell’ente in inglese, dove opportuno, andrebbe scritto così: *the Italian National Institute for Astrophysics (INAF)*. È possibile utilizzare la dicitura in italiano come affiliazione ai *paper* o quando si partecipa a meeting e convegni internazionali.

Font consigliati:

- Presentazioni Google, Microsoft PowerPoint o simili:
 - Josefin Sans <https://fonts.google.com/specimen/Josefin+Sans>
 - Lora <https://fonts.google.com/specimen/Lora>
 - Arial (in alternativa)
- Carta intestata, comunicati stampa, documenti ufficiali INAF, etc:
 - Arial (preferibile)
 - Pt Serif <https://fonts.google.com/specimen/PT+Serif>
 - Lora <https://fonts.google.com/specimen/Lora>
- Brochure e altri prodotti cartacei (possono essere considerate altre opzioni in base alle necessità grafiche):
 - Josefin Sans <https://fonts.google.com/specimen/Josefin+Sans>
 - Lora <https://fonts.google.com/specimen/Lora>
 - Michroma <https://fonts.google.com/specimen/Michroma>

Firma per email:

- *Opzione 1*

Cordiali saluti,



Nome Cognome
Istituto Nazionale di Astrofisica (INAF)
Ufficio xxx - Struttura xxx
 Osservatorio Astronomico xxx
 Via, CAP etc
telefono:
email: xxx@inaf.it

- *Opzione 2 (più pratica su Gmail)*

Cordiali saluti

Nome Cognome
Istituto Nazionale di Astrofisica (INAF)
Ufficio xxx - Struttura xxx
 Osservatorio Astronomico xxx
 Via, CAP etc
telefono:
email: xxx@inaf.it










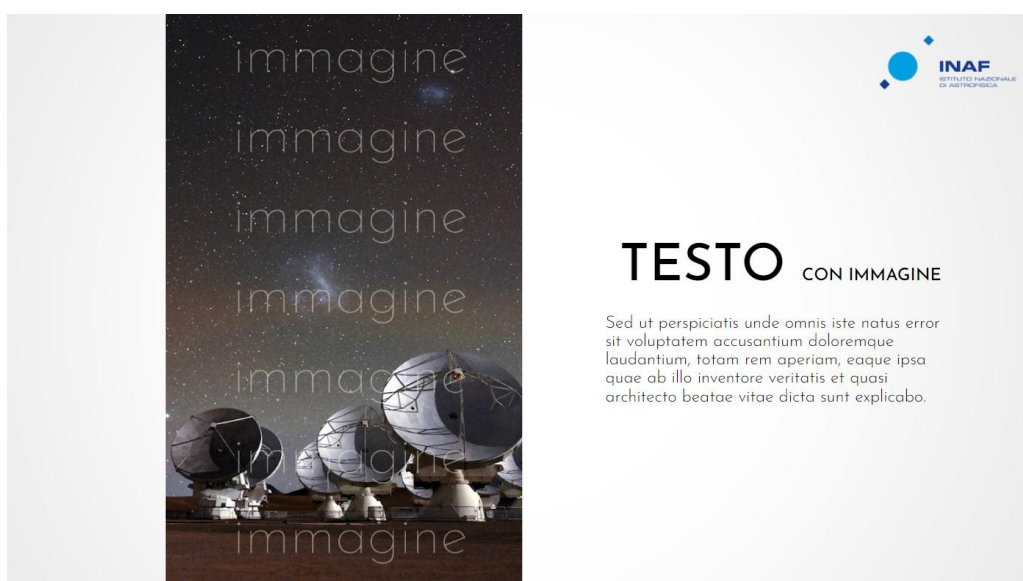
Tavola cromatica: Nella figura successiva riportiamo la tavola cromatica utilizzata per costruire il logo INAF e suggeriamo di utilizzare questi colori in tutte le nostre attività, ove possibile.

	CMYK	RGB	Pantone®	#
	100 83 0 0	0/51/153	Reflex Blue	164c9d
	100 35 0 0	0/133/200	Medium Blue	0085c8
	100 35 0 0	0/159/238	Process Cyan	00afec
	0 0 0 0	255/255/255	White	ffffff
	0 0 0 50	147/149/152	Gray 7548	939598
	0 0 0 100	0/0/0	Black	231f20

Background per meeting online: Il nostro lavoro oggi giorno prevede una grande, grandissima quantità di teleconferenze. Chi non ha già avuto almeno una call da questa mattina? Anche in questo caso l'immagine di ciascuno di noi in quel piccolo quadratino su Zoom, Meet o la vostra piattaforma preferita, veicola l'immagine dell'Ente ed è importante che sia un'immagine coerente e ben riconoscibile. Per questo esortiamo tutti, qualora fosse possibile, a utilizzare uno dei template che sono stati creati per lo sfondo virtuale di meeting e call online. Potete scaricarli [cliccando QUI](#).



Powerpoint e presentazioni: Esortiamo tutti, qualora fosse possibile - a meno che si tratti di una presentazione molto grafica - utilizzare i template che sono stati appositamente creati per le presentazioni Powerpoint (o simili) nell'ambito di congressi scientifici, presentazioni al pubblico o altri eventi che richiedano l'uso di questo supporto. Potete scaricarli [cliccando QUI](#).



IL LOGO INAF

Il logo dell'Istituto Nazionale di Astrofisica ([adottato ufficialmente nel febbraio 2021](#)) contraddistingue tutte le attività scientifiche, didattiche e divulgative promosse in prima persona o in collaborazione con terze parti dall'Istituto a livello Centrale o dalle singole Strutture, nonché i documenti, le pubblicazioni, i materiali e in generale tutti i beni di pertinenza INAF.

Il logo INAF è l'unico logo consentito – nelle sue diverse configurazioni – per la comunicazione interna ed esterna.

Le diverse versioni del logo INAF sono disponibili [qui](#). Questa sezione fornisce dettagli su dimensioni, proporzioni e colori e include i link ai file scaricabili.



MODALITÀ E CONDIZIONI D'USO:

L'uso del logo da parte di terzi è subordinato a diverse modalità e condizioni, riportate per intero in [questo manuale](#) con riguardo alle condizioni di utilizzo del logo, e nella pagina [Patrocini](#) per quello che concerne le modalità di richiesta e concessione del patrocinio dell'Ente:

- l'utilizzo del logo INAF è permesso previa richiesta scritta di autorizzazione indirizzata all'attenzione del Presidente o dei Direttori di Struttura;
- il Presidente potrà concedere l'utilizzo del logo INAF per gli eventi e le manifestazioni di rilievo locale, nazionale e internazionale;
- i Direttori di Struttura possono autorizzare l'utilizzo del logo INAF per le attività scientifiche, didattiche e divulgative di rilievo eminentemente locale e possono – se ritenuto opportuno per motivi di riconoscibilità – affiancare ad esso quello locale di Struttura, ove esistente;
- nel caso in cui un Direttore di Struttura riceva la richiesta di utilizzo del logo INAF per un evento il cui rilievo non sia esclusivamente locale avrà cura di confrontarsi con la Presidenza per le valutazioni del caso e per avere il supporto necessario da parte Centrale. Il logo utilizzato dovrà comunque essere esclusivamente quello istituzionale INAF.

L'autorizzazione all'uso del logo INAF può essere concessa se il logo non viene utilizzato in maniera tale da indurre il pubblico a credere che i beni o i servizi eventualmente in oggetto sono forniti direttamente dell'Istituto Nazionale di Astrofisica. Il logo non viene utilizzato in relazione ad obiettivi o attività incompatibili con i principi e gli scopi statutari dell'Istituto Nazionale di Astrofisica. Infine, il logo non viene utilizzato in maniera tale da suggerire o sottintendere la certificazione (di obiettivi o attività) delle organizzazioni esterne da parte dell'Istituto Nazionale di Astrofisica.

Ogni caso sarà esaminato individualmente per verificare che i criteri di cui sopra siano soddisfatti.

COSA FARE E COSA NON FARE:

Le uniche versioni possibili del logo INAF sono illustrate nel [manuale d'uso](#) approvato dal CdA INAF. È strettamente vietato modificare il logo in alcun modo: il logo è inalterabile e gli elementi che lo compongono sono indivisibili. In qualunque caso, il logo deve essere utilizzato nella sua interezza, senza distorcere, modificare o separare gli elementi che lo compongono.

Il logo INAF deve essere visibile nella sua interezza e deve essere posizionato su uno sfondo che non ne comprometta l'integrità. Per consentire sempre l'adeguata riconoscibilità e visibilità del logo e garantirne l'integrità, il logo deve essere sempre circondato da uno spazio , o "area di rispetto", con cui non deve interferire alcun altro elemento (testo, immagini, disegni, figure ...). Tale spazio va inteso come minimo e non può essere ridotto in alcun caso. Il logo viene fornito in [vari formati](#) e colori possibili.

USO DEL LOGO DA PARTE DI TERZI:

L'utilizzo del logo dell'INAF da parte di terzi è consentito gratuitamente per sole finalità scientifico-divulgative e didattiche coerenti con quelle statutarie, previa autorizzazione del Presidente, o dei Direttori delle singole Strutture.



Nel caso in cui il logo dell'Istituto Nazionale di Astrofisica sia affiancato da altri loghi di istituzioni, organizzazioni e/o associazioni esterne, è necessario assicurarsi che;

- tutti i loghi siano proporzionati e allineati orizzontalmente;
- il logo INAF sia posizionato insieme a quelli degli altri organizzatori e abbia le stesse dimensioni e la stessa visibilità dei loghi delle altre organizzazioni;
- il logo INAF sia posizionato in modo distinto da eventuali loghi privati, nello spazio dedicato a patrocini istituzionali e nel giusto ordine di precedenza nel caso di presenza di più loghi istituzionali.

La concessione del logo dell'INAF, ha validità solo ed esclusivamente per l'iniziativa richiesta e limitatamente al periodo della stessa, e non può essere utilizzata in alcun altro modo. Qualora si tratti di iniziativa con cadenza periodica (semestrale, annuale, ecc...), la domanda di concessione di utilizzo del logo dovrà essere ripresentata ogni volta.

CONCLUSIONE

Per eventuali dubbi, è opportuno fare riferimento, via posta elettronica (ufficiostampa@inaf.it), al Responsabile dell'Ufficio Stampa della Struttura per la Comunicazione di Presidenza. Ciò servirà a chiarire per il futuro eventuali casi particolari non previsti in questo breve prontuario.