



Linee guida per i club sull'utilizzo del marchio di Lions Clubs International

Come rappresentare la
principale organizzazione di
servizio al mondo.

Perché sono importanti le linee guida sull'uso del marchio?

Le linee guida sull'uso del marchio aiutano Lions Clubs International a presentare al mondo chi sono i Lions e quello che sanno fare al meglio.

Quando tutti i nostri club usano lo stesso linguaggio, gli stessi loghi, font, colori e le linee guida per l'uso dell'immagine, andiamo a creare un'immagine dell'organizzazione di servizio leader a livello mondiale che può essere riconosciuta universalmente.

Un utilizzo corretto di queste linee guida sul marchio ci aiuta anche a conservare i loghi e i messaggi protetti dal marchio della nostra organizzazione, come "We Serve™", in modo che possano essere usati dai Lions per gli anni a venire.

Indice

1.0 // Linee guida sull'utilizzo del marchio per le comunicazioni verbali

- 1.1 Usare la terminologia lionistica
- 1.2 La nostra formula di rito

2.0 // L'emblema e la scritta con il nome

- 2.1 Utilizzo dell'emblema e della scritta con il nome
- 2.2 Le cose da fare e da non fare

3.0 // Elementi di base del design

- 3.1 Gamma di colori
- 3.2 Tipografia

4.0 // Fotografia

- 4.1 Fare delle belle foto
- 4.2 Le cose da fare e da non fare
- 4.3 Utilizzo delle immagini

5.0 // Suggerimenti per il design

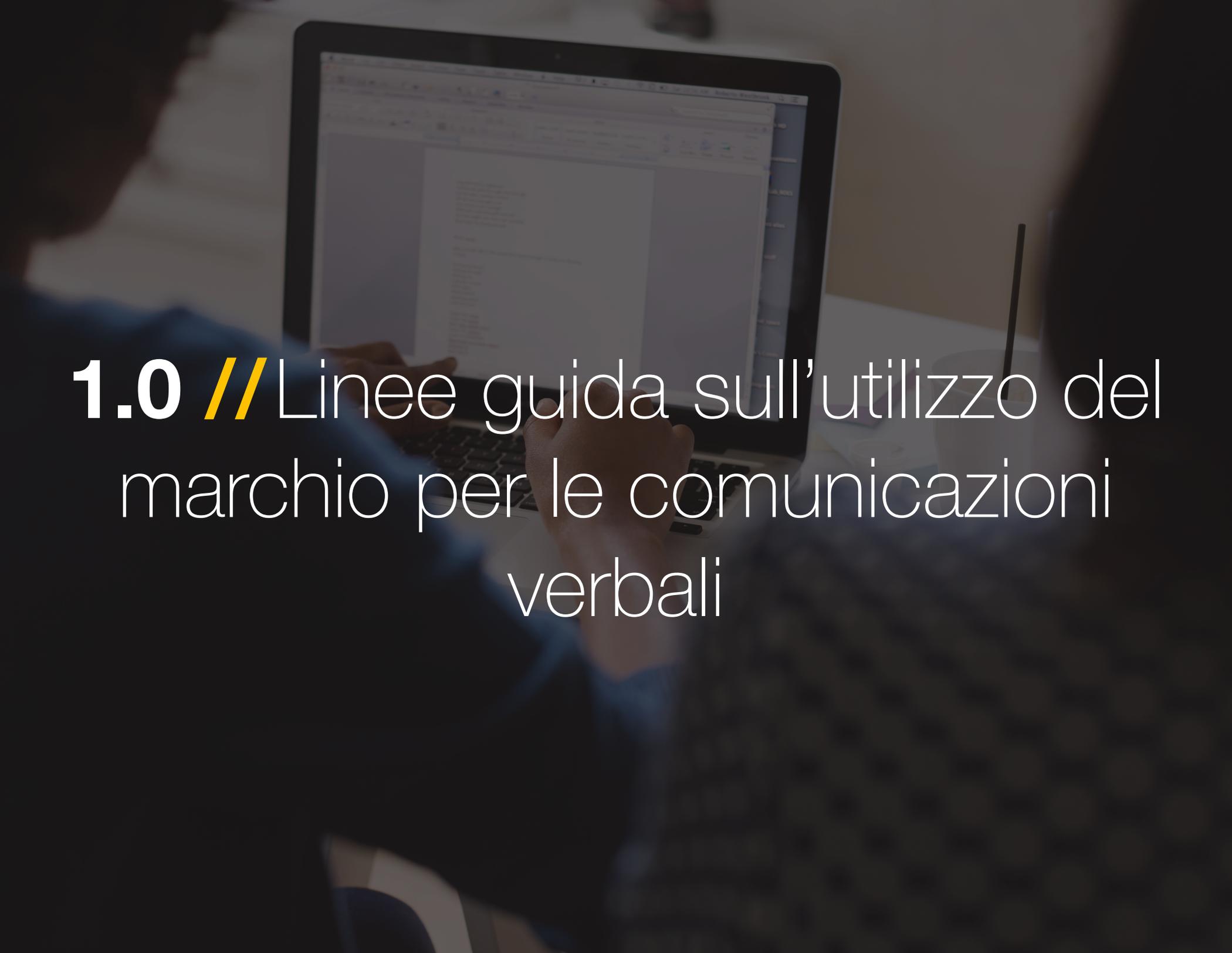
- 5.1 Esempi per il digitale
- 5.2 Esempi per le stampe
- 5.3 Esempi per le pubblicità in ambienti esterni
- 5.4 Esempi per i social media

6.0 // Posizionare la nostra immagine sulle nostre cause umanitarie globali

- 6.1 Iconografia

7.0 // Domande sul marchio

- 7.1 Allineamento con il marchio

A person is seen from behind, working on a laptop. The laptop screen displays a document with text and a table. The person is wearing a blue long-sleeved shirt. The background is slightly blurred, showing a desk with a pen and a cup. The overall lighting is dim, and the image has a dark overlay.

1.0 // Linee guida sull'utilizzo del marchio per le comunicazioni verbali

1.1 Usare la terminologia lionistica

Il nostro nome

Primo utilizzo: Lions Clubs International

Secondo utilizzo: Lions International

Usare “organizzazione” piuttosto che “associazione” quando ci si riferisce a Lions International come entità generale.

Quando si fa riferimento all'organizzazione, evitare i termini seguenti:

- Lions Clubs
- Lions
- LCI

Lions

Il termine “Lions” si riferisce ai nostri soci, non alla nostra organizzazione, e deve essere sempre indicato con la “L” maiuscola.

Usare “Lions” quando si parla di attribuzione collettiva (per es.: il servizio dei Lions, la compassione dei Lions, l'impegno dei Lions).

Usare “Lions club” con la “c” minuscola quando ci si riferisce a uno o più club.

1.2 La nostra formula di rito

Usate la nostra formula di rito?

La formula di rito della nostra organizzazione è un linguaggio standardizzato che viene usato nei comunicati stampa, nelle schede informative e nelle risposte ai media quale aiuto per definire in modo coerente Lions International.

Esempi:

- Il vostro giornale locale vuole scrivere un articolo su un progetto di service organizzato di recente dal vostro club. Spedite i dettagli del progetto di service al giornale aggiungendo anche una presentazione standard per fornire delle informazioni di base su chi siamo come organizzazione.
- Scrivete un comunicato stampa su una nuova collaborazione tra il vostro club e un'altra organizzazione locale. La formula di rito viene inclusa alla fine del comunicato stampa per fornire un contesto maggiore.

Formula di rito di Lions International

Lions Clubs International è la più grande organizzazione di club di servizio al mondo. Abbiamo 1 milione e 420 mila soci in più di 48.000 club che operano al servizio delle comunità di oltre 200 paesi e aree geografiche di tutto il mondo. Sin dal 1917 i Lions hanno rafforzato le comunità locali con progetti umanitari e servizi a intervento diretto. Siamo in grado di estendere l'impatto del nostro servizio grazie al supporto generoso della nostra Fondazione Lions Clubs International. Siamo fortemente impegnati nel campo della vista, della fame, dell'ambiente, del cancro infantile e del diabete, la nostra nuova causa umanitaria globale, per aiutare a dare una risposta ad alcune delle sfide principali che si affacciano all'umanità. I Lions hanno stabilito un obiettivo ambizioso di aiutare 200 milioni di persone all'anno per servire sempre più persone. Per maggiori informazioni su Lions Clubs International, visitate lionsclubs.org.



2.0 // L'emblema e la scritta con il nome

2.1 Utilizzo dell'emblema e della scritta con il nome

L'emblema

L'emblema di Lions Clubs International deve essere utilizzato solamente come illustrato qui sotto. L'utilizzo corretto del nostro emblema ci aiuta a proteggere i marchi registrati sull'emblema a livello mondiale. Quando si usa l'emblema come illustrato qui sotto, si aiuta a conservare il nostro simbolo più importante per le prossime generazioni di Lions.



EMBLEMA

La scritta con il nome

La scritta con il nome è il modo corretto di mostrare il nome della nostra organizzazione nei materiali di marketing. Mentre l'**emblema** può essere usato da solo, la **scritta con il nome** deve essere usata solo a fianco dell'emblema. Quando l'emblema e la scritta con il nome sono indicati insieme, prendono il nome di **signature** (firma).

Lions Clubs International

SCRITTA CON IL NOME



Lions Clubs International

SIGNATURE

2.2 Le cose da fare e da non fare

ACCETTABILE



Lions Clubs International

INACCETTABILE

Non distorcere.



Lions Clubs International

Non alterare il carattere.



Lions Clubs International

Non riconfigurare gli elementi.



Lions Clubs International

Non tagliare la firma.



Lions Clubs International

Non alterare i colori.



Lions Clubs International

Non inclinare.



Lions Clubs International

Non mascherare i colori di sottofondo.



Lions Clubs International

Non mettere il logo sopra un motivo.

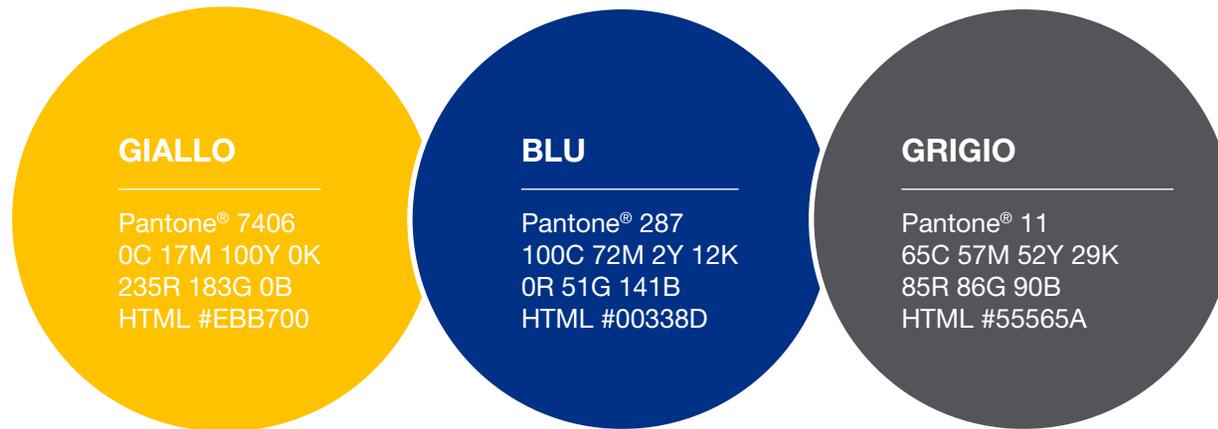


Lions Clubs International

A photograph of two people, a man and a woman, sitting at a wooden table. The man on the left is wearing a dark jacket and has his hands clasped, looking towards the woman. The woman on the right is wearing a red and black patterned jacket and is holding a pencil, looking down at papers on the table. There are various drawing supplies like a marker and a pencil on the table. The background is slightly blurred, showing what appears to be a workshop or office environment.

3.0 // Elementi di base del design

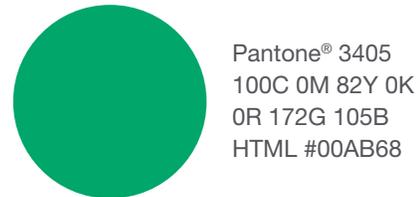
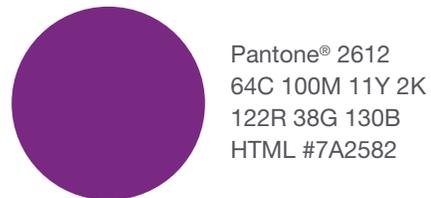
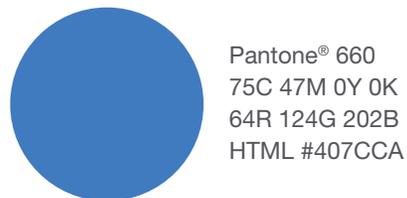
3.1 Gamma di colori



La gamma dei colori primari

La gamma dei colori primari di Lions Clubs International consiste di giallo, blu e grigio.

La gamma dei colori primari deve essere largamente usata per ampie aree di riempimento di colori, lavorazioni tipografiche e come accenti.



La gamma dei colori secondari

La gamma dei colori secondari di Lions Clubs International è complementare alla nostra gamma primaria. Questi colori forniscono un'estensione al marchio e devono essere usati con moderazione.

I colori secondari della gamma funzionano bene come accenti di colore e sono un modo per aggiungere energia ed enfasi.

3.2 Tipografia

Carattere tipografico primario

Helvetica Neue è stato scelto come carattere tipografico primario per le comunicazioni di Lions Clubs International. I diversi pesi in questo tipo di carattere permettono di avere una certa flessibilità e un'espressione creativa nel testo e nella presentazione.

Helvetica Neue Font Family

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Caratteri tipografici non latini

Per le lingue che non usano l'alfabeto latino, si prega di scegliere i font che assecondano i caratteri tipografici latini o i caratteri da noi scelti che comunicano meglio nella propria area geografica. Raccomandiamo i font che rendano bene con i font sans-serif più semplici che non siano troppo ornati o decorativi.

Carattere tipografico secondario

Adobe Caslon è stato scelto come carattere tipografico secondario per le comunicazioni di Lions Clubs International. Questo font dovrà essere usato nelle aree di testo più lungo al di sotto dei titoli. Non deve essere usato nei titoli o sottotitoli.

Adobe Caslon Font Family

Stiamo facendo un'enorme differenza.

I caratteri d'impostazione predefinita

Helvetica, Arial e Times sono stati scelti come caratteri tipografici predefiniti per le comunicazioni di Lions Clubs International.

Dovranno essere usati per materiali su Word o quando il carattere tipografico primario e secondario non è disponibile.

Helvetica Font Family

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Arial Font Family

Stiamo facendo un'enorme differenza.

Times Font Family

Stiamo facendo un'enorme differenza.



4.0 // Fotografia

4.1 Fare delle belle foto



Luce e messa a fuoco

Una buona illuminazione è un fattore chiave per fare delle belle foto. Si raccomanda sempre di scattare le foto all'esterno con la luce del giorno poiché quest'ultima inonda l'immagine di luce naturale e rende i dettagli facili da vedere. Cercate di evitare l'uso del flash sul telefono o sulla fotocamera. Il soggetto della foto dovrebbe essere sempre chiaro e a fuoco.

Composizione

L'inquadratura del soggetto è un aspetto importante per scattare una bella foto. Raccomandiamo di imparare la regola dei terzi, che prevede che le foto siano più gradevoli quando i soggetti vengono posizionati strategicamente all'interno dell'inquadratura. Alcune fotocamere hanno anche l'opzione per mostrare una griglia sullo schermo quale aiuto nell'applicare la regola dei terzi per una composizione ideale.

Azione naturale

Le foto naturali dei soggetti che interagiscono naturalmente sono più efficaci di quelle "in posa" o "preparate". Le foto dei Lions al servizio delle loro comunità sono un ottimo punto di partenza. Gli scatti presi durante le attività di service creano un senso di positività e mettono in luce quello che i Lions sanno fare meglio.

4.2 Le cose da fare e da non fare



Cose da fare

- Le foto usano la luce naturale, sono luminose e colorate.
- Il soggetto della foto è a fuoco.
- Le foto ritraggono i Lions in azione.

Cose da non fare

- Le foto nella seconda riga sono scarsamente illuminate: rispettivamente una è troppo scura e l'altra è troppo chiara.
- La foto in alto è preparata e in posa, e non trasmette quello che fanno i Lions.

4.3 Utilizzo delle immagini

Evitare i motori di ricerca di immagini

Potrebbe sembrare sufficiente limitarsi a usare le immagini disponibili attraverso i motori di ricerca come Google o Pinterest, ma lo sapevate che in questo modo potreste violare il diritto d'autore? Le fotografie e le grafiche trovate online possono essere gratis da scaricare, ma ciò non significa che sia possibile utilizzarle senza riconoscerne il credito a qualcuno. Le immagini trovate nei motori di ricerca vengono generalmente visualizzate al di fuori del contesto della pagina web in cui sono state originariamente pubblicate e il loro utilizzo potrebbe non essere libero da vincoli.

Fare una ricerca

La legge sui diritti d'autore varia in base al paese. Verificate l'esistenza di leggi in materia di attribuzione e diritto d'autore nel vostro paese prima di utilizzare le immagini realizzate da altri.



Foto di: slobo

Dove trovare le immagini

Quando cercate delle immagini, visitate i siti web che offrono immagini di dominio pubblico o senza restrizioni di diritti d'autore. Una forma comune di licenza creativa trovata online è la licenza "Creative Commons". Queste licenze consentono a chi crea il lavoro (come le foto online) di condividerlo, indicando chiaramente come ne consente l'utilizzo da parte di terzi. La maggior parte dei lavori con una licenza Creative Commons è gratuita, ma a volte è necessario riconoscere il credito a chi ha realizzato il lavoro. Potete fare una ricerca di immagini con queste licenze sul sito web Creative Commons. In particolare, ricordate di controllare sempre la licenza indicata con una foto prima di usarla.

Riconoscere i crediti

Alcune licenze di immagine richiedono di riconoscere il credito a chi ha realizzato il lavoro. Per fare ciò, basta aggiungere una riga di testo indicante chi ha realizzato l'immagine all'interno o appena sotto l'immagine.



Foto di: slobo

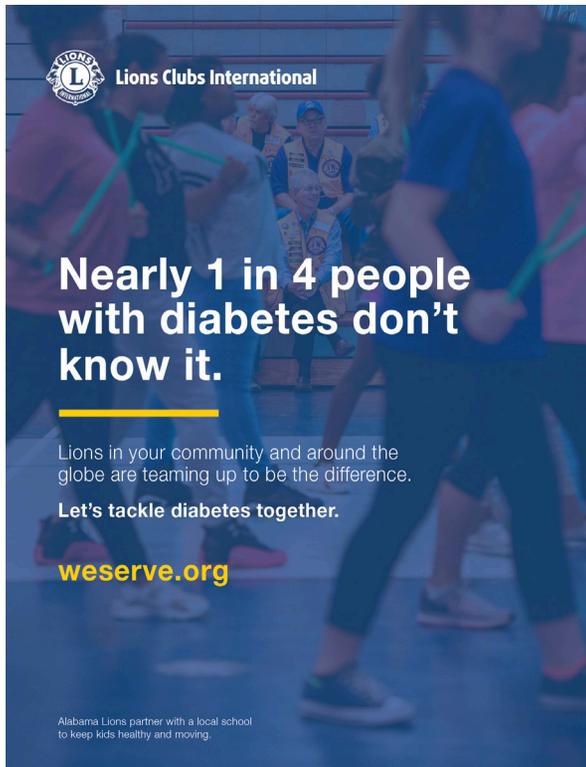
An elderly woman with short, grey hair is sitting on a light-colored metal chair with a decorative, perforated backrest. She is wearing a light pink short-sleeved shirt and a patterned skirt. She is holding a clear glass of water in her right hand and a magazine in her left hand, looking down at it. The background shows some greenery and a wall. The image has a semi-transparent dark overlay.

5.0 // Suggerimenti per il design

5.1 Esempi per il digitale



5.2 Esempi per le stampe



Lions Clubs International

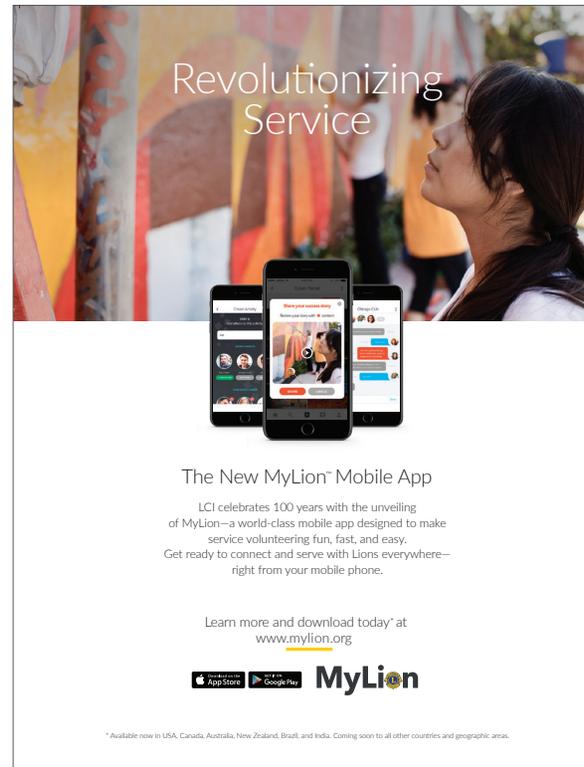
Nearly 1 in 4 people with diabetes don't know it.

Lions in your community and around the globe are teaming up to be the difference.

Let's tackle diabetes together.

weserve.org

Alabama Lions partner with a local school to keep kids healthy and moving.



Revolutionizing Service

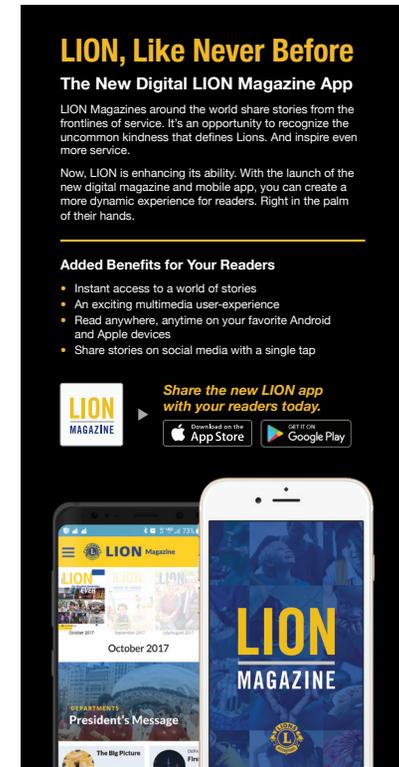
The New MyLion™ Mobile App

LCI celebrates 100 years with the unveiling of MyLion—a world-class mobile app designed to make service volunteering fun, fast, and easy. Get ready to connect and serve with Lions everywhere—right from your mobile phone.

Learn more and download today* at www.mylion.org

 **MyLion**

* Available now in USA, Canada, Australia, New Zealand, Brazil, and India. Coming soon to all other countries and geographic areas.



LION, Like Never Before

The New Digital LION Magazine App

LION Magazines around the world share stories from the frontlines of service. It's an opportunity to recognize the uncommon kindness that defines Lions. And inspire even more service.

Now, LION is enhancing its ability. With the launch of the new digital magazine and mobile app, you can create a more dynamic experience for readers. Right in the palm of their hands.

Added Benefits for Your Readers

- Instant access to a world of stories
- An exciting multimedia user-experience
- Read anywhere, anytime on your favorite Android and Apple devices
- Share stories on social media with a single tap

LION MAGAZINE → **Share the new LION app with your readers today.**

Download on the  **App Store** | GET IT ON  **Google Play**

LION MAGAZINE

October 2017

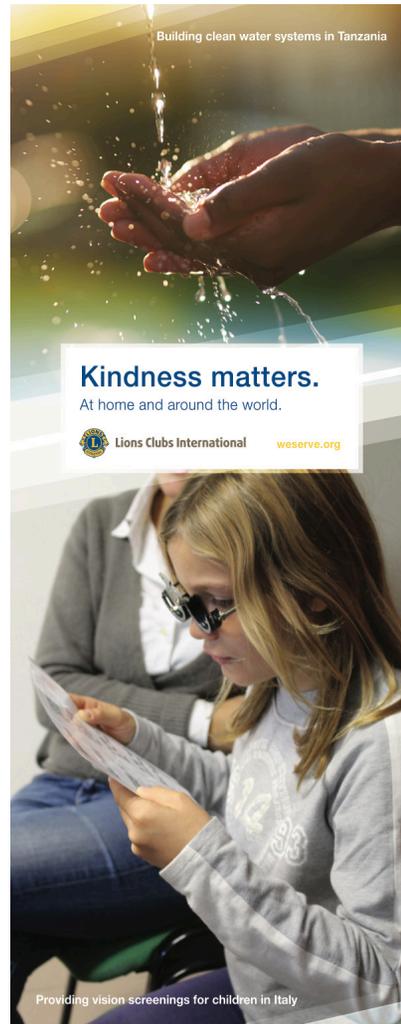
DEPARTMENTS

President's Message

The Big Picture

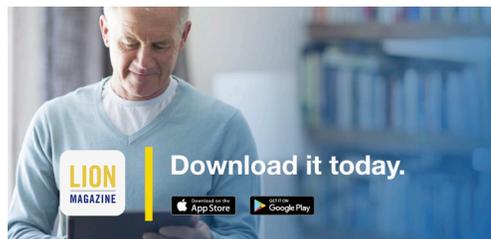
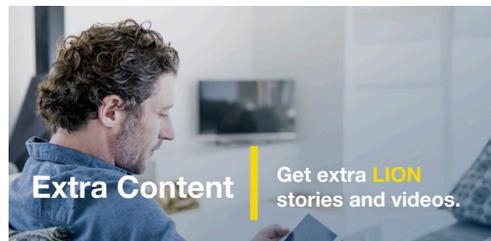
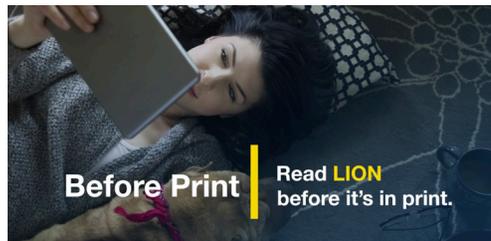
Selezionare pubblicità e dispense

5.3 Esempi per le pubblicità in ambienti esterni



Esempi per ambienti esterni (cartelloni pubblicitari, pensiline per autobus, ecc.)

5.4 Esempi per i social media



Video pubblicitari e post su Facebook



6.0 // Posizionare la nostra immagine sulle cause umanitarie globali

6.1 Iconografia



DIABETE



AMBIENTE



FAME



VISTA



CANCRO INFANTILE

Un'icona per ogni causa umanitaria

A ognuna delle cause umanitarie globali è stata associata un'icona.

Queste icone dovranno essere usate in tutto il marketing delle cause individuali per aiutare a creare un marchio unico.

Quando sono presenti tutte le cause umanitarie, dovranno essere incluse tutte le icone o nessuna.



7.0 // Domande sul marchio

7.1 Allineamento con il marchio

Allineamento con il marchio

Avere un marchio unificato crea un'identità coerente per i Lions e Lions International sia a livello locale che globale. In caso di domande sui contenuti delle linee guida sull'uso del marchio o sul marchio in generale, si prega di inviare un'email all'indirizzo **lionsbrand@lionsclubs.org**.