



Linee guida per i **Leo** sull'uso del marchio di Lions 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 International a presentare al mondo chi siamo e quello che facciamo al meglio. Quando tutti i nostri Leo club usano lo stesso linguaggio, gli stessi loghi, gli stessi font, gli stessi colori e linee guida per l'immagine, andiamo a creare un'immagine del marchio Leo che può essere riconosciuta universalmente.

Un utilizzo corretto di queste linee guida sul marchio ci aiuta anche a preservare i loghi e i messaggi protetti dal marchio Leo, in modo che possano essere usati dai Leo per gli anni a venire.

A group of people, likely students, standing in a line. The image is heavily filtered with a dark blue color. The text '1.0 // Leo' is overlaid in the center. The '1.0' is in white, the double slashes are in yellow, and 'Leo' is in white.

1.0 // Leo

1.1 Leo

Informazioni sui Leo

I Leo club sono il corrispondente dei Lions club per i giovani e i loro soci incarnano le migliori qualità della nostra organizzazione. I Leo sono giovani responsabili e vicini alla loro comunità, con una forte passione per il servizio. Le seguenti linee guida forniscono indicazioni per una comunicazione chiara e coerente, fedele allo spirito dei Leo.

TONO

- Sebbene la voce, lo stile e la personalità dei Leo rimarranno coerenti all'approccio di Lions International, il tono sarà leggermente diverso. Come per la voce di Lions International, il tono dei Leo utilizza arguzia e giocosità, e dovrebbe essere energetico, ma anche impegnato e appassionato. Deve comunicare l'essenza dei Leo, senza ricorrere a frasi troppo colloquiali. I titoli devono essere diretti e vivaci, per mettere in evidenza la personalità dei soci Leo.

ESEMPI DI TITOLI

- I Leo si danno da fare
- È il tuo momento. Diventa un Leo!
- Dove c'è bisogno, lì c'è un Leo

1.2 Emblema e personalità dell'emblema



L'emblema

L'emblema del Programma Leo Club ha subito lievi modifiche per armonizzarsi meglio al marchio del programma, nella sua versione aggiornata. L'emblema rinnovato, ora in Pantone® Cool Gray 11, dovrà essere presente su tutti i materiali con il marchio Leo.

Le uniche varianti accettabili dell'emblema sono illustrate in questa pagina. L'emblema non può essere ricostruito o alterato in alcun modo. Deve essere riprodotto utilizzando grafica con un'alta qualità di stampa o file digitali ad alta risoluzione.

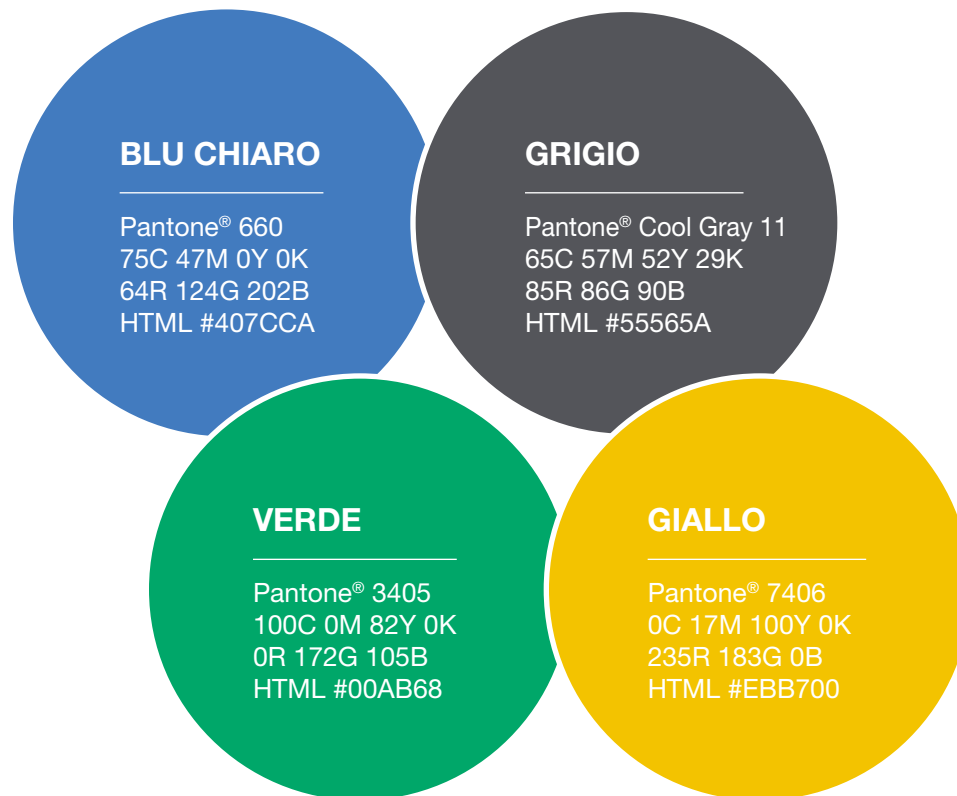


Designazioni dei gruppi

Entrambi i gruppi parte del programma, Leo Alpha e Leo Omega, hanno una designazione specifica.

Se i contenuti sono rivolti solo ai Leo Alpha, dovrà essere usata la designazione Alpha. La stessa regola si applica per i contenuti dei Leo Omega. Se un contenuto è rivolto sia ai Leo Alpha sia ai Leo Omega, definiti come gruppo generale, è possibile utilizzare solo l'emblema Leo.

1.3 Gamma di colori



La gamma di colori primari

La gamma di colori primari dei Leo è composta da blu chiaro, grigio, verde e giallo.

Questi colori rientrano nella gamma di colori primari di Lions International, ma sono limitati a una palette più brillante per differenziare i Leo dai Lions.

La gamma di colori primari deve essere usata estensivamente per aree ampie di riempimento di colore, per lavorazioni tipografiche e come colori d'accento.



Come regola generale, i colori chiari funzionano meglio dei colori scuri. Ad esempio, il giallo, il bianco e il grigio freddo possono stare bene sopra alle altre tonalità più scure e più ricche. Quando si posiziona il testo sopra il colore, assicurarsi sempre che il contrasto e la leggibilità rimangano intatti.

1.4 Tipografia

Helvetica Neue 35 ultra leggero

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Helvetica Neue 35 ultra leggero

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Helvetica Neue 45 leggero

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Helvetica Neue 45 leggero corsivo

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Helvetica Neue 55 romano

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Helvetica Neue 56 corsivo

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Helvetica Neue 65 medio

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Helvetica Neue 66 medio corsivo

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Helvetica Neue 75 grassetto

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Helvetica Neue 76 grassetto corsivo

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Helvetica Neue 95 nero

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Helvetica Neue 96 nero corsivo

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Helvetica 77 compresso grassetto

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Carattere primario

Helvetica Neue è stato scelto come carattere primario per le comunicazioni dei Leo. I diversi pesi in questo tipo di carattere permettono di avere una certa flessibilità e un'espressione creativa nei testi e nelle presentazioni.

1.5 Tipografia predefinita

Helvetica

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Arial

Al servizio di un mondo che ha bisogno

Times

Al servizio di un mondo che ha bisogno

I caratteri d'impostazione predefinita

Helvetica e Arial sono stati scelti come caratteri predefiniti per tutte le comunicazioni dei Leo.

Dovranno essere usati per materiali su Word e comunicazioni interne quando i caratteri primario e secondario non sono disponibili.



Stilisticamente, i caratteri di testo devono rispettare una gerarchia visiva nel layout generale. Prendete in considerazione l'uso di un carattere più grande e in grassetto per i titoli, un peso medio per i sottotitoli e un peso più leggero per il contenuto del corpo del testo.

1.6 Espressione visuale



Foto di Andreas Vejlstup e Daniel Morris

Stile di vita Leo

Quando una fotografia ritrae i Leo, le immagini dovrebbero usare la profondità di campo in modo che i Leo siano al centro dell'attenzione.

Gli scatti devono avere uno stile spontaneo e mettere in evidenza i Leo, impegnati a lavorare insieme alle loro comunità. I soggetti rappresentati dovrebbero essere più giovani, di generi ed etnie differenti, per sottolineare la diversità dei Leo. Le immagini dovrebbero comunicare cordialità, affabilità e spirito positivo.

1.7 Trattamento grafico



I principali elementi visivi

I principali elementi visivi del nostro marchio (l'emblema Leo, i caratteri, la gamma di colori, le immagini e la grafica) sono essenziali per tutte le comunicazioni dei Leo.

Le tecniche illustrate qui sopra sono fondamentali per l'impatto visivo e la riconoscibilità del marchio. Utilizzate questi esempi come guida durante la creazione di materiali con il marchio Leo.



Titoli: l'uso del verde e del blu, insieme a caratteri più pesanti, permette ai titoli di attirare l'attenzione e dare risalto a parole e frasi importanti.

Elementi grafici: il marchio Leo utilizza la forma di una freccia come elemento grafico primario. Il suo uso permette di creare composizioni pulite, ma dinamiche.

1.8 Allineamento con il marchio

Allineamento con il marchio

Un marchio unificato crea un'identità coerente per i Leo, i Lions e Lions International sia a livello locale che globale. In caso di domande sul contenuto delle linee guida sull'uso del marchio o sul marchio in generale, scrivere all'indirizzo **lionsbrand@lionsclubs.org**.