

# Manuale dell'identità



Linee guida interne Rev 1.0

## Linee guida essenziali.

Per mantenere coerenza e uniformità nella comunicazione visiva, rafforzando l'identità e i valori dell'organizzazione.

Creato da:  
esociety marketing  
[www.esociety.it](http://www.esociety.it)

## Riferimenti.

Le linee guida qui presentate seguono i principi dell'architettura del brand codificati da Kevin Lane Keller, assicurando una costruzione del marchio basata su una solida strategia di differenziazione e coerenza. Questi principi sono fondamentali per creare un'identità distintiva e valorizzare l'interazione con i soci della Mutua BVLG.

---

# Mutua BVLG, benessere e comunità, insieme.

## Introduzione.

La Mutua BVLG rappresenta un punto di riferimento nel panorama delle mutualità territoriali, offrendo ai soci un accesso agevolato a servizi sanitari e una vasta gamma di attività culturali e ricreative. Attraverso queste linee guida, intendiamo consolidare l'identità del nostro brand, rafforzando il legame con la comunità e promuovendo i valori di cooperazione e benessere condiviso.

# Filosofia del marchio.

## Logo principale.

Il logo della Mutua BVLG è un simbolo distintivo che incorpora elementi significativi del territorio e della banca. Il design presenta una stilizzazione dell'andamento di una tipica curva strumentale ECG, facilmente riconoscibile e associata all'importanza della prevenzione e della salute. Oltre al

volo del gabbiano, presente nel logo della banca, stilizzato all'interno del segno grafico, simboleggiando libertà e protezione. Questi elementi combinati riflettono l'identità forte e radicata della Mutua BVLG nel contesto locale, evocando un senso di appartenenza e sicurezza per i suoi soci.



Area di rispetto

## La scelta del colore.

Il colore blu utilizzato nel logo è stato scelto per trasmettere un senso di affidabilità, professionalità e sicurezza. Il blu è universalmente associato a sentimenti di fiducia e stabilità, valori fondamentali per la Mutua BVLG, che si impegna a offrire servizi di alta qualità e a mantenere un forte legame di fiducia con la comunità. Questo colore rafforza ulteriormente l'immagine del brand come un punto di riferimento sicuro e competente nel

panorama delle mutualità territoriali. Inoltre, il colore blu evoca anche calma e serenità, riflettendo l'approccio attento e premuroso della Mutua BVLG nei confronti del benessere dei propri soci. La combinazione di questi fattori contribuisce a creare un'identità visiva che è sia rassicurante che autorevole, rendendo il logo della Mutua BVLG immediatamente riconoscibile e memorabile. Seguono le varianti e gli sfondi.

## Variazione sfondi.

### Colori principali:

Il logo principale della Mutua BVLG è di colore blu. Per garantire la coerenza visiva e la riconoscibilità del marchio, è importante seguire le seguenti linee guida sull'uso del colore del logo in diverse condizioni di sfondo:

**Sfondo negativo** (scuro o altro tono di grigio): il logo deve essere solo di colore bianco per garantire la visibilità e il contrasto ottimale.

**Sfondi colorati:** con qualsiasi sfondo colorato, il logo deve sempre essere di colore bianco per garantire leggibilità e coerenza visiva.

Queste norme assicurano che il logo della Mutua BVLG mantenga la sua integrità visiva e resti facilmente riconoscibile in qualsiasi contesto di utilizzo.



# Bianco e nero.

## Colori secondari.

La variante del logo in bianco e nero deve essere utilizzata solo su sfondi con tonalità adeguate, mantenendo il logo in bianco per sfondi scuri e in nero per sfondi chiari.



## Il segno distintivo.

Una di due apici del tracciato è colorato in una tonalità di blu leggermente diversa, aggiungendo profondità e dinamismo al design complessivo. Questo dettaglio sottolinea l'attenzione ai particolari e il legame con la scientificità, elementi fondamentali per l'identità del marchio.



## Variazioni del logo ammesse.





stampa: 3 cm min  
web: 16 pixel min

Sono possibili tre usi del logo della Mutua BVLG.

Il primo prevede la scritta "Mutua" su un rigo e "BVLG" nel rigo sotto. Questo è il logo usato nelle occasioni dove è possibile una forma squadrata.

Il secondo prevede la scritta "Mutua" nella stessa riga di "BVLG"; questo uso prettamente orizzontale è da utilizzare quando è necessario un orientamento orizzontale o una dimensione ridotta.

Il terzo caso ammette l'uso del segno distintivo da solo, senza la scritta, utile in contesti dove lo spazio è limitato o dove l'icona del marchio è già ben riconosciuta.



stampa: 3 cm min  
web: 32 pixel min

## USI NON AMMESSI.

- ✘ Comprimere il logo per tentare di inserirlo in spazi diversi
- ✘ Cambiare il colore di uno o tutti i componenti
- ✘ Spostare i componenti in base alle necessità
- ✘ Cambiare il testo
- ✘ Cambiare la tagline
- ✘ Cambiare il font
- ✘ Cambiare la disposizione dei componenti



stampa: 5mm min  
web: 16 pixel min

Le uniche versioni accettate sono quelle all'interno di questo manuale, in caso di necessità contattare il produttore.

## Uso corretto del logo.

In caso di sfondi usare un dente bianco o sfumato con i colori di questo manuale.



# Perimetro BVLG

All'interno del perimetro della Banca BVLG si trovano la Mutua BVLG e Arte BVLG, due entità che operano in stretta sinergia con la banca.

**Mutua BVLG:** focalizzata sull'offerta di servizi sanitari e di benessere ai soci, la Mutua BVLG beneficia del supporto e delle risorse della Banca BVLG per garantire un servizio di alta qualità e una presenza territoriale forte.

## Architettura del brand.

L'architettura del brand BVLG è progettata per riflettere la sinergia e l'integrazione tra le diverse entità che operano sotto l'ombrello della Banca BVLG. La seguente descrizione, supportata dall'immagine fornita, illustra come queste entità si relazionano tra loro all'interno di un ecosistema coeso.

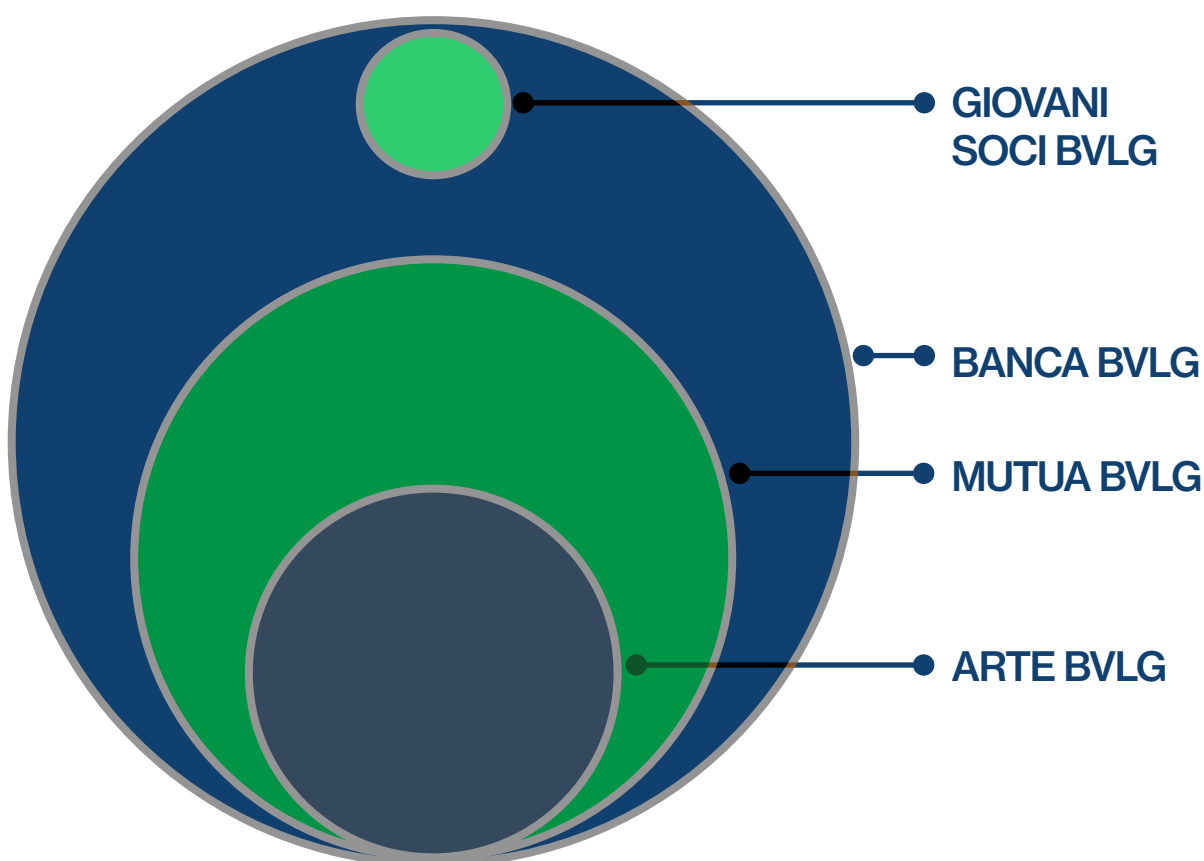
### **Banca BVLG: il perimetro principale**

La Banca BVLG rappresenta il perimetro principale dell'architettura del brand. Essa fornisce il contesto operativo e il supporto strategico per le altre entità, fungendo da fulcro centrale.

### **Mutua BVLG e Arte BVLG: entità interne.**

**Arte BVLG:** questo ramo si dedica alla promozione culturale e artistica, contribuendo alla crescita morale e culturale della comunità, supportato dalla struttura e dalle iniziative della Banca BVLG.

**Club Giovani Soci BVLG:** entità esterna ma connessa. Il Club Giovani Soci BVLG, pur essendo esterno alla Mutua BVLG, opera anch'esso all'interno del perimetro della Banca BVLG. Questa struttura è progettata per coinvolgere i soci più giovani della banca, offrendo loro opportunità di crescita e sviluppo personale e professionale.





## Norme di architettura del brand.

### **Integrazione e sinergia:**

la Mutua BVLG e Arte BVLG devono operare in stretta collaborazione con la Banca BVLG, beneficiando del supporto e delle risorse della banca per realizzare le loro missioni.

### **Coerenza del brand:**

tutte le comunicazioni e le iniziative delle entità devono essere allineate ai valori e agli obiettivi della Banca BVLG, garantendo coerenza e un'immagine unitaria del brand.

### **Indipendenza Operativa:**

sebbene integrate nel perimetro della Banca BVLG, la Mutua BVLG e Arte BVLG devono mantenere una certa indipendenza operativa per rispondere efficacemente alle esigenze specifiche dei loro rispettivi soci.

Questa architettura del brand garantisce un ecosistema integrato e coeso, dove ogni entità contribuisce al benessere e allo sviluppo della comunità, sotto la guida strategica della Banca BVLG.

# Scenari uso del logo.

## Tre scenari d'uso del logo Mutua BVLG affiancato a Banca BVLG.

È essenziale mantenere l'integrità visiva e la coerenza dei marchi, garantendo una rappresentazione chiara e professionale in tutte le comunicazioni e i materiali promozionali.

La comunicazione visiva deve sempre riflettere chiaramente la gerarchia e il perimetro del brand madre, Banca BVLG. Mutua BVLG deve sempre riportare in modo esplicito o implicito la dipendenza dalla Banca BVLG.

L'identità della Mutua BVLG può essere usata nell'espletamento di tre grandi spazi attività chiave della mutua, ciascuna con specifiche direttive per l'uso del logo e la rappresentazione visiva.

## Attività prettamente sanitaria.

**Ambito:** salute, benessere e sanità.

**Uso del logo:** in questo contesto deve prevalere il logo della Mutua BVLG con i suoi segni distintivi. L'obiettivo è enfatizzare l'impegno della mutua nel fornire servizi sanitari di alta qualità ai suoi soci.

**Riferimento alla Banca BVLG:** la presenza della Banca BVLG sarà solo testuale, accompagnata dalla scritta "Fondata e sostenuta da BVLG" per indicare il supporto istituzionale senza distogliere l'attenzione dal focus sanitario.

## Attività istituzionale.

**Ambito:** assemblee, eventi istituzionali e rappresentanza tra mutue.

**Uso del logo:** in questi eventi, è possibile dare alla Banca BVLG un segno più netto e riconoscibile. Tuttavia, il logo della Mutua BVLG deve rimanere predominante, riflettendo il ruolo principale della mutua nell'organizzazione e gestione dell'evento.

**Riferimento alla Banca BVLG:** la Banca BVLG può essere rappresentata visivamente in modo più marcato, ma sempre in una posizione di rilievo minore rispetto alla Mutua.

## Attività Extra-Sanitaria.

**Ambito:** cultura, tempo libero, viaggi e altre attività non sanitarie.

**Uso del logo:** per queste attività, è fondamentale dare al logo della Mutua BVLG e della Banca BVLG la stessa rilevanza. Le dimensioni dei loghi devono essere uguali e, se possibile, affiancate o posizionate nello stesso spazio visivo per rappresentare l'unità e la collaborazione tra le due entità.

**Riferimento alla Banca BVLG:** entrambi i loghi devono avere la stessa importanza visiva, sottolineando la sinergia tra la Mutua BVLG e la Banca BVLG nelle iniziative culturali e ricreative.

Questa articolazione dell'identità della Mutua BVLG in tre spazi di attività permette di adattare l'immagine del brand alle diverse attività, garantendo coerenza e riconoscibilità in ogni contesto operativo.

# Affiancamento altri loghi.

## Attività tipicamente sanitarie.

### Indicazioni specifiche

**Logo Mutua BVLG:** il logo della Mutua BVLG sarà mostrato al completo.

**Logo Banca BVLG:** sarà presente in forma livellata sotto il logo della Mutua con la dicitura "fondata da Banca BVLG".



FONDATA DA **BVLG**



## Attività istituzionale.

Quando la Mutua BVLG presenta sé stessa con riferimenti ai suoi servizi sanitari generali, il logo della Banca BVLG appare come endorsement, in una forma semplificata per supportare l'identità principale della Mutua.

### Indicazioni specifiche

**Logo Mutua BVLG:** completo e dominante.

**Logo Banca BVLG:** semplificato, con elementi ridotti al minimo e posizionato come endorsement.



FONDATA DA **BVLG**



## Attività Extra-Sanitarie.

Per le attività extra-sanitarie, dove l'interesse della Banca BVLG è più diretto e complementare, i due loghi devono apparire bilanciati. Questo rappresenta una partnership più visibile e integrata tra le due entità.

### Indicazioni specifiche

**Logo Mutua BVLG:** completo e dominante.

**Logo Banca BVLG:** completo, con dimensioni e posizionamento uguali a quello della Mutua BVLG



IL VALORE DEL BENESSERE



GRUPPO BCC ICCREA



## Attività tipicamente sanitarie.

esempio: social in ambito sanitario sul profilo Instagram Mutua BVLG.



## Attività istituzionale.

esempio: schermate per evento istituzionale.



## Attività extra-sanitarie.

esempio: Gite sociali Mutua BVLG.

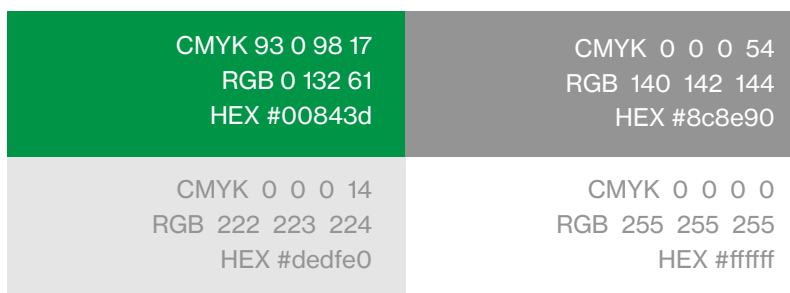


# Palette dei colori del logo.

Principale



Secondario:



Secondario



## Palette dei colori.

I colori utilizzati dalla Mutua BVLG seguono la palette cromatica del Gruppo bancario ICCREA, di cui la Banca BVLG fa parte, riflettendo anche i colori istituzionali della Banca stessa. Per garantire coerenza visiva e rafforzare l'identità del brand, è essenziale seguire le seguenti norme sui colori. I colori scelti per la Mutua BVLG, derivati dalla palette del Gruppo bancario ICCREA, sono studiati per trasmettere fiducia, stabilità e professionalità. Il blu simboleggia affidabilità e sicurezza, mentre il verde rappresenta crescita e benessere, creando un'identità visiva rassicurante e autorevole.

## Colori e gradienti.

Per fornire complessità e varietà nella soddisfazione dei bisogni della comunità, è ammesso l'uso dei colori del brand con le seguenti opacità e gradienti. Queste varianti permettono una maggiore flessibilità nel design, adattandosi alle diverse esigenze di comunicazione e contesti visivi.

**Blu principale:** adatto per elementi chiave, sfondi e dettagli grafici, garantendo coerenza visiva con il colore principale.

**Verde secondario:** ideale per sottolineare elementi di supporto, sezioni distintive e per creare contrasti visivi piacevoli.

**Grigio e nero:** utilizzati per testi, sfondi, e icone, permettono di mantenere la leggibilità e il contrasto nei materiali di comunicazione.

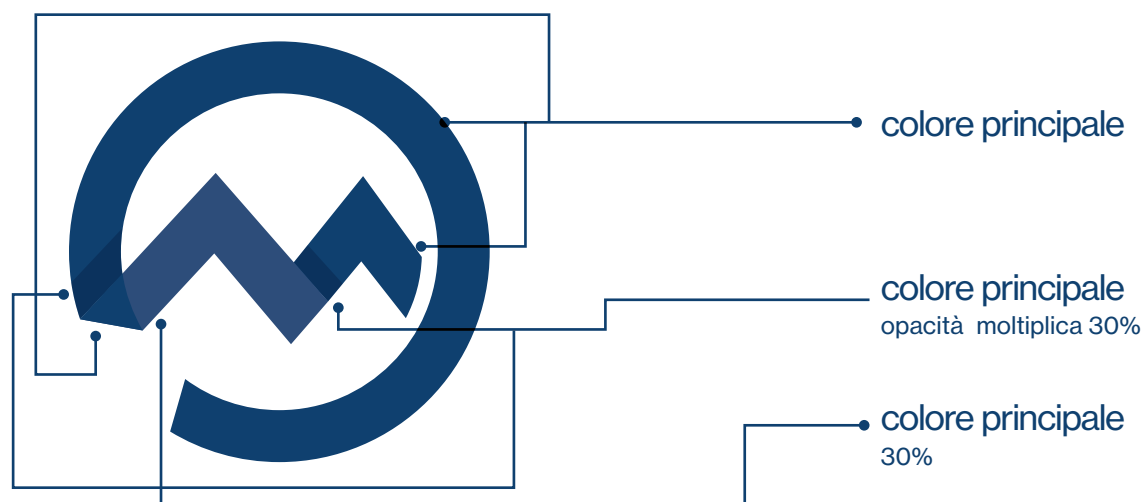
### Applicazioni

**Materiali stampati e digitali:** l'uso dei gradienti e delle opacità permette di creare effetti visivi sofisticati e dinamici, migliorando l'attrattiva dei materiali stampati e digitali.

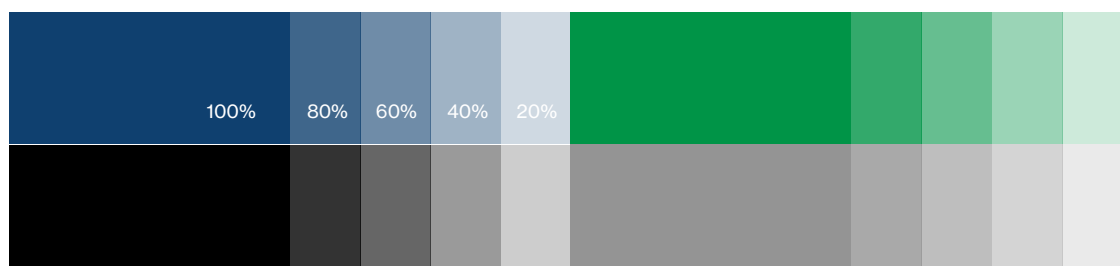
**Grafica Web e App:** le varianti di opacità garantiscono un'esperienza utente armoniosa, adattandosi ai diversi background e mantenendo una navigazione intuitiva.

**Presentazioni ed eventi:** l'uso dei gradienti può enfatizzare punti chiave nelle presentazioni e nei materiali per eventi, rendendo i contenuti più coinvolgenti e visivamente accattivanti.

Questa flessibilità cromatica consente alla Mutua BVLG di mantenere una forte identità visiva, pur adattandosi alle diverse necessità di comunicazione e ai vari contesti in cui opera.



### Opacità:



# Tipografia & uso dei font.

## Font principale.

Il font principale utilizzato è Muli, questo font è quello utilizzato nella comunicazione generale della Mutua Sanitaria delle BCC.

# Ad

### Bold:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$\$%^&\*

---

### Regular:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$\$%^&\*

---

### Light:

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
Abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890!@#\$\$%^&\*

## Titolo

Sitiatecus ad quias dolupta  
sam il inisciis expe qui autu  
qui occaeribus dolu.

Ped eossinctur, serum dolupid  
magnihitem faccabo renihitatur, cum  
ne peles cus audaepr orepernam que  
nos doluptatque lam quam quam  
debitatumqui toes.



---

# Muli Regular

Numeri:

012345  
6789

---

Maiuscolo:

ABCDEFGHIJKLMN  
OPQRSTUVWXYZ

Minuscolo:

abcdefghijklmnopqr  
stuvwxyz

Punteggiatura:

!@#\$%^&\*

## Dimensione testo (Medium)

46 pt:

# Titolo qui

32 pt:

## Titolo qui

23 pt:

### Titolo qui

15 pt:

#### Titolo qui

9 pt:

Titolo qui

## Carattere tipografico.

Il font utilizzato dalla Mutua BVLG è il **Muli**, scelto per la sua leggibilità e versatilità. Questo carattere sans-serif moderno e pulito contribuisce a creare un'immagine professionale e accessibile, adatta a una varietà di applicazioni, dai materiali stampati ai supporti digitali.

### Descrizione del font Muli.

**Stile:** sans-serif

**Caratteristiche:** moderno, pulito, alta leggibilità

**Utilizzo:** ideale per testi di corpo, titoli e sottotitoli

### Linee guida per l'uso del font.

**Titoli:** utilizzare il font Muli in grassetto per i titoli principali.

**Sottotitoli:** utilizzare il font Muli in semi-grassetto per i sottotitoli.

**Testo di corpo:** utilizzare il font Muli in peso normale per i testi di corpo, garantendo leggibilità e chiarezza.

**Enfasi:** per enfatizzare parti di testo, utilizzare il font Muli in corsivo o grassetto, evitando l'uso eccessivo per mantenere la pulizia visiva.

**Dimensioni:** adattare le dimensioni del font in base al supporto e alla distanza di lettura, mantenendo un'interlinea appropriata per facilitare la lettura.

L'uso del font Muli deve essere coerente e contribuire a una comunicazione chiara ed efficace in tutti i materiali della Mutua BVLG.

---

# Guida per diversi supporti.

# Grafica & design.

## Esempi di icone.



## Pattern.

L'utilizzo di pattern è un elemento grafico ammesso per la Mutua BVLG e consiste nella ripetizione del segno distintivo del logo. Questo pattern può essere utilizzato in vari colori della palette cromatica istituzionale, offrendo flessibilità e versatilità nelle applicazioni visive del brand.

### Descrizione del pattern.

**Composizione:** il pattern è formato dalla ripetizione continua del segno distintivo del logo della Mutua BVLG.

**Colori:** può essere utilizzato in vari colori, mantenendo la coerenza con la palette cromatica del brand (blu, verde, grigio, bianco e nero).

L'uso dei pattern contribuisce a creare un'immagine forte e coesa in tutti i canali di comunicazione.



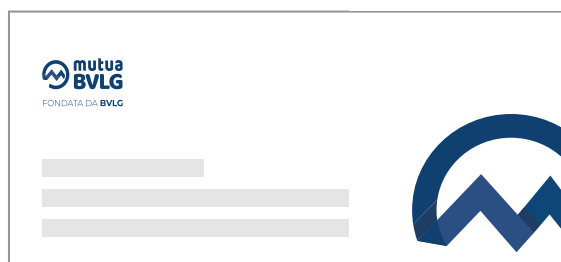
# Applicazioni del logo.

## Coordinato d'immagine.

Esempio di applicazione del logo negli elementi del coordinato d'immagine della Mutua BVLG.



Carta da lettere e inviti.



Carta intestata e vari formati di testo.



Inviti e cartoncini

# Stile fotografico.

## Uso di fotografie e immagini.

L'utilizzo delle immagini e delle fotografie nella comunicazione visiva della Mutua BVLG deve seguire linee guida precise per garantire coerenza e rafforzare l'identità del brand. Di seguito sono illustrati i criteri per l'uso appropriato delle immagini.

**Supporto al testo:** le immagini devono sempre essere a supporto del testo, mai descrittive. Devono complementare il contenuto scritto, aggiungendo una dimensione emotiva e coinvolgente, senza sovraccaricare il messaggio principale.

**Professionalità e qualità:** devono essere immagini e fotografie professionali, curate nei minimi dettagli e ad alta risoluzione. L'estetica professionale è fondamentale per mantenere l'integrità visiva del brand.

**Driver emotivi:** le immagini devono essere sviluppate principalmente su driver emotivi. Devono evocare sentimenti e stati d'animo, come serenità, fiducia, benessere e comunità, piuttosto che descrivere specifici elementi o situazioni.

**Soggetti sensibili:** particolare attenzione deve essere posta alle immagini e alle fotografie che includono soggetti sensibili o si riferiscono a contesti sanitari. Devono essere trattate con rispetto e discrezione, evitando qualsiasi forma di sfruttamento o rappresentazione inappropriata.

**Non descrittive:** le immagini non devono essere utilizzate per descrivere dettagli specifici ma per comunicare emozioni e stati d'animo.



### Bianco e nero.

Utilizzate per aggiungere eleganza e professionalità. Devono essere di alta qualità e sviluppate per evocare emozioni.



### A colori.

Devono essere vivide e professionali, mantenendo un'alta risoluzione e una composizione ben studiata.



### Overlay gradiente.

È ammesso per creare un effetto visivo sofisticato e per integrare meglio le immagini con il design complessivo.

# Utilizzo di media & pubblicità.

## Esempi di applicazione.

Applicazione su mezzi e supporti di comunicazione usati nelle campagne di comunicazione e nelle promozioni.





