



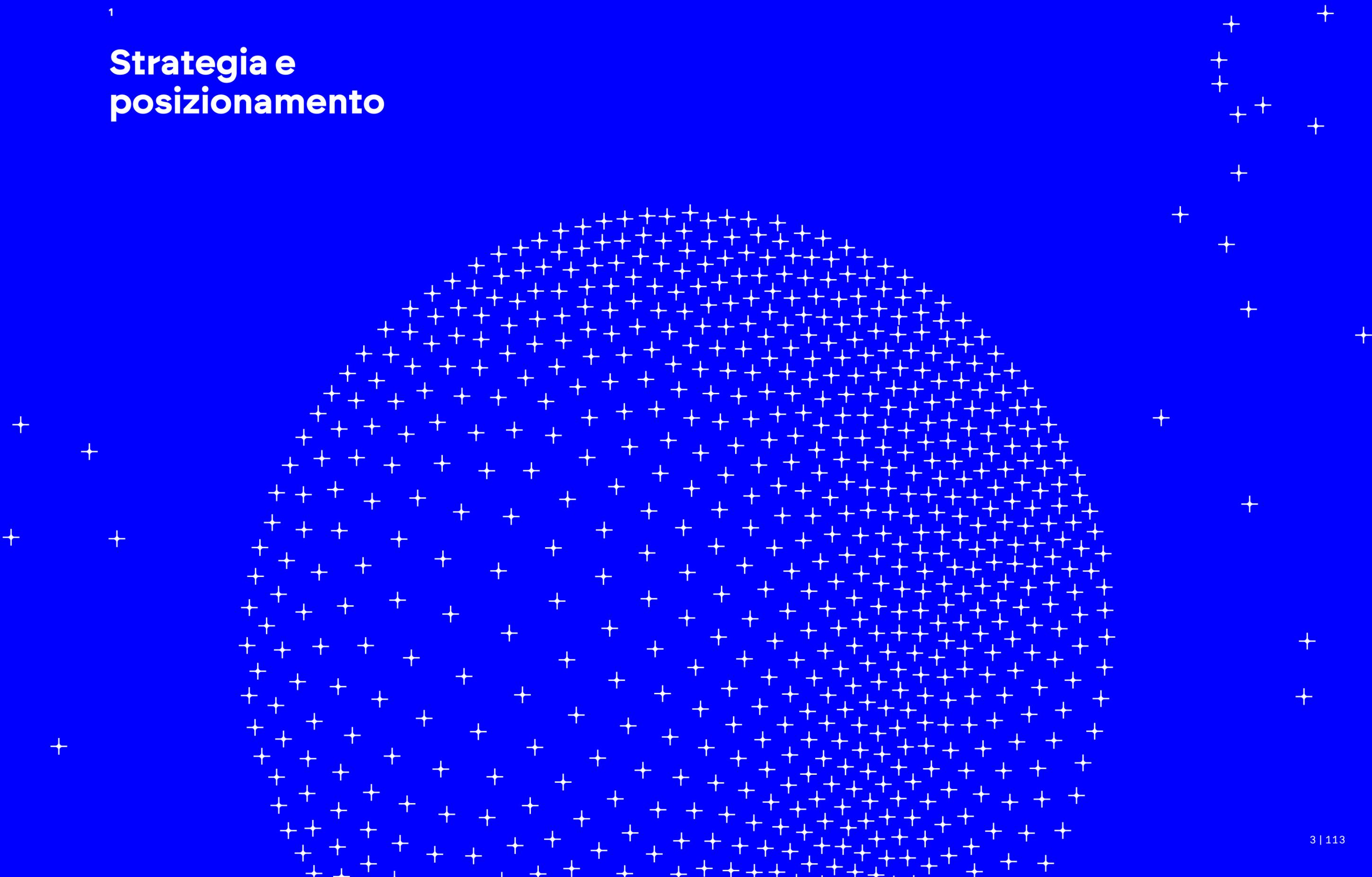
# Linee guida di **identità visiva**

Art direction e grafica di [libre.digital](#)

<b>1. Strategia e posizionamento</b> ..... 3	<b>2. Elementi base</b> ..... 10	<b>3. Materiali di comunicazione</b> ..... 76
<b>1.1 Brand positioning statement</b> ..... 4	<b>2.1 Marchio</b> ..... 11	<b>3.1 Linea base</b> ..... 77
<b>1.2 Value proposition</b> ..... 5	<b>2.1.1</b> Versione a colori su fondo bianco..... 12	<b>3.2.1</b> Biglietti da visita..... 78
<b>1.3 Mission</b> ..... 6	<b>2.1.2</b> Versione su fondi con colori istituzionali..... 13	<b>3.2.2</b> Carta intestata..... 79
<b>1.4 Vision</b> ..... 6	<b>2.1.3</b> Versione positiva e negativa in bianco e nero..... 14	<b>3.2.3</b> Busta commerciale..... 80
<b>1.5 Aree operative</b> ..... 7	<b>2.1.4</b> Applicazione su fondo colore..... 15	<b>3.2.4</b> Cartellina..... 81
<b>1.5.1</b> Learning Hub..... 7	<b>2.1.5</b> Area di rispetto..... 16	<b>3.2 Modelli di comunicazione</b> ..... 82
<b>1.5.2</b> Digital Factory Pilot Line..... 7	<b>2.1.6</b> Leggibilità e formato minimo..... 17	<b>3.2.1</b> Comunicato stampa..... 83
<b>1.5.3</b> Additive Manufacturing Pilot Line..... 7	<b>2.2 Marchio e logotipo</b> ..... 18	<b>3.2.2</b> Firma email..... 84
<b>1.5.4</b> Innovation & Venture Lab..... 7	<b>2.2.1</b> Versione a colori su fondo bianco..... 19	<b>3.2.3</b> Immagini profilo social..... 85
<b>1.6 Settori strategici</b> ..... 8	<b>2.2.2</b> Versione su fondi con colori istituzionali..... 20	<b>3.2.4</b> Post social..... 88
<b>1.6.1</b> Automotive Sector..... 8	<b>2.2.3</b> Versione positiva e negativa in bianco e nero..... 21	<b>3.2.5</b> Save the date..... 94
<b>1.6.2</b> Aerospace Sector..... 8	<b>2.2.4</b> Applicazione su fondo colore..... 22	<b>3.2.6</b> Presentazione PowerPoint..... 98
<b>1.7 Tone of voice</b> ..... 9	<b>2.2.5</b> Area di rispetto..... 23	<b>3.2.7</b> Schede progetti..... 102
<b>1.7.1</b> Instagram..... 9	<b>2.2.6</b> Leggibilità e formato minimo..... 24	<b>3.2.8</b> Cavalieri..... 103
<b>1.7.2</b> LinkedIn..... 9	<b>2.3 Payoff</b> ..... 25	<b>3.2.9</b> Locandina istituzionale..... 104
	<b>2.3.1</b> Versione a colori su fondo bianco..... 26	<b>3.2.10</b> Locandina evento..... 105
	<b>2.3.2</b> Versione su fondi con colori istituzionali..... 27	<b>3.2.11</b> Totem istituzionale..... 106
	<b>2.3.3</b> Versione positiva e negativa in bianco e nero..... 28	<b>3.2.12</b> Totem evento..... 107
	<b>2.3.4</b> Applicazione su fondo colore..... 29	<b>3.3 Comunicazione negli spazi</b> ..... 108
	<b>2.3.5</b> Area di rispetto..... 30	<b>3.3.1</b> Archigrafia..... 109
	<b>2.3.6</b> Leggibilità e formato minimo..... 31	<b>3.3.2</b> Segnaletica..... 111
	<b>2.4 Marchio, logotipo e payoff</b> ..... 32	<b>3.3.3</b> Vernici e rivestimenti..... 112
	<b>2.4.1.1</b> Versione verticale a colori su fondo bianco..... 33	
	<b>2.4.1.2</b> Versione orizzontale a colori su fondo bianco..... 34	
	<b>2.4.2</b> Versioni su fondi con colori istituzionali..... 35	
	<b>2.4.3</b> Versioni positive e negative in bianco e nero..... 36	
	<b>2.4.4</b> Applicazioni su fondo colore..... 37	
	<b>2.4.5</b> Area di rispetto..... 38	
	<b>2.4.6</b> Leggibilità e formato minimo..... 39	
	<b>2.5 Aree e settori</b> ..... 40	
	<b>2.5.1</b> Versioni a colori su fondo bianco..... 41	
	<b>2.5.2</b> Versioni su fondi con colori istituzionali..... 42	
	<b>2.5.3</b> Versioni positive e negative in bianco e nero..... 43	
	<b>2.5.4</b> Applicazioni su fondo colore..... 44	
	<b>2.5.5</b> Area di rispetto..... 45	
	<b>2.5.6</b> Leggibilità e formato minimo..... 46	
	<b>2.6 Marchio e logotipo con aree e settori</b> ..... 47	
	<b>2.6.1</b> Versioni a colori su fondo bianco..... 48	
	<b>2.6.2</b> Versioni su fondi con colori istituzionali..... 49	
	<b>2.6.3</b> Versioni positive e negative in bianco e nero..... 50	
	<b>2.6.4</b> Applicazioni su fondo colore..... 51	
	<b>2.6.5</b> Area di rispetto..... 52	
	<b>2.6.6</b> Leggibilità e formato minimo..... 53	
	<b>2.7 CIM Academy</b> ..... 54	
	<b>2.7.1.1</b> Versione sintetica a colori su fondo bianco..... 55	
	<b>2.7.1.2</b> Versione completa a colori su fondo bianco..... 56	
	<b>2.7.2</b> Versioni su fondi con colori istituzionali..... 57	
	<b>2.7.3</b> Versioni positive e negative in bianco e nero..... 58	
	<b>2.7.4</b> Applicazioni su fondo colore..... 59	
	<b>2.7.5</b> Area di rispetto..... 60	
	<b>2.7.6</b> Leggibilità e formato minimo..... 61	
	<b>2.8 Linguaggio visivo</b> ..... 62	
	<b>2.8.1</b> Modulo base..... 63	
	<b>2.8.2</b> Composizioni..... 64	
	<b>2.8.3</b> Varianti cromatiche..... 65	
	<b>2.9 Tipografia</b> ..... 66	
	<b>2.9.1</b> Carattere istituzionale primario..... 67	
	<b>2.9.2</b> Carattere alternativo secondario..... 69	
	<b>2.10 Palette cromatica</b> ..... 70	
	<b>2.10.1</b> Colore primario..... 71	
	<b>2.10.2</b> Colori secondari e palette completa..... 72	
	<b>2.10.3</b> Gradiente CIM Academy..... 73	
	<b>2.11 Regole sui contenuti della comunicazione</b> ..... 74	
	<b>2.11.1</b> Maiuscole e minuscole..... 75	
	<b>2.11.2</b> Testi in evidenza..... 75	
	<b>2.11.3</b> Traduzione in inglese..... 75	

1

# Strategia e posizionamento



1.1

## Brand positioning statement

CIM è il **valore aggiunto** che fa la differenza. Non solo un Competence Center, ma una **forza attiva** che entra nei processi produttivi per trasformarli con tecnologie all'avanguardia, metodi su misura ed esperienza diretta. È un **know-how operativo**, concreto, capace di generare risultati reali per l'industria e la manifattura.

Per ogni impresa, grande o piccola, CIM è l'**estensione tecnica e strategica** che aiuta le aziende nel risolvere problemi complessi, progettare il futuro, crescere in competitività.

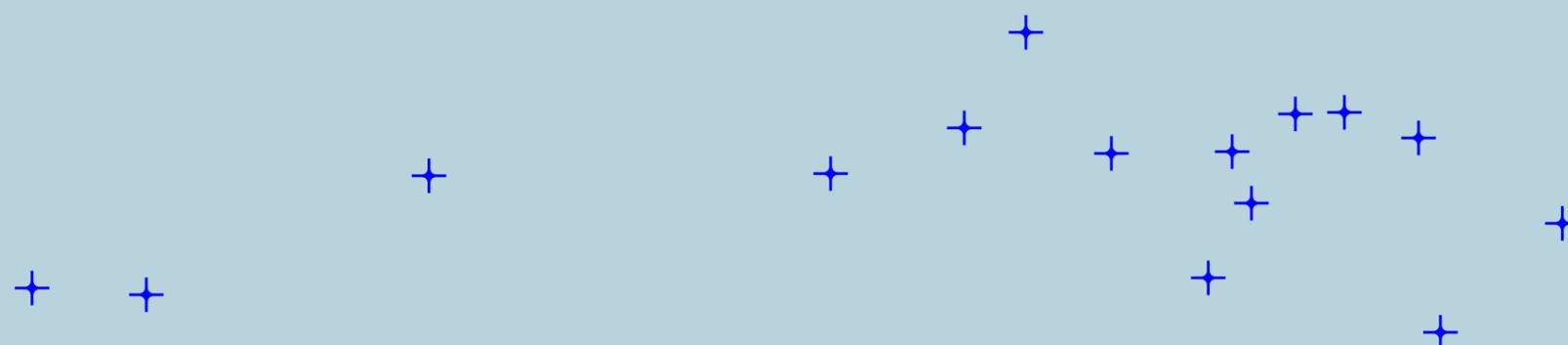
È un **centro generativo**, da cui si irradiano soluzioni, traiettorie di sviluppo, ecosistemi in evoluzione. Ogni progetto è un punto attivo che innesca valore, efficienza, innovazione.

CIM è più di un hub tecnologico: è una piattaforma abilitante, un **moltiplicatore di possibilità**, un valore aggiunto tangibile per il futuro dell'industria.

L'identità, basata sul segno "+", rappresenta esattamente questo approccio: una somma di competenze, una connessione tra elementi, una leva visiva per comunicare valore aggiunto.

Nella sua evoluzione grafica, il **"+" diventa modulo generativo e dinamico**, capace di costruire sistemi complessi, adattabili, orientati al contesto operativo proprio come le soluzioni proposte da CIM.

Ogni intervento di CIM è un "+" che fa la differenza: un potenziamento concreto del know-how aziendale, una spinta misurabile verso efficienza, competitività, crescita.



1.2

## Value proposition

CIM affianca le imprese senza limitarsi a indicare la direzione, ma percorrendola insieme alle aziende, passo dopo passo.

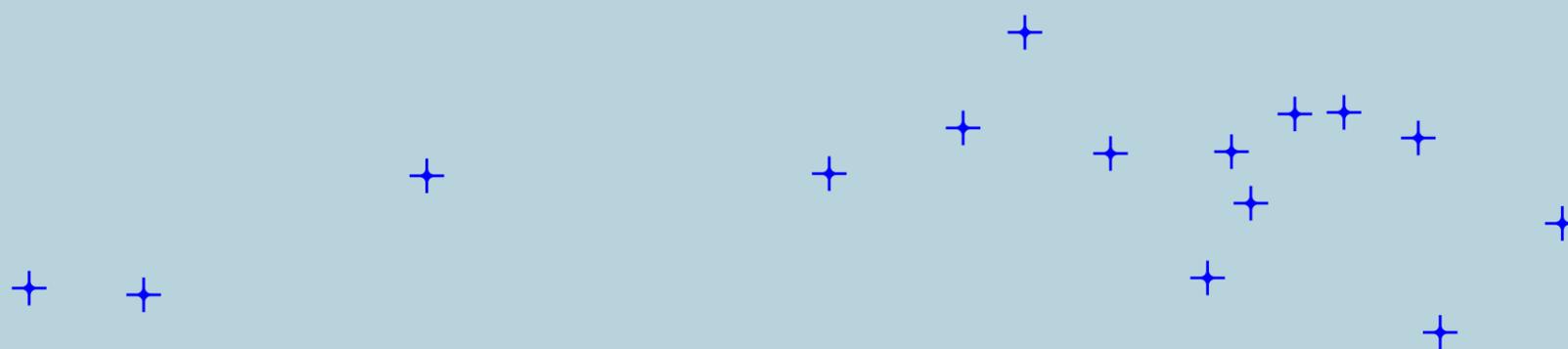
Abbiamo **tecnologie pronte all'uso**, esperienze trasversali e una struttura flessibile che si adatta alle esigenze reali del business.

Offriamo **formazione, sperimentazione e sviluppo progettuale** attraverso quattro aree operative:

- **Digital Factory:** soluzioni per l'efficienza, l'integrazione e l'automazione dei processi produttivi
- **Additive Manufacturing:** tecnologie e know-how per l'adozione evoluta della stampa 3D, con particolare focus sul metallo
- **Learning Hub:** percorsi formativi tecnici e manageriali costruiti sulle competenze richieste dal mercato
- **Innovation & Venture Lab:** strumenti, network e consulenze per attivare innovazione continua

Ci rivolgiamo a **PMI, grandi imprese, startup** e attori della filiera industriale nei settori strategici dell'automotive e dell'aerospazio, con l'obiettivo di potenziare lo sviluppo economico, tecnologico e competitivo del sistema produttivo italiano.

**Il sistema visivo racconta questa tensione espansiva:** dal centro si propagano forme modulari, orbitanti, in costante movimento. Il segno "+" come valore aggiunto adattabile, capace di comporre schemi, reti e pattern visivi che rappresentano la versatilità dell'offerta e la pluralità delle competenze CIM. Un simbolo di metodo, di precisione, ma anche di apertura e relazione. Un linguaggio che rappresenta una crescita strutturata e scalabile, che prende avvio da CIM per generare trasformazione nei settori chiave dell'industria e della manifattura.



1.3

## Mission

Interveniamo al fianco delle imprese per **accelerare la loro evoluzione industriale.**

Mettiamo in campo tecnologie operative, formazione continua, competenze avanzate e un approccio concreto per **sviluppare soluzioni su misura, sperimentare processi e generare risultati misurabili.**

Supportiamo aziende di ogni dimensione in percorsi di innovazione sostenibile, trasformazione digitale e crescita competitiva.

1.4

## Vision

Diventare il **punto di riferimento nazionale per il trasferimento tecnologico e l'innovazione applicata verso le imprese, l'industria e la manifattura.**

Un **centro generativo**, dove le tecnologie si sperimentano concretamente, le competenze si attivano, le idee diventano impatto.

Un **ecosistema operativo** che integra impresa, ricerca e istituzioni per guidare il futuro della manifattura.



# Aree operative

1.5.1

## Learning Hub

*Coltiviamo competenze operative*

**La nostra formazione è immersiva e concreta:** nasce sul campo, dentro ai processi, accanto alle tecnologie. Diamo forma a professionisti capaci di agire nel cuore dell'industria, trasmettendo know-how tecnico, metodo operativo e cultura dell'innovazione.

I nostri percorsi formativi si rivolgono a tecnici, ingegneri, designer, operatori e manager: figure che vogliono aggiornare il proprio profilo professionale e agire in contesti produttivi complessi, evolutivi, interconnessi. Ogni corso risponde a esigenze industriali reali e valorizza l'esperienza con strumenti e scenari applicativi concreti. **Formare significa accompagnare il cambiamento delle imprese, e svilupparne il potenziale.** Perché una competenza è tale solo quando produce risultati.

1.5.2

## Digital Factory Pilot Line

*L'innovazione entra in produzione / La fabbrica di domani*

La Digital Factory di CIM è il luogo dove **la trasformazione digitale prende forma** in modo misurabile, dove automazione, virtualizzazione, dati e intelligenza operano in sinergia per creare processi più fluidi, precisi e intelligenti.

La fabbrica diventa smart quando il sistema è interconnesso e il risultato è reale. Noi lo rendiamo possibile, testabile, scalabile. Affianchiamo le aziende in ogni fase: dall'analisi strategica alla definizione dei KPI, fino alla messa a terra operativa.

La nostra Digital Factory Pilot Line è uno spazio prototipale dove si testa, si misura, si evolve. Perché digitalizzare significa ripensare il sistema: con metodo, visione e impatto tangibile.

Qui la digitalizzazione non è una promessa futuro, ma una **leva concreta per aumentare l'efficienza, migliorare le prestazioni e generare vantaggio competitivo**, oggi.

1.5.3

## Additive Manufacturing Pilot Line

*Oltre i limiti della produzione tradizionale*

La nostra Additive Manufacturing Pilot Line è dove le idee prendono forma con un nuovo linguaggio: quello della precisione e della convenienza su misura. Qui la creatività progettuale incontra la forza dei materiali e la concretezza dell'industria.

L'Additive Manufacturing non è più una tecnologia di frontiera: è uno **strumento strategico per ripensare il modo in cui si progetta e si produce.**

**CIM è il partner che rende l'AM accessibile, affidabile, integrabile:** accompagna le imprese lungo tutta la catena del valore, dal design alla stampa, fino alla validazione del componente.

Non solo macchine, ma competenze avanzate, materiali qualificati, know-how ingegneristico e un impianto operativo completo, pronto per affrontare ogni fase – analisi, prototipazione, ottimizzazione, certificazione.

1.5.4

## Innovation & Venture Lab

*Il futuro è già qui / Dove le idee diventano impresa*

L'innovazione è un processo collettivo che nasce dalla contaminazione, dalla collaborazione e dalla capacità di rendere operative le idee. Il nostro Innovation & Venture Lab è **uno spazio dove si sperimenta, si valida, si accelera.** Accompagniamo le imprese nell'evoluzione dei modelli produttivi e nella rigenerazione continua delle proprie traiettorie di sviluppo.

L'Innovation & Venture Lab di CIM è il **punto di incontro tra idee, competenze e opportunità.** Un ecosistema abilitante dove le imprese collaborano, condividono, generano valore. Qui la cultura dell'innovazione diventa metodo, accesso a risorse, strumenti concreti. Diamo forma a progetti capaci di crescere ed evolversi, creare impatto, **mettendo a disposizione risorse, bandi, tecnologie e un metodo progettuale** per generare reale impatto economico.

Non solo uno spazio. Un vero laboratorio operativo dove **innovare significa agire:** con visione, supporto, rete e strumenti. Per chi vuole anticipare il futuro, costruendolo pezzo dopo pezzo.

# Settori strategici



1.6.1

## Automotive Industry

### *Il motore dell'evoluzione*

L'automotive è un settore che evolve di continuo, spinto dalla tecnologia, dalla sostenibilità, dalla competizione globale. CIM è il **partner tecnico delle imprese che vogliono affrontare questa trasformazione in modo strutturato e operativo.**

Ottimizziamo processi, integriamo nuove tecnologie, abilitiamo la prototipazione rapida, la stampa additiva e la digitalizzazione. Dall'engineering al testing, dalla produzione alla certificazione, portiamo esperienza, metodo e strumenti, lavorando su efficienza, qualità e rapidità, per rendere ogni intervento un vantaggio competitivo reale.

1.6.2

## Aerospace Industry

### *Verso nuovi orizzonti*

Lo spazio è l'ultima frontiera dell'innovazione, ma per volare in alto servono basi solide, materiali affidabili, processi precisi. **CIM lavora accanto alle imprese del settore aerospace per costruire le soluzioni che spingono il futuro oltre i suoi confini.**

Con un'infrastruttura operativa avanzata, competenze certificate e tecnologie di manifattura additiva e digitale, coordiniamo la progettazione, la validazione e l'ottimizzazione di componenti critici. Ogni intervento è un'alleanza strategica: per sperimentare, qualificare e produrre in sicurezza.

L'innovazione, nel settore aerospaziale, è una sfida concreta. CIM la affronta con metodo, esperienza e risultati misurabili, dal decollo di ogni progetto fino al suo atterraggio.



1.7

## Tone of voice

**Autorevole ma diretto, professionale ma accessibile.** CIM comunica con chiarezza e credibilità, evitando tecnicismi superflui e ponendosi come una guida affidabile nel mondo dell'innovazione industriale.

1.7.1

### Instagram

- **Impatto visivo forte**, headline brevi e incisive, grafica pulita, layout dinamici.
- **Tono ispirazionale** e orientato al fare ("Scopri. Progetta. Realizza.").
- **Call to action** chiare ("Partecipa al corso", "Scorri per il programma").

#### Esempio di post

**Forme complesse. Tempi più brevi. Prestazioni più alte.** Con l'Additive, non progetti solo componenti: progetti possibilità.

🔥 Il corso intensivo "Metal Additive" ti porta dentro ogni fase del processo:

- ➡ Dalla modellazione alla stampa
- ➡ Dalla post-produzione alla certificazione finale

📅 23 ottobre 2025  
📍 CIM – Corso Luigi Settembrini 178, Torino

🔗 Link in bio

Progetta. Scopri. Realizza.

#3DMetalPrinting #AMdesign #CIM  
#TecnologieAvanzate #FormazioneTecnica

1.7.2

### LinkedIn

- **Tono informativo**, professionale, orientato al business e al valore.
- **Contenuto:** dati, insight, focus sulle competenze e applicazioni.
- **Struttura:** apertura con dato d'impatto, contesto, proposta CIM, link.

#### Esempio di post

**L'Additive Manufacturing riduce i tempi di sviluppo del 30% e consente geometrie impossibili per la produzione tradizionale.**

Ma trasformare il potenziale in risultato richiede metodo, competenze, strumenti.

Con il corso Metal Additive: dal design alla certificazione, CIM offre un percorso intensivo per chi vuole integrare l'AM nei processi industriali:

- ✓ Progettazione DfAM
- ✓ Ottimizzazione di parametri
- ✓ Validazione del processo

👉 Un corso operativo per aziende che vogliono fare il salto.

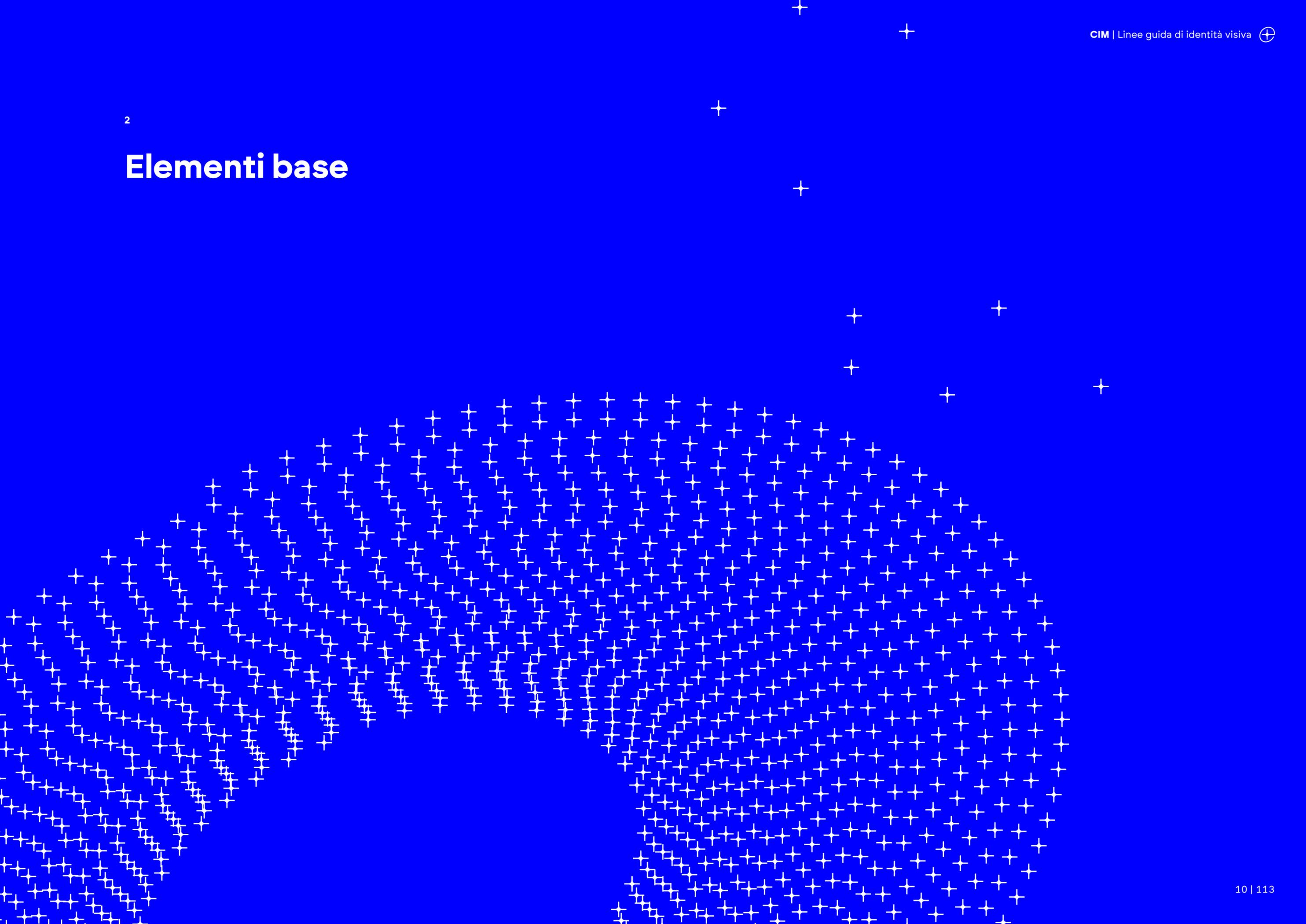
📅 23 ottobre 2025  
📍 CIM – Corso Luigi Settembrini 178, Torino

🔗 Programma e iscrizioni: [\[link\]](#)

#AdditiveManufacturing #Metal3DPrinting  
#FormazioneIndustriale #DfAM #CIM

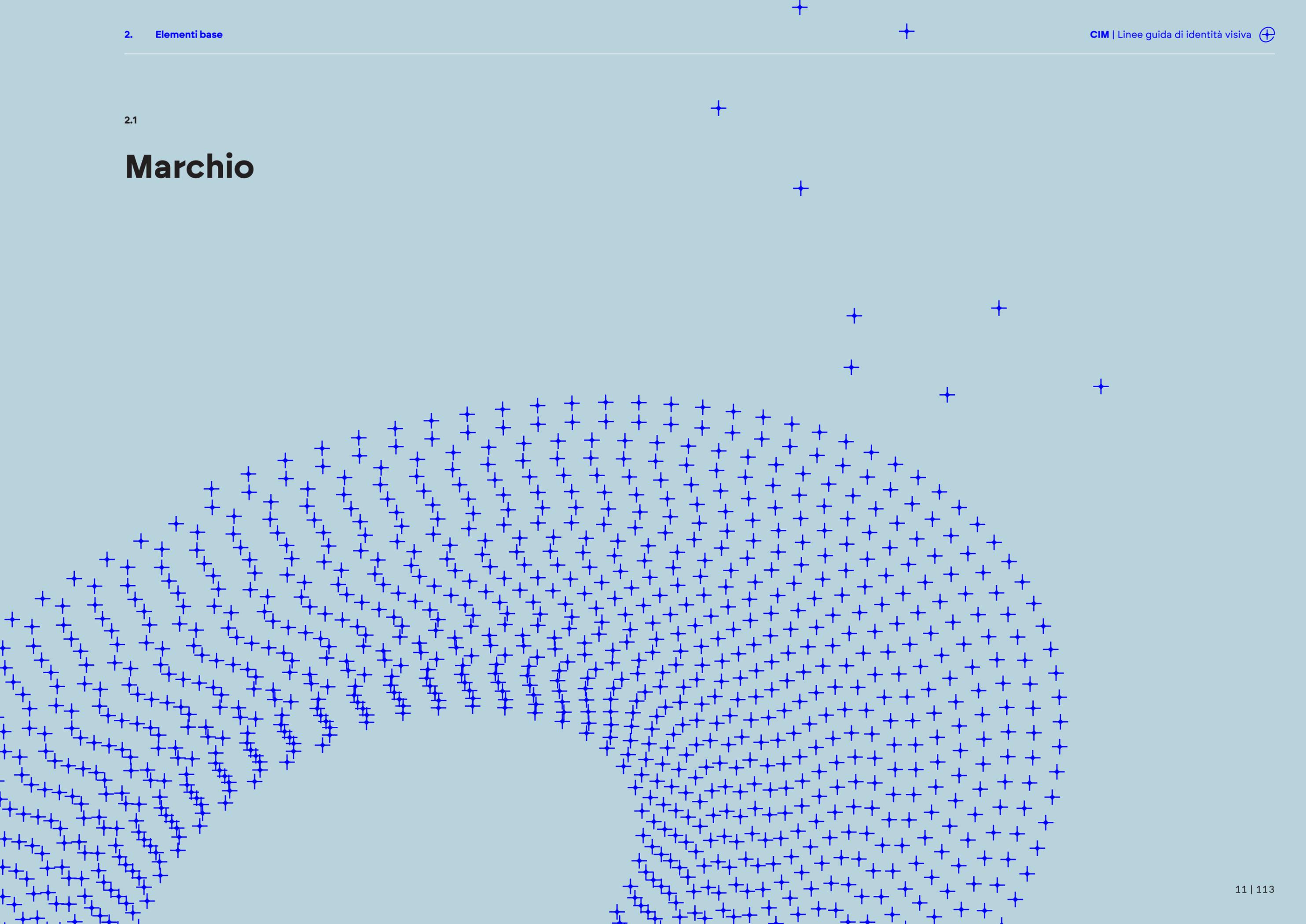
2

# Elementi base



2.1

# Marchio



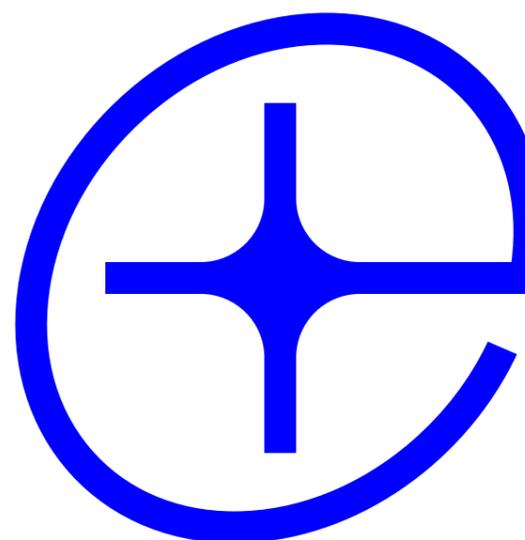
## 2.1.1

**Marchio**Versione a colori  
su fondo bianco

Il marchio CIM è l'elemento base per il sistema di identità visiva.

Questa versione si usa su fondi bianchi, tendenti al bianco o molto chiari.

Il marchio non può essere modificato né utilizzato insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in questo manuale.

**Blu CIM**

-  PANTONE® Blue 072 C
-  C100 M85 Y0 K0
-  R0 G0 B255 [#0000ff]

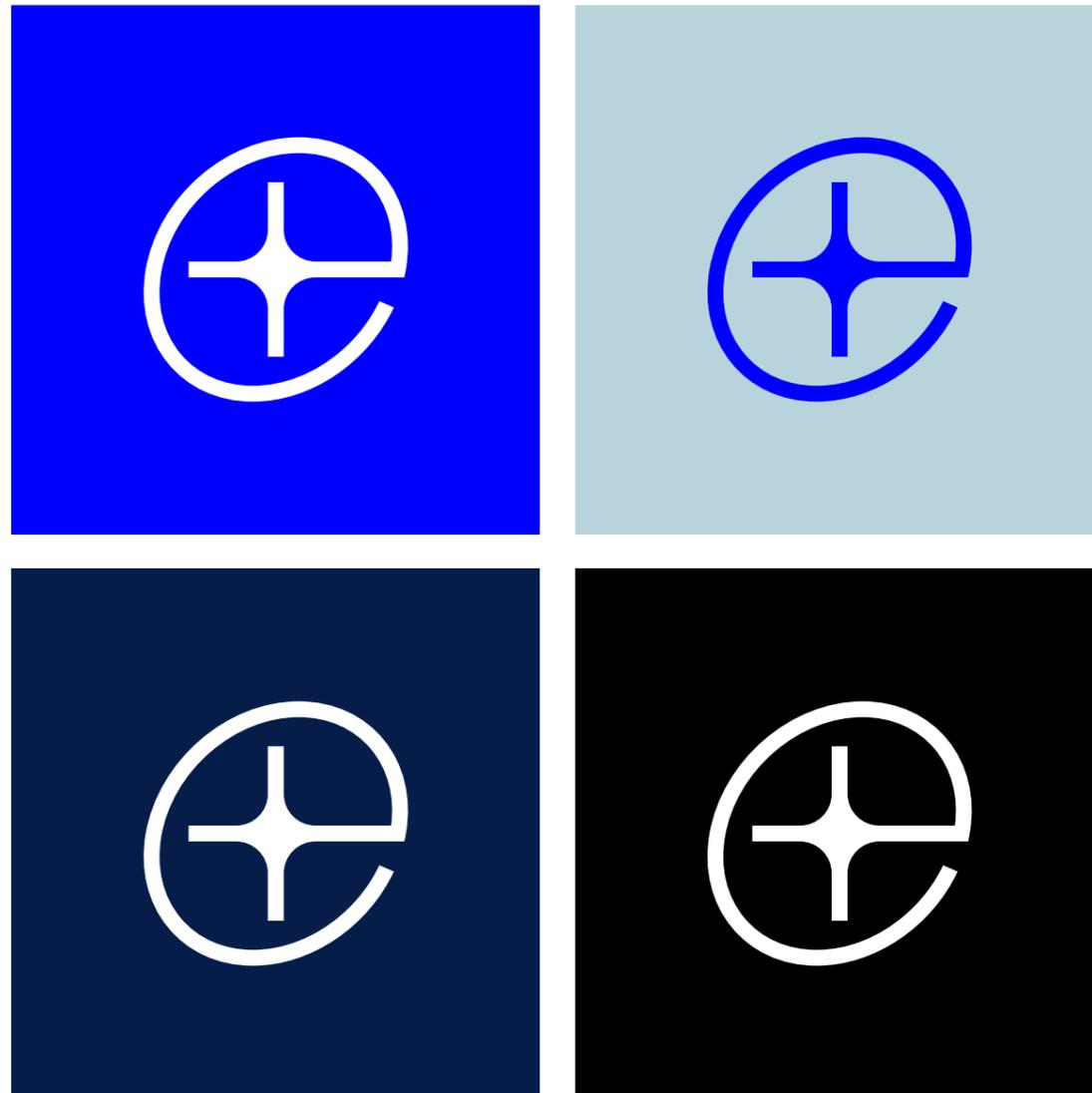
## 2.1.2

**Marchio****Versione su fondi  
con colori istituzionali**

Sul fondo Blu CIM il marchio è bianco, su fondo Colore ausiliario chiaro CIM rimane Blu CIM, mentre su fondo Colore ausiliario scuro CIM va adottato il bianco.

Su fondi neri, tendenti al nero o su tinte scure non è possibile utilizzare il colore Blu CIM, ma va adottato il bianco.

Per fondi neri pieni in stampa è consigliabile l'utilizzo del nero ricco, definito secondo i valori indicati nella nota sottostante.

**Blu CIM**

-  PANTONE® Blue 072 C
-  C100 M85 Y0 K0
-  R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario chiaro CIM**

-  PANTONE® 552 C
-  C30 M10 Y15 K0
-  R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Colore ausiliario scuro CIM**

-  PANTONE® 2768 C
-  C100 M85 Y30 K55
-  R7 G29 B73 [#071d49]

**Nero ricco (fondo)**

-  PANTONE® Black 6 C
-  C20 M20 Y20 K100
-  R0 G0 B0 [#000000]

## 2.1.3

**Marchio****Versione positiva e negativa  
in bianco e nero**

La versione positiva del marchio deve essere impiegata su fondi bianchi, tendenti al bianco o a tinte chiare. La sua versione negativa deve essere utilizzata su fondi neri, tendenti al nero o su tinte scure.

Il marchio non può essere mai modificato né utilizzato insieme ad altri elementi fatta eccezione dei casi descritti in queste schede.

Il criterio con cui adoperare la versione positiva o negativa è essenzialmente legato a un principio di leggibilità gestaltica. Ovvero, verrà adoperata la versione che consente di ottenere un maggior contrasto con il fondo.



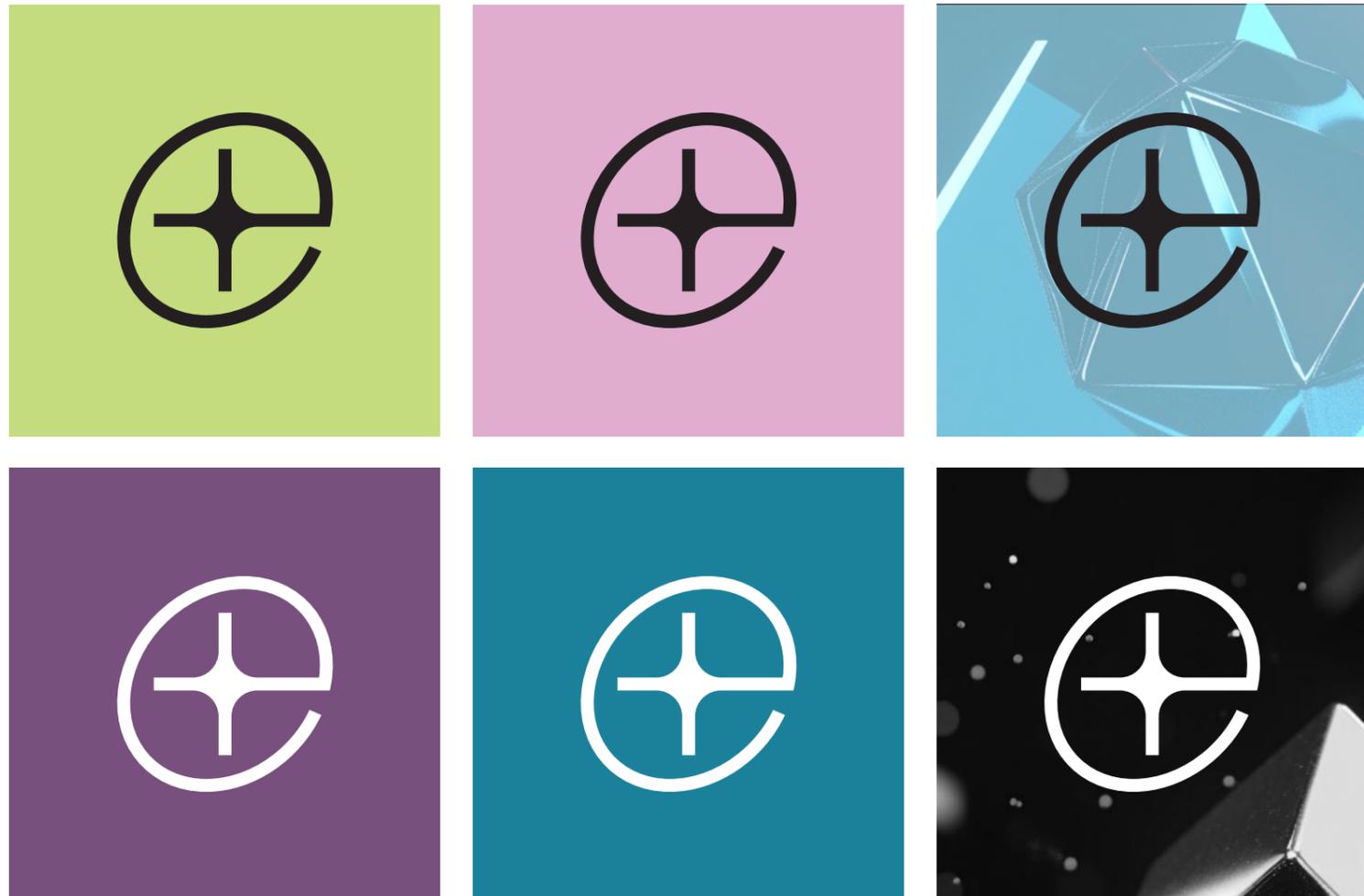
## 2.1.4

**Marchio**

## Applicazione su fondo colore

Il marchio nelle sue declinazioni in nero e bianco deve essere utilizzato a seconda del colore di prevalenza sul fondo. Pertanto, su fondi chiari dovrà essere adoperata la versione in nero, mentre su fondi scuri si utilizzerà la versione in bianco.

Nel caso in cui sia difficile risalire a un solo colore di fondo dominante – texture e fotografie – il criterio da adottare è quello della leggibilità.



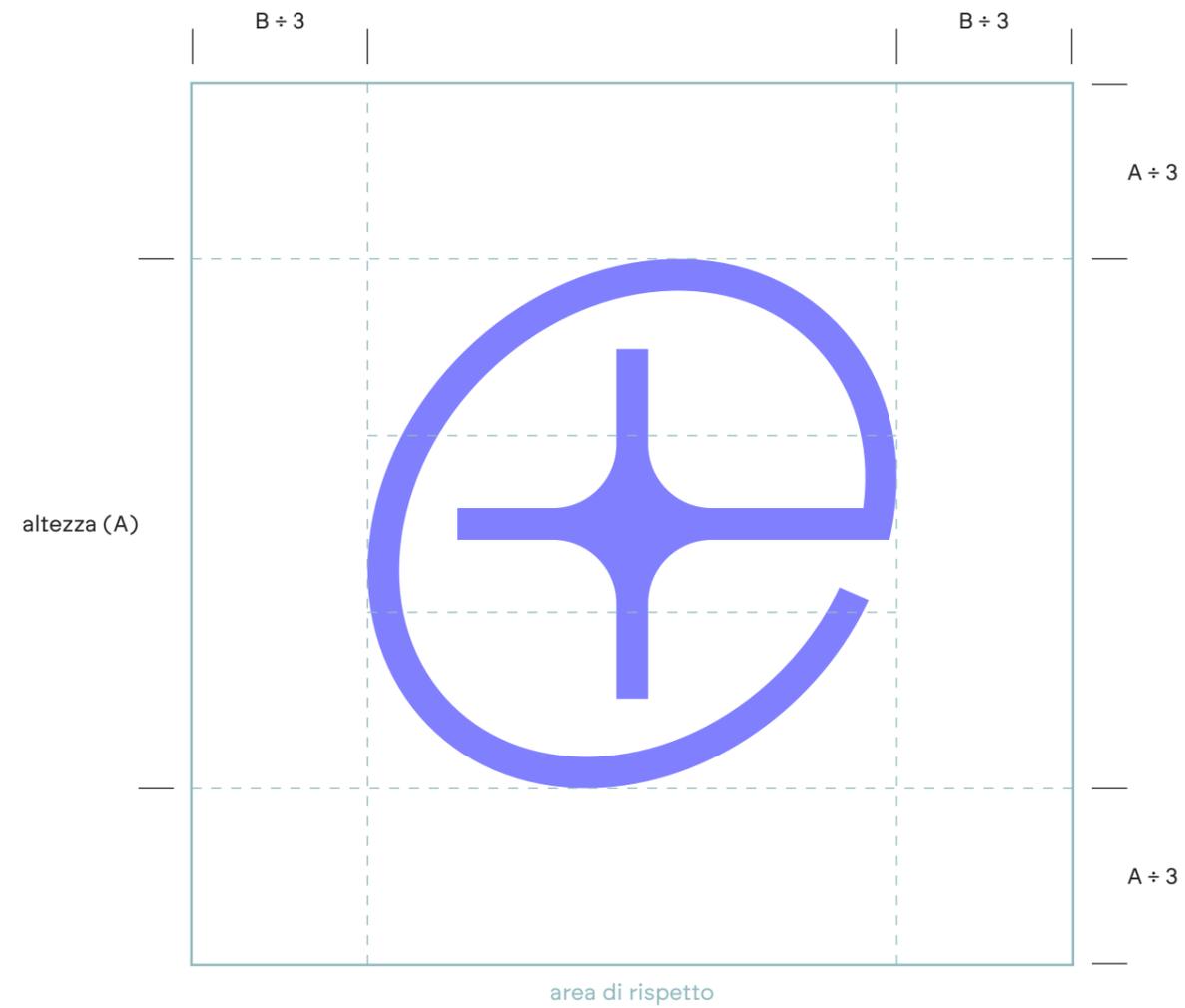
## 2.1.5

**Marchio****Area di rispetto**

La leggibilità è maggiore se l'area circostante è sufficientemente ampia.

Qualsiasi elemento grafico o tipografico deve essere posto all'esterno di una cornice ideale costruita intorno al marchio al fine di non produrre alcun tipo di interferenza visiva.

Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.



2.1.6

## Marchio

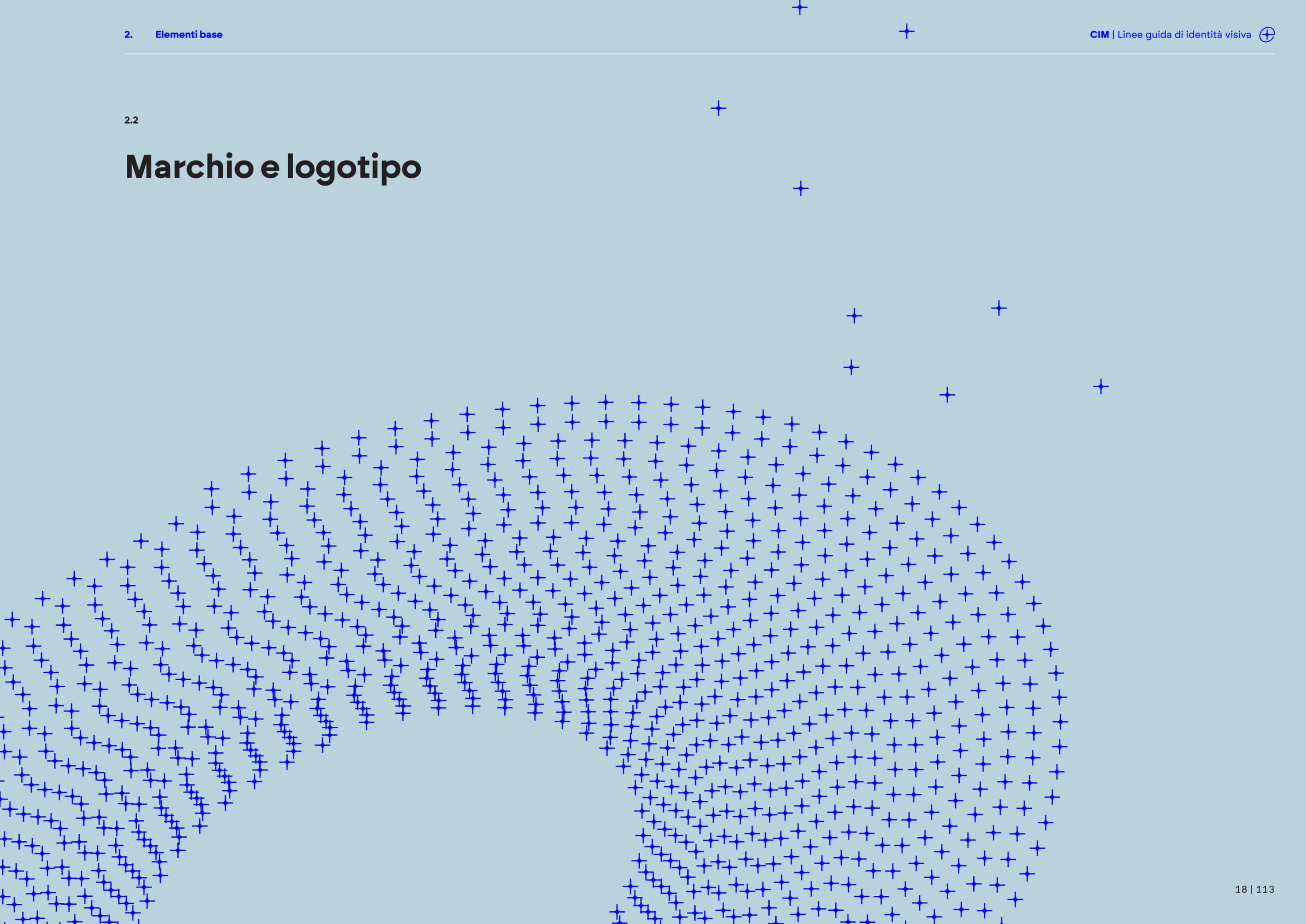
### Leggibilità e formato minimo

Il formato minimo si riferisce alle più piccole dimensioni consentite per la riduzione del marchio a stampa: in questo caso può essere ridotto fino a una altezza minima di 3 mm.



2.2

# Marchio e logotipo



## 2.2.1

**Marchio e logotipo**

Versione a colori  
su fondo bianco

Questa versione si usa su fondi bianchi o molto chiari.

Il marchio-logotipo non può essere modificato né utilizzato insieme ad altri elementi fatta eccezione dei casi descritti in questo manuale.

Nella versione a stampa è previsto l'utilizzo di un nero K100 in sovrastampa, da non confondere con il nero ricco da utilizzare per i fondi.

**Blu CIM**

-  PANTONE® Blue 072 C
-  C100 M85 Y0 K0
-  R0 G0 B255 [#0000ff]

**Nero**

-  PANTONE® Black 6 C
-  C0 M0 Y0 K100
-  R0 G0 B0 [#000000]

## 2.2.2

**Marchio e logotipo**Versione su fondi  
con colori istituzionali

Sul fondo Blu CIM il marchio e logotipo è bianco, su fondo Colore ausiliario chiaro CIM rimane Blu CIM e nero, mentre su fondo Colore ausiliario scuro CIM va adottato il bianco.

Su fondi neri, tendenti al nero o su tinte scure non è possibile utilizzare il colore Blu CIM, ma va adottato il bianco.

Nella versione a stampa su Colore ausiliario chiaro CIM, è previsto l'utilizzo di un nero K100 in sovrastampa, da non confondere con il nero ricco da utilizzare per i fondi.

**Blu CIM**

 PANTONE® Blue 072 C  
 C100 M85 Y0 K0  
 R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario chiaro CIM**

 PANTONE® 552 C  
 C30 M10 Y15 K0  
 R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Colore ausiliario scuro CIM**

 PANTONE® 2768 C  
 C100 M85 Y30 K55  
 R7 G29 B73 [#071d49]

**Nero (logotipo)**

 PANTONE® Black 6 C  
 C0 M0 Y0 K100  
 R0 G0 B0 [#000000]

**Nero ricco (fondo)**

 PANTONE® Black 6 C  
 C20 M20 Y20 K100  
 R0 G0 B0 [#000000]

## 2.2.3

**Marchio e logotipo****Versione positiva e negativa  
in bianco e nero**

La versione positiva del marchio e logotipo deve essere impiegata su fondi bianchi, tendenti al bianco o a tinte chiare. La sua versione negativa deve essere utilizzata su fondi neri, tendenti al nero o su tinte scure.

Il marchio e logotipo non può essere mai modificato né utilizzato insieme ad altri elementi fatta eccezione dei casi descritti in queste schede.

Il criterio con cui adoperare la versione positiva o negativa è essenzialmente legato a un principio di leggibilità gestaltica. Ovvero, verrà adoperata la versione che consente di ottenere un maggior contrasto con il fondo.



## 2.2.4

**Marchio e logotipo**

## Applicazione su fondo colore

Il marchio e logotipo nelle sue declinazioni in nero e bianco deve essere utilizzato a seconda del colore di prevalenza sul fondo. Pertanto, su fondi chiari dovrà essere adoperata la versione in nero, mentre su fondi scuri si utilizzerà la versione in bianco.

Nel caso in cui sia difficile risalire a un solo colore di fondo dominante – texture e fotografie – il criterio da adottare è quello della leggibilità.



## 2.2.5

## Marchio e logotipo

### Area di rispetto

La leggibilità è maggiore se l'area circostante è sufficientemente ampia.

Qualsiasi elemento grafico o tipografico deve essere posto all'esterno di una cornice ideale costruita intorno al marchio e logotipo al fine di non produrre alcun tipo di interferenza visiva.

Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.



2.2.6

## Marchio e logotipo

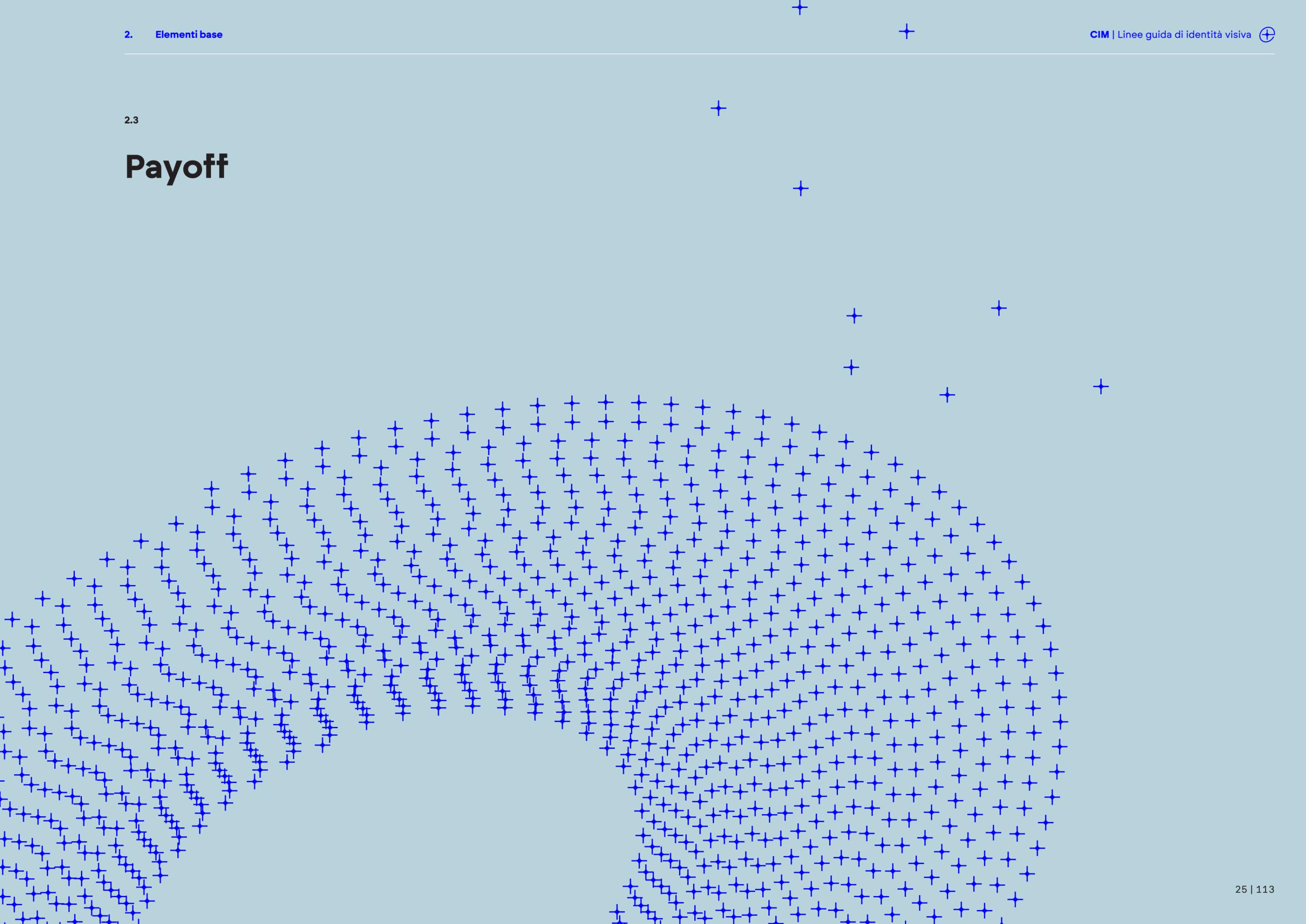
### Leggibilità e formato minimo

Il formato minimo si riferisce alle più piccole dimensioni consentite per la riduzione del marchio a stampa: in questo caso può essere ridotto fino a una altezza minima di 3 mm.



2.3

# Payoff



## 2.3.1

**Payoff**

Versione a colori  
su fondo bianco

Il payoff CIM può essere utilizzato autonomamente o accostato al marchio e logotipo (si veda capitolo 2.4).

Questa versione si usa su fondi bianchi, tendenti al bianco o molto chiari.

Il payoff non può essere modificato né utilizzato insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in questo manuale.

**COMPETENZE PER  
INDUSTRIA E  
MANIFATTURA**

**Blu CIM**

 PANTONE® Blue 072 C

 C100 M85 Y0 K0

 R0 G0 B255 [#0000ff]

## 2.3.2

**Payoff****Versione su fondi  
con colori istituzionali**

Sul fondo Blu CIM il payoff è bianco, su fondo Colore ausiliario chiaro CIM rimane Blu CIM, mentre su fondo Colore ausiliario scuro CIM va adottato il bianco.

Su fondi neri, tendenti al nero o su tinte scure non è possibile utilizzare il colore Blu CIM, ma va adottato il bianco.

Per fondi neri pieni in stampa è consigliabile l'utilizzo del nero ricco, definito secondo i valori indicati nella nota sottostante.

**Blu CIM**

-  PANTONE® Blue 072 C
-  C100 M85 Y0 K0
-  R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario chiaro CIM**

-  PANTONE® 552 C
-  C30 M10 Y15 K0
-  R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Colore ausiliario scuro CIM**

-  PANTONE® 2768 C
-  C100 M85 Y30 K55
-  R7 G29 B73 [#071d49]

**Nero ricco (fondo)**

-  PANTONE® Black 6 C
-  C20 M20 Y20 K100
-  R0 G0 B0 [#000000]

## 2.3.3

**Payoff****Versione positiva e negativa  
in bianco e nero**

La versione positiva del payoff deve essere impiegata su fondi bianchi, tendenti al bianco o a tinte chiare. La sua versione negativa deve essere utilizzata su fondi neri, tendenti al nero o su tinte scure.

Il payoff non può essere mai modificato né utilizzato insieme ad altri elementi fatta eccezione dei casi descritti in queste schede.

Il criterio con cui adoperare la versione positiva o negativa è essenzialmente legato a un principio di leggibilità gestaltica. Ovvero, verrà adoperata la versione che consente di ottenere un maggior contrasto con il fondo.

**COMPETENZE PER  
INDUSTRIA E  
MANIFATTURA**

**COMPETENZE PER  
INDUSTRIA E  
MANIFATTURA**

## 2.3.4

**Payoff**

## Applicazione su fondo colore

Il payoff nelle sue declinazioni in nero e bianco deve essere utilizzato a seconda del colore di prevalenza sul fondo. Pertanto, su fondi chiari dovrà essere adoperata la versione in nero, mentre su fondi scuri si utilizzerà la versione in bianco.

Nel caso in cui sia difficile risalire a un solo colore di fondo dominante – texture e fotografie – il criterio da adottare è quello della leggibilità.



## 2.3.5

## Payoff

### Area di rispetto

La leggibilità è maggiore se l'area circostante è sufficientemente ampia.

Qualsiasi elemento grafico o tipografico deve essere posto all'esterno di una cornice ideale costruita intorno al payoff al fine di non produrre alcun tipo di interferenza visiva.

Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.



2.3.6

## Payoff

### Leggibilità e formato minimo

Il formato minimo si riferisce alle più piccole dimensioni consentite per la riduzione del payoff a stampa: in questo caso può essere ridotto fino a una altezza minima di 6 mm.



2.4

# Marchio, logotipo e payoff



## 2.4.1.1

**Marchio, logotipo e payoff**

Versione verticale a colori  
su fondo bianco

Il payoff CIM può essere utilizzato autonomamente (si veda capitolo 2.3) o accostato al marchio e logotipo.

Questa versione si usa su fondi bianchi, tendenti al bianco o molto chiari, quando si vuole occupare un'area con sufficiente spazio verticale.

Il marchio, logotipo e payoff non può essere modificato né utilizzato insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in questo manuale.

Nella versione a stampa è previsto l'utilizzo di un nero K100 in sovrastampa, da non confondere con il nero ricco da utilizzare per i fondi.

**Blu CIM**

-  PANTONE® Blue 072 C
-  C100 M85 Y0 K0
-  R0 G0 B255 [#0000ff]

**Nero**

-  PANTONE® Black 6 C
-  C0 M0 Y0 K100
-  R0 G0 B0 [#000000]

## 2.4.1.2

**Marchio, logotipo e payoff**

Versione orizzontale a colori  
su fondo bianco

Il payoff CIM può essere utilizzato autonomamente (si veda capitolo 2.3) o accostato al marchio e logotipo.

Questa versione si usa su fondi bianchi, tendenti al bianco o molto chiari, quando si vuole occupare un'area con evidente sviluppo orizzontale.

Il marchio, logotipo e payoff non può essere modificato né utilizzato insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in questo manuale.

Nella versione a stampa è previsto l'utilizzo di un nero K100 in sovrastampa, da non confondere con il nero ricco da utilizzare per i fondi.

**Blu CIM**

-  PANTONE® Blue 072 C
-  C100 M85 Y0 K0
-  R0 G0 B255 [#0000ff]

**Nero**

-  PANTONE® Black 6 C
-  C0 M0 Y0 K100
-  R0 G0 B0 [#000000]

## 2.4.2

**Marchio, logotipo e payoff**

Versioni su fondi  
con colori istituzionali

Sul fondo Blu CIM il marchio, logotipo e payoff è bianco, su fondo Colore ausiliario chiaro CIM rimane Blu CIM e nero, mentre su fondo Colore ausiliario scuro CIM va adottato il bianco.

Su fondi neri, tendenti al nero o su tinte scure non è possibile utilizzare il colore Blu CIM, ma va adottato il bianco.

Nella versione a stampa su Colore ausiliario chiaro CIM, è previsto l'utilizzo di un nero K100 in sovrastampa, da non confondere con il nero ricco da utilizzare per i fondi.

**Blu CIM**

 PANTONE® Blue 072 C  
 C100 M85 Y0 K0  
 R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario chiaro CIM**

 PANTONE® 552 C  
 C30 M10 Y15 K0  
 R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Colore ausiliario scuro CIM**

 PANTONE® 2768 C  
 C100 M85 Y30 K55  
 R7 G29 B73 [#071d49]

**Nero (logotipo)**

 PANTONE® Black 6 C  
 C0 M0 Y0 K100  
 R0 G0 B0 [#000000]

**Nero ricco (fondo)**

 PANTONE® Black 6 C  
 C20 M20 Y20 K100  
 R0 G0 B0 [#000000]



## 2.4.3

**Marchio, logotipo e payoff****Versioni positive e negative  
in bianco e nero**

Le versioni positive del marchio e logotipo devono essere impiegate su fondi bianchi, tendenti al bianco o a tinte chiare.

Le versioni negative devono essere utilizzate su fondi neri, tendenti al nero o su tinte scure.

Il marchio, logotipo e payoff non può essere mai modificato né utilizzato insieme ad altri elementi fatta eccezione dei casi descritti in queste schede.

Il criterio con cui adoperare la versione positiva o negativa è essenzialmente legato a un principio di leggibilità gestaltica. Ovvero, verrà adoperata la versione che consente di ottenere un maggior contrasto con il fondo.



**COMPETENZE PER  
INDUSTRIA E  
MANIFATTURA**



**COMPETENZE PER  
INDUSTRIA E  
MANIFATTURA**



**COMPETENZE PER  
INDUSTRIA E  
MANIFATTURA**



**COMPETENZE PER  
INDUSTRIA E  
MANIFATTURA**

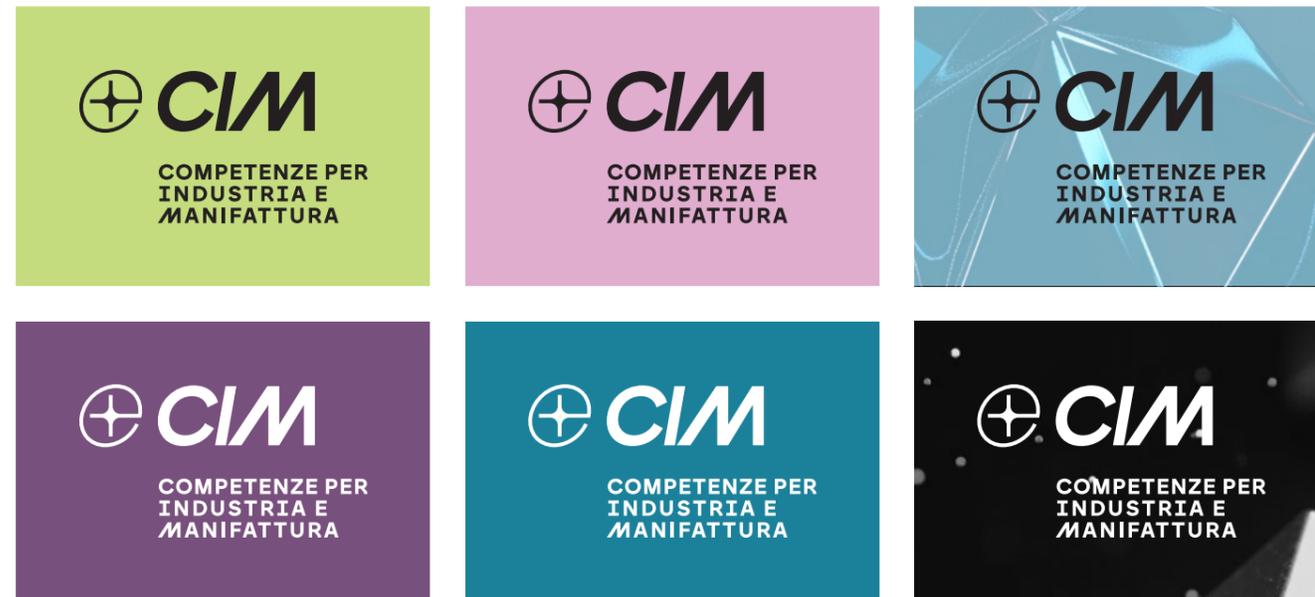
## 2.4.4

## Marchio, logotipo e payoff

### Applicazioni su fondo colore

Il marchio, logotipo e payoff nelle sue declinazioni in nero e bianco deve essere utilizzato a seconda del colore di prevalenza sul fondo. Pertanto, su fondi chiari dovranno essere adoperate le versioni in nero, mentre su fondi scuri si utilizzeranno le versioni in bianco.

Nel caso in cui sia difficile risalire a un solo colore di fondo dominante – texture e fotografie – il criterio da adottare è quello della leggibilità.



## 2.4.5

**Marchio, logotipo e payoff****Area di rispetto**

La leggibilità è maggiore se l'area circostante è sufficientemente ampia.

Qualsiasi elemento grafico o tipografico deve essere posto all'esterno di una cornice ideale costruita intorno al marchio, logotipo e payoff al fine di non produrre alcun tipo di interferenza visiva.

Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.



2.4.6

## Marchio, logotipo e payoff

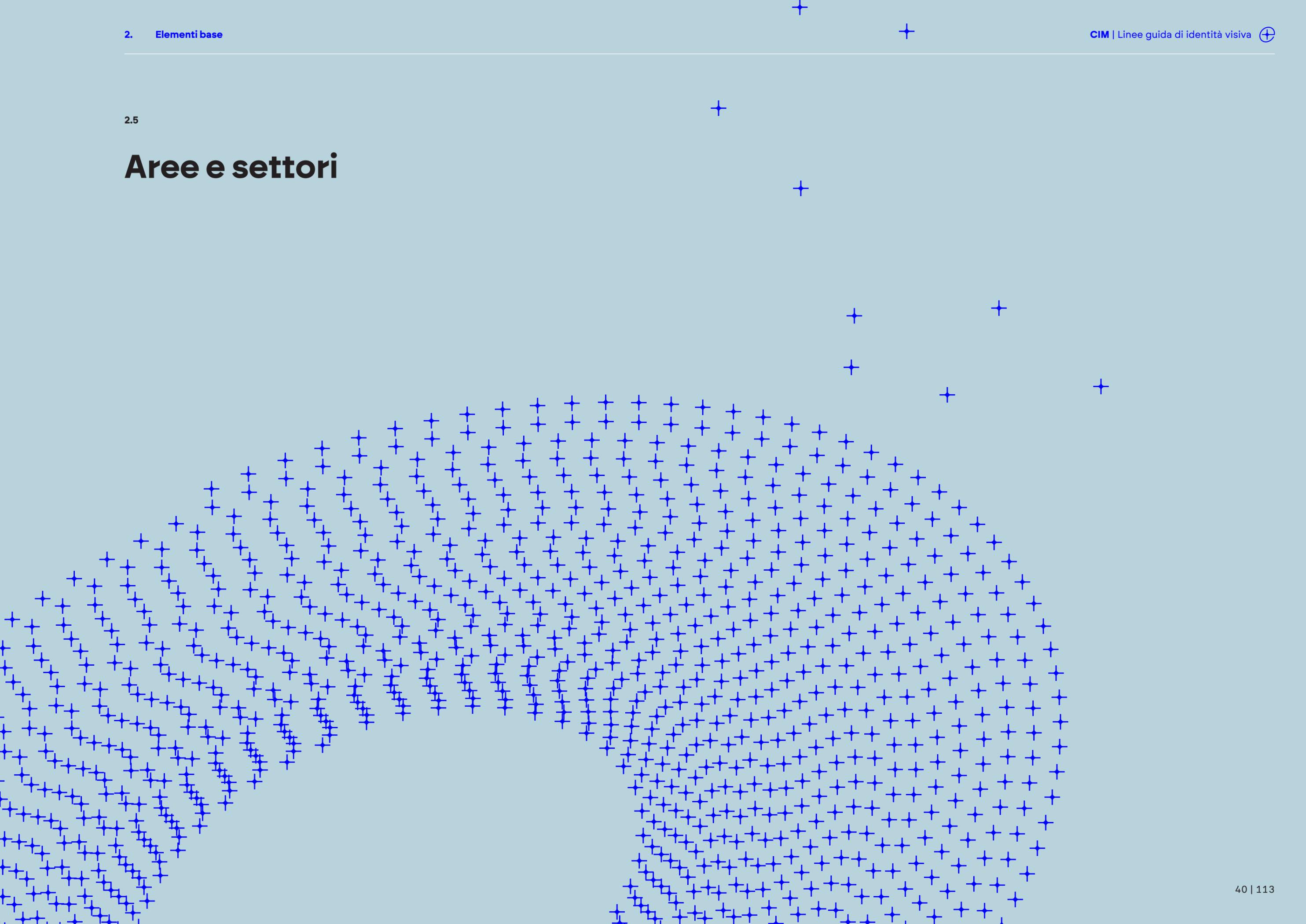
### Leggibilità e formato minimo

Il formato minimo si riferisce alle più piccole dimensioni consentite per la riduzione del marchio e logotipo con payoff a stampa.



2.5

# Aree e settori



## 2.5.1

**Aree e settori**

Versioni a colori  
su fondo bianco

Le diciture delle aree e settori CIM possono essere utilizzate autonomamente o accostate al marchio e logotipo (si veda capitolo 2.6).

Queste versioni si usano su fondi bianchi, tendenti al bianco o molto chiari.

Non possono essere modificate né utilizzate insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in questo manuale.

Nelle versioni a stampa è previsto l'utilizzo di un nero K100 in sovrastampa, da non confondere con il nero ricco da utilizzare per i fondi.

Nel caso subentrasse una nuova area o un nuovo settore, il kit di identità visiva è fornito di un template editabile. Nella compilazione valutare la sostituzione di alcune lettere con le varianti stilistiche presenti nel font.

**Blu CIM**

-  PANTONE® Blue 072 C
-  C100 M85 Y0 K0
-  R0 G0 B255 [#0000ff]

**Nero**

-  PANTONE® Black 6 C
-  C0 M0 Y0 K100
-  R0 G0 B0 [#000000]

➤ **LEARNING  
HUB**

➤ **INNOVATION  
& VENTURE LAB**

➤ **DIGITAL FACTORY  
PILOT LINE**

➤ **AEROSPACE  
SECTOR**

➤ **ADDITIVE  
MANUFACTURING  
PILOT LINE**

➤ **AUTOMOTIVE  
SECTOR**

➤ **TEMPLATE AREA  
O SETTORE**

## 2.5.2

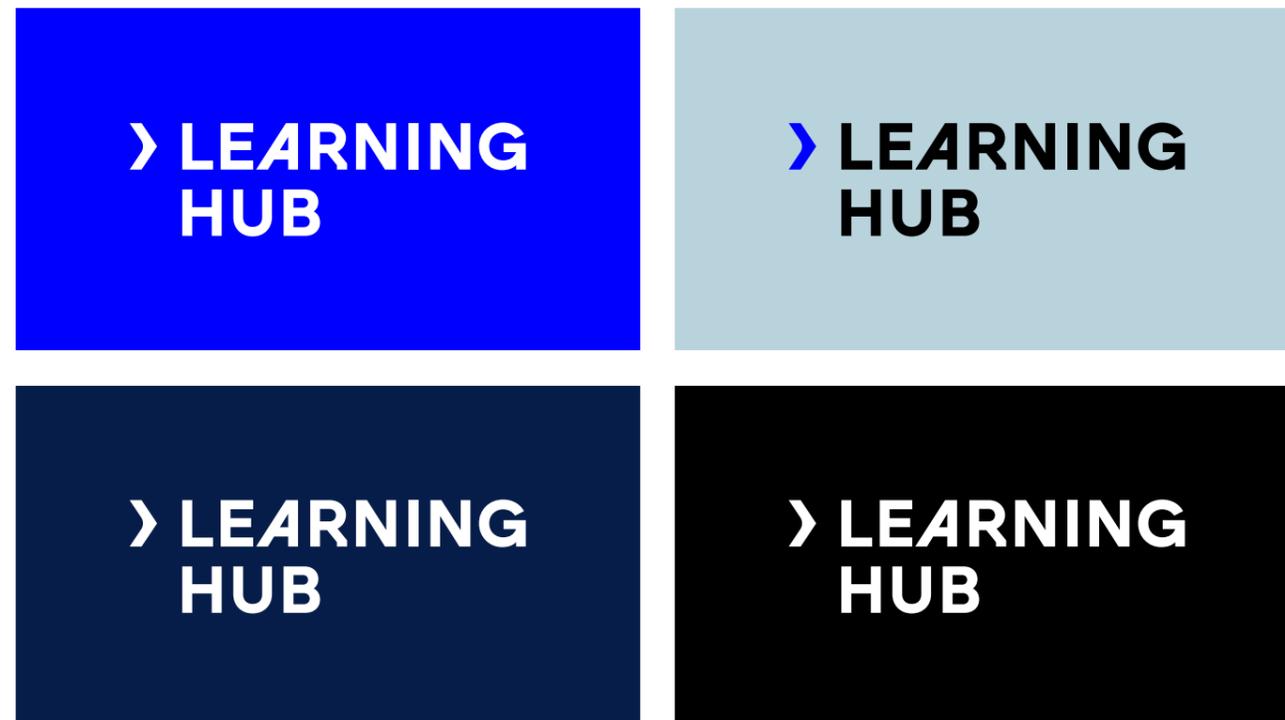
## Aree e settori

### Versione su fondi con colori istituzionali

Sul fondo Blu CIM l'area o il settore è bianco, su fondo Colore ausiliario chiaro CIM rimane Blu CIM e nero, mentre su fondo Colore ausiliario scuro CIM va adottato il bianco.

Su fondi neri, tendenti al nero o su tinte scure non è possibile utilizzare il colore Blu CIM, ma va adottato il bianco.

Nella versione a stampa su Colore ausiliario chiaro CIM, è previsto l'utilizzo di un nero K100 in sovrastampa, da non confondere con il nero ricco da utilizzare per i fondi.



#### Blu CIM

-  PANTONE® Blue 072 C
-  C100 M85 Y0 K0
-  R0 G0 B255 [#0000ff]

#### Colore ausiliario chiaro CIM

-  PANTONE® 552 C
-  C30 M10 Y15 K0
-  R185 G211 B220 [#b9d3dc]

#### Colore ausiliario scuro CIM

-  PANTONE® 2768 C
-  C100 M85 Y30 K55
-  R7 G29 B73 [#071d49]

#### Nero ricco (fondo)

-  PANTONE® Black 6 C
-  C20 M20 Y20 K100
-  R0 G0 B0 [#000000]

## 2.5.3

**Aree e settori****Versione positiva e negativa  
in bianco e nero**

La versione positiva dell'area o del settore deve essere impiegata su fondi bianchi, tendenti al bianco o a tinte chiare. La sua versione negativa deve essere utilizzata su fondi neri, tendenti al nero o su tinte scure.

Il criterio con cui adoperare la versione positiva o negativa è essenzialmente legato a un principio di leggibilità gestaltica. Ovvero, verrà adoperata la versione che consente di ottenere un maggior contrasto con il fondo.

› **LEARNING  
HUB**

› **LEARNING  
HUB**

2.5.4

## Aree e settori

### Applicazione su fondo colore

L'area o il settore nelle sue declinazioni in nero e bianco deve essere utilizzato a seconda del colore di prevalenza sul fondo. Pertanto, su fondi chiari dovrà essere adoperata la versione in nero, mentre su fondi scuri si utilizzerà la versione in bianco.

Nel caso in cui sia difficile risalire a un solo colore di fondo dominante – texture e fotografie – il criterio da adottare è quello della leggibilità.



## 2.5.5

## Aree e settori

### Area di rispetto

La leggibilità è maggiore se l'area circostante è sufficientemente ampia.

Qualsiasi elemento grafico o tipografico deve essere posto all'esterno di una cornice ideale costruita intorno all'area o al settore al fine di non produrre alcun tipo di interferenza visiva.

Di lato sono riportati i calcoli dell'area di rispetto per due e per tre righe.

Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.



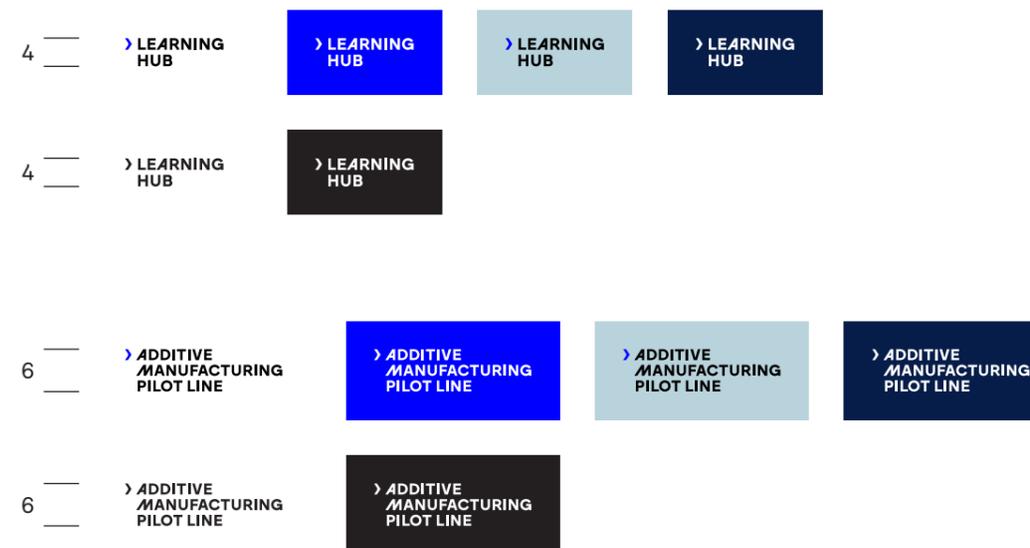
2.5.6

## Aree e settori

### Leggibilità e formato minimo

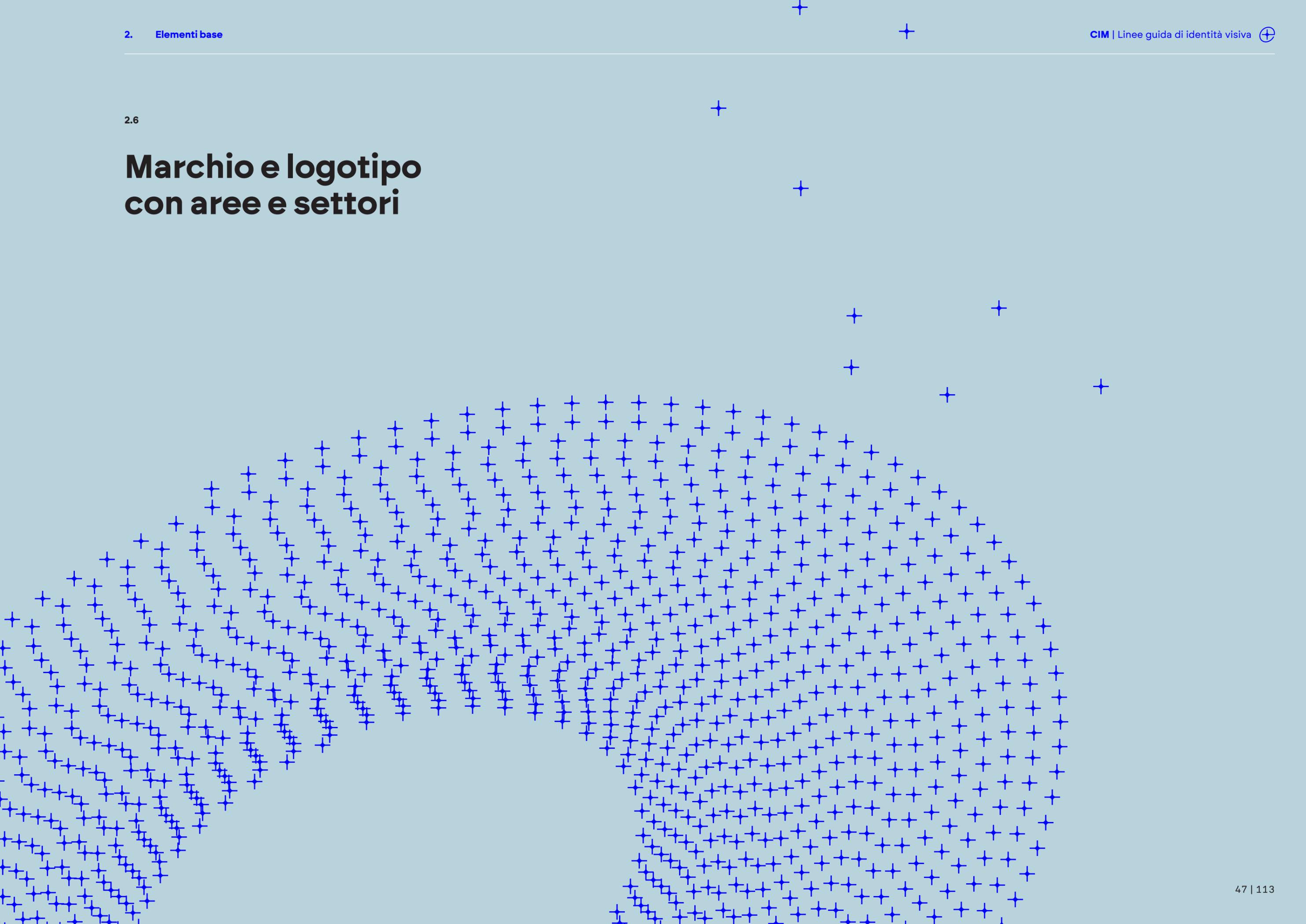
Il formato minimo si riferisce alle più piccole dimensioni consentite per la riduzione dell'area o settore a stampa.

Di lato sono riportati i valori del formato minimo per due e per tre righe.



2.6

# Marchio e logotipo con aree e settori



## 2.6.1

**Marchio e logotipo  
con aree e settori**Versioni a colori  
su fondo bianco

Le diciture delle aree e settori CIM possono essere utilizzate autonomamente (si veda capitolo 2.5) o accostate al marchio e logotipo.

Queste versioni si usano su fondi bianchi, tendenti al bianco o molto chiari.

Non possono essere modificate né utilizzate insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in questo manuale.

Nelle versioni a stampa è previsto l'utilizzo di un nero K100 in sovrastampa, da non confondere con il nero ricco da utilizzare per i fondi.

Nel caso subentrasse una nuova area o un nuovo settore, il kit di identità visiva è fornito di un template editabile. Nella compilazione valutare la sostituzione di alcune lettere con le varianti stilistiche presenti nel font.

**Blu CIM**

-  PANTONE® Blue 072 C
-  C100 M85 Y0 K0
-  R0 G0 B255 [#0000ff]

**Nero**

-  PANTONE® Black 6 C
-  C0 M0 Y0 K100
-  R0 G0 B0 [#000000]

 **CIM** > **LEARNING  
HUB**
 **CIM** > **DIGITAL FACTORY  
PILOT LINE**
 **CIM** > **ADDITIVE  
MANUFACTURING  
PILOT LINE**
 **CIM** > **INNOVATION  
& VENTURE LAB**
 **CIM** > **AEROSPACE  
INDUSTRY**
 **CIM** > **AUTOMOTIVE  
INDUSTRY**
 **CIM** > **TEMPLATE AREA  
O SETTORE**

## 2.6.2

**Marchio e logotipo****con aree e settori**Versione su fondi  
con colori istituzionali

Sul fondo Blu CIM l'area o il settore con marchio e logotipo è bianco, su fondo Colore ausiliario chiaro CIM rimane Blu CIM e nero, mentre su fondo Colore ausiliario scuro CIM va adottato il bianco.

Su fondi neri, tendenti al nero o su tinte scure non è possibile utilizzare il colore Blu CIM, ma va adottato il bianco.

Nella versione a stampa su Colore ausiliario chiaro CIM, è previsto l'utilizzo di un nero K100 in sovrastampa, da non confondere con il nero ricco da utilizzare per i fondi.

**Blu CIM**

-  PANTONE® Blue 072 C
-  C100 M85 Y0 K0
-  R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario chiaro CIM**

-  PANTONE® 552 C
-  C30 M10 Y15 K0
-  R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Colore ausiliario scuro CIM**

-  PANTONE® 2768 C
-  C100 M85 Y30 K55
-  R7 G29 B73 [#071d49]

**Nero ricco (fondo)**

-  PANTONE® Black 6 C
-  C20 M20 Y20 K100
-  R0 G0 B0 [#000000]



## 2.6.3

**Marchio e logotipo****con aree e settori**

Versione positiva e negativa  
in bianco e nero

La versione positiva dell'area o del settore con marchio e logotipo deve essere impiegata su fondi bianchi, tendenti al bianco o a tinte chiare. La sua versione negativa deve essere utilizzata su fondi neri, tendenti al nero o su tinte scure.

Il criterio con cui adoperare la versione positiva o negativa è essenzialmente legato a un principio di leggibilità gestaltica. Ovvero, verrà adoperata la versione che consente di ottenere un maggior contrasto con il fondo.



2.6.4

## Marchio e logotipo

### con aree e settori

#### Applicazione su fondo colore

L'area o il settore con marchio e logotipo nelle sue declinazioni in nero e bianco deve essere utilizzato a seconda del colore di prevalenza sul fondo. Pertanto, su fondi chiari dovrà essere adoperata la versione in nero, mentre su fondi scuri si utilizzerà la versione in bianco.

Nel caso in cui sia difficile risalire a un solo colore di fondo dominante – texture e fotografie – il criterio da adottare è quello della leggibilità.



## 2.6.5

## Marchio e logotipo con aree e settori

### Area di rispetto

La leggibilità è maggiore se l'area circostante è sufficientemente ampia.

Qualsiasi elemento grafico o tipografico deve essere posto all'esterno di una cornice ideale costruita intorno all'area o al settore al fine di non produrre alcun tipo di interferenza visiva.

Di lato sono riportati i calcoli dell'area di rispetto per due e per tre righe.

Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.



2.6.6

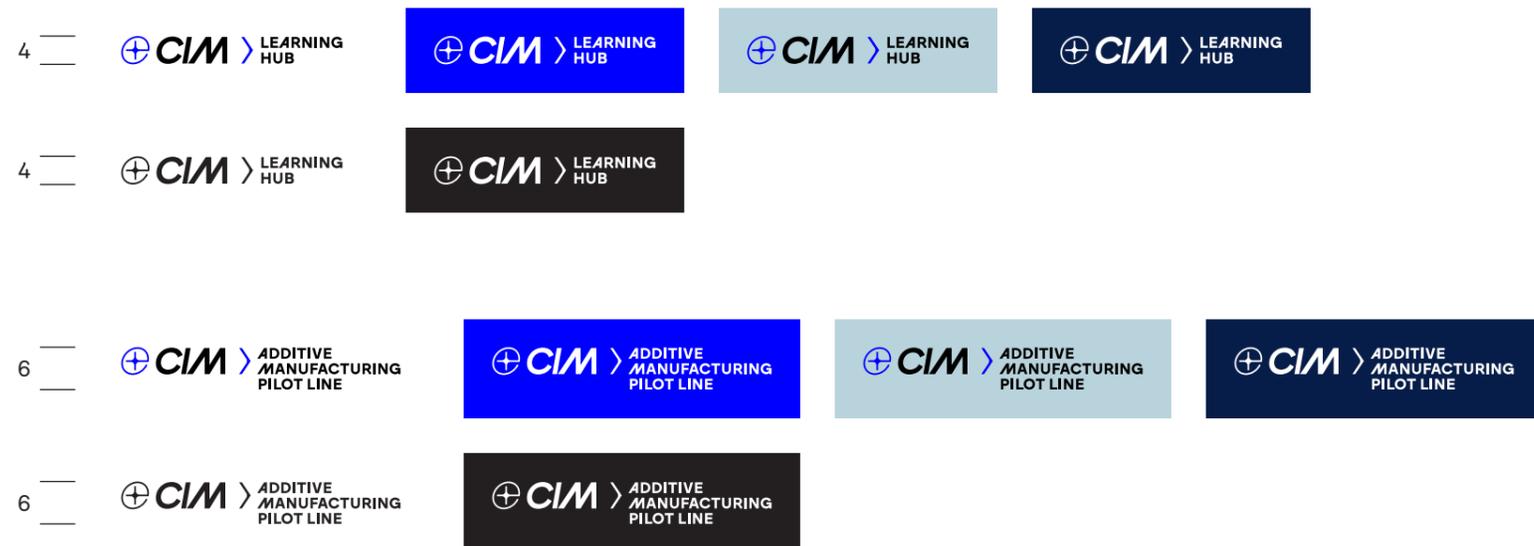
## Marchio e logotipo

### con aree e settori

#### Leggibilità e formato minimo

Il formato minimo si riferisce alle più piccole dimensioni consentite per la riduzione del marchio e logotipo con area o settore a stampa.

Di lato sono riportati i valori del formato minimo per due e per tre righe.



2.7

# CIM Academy



## 2.7.1.1

**CIM Academy**

Versione sintetica a colori  
su fondo bianco

Il marchio e logotipo CIM Academy può essere utilizzato nella sua versione sintetica oppure in quella completa con indicazione Learning Hub (si veda capitolo 2.7.1.2).

Questa versione è da preferire alla successiva, perché garantisce un maggiore impatto visivo.

Questa versione si usa su fondi bianchi o molto chiari.

Il marchio e logotipo CIM Academy non può essere modificato né utilizzato insieme ad altri elementi fatta eccezione dei casi descritti in questo manuale.

Nella versione a stampa è previsto l'utilizzo di un nero K100 in sovrastampa, da non confondere con il nero ricco da utilizzare per i fondi.

**Blu CIM**

-  PANTONE® Blue 072 C
-  C100 M85 Y0 K0
-  R0 G0 B255 [#0000ff]

**Nero**

-  PANTONE® Black 6 C
-  C0 M0 Y0 K100
-  R0 G0 B0 [#000000]

## 2.7.1.2

**CIM Academy**

Versione completa a colori  
su fondo bianco

Il marchio e logotipo CIM Academy può essere utilizzato nella sua versione completa oppure in quella sintetica (si veda capitolo 2.7.1.1).

Questa versione è da utilizzare in ambito istituzionale. Per tutte le comunicazioni di routine è consigliabile l'uso della precedente.

Questa versione si usa su fondi bianchi o molto chiari.

Il marchio e logotipo CIM Academy non può essere modificato né utilizzato insieme ad altri elementi fatta eccezione dei casi descritti in questo manuale.

Nella versione a stampa è previsto l'utilizzo di un nero K100 in sovrastampa, da non confondere con il nero ricco da utilizzare per i fondi.

**Blu CIM**

-  PANTONE® Blue 072 C
-  C100 M85 Y0 K0
-  R0 G0 B255 [#0000ff]

**Nero**

-  PANTONE® Black 6 C
-  C0 M0 Y0 K100
-  R0 G0 B0 [#000000]

## 2.7.2

**CIM Academy**

Versioni su fondi  
con colori istituzionali

Nella comunicazione di CIM Academy, al posto del semplice fondo Colore ausiliario chiaro CIM, si introduce un gradiente che passa dal Colore ausiliario chiaro CIM al Colore ausiliario CIM Academy.

Sul fondo Blu CIM il marchio e logotipo CIM Academy è bianco, su fondo Colore ausiliario chiaro CIM rimane Blu CIM e nero, mentre su fondo Colore ausiliario scuro CIM va adottato il bianco.

Su fondi neri, tendenti al nero o su tinte scure non è possibile utilizzare il colore Blu CIM, ma va adottato il bianco.

Nella versione a stampa su gradiente, è previsto l'utilizzo di un nero K100 in sovrastampa, da non confondere con il nero ricco da utilizzare per i fondi.

**Blu CIM**

 PANTONE® Blue 072 C  
 C100 M85 Y0 K0  
 R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario chiaro CIM**

 PANTONE® 552 C  
 C30 M10 Y15 K0  
 R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Colore ausiliario CIM Academy**

 C30 M35 Y0 K0  
 R190 G170 B242 [#bea9f2]

**Colore ausiliario scuro CIM**

 PANTONE® 2768 C  
 C100 M85 Y30 K55  
 R7 G29 B73 [#071d49]

**Nero (logotipo)**

 PANTONE® Black 6 C  
 C0 M0 Y0 K100  
 R0 G0 B0 [#000000]

**Nero ricco (fondo)**

 PANTONE® Black 6 C  
 C20 M20 Y20 K100  
 R0 G0 B0 [#000000]



## 2.7.3

**CIM Academy**

Versioni positive e negative  
in bianco e nero

Le versioni positive del marchio e logotipo CIM Academy devono essere impiegate su fondi bianchi, tendenti al bianco o a tinte chiare. Le versioni negative devono essere utilizzate su fondi neri, tendenti al nero o su tinte scure.

Il criterio con cui adoperare la versione positiva o negativa è essenzialmente legato a un principio di leggibilità gestaltica. Ovvero, verrà adoperata la versione che consente di ottenere un maggior contrasto con il fondo.



 **CIM**  
**Academy**



 **CIM** > **LEARNING**  
**HUB**  
**Academy**



 **CIM**  
**Academy**



 **CIM** > **LEARNING**  
**HUB**  
**Academy**

## 2.7.4

## CIM Academy

### Applicazioni su fondi colore

Il marchio e logotipo CIM Academy nelle sue declinazioni in nero e bianco deve essere utilizzato a seconda del colore di prevalenza sul fondo. Pertanto, su fondi chiari dovrà essere adoperata la versione in nero, mentre su fondi scuri si utilizzerà la versione in bianco.

Nel caso in cui sia difficile risalire a un solo colore di fondo dominante – texture e fotografie – il criterio da adottare è quello della leggibilità.



## 2.7.5

## CIM Academy

### Area di rispetto

La leggibilità è maggiore se l'area circostante è sufficientemente ampia.

Qualsiasi elemento grafico o tipografico deve essere posto all'esterno di una cornice ideale al fine di non produrre alcun tipo di interferenza visiva.

Questo spazio è da considerarsi minimo: pertanto, quando è possibile, deve essere aumentato.

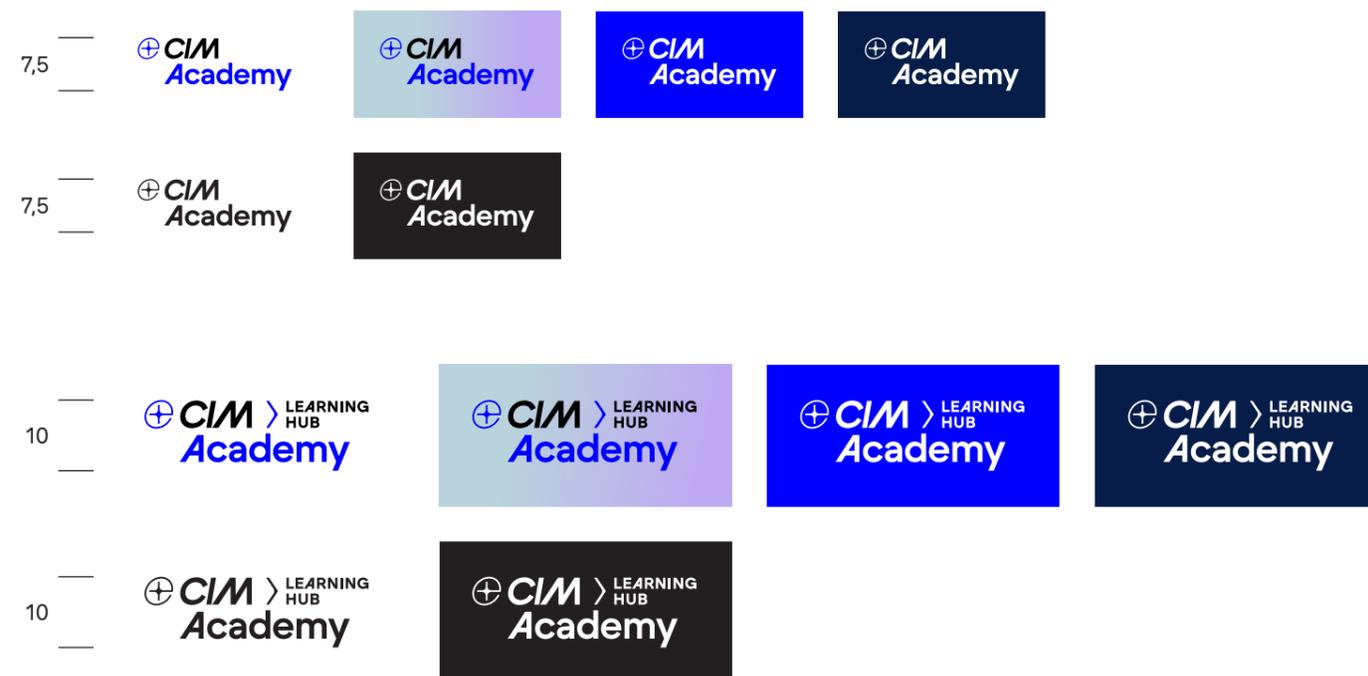


2.7.6

## CIM Academy

### Leggibilità e formato minimo

Il formato minimo si riferisce alle più piccole dimensioni consentite per la riduzione del marchio e logotipo CIM Academy a stampa.



2.8

# Linguaggio visivo



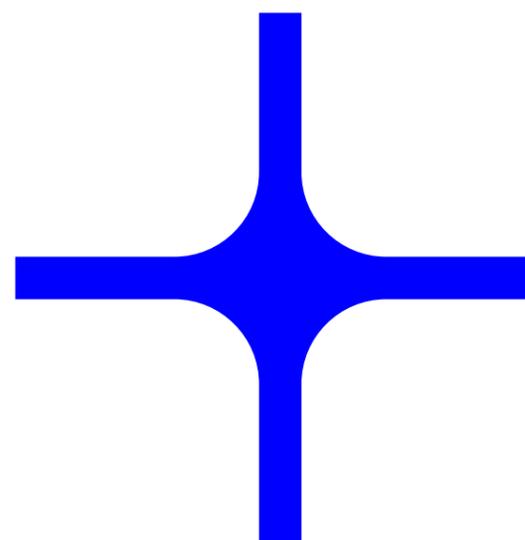
## 2.8.1

## Linguaggio visivo

### Modulo base

Il modulo base del linguaggio visivo consiste in una rivisitazione del segno "+". Questo elemento non va mai utilizzato singolarmente, ma solo a comporre i visual, secondo le norme definite nelle prossime pagine.

Questa versione si usa su fondi bianchi, tendenti al bianco o molto chiari.

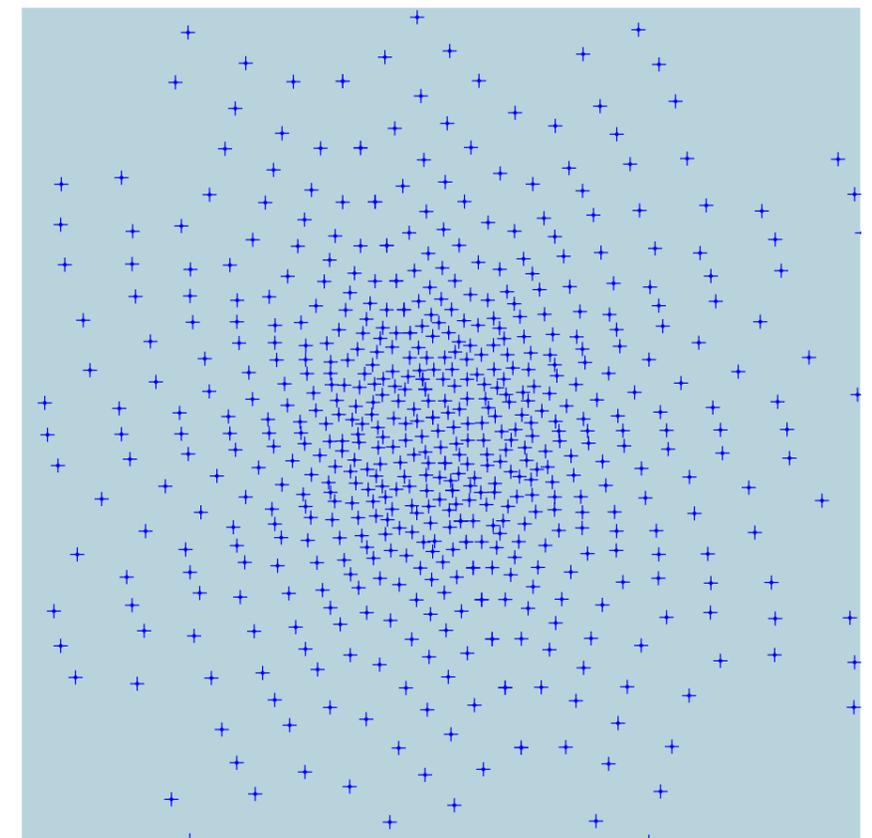
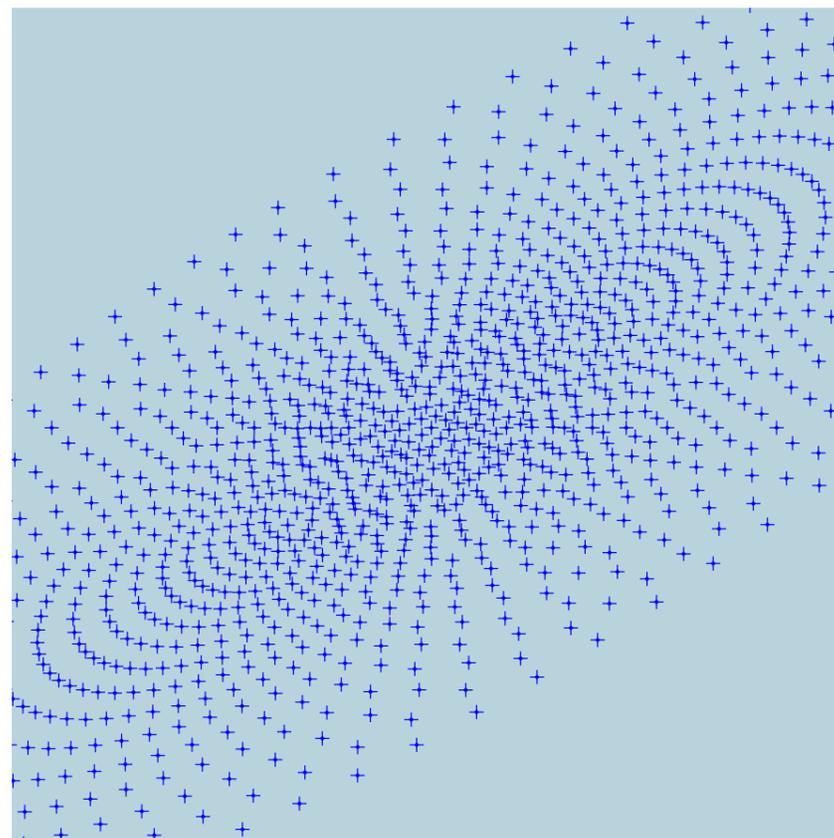
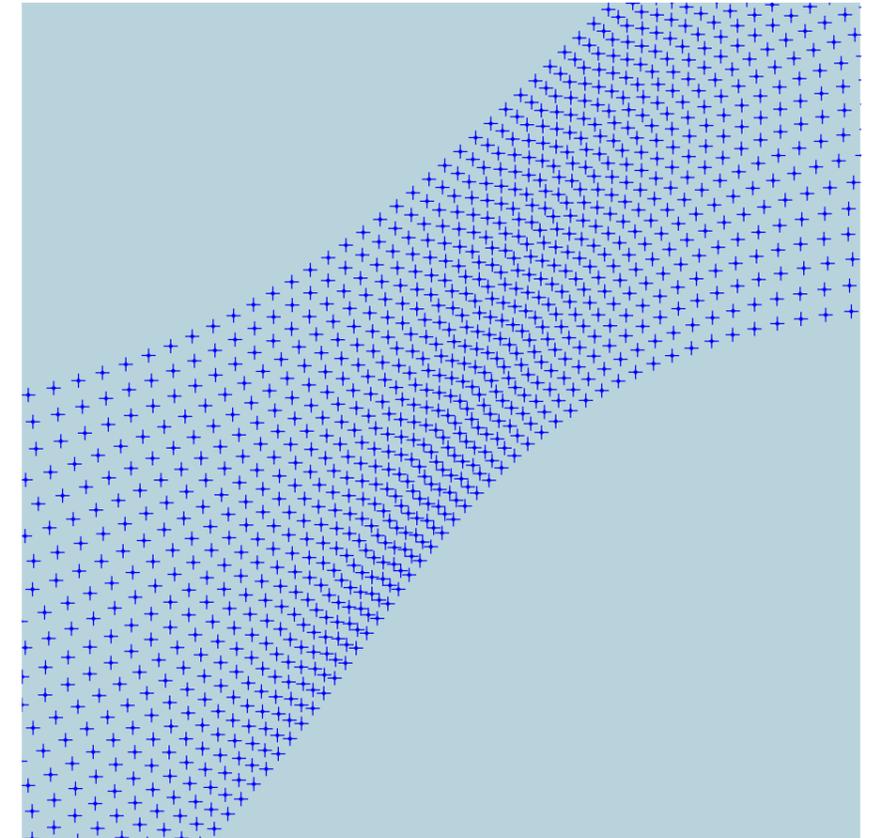
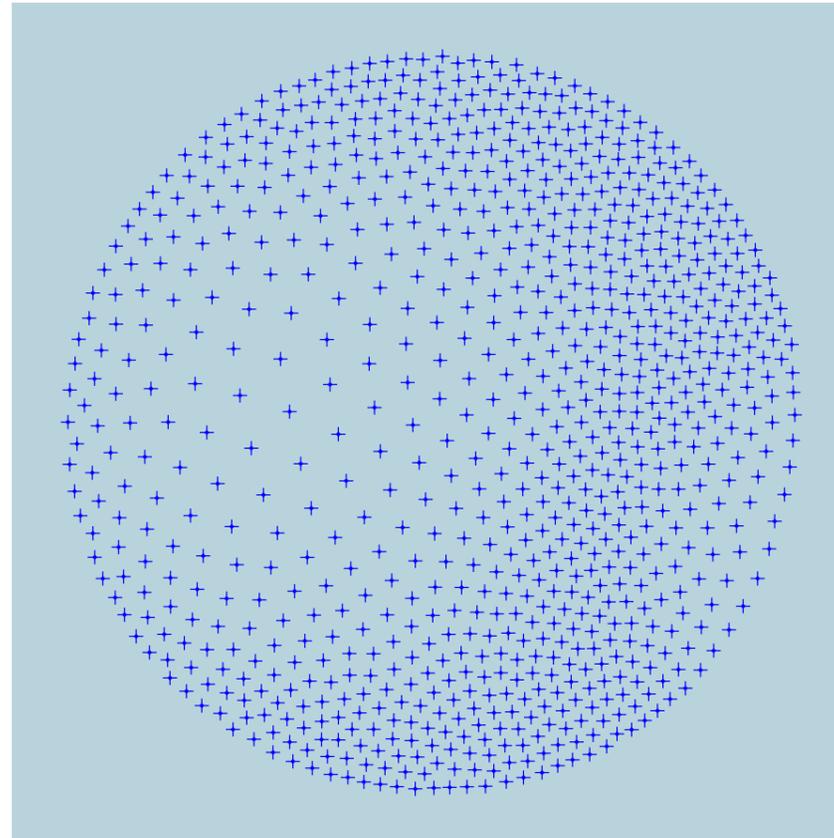
**Blu CIM** PANTONE® Blue 072 C C100 M85 Y0 K0 R0 G0 B255 [#0000ff]

## 2.8.2

## Linguaggio visivo

### Composizioni

Il modulo base viene moltiplicato e affiancato a comporre pattern geometrici astratti, che rievocano flussi energetici, orbite e traiettorie dinamiche e che permeano la comunicazione di CIM.



#### Blu CIM

-  PANTONE® Blue 072 C
-  C100 M85 Y0 K0
-  R0 G0 B255 [#0000ff]

#### Colore ausiliario chiaro CIM

-  PANTONE® 552 C
-  C30 M10 Y15 K0
-  R185 G211 B220 [#b9d3dc]

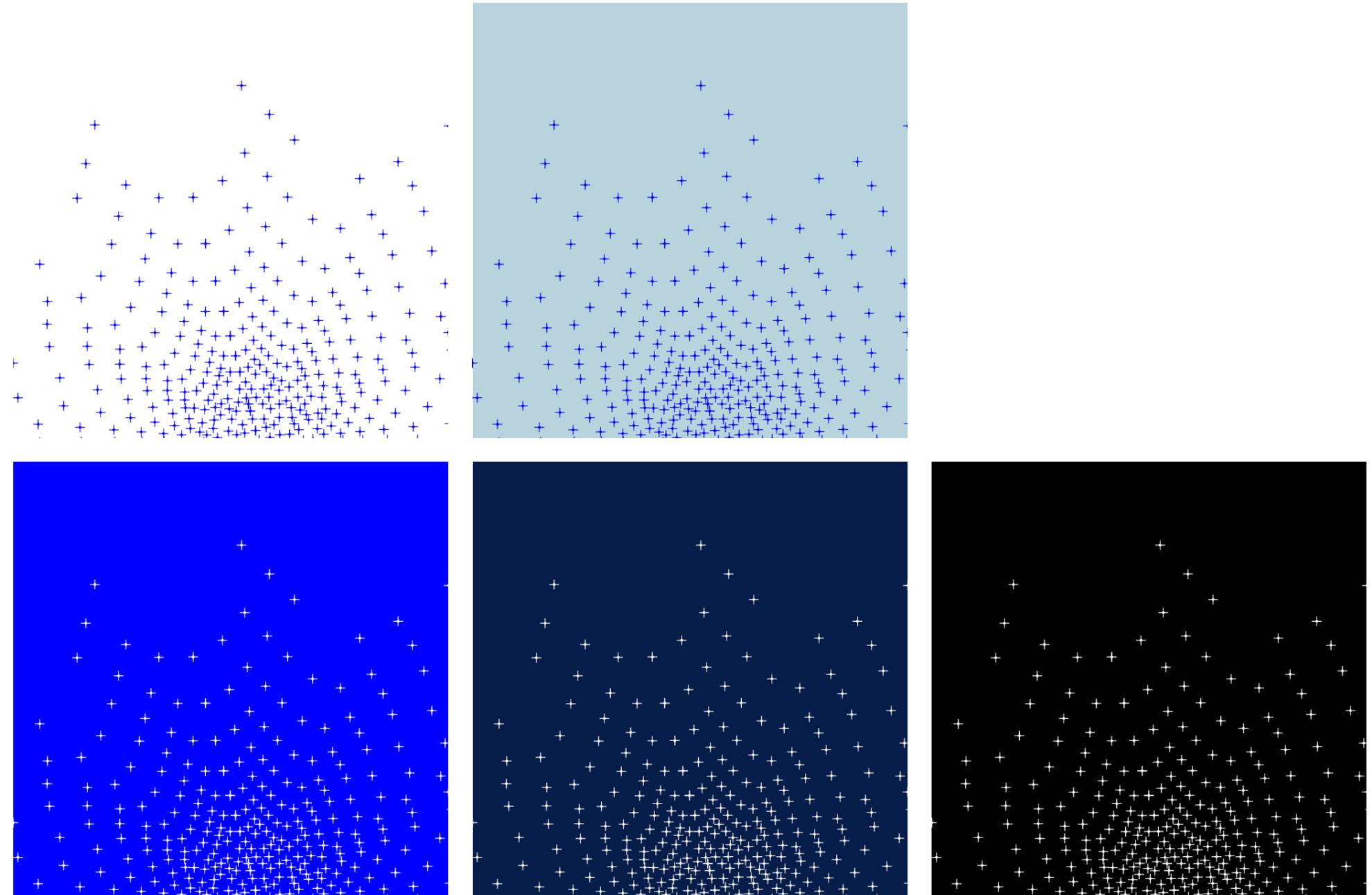
## 2.8.3

## Linguaggio visivo

### Varianti cromatiche

Le composizioni variano colorazione in base al fondo su cui vengono posizionate: assumono la colorazione Blu CIM su fondo bianco o Colore ausiliario chiaro CIM, mentre virano al bianco su fondo Blu CIM, sul Colore ausiliario scuro CIM e su nero.

Per fondi neri pieni in stampa è consigliabile l'utilizzo del nero ricco, definito secondo i valori indicati nella nota sottostante.

**Blu CIM**

-  PANTONE® Blue 072 C
-  C100 M85 Y0 K0
-  R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario chiaro CIM**

-  PANTONE® 552 C
-  C30 M10 Y15 K0
-  R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Colore ausiliario scuro CIM**

-  PANTONE® 2768 C
-  C100 M85 Y30 K55
-  R7 G29 B73 [#071d49]

**Nero ricco (fondo)**

-  PANTONE® Black 6 C
-  C20 M20 Y20 K100
-  R0 G0 B0 [#000000]

2.9

# Tipografia



## 2.9.1

**Tipografia****Carattere istituzionale  
primario**

Il carattere primario dell'identità CIM è il sans-serif Brockmann.

Selezionato come base per la creazione del logotipo e del payoff, viene utilizzato sulle diverse forme di comunicazione visiva nelle titolazioni e, quando possibile, nelle parti di testo a correre.

La famiglia Brockmann è costituita da quattro pesi Regular, Medium, SemiBold, Bold), disponibili in forma tonda e corsiva, tutti attrezzati di più di 400 glifi e di numerose funzioni OpenType.

I pesi Regular e Bold nelle loro versioni tonde e corsive sono da considerarsi "necessari" al sistema visivo CIM: vanno preferite su ogni supporto di comunicazione rispetto alle altre versioni considerabili "accessorie".

**il + che fa  
la differenza**

**Brockmann**  
Geometrico, *tecnologico*  
Istituzionale, *dinamico*

↳ Designed by: [Atipo Foundry](#)

2.9.1

## Tipografia

Carattere istituzionale  
primario

### Brockmann Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
01234567890123456789.,;:~!/?/&€

### Brockmann Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
01234567890123456789.,;:~!/?/&€

### Brockmann SemiBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
01234567890123456789.,;:~!/?/&€

### Brockmann Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
01234567890123456789.,;:~!/?/&€

### Brockmann Regular Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
01234567890123456789.,;:~!/?/&€*

### Brockmann Medium Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
01234567890123456789.,;:~!/?/&€*

### Brockmann SemiBold Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
01234567890123456789.,;:~!/?/&€*

### Brockmann Bold Italic

*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
01234567890123456789.,;:~!/?/&€*

## 2.9.2

## Tipografia

### Carattere alternativo secondario

Il carattere alternativo è Arial, facilmente reperibile sia su sistemi Macintosh sia Windows nelle versioni Regular, Italic, Bold, Bold Italic e Black.

Il font Arial trova utilizzo nella compilazione della modulistica secondo le regole descritte nel presente documento e in tutti i testi a correre in cui non sia possibile l'adozione del Brockmann.

# Arial

→ **Robin Nicholas & Patricia Saunders, 1982**

#### **Arial Regular**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
01234567890123456789.,;:-!/?/&€

#### **Arial Bold**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**01234567890123456789.,;:-!/?/&€**

#### **Arial Black**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**  
**abcdefghijklmnopqrstuvwxyz**  
**01234567890123456789.,;:-!/?/&€**

#### **Arial Italic**

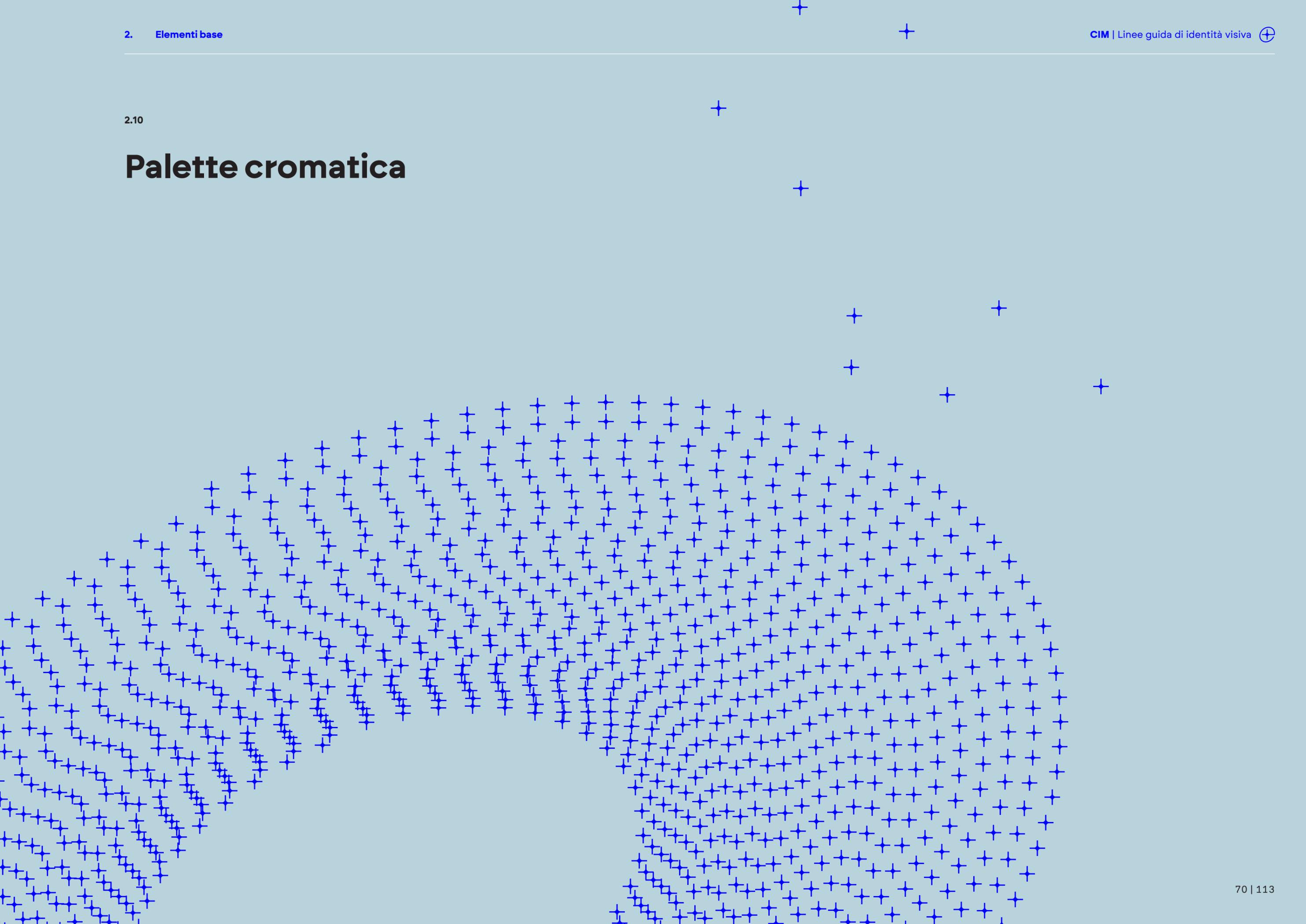
*ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ*  
*abcdefghijklmnopqrstuvwxyz*  
*01234567890123456789.,;:-!/?/&€*

#### **Arial Bold Italic**

***ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ***  
***abcdefghijklmnopqrstuvwxyz***  
***01234567890123456789.,;:-!/?/&€***

2.10

# Palette cromatica



2.10.1

## Palette cromatica

### Colore primario

Il colore primario è il Blu CIM, definito a partire dalla tinta RGB del blu elettrico: un colore vibrante che comunica innovazione ed energia, oltre a garantire continuità con la precedente identità visiva.

In fase di stampa, è sempre preferibile utilizzare le tinte piatte PANTONE® indicate qui a fianco, rispetto alla quadricromia (CMYK), per garantire il massimo grado di luminosità della tinta.

In nessun caso è consentito inserire testi o elementi grafici neri su un fondo Blu CIM e viceversa: lo scarso contrasto non garantirebbe una sufficiente leggibilità.

## Blu CIM

### Uso stampa



PANTONE® Blue 072 C

### Uso video



R0 G0 B255 [#0000ff]



C100 M85 Y0 K0

## 2.10.2

## Palette cromatica

### Colori secondari e palette completa

La palette si estende a due colori ausiliari in nuance con il colore primario Blu CIM (qui riportato per il confronto).

Questi colori sono utili a creare una maggiore variabilità cromatica nei materiali di comunicazione: per esempio, sono utilizzabili come fondo per differenziare diverse sezioni di un impaginato o del sito web.

Sui materiali stampati occorre utilizzare un nero K100 in sovrastampa per il logotipo e per i testi a correre, mentre si raccomanda l'uso del nero ricco per i fondi.

**Colore ausiliario chiaro CIM**  
PANTONE® 552 C  
C30 M10 Y15 K0  
R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Blu CIM**  
PANTONE® Blue 072 C  
C100 M85 Y0 K0  
R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario scuro CIM**  
PANTONE® 2768 C  
C100 M85 Y30 K55  
R7 G29 B73 [#071d49]

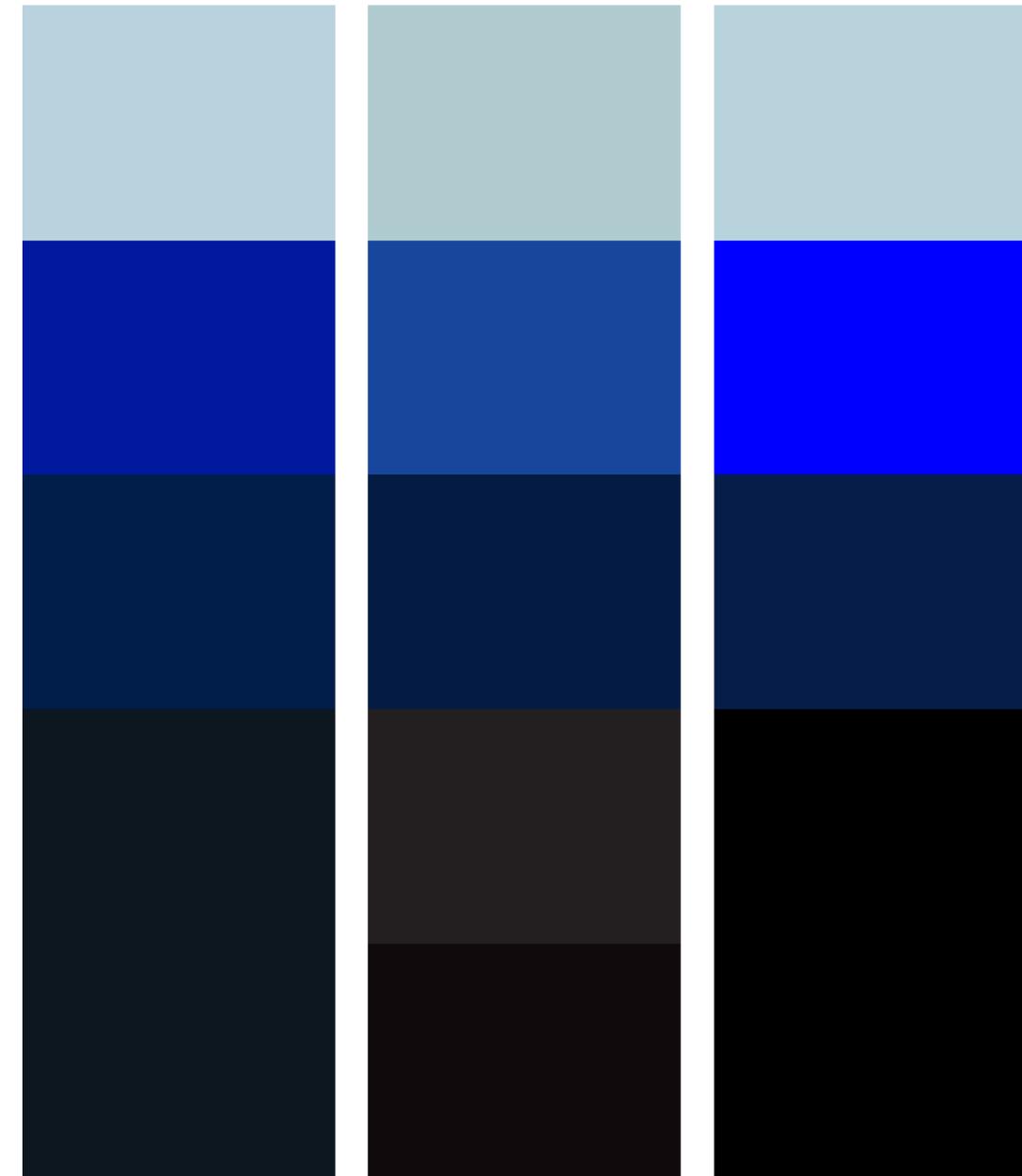
**Nero (logotipo e testi)**  
PANTONE® Black 6 C  
C0 M0 Y0 K100  
R0 G0 B0 [#000000]

**Nero ricco (fondi)**  
PANTONE® Black 6 C  
C20 M20 Y20 K100  
R0 G0 B0 [#000000]

Uso stampa PANTONE®

Uso stampa CMYK

Uso video RGB [Hex]



2.10.3

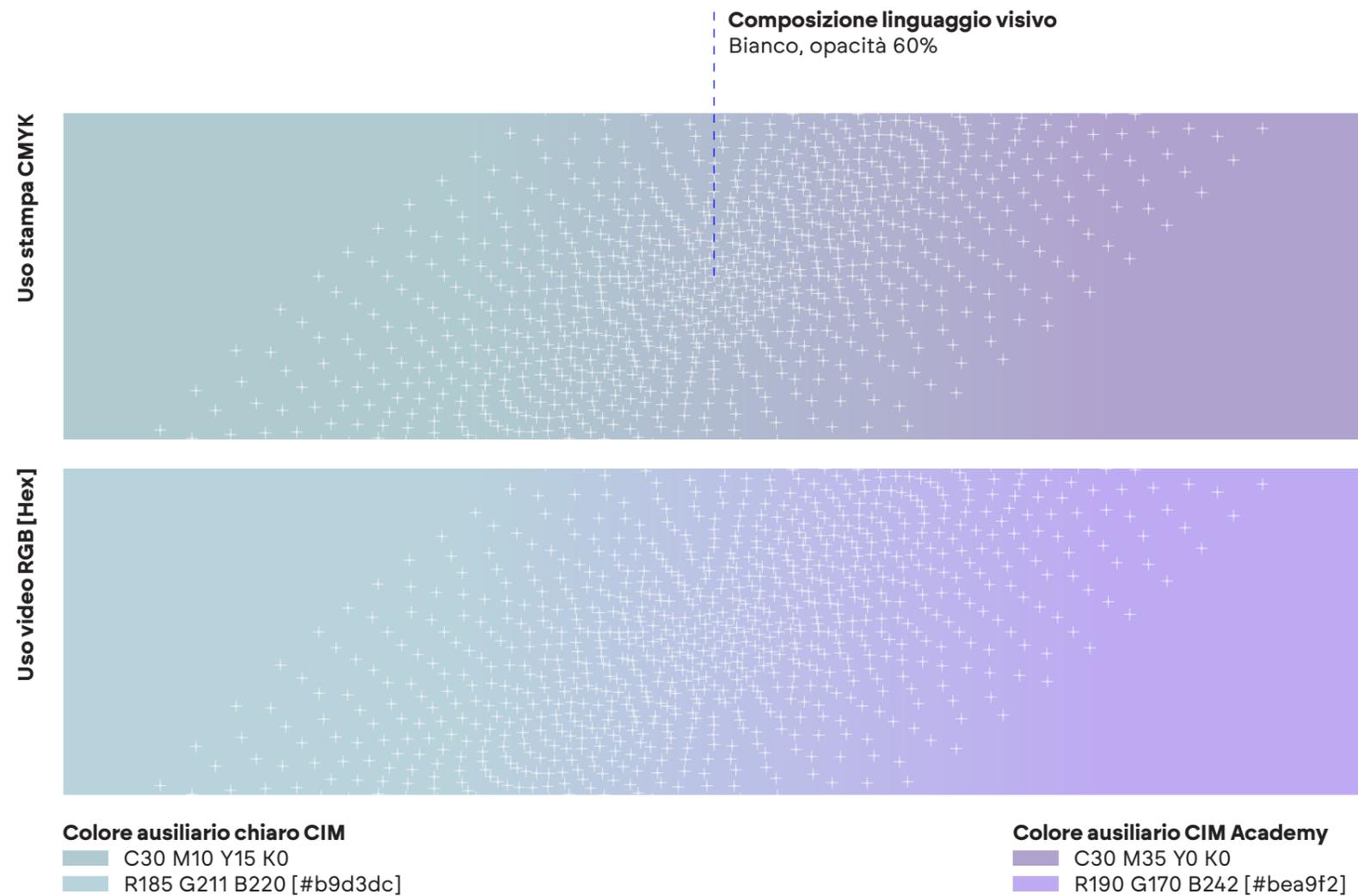
## Palette cromatica

### Gradiente CIM Academy

Nella comunicazione di CIM Academy, al posto del semplice fondo Colore ausiliario chiaro CIM, si introduce un gradiente che passa dal Colore ausiliario chiaro CIM al Colore ausiliario CIM Academy.

Il gradiente non prevede l'uso di tinte pantone.

Le composizioni del linguaggio visivo si utilizzano nella versione bianca, a cui va impostata un'opacità del 60%.



2.11

# Regole sui contenuti della comunicazione



## Regole sui contenuti della comunicazione

### 2.11.1

#### Maiuscole e minuscole

Nella composizione dei testi (titolazioni o testi a correre) va generalmente utilizzata la forma minuscola, con inizio di frase o nome proprio con iniziale maiuscola. La formattazione tutta maiuscola è da utilizzare esclusivamente per il payoff, le aree e i settori nella loro forma graficizzata (capitoli 2.3, 2.4, 2.5, 2.6) e per eventuali piccoli tag o pulsanti.

L'acronimo "CIM", quando riportato nei testi a correre o in titolazioni, va sempre scritto in maiuscolo.

Il payoff, quando riportato nei testi a correre, va scritto in minuscolo con iniziali Maiuscole, ad eccezione delle parole "per" e "e" ("Competenze per Industria e Manifattura").

L'acronimo e il payoff, quando riportati insieme nei testi a correre, vanno scritti con la seguente dicitura: "CIM – Competenze per Industria e Manifattura". Il trattino separatore è un en dash, ovvero una lineeta media.

Le aree e i settori, quando riportati nei testi a correre, vanno scritti in minuscolo con iniziali Maiuscole (per esempio: "Additive ManufacturingPilot Line").

### 2.11.2

#### Testi in evidenza

Per evidenziare parti di testo non va mai utilizzato il testo tutto maiuscolo. Adottare invece un cambio colore (Blu CIM) nelle titolazioni e un Bold nei testi a correre.

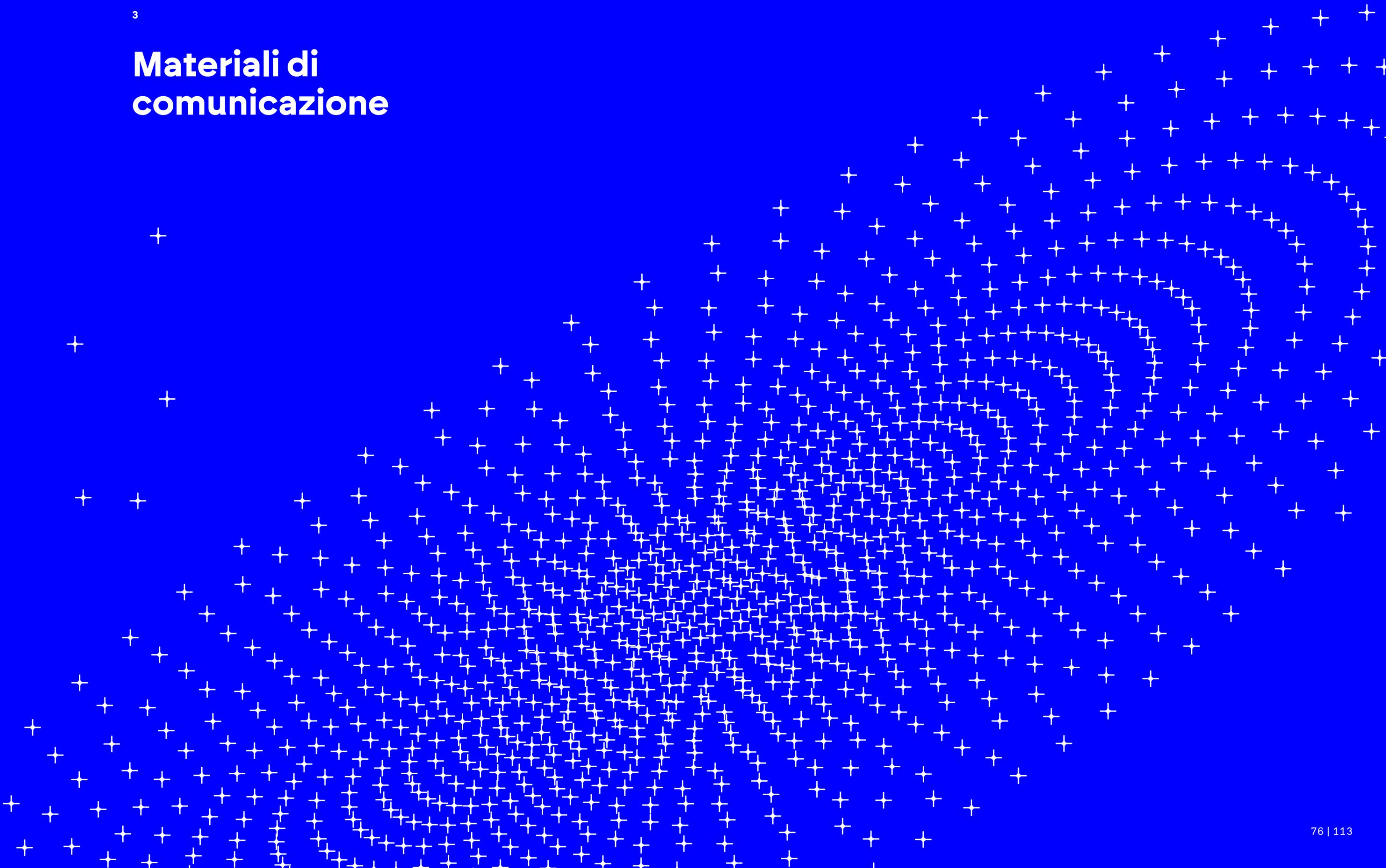
### 2.11.3

#### Traduzione in inglese

In casi in cui sia necessaria la traduzione in inglese del payoff nei testi a correre, va adottata la formula "Competence Industry Manufacturing", con iniziali maiuscole.

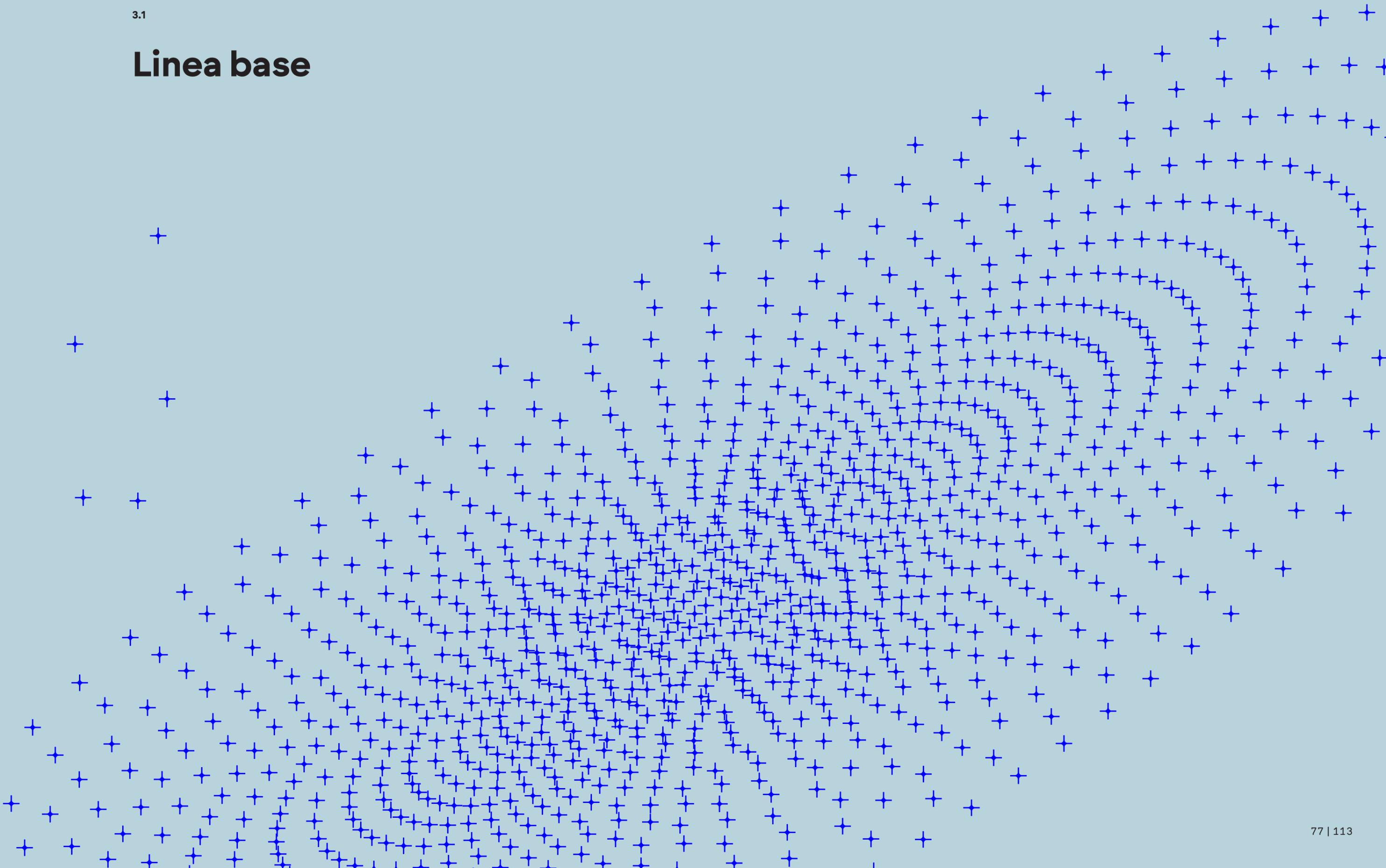
3

# Materiali di comunicazione



3.1

# Linea base



## 3.1.1

## Linea base

### Biglietti da visita

**Formato:**

55 × 85 mm

**Carta suggerita:**Fedrigoni Splendorgel E.W. 300 g/m<sup>2</sup>**Lavorazione suggerita:**

angoli arrotondati con raggio 1 mm

Tutti i testi sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann.

Il singolo modulo base del linguaggio visivo (“+”) ha dimensione 2 mm, ridimensionare le composizioni affinché il modulo base abbia questa dimensione. Le composizioni possono essere specchiate e ruotate, ma solo di 90°, 180°, 270°. La struttura della bianca è uguale per ogni nominativo, mentre la volta può essere modificata a seconda delle preferenze, a partire dalle pose proposte nel kit e seguendo le regole qui sopra menzionate.

**Blu CIM**

 PANTONE® Blue 072 C  
 C100 M85 Y0 K0

**Colore ausiliario chiaro CIM**

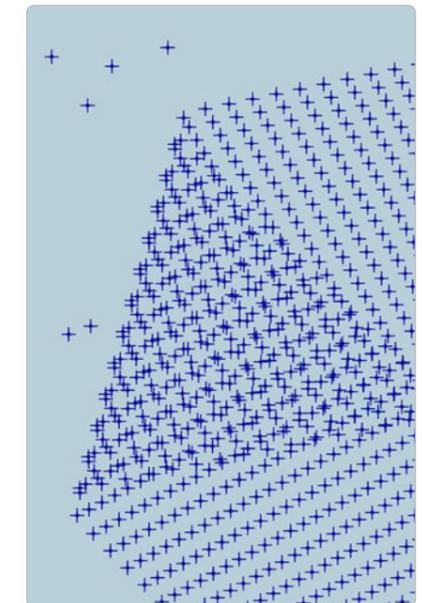
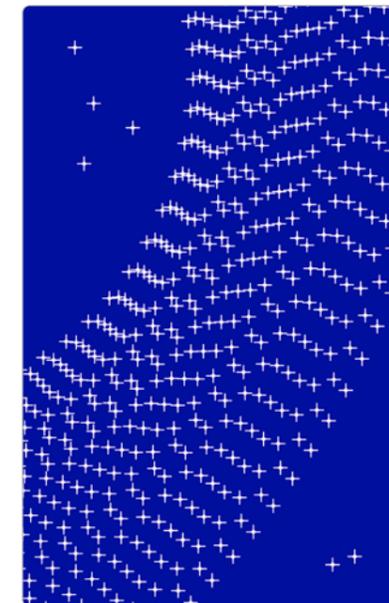
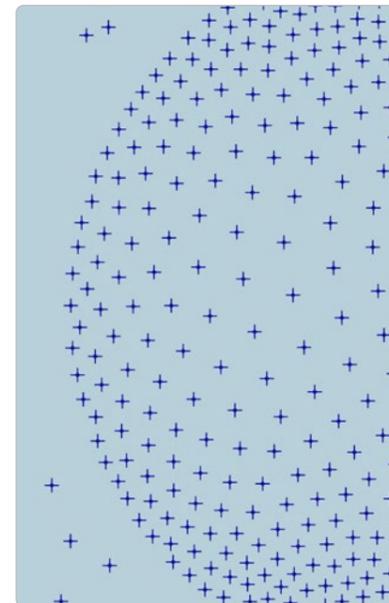
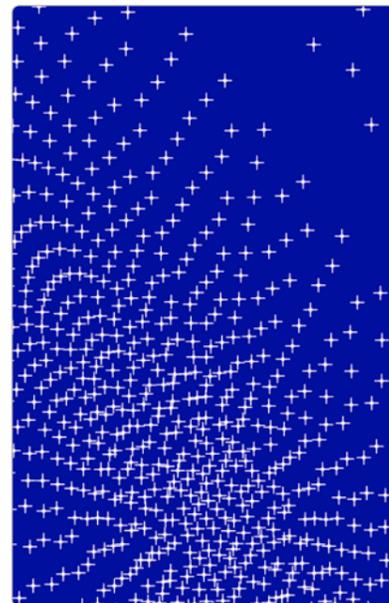
 PANTONE® 552 C  
 C30 M10 Y15 K0

**Nero (logotipo e testi)**

 PANTONE® Black 6 C  
 C0 M0 Y0 K100



Bianca



Volta

## 3.1.2

## Linea base

### Carta intestata

**Formato:**

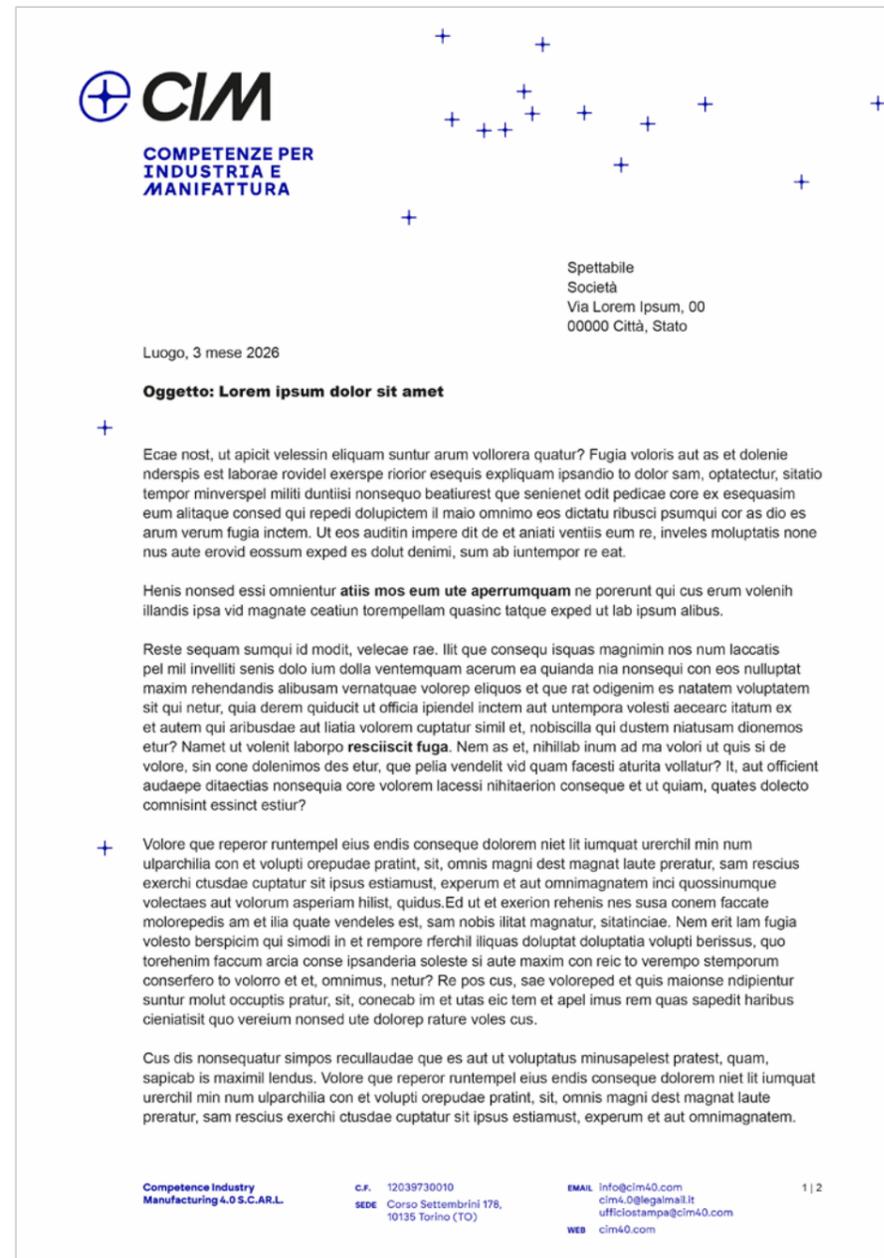
UNI A4 – 210 × 297 mm

**Carta suggerita:**Fedrigoni Splendorgel E.W. 100 g/m<sup>2</sup>

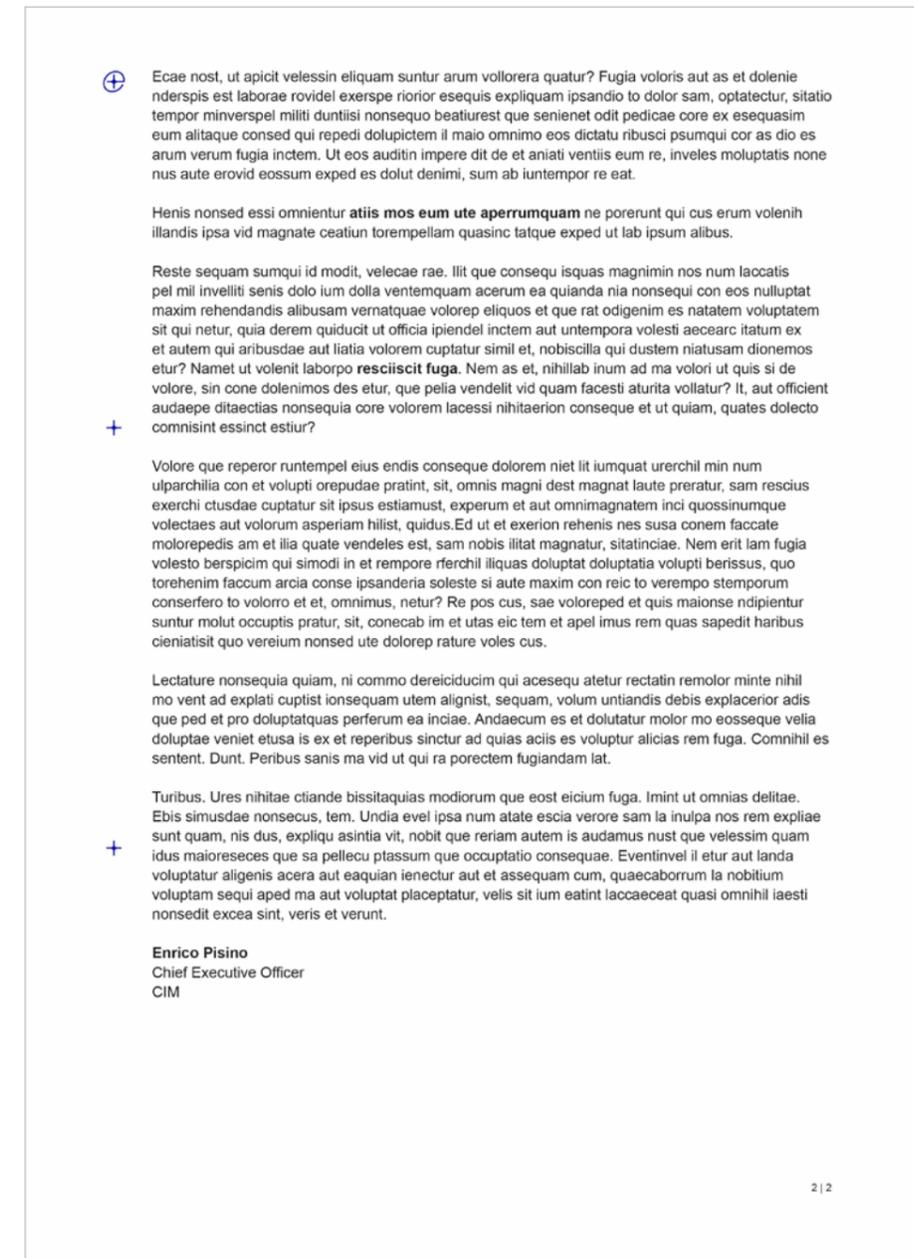
I testi nel piede sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann, i testi a correre col carattere alternativo Arial.

Compilare i testi utilizzando gli stili di carattere e paragrafo preimpostati sul template Microsoft Word.

Non modificare mai posizione e dimensione delle composizioni del linguaggio visivo.

**Blu CIM** PANTONE® Blue 072 C C100 M85 Y0 K0**Nero (logotipo e testi)** PANTONE® Black 6 C C0 M0 Y0 K100

Primo foglio



Seguipagina

## 3.1.3

## Linea base

### Busta commerciale

**Formato:**

220 × 110 mm

**Carta suggerita:**Fedrigoni Splendorgel E.W. 115 g/m<sup>2</sup>

I testi nel piede sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann, i dati del mittente col carattere alternativo Arial.

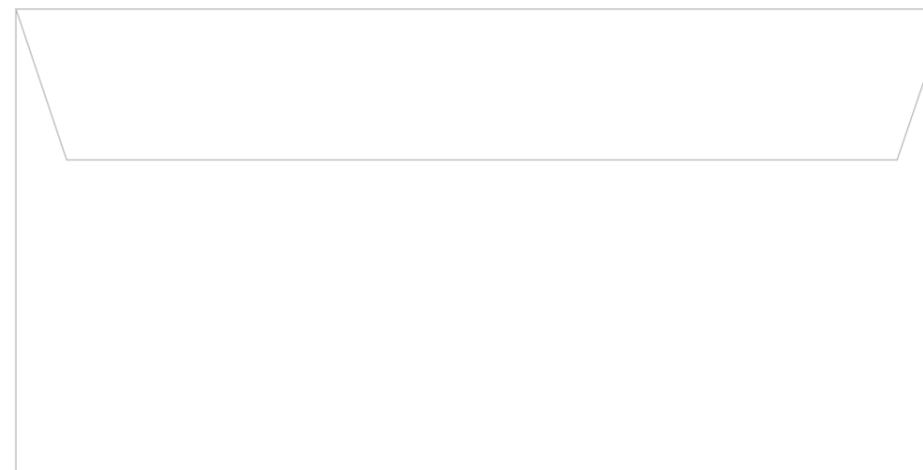
Non modificare mai posizione e dimensione delle composizioni del linguaggio visivo.

**Blu CIM**
 PANTONE® Blue 072 C

 C100 M85 Y0 K0
**Nero (logotipo e testi)**
 PANTONE® Black 6 C

 C0 M0 Y0 K100


Bianca



Volta

## 3.1.4

## Linea base Cartellina

**Formato chiuso:**

220 × 305 mm

**Carta suggerita:**
Fedrigoni Splendorgel E.W. 300 g/m<sup>2</sup>

Tutti i testi sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann.

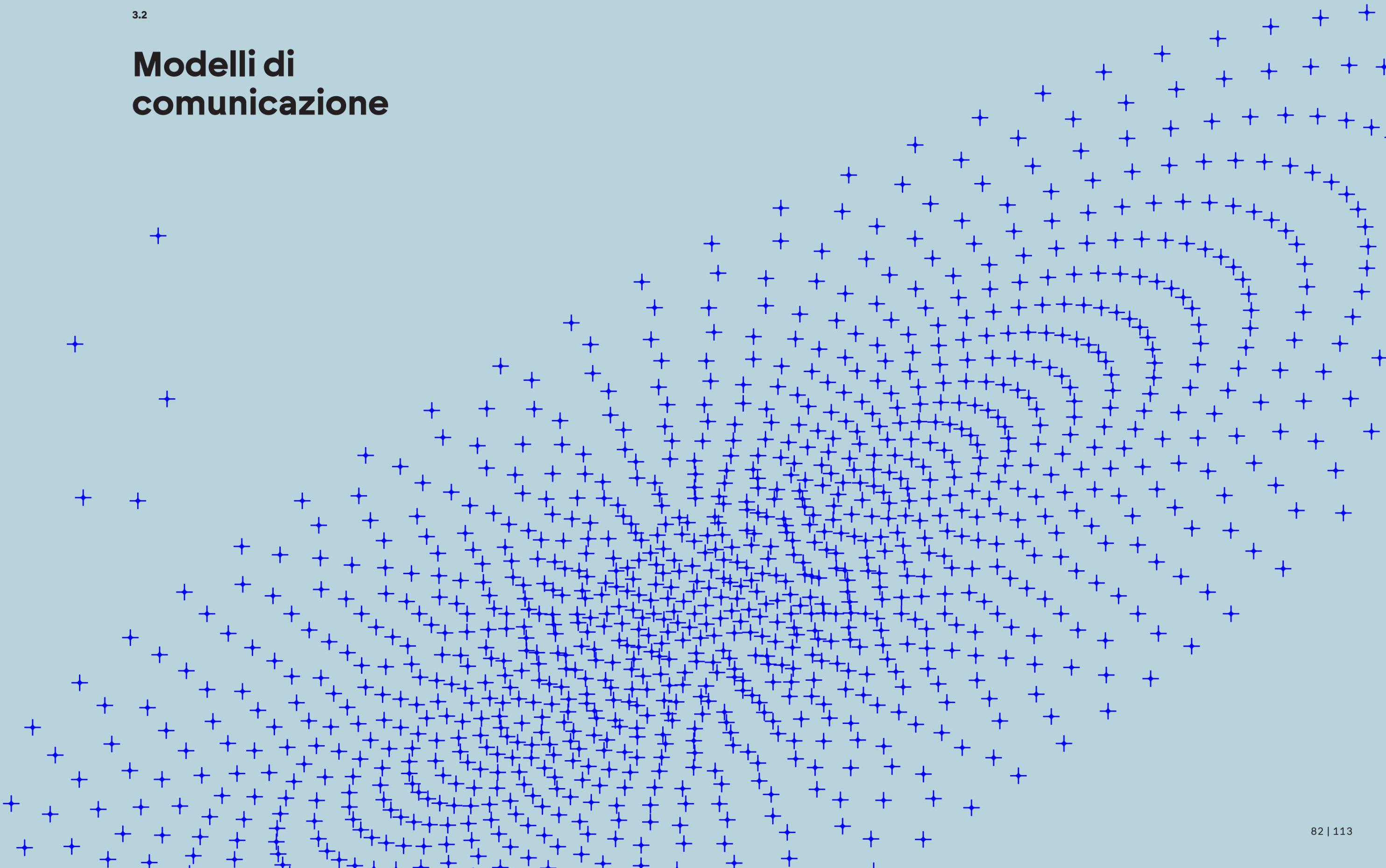
Il singolo modulo base del linguaggio visivo (“+”) ha dimensione 3,5 mm, ridimensionare le composizioni affinché il modulo base abbia questa dimensione. Le composizioni possono essere specchiate e ruotate, ma solo di 90°, 180°, 270°. Le composizioni del linguaggio visivo possono essere modificate a seconda delle preferenze, a partire dalle pose proposte nel template e seguendo le regole qui sopra menzionate.

**Blu CIM**
 PANTONE® Blue 072 C

 C100 M85 Y0 K0


3.2

# Modelli di comunicazione



## 3.2.1

## Modelli di comunicazione

### Comunicato stampa

**Formato:**

UNI A4 – 210 × 297 mm

**Carta suggerita:**Fedrigoni Splendorgel E.W. 100 g/m<sup>2</sup>

I testi nel piede sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann, i testi a correre col carattere alternativo Arial.

Compilare i testi utilizzando gli stili di carattere e paragrafo preimpostati sul template Microsoft Word.

Non modificare mai posizione e dimensione delle composizioni del linguaggio visivo.

**Blu CIM** PANTONE® Blue 072 C C100 M85 Y0 K0**Nero (logotipo e testi)** PANTONE® Black 6 C C0 M0 Y0 K100

Primo foglio



Seguipagina

## 3.2.2

## Modelli di comunicazione

### Firma email

In questa tavola sono riprodotti due modelli della firma email, con e senza payoff.

Tutti i testi (compresi quelli del corpo mail) vanno redatti con il carattere alternativo Arial, facilmente reperibile sia su sistemi Macintosh sia Windows.

Per stili e dimensioni di testi e immagini fare riferimento al documento Microsoft Word presente nel kit.



**Enrico Pisino**

**Chief Executive Officer**  
+39 366 9087125

**Competence Industry Manufacturing 4.0 S.C.AR.L.**  
[Corso Luigi Settembrini, 178, 10135 Torino TO](#)  
[cim40.com](#) | [LinkedIn](#)

Soluzione con payoff



**Enrico Pisino**

**Chief Executive Officer**  
+39 366 9087125

**Competence Industry Manufacturing 4.0 S.C.AR.L.**  
[Corso Luigi Settembrini, 178, 10135 Torino TO](#)  
[cim40.com](#) | [LinkedIn](#)

Soluzione senza payoff

## 3.2.3

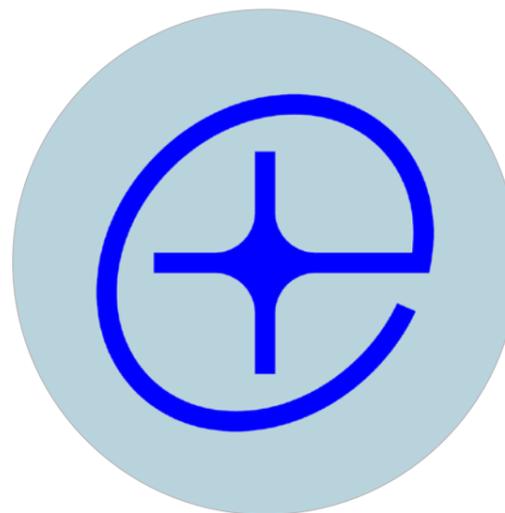
## Modelli di comunicazione

### Immagini profilo social

**Risoluzione:**

1.080 × 1.080 px

In questa tavola sono riprodotti quattro esempi di immagini profilo per i social, da selezionare in base alle necessità.



1.1



1.2



2.1



2.2

**Blu CIM** R0 G0 B255 [#0000ff]**Colore ausiliario chiaro CIM** R185 G211 B220 [#b9d3dc]**Nero** R0 G0 B0 [#000000]

## 3.2.3

## Modelli di comunicazione

### Immagine profilo social

**Risoluzione:**

2.256 × 382 px

In questa tavola sono riprodotti tre esempi di immagini di copertina per LinkedIn, da selezionare e modificare in base alle necessità. Se per l'immagine profilo è stata selezionata la versione con marchio e logotipo (2.1, 2.2), è consigliabile adottare immagini di copertina simili alle versioni 2 e 3.

Il singolo modulo base del linguaggio visivo (“+”) ha dimensione 18 px, ridimensionare le composizioni affinché il modulo base abbia questa dimensione. Le composizioni possono essere specchiate e ruotate, ma solo di 90°, 180°, 270°. Le composizioni del linguaggio visivo possono essere modificate a seconda delle preferenze, a partire dalla posa proposta nel template e seguendo le regole qui sopra menzionate.

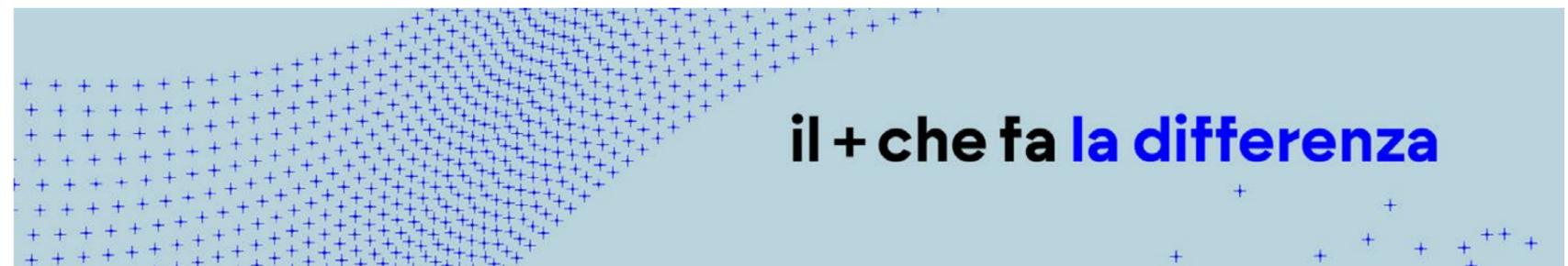
Tutti i testi sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann.

**Blu CIM**
 R0 G0 B255 [#0000ff]
**Colore ausiliario chiaro CIM**
 R185 G211 B220 [#b9d3dc]
**Nero**
 R0 G0 B0 [#000000]


1.



2.



3.

## 3.2.3

## Modelli di comunicazione

### Immagini profilo social

**Risoluzione:**

1.640 × 922 px

In questa tavola è riprodotto un esempio di immagine di copertina per Facebook, da modificare in base alle necessità. L'area tra le linee tratteggiate indica la dimensione visibile nella versione desktop.

Il singolo modulo base del linguaggio visivo (“+”) ha dimensione 18 px, ridimensionare le composizioni affinché il modulo base abbia questa dimensione. Le composizioni possono essere specchiate e ruotate, ma solo di 90°, 180°, 270°. Le composizioni del linguaggio visivo possono essere modificate a seconda delle preferenze, a partire dalla posa proposta nel template e seguendo le regole qui sopra menzionate.

Tutti i testi sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann.

**Blu CIM**
 R0 G0 B255 [#0000ff]
**Colore ausiliario chiaro CIM**
 R185 G211 B220 [#b9d3dc]
**Nero**
 R0 G0 B0 [#000000]


## 3.2.4

## Modelli di comunicazione

### Post social

#### Risoluzione:

1.080 × 1.350 px

In queste tavole sono riprodotti i modelli dei post social, da compilare modificare in base alle necessità.

Il singolo modulo base del linguaggio visivo ("+") ha dimensione 24 px, ridimensionare le composizioni affinché il modulo base abbia questa dimensione. Le composizioni possono essere specchiate e ruotate, ma solo di 90°, 180°, 270°. Le composizioni del linguaggio visivo possono essere modificate a seconda delle preferenze, a partire dalle pose proposte nei template e seguendo le regole qui sopra menzionate.

Tutti i testi sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann.

Quando necessario l'utilizzo di marchi e logotipi di terze parti, è consigliabile l'adozione delle versioni in bianco e nero.

#### Blu CIM

 R0 G0 B255 [#0000ff]

#### Colore ausiliario chiaro CIM

 R185 G211 B220 [#b9d3dc]

#### Colore ausiliario scuro CIM

 R7 G29 B73 [#071d49]

#### Nero

 R0 G0 B0 [#000000]



Post generico con grafica



Post generico con immagine



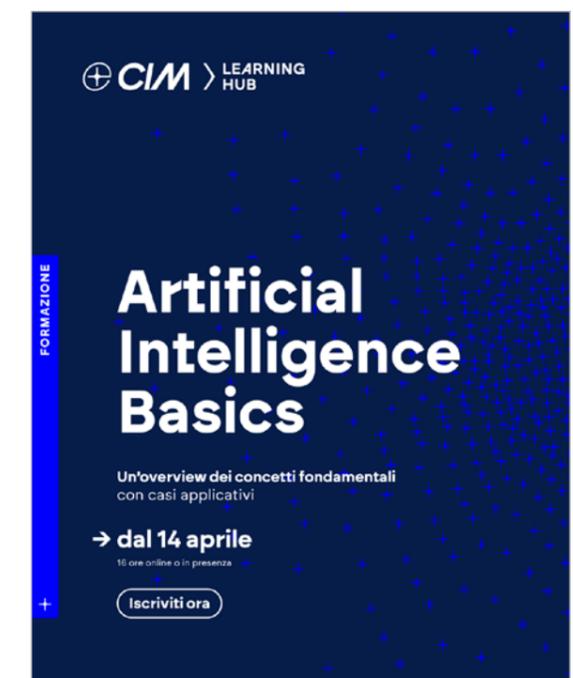
Post generico con immagine di sfondo



Post generico con tag



Post webinar



Post formazione

3.2.4

## Modelli di comunicazione Post social

**Risoluzione:**  
1.080 × 1.350 px / 1.620 × 1.080 px



Post pubblicazioni



Post comparse video



Post evento



Post reportage (solo sulla prima immagine)

**Blu CIM**

 R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario chiaro CIM**

 R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Nero**

 R0 G0 B0 [#000000]

3.2.4

## Modelli di comunicazione Post social

**Risoluzione:**  
1.080 × 1.350 px / 1.620 × 1.080 px

- Blu CIM**  
R0 G0 B255 [#0000ff]
- Colore ausiliario chiaro CIM**  
R185 G211 B220 [#b9d3dc]
- Colore ausiliario scuro CIM**  
R7 G29 B73 [#071d49]
- Nero**  
R0 G0 B0 [#000000]



Post partner 1



Post partner 2



Post partner 3



Post partner 4



Post partner 5



Post partner 6

3.2.4

## Modelli di comunicazione Post social

**Risoluzione:**

1.080 × 1.350 px / 1.080 × 1.920 px



Post progetto



Reel video divulgativi

**Blu CIM**

 R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario chiaro CIM**

 R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Colore ausiliario scuro CIM**

 R7 G29 B73 [#071d49]

**Nero**

 R0 G0 B0 [#000000]

3.2.4

## Modelli di comunicazione Post social

**Risoluzione:**

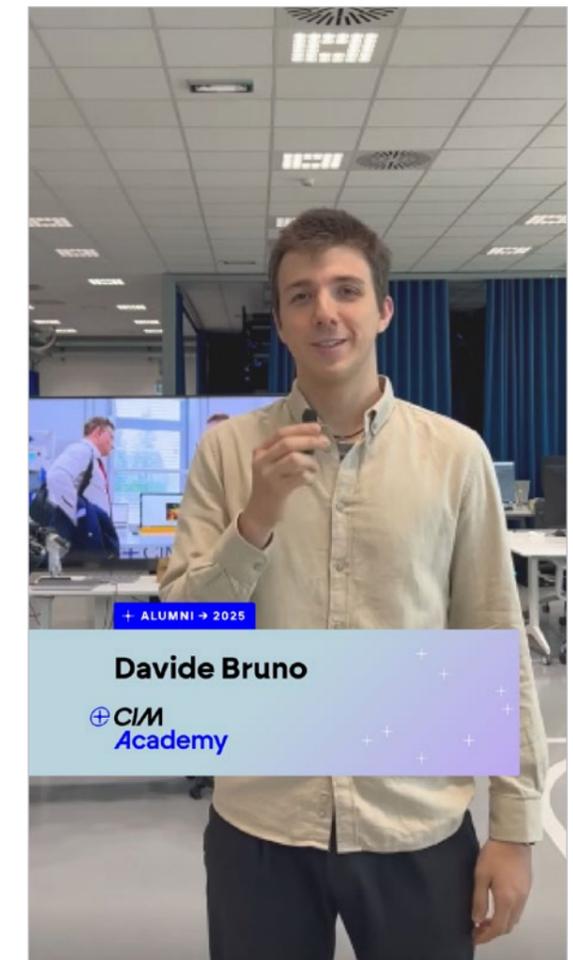
1.080 × 1.350 px / 1.080 × 1.920 px



Post generico CIM Academy



Post citazione CIM Academy



Reel testimonianze CIM Academy

**Blu CIM**

 R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario chiaro CIM**

 R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Colore ausiliario CIM Academy**

 R190 G170 B242 [#bea9f2]

**Nero**

 R0 G0 B0 [#000000]

3.2.4

## Modelli di comunicazione Post social

**Risoluzione:**

1.080 × 1.350 px / 1.080 × 1.920 px

**Blu CIM**

R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario chiaro CIM**

R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Colore ausiliario CIM Academy**

R190 G170 B242 [#bea9f2]



Post trainer CIM Academy



Post programma CIM Academy



Reel trainer CIM Academy



Reel programma CIM Academy

## 3.2.5

**Modelli di comunicazione****Save the date****Risoluzione:**

1.920 × 1.080 px

In queste tavole sono riprodotti i modelli dei save the date, da compilare modificare in base alle necessità.

Il singolo modulo base del linguaggio visivo (“+”) ha dimensione 21 px, ridimensionare le composizioni affinché il modulo base abbia questa dimensione. Le composizioni possono essere specchiate e ruotate, ma solo di 90°, 180°, 270°. Le composizioni del linguaggio visivo possono essere modificate a seconda delle preferenze, a partire dalle pose proposte nei template e seguendo le regole qui sopra menzionate.

Tutti i testi sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann.

Quando necessario l'utilizzo di marchi e logotipi di terze parti, è consigliabile l'adozione delle versioni in bianco e nero.

**Blu CIM**
 R0 G0 B255 [#0000ff]
**Colore ausiliario chiaro CIM**
 R185 G211 B220 [#b9d3dc]
**Nero**
 R0 G0 B0 [#000000]


Save the date sintetico con grafica

3.2.5

## Modelli di comunicazione

Save the date

**Risoluzione:**  
1.920 × 1.080 px



Save the date sintetico con fotografia verticale

### Blu CIM

R0 G0 B255 [#0000ff]

### Colore ausiliario chiaro CIM

R185 G211 B220 [#b9d3dc]

### Colore ausiliario scuro CIM

R7 G29 B73 [#071d49]

### Nero

R0 G0 B0 [#000000]



Save the date sintetico con fotografia orizzontale

3.2.5

**Modelli di comunicazione**

Save the date

**Risoluzione:**  
1.920 × 1.080 px



Save the date sintetico con fotografia di sfondo

**Blu CIM**

R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario chiaro CIM**

R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Colore ausiliario scuro CIM**

R7 G29 B73 [#071d49]

**Nero**

R0 G0 B0 [#000000]



Save the date dettagliato con grafica

## 3.2.5

## Modelli di comunicazione

## Save the date

## Risoluzione:

1.920 × 1.080 px



Save the date dettagliato con fotografia di sfondo

## Blu CIM

 R0 G0 B255 [#0000ff]

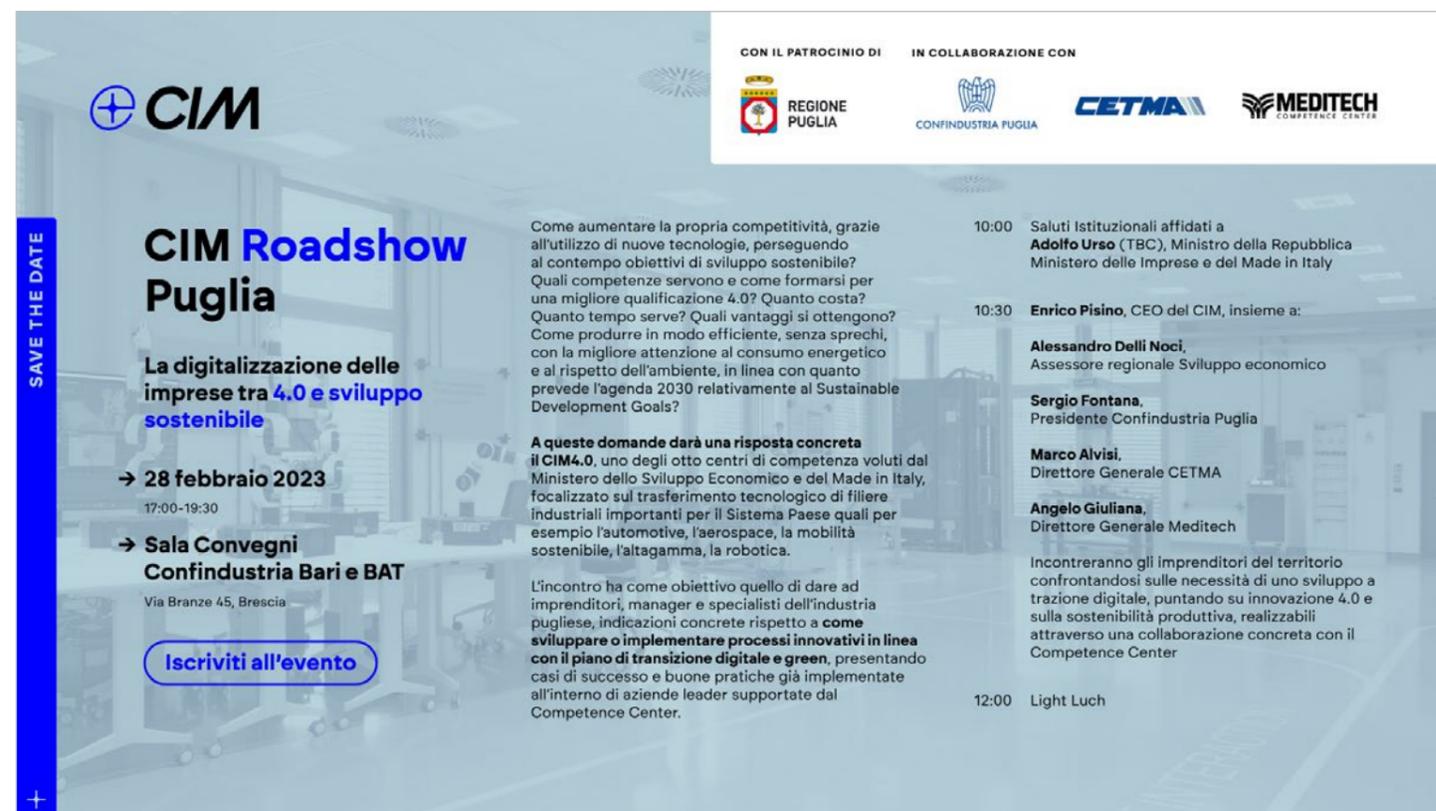
## Colore ausiliario chiaro CIM

 R185 G211 B220 [#b9d3dc]

## Colore ausiliario scuro CIM

 R7 G29 B73 [#071d49]

## Nero

 R0 G0 B0 [#000000]

Save the date dettagliato con loghi a colori

## 3.2.6

## Modelli di comunicazione

### Presentazione PowerPoint

#### Risoluzione:

960 × 540 px

In queste tavole sono riprodotte le pagine del modello di PowerPoint, da compilare e modificare in base alle necessità.

Il singolo modulo base del linguaggio visivo (“+”) ha dimensione 10 px su tutta la presentazione; ridimensionare le composizioni affinché il modulo base abbia questa dimensione. Le composizioni possono essere specchiate e ruotate, ma solo di 90°, 180°, 270°. Le composizioni del linguaggio visivo possono essere modificate a seconda delle preferenze, a partire dalle pose proposte nei template e seguendo le regole qui sopra menzionate.

Tutti i testi sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann.

Le icone possono essere scaricate sul sito di [Carbon Design System](https://www.carbondesignsystem.com/).

#### Blu CIM

 R0 G0 B255 [#0000ff]

#### Colore ausiliario chiaro CIM

 R185 G211 B220 [#b9d3dc]

#### Colore ausiliario scuro CIM

 R7 G29 B73 [#071d49]

#### Nero

 R0 G0 B0 [#000000]


Copertina con grafica



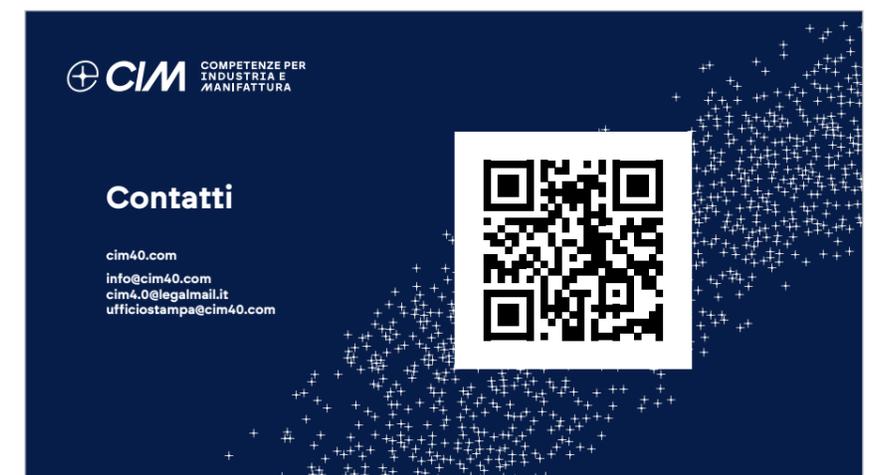
Copertina con immagine



Apertura capitolo



Chiusura con grafica



Chiusura con grafica e QR code

3.2.6

# Modelli di comunicazione Presentazione PowerPoint

Risoluzione:  
960 x 540 px

**Blu CIM**

 R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario chiaro CIM**

 R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Nero**

 R0 G0 B0 [#000000]



Titolo, sottotitolo, testo



Titolo, sottotitolo, testo, elenco puntato



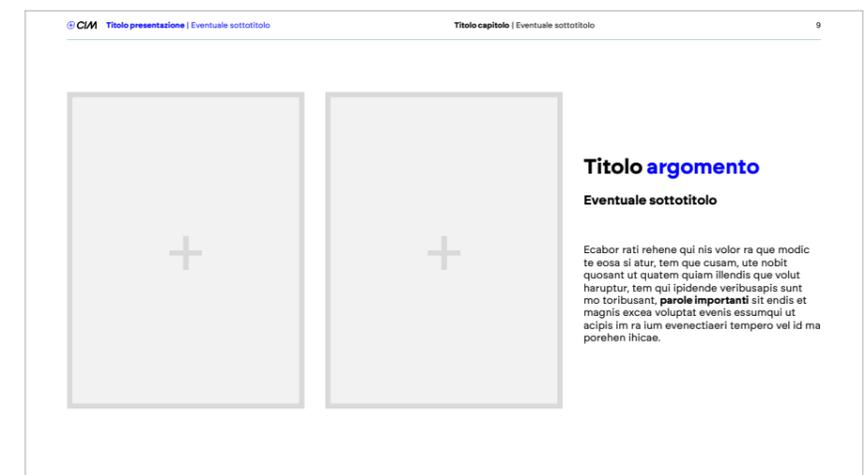
Titolo, sottotitolo, testo, elenco numerato



Titolo, sottotitolo, testo, immagine



Titolo, sottotitolo, testo, immagine grande



Titolo, sottotitolo, testo, 2 immagini

3.2.6

# Modelli di comunicazione Presentazione PowerPoint

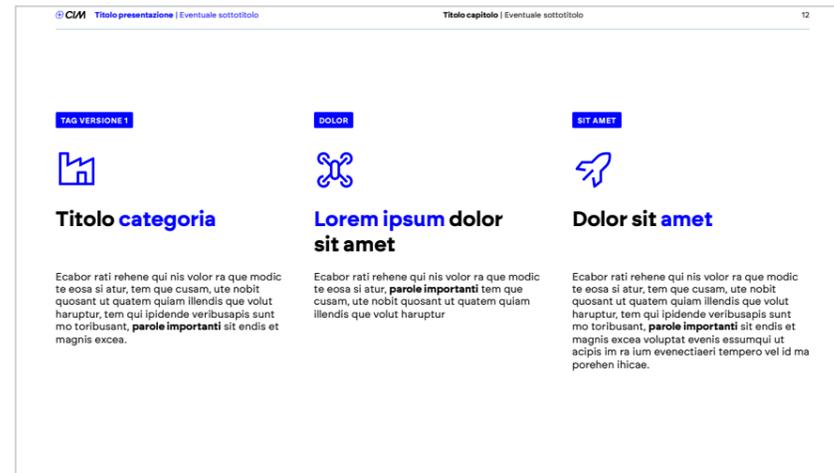
Risoluzione:  
960 × 540 px



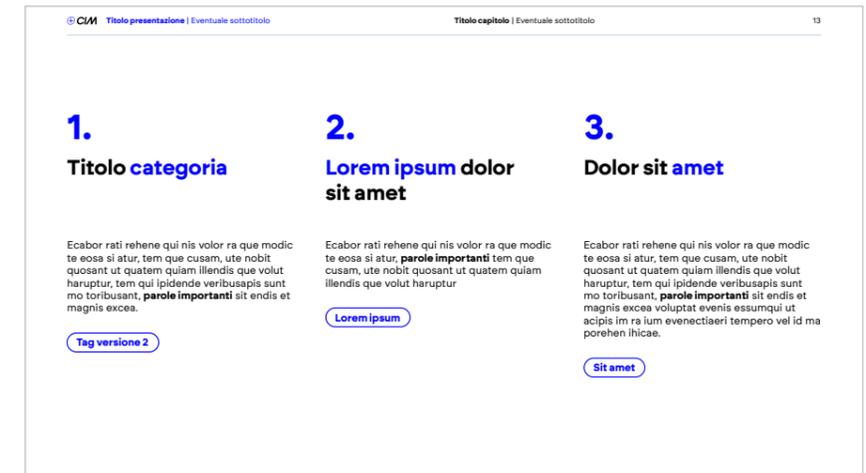
Titolo, sottotitolo, testo, 4 immagini



Titolo, sottotitolo, tabella, immagine



Tag 1, icone, titoli, testi



Numeri display, titoli, testi, tag 2

- Blu CIM**  
R0 G0 B255 [#0000ff]
- Colore ausiliario chiaro CIM**  
R185 G211 B220 [#b9d3dc]
- Nero**  
R0 G0 B0 [#000000]



Titolo, cifre display, testi



Titolo, loghi

3.2.6

# Modelli di comunicazione Presentazione PowerPoint

**Risoluzione:**  
960 × 540 px

**Blu CIM**

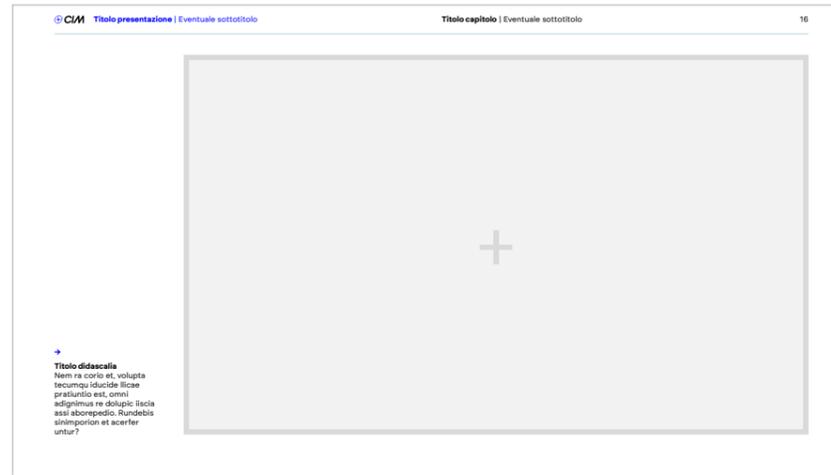
R0 G0 B255 [#0000ff]

**Colore ausiliario chiaro CIM**

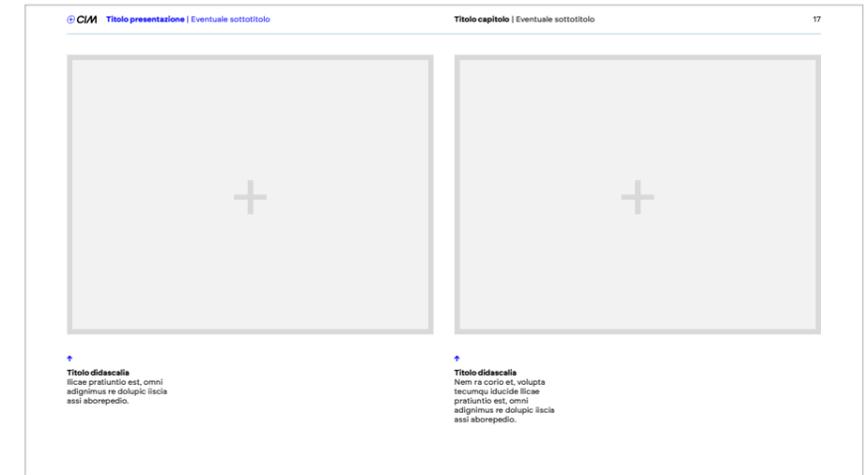
R185 G211 B220 [#b9d3dc]

**Nero**

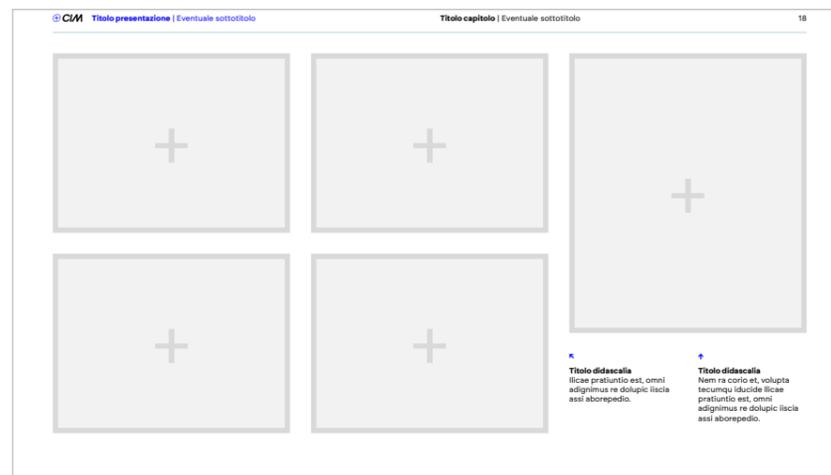
R0 G0 B0 [#000000]



Immagine, didascalia



2 immagini, didascalie



5 immagini, didascalie

3.2.7

## Modelli di comunicazione Schede progetti

**Formato:**

UNI A3 – 297 × 420 mm

In questa tavola è riprodotto il modello delle schede progetto, da compilare e modificare in base alle necessità.

Il singolo modulo base del linguaggio visivo (“+”) ha dimensione 5 mm, ridimensionare le composizioni affinché il modulo base abbia questa dimensione. Le composizioni possono essere specchiate e ruotate, ma solo di 90°, 180°, 270°. Le composizioni del linguaggio visivo possono essere modificate a seconda delle preferenze, a partire dalle pose proposte nei template e seguendo le regole qui sopra menzionate.

Tutti i testi sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann.

Quando necessario l'utilizzo di marchi e logotipi di terze parti, è consigliabile l'adozione delle versioni in bianco e nero.

**Blu CIM**

- PANTONE® Blue 072 C
- C100 M85 Y0 K0

**Colore ausiliario chiaro CIM**

- PANTONE® 552 C
- C30 M10 Y15 K0

**Nero (logotipo e testi)**

- PANTONE® Black 6 C
- C0 M0 Y0 K100



Copertina



Scheda

## 3.2.8

## Modelli di comunicazione Cavalieri

**Formato chiuso:**

297 × 105 mm

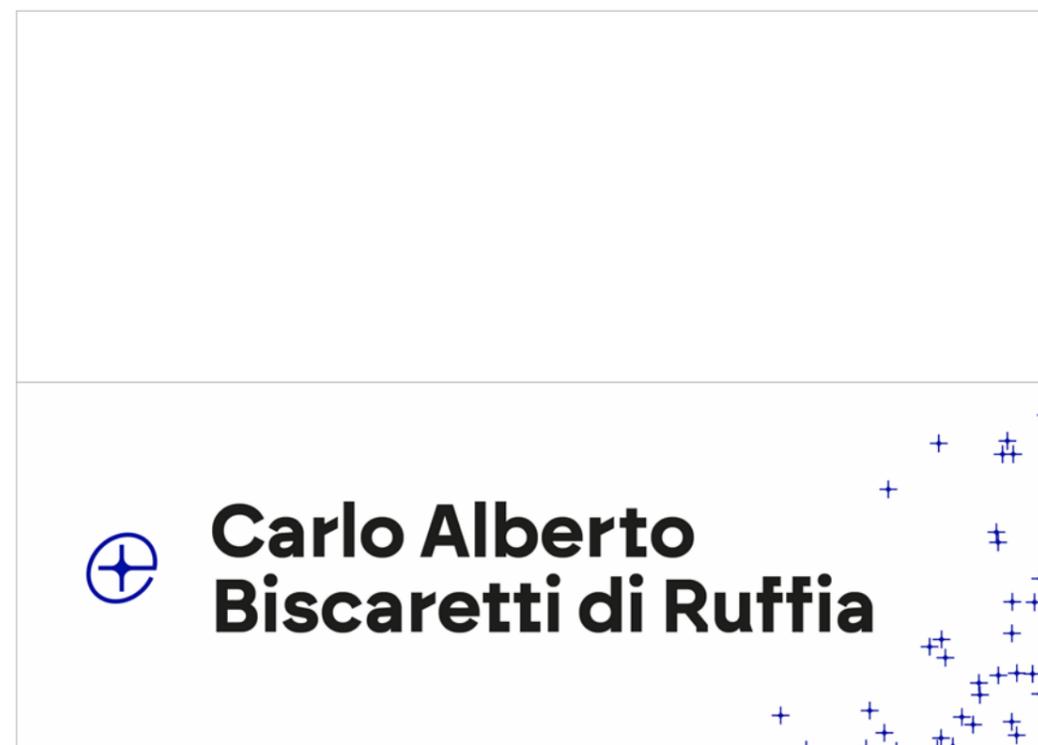
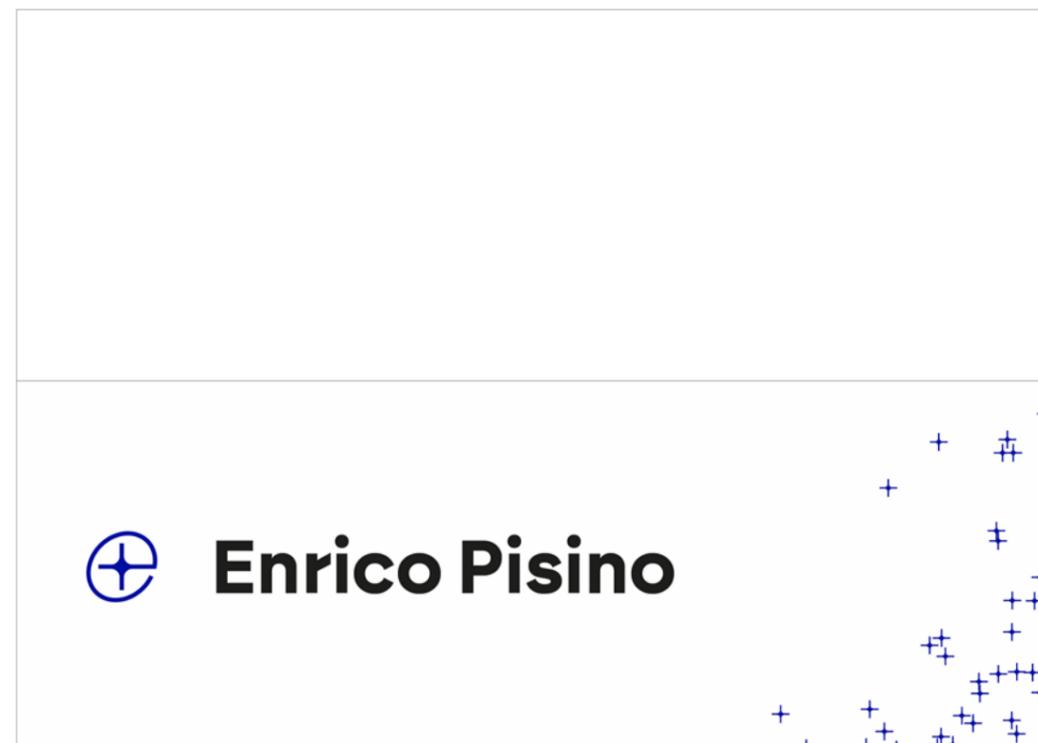
**Formato aperto:**

UNI A4 – 297 × 210 mm

In questa tavola sono riprodotti due esempi di cavalieri, da compilare modificare in base alle necessità.

Non modificare mai posizione e dimensione delle composizioni del linguaggio visivo.

Tutti i testi sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann.

**Blu CIM** PANTONE® Blue 072 C C100 M85 Y0 K0**Nero** PANTONE® Black 6 C C0 M0 Y0 K100

## 3.2.9

## Modelli di comunicazione

### Locandina istituzionale

**Formato:**

UNI A3 – 297 × 420 mm

In questa tavola sono riprodotti i modelli di locandina istituzionale, da compilare e modificare in base alle necessità.

Il singolo modulo base del linguaggio visivo (“+”) ha dimensione 5 mm, ridimensionare le composizioni affinché il modulo base abbia questa dimensione. Le composizioni possono essere specchiate e ruotate, ma solo di 90°, 180°, 270°. Le composizioni del linguaggio visivo possono essere modificate a seconda delle preferenze, a partire dalle pose proposte nei template e seguendo le regole qui sopra menzionate.

Tutti i testi sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann.

**Blu CIM**

 PANTONE® Blue 072 C  
 C100 M85 Y0 K0

**Colore ausiliario chiaro CIM**

 PANTONE® 552 C  
 C30 M10 Y15 K0

**Colore ausiliario scuro CIM**

 PANTONE® 2768 C  
 C100 M85 Y30 K55

**Nero (logotipo e testi)**

 PANTONE® Black 6 C  
 C0 M0 Y0 K100



## 3.2.10

## Modelli di comunicazione

### Locandina evento

**Formato:**

UNI A3 – 297 × 420 mm

In questa tavola sono riprodotti i modelli di locandina evento, da compilare e modificare in base alle necessità.

Il singolo modulo base del linguaggio visivo (“+”) ha dimensione 5 mm, ridimensionare le composizioni affinché il modulo base abbia questa dimensione. Le composizioni possono essere specchiate e ruotate, ma solo di 90°, 180°, 270°. Le composizioni del linguaggio visivo possono essere modificate a seconda delle preferenze, a partire dalle pose proposte nei template e seguendo le regole qui sopra menzionate.

Tutti i testi sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann.

Quando necessario l'utilizzo di marchi e logotipi di terze parti, è consigliabile l'adozione delle versioni in bianco e nero.

**Blu CIM**

 PANTONE® Blue 072 C  
 C100 M85 Y0 K0

**Colore ausiliario chiaro CIM**

 PANTONE® 552 C  
 C30 M10 Y15 K0

**Colore ausiliario scuro CIM**

 PANTONE® 2768 C  
 C100 M85 Y30 K55

**Nero (logotipo e testi)**

 PANTONE® Black 6 C  
 C0 M0 Y0 K100



Soluzione con grafica



Soluzione con fotografia

3.2.11

## Modelli di comunicazione Totem istituzionale

**Formato:**  
850 × 2.000 mm

In questa tavola sono riprodotti i modelli di totem istituzionale, da compilare modificare in base alle necessità.

Il singolo modulo base del linguaggio visivo ("+") ha dimensione 15 mm, ridimensionare le composizioni affinché il modulo base abbia questa dimensione. Le composizioni possono essere specchiate e ruotate, ma solo di 90°, 180°, 270°. Le composizioni del linguaggio visivo possono essere modificate a seconda delle preferenze, a partire dalle pose proposte nei template e seguendo le regole qui sopra menzionate.

Tutti i testi sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann. I testi non dovrebbero essere inseriti al disotto dei 600 mm da terra per consentire una lettura agevole.

### Blu CIM

PANTONE® Blue 072 C  
C100 M85 Y0 K0

### Colore ausiliario chiaro CIM

PANTONE® 552 C  
C30 M10 Y15 K0

### Colore ausiliario scuro CIM

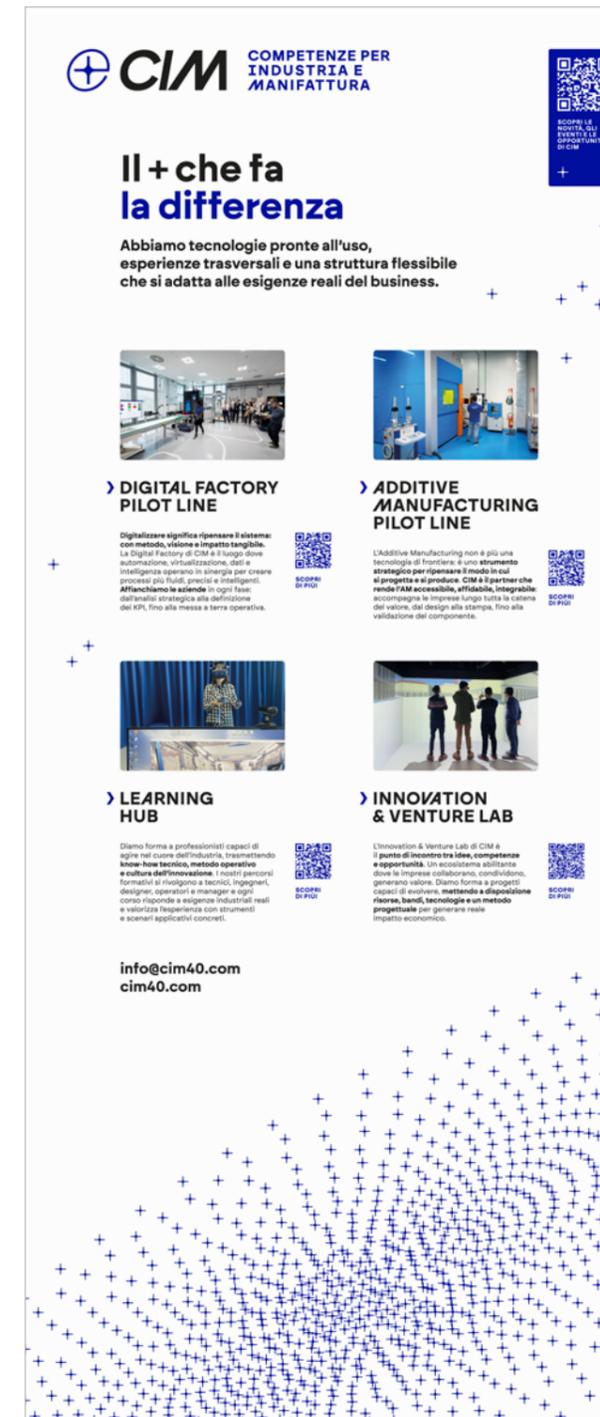
PANTONE® 2768 C  
C100 M85 Y30 K55

### Nero (logotipo e testi)

PANTONE® Black 6 C  
C0 M0 Y0 K100



Soluzione con fondo Colore ausiliario chiaro CIM e fotografie in duotono



Soluzione con fondo bianco e fotografie a colori



3.2.12

## Modelli di comunicazione Totem evento

**Formato:**  
850 × 2.000 mm

In questa tavola sono riprodotti i modelli di totem evento, da compilare modificare in base alle necessità.

Il singolo modulo base del linguaggio visivo (“+”) ha dimensione 15 mm, ridimensionare le composizioni affinché il modulo base abbia questa dimensione. Le composizioni possono essere specchiate e ruotate, ma solo di 90°, 180°, 270°. Le composizioni del linguaggio visivo possono essere modificate a seconda delle preferenze, a partire dalle pose proposte nei template e seguendo le regole qui sopra menzionate.

Tutti i testi sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann. I testi non dovrebbero essere inseriti al disotto dei 600 mm da terra per consentire una lettura agevole.

Quando necessario l'utilizzo di marchi e logotipi di terze parti, è consigliabile l'adozione delle versioni in bianco e nero.

**Blu CIM**

- PANTONE® Blue 072 C
- C100 M85 Y0 K0

**Colore ausiliario chiaro CIM**

- PANTONE® 552 C
- C30 M10 Y15 K0

**Colore ausiliario scuro CIM**

- PANTONE® 2768 C
- C100 M85 Y30 K55

**Nero (logotipo e testi)**

- PANTONE® Black 6 C
- C0 M0 Y0 K100



Soluzione con grafica

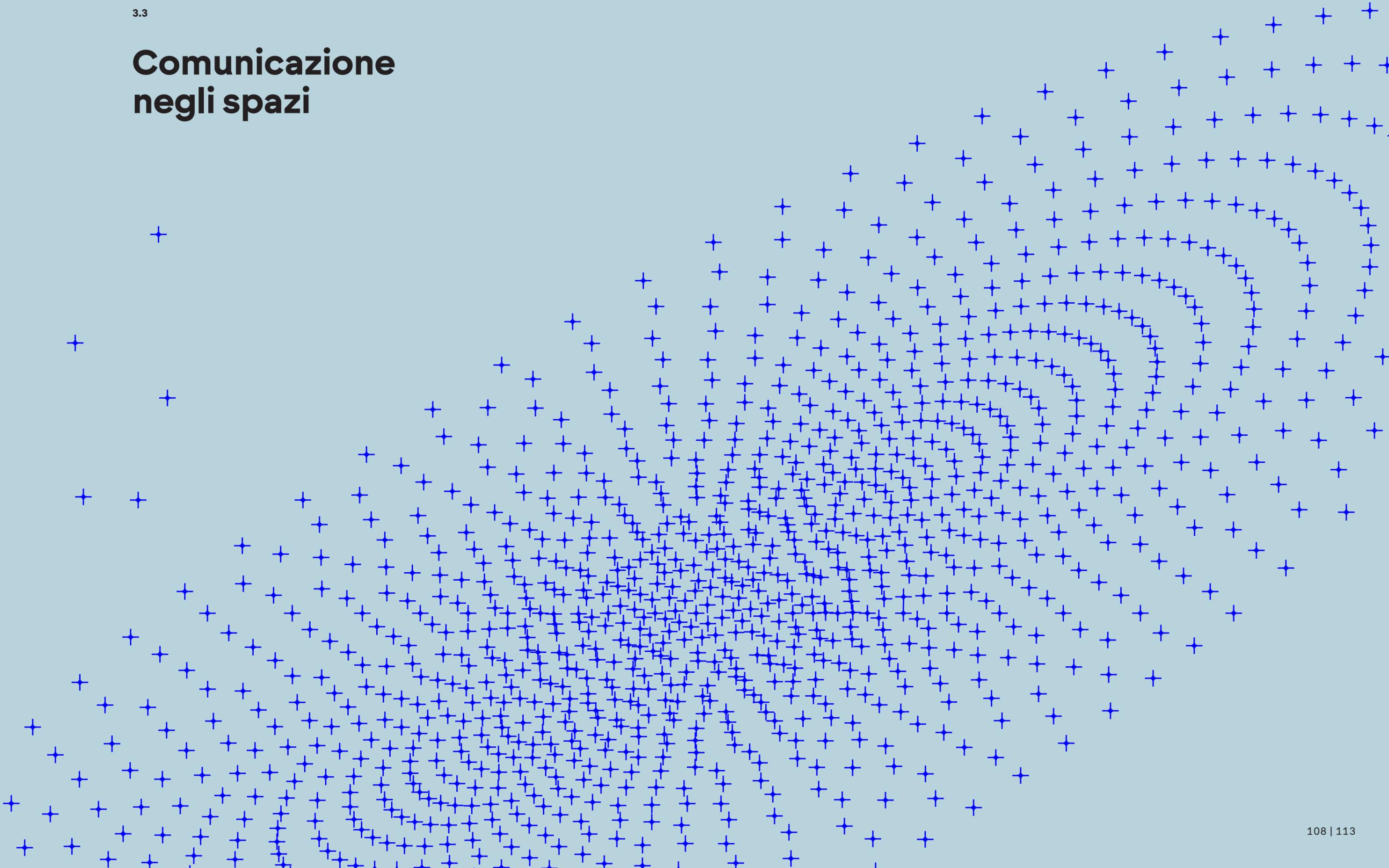


Soluzione con fotografia



3.3

# Comunicazione negli spazi



3.3.1

## Comunicazione negli spazi Archigrafia

Le norme di seguito elencate sono da considerarsi esemplificative e non esaustive: la grafica si dovrà adattare alle esigenze di ciascuno spazio, nel giusto equilibrio tra leggibilità, usabilità, espressività e coerenza col linguaggio visivo di CIM.

È importante che, per quanto possibile, tutti i materiali grafici dello stesso ambiente contengano composizioni grafiche il cui singolo modulo base ("+") abbia la medesima dimensione.

Le composizioni possono essere specchiate e ruotate, ma solo di 90°, 180°, 270°.

Tutti i testi sono compilati col carattere istituzionale primario Brockmann. I testi devono essere dimensionati e posizionati ad un'altezza tale da consentire una lettura agevole, mai al disotto dei 600 mm da terra.

Per garantire uniformità, è importante che, per quanto possibile, tra i materiali grafici dello stesso ambiente i layout presentino allineamenti verticali e dimensioni di grafiche e testo ricorrenti.

Quando necessario l'utilizzo di marchi e logotipi di terze parti, è consigliabile l'adozione delle versioni in bianco e nero.

### Blu CIM

 PANTONE® Blue 072 C  
 C100 M85 Y0 K0

### Colore ausiliario chiaro CIM

 PANTONE® 552 C  
 C30 M10 Y15 K0

### Nero (logotipo e testi)

 PANTONE® Black 6 C  
 C0 M0 Y0 K100

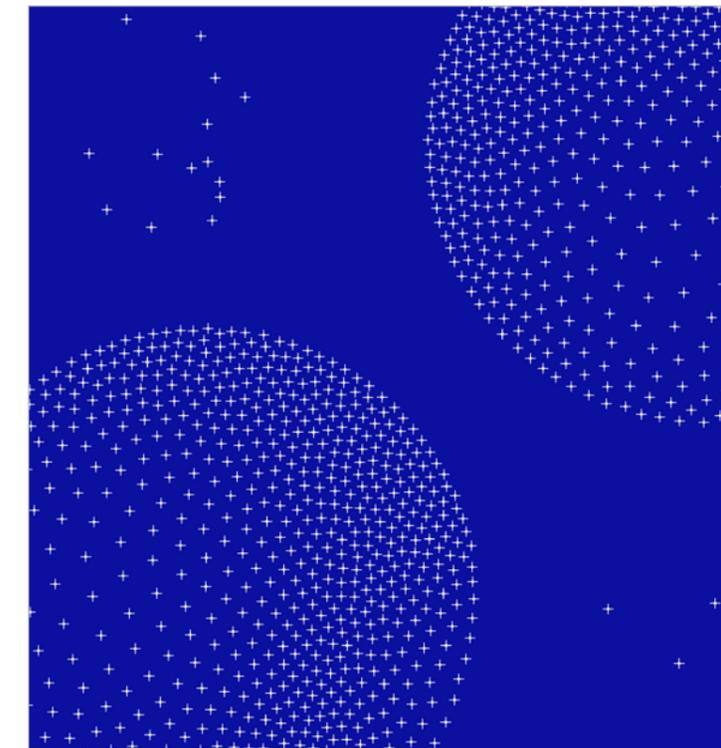
**Pareti o pannelli con solo marchio o marchio e logotipo:** fondo bianco, composizioni grafiche semplici e ariose



**Pareti o pannelli con claim di comunicazione:** fondo Colore ausiliario chiaro CIM, composizioni grafiche espressive, evitare titoli con formattazione tutta maiuscola



**Pareti o pannelli con sola grafica:** fondo Blu CIM o Colore ausiliario chiaro CIM, composizioni grafiche espressive



3.3.1

## Comunicazione negli spazi Archigrafia

**Pareti o pannelli con marchio o marchio e logotipo e claim di comunicazione:**  
fondo Colore ausiliario chiaro CIM, composizioni grafiche espressive e ariose, evitare titoli con formattazione tutta maiuscola



**Pareti o pannelli con marchio, logotipo e area o settore, con testi di comunicazione:** fondo Colore ausiliario chiaro CIM, composizioni grafiche espressive, evitare titoli e testi a correre con formattazione tutta maiuscola



**Pareti o pannelli con testi di comunicazione e grafici:** fondo Colore ausiliario chiaro CIM, composizioni grafiche semplici, evitare titoli e testi a correre con formattazione tutta maiuscola



- Blu CIM**  
 PANTONE® Blue 072 C  
 C100 M85 Y0 K0
- Colore ausiliario chiaro CIM**  
 PANTONE® 552 C  
 C30 M10 Y15 K0
- Nero (logotipo e testi)**  
 PANTONE® Black 6 C  
 C0 M0 Y0 K100

3.3.2

## Comunicazione negli spazi Segnaletica

Le norme di seguito elencate sono da considerarsi esemplificative e non esaustive: la grafica si dovrà adattare alle esigenze di ciascuno spazio, nel giusto equilibrio tra leggibilità, usabilità, espressività e coerenza col linguaggio visivo di CIM.

È importante che, per quanto possibile, tutti i materiali grafici dello stesso ambiente contengano composizioni grafiche il cui singolo modulo base ("+" ) abbia la medesima dimensione.

Le composizioni possono essere specchiate e ruotate, ma solo di 90°, 180°, 270°.

Tutte le aree indicate in segnaletica sono compilate col carattere istituzionale primario Brockmann nella versione Bold, tutto maiuscolo con interlinea pari al corpo del testo. È possibile variare la forma di alcune lettere scegliendole dalle alternative Open Type presenti nel carattere. I testi devono essere dimensionati e posizionati ad un'altezza tale da consentire una lettura agevole, mai al disotto dei 600 mm da terra.

Per garantire uniformità, è importante che, per quanto possibile, tra i materiali grafici dello stesso ambiente i layout presentino allineamenti verticali e dimensioni di simboli direzionali e testo ricorrenti.

Il simbolo direzionale della freccia è reperibile nel kit di identità visiva.



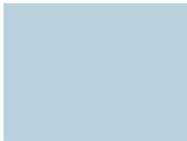
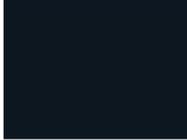
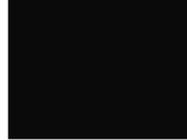
## 3.3.3

## Comunicazione negli spazi

### Vernici e rivestimenti

Le norme e le rappresentazioni di seguito sono da considerarsi esemplificative e non esaustive: la scelta di vernici e rivestimenti si dovrà adattare alle esigenze di ciascuno spazio.

Per caratterizzare gli spazi è possibile campire porzioni intere di parete o colorare elementi allestitivi con le tinte del brand CIM. I riferimenti cromatici sono riportati nella tabella accanto.

PANTONE®	RAL	
		<b>Colore ausiliario chiaro CIM</b> RAL 6034
		<b>Blu CIM</b> RAL 5002
		<b>Nero</b> RAL 5002





cim.eu  
info@cim40.com  
cim4.0@legalmail.it  
ufficiostampa@cim40.com

