

Linee guida per un impatto reale.

Il sistema visivo della Fondazione: principi, elementi e applicazioni per una comunicazione coerente, concreta e riconoscibile.



Il brand

Formiamo oggi i neurochirurghi di domani.



FONDAZIONE ASINO
PER LA NEUROCHIRURGIA
ONCOLOGICA ETS

Logo

Il nostro segno.



Colori

Tre colori. Ruoli chiari.



Tipografia

Una famiglia. Una voce.



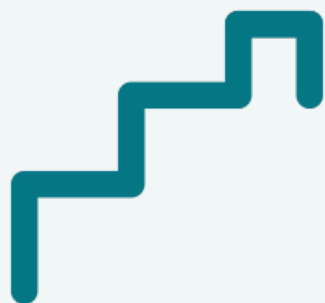
Elementi grafici

Le opportunità prendono forma.



Fotografia

Persone. Competenze. Futuro.



Iconografia

Una grammatica essenziale.



Composizione e dati

Dare spazio al significato.



Applicazioni

Una voce. Più composizioni.



Risorse

Il sistema, nei tuoi materiali.

Formiamo oggi i neurochirurghi di domani.

Mission

Sostenere la formazione e la ricerca in neurochirurgia oncologica, offrendo ai giovani neurochirurghi percorsi strutturati e strumenti innovativi e sostenendo progetti di ricerca nelle neuroscienze.

Vision

Un futuro in cui l'eccellenza in neurochirurgia oncologica non sia un'eccezione, ma uno standard accessibile a ogni talento attraverso formazione, strumenti e rete.

Brand promise

Rendiamo possibile la crescita dei professionisti che costruiranno il futuro della neurochirurgia oncologica.

Valori

Amore · Fiducia · Talento · Innovazione · Responsabilità.

Personalità e tono di voce

Costruttivo, rigoroso, umano. Caldo ed empatico con i donatori; tecnico e preciso con la comunità scientifica; istituzionale e trasparente con aziende e partner. Le affermazioni scientifiche e i dati devono avere fonti verificabili.



Il modello di comunicazione

Talento → formazione → competenza → cura → impatto.

Sintesi strategica proposta. Descrive una relazione di valore, non una garanzia di esito clinico.

Il nostro segno.



FONDAZIONE ASINO
PER LA NEUROCHIRURGIA
ONCOLOGICA ETS



FONDAZIONE ASINO
PER LA NEUROCHIRURGIA
ONCOLOGICA ETS

Area di rispetto

Lasciare su tutti i lati uno spazio almeno pari all'altezza della O finale con le orecchie.



Versioni e dimensioni

Logo teal su bianco o versione ufficiale bianca su fondo teal/scuro uniforme. Il manuale esistente indica 25 mm / 90 px come soglia: verificare sempre la leggibilità della denominazione.

Da evitare

Deformazioni, ricomposizioni, colore arancio, ombre, sfumature o sovrapposizioni con le fluid forms. Il marchio rimane separato dagli elementi grafici.

Tre colori. Ruoli chiari.

Teal

#057684 RGB 5 / 118 / 132
Identità, titoli,
campi cromatici

Light teal

#68A6AD RGB 104 / 166 / 173
Superfici e
fluid forms

Orange

#F2663D RGB 242 / 102 / 61
Punto finale
negli statement

Neutri

Contrasto

Combinazione	Rapporto	Uso
Teal / bianco	5.34:1	Testo normale AA
Ink / light teal	4.83:1	Testo normale AA
Arancio / bianco	3.11:1	Solo testo grande o grafica
Ink / arancio	4.26:1	Solo testo grande
Light teal / bianco	2.75:1	Elementi decorativi

Il punto arancio

Le possibilità crescono.

Il punto finale usa lo stesso corpo e peso del titolo. Non aggiungere pallini decorativi ai layout e non inserire l'arancio nei gradienti.

Stampa

Le conversioni CMYK vanno definite con il profilo ICC della produzione: non si dichiara una corrispondenza universale.

Una famiglia. Una voce.

Manrope

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg

0123456789 / € % + &

Regular / 400

Le opportunità prendono forma.

Medium / 500

Le opportunità prendono forma.

Semibold / 600

Le opportunità prendono forma.

Gerarchia web

Ruolo	Peso	Corpo / interlinea
Display	400	72 / 80 px
H1	400-500	56 / 64 px
H2	500	40 / 48 px
H3	600	26 / 34 px
Lead	400	22 / 34 px
Body	400	18 / 29 px
UI	500-600	16 / 24 px
Caption	500	14 / 21 px

Allineare i testi a sinistra e mantenere una lunghezza di riga di 55-70 caratteri. Usare il maiuscolo per label brevi. Nei master social le dimensioni sono definite alla scala del formato, non con i valori web.

Le opportunità prendono forma.

Superfici fluide teal e light teal, con transizioni verso la trasparenza. Gli elementi sono forme master, non seamless pattern.

Fluid form 01



Fluid form 03



Fluid form 05



Composizione

Una forma principale, eventualmente una seconda sovrapposizione discreta. Usare crop ampi e lasciare ai testi zone di contrasto stabile. La forma può entrare e uscire dal formato senza invadere l'area di rispetto del logo.



Trajectory

Linee sottili teal o light teal per collegare le parti della composizione. Nessun punto arancio decorativo lungo il percorso.

Il segno arancio

La punteggiatura finale degli statement chiude e firma il materiale. Non usare il punto come elemento isolato ripetuto.

Persone. Competenze. Futuro.

People, Practice, Research: persone, attività e contesti riconoscibili. Luce credibile, incarnati naturali, nessun filtro teal pesante.

Fotografia originale



Applicazione della fluid form



People

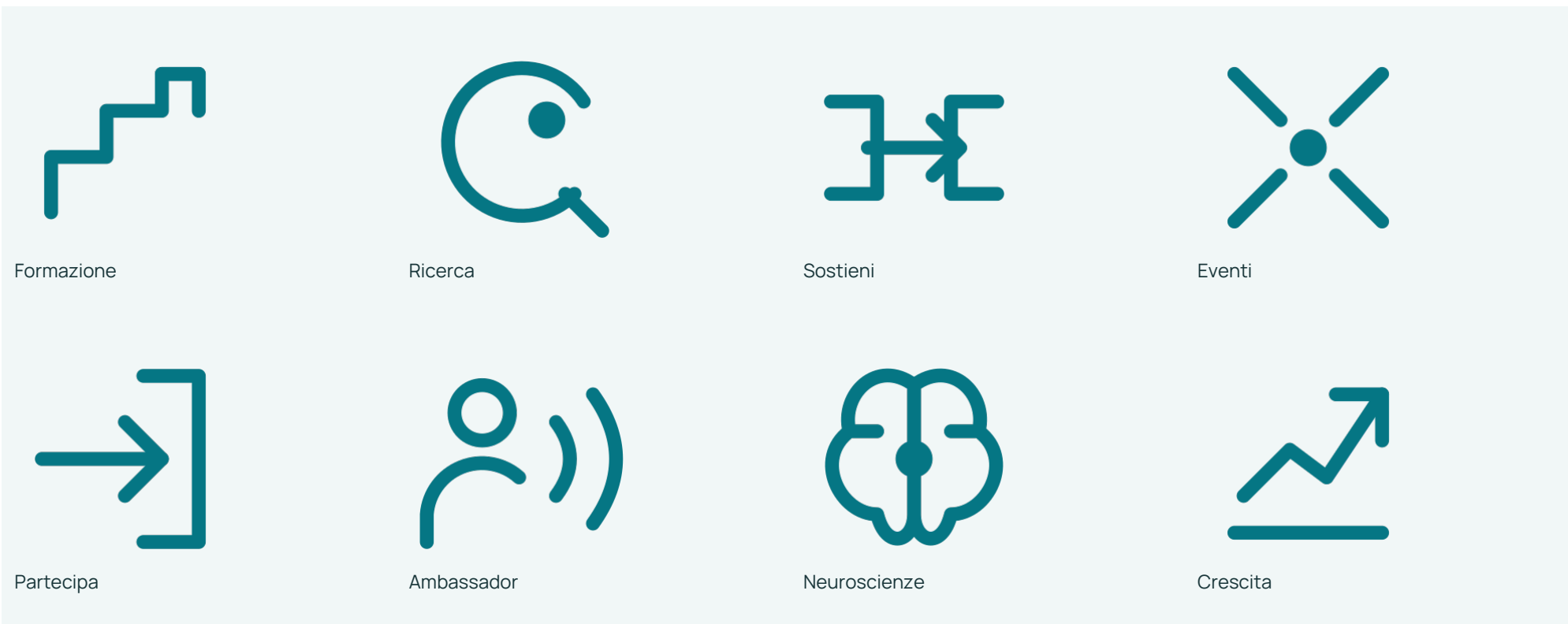


Regole

Mantenere visibili volti e strumenti. Collocare il testo in un pannello opaco quando il contrasto della fotografia è variabile. Usare immagini proprietarie e didascalie corrette.

Queste immagini sono estratte dalla presentazione originale. Per stampa e grandi formati sostituirle con gli originali ad alta risoluzione.

Una grammatica essenziale.



Costruzione

Griglia 24 x 24, stroke 1,5, terminali e giunzioni arrotondati. Teal uniforme. Dimensioni consigliate: 24, 32, 48 e 64 px.



Uso

Le azioni hanno sempre un'etichetta testuale. Per fondi scuri utilizzare una variante bianca validata. Il set resta una proposta da verificare per riconoscibilità.

Dare spazio al significato.

Griglia e spazio

Desktop: 12 colonne, margini 64 px, gutter 24 px, contenuto massimo 1200 px. Mobile: 4 colonne, margini 24 px, gutter 16 px.

Spacing

8 / 16 / 24 / 32 / 48 / 64 / 96 / 128

Archetipi

Statement: tipografia dominante. Editorial: testo e contesto. Photography: soggetto protagonista. Data: un dato e il suo significato. Institutional: ordine, firma, informazioni.

Dati e impatto

[XX]

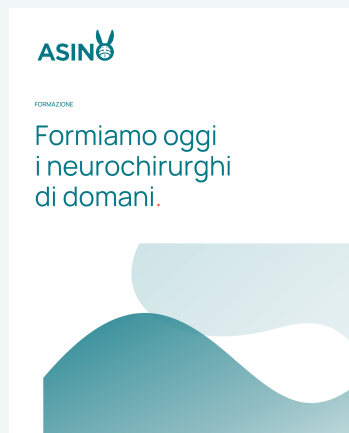
professionisti sostenuti

[Periodo] / [Fonte verificabile]

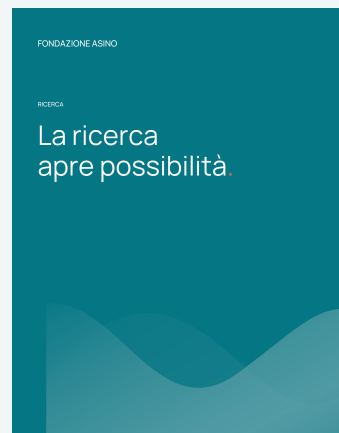
Mai inserire valori inventati. Ogni numero ha descrizione, periodo e fonte. Nei grafici: teal per la serie principale, light teal per il confronto, arancio per un'evidenza necessaria. Etichette dirette e unità visibili.

Una voce. Più composizioni.

Master da adattare ai contenuti reali. Date, dati e informazioni tra parentesi devono essere completati prima dell'uso.



Social Formazione



Social Ricerca



Social Statement



Social Impact



Social Event



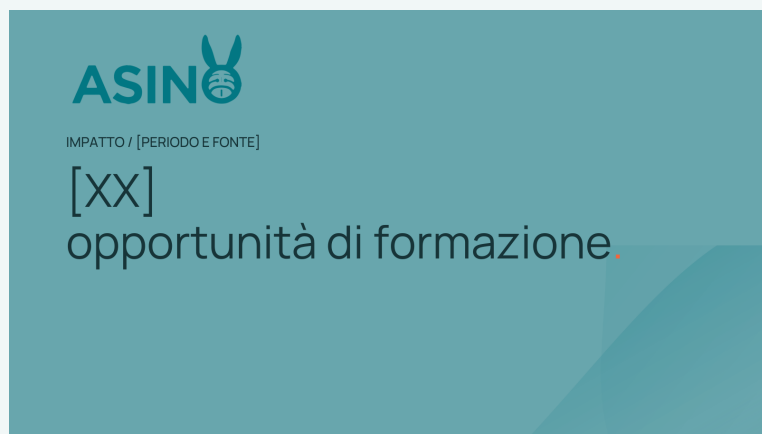
Story



Report Cover



Slide Title



Slide Data



Rollup



Social

Feed 1080 x 1350, margini 86 px, titolo massimo tre righe. Story 1080 x 1920: tenere i contenuti principali tra $y=250$ e $y=1600$ e controllare il crop nell'app di pubblicazione.

Co-branding

Loghi partner originali in una fascia separata, con aree di rispetto equivalenti. Le identità degli eventi possono convivere con ASINO, mantenendo una firma riconoscibile.

Il sistema, nei tuoi materiali.

Asset del sistema

Logo originale, Manrope e licenza OFL, sei fluid forms, otto icone e master grafici. I file sono organizzati nella cartella assets del pacchetto.

Modifica in Divi

Ogni capitolo ha un layout di pagina separato. Testi e immagini sono moduli indipendenti. Non importare questi file nel Theme Builder: i JSON sono solo layout pagina.

Stampa / PDF

Aprire il capitolo e usare Stampa → Salva come PDF. Formato A4 orizzontale, grafica di sfondo attiva, intestazioni e piè di pagina del browser disattivati. Controllare le interruzioni prima della consegna e assemblare i capitoli nell'ordine dell'indice.

Stato dei materiali

Manrope e palette concordati. Nuovi elementi, iconografia e composizioni sono proposte da validare con ASINO. Template nativi Canva da finalizzare nell'account della Fondazione.