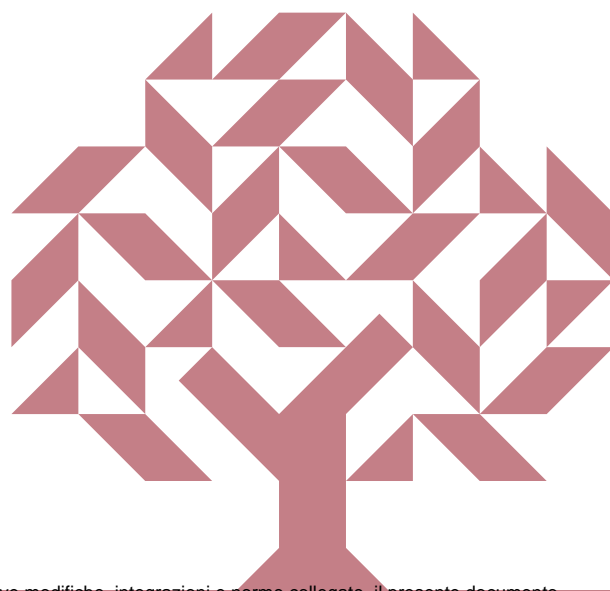
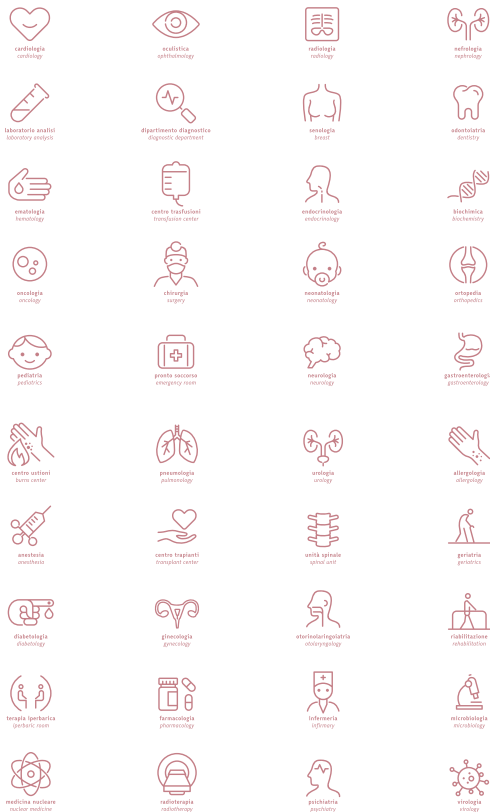


manuale di identità visiva

VERSIONE 1.0 - AGOSTO 2020



i nuovi ambienti, la nuova segnaletica



Linee guida hospitality

L'accoglienza nelle strutture sanitarie pugliesi

- 

Riorganizzazione ruoli e servizi, formazione risorse umane dedicate alla accoglienza
- 

Potenziamento segnaletica (sostenibile) esterna/interna
- 

Riqualificazione ambienti e arredi accoglienza (hall, sale d'attesa, pronto soccorso)
- 

Design info-decorativo identitario



Manuale di identità visiva della Asl Foggia elaborato secondo le linee guida del progetto "Hospitality" della Regione Puglia a cui la Direzione Generale ASL FG, ha dato avvio con verbale redatto in Direzione Generale del 18 marzo 2010 e con nota di convocazione prot. n. 1465289 "Sistemi Informativi e gestione accoglienza".

| PREMESSA |

La Corporate Image è la trasposizione visiva dei valori aziendali ed è di fatto basata su strategie di intervento per la realizzazione dei bisogni comunicativi emersi dalla nuova organizzazione aziendale e finalizzati a consolidare l'immagine aziendale *in progress* con i tempi e con le esigenze; una parte importante di questo processo è la creazione dell'identità visiva del *brand*, detta anche *visual identity*.

La *visual identity* è una parte molto importante della strategia di *branding*, tanto che le aziende si dotano di solito di un **manuale di identità visiva** che serve da vero e proprio manuale istruttivo non solo per la comunicazione *offline* (ad esempio per creare la carta intestata, i biglietti da visita, il *packaging*, ecc.) ma anche per presenze online (sito web, newsletter, blog, Facebook e altri canali social, ecc.).

L'identità aziendale, influisce sulla comunicazione interna tra soci, lavoratori e collaboratori e allo stesso tempo mostra l'immagine di sé stessi esternamente all'Utenza e verso potenziali utenti ma anche alle aziende *competitors*;

È quindi uno strumento utile ad uniformare le comunicazioni dirette sia all'esterno che all'interno; la progettazione di un format grafico specifico per rendere le comunicazioni dell'azienda immediatamente e facilmente identificabili, rafforza l'immagine della ASL FG con una identità precisa, chiara e omogenea.

Di conseguenza rappresenta una forma di comunicazione non verbale da parte dell'Azienda che attraverso immagini, colori e forme, veicola i propri valori e la propria identità tramite il riconoscimento di font, colori, schemi grafici.

I principali elementi dell'identità visiva di un brand sono:

- Il logo
- Il sistema di colori
- I caratteri tipografici



IL LOGO ASL FG

La scelta del nuovo logo, suggerito dalle Linee Guida regionali "Hospitality" si ispira a quello di Puglia Salute che è il Portale Regionale della Salute, dove sono presenti tutti i siti delle Strutture afferenti al sistema sanitario della Regione Puglia

Il logo è una delle parti più importanti dell'identità visiva di un brand. A seguire le tipologie principali:

- **Wordmark/Logotipo:** è un logo formato solo da testo (*vedi logo Google*).
- **Lettermark:** è sempre un logo formato da testo, ma in questo caso vengono utilizzare solo alcune lettere, tipicamente le iniziali del brand (*vedi logo della CNN - Cable News Network*).
- **Loghi iconici:** sono costituiti da un simbolo, senza testo (*vedi mela di Apple*).

Nel ribadire che un logo è per definizione un'insieme di simboli grafici e tipografici che identificano, in questo caso il sistema sanitario regionale, deve essere originale, facilmente riconoscibile, compatto e sintetico, adattabile, stampabile in diversi formati, dai più piccoli ai più grandi, e non deve perdere leggibilità, neppure quando è stampato in bianco e nero. Il formato rettangolare è da utilizzare per carta intestata, buste, cartelline, badge, camici, insegne, cartellonistica, ecc. Il logo è stato ideato anche in formato quadrato che meglio si adatta all'inserimento dell'immagine nei profili dei canali di comunicazione social (Facebook, You Tube, Instagram, ecc.).

SISTEMA DI COLORI

Anche i colori sono una componente importante della **visual identity di un brand**. **Ogni colore, infatti, comunica emozioni e sensazioni diverse**, quindi possiamo dire essi sono ciò che dà una personalità ad un marchio. I colori non serviranno solamente per il tuo logo, ma anche per tutti i canali di comunicazione della tua impresa. Sia sui social che sul tuo sito web, infatti, è importante **usare i colori in modo strategico** per far capire agli utenti che visitano la tua pagina social o il tuo sito internet, che si trovano in un ambiente chiaramente riconoscibile e riconducibile al tuo brand.

NOTA: Il vecchio logo decade progressivamente in favore del nuovo logo fino ad esaurimento delle scorte attuali di materiale già stampato (buste, cartelline ed altro materiale di cancelleria).





I CARATTERI TIPOGRAFICI

Wayfinding Sans Pro regular

Wayfinding Sans Pro *italic*

Wayfinding Sans Pro **bold**

Wayfinding Sans Pro ***bold italic***

esempi leggibilità in versione positivo e negativo

Gates A1-A7
Aankomst
Airport Lounge
Check-in Area
STAFF ONLY!

Departures
Emergency Exit
Passkontrolle
Duty-free shops
Stationnement

IL COLORE DELL'ACCOGLIENZA IL PANTONE 500C

colore primario



CMYB
C15 M55 Y33 K8
RGB
R204 G133 B138

Per superfici verticali, icon set, striscia «linea guida» a parete e a pavimento.

colori secondari



CMYB
C56 M56 Y40 K37
RGB
R102 G90 B100

Per le indicazioni testuali (grigio scuro o in negativo bianco se su fondo rosa).



CMYB
C24 M23 Y16 K3
RGB
R200 G192 B199

Per fondi chiari della segnaletica (vedi Linee Guida Hospitality).



CMYB
C67 M51 Y29 K29
RGB
R88 G99 B122

Per tinta pavimento o superfici scure ambienti.



CMYB
C24 M23 Y16 K3
RGB
R200 G192 B199

Per tinta pareti, superfici sintetiche e arredi.

COME UTILIZZARE IL LOGO

Font, colori, dimensioni, formati

Font: Wayfinding Sans Pro (bold e regular)

Colore 1: Ulivo e rettangolo = Pantone 500 C

Colore 2: "ASL FOGGIA" = C 52%, M 42%, Y 44%, K 27%

Il logo ASL FG, deve essere utilizzato correttamente e non può essere proposto con colori diversi, può essere solo ingrandito o ridotto, mantenendo le proporzioni, sempre nel rispetto delle regole di impaginazione. Formato rettangolare, dimensioni 100% misure: altezza cm 3,16 larghezza cm 7,94.

Il Marchio/Logo ASL FG non può essere mai modificato né utilizzato insieme ad altri elementi ad eccezione dei casi descritti in queste schede.

La riproduzione del Marchio deve avvenire utilizzando solo supporti digitali originali rilasciati dall'ufficio incaricato. Copie riprodotte da altre fonti o dal recupero degli esempi riportati nelle schede seguenti sono assolutamente da evitare.

Il Marchio/Logo ASL FG è sempre associato alla Specifica Linee Guida Hospitality del Sistema Sanitario Regionale

Altri dettagli su colori, dimensioni e icone da adottare nella segnaletica delle strutture aziendali sono riportati nelle Linee Guida Hospitality e nell'area download sul Portale Regionale della Salute <https://www.sanita.puglia.it/web/pugliasalute/hospitality>, di pertinenza dell'Area Gestione Tecnica e dell'Area Gestione Patrimonio.

ELEMENTI BASE COMPOSIZIONI STANDARD DEL MARCHIO/LOGO ASL FG

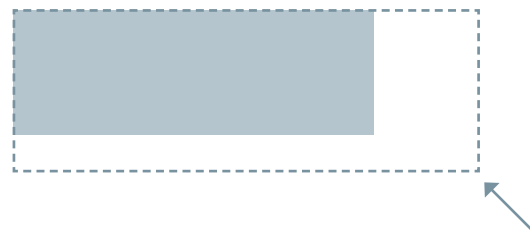
- 1) Formato rettangolare, dimensioni 100% misure: altezza cm 2,9, larghezza cm 7,2.



- 2) Formato quadrato (solo per i social), dimensioni 100% misure: altezza cm 3,5 larghezza cm 3,5



- 3) Per ridurre o ingrandire il logo in un documento di testo senza modificare le proporzioni, posizionare il cursore sull'angolo inferiore destro. Cliccando con il tasto destro sull'immagine controllare in Dimensioni e posizione che l'altezza e la larghezza abbiano la stessa percentuale di riduzione o ingrandimento.



Uso improprio del marchio/logo ASL FG

È vietata la riproduzione del logo aziendale in modalità diversa da quelle indicate (colori alternativi, cambio font, inserimento immagini, cambio grafica ecc). Di seguito alcuni esempi di errato impiego del logo.

NO



FORMATI DEL LOGO ASL FG

Sono disponibili 2 formati:

- formato immagine (con estensione png) con risoluzione adatta per documenti di testo e file web;
- formato vettoriale (estensione pdf), svincolato dalla risoluzione, da utilizzare per la stampa di materiale tipografico, per qualsiasi dimensione senza alcuna perdita di qualità.

Il file deve essere consegnato alla tipografia incaricata di stampare il materiale (manifesti, locandine, opuscoli, buste, cartelline, ecc.).

STRUMENTI ISTITUZIONALI

Il font da utilizzare per la redazione dei documenti di testo è il Calibri, carattere con cui è scritto il presente manuale

Invece il **font Wayfinding Sans Pro** sarà utilizzato SOLO per il logo e la segnaletica delle aziende sanitarie pugliesi.

REDAZIONE DOCUMENTI

I documenti predisposti dagli Uffici devono essere redatti con le seguenti impostazioni:

- carattere Arial
- dimensione 12
- interlinea singola
- spaziatura dopo il paragrafo 6 pt
- allineamento testo giustificato
- inizio capoverso senza rientro
- layout margini medio (misure: superiore e inferiore 2,54 cm – sinistro e destro 1,91 cm)

Nei documenti inserire la numerazione di pagina con lo stesso font del testo e dimensioni inferiori almeno di 3 punti (se il testo è di dimensione 12, per la numerazione usare dimensione 9). Tutti i documenti, compresi i singoli allegati, devono sempre riportare le seguenti indicazioni:

- intestazione dell'azienda e ufficio redigente
- data in cui sono stati prodotti

Per la diffusione on line osservare le normative vigenti in materia di privacy

ALLEGATI DEL PRESENTE MANUALE

- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| 1. CARTA INTESTATA AZIENDALE | 5. DETERMINE DIRIGENZIALI |
| 2. CARTA INTESTATA CORO | 6. BUSTE |
| 3. CARTA INTESTATA PTA | 7. CARTELLINE |
| 4. DELIBERAZIONI | 8. CARTELLE CLINICHE NOTE |



ASL Foggia

PugliaSalute

STRUTTURA

Direttore U.O.C. / Dirigente Responsabile U.O.S./U.O.S.D.

Indirizzo

Tel mail

Prot. n. _____

Foggia, _____

Destinatario:

Nome Cognome

Indirizzo

CAP Nome Città

Oggetto:

Corpo lettera

Azienda Sanitaria Locale della provincia di Foggia
Via Michele Protano, 13 - 71121 Foggia - Centralino 0881 884111
www.sanita.puglia.it/web/asl-foggia
C.F. - P. IVA 03499370710





Centro di Orientamento Oncologico
Indirizzo
Tel mail

Prot. n. _____

Foggia, _____

Destinatario:
Nome Cognome
Indirizzo
CAP Nome Città

Oggetto:

Corpo lettera

Azienda Sanitaria Locale della provincia di Foggia
Via Michele Protano, 13 - 71121 Foggia - Centralino 0881 884111
www.sanita.puglia.it/web/asl-foggia
C.F. - P. IVA 03499370710





ASL Foggia

PugliaSalute

Presidio Territoriale di Assistenza DSS n.
Dirigente Responsabile
Indirizzo
Tel mail

PTA Presidio Territoriale
di Assistenza

Prot. n. _____

Foggia, _____

Destinatario:
Nome Cognome
Indirizzo
CAP Nome Città

Oggetto:

Corpo lettera

Azienda Sanitaria Locale della provincia di Foggia
Via Michele Protano, 13 - 71121 Foggia - Centralino 0881 884111
www.sanita.puglia.it/web/asl-foggia
C.F. - P. IVA 03499370710





REGIONE PUGLIA
AZIENDA SANITARIA LOCALE DELLA PROVINCIA DI FOGGIA
(Istituita con L.R. 28/12/2006, n. 39)

DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE
n. del

Struttura:
Proposta n.

Oggetto:

Corpo lettera



REGIONE PUGLIA
AZIENDA SANITARIA LOCALE DELLA PROVINCIA DI FOGGIA
(Istituita con L.R. 28/12/2006, n. 39)

DETERMINAZIONE DIRIGENZIALE
n. del

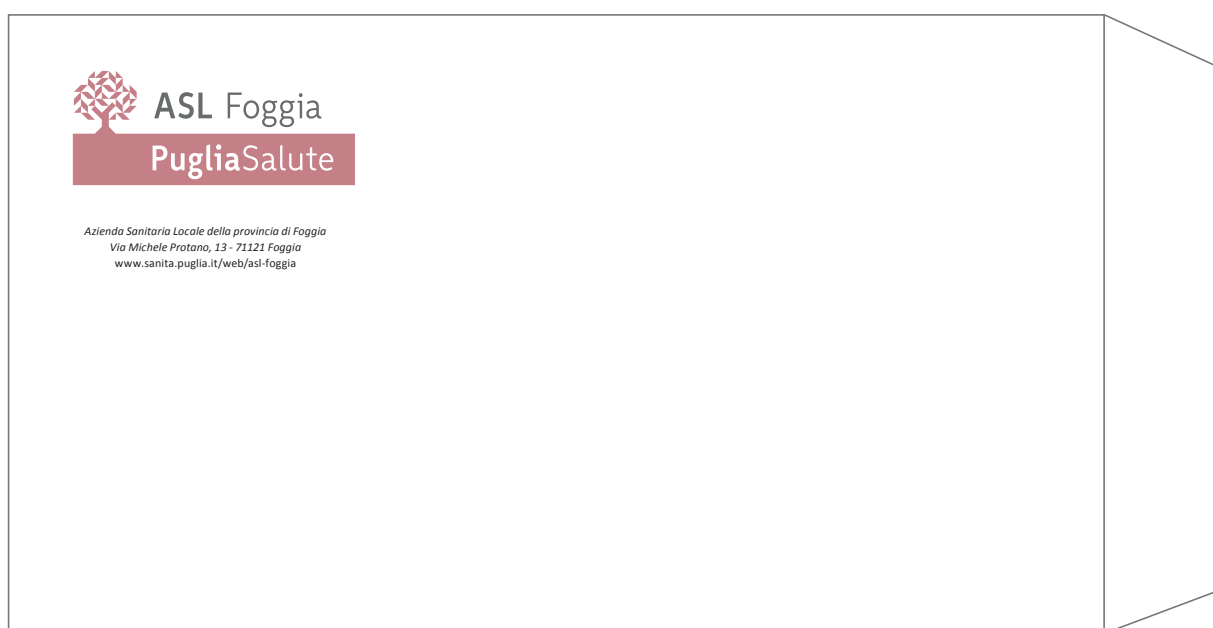
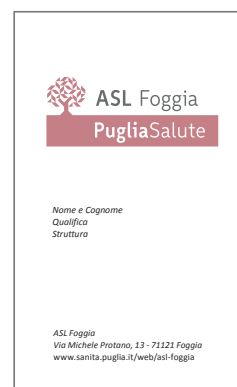
Struttura:
Proposta n.

Oggetto:

IL RUP

Corpo lettera

DETERMINA

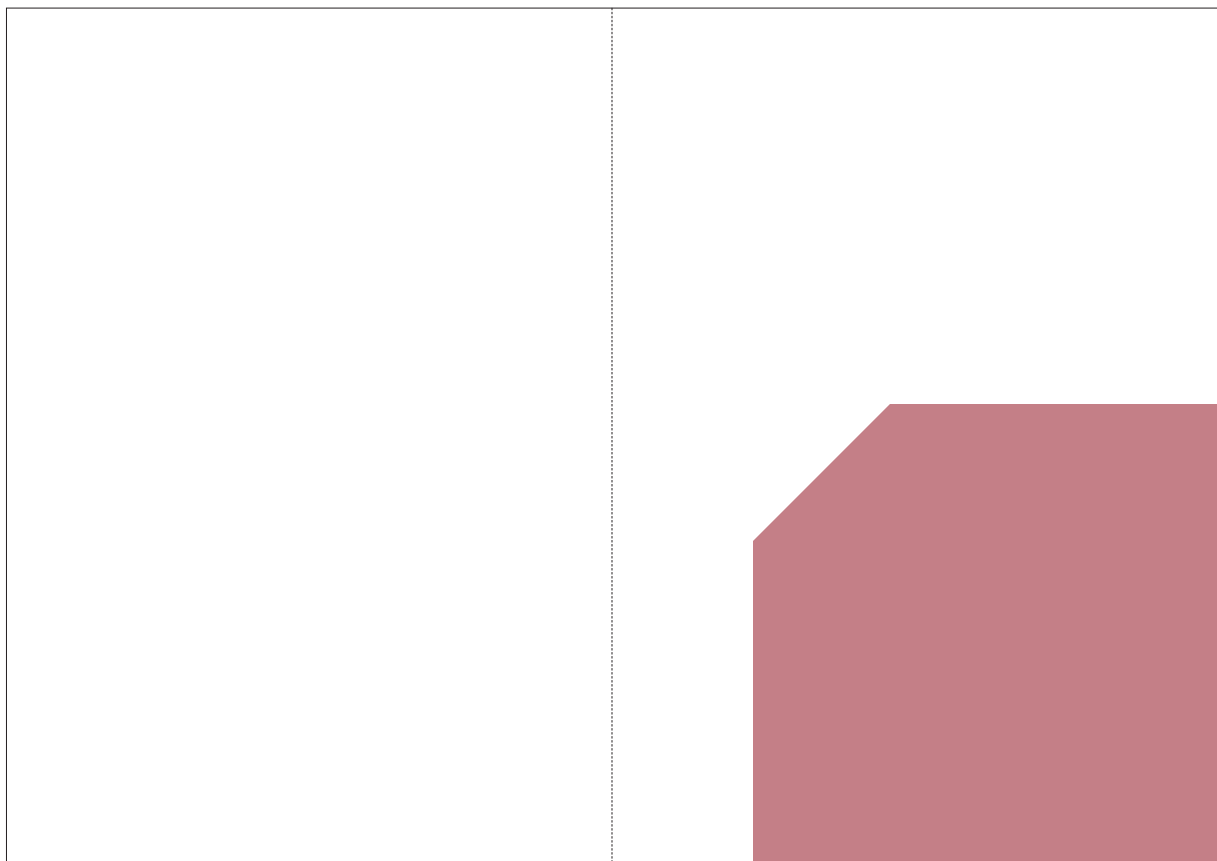


Misure standard varie

Cartellina - esterno



Cartellina - interno con tasca



Cartellina - esterno

ASL Foggia
PugliaSalute

U.O. xxxxxxxx
xxxxxxx

CARTELLA N° _____

Cognome e nome _____

Data di nascita ____/____/____ luogo di nascita _____ ()

U.O. xxxxxxxx
Presidio Ospedaliero xxxxxxxxxxxx
Via xxxxxxxx - Città

Tel.:

REGIONE PUGLIA
AZIENDA OSPEDALIERA
ASL FOGGIA
PugliaSalute

Cartellina - interno con tasca

