

L'IMMAGINE COORDINATA DELLA PARROCCHIA LA GRAFICA

ADRIANO ATTUS

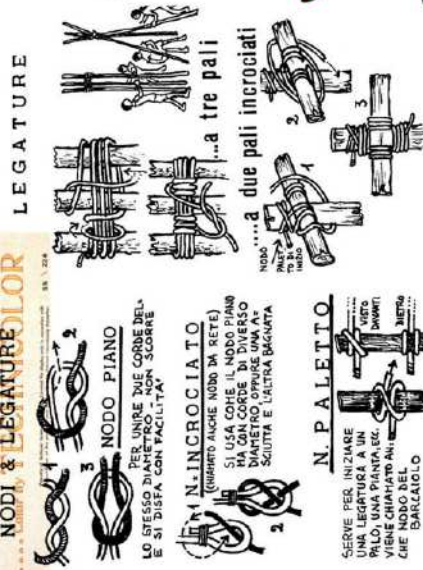
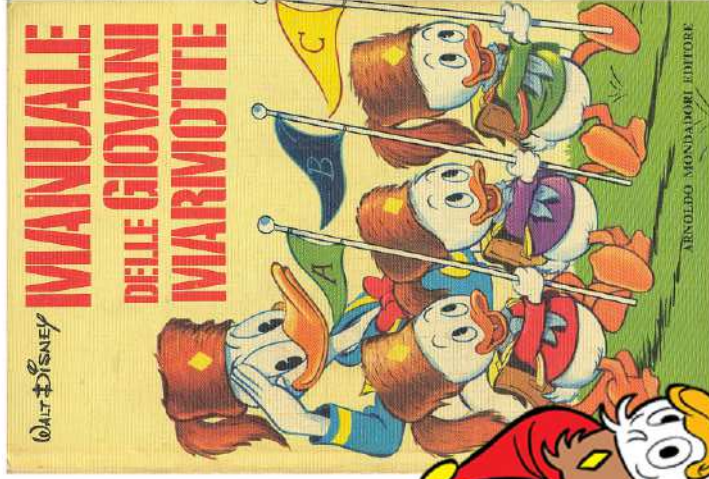
direttore creativo Il Sole 24 Ore > @adrianoattus

"La Parrocchia comunica"

Ufficio Comunicazioni sociali della Diocesi di Milano. 21 marzo 2015



Walter Bonatti. Fotografie dai grandi spazi. (<http://palazzodellaragionefotografia.it/exhibition/nei-grandi-spazi/>)



**VIVERE
AVVENTURE**

**SCOPRIRE
MONDI
LONTANI**

**INCONTRARE
CULTURE
DIVERSE**

**GIOCARE
CON AMICI**

**Orari
educazione
eucaristica**

*Percorsi
di catechesi*

**Pellegrinaggi
parrocchiali**

**Sante
Messe**

Gruppo scout

TUTTI I SABATI - ORE 15
In fondo al cortile



Gruppo scout

TUTTI I SABATI - ORE 15

In fondo al cortile

MA COS'È A COSA SERVE UN
MARCHIO





Gruppo scout

TUTTI I SABATI - ORE 15
In fondo al cortile



Unicef



Unicredit

WWF

Google

McDonald's

Coca-Cola



unicef

IKEA

Google

UniCredit



WWF

Coca-Cola

McDonald's



difendiamo i panda!



UN MARCHIO SUSCITA EMOZIONI



E diventa brand



**“WOULD YOU CARE MORE
IF I WAS A PANDA?”**

WWF Bluefin Tuna overfishing: Panda
“Would you care more if I was a panda?”
Advertising Agency: Ogilvy, Paris, France



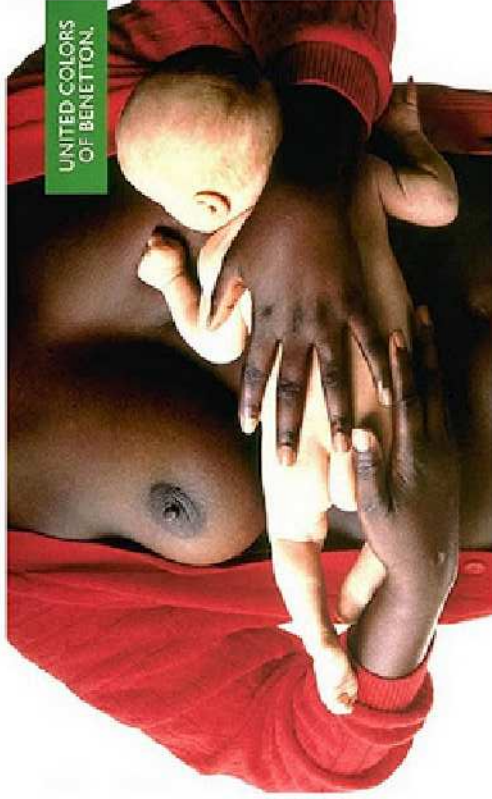
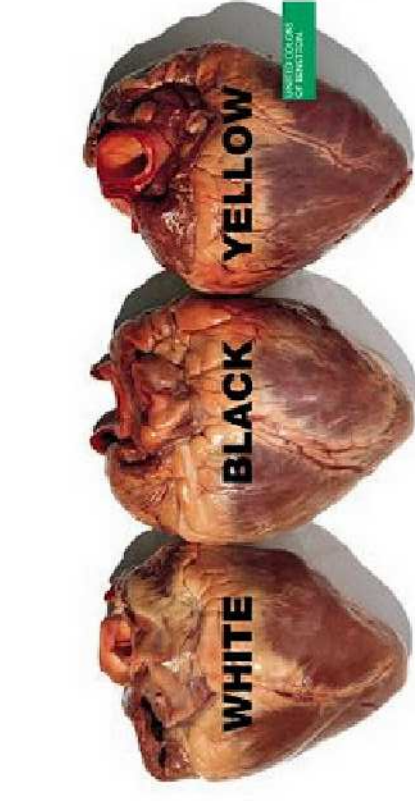
The Bluefin Tuna is being fished to extinction.
So like a few other species, it would appreciate your help.

wwf.com



IKEA: Decorate for the holidays
Advertising Agency: Zig, Toronto, Canada

Decorate for the holidays
IKEA



Oliviero Toscani per Benetton



CARATTERI + COLORI + IMMAGINI

=

MARCHIO

+

EMOZIONI + STILE

=

BRAND

immagine
coordinata



QUANTO SONO IMPORTANTI I

CARATTERI



Romani
Egiziani
Lineari
FANTASIA
Scritture

Romani

Tradizione, RISPETTO, *affidabilità*

egiziani

Solidità, importanza

lineari

Forza, progresso, STILE

fantasia

UNICIÀ, simpatia, carattere

Eleganza, creatività

scritture



Madonna *Buon Consiglio* *rispetto, affidabilità*

Parrocchia San Pietro *solidità*

Unità pastorale del bosco *forza!*

Cattedrale di città *carattere*

Gratorio della gioventù *creatività!*

A COSA SERVONO I

COLORI





I COLORI COMUNICANO
SENSAZIONI, IDEE...

OFFRONO **RICONOSCIBILITÀ**
E FIDELIZZAZIONE...

GUIDANO GLI UTENTI
NELL'**ORIENTAMENTO**

Anche il bianco è un colore.
Purezza, pulizia, luce, innocenza...

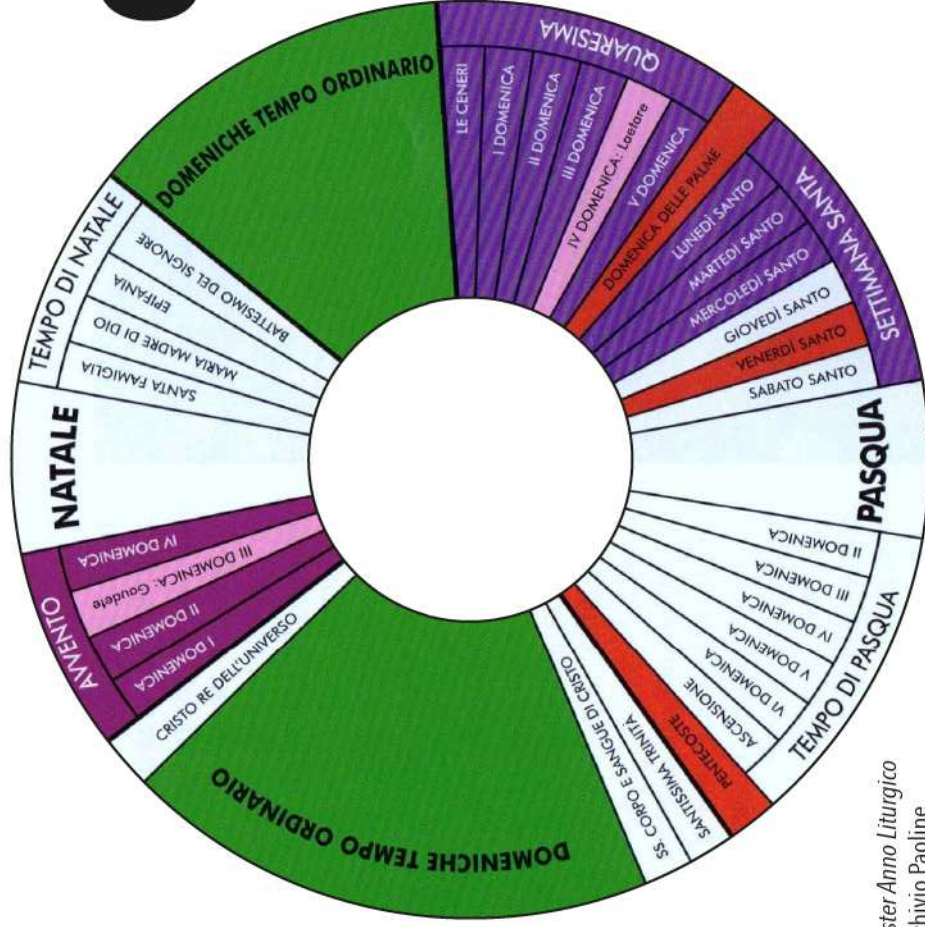
penitenza

passione

speranza

gioia

NEL CORSO DELL'ANNO COLORI LITURGICI



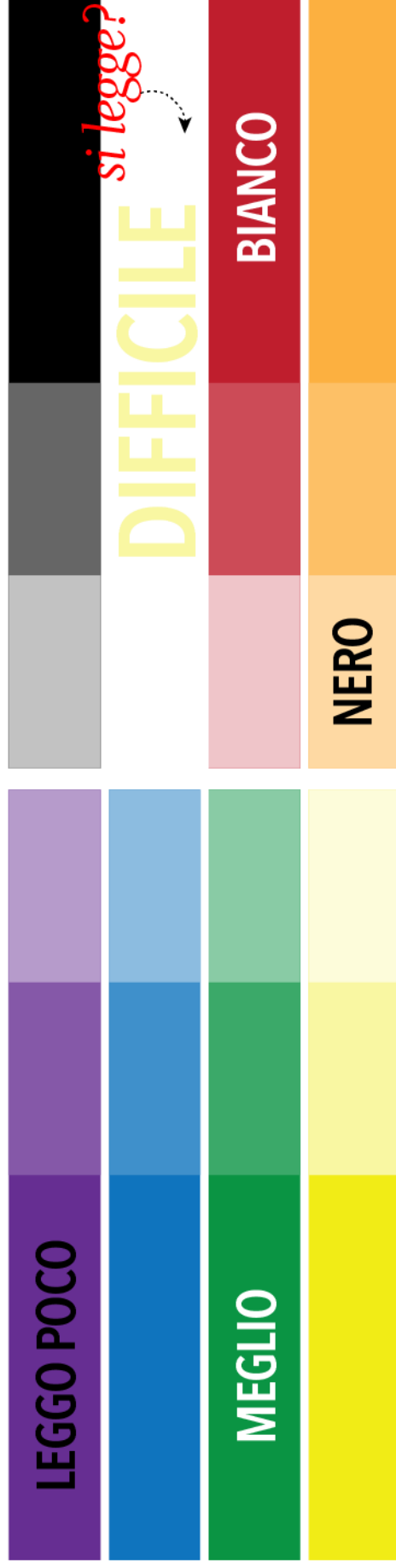
Poster Anno Liturgico
Archivio Paoline



Casule liturgiche, holyart.it



POSSIAMO GIOCARE CON LE TONALITÀ...



MA ATTENZIONE ALLA LEGGIBILITÀ!

CON I COLORI
ABBIAMO
GRANDE SCELTA
MA DOBBIAMO
SAPERLI USARE

Poi parliamo dei colori di fondo!



AIUTO, COME SI USANO LE IMMAGINI?

Le foto utilizzate per questa presentazione sono state in larga parte prese da Internet e quindi valutate di pubblico dominio. Se soggetti o autori fossero contrari alla pubblicazione potranno segnalarlo via mail a adriano.attus@gmail.com e provvederò prontamente alla rimozione o all'accreditamento delle foto stesse. Su tali foto non detengo alcun diritto d'autore e non è mia intenzione appropriarmi indebitamente di immagini di proprietà altrui.





www.viaggidelcapo.it



Marco Goran Romano, goranfactory.com

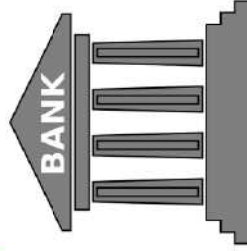
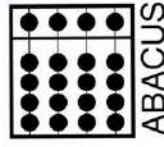
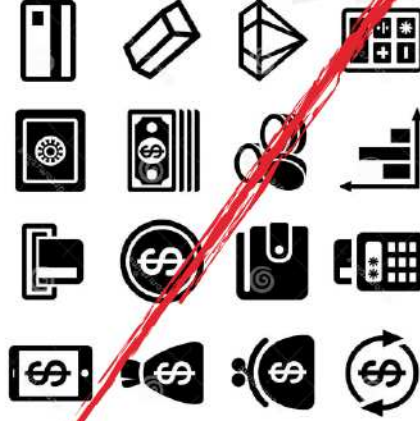
DISEGNI



LE IMMAGINI DEVONO COMUNICARE



AFFIDERESTE
I VOSTRI SOLDI
A UNA BANCA
CHE SI PRESENTA
CON QUESTE
IMMAGINI?



Your Company



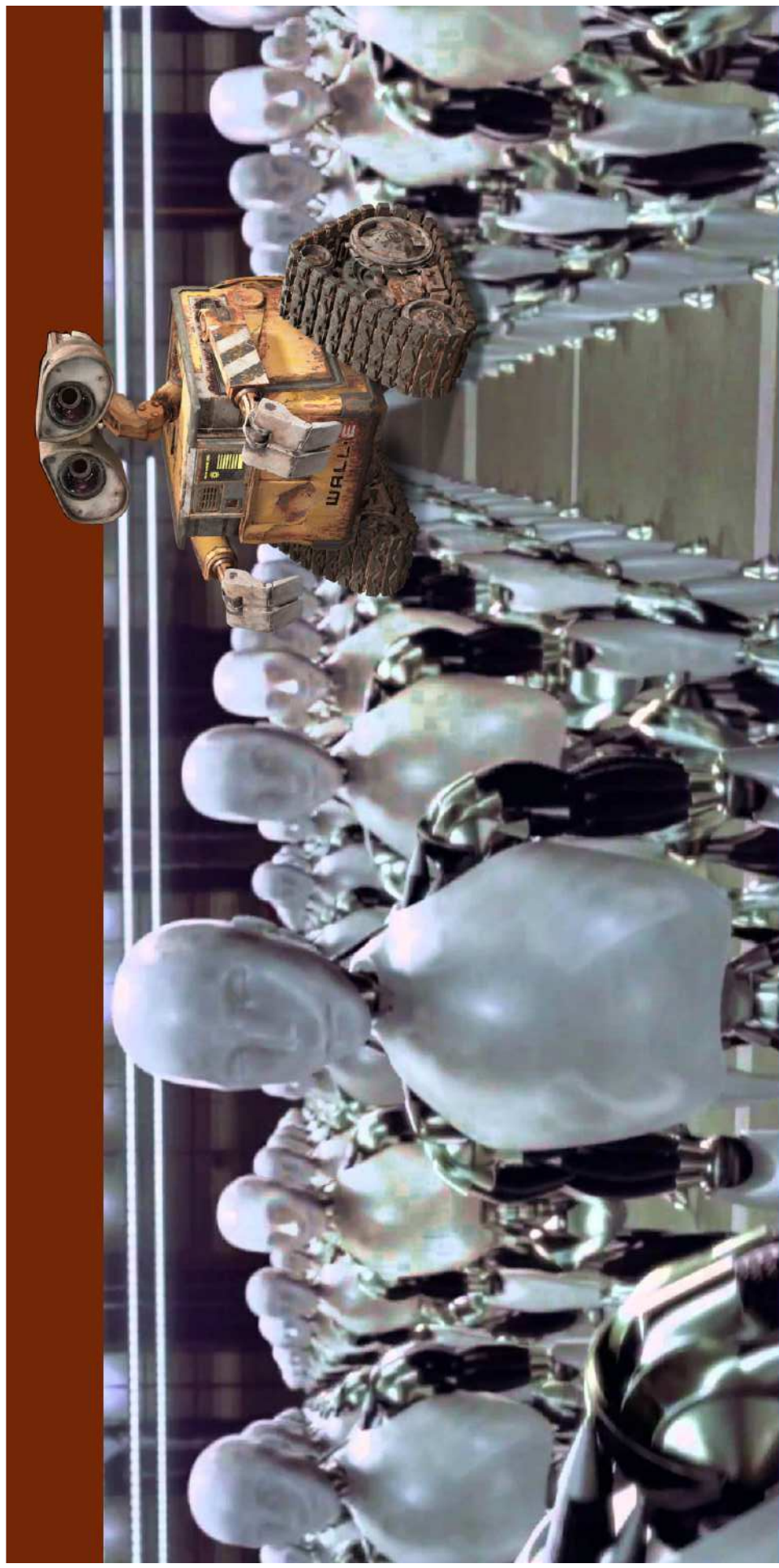
MARCHIO,
IMMAGINE e BRAND
SONO FONDAMENTALI:
OFFRONO CREDIBILITÀ,
RICONOSCIBILITÀ
E SICUREZZA



SOPRATTUTTO QUANDO FILIALI E NEGOZI NON HANNO ALTRE CARATTERISTICHE RICONOSCIBILI



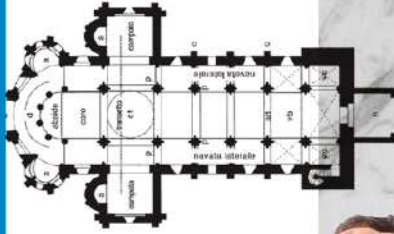




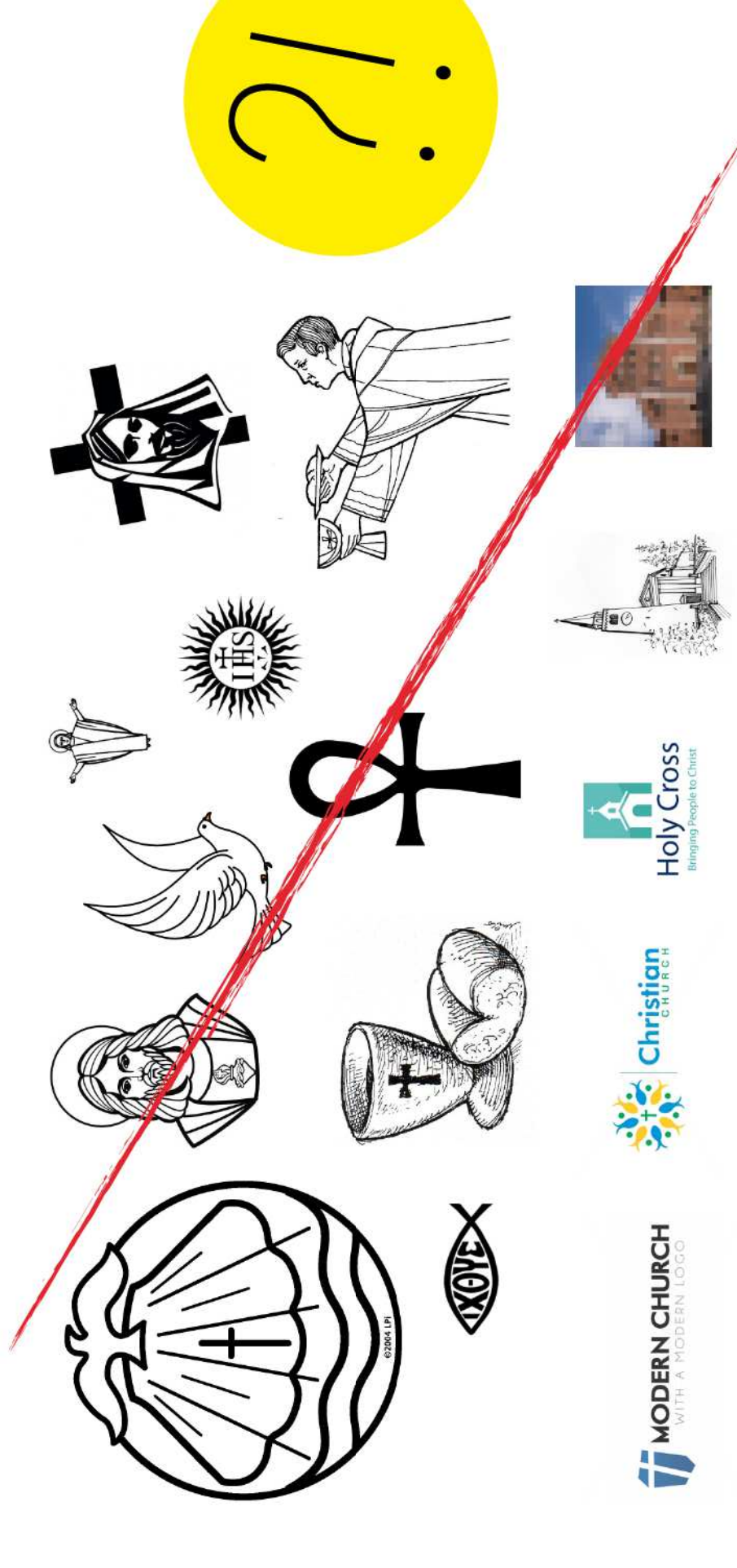
ABBIAMO TRATTI **RICONOSCIBILI?**



ABBIAMO
TRATTI
MOLTO
RICONOSCIBILI



ABBIAMO
TANTI
TRATTI
RICONOSCIBILI



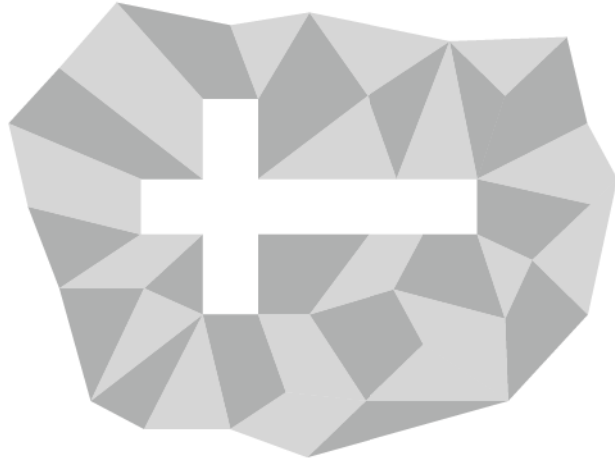
QUINDI DA DOVE

PARTIAMO





Parrocchia della Roccia

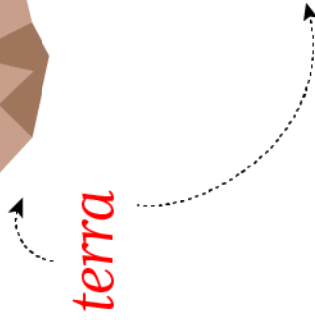


solidità

simbologia

PARROCCHIA DELLA ROCCIA

memorizzazione





fotocopie

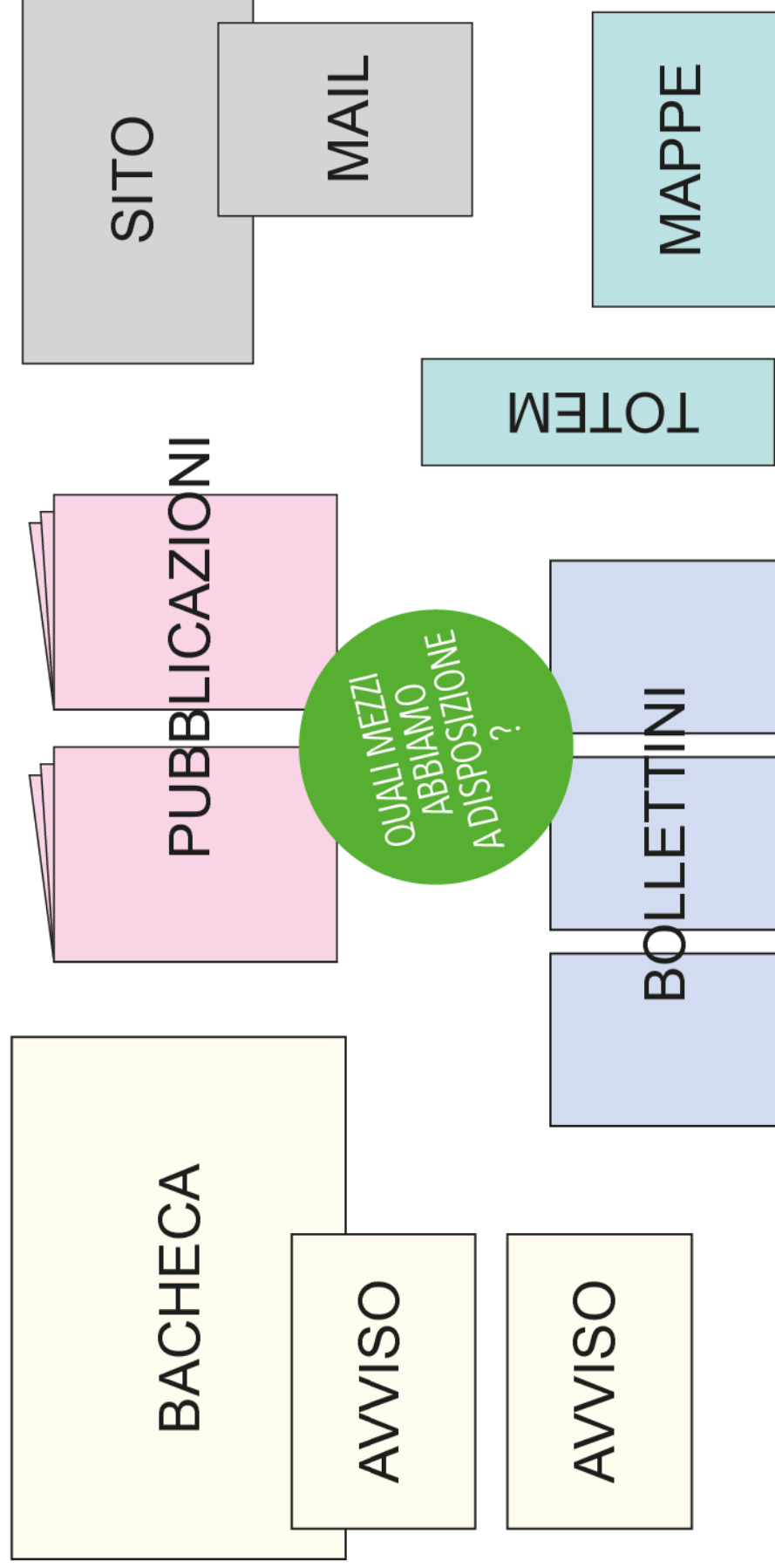


*bianco/nero
o 1 colore*



*visibilità
piccolo formato*





Bollettino

SETTE GIORNI



Incontri

RICORRENTI

Corsi prematrimoniali



Raduno scout a Monza



Pregghiera in oratorio



Avviso

*Da settimana prossima
la Santa Messa
del sabato cambia
gli orari della funzione*

dalle 18 alle 19



**PARROCCHIA
DELLA
ROCCIA**



UNA BELLA SCRITTURA?
Oratorio

**PARROCCHIA
DELLA
ROCCIA**



CORSI DI PREPARAZIONE
Matrimonio

**PARROCCHIA
DELLA
ROCCIA**



SALA GRANDE
Gruppo scout

REGOLE PER USARE I CARATTERI

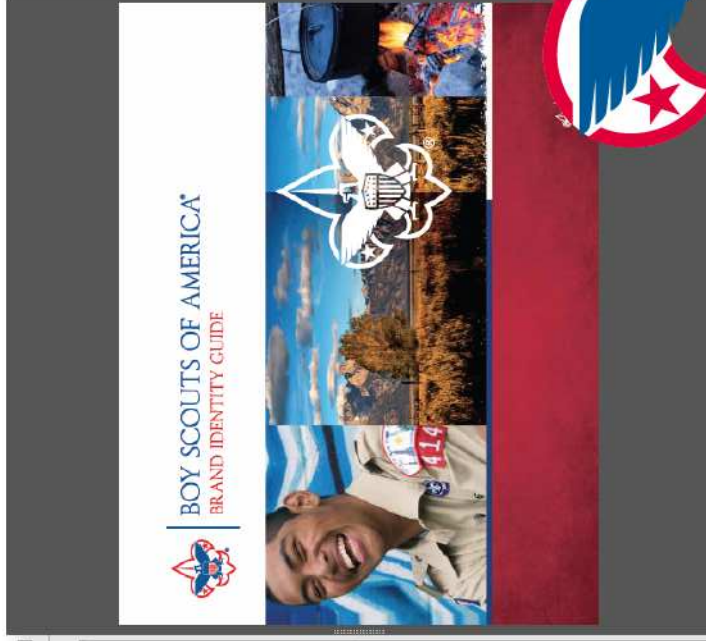
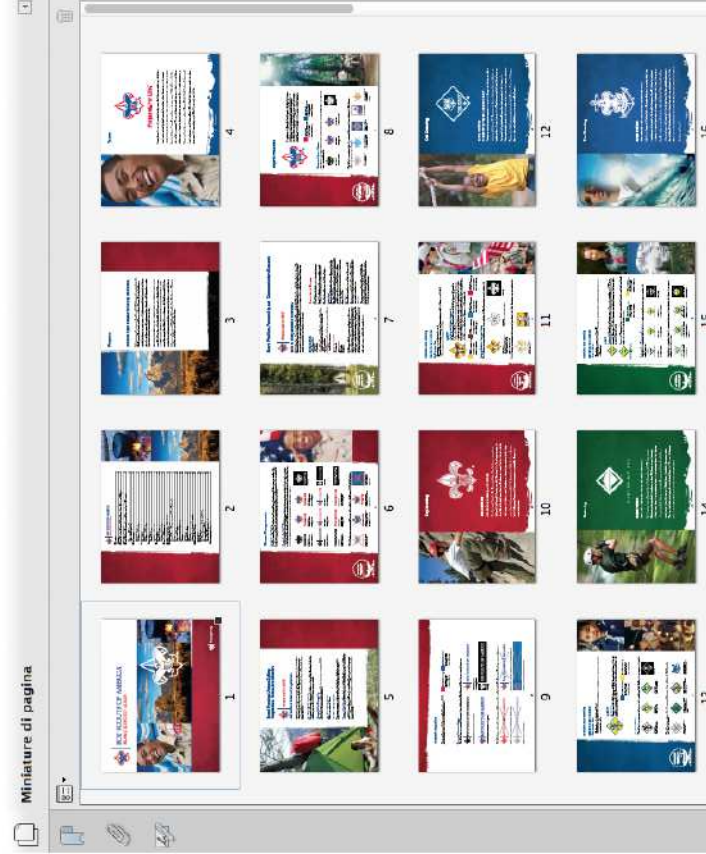
1 KNOW YOUR FONT FAMILIES! EVER HEARD OF GUTS?	Geometric Sans a	Humanist Sans a	Old Style a	Transitional a	Modern a	Slab Serifs a
2 COMBINE A SANS-SERIF FONT WITH A SERIF FONT.	Myriad Minion	AndrewGothic CASTELLAR	Ocean Sans Std Garamond	Segoe UI Lucida Fax	Futura Minion	Liberal Garamond
3 COMBINE A SERIF FONT WITH A SANS-SERIF FONT.	Minion Myriad	CASTELLAR AndrewGothic	Garamond Ocean SansStd	Lucida Fax Segoe UI	Minion Futura	Garamond Liberal
4 COMBINING TWO SIMILAR FONTS IS NOT COOL.	Minion Novelty	Garamond MT CASTELLAR	Garamond Times New Roman	Agency FB Liberal Gothic	Futura Franklin Gothic	Manillago Liberal
5 CONTRAST IS THE KEY.	Futura CASTELLAR	Liberal AndrewGothic	Myriad Ocean Sans Std	Novelty Advantage	OVERHAUL Angelina	GENEVA Futura
6 STICK TO TWO FONTS. ONLY GO FOR THREE IF YOU MUST.	Monogly Arial Rounded Avalanche	MANDINO souvenir li Arial	GENEVA Advantage Ocean Sans Std	Novelty CASTELLAR Time Roman	AKKA colonna MT dalis	Akka BEEVILLE Crossland
7 DON'T MIX DIFFERENT MOODS.	MANDINO MANDINO GENEVA	AKAZAKI mandarin HUMANISM 24 LETTERS	Black Chaucer MAZUR Garamond Light	AFRICAN ARKIT CLASSIC	FILLEID MECHANICAL ENCLOSURE	Amphibia MINION MANIFESTOS
8 COMBINE FONTS OF COMPLEMENTARY MOODS AND OF SIMILAR TIME ERAS.	Black Chaucer Angel	Amaze fools	ANDIS Bougan	Borealis calibri	GENEVA BLACK CHAUCER	Coronet TREBUCKET
9 USE DIFFERENT WEIGHTS OF FONTS IN THE SAME FAMILY.	Minion Garamond	Myriad Futura	GENEVA DALLAS	November light	Valken VAGROUND	TRAJAN Syllam
10 AND LASTLY, PLEASE AVOID THE FOLLOWING FONTS...	Comic Sans	Papyrus	Calibri	Viner	Kristen	Symbol

10 commandments of typography :) www.designmantic.com

REGOLE PER USARE I COLORI

1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

10 commandments of color theory ;) www.designmantic.com



PENSARE > CREARE > MANTENERE



@adrianoattus adriano.attus@gmail.com

GRAZIE PER L'ATTENZIONE



Adriano