



ANICA

Associazione Nazionale Industrie
Cinematografiche Audiovisive e Digitali

BRAND GUIDELINES

VERSIONE 1.0 / MARZO 2024



SOMMARIO

Chi siamo	4
Marchio	5
Colori	16
Tipografia	25
Stationery	28
Applicazioni	31



ASSOCIAZIONE NAZIONALE INDUSTRIE CINEMATOGRAFICHE AUDIOVISIVE E DIGITALI

CHI SIAMO



ANICA è l'Associazione Confindindustriale che rappresenta diverse categorie di imprese italiane della Filiera Cinematografica, Audiovisiva e Digitale.

Fondata il 10 luglio 1944, è deputata a stabilire relazioni con i maggiori Attori del sistema pubblico e privato per la valorizzazione generale del Settore. Nel sistema Confindustria, ANICA aderisce anche a Confindustria Cultura Italia. È inoltre membro permanente della FAPAV, Federazione per la Tutela delle Industrie dei Contenuti Audiovisivi e Multimediali.

ANICA discute e firma direttamente sei Contratti Collettivi Nazionali di Lavoro della Filiera Cineaudiovisiva (Cineaudiovisivo, Troupes, Doppiaggio, Interpreti e Attori/Attrici, Generici, Stuntmen) e si associa nella firma a un settimo (Settore Radiotelevisivo, a fianco di Confindustria RadioTv).

In qualità di rappresentante in Italia dell'Academy of Motion Picture Arts and Sciences, l'ANICA seleziona il candidato italiano all'Oscar per il Miglior Film Internazionale. L'Associazione è socio fondatore dell'Accademia del Cinema Italiano – Premi David di Donatello e della Fondazione ANICA Academy, scuola di formazione di base e di alta specializzazione nelle professioni del mondo Audiovisivo e Digitale.

Con l'obiettivo di sostenere l'internazionalizzazione delle imprese audiovisive italiane, dal 2017 ANICA, insieme ad APA – Associazione Produttori Audiovisivi, realizza il Mercato Internazionale Audiovisivo, divenuto un evento B2B di settore di grande rilievo nel panorama internazionale. Attraverso la società ANICA Servizi S.r.l., di cui è socio unico, ANICA è comproprietaria di Cinetel, realtà incaricata della rilevazione degli incassi delle sale cinematografiche.

In qualità di Associazione maggiormente rappresentativa del Settore Cine-audiovisivo, ANICA gestisce la ripartizione dei compensi da Copia Privata destinati ai produttori originari delle opere cinematografiche e loro aventi causa.

Nel giugno 2021, l'Associazione ha completato un percorso di revisione statutaria, che ha formalizzato la trasformazione della rappresentanza del Settore, nonché dei Mercati e delle Filiere di Produzione e Distribuzione Cine-Audiovisiva, ormai integrati, ampliando la propria base storica agli Operatori Nativi Digitali. Alle Unioni Costituenti, rappresentate da Produttori, Editori e Distributori Cinematografici e Imprese Tecniche, si sono affiancate tre nuove Unioni: Esportatori internazionali, Editori e Creators Digitali, Editori Media Audiovisivi. Cartoon Italia, l'Associazione Nazionale dei Produttori d'Animazione, si è confermata socio aderente.

STRUTTURA MARCHIO



COSTRUZIONE SEGNO



AREA DI RISPETTO



DIMENSIONI MINIME



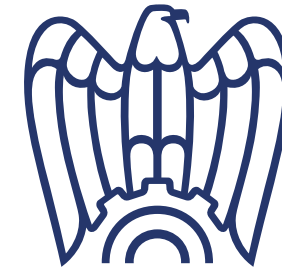
VERSIONE ORIZZONTALE



USI SCORRETTI



MARCHIO



La A e il triangolo equilatero si fondono nel modo più dinamico e suggestivo:
il logo sembra avere una profondità 3D anche nella sua versione 2D, grazie al design del nastro che la forma.

Il nastro è un'allusione contemporanea alla pellicola 70mm amata anche dai registi più moderni come Christopher Nolan; sembra in movimento ed evoca anche il volo di un'aquila che (anche se non raffigurata in modo didascalico) ci suggerisce continua ricerca ed esplorazione.

La perfetta forma triangolare che punta verso l'alto e verso l'orizzonte ci parla anche di nuovi traguardi, di sfide da intraprendere, di strade da percorrere insieme.

STRUTTURA MARCHIO

Il marchio ANICA, illustrato a fianco nella sua composizione principale, è composto da due parti: segno e logotipo.

La tipografia scelta, è rimasta la stessa del marchio precedente, in continuità con le forme nette e spigolose del segno.



VERSIONE ORIZZONTALE

Il marchio ANICA, illustrato a fianco nella sua composizione principale, è composto da due parti: segno e logotipo.

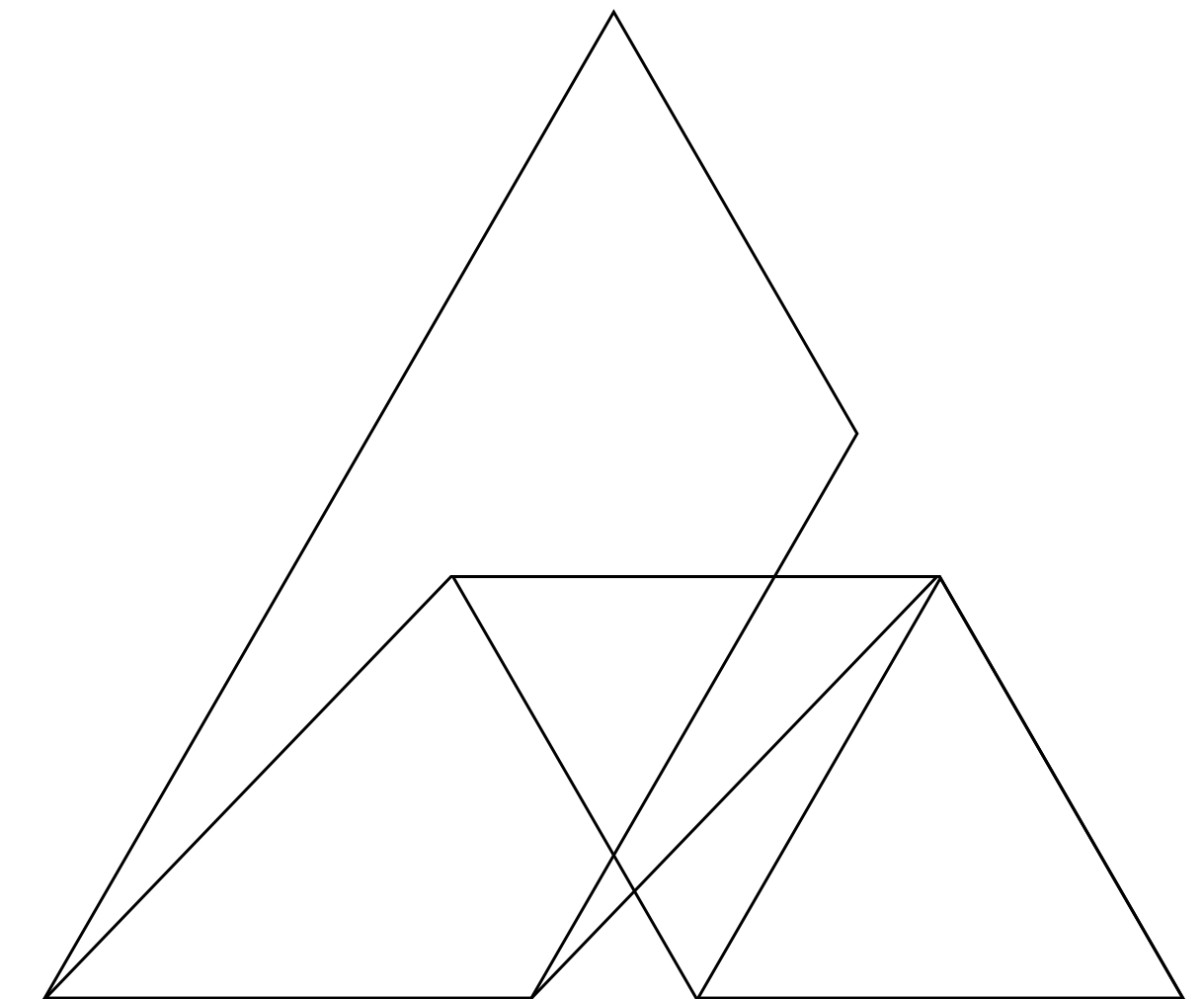
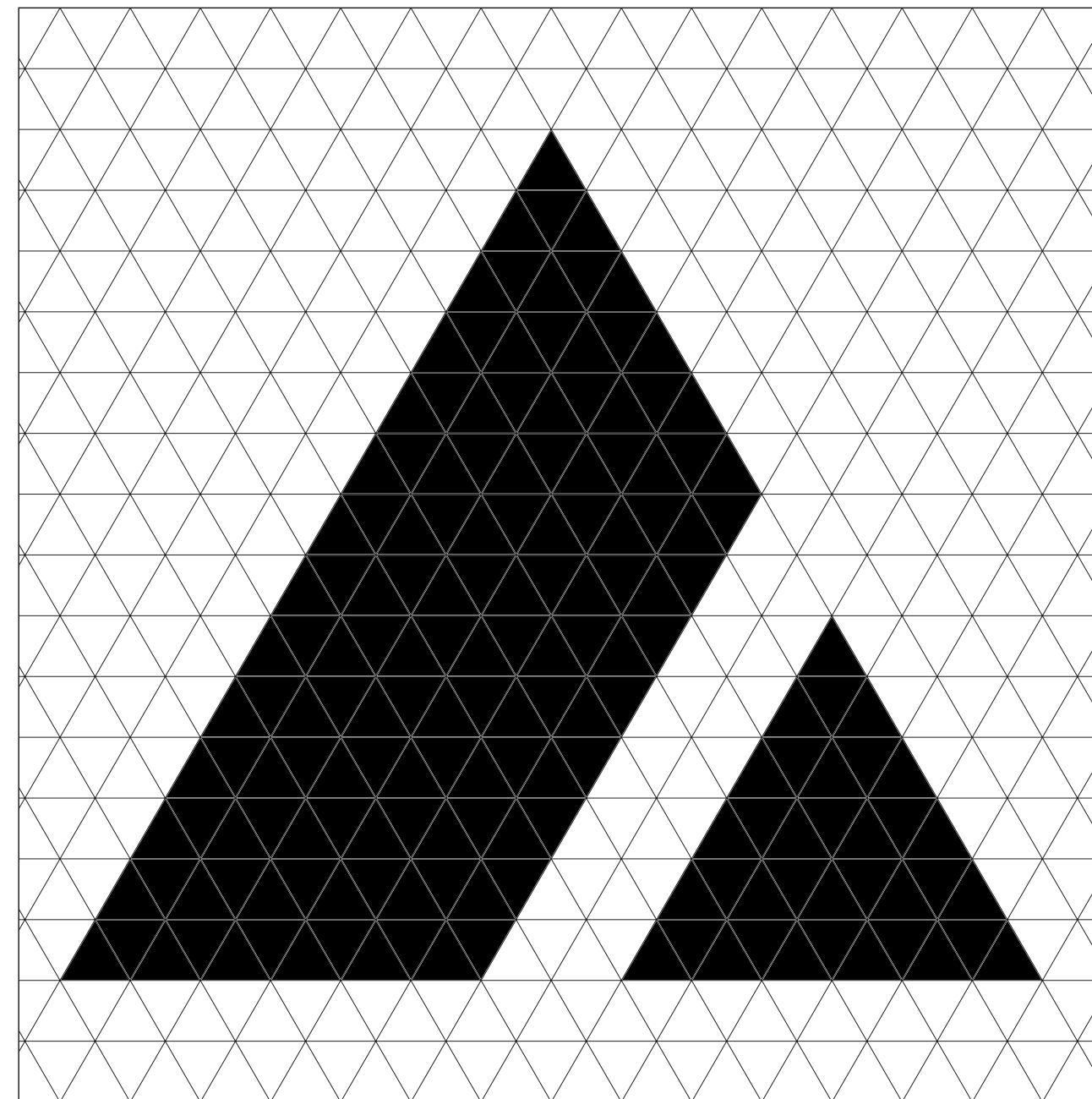
Nella versione orizzontale segno e logotipo sono affiancati come in figura.



COSTRUZIONE SEGNO

Il segno ANICA è costruito partendo da una griglia di triangoli equilateri. Le due forme disegnate sulla griglia hanno una base di 6 unità. La prima forma, che chiameremo "banda", si estende in diagonale per 14 unità. la seconda forma, "triangolo", ha i 3 lati uguali di sei unità.

Per costruire le tessere posteriori si parte duplicando e ruotando il "triangolo" di 180° generando "triangolo2", si affiancano poi i due triangoli facendo combaciare cateto SX di "triangolo" e cateto dx di "triangolo2". Per l'ultima tessera basta unire la base di "triangolo2" con la base di "banda".



PROPORZIONI COSTRUZIONE SEGNO

Nella versione verticale il logotipo ha una larghezza pari all'altezza totale del segno + spaziatura + logotipo (la spaziatura viene trattata nella pagina seguente).

Nella versione orizzontale il logotipo ha una larghezza doppia rispetto all'altezza del segno (la spaziatura viene trattata nella pagina seguente).



PROPORZIONI COSTRUZIONE SEGNO

La spaziatura tra segno e logotipo è una unità calcolata in $1/4,5$ dell'altezza del segno, la spaziatura tra logotipo e denominazione estesa è di mezza unità.



PROPORZIONI COSTRUZIONE SEGNO

La denominazione estesa centrata sotto logotipo e alla sua larghezza giusta la C deve essere tangente alla linea taglia in due il segno dell'aquila.



Associazione Nazionale Industrie
Cinematografiche Audiovisive e Digitali

LOGO NON ISTITUZIONALE

Negli utilizzi NON istituzionali il logo può essere utilizzato nella versione senza aquila, come da esempio a fianco.



ANICA

Associazione Nazionale Industrie
Cinematografiche Audiovisive e Digitali



ANICA

Associazione Nazionale Industrie
Cinematografiche Audiovisive e Digitali

AREA DI RISPETTO

L'area di rispetto è la superficie in prossimità del marchio che non deve essere invasa con testi, immagini o altri elementi grafici, al fine di tutelare il marchio e mantenere la sua leggibilità e riconoscibilità.

L'area di rispetto di ANICA è pari alla larghezza del monogramma dell'aquila presente nel logo.



Esempio corretto



Esempio scorretto



AREA DI RISPETTO VERSIONE ORIZZONTALE

Nella versione orizzontale segno e logotipo sono affiancati come in figura.



Esempio corretto



Esempio scorretto



DIMENSIONI MINIME

La dimensione minima consigliata è la dimensione minima in cui è consigliabile riprodurre il marchio.

La dimensione minima consentita è la più piccola dimensione in cui è possibile riprodurre il marchio.

Al di sotto di tali misure non viene garantita la riconoscibilità e la leggibilità di tutti i suoi elementi compositivi.

NB. La resa del Marchio deve sempre essere verificata in fase di stampa.

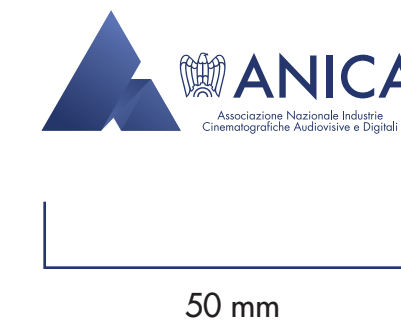
CONFIGURAZIONE PRINCIPALE



CONFIGURAZIONE SECONDARIA



CONFIGURAZIONE LOGO ORIZZONTALE



USI SCORRETTI

01. Non modificare i colori del marchio.
02. Non invertire o modificare la disposizione degli elementi.
03. Non ruotare il marchio.
04. Non distorcere il marchio.
05. Non modificare o sostituire la tipografia del logotipo.
06. Non applicare effetti, ombre o outline al marchio.



ICONA

Le simulazioni su icona sono utili per avere un'idea della possibilità di utilizzo del logo come icona al applicazione scaricabile su mobile o come favicon.



COLORI ISTITUZIONALI



GRADIENTE



VERSIONE COLORI



VERSIONE MONOCROMATICA



COLORI



BLU ANICA

BIANCO ANICA

ORO ANICA

ARGENTO ANICA

CMYK 98 - 89 - 29 - 19 [→](#)

CMYK 00 - 00 - 00 - 00 [→](#)

CMYK 43 - 40 - 68 - 28 [→](#)

CMYK 47 - 36 - 35 - 15 [→](#)

RGB 40 - 49 - 100 [→](#)

RGB 255 - 255 - 255 [→](#)

RGB 132 - 118 - 79 [→](#)

RGB 138 - 140 - 143 [→](#)

HEX #283164 [→](#)

HEX #F15C24 [→](#)

HEX #84764F [→](#)

HEX #8A8C8F [→](#)

COLORI ISTITUZIONALI

Color Palette

La palette cromatica istituzionale indicata nelle varie scale colore, CMYK, Pantone Coated e Uncoated, RGB è formata dai tre colori del marchio: verde ASSTRA, arancione ASSTRA e blu ASSTRA.

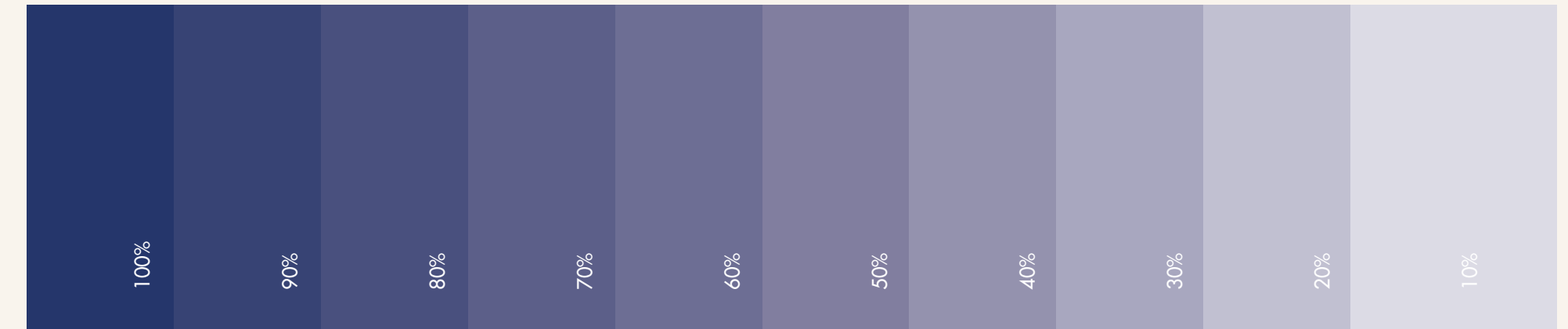
I colori scelti con il restyling del marchio prendono origine dalla versione precedente, con l'aggiunta del verde che ha come obiettivo quello di trasmettere l'idea di sostenibilità e rispetto ambientale.

BLU ANICA

CMYK 98 - 89 - 29 - 19

RGB 40 - 49 - 100

HEX #283164

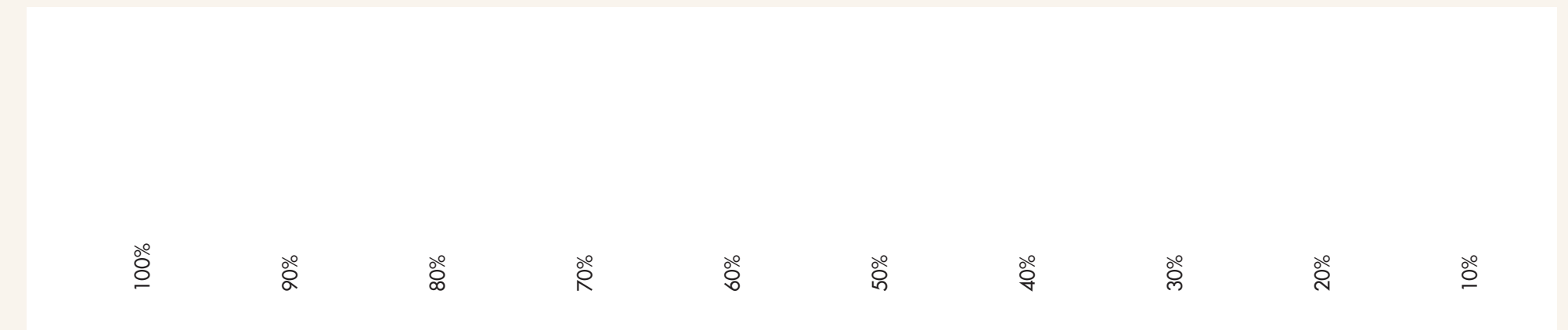


BIANCO ANICA

CMYK 00 - 00 - 00 - 00

RGB 255 - 255 - 255

HEX #F15C24



ORO ANICA

CMYK 43 - 40 - 68 - 28

RGB 132 - 118 - 79

HEX #84764F



ARGENTO ANICA

CMYK 47 - 36 - 35 - 15

RGB 138 - 140 - 143

HEX #8A8C8F



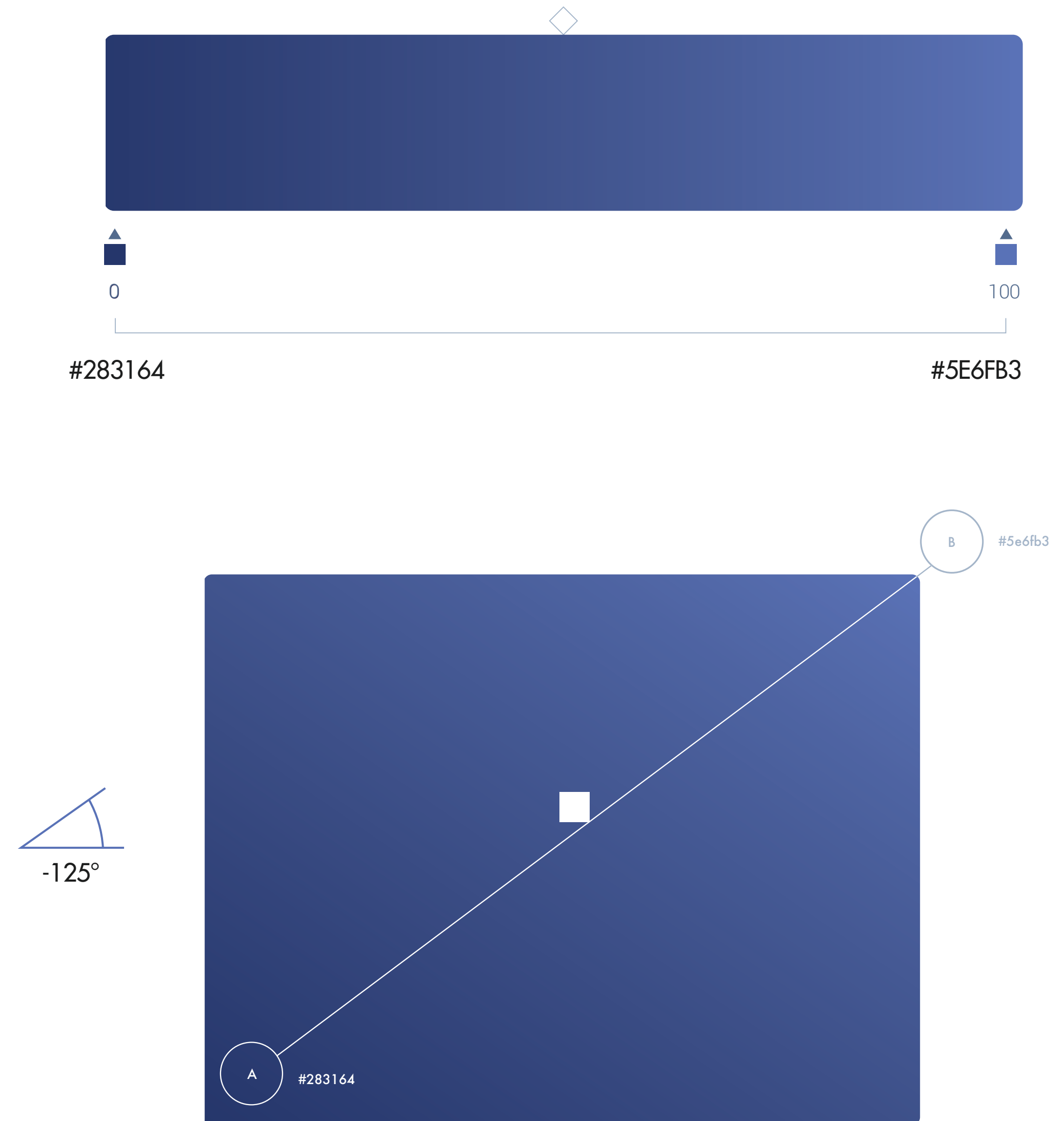
GRADIENTE

Color Palette

Il logo primario prevede l'utilizzo di un gradiente lineare dal punto A al punto B. Con il nostro gradiente di colore diviso 50/50 e un'angolo di -125° .

Può essere utilizzato come accento nel design per contribuire a creare interesse visivo e attirare l'attenzione su elementi importanti.

Non dovrebbe essere utilizzato pesantemente in blocchi enormi del progetto.



VERSIONI COLORE DEL MARCHIO

Il marchio, composto dal logotipo ANICA unito al segno, vive prevalentemente a colori su fondi bianchi.

È possibile anche l'uso in negativo, preferibilmente su fondi neri o colori primari ANICA.

Positivo



Associazione Nazionale Industrie
Cinematografiche Audiovisive e Digitali



Associazione Nazionale Industrie
Cinematografiche Audiovisive e Digitali



Associazione Nazionale Industrie
Cinematografiche Audiovisive e Digitali

Negativo



Associazione Nazionale Industrie
Cinematografiche Audiovisive e Digitali



Associazione Nazionale Industrie
Cinematografiche Audiovisive e Digitali



Associazione Nazionale Industrie
Cinematografiche Audiovisive e Digitali

VERSIONI MONOCROMATICHE DEL MARCHIO

Il marchio, composto dal logotipo ANICA unito al segno, vive prevalentemente a colori su fondi bianchi.

È possibile anche l'uso in negativo, preferibilmente su fondi neri o blu ANICA.

Positivo



Negativo



USO SU FONDI COLORE

Il logo può essere utilizzato su fondi colore omogenei o su gradienti, che non ne compromettano la corretta leggibilità.

È necessario adottare la versione più appropriata in relazione al rapporto che si viene a creare con il colore di fondo:

- su fondi chiari si suggerisce l'uso della versione a colori positiva;

- su fondi di media intensità è possibile scegliere di utilizzare la versione monocromatica bianca o nera in relazione al contrasto che si crea con il colore di fondo;

- su fondi scuri si suggerisce l'uso della versione monocromatica bianca o negativa.

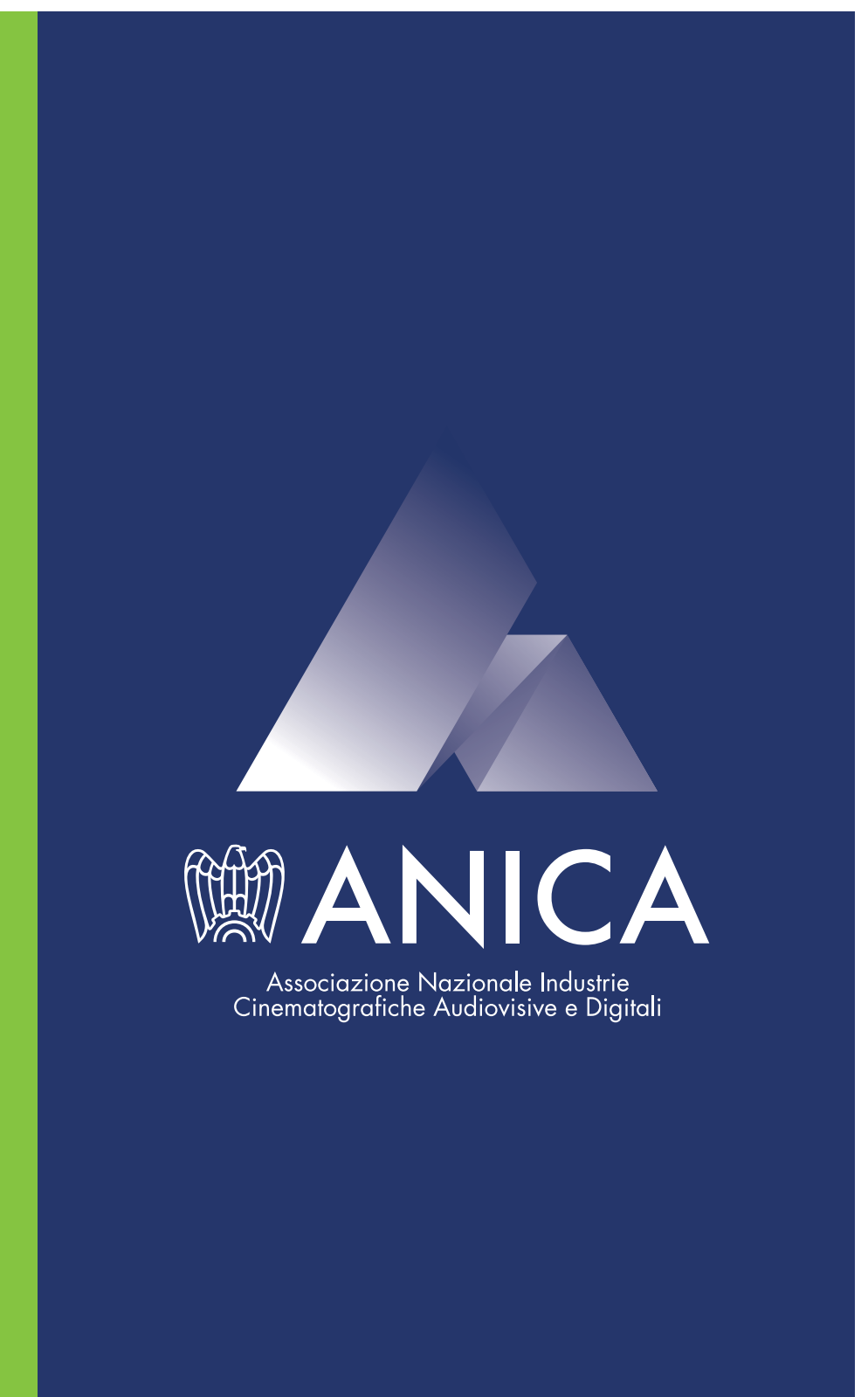
Fondi chiari



Fondi media intensità



Fondi scuri



USO SU FOTOGRAFIE

La selezione delle immagini è un asset cruciale all'interno della strategia di comunicazione.

Per valorizzare il logo le immagini devono essere di alta qualità, sia per quanto riguarda il soggetto rappresentato che per le caratteristiche tecniche.

Evitare di applicare il logo su aree complesse e prediligere sempre la pulizia visiva e formale.

È sempre sconsigliato l'uso del logo su immagini troppo articolate e/o caotiche.

Fondi chiari



Fondi media intensità



Fondi scuri



USO SU FOTOGRAFIE

La selezione delle immagini è un asset cruciale all'interno della strategia di comunicazione.

Per valorizzare il logo le immagini devono essere di alta qualità, sia per quanto riguarda il soggetto rappresentato che per le caratteristiche tecniche.

Evitare di applicare il logo su aree complesse e prediligere sempre la pulizia visiva e formale.

È sempre sconsigliato l'uso del logo su immagini troppo articolate e/o caotiche.

Fondi chiari



Fondi media intensità



Fondi scuri



FONT PRIMARIO



FONT SECONDARIO



FONT FAMILY



TIPOGRAFIA

TIPOGRAFIA

La tipografia è stata mantenuta la stessa del precedente logo.

Il Futura è un carattere di tipo lineare che deriva da caratteristiche proprie della progettazione del Bauhaus, quali equilibrio compositivo e costruttivismo.

Aa

01.
Primaria

Nn

02.
Secondaria

Futura LT Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
?!+(.,)@\$()~!

Tutte le news

Futura LT Bold

**abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
?!+(.,)@\$()~!**

SCOPRI DI PIÙ

TIPOGRAFIA

La tipografia è stata mantenuta la stessa del precedente logo.

Il Futura è un carattere di tipo lineare che deriva da caratteristiche proprie della progettazione del Bauhaus, quali equilibrio compositivo e costruttivismo.

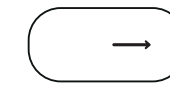
FUTURA LT FONT FAMILY

Light



abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789
 ?!+(.,)@\$()~!

Regular



abcdefghijklmnopqrstuvwxy
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 0123456789
 ?!+(.,)@\$()~!

Bold



abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
?!+(.,)@\$()~!

Heavy



abcdefghijklmnopqrstuvwxy
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789
?!+(.,)@\$()~!

BIGLIETTO DA VISITA



CARTA INTESTATA



STATIONERY

BIGLIETTO DA VISITA

Formato 85 x 55mm

Nome e Cognome Futura Bold, 11pt, Blu Anica

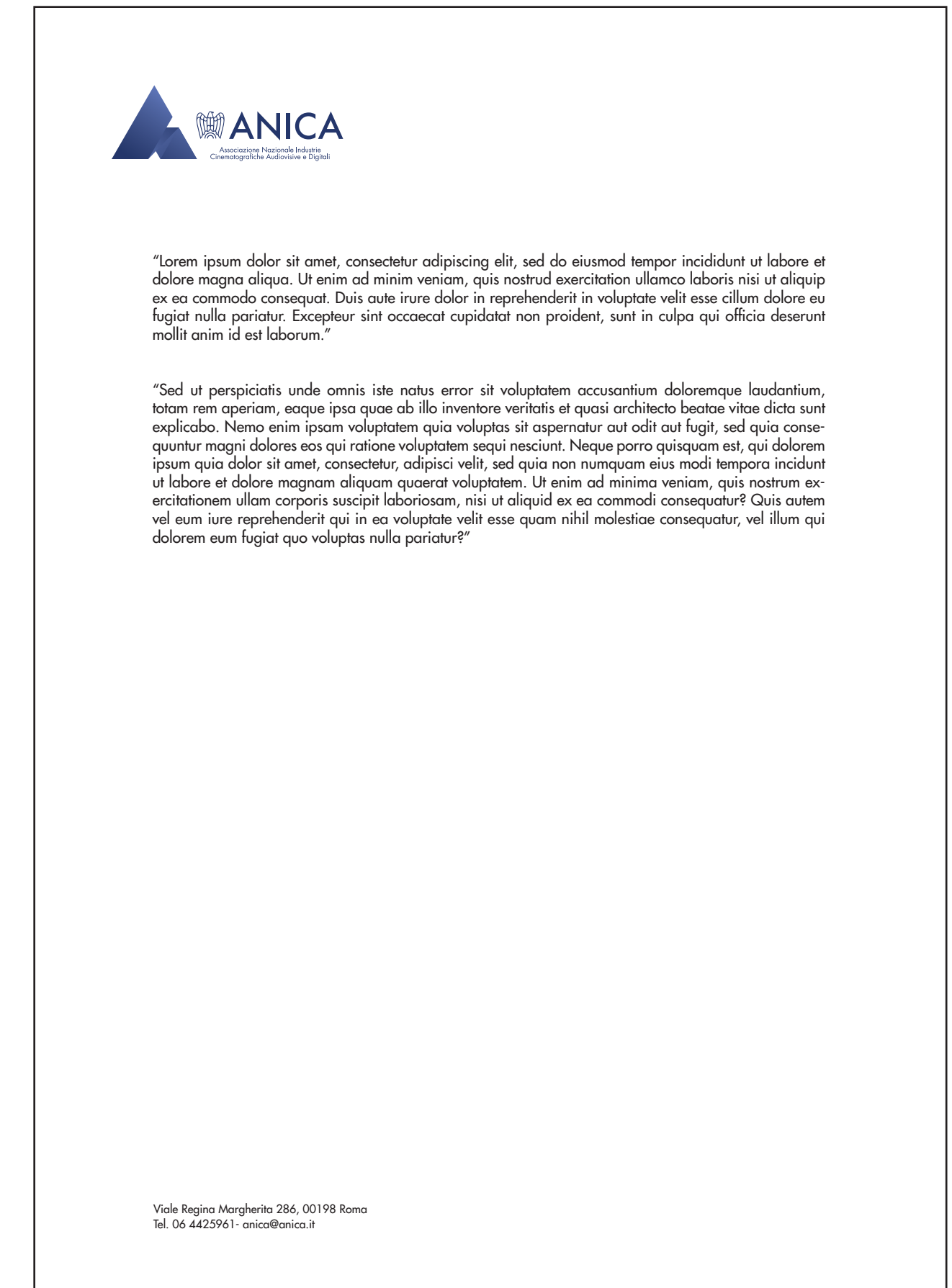
Carica Futura Regular, 7pt, Nero

Dati di contatto Futura Regular, 7pt, Nero

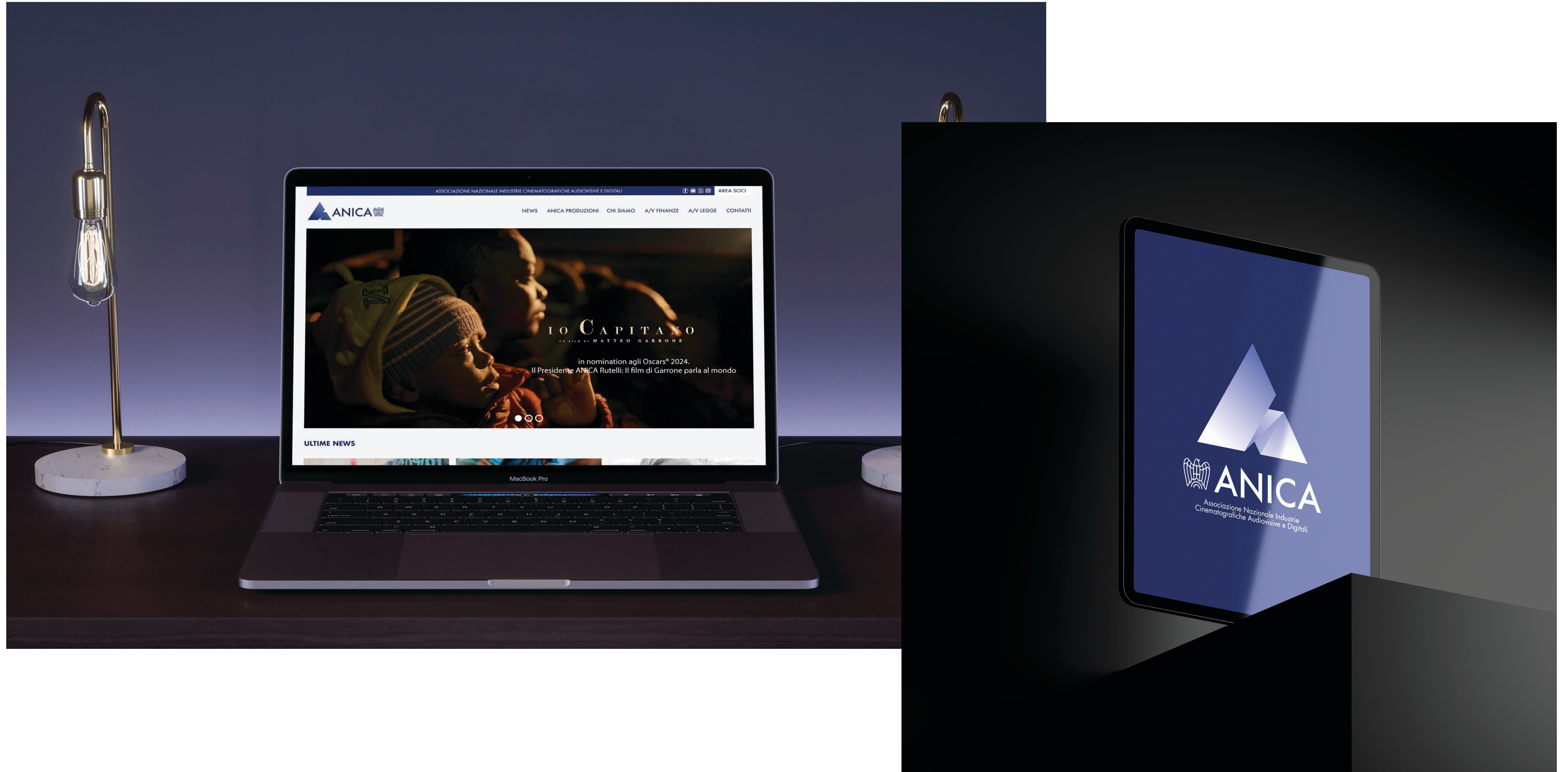


CARTA INTESATA

Formato	210 x 297mm	→
Corpo testo	Futura Regular, 11pt, Nero	→
Dati di contatto	Futura Regular, 9pt, Nero	→



APPLICAZIONI







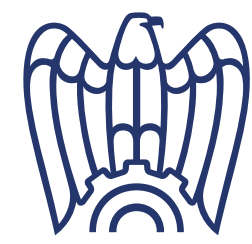












ANICA

Associazione Nazionale Industrie
Cinematografiche Audiovisive e Digitali