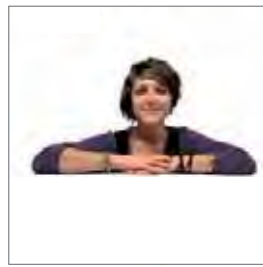


Un mondo di idee, un'idea di mondo.





Dall'alto in basso e da sinistra a destra: 1) sul set dello spot realizzato per "Parti col piede giusto", campagna Siscos per la sicurezza dei volontari all'estero; 2) sul set del film "Come un gatto in tangenziale" di Riccardo Milani, con Antonio Albanese e Paola Cortellesi (di cui abbiamo curato i materiali di scena); 3) dietro le quinte della campagna istituzionale di FSHD Italia con il testimonial Mario Tozzi; 4) Sala della Protomoteca in Campidoglio, apertura di Consumeeting 2013; 5) sul set dello spot per "La cittadinanza non ha età", campagna istituzionale di Auser; 6) allestimento del IX congresso nazionale di Auser; 7) l'ingresso del teatro Ambra Jovinelli con i manifesti e la piramide del marchio della Giornata Internazionale del Volontariato.





IDENTITÀ

Per una comunicazione funzionale e senza effetti collaterali.

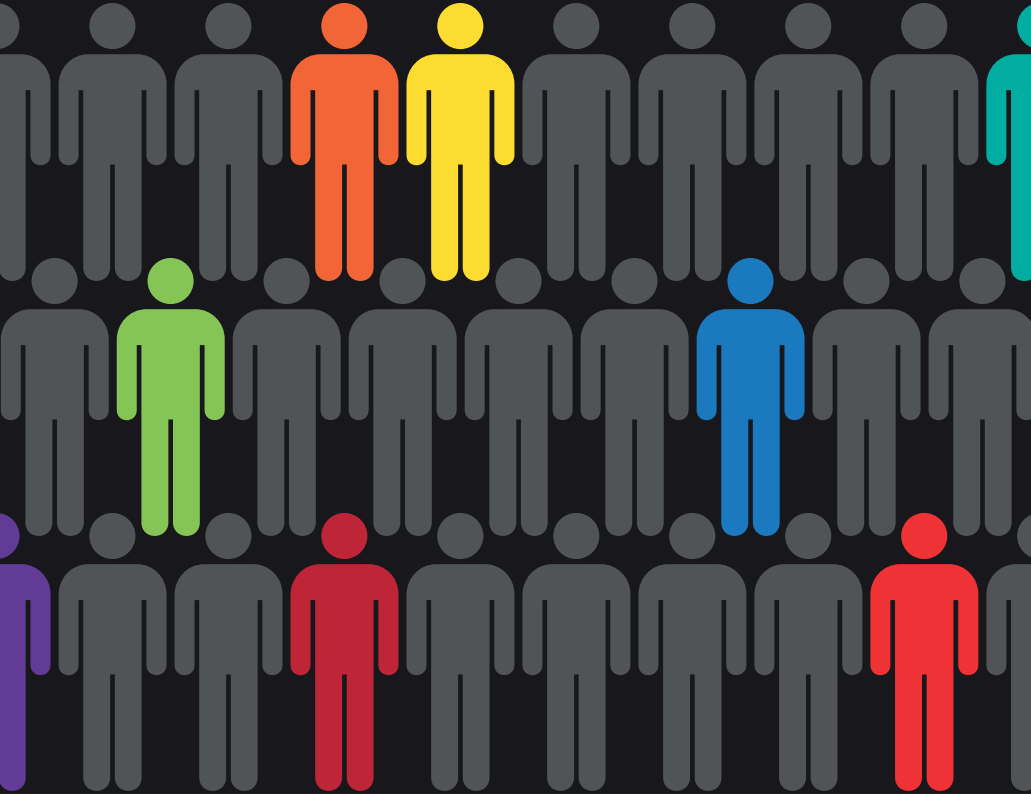
Lo Studio Idea Comunicazione nasce nel 2008 dall'incontro di alcuni professionisti che scelgono di unire passione e competenze per offrire efficaci strategie di comunicazione e relazioni pubbliche. Svolge attività di consulenza e progettazione sia per il profit che per il non profit, ma è "specializzato in terzo settore": ne conosce il linguaggio e le esigenze, ne studia limiti e potenzialità, cerca di ridurre i primi e ampliare le seconde, anche proponendosi come ponte verso il mondo profit. Crede in una comunicazione intesa non come "valore aggiunto", ma come elemento strategico per lo sviluppo di un organismo.



SERVIZI

La cosa più pericolosa da fare è rimanere immobili.
William Burroughs

Le attività di Idea Comunicazione ruotano tutte intorno al concetto fondamentale di **identità**, snodo centrale della mappa dei servizi del network, e a quello di **reputazione**. Idea Comunicazione, attraverso un costante dialogo con il cliente, definisce volta per volta l'itinerario giusto, accompagnando l'impresa nel suo sviluppo e nel consolidamento della sua immagine.



NETWORK

Un gruppo di persone che condivide un obiettivo comune può raggiungere l'impossibile. (Anonimo)

Il mercato attuale non può prescindere da un approccio multidisciplinare, in cui la domanda incontra un'offerta di competenze integrate e interprofessionali.

Idea Comunicazione, consapevole di questa esigenza e sulla base di una lunga esperienza di lavoro in rete, nel 2016 crea il suo Network.

Un gruppo di professionisti socialmente responsabili, accomunati dal rifiuto della logica del fai-da-te, che riesce a offrire al committente le migliori risorse disponibili, garantendo il massimo della qualità e il massimo della sostenibilità.

STUDIO

Alfonso Marzano
(Co-fondatore)
Direttore creativo

Nino Santomartino
(Co-fondatore)
Direttore creativo

Isabella Manciola
(Partner)
Art director

Claudio Di Gregorio
(Partner)
Account

NETWORK

Marco Binotto
Sociologo della comunicazione

Fabio Ceseri
Web content management

Salvatore De Mola
Sceneggiatore

Arianna De Nittis
Illustratrice

Carlo Di Giugno
Webmaster

Francesco Faralli
Regista

Tiziana Liberotti
Scenografa

Marco Martelli
Direttore della fotografia

Carlo Marzovillo
Grafico editoriale

Mauro Moretti
Illustratore

Francesco Talarico
Videomaker

Chiara Tuscano
Media strategist

PARTNERSHIP





ATTIVITÀ PRINCIPALI



MARCHI E IDENTITÀ VISIVE

Sulla scorta di autorevoli teorie, lo Studio è andato man mano sostituendo al vecchio sistema di immagine coordinata il nuovo concetto di "identità visiva", di cui ha creato un modello – diffusamente analizzato nel "Manuale dell'identità visiva per le Organizzazioni non profit" – che oggi mette in pratica regolarmente. Snello, sostenibile, duttile, il Progetto di Identità Visiva dota ogni soggetto degli strumenti basilari (dal marchio ai caratteri e ai colori sociali) per comunicare la propria identità in ogni contesto e su ogni supporto: dal digitale al cartaceo, dai social media ai video.



CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE

Che si tratti di diffondere o rafforzare l'immagine di un'impresa (profit o non profit), o promuovere un prodotto/servizio/evento, le campagne di comunicazione sono lo strumento fondamentale a disposizione della coppia agenzia/committente.

Il nostro Studio è in grado di soddisfare ogni necessità grazie a un'analisi rigorosa delle caratteristiche del committente, a una buona dose di creatività e a una completa professionalità, garantita da partner di alto livello. In particolare, le nostre "punte di diamante" sono due:

- le campagne social e il webmarketing
- gli spot e la produzione video in generale.



SERVIZI EDITORIALI

Anche la parola editoria è andata man mano ampliando il suo significato originario di "industria del libro", fino a comprendere tutta una serie di prodotti e contenuti molto diversificati: da quelli cartacei ai multimediali, all'editoria digitale, compresi e-reader e dispositivi mobili in genere.

Indipendentemente dal tipo di supporto e dalla natura del prodotto (libro, periodico, ecc.), Idea Comunicazione può offrire un'alta qualità anche in quest'ambito, dalla progettazione alla parte più tecnica.

clienti: Forum Terzo Settore; AUSER; FQTS; SISCOS; Ong ARCS; Istituto Italiano della Donazione; UILDM - Unione Italiana Lotta alla Distrofia Muscolare; Consumers' Forum; AOI; FSHD Italia Onlus; Gli amici di Eleonora Onlus; Ong PRO.DO.C.S.; Ong AUCL; Ong CPS; Nesmos Sapienza Università di Roma; Focsiv; Pontificia Università San Tommaso d'Aquino - Angelicum; Sinistro; Festival Pietre che cantano; Premio Sinestesie...

NON HO L'ETÀ PER ESSERE INDIFFERENTE.



Consiglia agli anziani, ai miei amici anziani, a quelli come me, a noi stessi, di stare dentro la vita, stare dentro anche alla vita politica: pesare, contare, parlare. Comunicare. Non chiudersi dentro casa, cercare di uscire.

Pietro Ingrao
(dall'intervista rilasciata all'Auser nel 2005)

Jane,
sostenitrice Auser

Tesseramento 2016

www.auser.it


Associazione per l'invecchiamento attivo
Dona il tuo 5 per mille - c.f. 97321610582



SINESTESIE 2010

il senso sospeso

L'AQUILA, 12 GIUGNO - 3 LUGLIO 2010
CONSERVATORIO DI MUSICA "A. CASSELLA", VIA FRANCESCO SAVINI
ORARIO: DAL LUNEDÌ AL SABATO DALLE 9 ALLE 20 (INGRESSO LIBERO)
INAUGURAZIONE E PREMIAZIONE: SABATO 12 GIUGNO, ORE 18
INFO: 340.2752441 - WWW.PREMIO SINESTESIE.IT



OCCHIO NON VEDE CUORE NON DUOLE IL MONDO NON CAMBIA

L'HD Comunità Promozione e Sviluppo, tra gli altri progetti di cooperazione, attualmente avvia un formale percorso di classificazione, dalle materne all'università, a 160 giovani in Senegal, 100 in Congo e 56 in Perù.

Dal 1999 sono 853 i bambini che grazie alla generosità dei sostenitori della CPS hanno ricevuto una formazione scolastica e professionale.

Il sostegno a distanza aiuta il bambino nell'ambito della sua famiglia garantendogli cure mediche in caso di malattia e integrando la dieta del gruppo familiare con periodiche distribuzioni di razione.

Sostieni un bambino a distanza.

Contattaci • 081.8704180 • info@cps-ong.it • www.cps-ong.it



Piccoli gesti per cambiare il mondo.

Non sei mai piccolo se hai un grande sogno.

FSHD Italia è una piccola associazione con un obiettivo grande: contribuire a sconfiggere la distrofia muscolare facio-scapolo-omerale, la seconda forma più frequente di distrofia muscolare dell'età adulta. Ti va di darci una mano?



Seguici sui nostri canali:


fshtitalia.org
f / fshditaliaonlus
@FSHDItaliaOnlus
FSHDitalia



Foto: Tullio per FSHD Italia Onlus



VOLONTARIO, PRIMA PERSONA PLURALE.




con l'adesione del Presidente della Repubblica:
festival internazionale di musica
pietre che cantano

XII edizione / 1 - 20 agosto 2011
ore / l'aquila / fontecchio
bominaco / fione degli abruzzi

www.pietrechecantano.it

IO PENSO SOSTENIBILE



La cittadinanza
non ha età.



Associazione per l'invecchiamento attivo
www.auser.it



FORUM FORUM scinet Canali

CAPACI DI INTENDERE
E DI VALERE.

Giornata Internazionale
del Volontariato
Roma, 5 dicembre 2011

Parti col piede giusto.
La buona cooperazione inizia dalla sicurezza.

SISCOS
#particolpiedegiusto
www.siscos.org

DIAMO
VITA
ALLE
IDEE

Forum Terzo Settore

KOBAL
MONTICHIOLI e ASSOCIATI
produttori Un Bioagricoli
Distribuzione in Chiaro, Corchiani

SIAMO FERMI SOLO NELLA VOLONTÀ
DI MUOVERCI.

Giornata Nazionale UILDM - 14-27 marzo 2016

Il diritto alla mobilità, la libertà di movimento, sono aspetti fondamentali della vita di ognuno. Per noi che siamo affetti da malattie neurodegenerative sono mesi da raggiungere, mesi di discussione dalle difficoltà che costellano il nostro cammino. Per superare molti ostacoli serve la determinazione, e questa non ti manca. Per gli altri occorre anche il tuo sostegno.

Supporta i progetti UILDM e contribuisci all'espansione di servizi assistenziali per il trasporto di persone con disabilità.

Presso i nostri banchetti, con un contributo minimo di 5 euro, riceverai la tavoletta di cioccolato UILDM.

Dono sul nostro sito oppure al numero **45508**

1 euro per chi non ha un'auto
5 euro per chi ha un'auto
10 euro per chi ha un'auto e un cane
15 euro per chi ha un'auto, un cane e un cavallo

www.ildm.org

CONSUMEETING 2013

Consumatori, imprese, istituzioni: idee a confronto
Roma, 15 e 16 ottobre 2013

CONSUMERS FORUM

2018

auser
La cittadinanza
non ha età



LE RETI DEL TERZO SETTORE

TERZO RAPPORTO



i libri del Forum

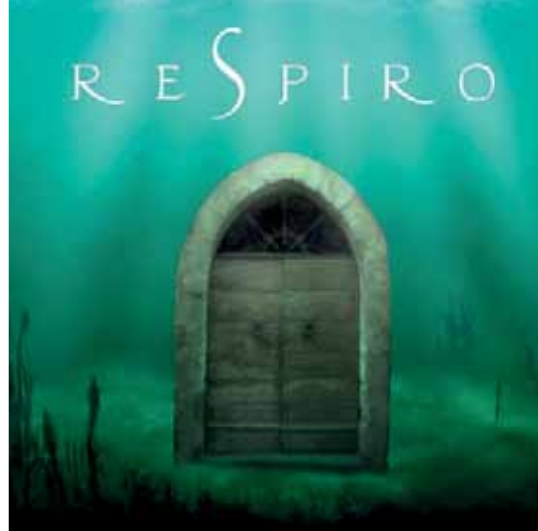


ABITARE E ANZIANI
informa

REVISTA DI INFORMAZIONI SUI PROBLEMI ABITATIVI DEGLI ANZIANI Numero 1/2016



ANZIANI, UNA RISORSA DA VALORIZZARE
**Proposta di legge
per l'Invecchiamento Attivo**



XIII festival internazionale di musica
pietre che cantano
musica e arte nei borghi storici aquilani



arcs
CULTURE SOCIALI

BILANCIO
SOCIALE
2014-2015

fq^{sud}

**Il benessere
equo e sostenibile
dal punto di vista
delle persone**

A cura del
Laboratorio di Ricerca Intervento



Quaderni di Laboratorio

BILANCIO
SOCIALE
SULLE ATTIVITÀ
AUSER



CONOSCERCI
PER FARCI
CONOSCERE

auser

SUGGERIMENTI

per la gestione dei **rischi** e la **sicurezza** degli operatori
delle organizzazioni di **cooperazione** e solidarietà internazionale



SISCO5





RICONOSCIMENTI

Openartaward - Premio speciale Comunicazione Sociale

Cliente: Auser

Campagna "La cittadinanza non ha età"

Premio Mediasstars - Categoria Tv e media - Special Star per l'Art direction

Cliente: Auser

Campagna "La cittadinanza non ha età"

Premio Nazionale Agorà d'Argento

Cliente: Forum Terzo Settore - Cons. Volontariato presso il Forum - ConVol - CSVnet

Campagna "Capaci di intendere e di vAlere"

Premio Nazionale Targa Pirella – Categoria Unconventional

Cliente: Forum Terzo Settore - Cons. Volontariato presso il Forum - ConVol - CSVnet

Campagna "Capaci di intendere e di vAlere"

Premio Nazionale Targa Pirella – Categoria Regioni

Cliente: Forum Terzo Settore - Cons. Volontariato presso il Forum - ConVol - CSVnet

Campagna "Capaci di intendere e di vAlere"

FORMAZIONE QUADRI TERZO SETTORE
E L'ASSESSORATO ALLE POLITICHE SOCIALI E PER LA FAMIGLIA E AI RAPPORTI ISTITUZIONALI - PROVINCIA DI ROMA
PRESENTANO

MANUALE DELL'IDENTITÀ VISIVA PER LE ORGANIZZAZIONI NON PROFIT

LOGO FAUSTO LUPETTI EDITORE

Un progetto dello Studio Idea Comunicazione in collaborazione con il Dipartimento di Comunicazione e Ricerca Sociale - Sapienza Università di Roma, con il patrocinio dell'Assessorato alle Politiche Sociali e per la Famiglia e ai Rapporti Istituzionali - Provincia di Roma, del Forum Nazionale del Terzo Settore e dell'Associazione Italiana Pubblicitari Professionisti - TP

SALA "PIPPINO IMPERATORE" - PALAZZO VALENTINI, PROVINCIA DI ROMA
30 MAGGIO 2014 ORE 17:30 - VIA IV NOVEMBRE N. 119/A ROMA



Un manuale per le organizzazioni no profit

DI PINO GRIMALDI



Pino Grimaldi si occupa da oltre trent'anni di Design strategico della comunicazione e di formazione. È socio Aiap, membro Beda (Bureau of European Design Associations) e

LA SIGLA Onlus, "da formalmente giuridica, diventa a mano a mano sistema di riconoscibilità e connotato identitario per molte associazioni", è quanto si ricorda Marco Binotto, (Università La Sapienza di Roma), co-autore del "Manuale dell'identità visiva per le organizzazioni non profit", scritto con Antonino Santomartino, (Studio Idea Comunicazione) e la collaborazione di Alfonso M. Marzano e Paola Panarese; interessante anche il breve paragrafo "Luoghi comuni del no profit", a cura di Luca Testuzzi, p.124, pubbli-



MANUALE
DELL'IDENTITÀ VISIVA
PER LE ORGANIZZAZIONI
NON PROFIT

pale per la quale è stato realizzato questo Manuale (felice anche nel titolo). Ma si tratta di una argomentazione per niente scontata e, tantomeno, acquisita.

Molte organizzazioni, infatti, fanno della loro "povertà" comunicativa elemento di orgoglio, ormai storicamente fuori luogo. Costruire l'identità visiva di una organizzazione, di qualunque natura essa sia, è una operazione che si colloca in quell'area blur che occupa lo spazio tra il design grafico e il marketing. Vale a dire che identità e immagine non sono

la Missione o, ancora meglio, perché il nome (di qui la necessità di un accurato naming) mi spiega e chiarisce di cosa si occupa. Anche questa sembra una ovvia, ma si pensi a quanti nomi oscuri, ancorché immaginifici, caratterizzano le organizzazioni senza finalità di lucro, con una importante funzione sociale, ma con una dispersione di quel patrimonio di visibilità e notorietà che è effetto di una scarsa attenzione alla propria identità visiva e immagine.

Il volume indaga, appunto, queste due aree: quella intrin-



la Repubblica.it

Mondo Solidale

Home | Pubblico | Economia&Finanza | Sport | Spettacoli&Cultura | Motori | Viaggi | D-Republica

Repubblica TV | Reporter | RSera | Cronaca | Esteri | Scienze | Tecnologia | Ambiente | Scuola | Repubblica Foto

Sei in: [Repubblica](#) > [Mondo Solidale](#) > [Volontariato](#) > [Non profit e comunicazione d'impresa](#) ...

Non profit e comunicazione d'impresa Ancora la "strana coppia", meglio cambiare

Gli argomenti che riguardano le organizzazioni solidali senza scopo di lucro possono arrivare sui nostri principali veicoli di comunicazione solo dopo un adeguato trattamento di omogeneizzazione che li renda digeribili al pubblico, al riparo dalle durezze della realtà. C'è stato anche poco coraggio perché hanno