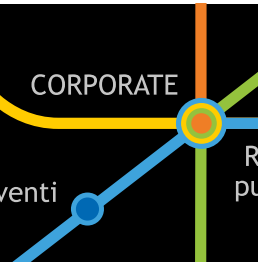
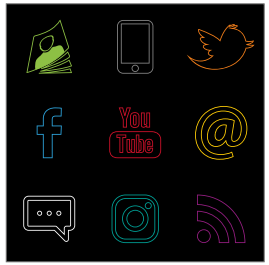
Un mondo di idee, un’idea di mondo.

Partnership
con il non profit
Immagine
coordinata
Hosting
Grafica
editoriale
CORPORATE
Relazioni
pubbliche
Promozioni
ed eventi
Campagne


CORPORATE
venti

AUSER
JEAN
DIRECTOR
CAMERA
PROD.
DATA


You
Tube

MANUALE
DELL' IDENTITÀ VISIVA
PER LE ORGANIZZAZIONI
NON PROFIT

Dall'alto in basso e da sinistra a destra: sul set dello spot realizzato per Fidas / 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) / dietro le quinte della campagna istituzionale di FSHD Italia con il testimonial Mario Tozzi / Sala della Protomoteca in Campidoglio, apertura di Consumeeting 2013 / sul set del cortometraggio realizzato per Auser sulle donne del '68 / allestimento del IX congresso nazionale di Auser / l'ingresso del teatro Ambra Jovinelli con i manifesti e la piramide del marchio della Giornata Internazionale del Volontariato.

IDENTITÀ

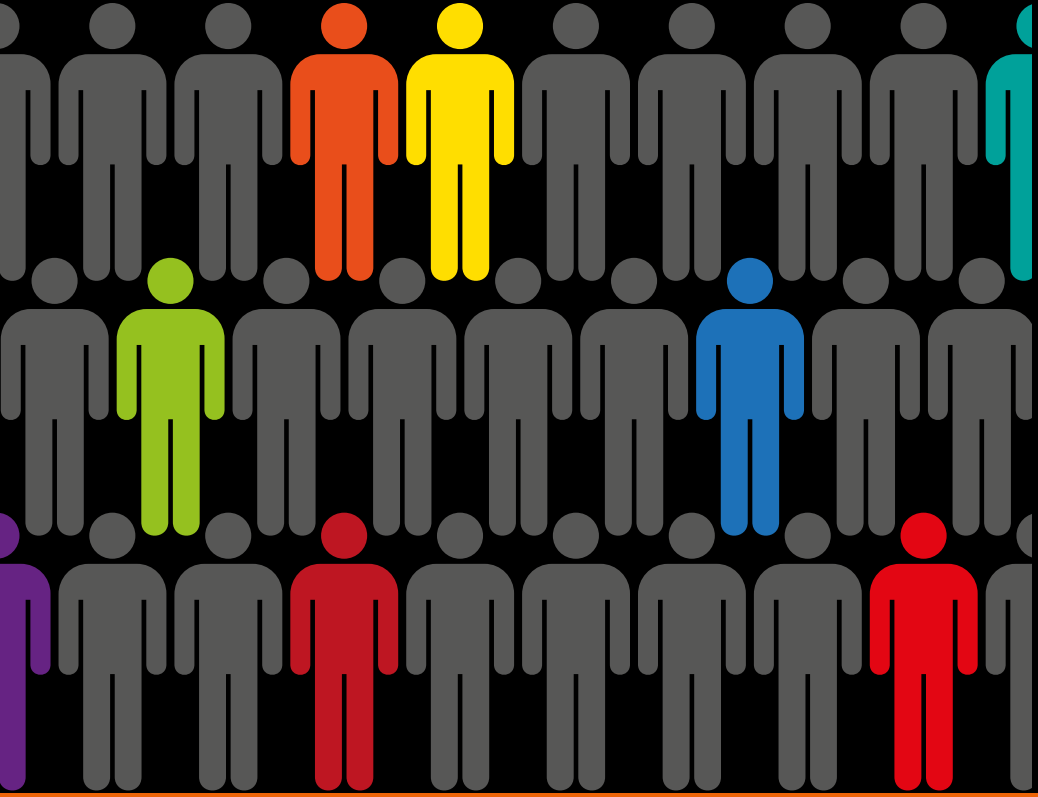
Per una comunicazione funzionale e senza effetti collaterali.

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. Nel 2017 diventa lo Studio associato Idea Comunicazione & Partners e crea un network con vari professionisti e società.
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 incontri 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 2017 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.

SOCI

Alfonso Marzano
Fondatore e direttore creativo

Nino Santomartino
Fondatore e direttore creativo

NETWORK

Marco Binotto
Sociologo della comunicazione

Massimiliano D'Affronto
Grafico editoriale

Salvatore De Mola
Sceneggiatore

Arianna De Nittis
Illustratrice

Tiziana Liberotti
Scenografa

Isabella Mancioli
Grafica

Marco Martelli
Direttore della fotografia

Carlo Marzovillo
Grafico editoriale

Mauro Moretti
Illustratore

Antonio Palumbo
Regista

Claudia Palmarucci
Illustratrice

Eran Penso
Videomaker

Pasquale Popolizio
Digital strategic planner

Francesco Talarico
Videomaker

Chiara Tuscano
Media strategist

PARTNERSHIP

8X8 CREATIVE STUDIO

fausto lupetti editore

ubu...
DIGITAL THINK TANK

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.

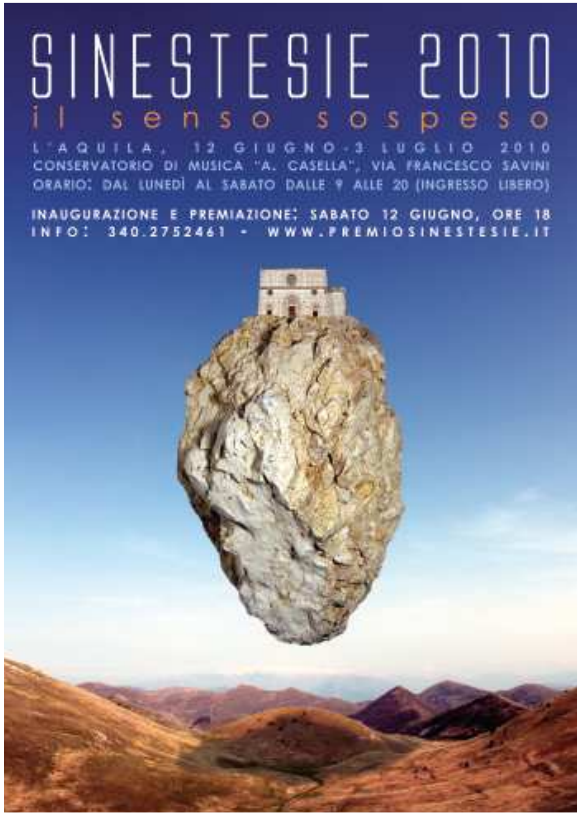
CAMPAGNE DI COMUNICAZIONE

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.

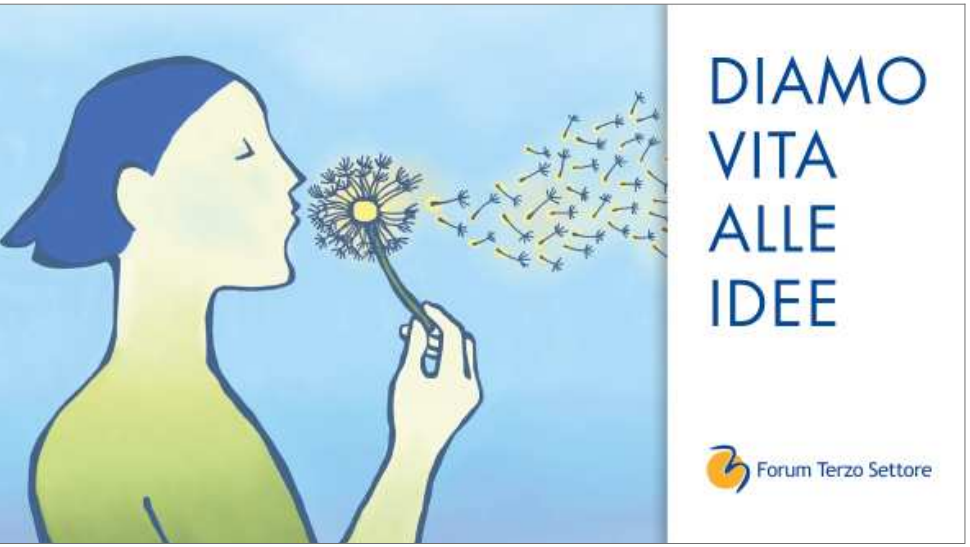
clienti: Forum Terzo Settore / AUSER / FQTS / SISCOS / Ong ARCS / FIDAS / Istituto Italiano della Donazione / UILDM - Unione Italiana Lotta alla Distrofia Muscolare / Consumers' Forum / AOI / FSHD Italia Onlus / Movimento Consumatori / Ong PRO.DO.C.S. / Ong Progettomondo MLAL / Ong AUCI / Ong CPS / Nesmos Sapienza Università di Roma / Focsiv / Pontificia Università San Tommaso d'Aquino - Angelicum / Associazione Si.Cura / Sinistro / Festival Pietre che cantano / Premio Sinestesie...

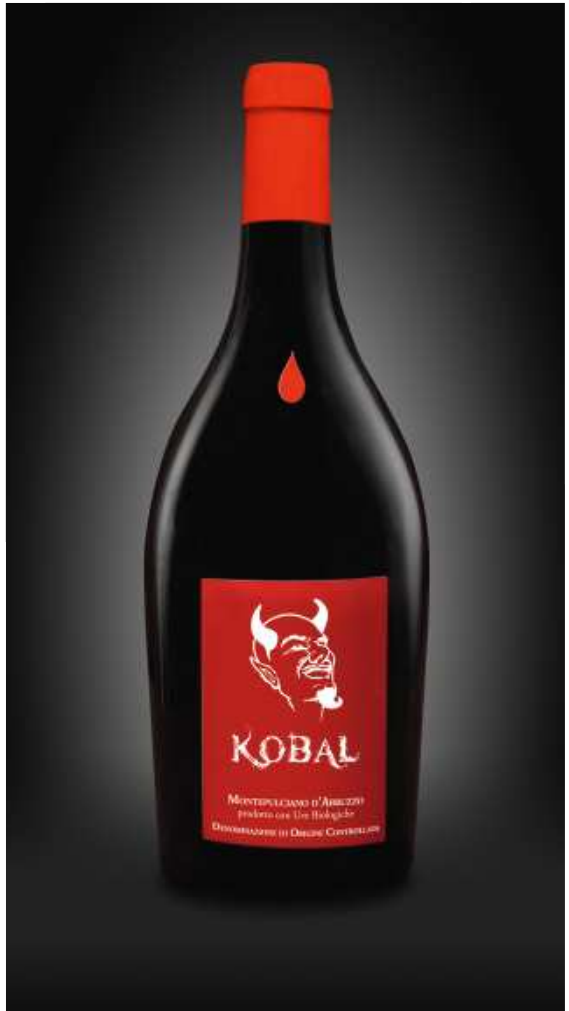


IL TEMPO DÀ VALORE
ALLE COSE,
UNA VITA ATTIVA DÀ VALORE
ALLE PERSONE.
auser
La cittadinanza non ha età

FORUM
FORUM
CSVnet
ConVol
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

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 neuromuscolari, sono mete da raggiungere, messe in discussione dalle difficoltà che costellano il nostro cammino. Per superare molti ostacoli serve la determinazione, e questa non ci manca. Per gli altri, occorre anche il tuo sostegno.
Sostieni i progetti UILDM o contribuisci all'acquisto di automezzi attrezzati per il trasporto di persone con disabilità.
Presso i nostri banchetti, con un contributo minimo di 6 euro, riceverai la tavoletta di cioccolata UILDM.
Dona sul nostro sito oppure al numero
45508
Al mare :-)
gennaio 2016
Vieni su www.uildm.org e scopri in quali piazze siamo presenti

CONSUMEETING 2013
Consumatori, imprese, istituzioni: idee a confronto
Roma, 15 e 16 ottobre 2013
CONSUMERS' FORUM

auser
2020

Forum Terzo Settore

Windam

Verbeni

WE LIKE SHARE CHANGE

GiV

FSHD ITALIA ONLUS

SOCIOCOM
Master in Comunicazione Sociale

PRODOCS

SINISTRO

GIORNO DEL DONO

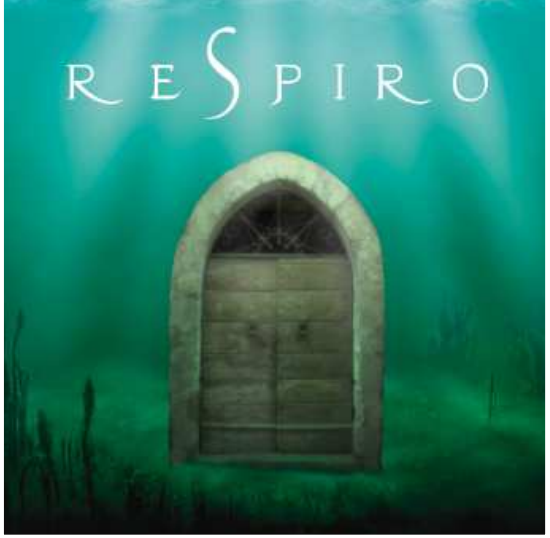
EQUIS 2020

ARCHEOGUSTO

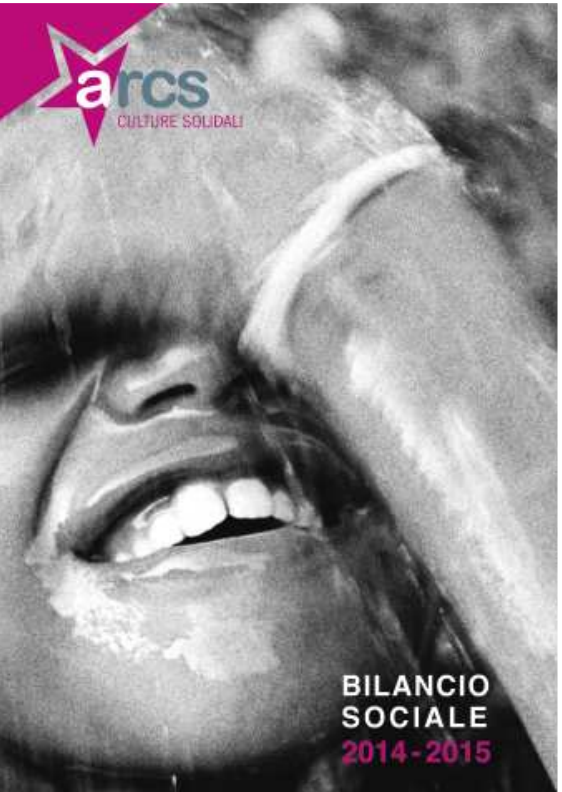
AOI

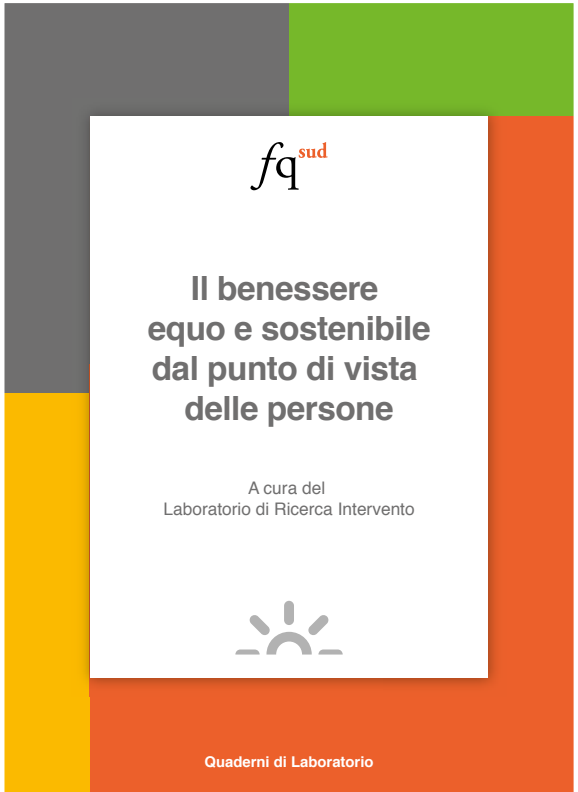
Francesca Piana
VISA & TRAVEL SPECIALIST

DOREDA



Dall'alto in basso e da sinistra a destra: collane editoriali per Forum Naz. del Terzo Settore e per FQTS / copertina cd band Respiro / copertina catalogo per Premio Sinestesie 2014 / copertina Bilancio sociale ARCS / coperrtina libro FQTS / copertina bilancio sociale Auser / copertina pubblicazione Siscos - Unità di Crisi MAE





RICONOSCIMENTI

2020 - Premio Nazionale Agorà d'Oro - Categoria Campagne sociali
Cliente: Auser - Campagna "Valore: inestimabile"

2020 - Premio Mediastars - Tv e cinema - Primo Classificato Categoria Non Profit
Cliente: Auser - Campagna "Valore: inestimabile"

2020 - Premio Mediastars - Tv e cinema - Special Star per l'Art direction
Cliente: Auser - Campagna "Valore: inestimabile"

2020 - Premio Mediastars - Tv e cinema - Special Star Editing
Cliente: Fidas - Campagna "Metti in circolo l'energia"

2019 - Openartaward - Targa Argento Non Profit
Cliente: Auser - Campagna "Valore: inestimabile"

2016 - Premio Mediastars - Tv e media - Special Star per l'Art direction
Cliente: Auser - Campagna "La cittadinanza non ha età"

2016 - Openartaward - Premio speciale Comunicazione Sociale
Cliente: Auser - Campagna "La cittadinanza non ha età"

2012 - Premio Nazionale Agorà d'Argento
Cliente: Forum Terzo Settore - Cons. Volontariato presso il Forum - ConVol - CSVnet
Campagna "Capaci di intendere e di vAlere"

2012 - Premio Nazionale Targa Pirella – Categoria Unconventional
Cliente: Forum Terzo Settore - Cons. Volontariato presso il Forum - ConVol - CSVnet
Campagna "Capaci di intendere e di vAlere"

2012 - 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

PROVINCIA DI ROMA

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 "Peppino Impastato" - Palazzo Valentini, Provincia di Roma
30 maggio 2012 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 formula meramente giuridica, diventa a mano a mano sistema di riconoscibilità e connotato identitario per molte associazioni", è quanto ci 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 Testuzza, p.124, pubblicato 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 cosa 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 intan-

MANUALE DELL'IDENTITÀ VISIVA PER LE ORGANIZZAZIONI NON PROFIT

la Repubblica.it | Mondo Solidale

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

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

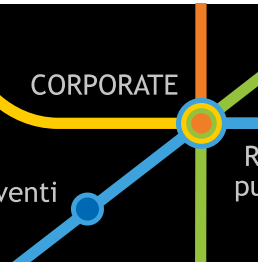
Sei in: Repubblica > Mondo Solidale > Volontariato > Non profit e comunicazione d'impresa …

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

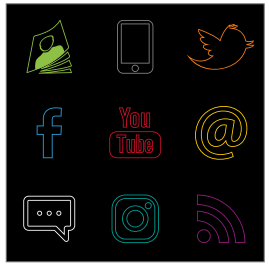
Gli argomenti che riguardano le organizzazioni solidali senza scopo di lucro possono arrivare sui nostri principali veicoli di comunicazione solo dopo un adeguato trattamento di omogeneizzazione che li renda digeribili al pubblico, al riparo dalle durezze della realtà.C'èà stato anche poco coraggio perché hanno scelto di comunicare con toni e stili buonisti ed ecumenici invece di provare a "bucare" con pugni nello stomaco

*di ALFONSO MARZANO e NINO SANTOMARTINO **

Dall'alto in basso e da sinistra a destra: 1) Invito per la presentazione del Manuale presso la Provincia di Roma; 2) la recensione del Manuale di Pino Grimaldi su "Il denaro"; 3) la copertina del manuale; 4) Convegno presso la Camera dei Deputati per "Non sono angeli", campagna per una corretta comunicazione dell'impegno dei volontari; 5) articolo per Repubblica.it sul rapporto tra comunicazione e non profit; 6) la vignetta di Altan per "Non sono angeli"; 7) una delle immagini di "Diventa partito", campagna sulle detrazioni al non profit.


CORPORATE
venti

AUSER
JEAN
DIRECTOR
CAMERA
PROD.
DATA


You
Tube

MANUALE
DELL' IDENTITÀ VISIVA
PER LE ORGANIZZAZIONI
NON PROFIT

Fotografia
Multimedia
Newsletter e mailing
Graphic design
Viral communication
Merchandising
Cause Related Marketing

Non c'è nulla che non funzioni nell'impresa,
abbiamo solo un piccolo probema di comunicazione, tutto qui.

(David Bernstein)

idea
comunicazione

via Braccio da Montone, 109 - 00176 Roma

www.ideacomunicazione.it
info@ideacomunicazione.it

www.facebook.com/studioideacom
twitter.com/studioideacom