



BRAND GUIDELINES

Specifiche per l'uso del marchio e degli elementi d'identità visiva – Gennaio 2024



UNA SCELTA SOSTENIBILE

La nostra comunicazione si sviluppa a partire dai valori fondanti del progetto Banca Etica: trasparenza, partecipazione, sobrietà, sostenibilità.

Un impegno che traduciamo in ascolto, nella ricerca di linguaggi accessibili, nel racconto puntuale della nostra esperienza di finanza etica e nel coinvolgere persone e organizzazioni perché possano partecipare e contribuire al nostro progetto attraverso un uso responsabile del denaro.

Nel rispetto della nostra mission lavoriamo costantemente sugli strumenti della nostra comunicazione per:

- raccontare Banca Etica in modo più semplice e diretto, attraverso quello che facciamo;
- avere un approccio visivo coordinato per condividere il nostro messaggio nella maniera più efficace possibile;
- ridurre l'impatto ambientale dei nostri materiali.



UN PROGETTO SOSTENIBILE, NATO DALL'ASCOLTO.

Anni fa, quando abbiamo iniziato a raccontare la Banca e i suoi prodotti e ad aggiornare nel tempo l'identità visiva e gli strumenti di comunicazione, abbiamo coinvolto i Soci e i Dipendenti per definire insieme gli elementi caratterizzanti della nostra comunicazione e destinati a fare parte di essa nel tempo

La comunicazione racconta la Banca ed è coerente coi suoi valori e dunque sostenibile. Per questo insieme all'agenzia grafica e ai nostri stampatori abbiamo integrato queste scelte di sostenibilità:

utilizziamo la carta riciclata Oikos delle cartiere Fedrigoni: ottenuta per il 50% con fibre di recupero certificate FSC® e il 50% con pura

cellulosa certificata FSC® ; è completamente biodegradabile e riciclabile;

la stampa avviene con inchiostri i cui solventi sono a base vegetale e quindi non derivano da petrolio;

abbiamo limitato la quantità di materiale cartaceo e per evitare sprechi stampiamo solo in formati standard per ridurre scarti e sfridi

La nostra struttura associativa ha a disposizione format per la comunicazione (volantini, locandine, presentazioni), per valorizzare la loro attività di divulgazione della finanza etica a livello territoriale e per stampare localmente i materiali evitando / riducendo il trasporto su gomma.



INDICE

1. UTILIZZO DEL MARCHIO
2. COLORI
3. TIPOGRAFIA
4. IMMAGINI
5. CARTA



1. UTILIZZO DEL MARCHIO

Il Terzo Settore dopo la pandemia

Dinamiche economiche, finanziarie ed organizzative del Terzo Settore 2020-2022



bancaetica



ALLA BASE DI TUTTO, I VALORI DEL NOSTRO CODICE ETICO.

T A R G R T U L A A S I A
 R E E F F I C I E N Z A P
 A M S T R C S A I S B T A
 S B P P E R S O N A T E B
 P N O T N Q O R N U M I T
 A O N L O E U C G B G R E
 R C S A I T A I A S S A C
 E E A S Z D Q M T O O D I
 N A B P A T A R I A E I P
 Z V I A R S O R R E R L A
 A O L P E T E L I I I O Z
 N U I N P T L V I E S I
 R N Y N O A I C T O T U O
 S E A Z O F O C U A A A N
 E F F I C A C I A U S G E
 G I M E A T I N U N D C I

bancaetica www.bancaetica.it



BANCA ETICA, L'UNICA POSSIBILE.

#UNICAPOSSIBILE    

bancaetica

Anna Fasano
Presidente



Sede legale
Via N. Tommaseo, 7
35131 Padova
www.bancaetica.it

afasano@bancaetica.org
+39 049 7399723
+39 353 431828

bancaetica

Banca Popolare Etica
Società cooperativa per azioni
Sede legale: Via N. Tommaseo, 7 - 35131 Padova
Tel. 049 8771111 - Fax 049 7399799
info@bancaetica.com - www.bancaetica.it



banca

Via Tommaseo, 7 - 35131 Padova
Tel. 049 8771111 - Fax 049 7399799
info@bancaetica.com
www.bancaetica.it

www.bancaetica.it

bancaetica

Modulo mutiposizione > Donazione, T

DATI SOCIO

Io sottoscritto/a
 nato/a il
 codice fiscale professione
 residente in via
 località prov.
 tel. e-mail

Il sottoscritto/a è una persona giuridica (associazione, società, ecc.) Indicare i seguenti dati per il legale rappresentante:
 nome e nome cag

 fiscale professione
 te in via
 prov. cap.

IONE (barrare una sola casella)

Dichiaro di voler donare
 azioni di Banca popolare Etica Scpa di cui sono titolare a favore di
 n° socio cag

IF / PIVA

Il trasferimento avverrà al costo inizialmente sostenuto per l'acquisto delle azioni da parte di chi le dona, pertanto il assaggio sarà esente da tassazione (come previsto dall'art. 6 comma 6 del D.Lgs.n. 461/1997). Banca Etica non è te- tu ad acquisire copia dell'atto di donazione o ad accertare il pagamento dell'eventuale relativa imposta.

Chiedo il trasferimento
 in azioni di Banca popolare Etica Scpa (valore nominale 52,50 euro più sovrapprezzo 5,00 euro er un valore complessivo per azione pari a 57,50 euro) di cui sono titolare nel deposito titoli acceso presso anca ABI CAB
 deposito titoli intestato a

e chiedo altresì l'estinzione del deposito titoli di cui sono intestatario acceso presso Banca popolare Etica.

N.B. Dati non corretti comportano la mancata esecuzione dell'operazione.

Codice ABI 5018.7
Numero Iscrizione Albo delle Banche 5399
Capogruppo del Gruppo Bancario
Banca Popolare Etica

Il Iscrizione Reg. Imprese Padova, Cod. Fisc. 02422940233 - Padova Iva 0102971028
Capitale Sociale Variabile
Adesione al Fondo Interbancario di Tutela dei Depositi e al Fondo Nazionale di Garanzia
Sottoposta all'attività di vigilanza e controllo esercitata da Banca d'Italia



IL MARCHIO

Il marchio di Banca Etica nasce dalla composizione pittogramma con il logotipo.

Il **pittogramma**, in quanto tale, sintetizza le iniziali del marchio - B ed E - facendole divenire un segno grafico indipendente e facilmente riconoscibile.

Il **logotipo** ha la funzione di rafforzare il marchio esplicitando la sintesi fatta nel pittogramma.

Versione senza payoff



La **versione principale** per importanza è quella **senza payoff** mentre è consigliato usare la versione con payoff per materiale di non diretta emanazione della Banca e che si rivolge a contesti di impronta più marcatamente culturale o sociale. Nello specifico i contesti nei quali è opportuno utilizzare il marchio sono quelli in cui risulta fondamentale far passare un valore differenziante del progetto di Banca Etica.

Versione con payoff





VARIANTI CROMATICHE

La versione (A) è la principale per importanza e la si può declinare anche in versione monocromatica (B).

Alternative alla versione (B) sono quelle rappresentate nell'esempio (C), nel quale il marchio è proposto sempre in versione monocromatica ma su sfondo scuro (versione in negativo).

A corredo delle versioni alternative la variante (D) è una soluzione che in seconda battuta consente di mantenere il monogramma con i colori originali su sfondi abbastanza contrastanti con il blu istituzionale ma troppo scuri per rendere leggibile il lettering. Un esempio d'uso è su vetrofanie che presentano sfondi particolarmente scuri o poco contrastanti.

A



B



C



D





SFONDO FOTOGRAFICO

Il logo può essere riprodotto anche su sfondi fotografici, con la dovuta cura nello scegliere la versione più adatta a ogni situazione.

Nel caso di sfondi particolarmente chiari (A) è possibile utilizzare la versione standard.

Nel caso soggetti fotografici complessi (B) è consigliato inserire uno sfondo di contrasto tra immagine e logo.

Nei casi in cui si presentino soggetti o sfondi particolarmente scuri (C) è consigliabile utilizzare la versione in negativo o la variante con monogramma a colori e lettering bianco.

A



B



C





SCALABILITÀ

Il marchio prevede due varianti di scala a differenza della versione utilizzata.

Nella versione con payoff rimane leggibile fino a una dimensione minima di 3,5mm di altezza per la stampa e 50px per supporti digitali.

Nella versione senza payoff rimane leggibile fino a una dimensione minima di 2mm di altezza per la stampa e 20px per supporti digitali.

20px - 2mm



50px - 3,5mm





UTILIZZI IMPROPRI

In questa pagina sono illustrati gli esempi più significativi di come il marchio non deve essere utilizzato.

(A) Non modificare i colori.

(B) Non distorcere.

(C) Non ridisporre gli elementi.

(D) Non porre su sfondi che non garantiscono un sufficiente contrasto.

(E+F) Non cambiare caratteri tipografici o inserire altre scritte all'interno del marchio.

A



B



C



D



E



F





2. COLORI



“Siamo molto lontani dall’idea di svolta e dalla radicale trasformazione dell’economia di cui avremmo bisogno.”

– Andrea Baranes, Vicepresidente, Banca Etica



LEGALITÀ

Allarme greenwashing

Si moltiplicano studi, ricerche e anche indagini giudiziarie secondo cui molti degli investimenti venduti come “sostenibili” contengono in realtà ingenti quote di società molto inquinanti.



SOCI IN RETE

Madreterra Caffè

La passione per il caffè e la svolta ecologica

La ricchezza globale totale è aumentata nel 2020 del 1,4%*

*Dati tratti dal Global Wealth Report 2021 - Credit Suisse

Non diamo credito a chi fa lavorare i propri dipendenti 365 giorni l'anno



COLORI ISTITUZIONALI

I colori di **Banca Etica** rappresentano un elemento di grande riconoscibilità del marchio della Banca e del **Gruppo**. Il blu e il giallo istituzionali identificano chiaramente Banca Etica e traghettano la sua evoluzione negli anni.

Il **blu** negli anni ha assunto un peso maggiore e viene utilizzato come colore principale per titoli, testi, elementi grafici, mentre il **giallo** viene utilizzato come colore di accento per risaltare alcuni elementi nella comunicazione.

HEX #003087
CMYK 100 75 2 18
PANTONE 287 C

HEX #FFCC00
CMYK 0 20 100 0
PANTONE 116 C



COLORI DI COMPLEMENTO

L'identità di Banca Etica si compone di ulteriori elementi cromatici che concorrono alla sua definizione. Il **bianco** ha un peso importante come restituzione nella pulizia dei layout grafici (come ad esempio sul sito).

Il **celeste** e il **giallo chiaro** vengono utilizzati come colori di sfondo o decorativi per le composizioni grafiche (pubblicità, comunicazione sui social, poster, ...) ed entrambi sono stati scelti per avere un buon contrasto con il **blu istituzionale**.

HEX	#FFFFFF
CMYK	0 0 0 0

HEX	#D7E6FA
CMYK	100 75 2 18

HEX	#FFE155
CMYK	0 20 100 0

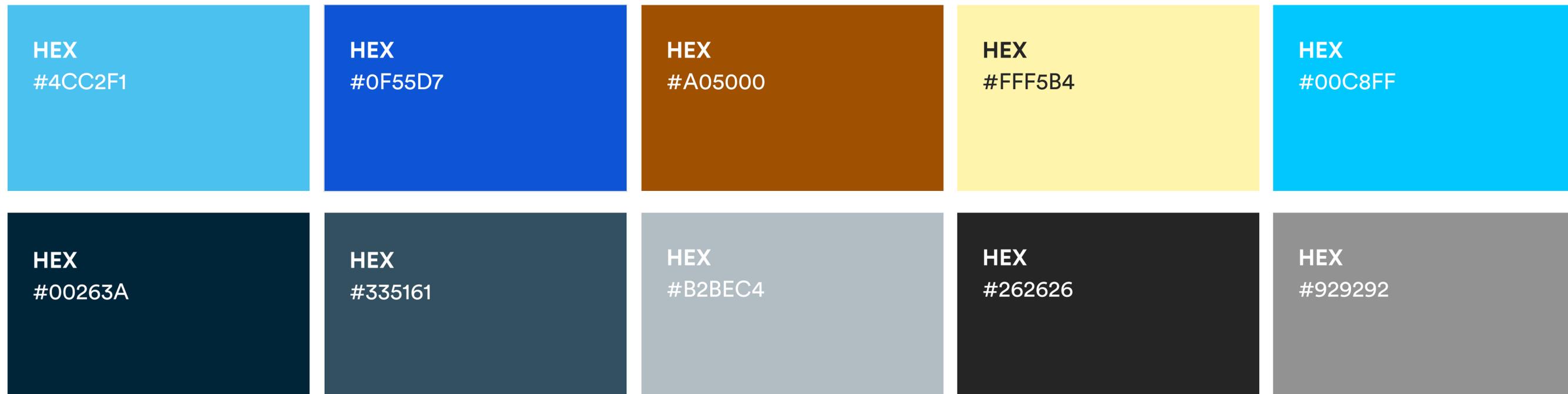


PALETTE ESTESA

Oltre ai colori istituzionali e a quelli di complemento è disponibile una estensione della palette da utilizzare in caso di necessità, quando è richiesto un'ulteriore differenziazione cromatica tra gli elementi, come può accadere per esempio

nella realizzazione di grafici, grafici a torta, istogrammi, etc.

Esempi dell'utilizzo di questi colori si possono trovare nel sito e nell'App (testi, colori di accento, grafici, ...)

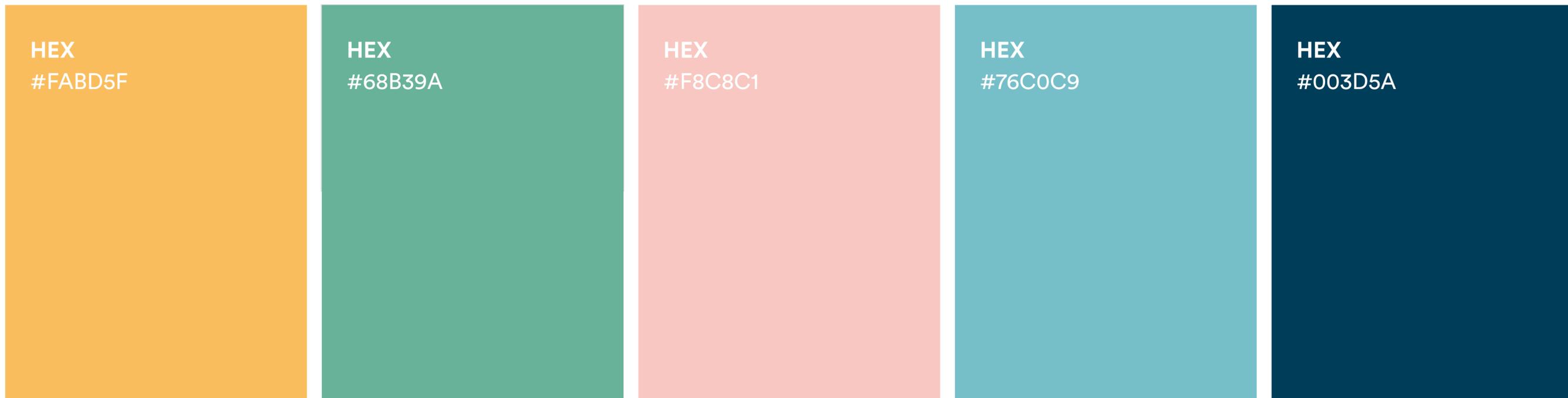




PALETTE WEB FIARE BANCA ETICA

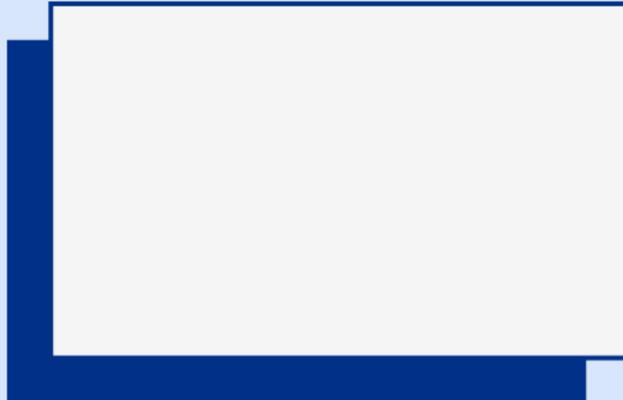
In occasione del redesign del sito di Fiare Banca Etica (2023) è stata realizzata una palette dedicata per i colori di complemento. Come per il sito di Banca Etica i colori sono frutto di una selezione di quelli utilizzati per le illustrazioni a corredo del sito web.

Non esiste una vera e propria regola per il loro utilizzo salvo che per la loro applicazione al nuovo sito, dove, rispetto a quello italiano, sostituiscono l'arancio e l'azzurro.





3. TIPOGRAFIA



Facciamo banca in modo unico

Banca Etica è una banca libera, indipendente, cooperativa che lavora per l'interesse più alto: quello di tutti. E anche il tuo. Finanziamo esclusivamente progetti che producono impatti sociali ed ambientali positivi. La finanza etica è molto più che sostenibile.



LA TIPOGRAFIA NEL MARCHIO

Etico Sans è il font che è stato creato nel 2017 contestualmente al redesign del marchio della banca. Il font viene usato esclusivamente per il lettering del marchio della Banca e dei marchi di Gruppo Banca Etica.

Marchi del Gruppo

etico sans

abcdefghijklmnop

qrstuvwxyz.,:;-'?!

12345678910

A rafforzare i tratti distintivi del font principale, nei payoff dei marchi viene utilizzato il **Circular Std** i cui tratti grafici si sposano con il font principale.

Titoli, tioletti, corpo del testo, ...

Circular Std

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz.

123456789 & (0) \$ @



TIPOGRAFIA PRINCIPALE

I caratteri tipografici principali che costituiscono l'identità di Banca Etica sono il **Lyon Display** e il **Circular Std**.

Il **Lyon Display** viene utilizzato esclusivamente per i titoli e prevalentemente nel peso Bold e Black.

Titoli

Lyon Display

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz.
123456789 & (o) \$ @**

Il **Circular Std** viene invece utilizzato in modo più estensivo per tutti gli altri testi compresi titoli, titoletti, corpo del testo, call to action, didascalie, etc.

Quest'ultimo, dipendentemente dalle esigenze, può essere utilizzato in tutti i pesi disponibili.

Titoli, titoletti, corpo del testo, ...

Circular Std

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz.
123456789 & (0) \$ @**



TIPOGRAFIA ALTERNATIVA PER PRODOTTI DIGITALI

Nell'uso di prodotti digitali in cui non è possibile l'utilizzo dei caratteri tipografici principali, come ad esempio sulla Suite di Google, esistono due alternative.

Il **DM Serif Display** viene utilizzato esclusivamente per i titoli come sostituto del Lyon Display

Titoli

DM Serif Display

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz.
123456789 & (0) \$ @

Il **DM Sans** viene invece utilizzato come sostituto del Circular Std e quindi sarà utilizzato in modo più estensivo per tutti gli altri testi compresi titoli, titoletti, corpo del testo, call to action, didascalie, etc.

Titoli, titoletti, corpo del testo, ...

DM Sans

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn
Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz.
123456789 & (0) \$ @



4. IMMAGINI



La finanza etica a portata di libera professione

Hai scelto la strada della libera professione? Se desideri un'operatività bancaria completa senza rinunciare a trasparenza e relazione; se vuoi che i tuoi risparmi siano al servizio di uno sviluppo sostenibile per il Pianeta e le persone, Banca Etica è la banca che fa per te.



CORREDO FOTOGRAFICO

La Brand Identity di Banca Etica prevede che le immagini utilizzate risultino luminose ed esprimano un senso di positività e realtà.

E' preferibile che le fotografie non siano acquistate da database generici, ma che rappresentino quanto più possibile la realtà di Banca Etica, il modo in cui opera nella società raccontando chi è e cosa fa attraverso le persone e le realtà finanziate realmente attive.

L'utilizzo delle fotografie - in ogni caso - richiede di inserire i crediti relativi ad ogni scatto nel modo previsto dalla licenza cui la foto è soggetta.





5. CARTA



CARTA TIPOGRAFICA

Altro elemento fondamentale per la definizione dell'identità visiva di Banca Etica è la carta utilizzata per i prodotti tipografici.

La Fedrigoni Oikos, che consente di essere utilizzata praticamente per tutti i prodotti tipografici data la varietà di grammature, è una carta riciclata di seconda generazione che ben si concilia con l'identità di Banca Etica.

Una carta con un buon punto di bianco, che conserva la percezione netta di essere una carta riciclata, ma che allo stesso tempo garantisce un look&feel molto più contemporaneo rispetto ad una carta riciclata tradizionale.



 **FEDRIGONI**

Fedrigoni UK
Unit 11 Queens Park Ind. Est.
Studland Road Northampton
NN2 6NE — United Kingdom

01604 722 722
samples@fedrigoni.co.uk
www.fedrigoni.co.uk

OIKOS



www.bancaetica.it