

ISSN/2499-5347

**P. GIAQUINTO, F. MACCAFERRI,
A. OPROMOLLA**

Servizio Promozione e comunicazione ENEA
Sede Legale, Roma

RESTYLING DEL LOGO ENEA

Strategia, Implementazione e Risultati

RT/2024/18/ENEA

ENEA

AGENZIA NAZIONALE PER LE NUOVE TECNOLOGIE,
L'ENERGIA E LO SVILUPPO ECONOMICO SOSTENIBILE

PAOLA GIAQUINTO, F. MACCAFERRI,
A. OPROMOLLA
Servizio Promozione e comunicazione ENEA
Sede Legale, Roma

RESTYLING DEL LOGO ENEA

Strategia, Implementazione e Risultati

RT/2024/18/ENEA

I rapporti tecnici sono scaricabili in formato pdf dal sito web ENEA alla pagina www.enea.it

I contenuti tecnico-scientifici dei rapporti tecnici dell'ENEA rispecchiano l'opinione degli autori e non necessariamente quella dell'Agenzia

The technical and scientific contents of these reports express the opinion of the authors but not necessarily the opinion of ENEA.

RESTYLING DEL LOGO ENEA

Strategia, Implementazione e Risultati

P. Giaquinto, F. Maccaferri, A. Opromolla

Riassunto

Il presente rapporto tecnico presenta il risultato del lavoro di restyling del logo di ENEA - Agenzia nazionale per le nuove tecnologie, l'energia e lo sviluppo economico sostenibile. Dopo un focus sulla storia del logo, con particolare attenzione sulla sua evoluzione fino alla versione più recente, nonché sui valori che esso intende comunicare, il report esamina più nel dettaglio le esigenze che hanno portato al lavoro di restyling. Tale attività è partita da un'analisi circa i motivi per i quali si è reso necessario il lavoro di modernizzazione del logo, con un focus specifico sui problemi della vecchia versione, soprattutto alla luce delle mutate esigenze di comunicazione che sempre di più avvengono nella dimensione digitale. Il report descrive, quindi, i diversi step seguiti nel processo di design, partendo dall'analisi dei trend progettuali esistenti e dalle ispirazioni provenienti da altri enti di ricerca e universitari. Vengono presentati i concept iniziali realizzati, nonché la versione definitiva adesso in uso. Di quest'ultima sono descritti, nel report i diversi elementi strutturali, quali: composizione e proporzioni, colori utilizzati e modalità d'uso, elementi tipografici. Particolare importanza viene data alle declinazioni applicative. Il rapporto si conclude con un focus sulle attività future, in particolare orientate alle strategie da implementare per aggiornare gli attuali materiali e canali di comunicazione, nonché i benefici che ci si aspetta grazie al lavoro svolto.

Parole chiave: logo, ENEA, comunicazione digitale, identità visiva, graphic design, restyling, concept, valori, linee guida.

Abstract

This technical report presents the outcome of the redesign work on the logo of ENEA - Italian Agency for New Technologies, Energy, and Sustainable Economic Development. Following an overview of the logo's history, with a particular attention to its evolution up to the latest version, and the values it intends to communicate, the report examines in more detail the needs that led to the redesign work. This effort began with an analysis of the reasons for the necessary modernization of the logo, with a specific focus on the issues with the previous version, especially considering the changing communication needs that are increasingly digital. Then the report describes the various steps followed in the design process, starting from an analysis of existing design trends and inspirations from other research institutions and universities. Initial concepts created, as well as the final version now in use, are presented. For this final version, the report details the different structural elements, such as composition and proportions, colors used and usage guidelines, and typographic elements. Special importance is given to application variations. The report concludes with a focus on future activities, particularly oriented toward strategies to update current communication materials and channels, as well as the anticipated benefits from the work done.

Keywords: logo, ENEA, digital communication, visual identity, graphic design, redesign, concept, values, guidelines.

INTRODUZIONE	7
1. IL LOGO ENEA	8
1.1 La storia del logo.....	8
1.2 I valori del logo ENEA.....	10
2. RESTYLING DEL LOGO ENEA	12
2.1 La necessità di modernizzare il logo ENEA.....	12
2.2 I problemi del vecchio logo ENEA	12
3. IL PROCESSO DI DESIGN	15
3.1 Analisi dei trend di design	15
3.2 Concept iniziali	16
4. IL NUOVO LOGO ENEA	18
4.1 Presentazione del nuovo logo	18
4.2 Composizione, dimensioni, proporzioni.....	19
4.3 Colori.....	22
4.4 Linee guida di corretto utilizzo	26
4.5 Tipografia	28
4.6 Applicazioni	30
4.7 Icone.....	32
4.8 Feedback ricevuti.....	12
5. ATTIVITÀ FUTURE	34
5.1 Strategie e attività per l'aggiornamento dei materiali di comunicazione	34
5.2 Strategie e attività per l'aggiornamento dei canali di comunicazione	34
5.3 Benefici attesi a lungo termine	36

INTRODUZIONE

ENEA si occupa di promuovere la ricerca scientifica, lo sviluppo di tecnologie avanzate e la fornitura di servizi specialistici, rivolti a imprese, amministrazioni pubbliche e cittadini, in settori chiave come l'energia, l'ambiente e lo sviluppo economico sostenibile. Grazie a un personale altamente qualificato e a strutture all'avanguardia che comprendono laboratori, impianti sperimentali e strumentazioni di eccellenza, ENEA è in grado di realizzare progetti di ampio respiro, studi e valutazioni di rilievo, offrendo inoltre servizi di formazione orientati all'innovazione di prodotto e di processo.

L'attività di ENEA non si limita alla mera ricerca scientifica, ma mira a favorire la competitività del sistema nazionale, contribuendo allo sviluppo economico e sostenibile del Paese. In quest'ottica, la valorizzazione dei risultati ottenuti e la loro disseminazione risultano cruciali per garantire che gli obiettivi di ENEA siano compresi e apprezzati dal pubblico, dagli stakeholder e dalla comunità scientifica. Una comunicazione efficace è quindi indispensabile per trasmettere l'importanza e l'impatto delle attività svolte, rafforzando la percezione di ENEA come ente di innovazione e sostenibilità.

Considerata la centralità di ENEA nel sistema della ricerca e sviluppo italiano e l'importanza crescente della comunicazione visiva, emerge la necessità di rappresentare l'identità dell'Ente con un'immagine moderna, professionale e coerente con le tendenze attuali del design. Il logo è infatti uno degli elementi principali attraverso cui un'organizzazione comunica se stessa, i propri valori e la propria missione. Per questo motivo, è stato avviato un processo di restyling del logo ENEA, mirato a coniugare la tradizione dell'Ente con un'immagine aggiornata e innovativa, capace di attirare l'attenzione e generare un forte riconoscimento visivo.

Questo rapporto si propone di analizzare in dettaglio le fasi di questo percorso di restyling, ripercorrendo le principali attività già svolte e delineando quelle previste per il futuro, al fine di garantire che il nuovo logo rappresenti pienamente l'evoluzione e l'impegno dell'ENEA per un futuro sostenibile e tecnologicamente avanzato.

1. IL LOGO ENEA

1.1 LA STORIA DEL LOGO

L'attuale logo dell'ENEA è stato probabilmente realizzato nel 1984 da un grafico professionista, Luigi Massoni, alla fine di un periodo di ristrutturazione dell'Ente. La realizzazione fu richiesta da Umberto Colombo che, fino al 1993 è stato Presidente di ENEA, il quale ha fortemente voluto un posizionamento chiaro di ENEA (allora CNEN) in termini di promozione e coordinamento delle iniziative relative alle fonti energetiche non tradizionali¹, di fatto dando una particolare enfasi alla comunicazione su queste attività (elemento garantito anche dal periodo di ristrutturazione e rilancio che l'Ente stava attraversando).

Inizialmente il logo aveva la funzione di semplice "etichetta", utile a distinguere l'ENEA da altri enti operanti nel settore energetico, e non era stata identificata una *brand equity* più ampia, che ne definisse mission, visione e valori. Nel corso del tempo,



Figura 1 Logotipo "Notiziario del CNEN" - 1980-1995 (Segno Memoria Futuro, Ettore Vitale, Milano AIAP Edizioni, 2021)

tuttavia, il logo ha avuto il vantaggio di essere estremamente riconoscibile, rappresentando e rafforzando l'identità dell'ENEA.

Non essendo state sviluppate linee guida di utilizzo formale del logo ENEA, nel corso degli anni quest'ultimo ha subito numerose alterazioni, sia nella composizione tecnica, che nel colore, aspetto che sarà descritto in maniera più dettagliata nel corso del successivo capitolo.

Nelle Immagini 1-7 si riportano i primi logotipi dell'ENEA, anche applicati su diversi materiali di comunicazione dell'epoca.

Figura 2 Brochure istituzionale - 1980-1995 (Segno Memoria Futuro, Ettore Vitale, Milano AIAP Edizioni, 2021)



Figura 3 Redesign del logotipo iniziale -1980-1995 (Segno Memoria Futuro, Ettore Vitale, Milano AIAP Edizioni 2021)

¹ Falconieri, F. (2018), IL LOGO ENEA. Indagine sul valore.



Figura 4 Energia e innovazione Rivista Mensile dell'ENEA - 1980-1995 (Segno Memoria Futuro, Ettore Vitale, Milano AIAP Edizioni, 2021)



Figura 5 Centro della Casaccia, 25 anni di attività - Copertina - 1980-1995 (Segno Memoria Futuro, Ettore Vitale, Milano AIAP Edizioni, 2021)



Figura 6 Logotipo per la campagna "Risparmio Energetico" - 1980-1995 (Segno Memoria Futuro, Ettore Vitale, Milano AIAP Edizioni, 2021)

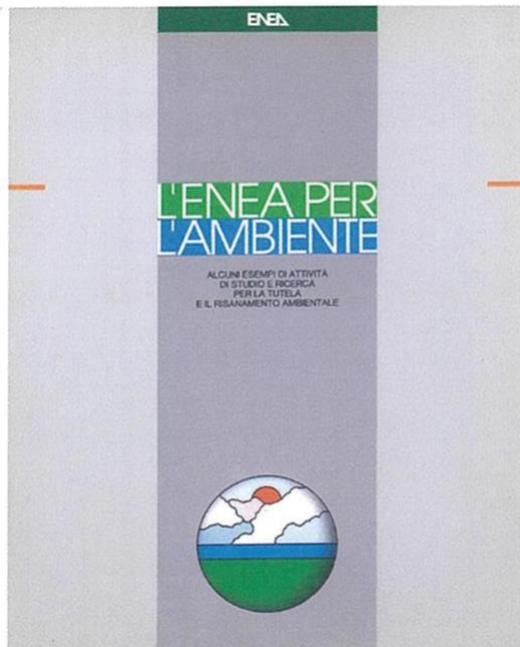


Figura 7 Copertina "L'ENEA per l'ambiente" - 1980-1995 (Segno Memoria Futuro, Ettore Vitale, Milano AIAP Edizioni, 2021)

1.2 I VALORI DEL LOGO ENEA

In quanto ente pubblico di ricerca, l'ENEA svolge una forte funzione sociale, dal momento che le sue attività di ricerca devono non solo avere un certo impatto sociale, ma anche essere rese pubbliche e accessibili ad un target sia specializzato che generico. Il valore delle attività dell'ENEA si rivolge, infatti, a un insieme di stakeholder diversi, quali: le Istituzioni pubbliche, che finanziano le attività dell'Ente; il mondo produttivo, che fruisce delle innovazioni sviluppate in ENEA; le pubbliche amministrazioni, che accedono a dati e studi svolti dall'Ente; la società civile, che beneficia dei risultati applicativi delle attività di ricerca svolte da ENEA.

Come già accennato, i valori del logo ENEA non sono mai stati chiaramente ed esplicitamente definiti. Ciò che si vuole qui fare è anzitutto descrivere le caratteristiche plastiche del logo, associate alle categorie eidetiche (di forma) dello stesso (vale a dire di rappresentazione geometrica, lineare, etc.), alle categorie cromatiche (tonalità, valore, saturazione) e topologiche (vale a dire di come il logo si sviluppa nello spazio ad esso destinato). Più in dettaglio, non ci si limiterà a riportare le sue caratteristiche tecniche, ma a descrivere ciò che queste significano da un punto di vista simbolico (come, cioè, tali caratteristiche plastiche siano allo stesso tempo portatrici di uno specifico contenuto). Successivamente, si intende capire come tali significati possano essere associati agli attuali valori che ENEA dovrebbe comunicare, sulla base della propria mission e vision.

Di seguito, dunque, un focus sulle principali caratteristiche plastiche del logo ENEA:

- **squadratura:** il logo comunica una certa razionalità. Le "E" sono, infatti, fortemente strutturate;
- **trasversalità:** il logo inserisce, nella sua razionalità di base, elementi innovativi, che rompono la regolarità delle "E" (ci riferiamo principalmente alla "N" e alla "A", con i loro elementi trasversali);
- **continuità:** il logo comunica unione, le quattro lettere che compongono il logotipo sono tutte unite tra loro;

- **apertura:** nonostante le lettere siano unite tra loro, ci sono spazi bianchi che permettono di creare una maggiore apertura (es.: il secondo trattino delle due "E", ad esempio, è più aperto; la "N" lascia ampi spazi sia nella parte superiore che inferiore; la "A" non si chiude completamente);
- **equilibrio:** il colore blu esprime, infatti, un concetto di tranquillità e armonia;
- **forza:** l'elevata saturazione del colore permette al logo di comunicare decisione, uniformità e identità;
- **serietà:** la scarsa luminosità del blu comunica serietà e forza;
- **orizzontalità:** il logotipo si sviluppa in orizzontale, da sinistra verso destra, esprimendo così linearità e continuità.

Applicando tali significati alle attività svolte da ENEA, si può dunque affermare che il logo esprime i seguenti valori dell'Ente:

- centralità dell'attività di ricerca dell'ente, come elemento di base e di sviluppo delle altre attività e competenze;
- innovazione, data dalla capacità di applicare i risultati della ricerca all'esterno (alla società civile, alle istituzioni, al mondo produttivo), e quindi di dare benefici tangibili e a lungo termine;
- capacità di valorizzare il passato e ciò che è stato già ottenuto, e su questo sperimentare e innovare.

2. RESTYLING DEL LOGO ENEA

2.1 LA NECESSITÀ DI MODERNIZZARE IL LOGO ENEA

A circa 40 anni dalla creazione del logo, si è ritenuto necessario procedere ad un suo restyling. Tale decisione è nata dalle mutate esigenze comunicative intercorse in questo lungo periodo, oggi dominate dall'impiego degli strumenti digitali. Tale cambiamento è caratterizzato, infatti, da maggiore immediatezza, multicanalità e interattività, e non investe solo i formati, ma anche il linguaggio. La comunicazione visiva, e dunque anche i loghi, non possono non considerare queste innovazioni e dovrebbero sempre di più rispettare alcuni semplici elementi, quali:

- **semplicità**, che permette un adattamento del logo anche su scale minori o di non alta risoluzione;
- **scalabilità**, che consente l'utilizzo del logo su formati e supporti diversi;
- **responsiveness**, un concetto che riguarda principalmente i canali digitali (ma che può investire anche altri strumenti), e che richiede più versioni dello stesso logo (ad esempio che sfruttino lo spazio verticale o lo spazio orizzontale);
- **versatilità**, vale a dire la capacità di adeguare il logo a elementi contestuali diversi (ad esempio lo sfondo);
- **continuità**: quando il logo esiste già ed è altamente riconoscibile (come nel caso di ENEA), è necessario non stravolgerlo completamente.

Ad alcune di queste caratteristiche, il logo di ENEA non era completamente rispondente. Per tale ragione, si è ritenuto necessario attuare piccole modifiche, per mantenere l'identità ENEA al passo coi tempi.

2.2 I PROBLEMI DEL VECCHIO LOGO ENEA

Oltre alle esigenze dettate dalla comunicazione digitale, il vecchio logo ENEA presentava diversi problemi tecnici. Ogni logo, infatti, dovrebbe seguire alcune regole di carattere "tecnico", quali:

- definizione di un'area di rispetto, vale a dire un'area vuota attorno al logo che permette di non essere invaso da altri elementi;
- proporzioni, che permettono di avere un logo armonico e coerente (da costruire con un'apposita griglia);
- chiara definizione del colore primario e degli eventuali colori secondari, al fine di avere un'immagine sempre uguale e coerente, al di là delle applicazioni;
- costruzione di eventuali versioni alternative del logo stesso (ad esempio per diversi orientamenti);
- identificazione dei font di supporto al logo;
- definizione di impieghi e applicazioni, sia di carattere generale che specifico;
- indicazione di elementi grafici a supporto della comunicazione.

Il logo ufficialmente utilizzato da ENEA, oltre a non essere accompagnato da linee guida che ne indicassero gli impieghi specifici, presentava alcune problematiche tecniche particolarmente rilevanti. L'immagine 8 ne è un esempio.

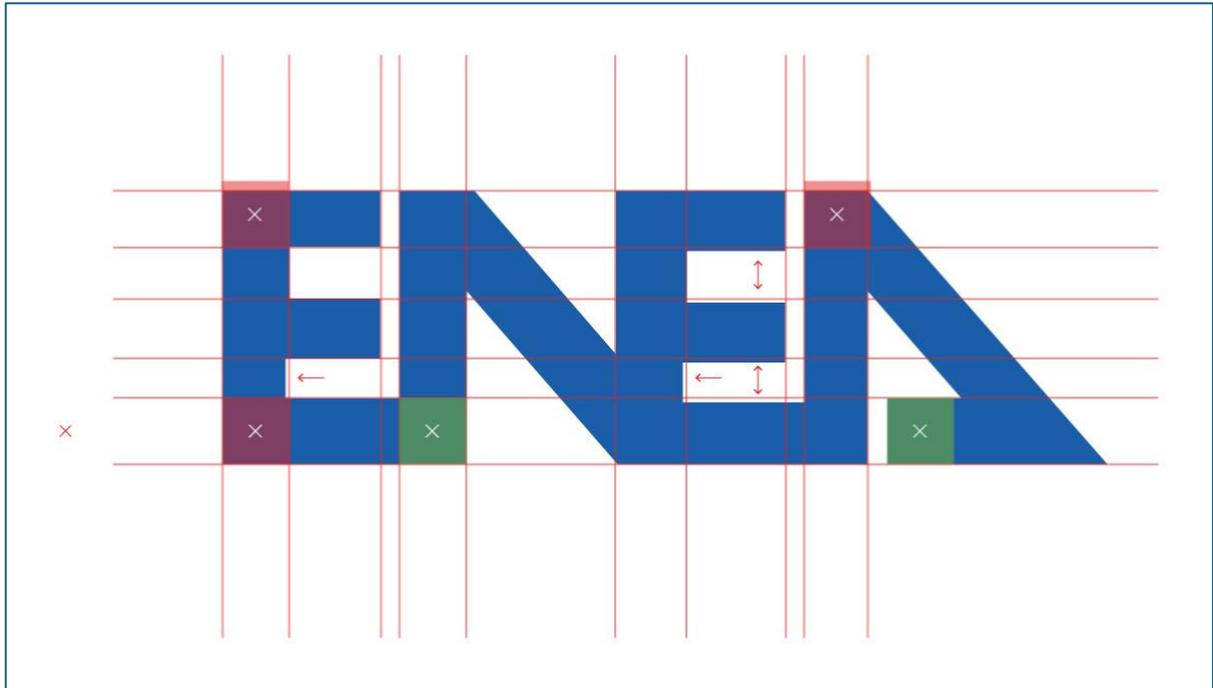


Figura 8 Rappresentazione tecnica del logo ENEA con sovrapposizione di griglie, evidenziando aree di problematicità nella struttura geometrica e nelle proporzioni dei singoli elementi.

Il vecchio logo, dunque, non presentava la proporzione necessaria in un logo. L'immagine, infatti, mostra che, partendo da un'unità minima X, le proporzioni non erano rispettate.

Questa problematica, come accennato, riguardava il logo ufficiale dell'ENEA. Una problematica ancora maggiore riguardava, invece, l'elevato numero di loghi ENEA diversi che, nel corso degli anni sono stati diffusi. Senza considerare il suo impiego su materiali cartacei, digitando semplicemente "logo ENEA" nella barra di ricerca di Google, è possibile vedere l'immensa varietà di "loghi" ENEA utilizzati. Nell'Immagine 9 alcuni esempi.

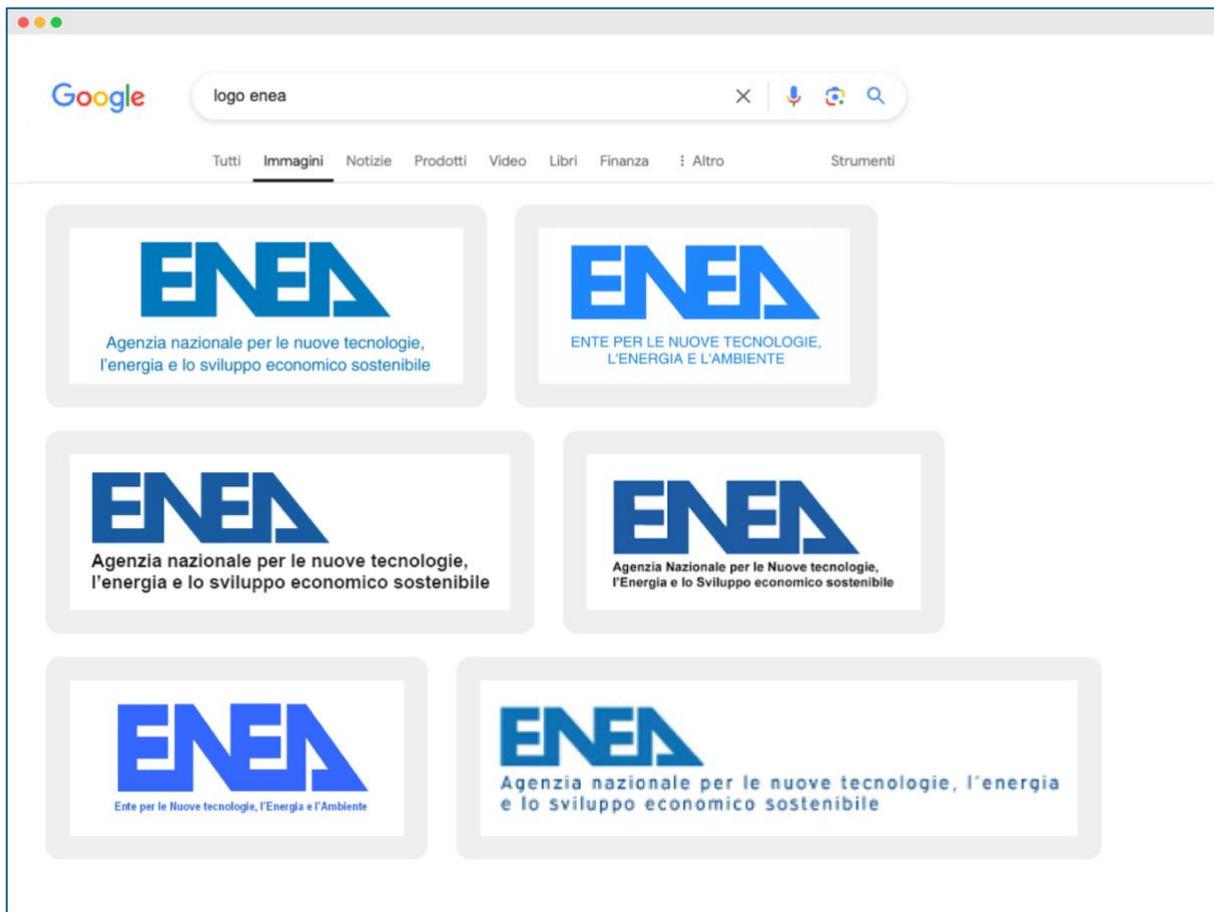


Figura 9 Alcuni dei numerosi loghi associati all'ENEA, riscontrabili attraverso una semplice ricerca su Google, che evidenziano l'incoerenza nell'uso dell'identità visiva dell'ente nel corso degli anni.

Un'immensa varietà di loghi diversi per colori, proporzioni, allineamenti, etc.

3. IL PROCESSO DI DESIGN

3.1 ANALISI DEI TREND DI DESIGN

Pur non avendo progettato da zero il logo ENEA, si è ritenuto particolarmente importante analizzare le principali tendenze di logo design del 2024. Tra le 5 tendenze di graphic design individuate dall'Istituto Rizzoli², due sono quelle che si ritengono particolarmente interessanti per ENEA:

- **minimalismo**, ovvero caratterizzare i progetti con linee pulite, spazi bianchi ed estetica ordinata;
- **design utilitaristico**, che evidenzia la necessità di un design che si adatti alla comunicazione in rete.

Stessa tipologia di trend è quella evidenziata da Medium³, che, oltre al minimalismo, evidenzia:

- la **versatilità**, vale a dire la capacità di creare loghi che si adattino a più mezzi (dagli schermi digitali alla carta stampata);
- la **geometricità**, ossia l'utilizzo di forme semplici, come quadrati, rettangoli e triangoli;
- il **revival**, ossia la capacità di creare loghi dal fascino apparentemente "superato".

Wix, invece, evidenzia, in aggiunta, il mantenimento dei **loghi tipografici**⁴.

Dribbble ci offre alcuni esempi che applicano i principi elencati⁵.

Di seguito alcuni esempi (Immagine 10).

² Istituto Rizzoli, Tendenze di graphic design 2024: <https://www.rizzoli.it/tendenze-di-graphic-design-2024/>

³ Medium, What are some logo design trends in 2024?, <https://medium.com/@fizakhanfk2003/what-are-some-logo-design-trends-in-2024-74bfd7c775c0>

⁴ Wix, 9 logo trend per trovare l'ispirazione nel 2024, <https://it.wix.com/blog/logo-trend#viewer-o5y9n37966>

⁵ Dribbble, Logo Trends 2024: <https://dribbble.com/search/logo-trends-2024>

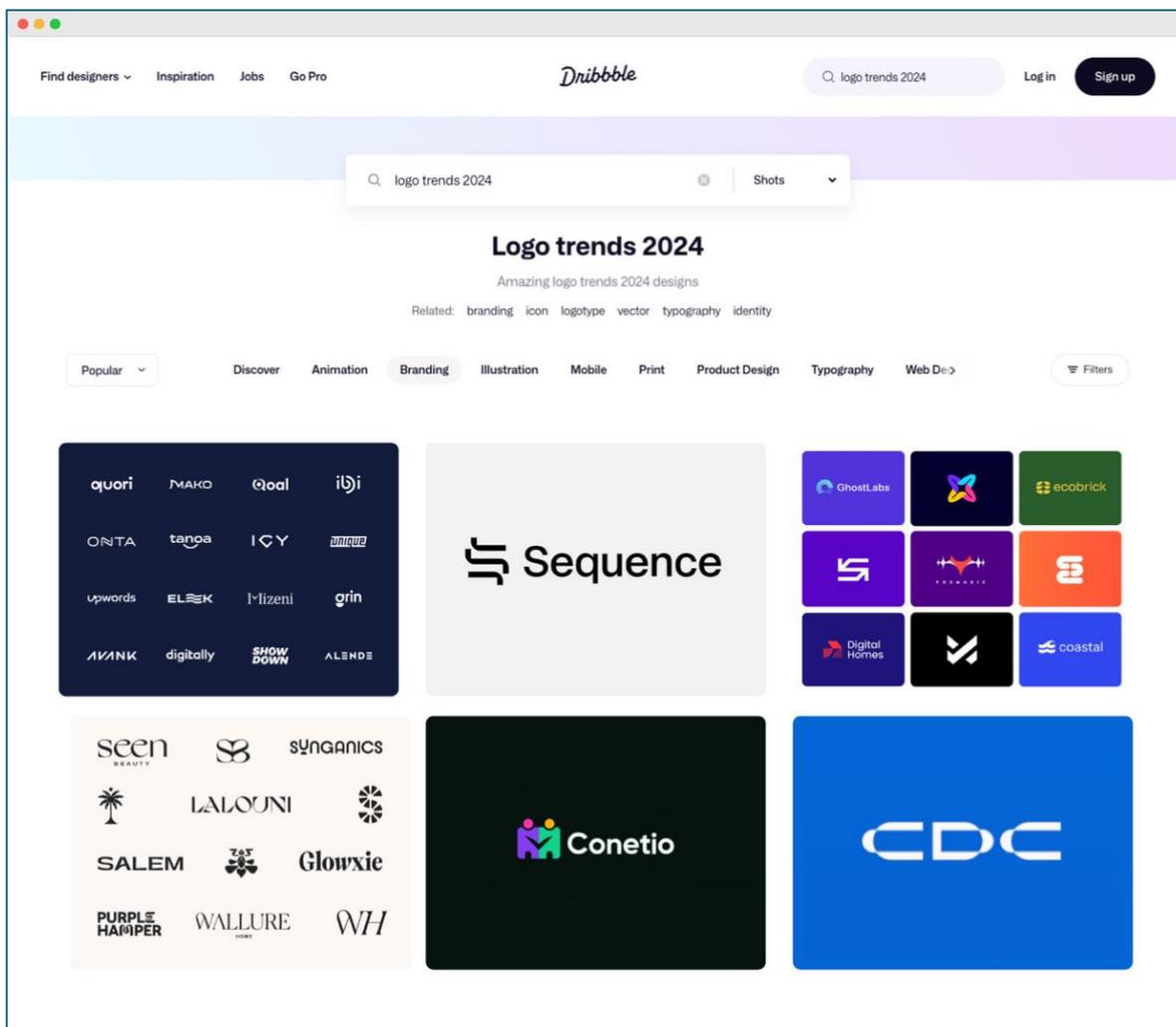


Figura 10 Schermata delle principali tendenze di logo design per il 2024, estratta da Dribbble.

3.2 ISPIRAZIONI

Prima di iniziare il processo di restyling del logo ENEA, si è fatto riferimento ad analoghi processi condotti da istituzioni accademiche e di ricerca, soprattutto italiane. Di seguito si riportano le principali fonti di ispirazione che abbiamo ritenute particolarmente adatte al nostro scopo.

- Il processo di restyling del logo dell'Università della Tuscia è stato un punto di riferimento su come aggiornare la rappresentazione grafica delle parti che compongono il logo, conservandone gli elementi distintivi. La logica secondo cui "effettuare un restyling logo non vuol dire creare qualcosa di nuovo, ma modificare alcuni aspetti (tecnici e/o stilistici) mantenendo continuità tra il vecchio e il moderno" e "non compromettere l'integrità e la riconoscibilità dello stemma, rivisitandolo graficamente e migliorandone la riproducibilità in tutti i supporti e le dimensioni" è risultata particolarmente in linea con il lavoro da fare sul logo ENEA⁶.

⁶ UNITUS. Manuale di identità visiva di Ateneo: <https://www.unitus.it/ateneo/identita-visiva/>

- Il processo di restyling del logo del CNR (Consiglio Nazionale delle Ricerche) ha rappresentato un utile punto di riferimento per quanto riguarda sia la necessità di una trasformazione del logo seguendo l'esigenza di una maggiore proporzione degli elementi che lo compongono, sia la valorizzazione della parte testuale⁷.
- Il brand manual di ESA (European Space Agency), invece, è stato particolarmente utile per identificare le modalità più opportune di applicazione del logo su sfondi fotografici. Analogamente ad ESA, anche ENEA ha numerosi materiali fotografici da valorizzare, ed un utilizzo appropriato del logo su questi è un elemento fondamentale⁸
- Infine, il lavoro svolto dall'Università degli Studi di Roma Tor Vergata sulla scelta dei colori più adatti, ha evidenziato la necessità di riflettere su una scelta di colori primari e secondari appropriati alla rinnovata identità⁹.

3.3 CONCEPT INIZIALI

Prima di mostrare la versione finale del logo, si riportano di seguito alcuni concept iniziali elaborati (Immagine 11).

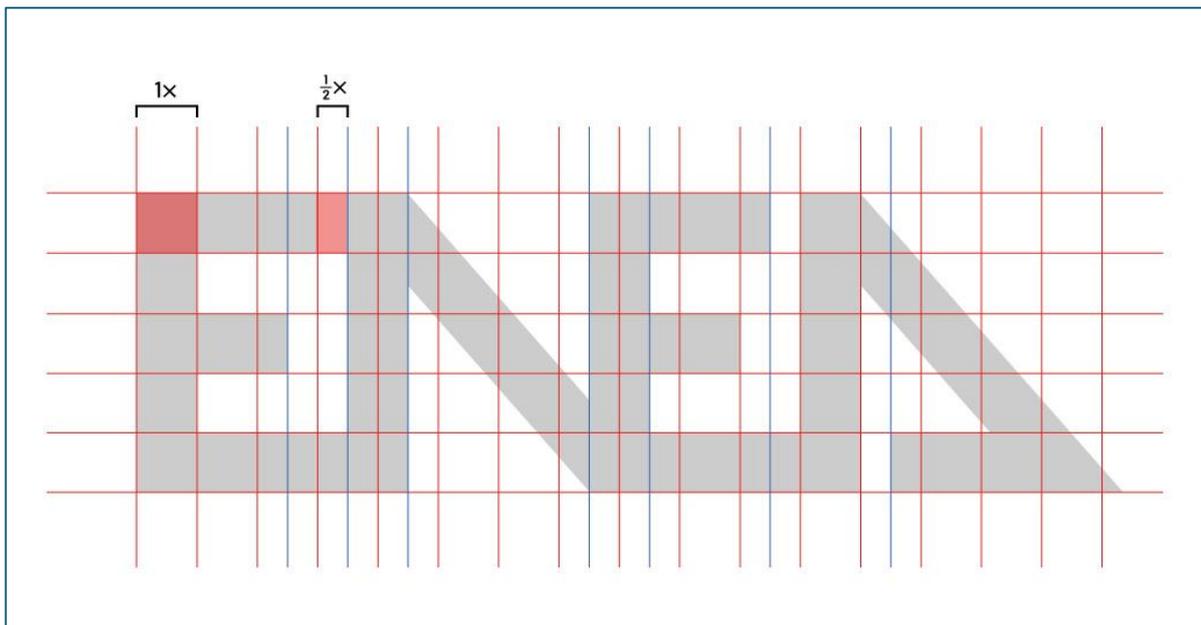


Figura 11 Costruttivo del logo ENEA sovrapposto ad una griglia

⁷ CNR, Manuale di identità visiva: <https://www.cnr.it/it/manuale-identita-visiva-logo>

⁸ ESA. Brand Manual Logo: <https://brand.esa.int/assets/logo/>

⁹ Tor Vergata. Università degli Studi di Roma, Manuale di identità visiva. Sigillo e denominazione d'Ateneo: <https://web.uniroma2.it/it/contenuto/manuale-identita-visiva>

4. IL NUOVO LOGO ENEA

4.1 PRESENTAZIONE DEL NUOVO LOGO

Nella sezione precedente è stato descritto il processo di design che ha portato al restyling del logo ENEA. In questa sezione viene, invece, presentato il risultato finale del lavoro, presente nell'Immagine 12.



Figura 12 Il nuovo logo ENEA, risultato del processo di redesign.

L'Immagine 13 mostra, invece un confronto tra la versione vecchia e la versione attuale, successiva al processo di restyling.

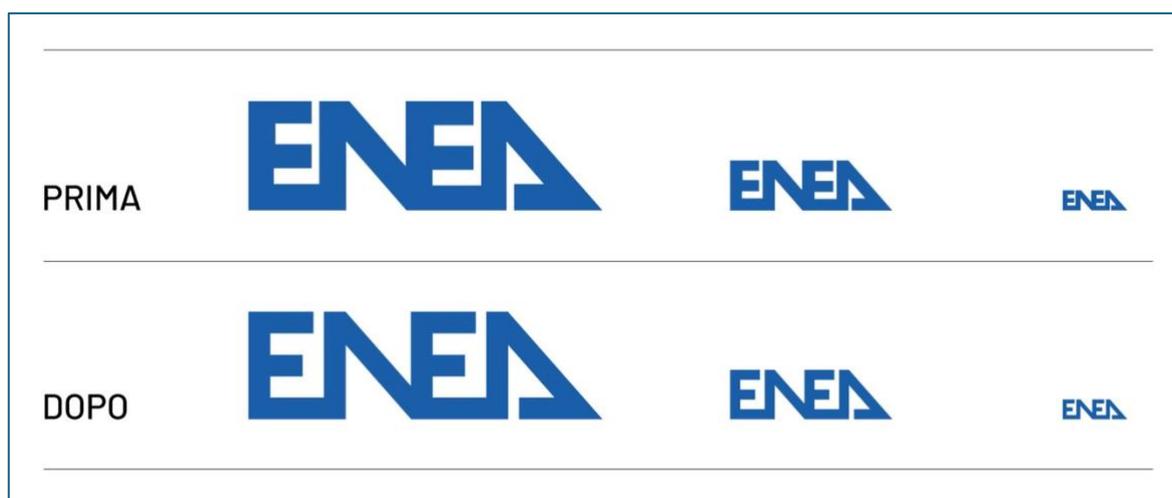


Figura 13 Confronto tra vecchia e nuova versione del logo ENEA.

Dal confronto, emerge che la nuova versione del logo rispetta i principali requisiti che sono stati descritti nelle precedenti sezioni. L'aspetto più importante è che il nuovo logo risulta adesso molto più semplice e scalabile, in virtù della sua "correttezza formale". Tale correttezza è stata creata attraverso una griglia di lavoro caratterizzata da un'unità di misura X che ha permesso di rendere il logo geometricamente allineato.

Il risultato è, dunque, un logo molto simile all'originale, ma formalmente più corretto e maggiormente utilizzabile a diverse dimensioni, nonché più leggibile in versione negativa (Immagine 14).



Figura 14 Versione positiva e negativa del logo ENEA.

4.2 COMPOSIZIONE, DIMENSIONI, PROPORZIONI

L'Immagine 15 evidenzia la composizione del logo, con particolare riferimento all'area di rispetto. Il logo è, infatti, circondato da una specifica area, che definisce la zona vuota minima attorno ad esso, utile a garantirne la leggibilità e una maggiore visibilità.

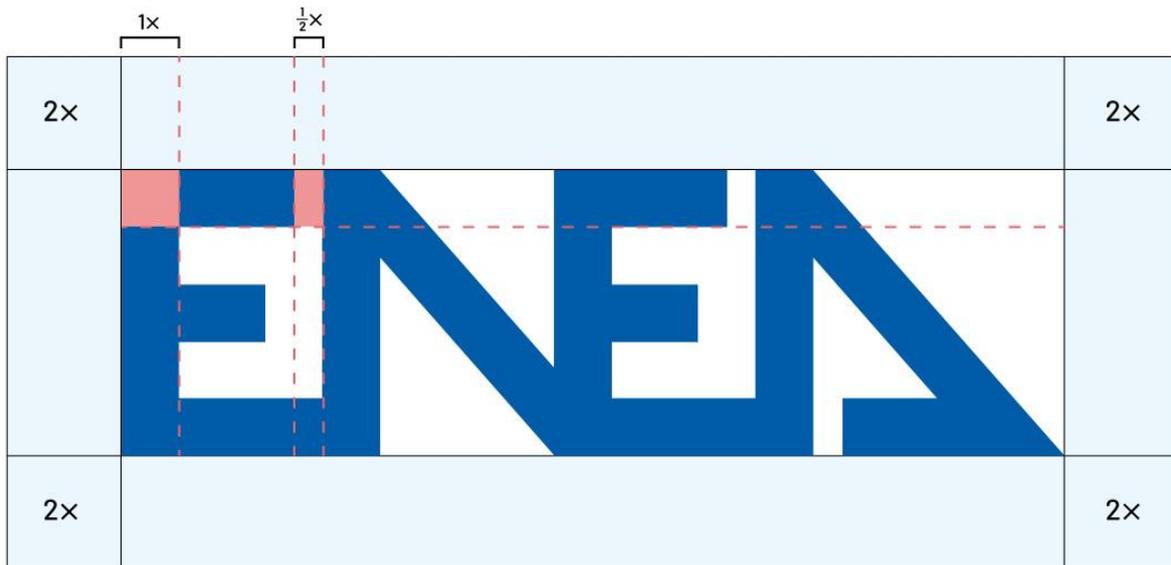


Figura 15 Composizione del logo ENEA, con l'area di rispetto.

In termine di composizione del logo, è utile anche riflettere sul posizionamento di quello che era il vecchio acronimo ENEA (comitato nazionale per la ricerca e lo sviluppo dell'Energia Nucleare e delle Energie Alternative). Come reso evidente dalle immagini presenti nella sezione 2.2, lo spazio sottostante al logo, attualmente dedicato al "nuovo" naming (Agenzia Nazionale per le Nuove Tecnologie, l'Energia e lo Sviluppo Economico Sostenibile), risulta eccessivo e sbilancia eccessivamente il logotipo. Si è ritenuto, quindi, importante creare una versione del logo con il naming esteso (per un suo utilizzo in contesti in cui il semplice lettering ENEA potrebbe non essere sufficiente a far comprendere il focus del nostro Ente); tuttavia, sono stati definiti pesi più corretti. L'immagine 16 rappresenta tre diverse alternative del logo ENEA associato con il sottotesto contenente il nome esteso dell'Agenzia. Si tratta, nell'ordine, di: una soluzione verticale allineata a sinistra, una soluzione orizzontale allineata a sinistra e una soluzione verticale. Fornire tali diverse alternative è utile per avere soluzioni utili in ogni occasione, sulla base ad esempio dello spazio che si ha a disposizione, senza creare sbilanciamenti nella costruzione dei possibili layout.



Figura 16 Diverse soluzioni del logo ENEA: verticale allineata a sinistra (in alto), orizzontale allineata a sinistra (al centro) e verticale (in basso).

Anche in questo caso, per supportare la lettura si è ritenuto utile inserire un segno grafico tra il logotipo e il testo, così da gerarchizzare le informazioni e creare una “base” su cui appoggiare il peso delle due parti che compongono il logo totale. La linea in questione ha lo stesso peso della forza d’asta del testo, e la separazione sia verticale che orizzontale tra testo, linea e logotipo è sempre legata all’unità di misura X utilizzata per la costruzione del restyling del logo (Immagine 17).



Figura 17 : Diverse soluzioni del logo ENEA con l'area di rispetto tra logotipo e testo in evidenza

4.3 COLORI

Nell'immagine 18, la versione A del logo ENEA rappresenta la colorazione principale, la versione B è la sua diretta versione negativa. Per garantire che il blu ENEA venga rispettato, il logo non può essere modificato con nessun altro colore all'infuori del bianco e nero. Ciò eleva il blu del marchio dal resto della tavolozza colori, garantendo che non venga confuso con altri loghi e che la sua identità sia chiara nel tempo. Se non è possibile utilizzare il blu per motivi tecnici, si possono utilizzare le opzioni del logo bianco o nero (versione C e D).

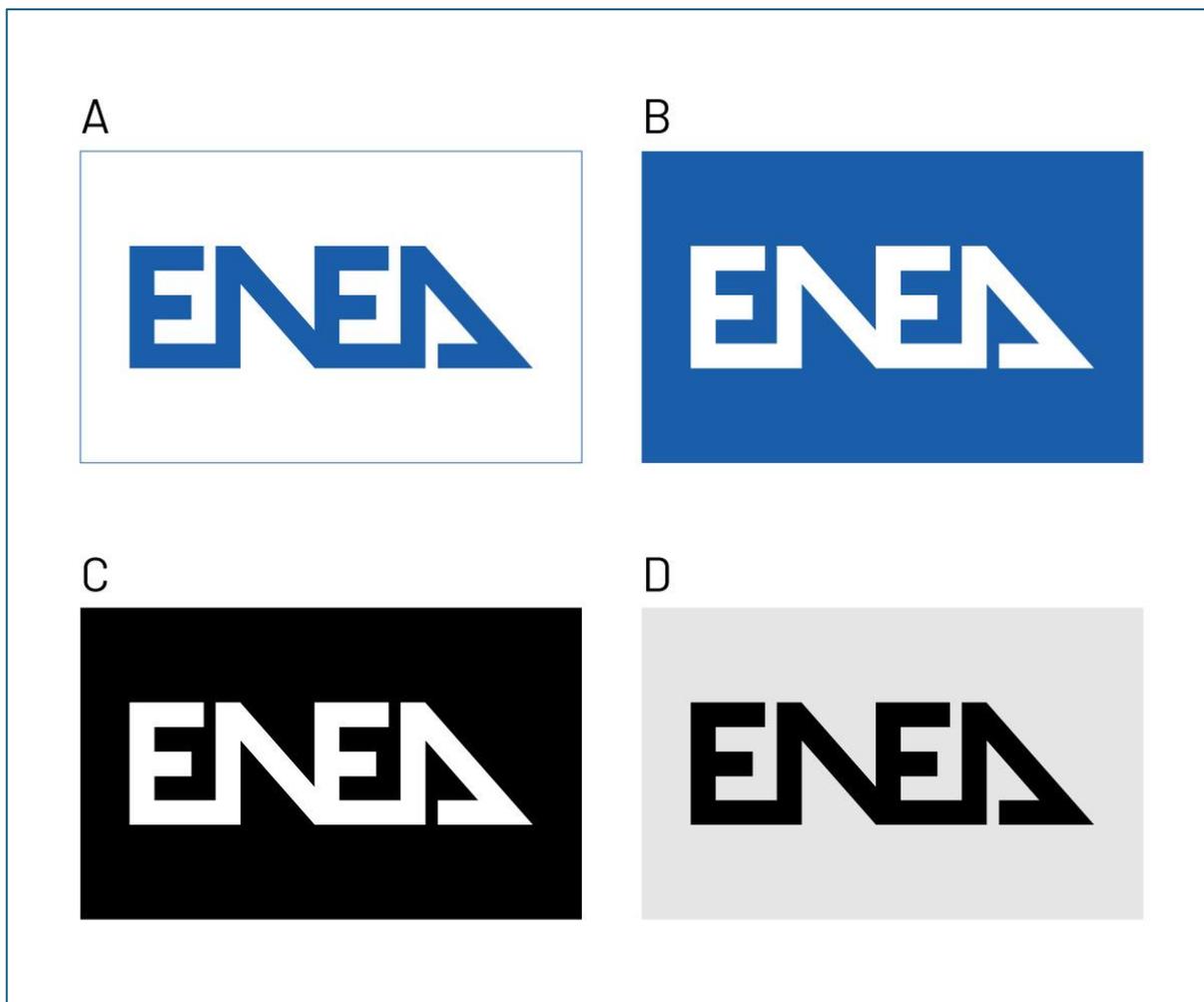


Figura 18: I colori del logo ENEA: principale (A) e sua corrispondente versione negativa (B), bianco (C), nero (D).

In termini più generali, è utile indicare chiaramente i colori primari del logo ENEA, da utilizzare anche per altri materiali.

Affinché il logo ENEA sia sempre riconoscibile, il colore primario del marchio rimane quello storico: il pantone 300C. Gli altri colori a supporto per le grafiche sono il bianco, il nero, il "light blue" e il "dark blue". Quando usata correttamente questa palette di colori primari comunica la solidità e l'autorevolezza dell'Agenzia.



Figura 19: Codici colore del logo ENEA.

Sia al blu ENEA che al nero, può essere applicata dell'opacità che genererà dei colori più tenui. Questi colori, anche in tinta piena, possono essere utili alla costruzione grafica di un poster, una locandina o altro, per creare profondità e alternanze. Questi colori, quindi, sono da considerare accessori alla palette primaria (Immagine 20).

ENEA Blue #005EB8 RGB: 0 - 94 - 184 CMYK 100 - 56 - 0 - 3	Black #000000 RGB: 0 - 0 - 0 CMYK: 0 - 0 - 0 - 100
ENEA Blue Opacità 80%	Black Opacità 80%
ENEA Blue Opacità 60%	Black Opacità 60%
ENEA Blue Opacità 40%	Black Opacità 40%
ENEA Blue Opacità 20%	Black Opacità 20%
ENEA Blue Opacità 10%	Black Opacità 10%

Figura 20: Diverse percentuali di opacità applicate al colore del logo ENEA.

La palette dei colori ausiliari è di supporto diretto alla palette primaria fornendo delle alternative cromatiche più vivaci ai colori primari (Immagine 21). Tale palette di colori secondari è da usare con parsimonia e solo quando necessario poiché l'identità dell'ENEA risiede nella palette primaria. È importante utilizzare sempre i codici colore così come riportati nelle linee guida perché sono frutto di un controllo approfondito dal punto di vista dell'accessibilità.

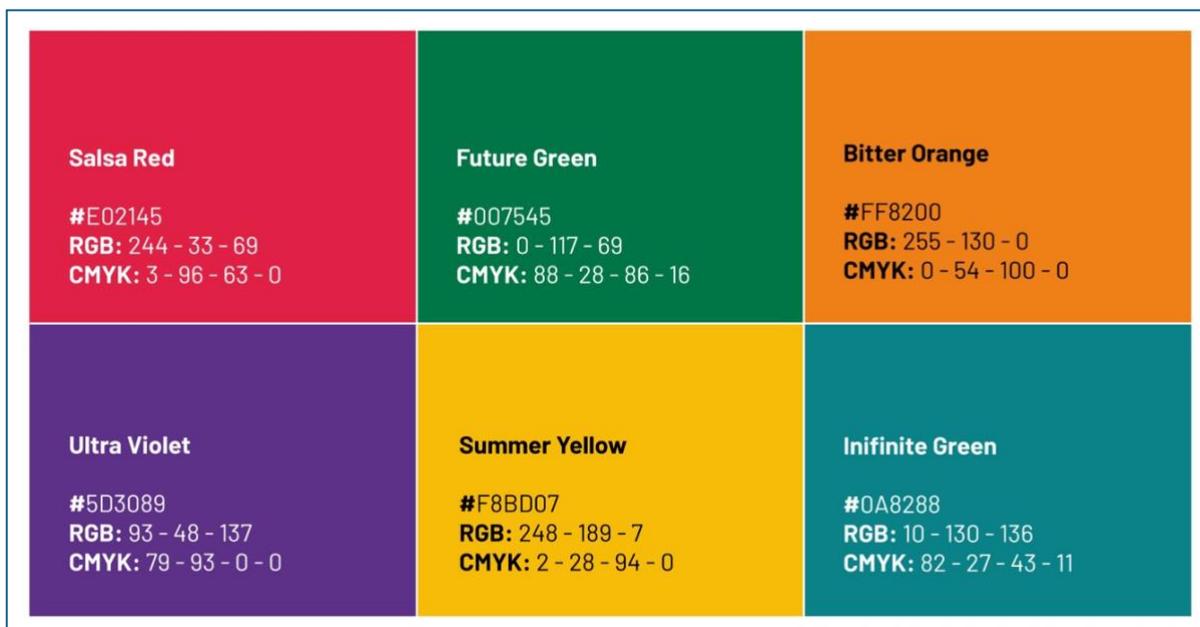


Figura 21 Colori secondari dell'identità visiva ENEA.

Infine, l'Immagine 22 propone due gradienti utili per una comunicazione visiva, fresca e non statica. Sono background che possono essere utilizzati per poster, brochure e altro materiale informativo. I colori che compongono i gradienti risiedono nella palette primaria, non è quindi permesso creare altri gradienti partendo da altri colori.

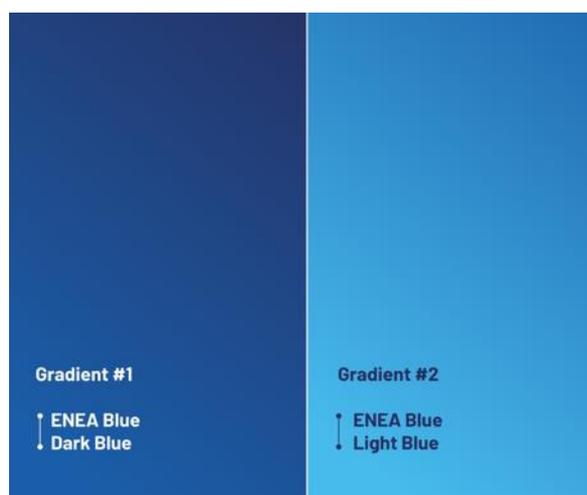


Figura 22: Background utili alla realizzazione di diversi materiali di comunicazione.

4.4 LINEE GUIDA DI CORRETTO UTILIZZO

In linea generale, il logo deve essere utilizzato così come presentato nelle precedenti sezioni, senza alterarlo in alcun modo. Esso non va assolutamente stretchato o ridimensionato, non è possibile cambiarne l'inclinazione o l'orientamento. Per la sua versione con sottotesto non è consentito aggiungere la scritta con font e dimensioni diverse da quelle predefinite. Va usato esclusivamente il file fornito dall'Agenzia così come è stato realizzato.



In merito all'impiego dei colori, il logo blu deve essere usato solo ed esclusivamente su background bianco; non si può inserire su nessun altro sfondo, anche se il contrasto sembra essere sufficiente. Le versioni del logo nero e bianco possono essere usate per applicazioni su background diversi, ma va sempre verificata la leggibilità, anche quando il logo viene applicato sulle immagini.

Figura 23 Esempi di utilizzo non corretto del logo ENEA.

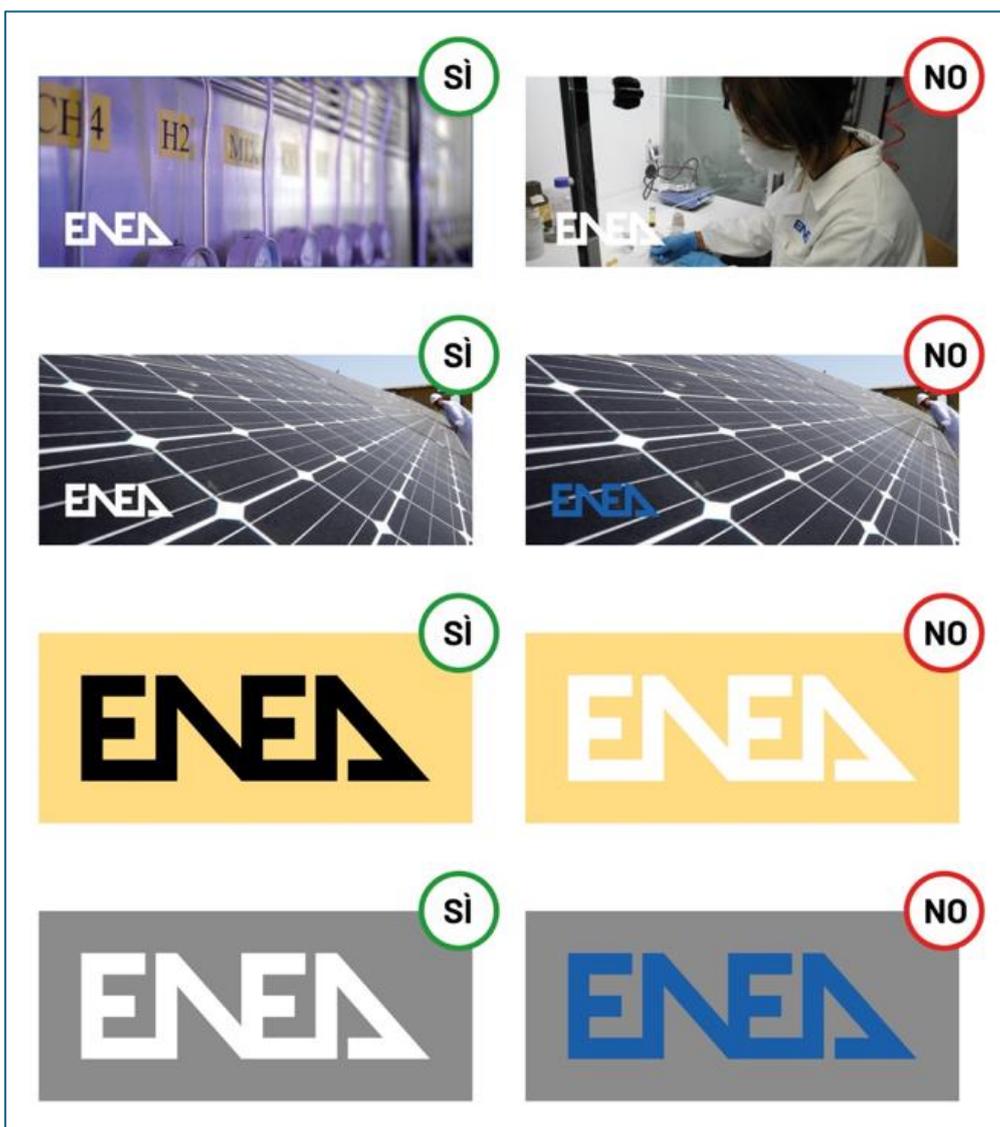


Figura 24 Esempi consentiti e non di utilizzo del logo ENEA.

4.5 TIPOGRAFIA

Il sistema tipografico di ENEA è composto da due caratteri: il Barlow e il Merriweather. Le forme pulite e geometriche rendono il Barlow un carattere contemporaneo e consistente. Merriweather, con le sue caratteristiche umanistiche, completa la voce del marchio: il suo calore è un contrappunto visivo al più moderno Barlow. Se necessario, il carattere di sistema Verdana può essere utilizzato in tutti quei casi le font primarie non possono essere installate o usate. In alternativa è possibile utilizzare l’Arial (Immagine 25).



Figura 25 Sistema tipografico di ENEA.

Barlow è il carattere tipografico primario di ENEA. È contemporaneo e sofisticato, comprende 9 forze d’asta diverse. Questa font si può utilizzare per titoli, sottotitoli, testi lunghi o corti. Con una famiglia ampia, Barlow è utile in tutti i contesti (Immagine 26).

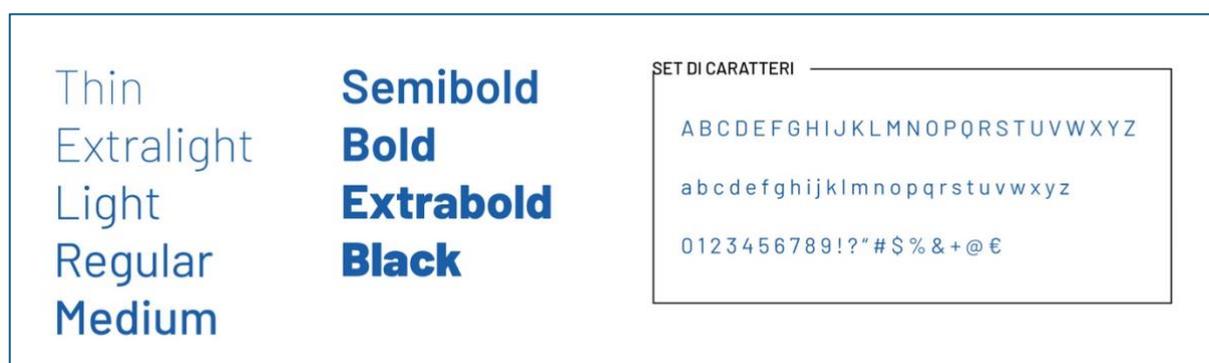


Figura 26 Sistema tipografico di ENEA. Il carattere Barlow.

Merriweather è una font elegante con un ampio spettro di pesi e stili diversi. Questa font si può utilizzare per titolazione o come font di supporto, sconsigliamo l'uso per testi molto lunghi o di dimensioni ridotte. È comunque una font molto versatile e si appoggia perfettamente al carattere Barlow (Immagine 27).

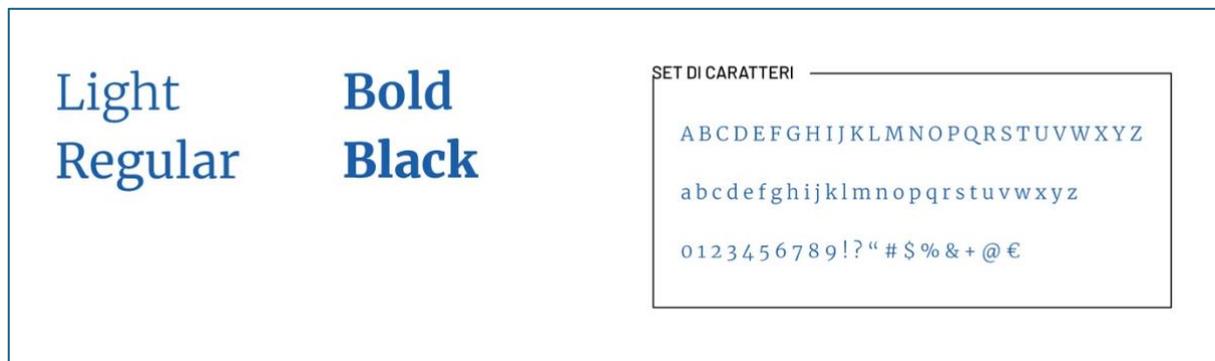


Figura 27: Sistema tipografico di ENEA. Il carattere Merriweather.

Barlow e Merriweather possono essere utilizzate in modo complementare così da ottenere contrasto e una buona gerarchia. Gli esempi dell'Immagine 28 dimostrano come la combinazione dei due caratteri fornisca uno spettro che va dal contemporaneo e razionale al classico e raffinato permettendo una maggiore ampiezza espressiva e gerarchica. Questo però non significa che debbano sempre convivere, il carattere primario è il Barlow.



Figura 28: Esempi di combinazione dei caratteri Barlow e Merriweather.

4.6 APPLICAZIONI

A completamento di quanto finora descritto, si riportano qui alcuni esempi applicativi del nuovo logo ENEA come descritto.

The brochure is divided into three main vertical sections. The left section, titled 'SETTORI STRATEGICI', lists three departments: 'Dipartimento Tecnologie Energetiche e Fonti Rinnovabili' (renewable energy), 'Dipartimento Nucleare' (nuclear), and 'Dipartimento Unità per l'Efficienza Energetica' (energy efficiency). The middle section, 'DOVE SIAMO', features a map of Italy with 14 research centers and 17 territorial offices marked with colored dots. The right section, also titled 'SETTORI STRATEGICI', lists 'Dipartimento Sostenibilità, circolarità e adattamento al cambiamento climatico dei Sistemi Produttivi e Territoriali' and 'Direzione Trasferimento Tecnologico'. The ENEA logo is prominently displayed at the top right of the brochure.

SETTORI STRATEGICI

Dipartimento Tecnologie Energetiche e Fonti Rinnovabili
Energie rinnovabili, idrogeno, batterie, comunità energetiche, tecnologie abilitanti.

Dipartimento Nucleare
Fusione, fissione, sicurezza, applicazioni per la salute, beni culturali e industriali.

Dipartimento Unità per l'Efficienza Energetica
Agenzia nazionale per l'efficienza energetica, Italia in Classe A.

DOVE SIAMO

SETTORI STRATEGICI

Dipartimento Sostenibilità, circolarità e adattamento al cambiamento climatico dei Sistemi Produttivi e Territoriali
Adattamento al cambiamento climatico, biotecnologie, sostenibilità territori, economia circolare.

Direzione Trasferimento Tecnologico
Technology transfer, brevetti, innovazione per la pubblica amministrazione e le imprese, cooperazione allo sviluppo.

ENEA

14 Centri di Ricerca e Grandi laboratori
17 Uffici territoriali

Sede Legale e Ufficio di Bruxelles
Basi di ricerca in Antartide

Figura 29: Brochure istituzionale ENEA.

The business card features the ENEA logo and the full name of the agency: 'AGENZIA NAZIONALE PER LE NUOVE TECNOLOGIE, L'ENERGIA E LO SVILUPPO ECONOMICO SOSTENIBILE'. It identifies the holder as 'Ing. Gilberto Dialuce', the President of ENEA, and provides contact information: telephone (+39 06.36272202), cell phone (+39 328.0298608), and email (presidenza@enea.it). The address is 'ENEA Sede Legale, Lungotevere Thaon di Revel 76, 00196 Roma'. A QR code is located in the bottom right corner.

ENEA | AGENZIA NAZIONALE PER LE NUOVE TECNOLOGIE, L'ENERGIA E LO SVILUPPO ECONOMICO SOSTENIBILE

Ing. Gilberto Dialuce
Presidente
ENEA

Tel: +39 06.36272202 | Cell: +39 328.0298608
presidenza@enea.it

ENEA Sede Legale
Lungotevere Thaon di Revel 76, 00196 Roma

Figura 30: Esempio di biglietto da visita



Figura 31: Esempio di utilizzo del logo ENEA su parete per stand fieristico Campagna “Italia in classe A”.

TECNOLOGIE, MATERIALI E SOLUZIONI PER LA TRANSIZIONE ENERGETICA

ENEA sviluppa tecnologie e processi per l'energia, offre servizi tecnici avanzati e trasferisce tecnologie e conoscenze al sistema produttivo nazionale e internazionale. È il coordinatore del Cluster Nazionale Energia.

Il Dipartimento Tecnologie Energetiche e Fonti Rinnovabili in numeri:

- 17** Laboratori di ricerca
- 4** Sezioni tecniche
- 500** Ricercatori e tecnologi

FONTI RINNOVABILI E VETTORI ENERGETICI

Una risorsa inesauribile di energia per il futuro

Centri di Ricerca Casaccia, Trisala e Portici

FOTOVOLTAICO SOLARE TERMICO BIOMASSE IDROGENO

Infrastrutture sperimentali per produrre energia da fotovoltaico Processi termotecnici per la valorizzazione di Biomasse, Residui e Rifiuti Infrastrutture sperimentali per produrre calore da fonte solare Hydrogen Demo Valley

ACCUMULO DI ENERGIA

Tecniche e processi per l'immagazzinamento di energia

Centri di Ricerca Casaccia, Trisala e Portici

ACCUMULO ELETTROCHIMICO ACCUMULO DI ENERGIA TERMICA

Impianto di accumulo termico (DSC-FLC) Sviluppo materiali, processi e tecnologie per l'accumulo elettrochimico Testing batterie Lithium-Ione Sviluppo materiali, processi e tecnologie per l'accumulo elettrochimico

CATTURA, UTILIZZO E STOCCAGGIO DI CO₂

Un importante contributo all'obiettivo "emissioni zero"

Centro di Ricerca Casaccia

DECARBONIZZAZIONE DEI PROCESSI INDUSTRIALI ENERGIVORI

ZECOMEX - Zero Emission of Carbon with PCCd technologies

Dipartimento Tecnologie Energetiche e Fonti Rinnovabili

www.energia.enea.it
segreteria.ter.in@enea.it

TECNOLOGIE ABILITANTI

Sistemi e soluzioni per uno sviluppo sostenibile

Centri di Ricerca Casaccia e Portici

SMART GRID E CYBER SECURITY COMUNITÀ ENERGETICHE E INTELLIGENTI

RESILIENZA DELLE INFRASTRUTTURE URBANE SMART CITY PLATFORM

MOBILITÀ SOSTENIBILE HIGH PERFORMANCE COMPUTING

DRESCO Supercomputer High Performance Computing Progetto ENEA Smart Urban evolution Mobilità elettrica Testing di ricerca innovativa per batterie

Figura 32: Esempio di utilizzo del logo ENEA su parete per stand fieristico a Key Energy, Rimini 2024

4.7 ICONE

Il processo di restyling del logo ha portato anche alla realizzazione di nuovi elementi grafici, utili per il loro impiego in diversi materiali di comunicazione. In particolare, è stato creato un set di icone utile per la comunicazione dei valori, della mission, dei progetti e del lavoro generale dell'ENEA (Immagine 33).

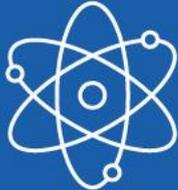


Figura 33: Set di icone da utilizzare sui diversi materiali di comunicazione.

Particolare attenzione è stata dedicata alle icone rappresentative dei quattro dipartimenti ENEA. Come noto, essi assicurano l'esercizio di funzioni e attività a carattere tecnico-scientifico coincidenti con le linee programmatiche prioritarie dell'Agenzia.



Dipartimento Tecnologie Energetiche e
Fonti Rinnovabili (TERIN)



Dipartimento Nucleare (NUC)



Dipartimento Sostenibilità, circolarità e
adattamento al cambiamento climatico
dei Sistemi Produttivi e Territoriali (SSPT)



Dipartimento Unità per l'Efficienza
Energetica (DUEE)

Figura 34: Le icone dei quattro Dipartimenti dell'ENEA.

5. ATTIVITÀ FUTURE

5.1 STRATEGIE E ATTIVITÀ PER L'AGGIORNAMENTO DEI MATERIALI DI COMUNICAZIONE

Come accennato nella sezione precedente, a seguito dell'attività di restyling del logo ENEA si è proceduto alla sua applicazione su diversi materiali di comunicazione e dissemination. Particolare importanza è stata data non solo ai materiali di comunicazione interna (ad esempio la carta intestata), ma anche a tutti i materiali di comunicazione esterna. Al momento, infatti, si è proceduto con l'aggiornamento di biglietti da visita, presentazioni, poster, etc., che stanno cambiando il modo in cui il nostro Ente si presenta all'esterno. L'impiego di tutti gli strumenti descritti in questo report (es.: colori, icone, tipografia) serve, di fatti, a dare un'immagine nuova e più moderna dell'ENEA. Parallelamente si sta procedendo ad una attività di sensibilizzazione interna all'Ente, che incoraggia l'utilizzo del nuovo logo e dei relativi materiali di comunicazione, in sostituzione di quelli superati da questo lavoro. A tale fine è stato reso disponibile a tutto il personale ENEA un manuale d'uso del logo, corredato dai diversi materiali grafici utilizzabili.

Un cambiamento repentino di tutti i materiali di comunicazione e dissemination risulta molto difficile. Questo dipende chiaramente dalla complessità dell'Ente e dall'elevato numero di materiali di comunicazione prodotti e utilizzati. Nei prossimi mesi particolare importanza sarà dedicata all'adeguamento dei template dei prodotti editoriali di ENEA. Inoltre, il continuo supporto ai ricercatori da parte di REL-PROM garantirà che i nuovi materiali di dissemination (poster, brochure, etc.) saranno sempre più adattati al nuovo format. Quest'ultimo evolverà anche pensando alle specificità di ogni singolo Dipartimento di ENEA, definendo una *brand architecture* che ne valorizzi le peculiarità e specifici valori.

5.2 STRATEGIE E ATTIVITÀ PER L'AGGIORNAMENTO DEI CANALI DI COMUNICAZIONE

Oltre all'adeguamento dei materiali di comunicazione, un'importante attività riguarda anche l'adeguamento dei canali di comunicazione rispetto all'attività di restyling svolta. Un esempio particolarmente importante riguarda il lavoro svolto sul canale YouTube "ENEA Channel". L'attività di aggiornamento del logo, infatti, ha portato non soltanto alla sostituzione del logo nell'immagine del profilo, ma anche al ripensamento delle attività nel canale stesso. Come evidente dall'Immagine 35, un ripensamento delle immagini utilizzate coerentemente con la nuova identità visiva di ENEA (ad esempio per la copertina del canale), sta rendendo quest'ultimo molto più nuovo e moderno. D'altronde tale attività ha anche permesso di iniziare una nuova attività di ripensamento dei contenuti presenti nel canale, efficientando i video e prevedendo un piano di pubblicazione ben definito.

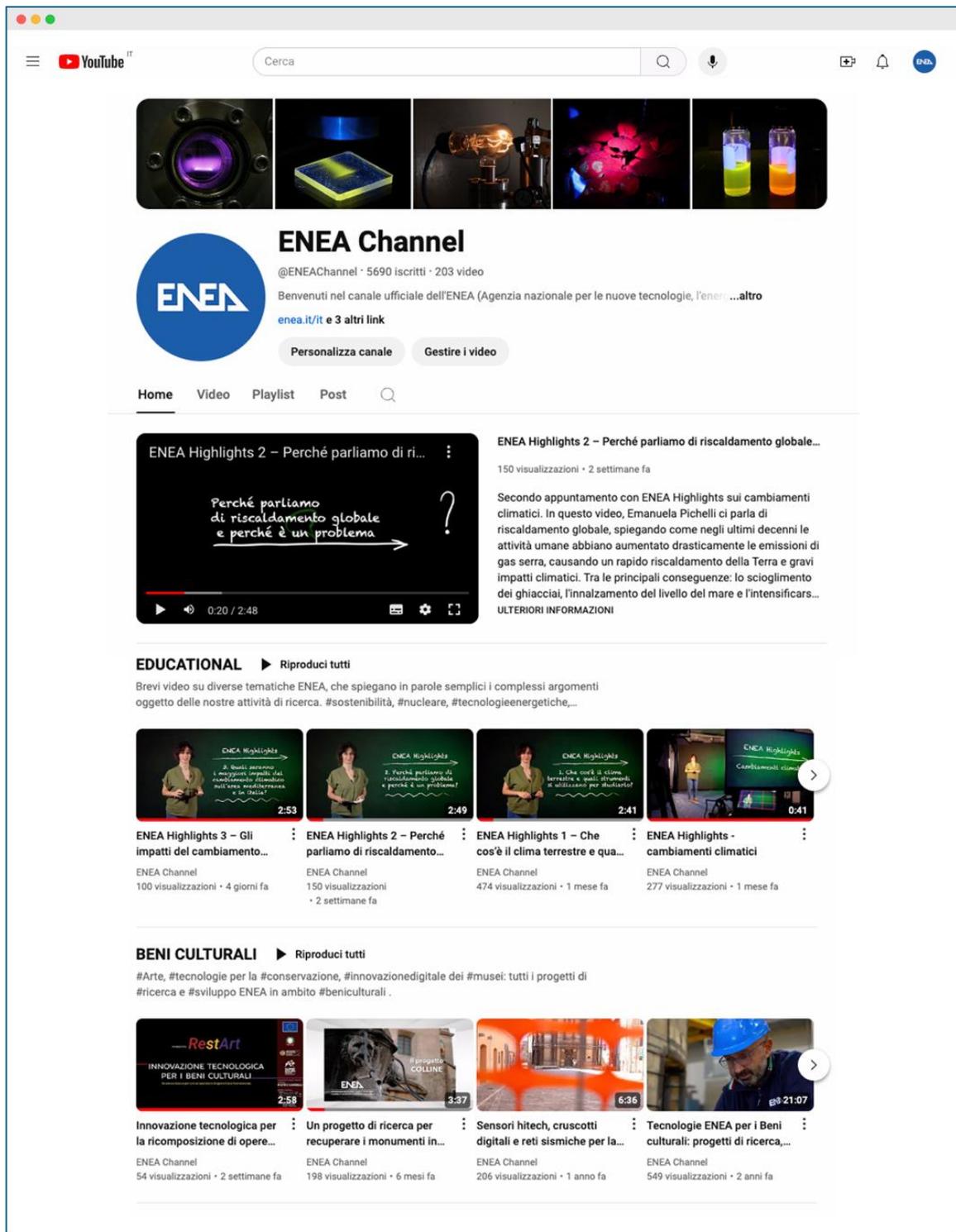


Figura 35: Il restyling del canale YouTube ENEA Channel in seguito al restyling del logo ENEA.

Nei mesi successivi un adeguamento più consistente del sito istituzionale ENEA rispetto alla nuova identità visiva sarà effettuato.

5.3 BENEFICI ATTESI A LUNGO TERMINE

Numerosi sono i benefici attesi a lungo termine dal processo di restyling del logo ENEA, che mira a rafforzare l'identità visiva e comunicativa dell'Ente in un contesto sempre più moderno e orientato all'innovazione. Tra i vantaggi principali, si evidenziano i seguenti:

- **Rafforzamento dell'identità di ENEA:** il nuovo logo contribuirà a consolidare l'immagine di ENEA come organizzazione al passo con i tempi, proiettata verso il futuro e focalizzata su modernità e innovazione.
- **Miglioramento della comunicazione visiva:** grazie a un design più contemporaneo e professionale, ENEA potrà comunicare con maggiore efficacia, catturando l'attenzione di un pubblico più vasto e variegato.
- **Attrazione di talenti di alto livello:** una nuova immagine, chiara e innovativa, potrà essere un elemento decisivo per attrarre ricercatori, scienziati e collaboratori qualificati, interessati a collaborare con un ente all'avanguardia.
- **Incremento delle partnership strategiche:** un'immagine rinnovata, allineata agli standard più recenti, agevola lo sviluppo di collaborazioni con enti e imprese, rafforzando la posizione di ENEA come partner affidabile e di rilievo.
- **Maggiore coinvolgimento e fiducia del pubblico:** un'identità visiva rinnovata può migliorare il coinvolgimento del pubblico e aumentarne la fiducia verso l'ente, facilitando una comunicazione più aperta e trasparente.
- **Adattamento ai nuovi media:** il nuovo logo è concepito per rispondere alle esigenze dei media contemporanei, inclusi non solo i social media, ma anche nuove piattaforme, applicazioni e formati digitali, rendendo ENEA più accessibile e riconoscibile in un contesto digitale.
- **Rafforzamento della mission e dei valori:** un logo rivisitato contribuisce a riaffermare i valori e la missione di ENEA, come descritto nelle sezioni precedenti del rapporto, assicurando che questi siano chiaramente comunicati al pubblico e agli stakeholder.
- **Stimolo all'innovazione interna:** il restyling del logo, essendo un segnale di cambiamento e apertura, può ispirare e incentivare l'innovazione all'interno dell'organizzazione, favorendo una cultura orientata al rinnovamento e al miglioramento continuo.

Questa nuova veste grafica rappresenta non solo un cambiamento estetico, ma anche una riflessione strategica, volta a posizionare ENEA come ente moderno, all'avanguardia e orientato a crescere nel panorama scientifico e tecnologico.

ENEA
Servizio Promozione e Comunicazione
www.enea.it

Stampa: Laboratorio Tecnografico ENEA - C.R. Frascati
novembre 2024