



branche öffentliche verwaltung
branche administration publique
ramo amministrazione pubblica

Direttive

Direttive di comunicazione e di marchio

del ramo «Öffentliche Verwaltung /
Administration publique /
Amministrazione pubblica»

Versione
Data
Editore
Base

1.2
17.09 2026
Segretariato svizzero dell'ov-ap
Regolamento interno dell'ov-ap



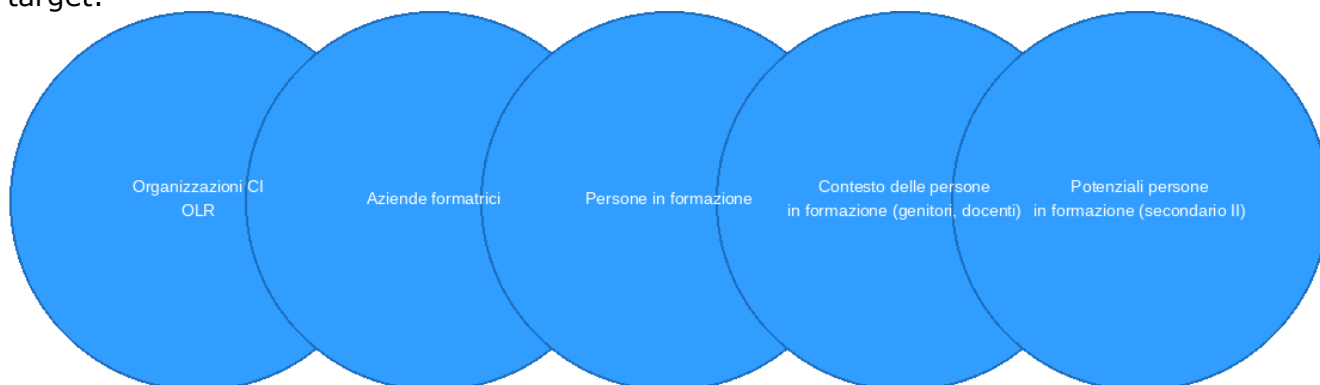


Indice

1. Contesto e obiettivi.....	3
2. Identità visiva	3
3. Utilizzo del logo e del marchio figurativo.....	3
4. Dati e modelli.....	4
5. Lingua e tono	4
6. Comunicazione interna ed esterna	4
7. Responsabilità e processi di approvazione.....	4
8. Sviluppo e valutazione	4
Linee guida del marchio	5
1. Logo e marchio figurativo.....	5
2. Tipografia	5
3. Tavolozza dei colori ed elementi geometrici	6
4. Universo visivo.....	7
5. Social media	8

1. Contesto e obiettivi

Le direttive di comunicazione dell'ov-ap garantiscono una comunicazione uniforme e professionale, sia all'interno che all'esterno. Promuovono la riconoscibilità, la trasparenza, la comprensibilità e un approccio inclusivo nei confronti di tutti i gruppi target:



Le presenti direttive riuniscono le direttive di comunicazione e le Linee guida del marchio dell'ov-ap in un unico documento.

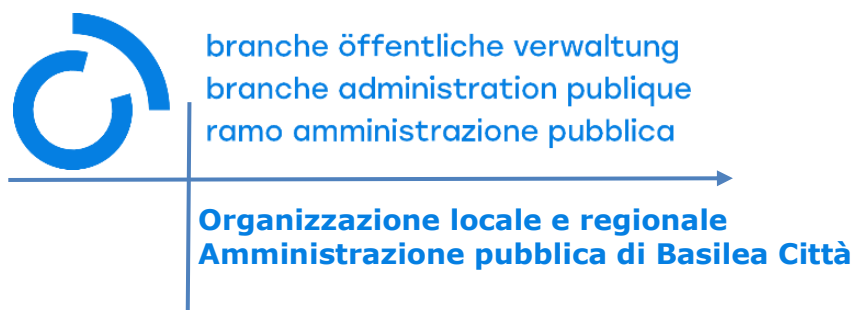
2. Identità visiva

L'identità visiva dell'ov-ap – logo e marchio figurativo, tipografia, tavolozza dei colori, universo visivo e social media – è disciplinata nelle **Linee guida del marchio** riportate alla fine del presente documento.

3. Utilizzo del logo e del marchio figurativo

Le organizzazioni locali e regionali possono utilizzare volentieri il logo dell'ov-ap, conformemente alle indicazioni contenute nelle Linee guida del marchio ([Logo e marchio figurativo](#)).

È consentito integrare il logo con il nome dell'organizzazione locale e regionale, purché vengano rispettate le distanze e le proporzioni.



Le organizzazioni locali e regionali possono utilizzare il logo del ramo anche sul proprio sito web. Il link da inserire è il seguente: <https://ov-ap.swiss>

Il logo deve essere utilizzato conformemente alle presenti direttive. Il segretariato svizzero si riserva il diritto di segnalare eventuali utilizzi scorretti e di richiederne una rettifica.



4. Dati e modelli

I dati e i modelli possono essere scaricati da time2learn e sono a vostra disposizione.

5. Lingua e tono

La comunicazione è chiara, oggettiva e adeguata ai gruppi target. In italiano ci orientiamo alla [Guida al linguaggio inclusivo di genere](#) della Confederazione, in particolare per la redazione inclusiva.

Per il tedesco e il francese vengono considerate le rispettive particolarità linguistiche, sulla base delle guide corrispondenti della Confederazione:

[Leitfaden geschlechtergerechte Sprache des Bundes](#) (tedesco)

[Guide pour un usage inclusif du français](#) (francese)

Esempi sono disponibili nel nostro glossario.

6. Comunicazione interna ed esterna

- ✓ Le informazioni vengono condivise in modo trasparente, tempestivo e comprensibile.
- ✓ Le decisioni e gli sviluppi rilevanti vengono comunicati apertamente, al fine di promuovere la fiducia e la partecipazione.
- ✓ I canali di comunicazione (e-mail, newsletter, time2learn, sito web e LinkedIn) vengono utilizzati in funzione dei gruppi target.
- ✓ Le informazioni confidenziali vengono trattate con particolare cura.

7. Responsabilità e processi di approvazione

Il segretariato svizzero è responsabile del rispetto delle direttive di comunicazione e supporta le organizzazioni locali e regionali nella loro attuazione. I modelli e i materiali vengono verificati regolarmente e aggiornati se necessario. In caso di incertezze o di nuove esigenze di comunicazione, è opportuno consultare tempestivamente il segretariato svizzero.

8. Sviluppo e valutazione

Le direttive di comunicazione vengono regolarmente riviste e adattate alle nuove esigenze. I riscontri delle organizzazioni vengono raccolti attivamente e confluiscono nel loro sviluppo.

Linee guida del marchio

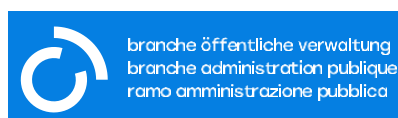
Le seguenti direttive disciplinano l'identità visiva dell'ov-ap (logo, tipografia, tavolozza dei colori, universo visivo e social media).

1. Logo e marchio figurativo

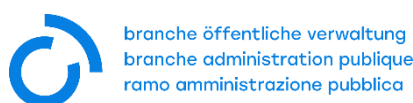
Il logo del ramo ov-ap è composto da due elementi: il marchio figurativo e la scritta trilingue.

- ✓ Il logo deve essere utilizzato esclusivamente in bianco o in blu – la scelta del colore dipende dallo sfondo:

Logo bianco su sfondo scuro o colorato



Logo blu su sfondo chiaro o bianco



- ✓ Il simbolo può anche essere utilizzato da solo; si presta bene, ad esempio, come sfondo o sulle copertine, e può essere impostato in modo da risultare trasparente.



- × Il logo non deve essere modificato in alcun modo (nessuna modifica delle proporzioni, dei colori o della scritta).
- × Le vecchie versioni del logo (ad es. in bianco e nero) non sono più valide e non devono più essere utilizzate.

2. Tipografia

Nei titoli è possibile utilizzare il colore di carattere blu (HEX 057FE2).

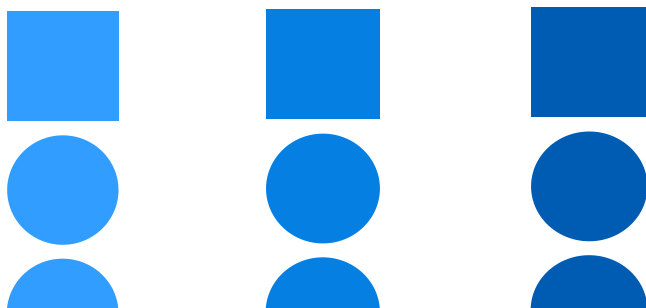
Carattere	Utilizzo
Stolzl Regular	Sito web
Famiglia di caratteri Verdana	PowerPoint, applicazioni Office

3. Tavolozza dei colori ed elementi geometrici

La tavolozza dei colori, con le sue tonalità di blu decise, riflette chiarezza, fiducia e modernità. I colori primari formano tre varianti tonali di blu, completate da tonalità neutre (nero, grigio, grigio chiaro e bianco). I colori d'accento rosso e verde vengono utilizzati con parsimonia.

Blu scuro HEX #005BB3 CMYK 95 / 70 / 0 / 0	Nero HEX #031A34 CMYK 95 / 80 / 40 / 60		
Blu HEX #057FE2 CMYK 80 / 40 / 0 / 0	Grigio scuro HEX #58617A CMYK 70 / 60 / 35 / 15		
Blu chiaro HEX #319EFF CMYK 70 / 20 / 0 / 0	Grigio HEX #6E7894 CMYK 60 / 50 / 30 / 0		
Bianco HEX #FFFFFF CMYK 0 / 0 / 0 / 0	Grigio chiaro HEX #F2F4FF CMYK 5 / 5 / 0 / 0		
Rosso scuro #C6120C	Rosso #EF413D	Rosso chiaro #FF8970	Rosso pastello #FFE3DE
Verde scuro #18AE69	Verde #63C872	Verde chiaro #AEE27B	Verde pastello #EEFFC5

Sul sito web e anche sui social media, i seguenti elementi geometrici possono essere utilizzati nelle diverse tonalità di blu:



4. Universo visivo

Lo stile fotografico è autentico, orientato all'azione e cerca di raccontare una storia che risulti naturale.

Le persone ritratte dovrebbero essere varie, autentiche e simpatiche. L'abbigliamento dovrebbe essere sobrio e curato, senza slogan o loghi di grandi dimensioni.

L'illuminazione ideale dovrebbe essere naturale. Le foto dovrebbero trasmettere un senso di professionalità, ispirazione, formazione e competenza.





branche öffentliche verwaltung
branche administration publique
ramo amministrazione pubblica

5. Social media

I post su LinkedIn possono integrare le forme geometriche come maschere, cornici e ausili compositivi, per trasmettere un'immagine al passo con i tempi, mantenendo al contempo la riconoscibilità del marchio.

