

L'Ente Tuscia viterbese si colloca nel mercato nazionale e internazionale come organizzazione per la tutela e la promozione della qualità produttiva e commerciale della provincia di Viterbo attraverso la costituzione del Marchio collettivo "Tuscia Viterbese".

Gli utilizzatori associano la qualità produttiva e commerciale a ogni minimo dettaglio di tutti i mezzi e comportamenti che esprimono le diverse aziende affiliate.

Infatti l'insieme eterogeneo di questi mezzi informa in tempi e modi diversi tutti i fruitori sulla natura, sulla qualità e sull'efficienza di ogni singola azienda.

La loro coerente espressione formale impone di conseguenza un'immagine fortemente caratterizzata e nettamente distinta da quella di altri marchi dello stesso genere e, soprattutto, fortemente connotata in termini di appartenenza al marchio collettivo.

La "Tuscia Viterbese" ha avvertito questa realtà e l'insieme dei manuali della "Corporate Identification Standard" (CIS) testimonia l'impegno sostenuto per definire un'immagine nuova e positiva che contribuisca fattivamente al potenziamento dell'affermazione produttiva e commerciale di tutte le aziende affiliate.

Condizione preliminare per conseguire questo risultato è la programmazione di ogni elemento in vista di un risultato finale. Programmazione che tiene conto sia delle caratteristiche intrinseche di tutti gli elementi, sia delle loro dinamiche applicative poiché in continua evoluzione e trasformazione parallelamente agli sviluppi e corrispondenti alle necessità delle diverse aree applicative.

Gli strumenti della programmazione permettono tale evoluzione pur mantenendo inalterata l'unitarietà dell'immagine generale.

La coordinazione definisce l'elemento essenziale e irrinunciabile di tutta la programmazione.

Ogni elemento funziona "in fase" con l'organismo unitario costituito dalla CIS

La diversa utilizzazione combinata di tali elementi definisce l'espressione dell'immagine di appartenenza al marchio collettivo nelle sue diverse forme e nelle differenti aree applicative.

I manuali fissano le norme di gestione di questi elementi con le dimostrazioni delle loro principali applicazioni e, oltre a stabilire la fisionomia di appartenenza al marchio collettivo, ne definiscono un principio organizzativo fondamentale e, quindi, uno strumento di lavoro.

La realizzazione di qualsiasi elemento comunicativo troverà in essi gli strumenti necessari.

Il loro corretto utilizzo prevede la rigorosa applicazione di tutte le norme contenute, escludendo qualsiasi possibilità di adattamenti arbitrari o di interpretazioni soggettive.

Ogni deroga, anche minima, a tali norme compromette coerenza, unitarietà e coordinazione, annullando di fatto la funzione e l'efficacia comunicativa della CIS.

Tutte le norme contenute nella CIS non debbono essere considerate fini a se stesse, ma al contrario, esse costituiscono lo strumento indispensabile per il raggiungimento dei vantaggi di coerenza espressiva, di coordinazione e di economicità.

Le norme inoltre non vanno considerate limitative, bensì un mezzo efficace di lavoro e di organizzazione operativa che esclude anarchia e soggettivismi in antitesi con i requisiti di unificazione e di comune comprensione.

Nella sua strutturazione generale la CIS interpreta le normative ufficiali europee ed extraeuropee relative ai suoi argomenti.

I futuri aggiornamenti di tali normative possono comportare conseguenti modifiche alle norme CIS.

Il manuale della pubblicità sarà soggetto ad aggiornamenti più frequenti in rapporto alle dinamiche divulgative e alle modificazioni delle condizioni di mercato.

Conclusivamente, le norme CIS definiscono i principi fondamentali di ogni manifestazione visiva della "Tuscia Viterbese". Sono direttamente assimilabili ai concetti costituzionali che fissano gli elementi di riferimento essenziali e di principio ai quali deve corrispondere qualsiasi decisione.

I manuali dei singoli capitoli fissano pertanto questi principi chiave che hanno validità generale.

La loro applicazione prevede, oltre agli argomenti citati nei manuali, l'individuazione di una serie di elementi definiti con progettazioni specifiche e mirate, indispensabili per la concreta efficacia della Corporate Identification Standard.

L'organizzazione operativa della CIS prevede la costituzione di una Commissione specifica che assume il compito di tutela e controllo della fedele applicazione e di tutte le problematiche connesse alla CIS.

La convocazione di tale Commissione CIS avrà scadenza annuale. In tale seduta saranno discusse le condizioni applicative relative all'anno trascorso e gli eventuali interventi o aggiornamenti, fissandone tempi e modi di attuazione.

La Commissione CIS può essere convocata anche in via straordinaria.

La struttura contenutistica ed espositiva della Corporate Identification Standard è costituita da 10 manuali operativi numerati da 1 a 9 bis.

Le norme CIS richiedono un periodo di assimilazione di sei/otto mesi.

Durante tale periodo la Commissione CIS valuterà le condizioni applicative e operative che potranno, all'occorrenza, comportare parziali interventi di integrazione o modifica.