

MARCHIO

E LOGOTIPO

IL CARATTERE TIPOGRAFICO

È stato scelto come font di primo livello il carattere AGENCY Fb, per ogni espressione dell'azienda: catalogo, brochure, packaging, in quanto fondamentale strategia di marca per rafforzarne l'identità.

Si tratta di un carattere stilisticamente stretto e alto, sans serif, che trasmette un'immagine giovanile, moderna e senza tempo.

Come carattere di secondo livello da utilizzare per i testi scritti si è scelto il KOZUKA Pro L, sans serif e di immediata leggibilità.

Le famiglie riportate verranno utilizzate nelle varianti regular, bold.
Gli esempi hanno corpo 16 e interlinea automatica.

Regular	AGENCY FB ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ 012345678 .(=[]*&^%\$#@<>?!)	Bold	AGENCY FB ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ 012345678 .(=[]*&^%\$#@<>?!)
Regular	KOZUKA PRO L ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ 012345678 .(=[]*&^%\$#@<>?!)	Bold	KOZUKA PRO L ABCDEFGHIJKLMN OPQRSTUVWXYZ 012345678 .(=[]*&^%\$#@<>?!)

I CODICI CROMATICI

Il colore lavora in sinergia con il marchio, esprimendola propria identità visiva in un continuo rimando sia nel brand name che nel campo della comunicazione (dalla brochure al packaging), creando una forte percezione nel pubblico.

A fianco sono presentate le varie alternative cromatiche, utilizzate per determinare il colore più adatto alla scelta grafica.

I colori sono legati a particolari significati, impressi nella memoria ancestrale dell'uomo. Il colore blu notte è stato scelto innanzitutto per la sua eleganza e per il rimando ai concetti di solidità, affidabilità e tradizione.

PROVE CROMATICHE

PANTONE 2735 C C 99 M 100 Y 6 K 7 R 34 G 0 B 144 hex #1E155D	PANTONE 144 C C 0 M 49 Y 100 K 0 R 255 G 150 B 0 hex #FF9600	PANTONE 426 C C 76 M 67 Y 63 K 76 R 25 G 28 B 31 hex #191C1F	PANTONE 375 C C 37 M 0 Y 100 K 0 R 168 G 255 B 0 hex #A8FF00	PANTONE 274 C C 100 M 100 Y 29 K 28 R 34 G 21 B 93 hex #1E155D

SCELTA DEL COLORE ISTITUZIONALE

OPACITA' 100%	OPACITA' 75%	OPACITA' 50%	OPACITA' 25%

PANTONE 274 C
C 100 M 100 Y 29 K 28
R 34 G 21 B 93
hex #1E155D

VERSIONI ALTERNATIVE DEL MARCHIO

Le varie versioni cromatiche a due colori sono realizzate tenendo conto dei diversi utilizzi da effettuarsi.

La scelta del tono si effettuerà principalmente in base al tipo di gradazione dello sfondo.

A COLORI - POSITIVO	BIANCO E NERO - POSITIVO	WIREFRAME
A COLORI - NEGATIVO	BIANCO E NERO - NEGATIVO	VERSIONE PER

APPLICAZIONE DEL MARCHIO:

ERRORI DA EVITARE

Il logo, segno di riconoscimento dell'azienda, dovrà essere ricreato correttamente, evitando alcuni errori di composizione e risoluzione illustrati negli esempi seguenti.

A. DEFORMARE



B. MODIFICARE LE PROPORZIONI



C. MODIFICARE I COLORI



D. USARE SU SFONDI INAPPROPRIATI



Politecnico di Milano
Facoltà di Architettura

Anno Accademico 2010-2011

Prodotto d'arredo e identità d'impresa.
Studi preliminari per la formazione di un nuovo brand.



Tesi di Laurea di:
Danesi Federica 736106
Parlato Lucia 735010

Relatore:
prof. Pier Federico Caliarì

Correlatori:
Alessia Chiapperino
Paolo Conforti
Sara Ghirardini
Francesco Leoni
Stefania Malaffo
Samuele Ossola

Scala:
Varie

Tavola n°:

Studio immagine coordinata:
MARCHIO E LOGOTIPO