EXPERIENCE
FONDAZIONE

Brand Guidelines

FIDUCIA ENERGIA DIVERSITÀ CRESCITA LEALTÀ CREATIVITÀ VICINANZA VITALITÀ OTTIMISMO

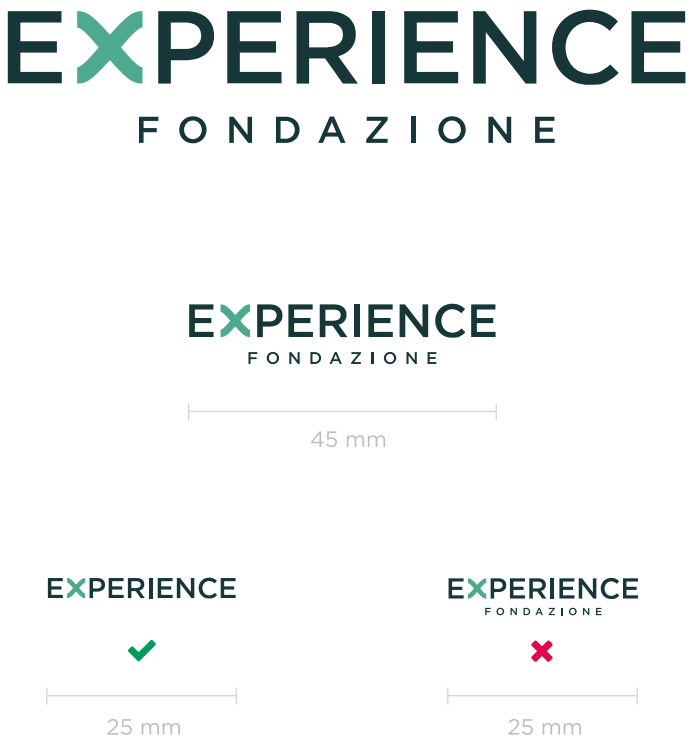
EXPERIENCE
FONDAZIONE

01 - Logo

Il logo viene utilizzato come identificatore visivo del marchio e della personalità dell'azienda. Deve essere utilizzato in modo coerente su tutte le piattaforme di comunicazione per essere immediatamente riconoscibile dagli utenti.

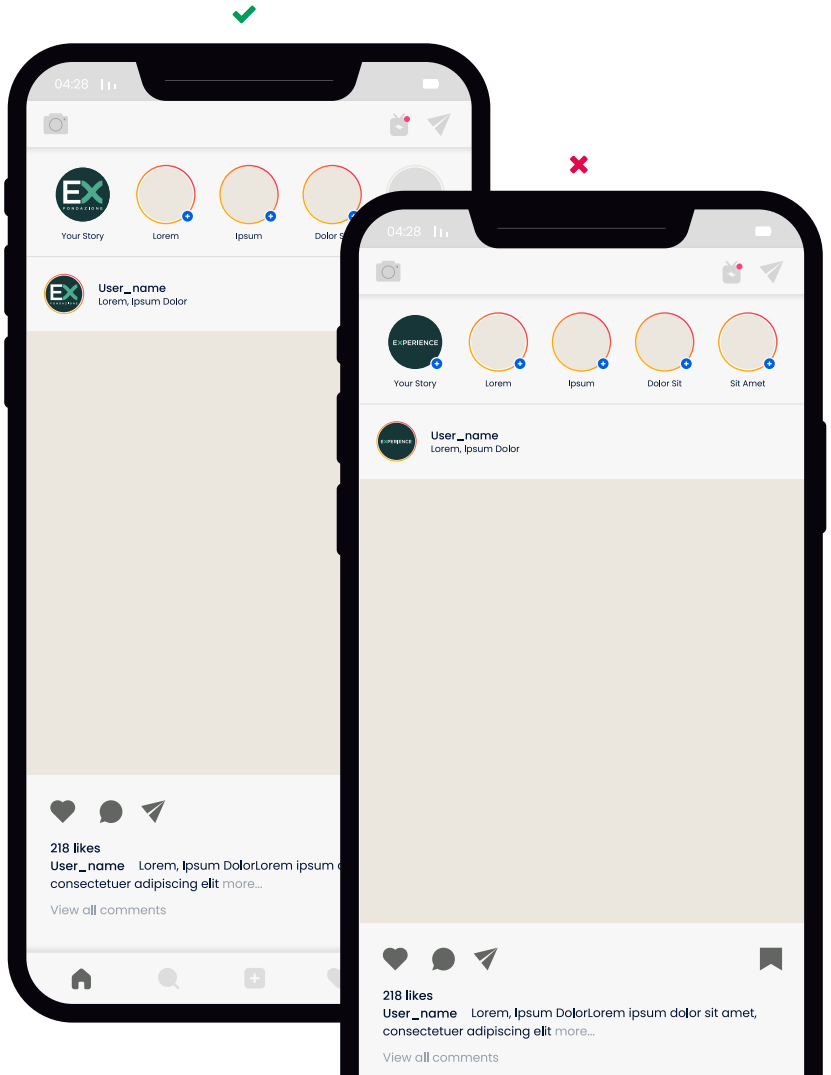
02 - Logo Size

Il logo completo può essere utilizzato fino a raggiungere le dimensioni minime. Nell'utilizzo se scende al di sotto dei 25 mm di larghezza, utilizzarlo senza il payoff.



03 - Logo Monogram

In casi eccezionali (es. piccole superfici di stampa, immagini del profilo o favicon) il logo può essere utilizzato sotto forma di monogramma. Tuttavia, tale uso dovrebbe essere trattato come un'eccezione.



04 - Logo Resize

Ridimensionare il logo mantenendo sempre le proporzioni esatte originali tra larghezza e altezza. Non distorcere per nessun motivo il logo o il monogramma.

05 - Logo Clear Space

Per mantenere la leggibilità e la chiarezza del logo, l'area di sicurezza evidenziata attorno deve essere in ogni scenario priva di qualsiasi elemento, come testo e grafica. Lo spazio minimo che circonda il logo è pari all'altezza del testo della parola EXPERIENCE.

06 - Primary Colour Palette

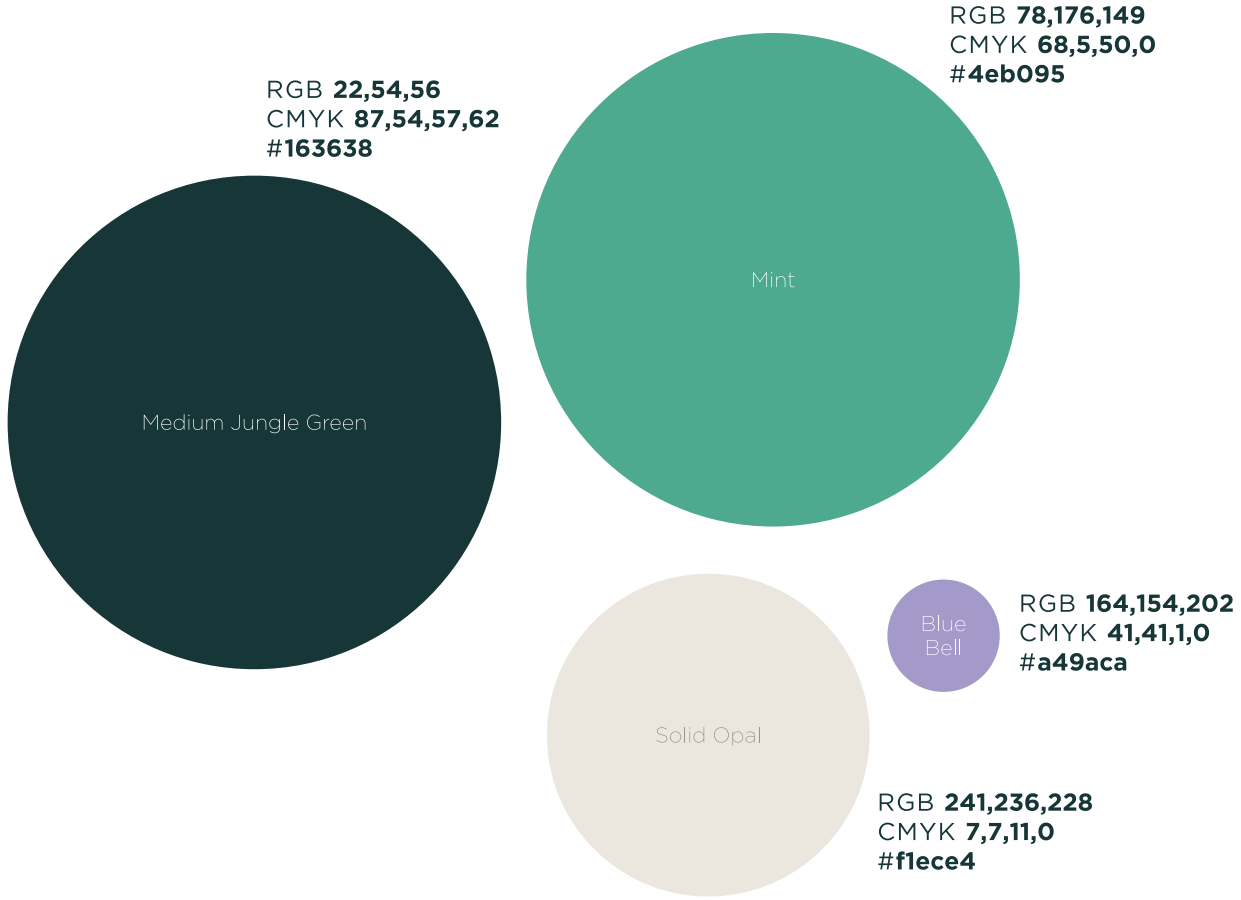
Il logo ruota attorno a un set base di colori. È importante che i colori vengano utilizzati in modo coerente e corretto sia per la stampa che per il web. Tenere conto dei codici colore qui riportati.

RGB **22,54,56**
CMYK **87,54,57,62**
#163638

RGB **78,176,149**
CMYK **68,5,50,0**
#4eb095

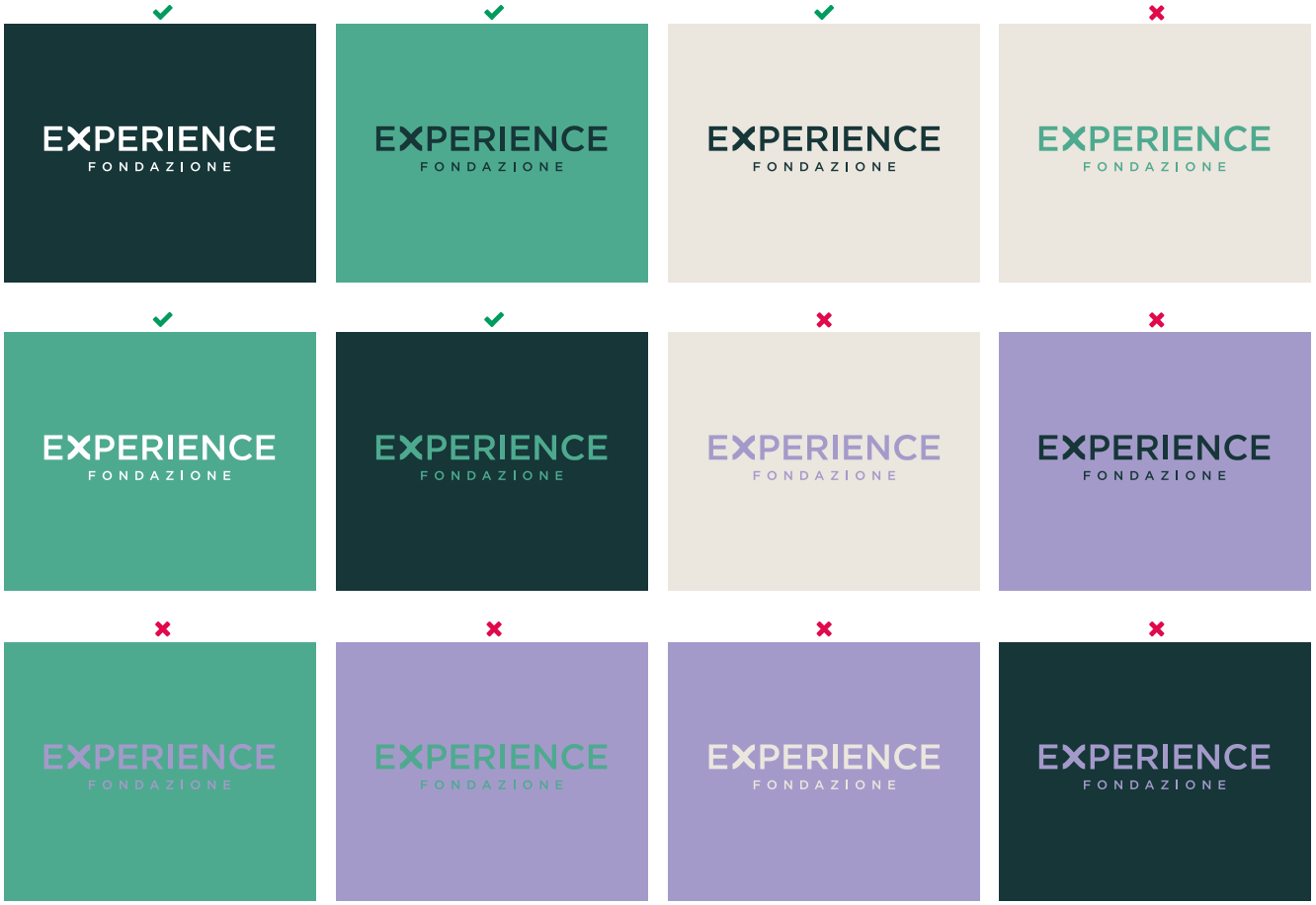
07 - Secondary Colour Palette

In abbinamento ai colori principali, possono essere usati con le giuste dosi due colori secondari complementari ai primi. Il “Solid Opal” può essere usato come sfondo di testo o, il “Mexican Pink” per piccoli elementi o dettagli grafici.



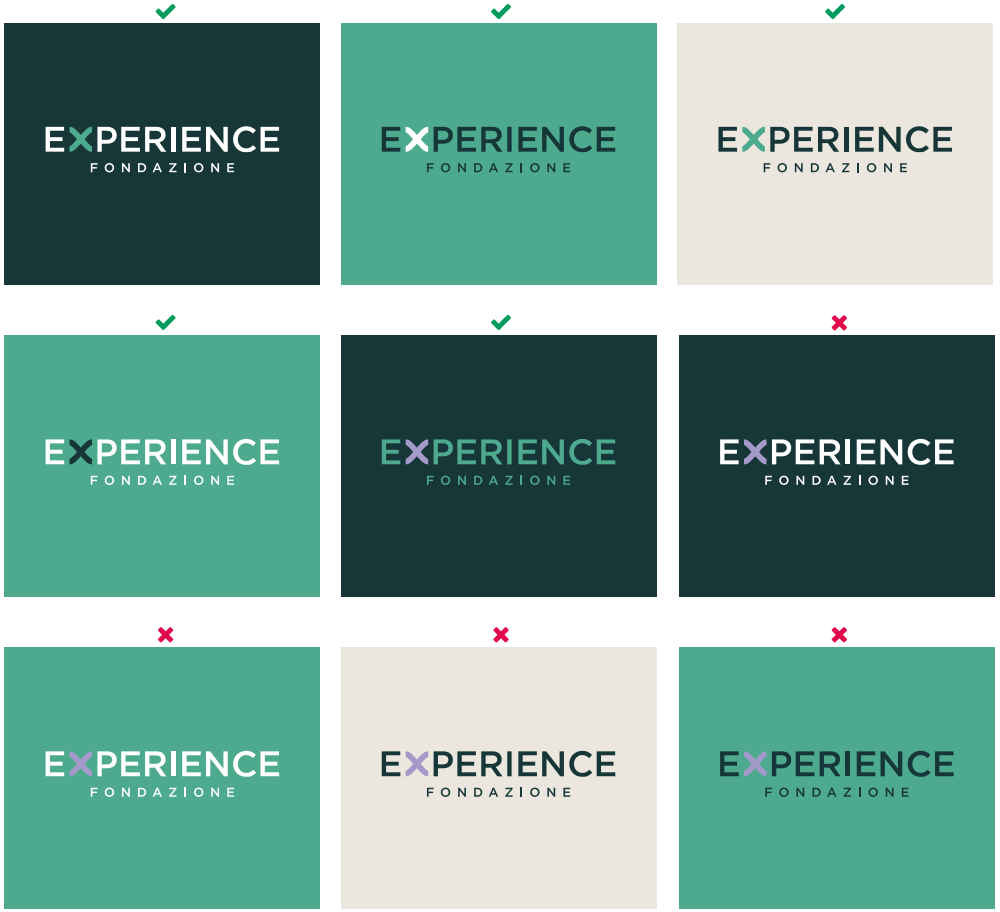
08 - Colour Rules

Il logo può essere usato in versione negativa solo con i colori della palette primaria. Solo in casi eccezionali il colore “Solid Opal” può essere usato come sfondo in abbinamento al colore primario “Medium Jungle Green”.



09 - X Colour Rules

La X all'interno del logo, nella versione negativa, può essere usata solo con i colori della palette primaria. Solo nel caso in cui abbiamo una prevalenza dei colori principali e sfondo "Medium Jungle Green", la X può assumere il colore "Blue Bell" della palette secondaria.



10 - Brand Fonts

È importante che i fonts vengano utilizzati in modo coerente e corretto sia per la stampa che per il web. Il font “Gotham Black” ha una forza visiva maggiore, usarlo per i titoli nella formattazione uppercase. Il font Gotham Book - lowercase - è funzionale per i paragrafi di testo più lunghi e di difficile leggibilità.

GOTHAM BLACK

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(,.;:?!$&*)

GOTHAM-BOOK

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(,.;:?!$&*)

11 - Secondary Fonts

Font Google, per eventuali presentazioni o comunicati interni di facile editabilità.

MONTSERRAT BLACK

Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(,.;:?!$&*)

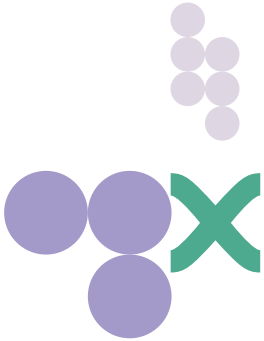
MONTSERRAT MEDIUM

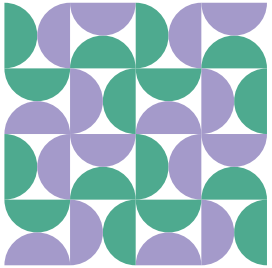
Aa

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890(,.;:?!$&*)

12 - Texture & Graphic

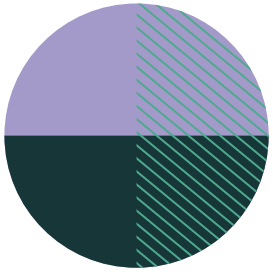
A supporto del logo, la comunicazione è caratterizzata da elementi grafici geometrici e circolari.
L'immagine coordinata scelta aiuta a rendere maggiormente riconoscibile il brand e a rafforzare il logo stesso..





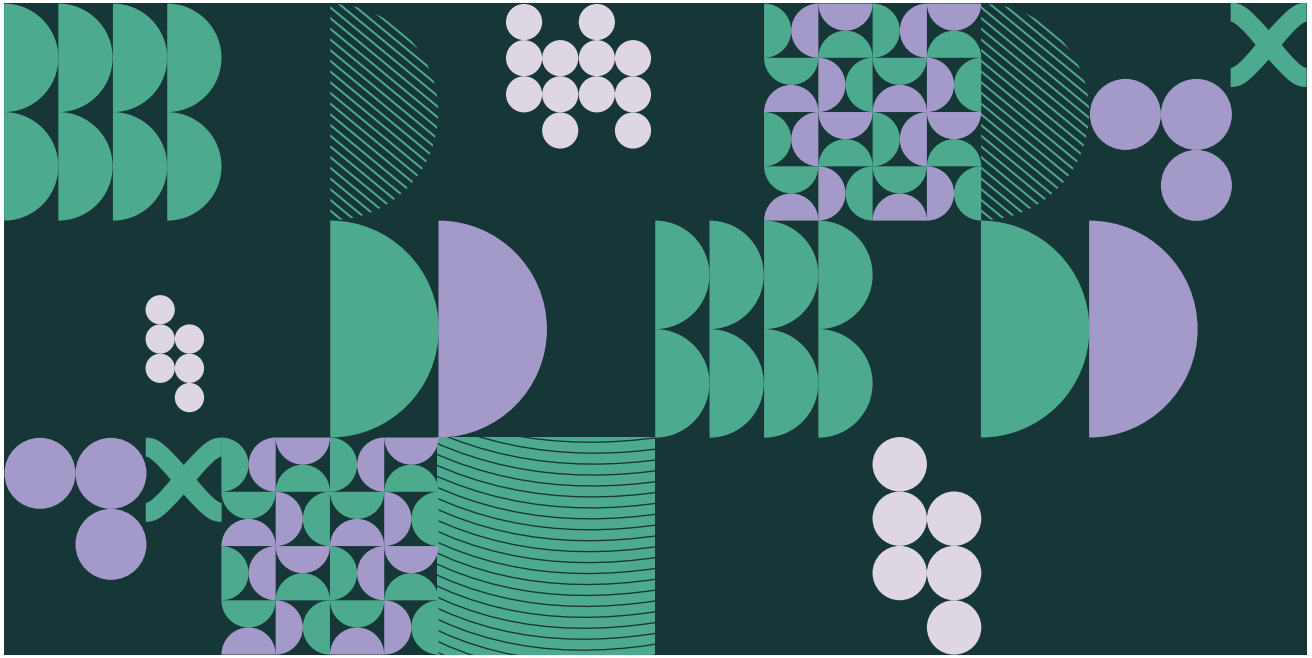
13 - Graphic Elements

Gli elementi circolari nella grafica trasmettono i concetti di inclusività, sicurezza, accoglienza e protezione.
Il cerchio si presta anche come concetto di movimento e di tempo.
Semplice e immediato, il cerchio rende la comunicazione meno formale e rigida.



14 - Texture

Ricreata dagli elementi grafici precedentemente indicati, la texture può essere usata come sfondo o come elemento grafico singolo. Può essere ripetuta infinitivamente. Caratterizza il brand e ne rimarca i valori.



15 - Photos

Le persone sono al centro di tutta la comunicazione. Le immagini scelte dovranno trasmettere il messaggio di diversità: persone serene, dinamiche, giovani e sorridenti.
Filtro saturo tendente ai colori caldi, immagini luminose con luce diffusa.
Giocare con sfondi colorati per eventuali grafiche. Alternanza delle maschere di ritaglio, con forma ovale.

16 - Icon

Ricreate dagli stessi elementi grafici circolari e geometrici precedentemente indicati, le icone vengono usate per indicare le macro categorie.

AMBIENTE
e sostenibilità

SPORT
indoor e outdoor

CULTURA

WORKSHOP

SOLIDARIETÀ

ISTRUZIONE

17 - Application

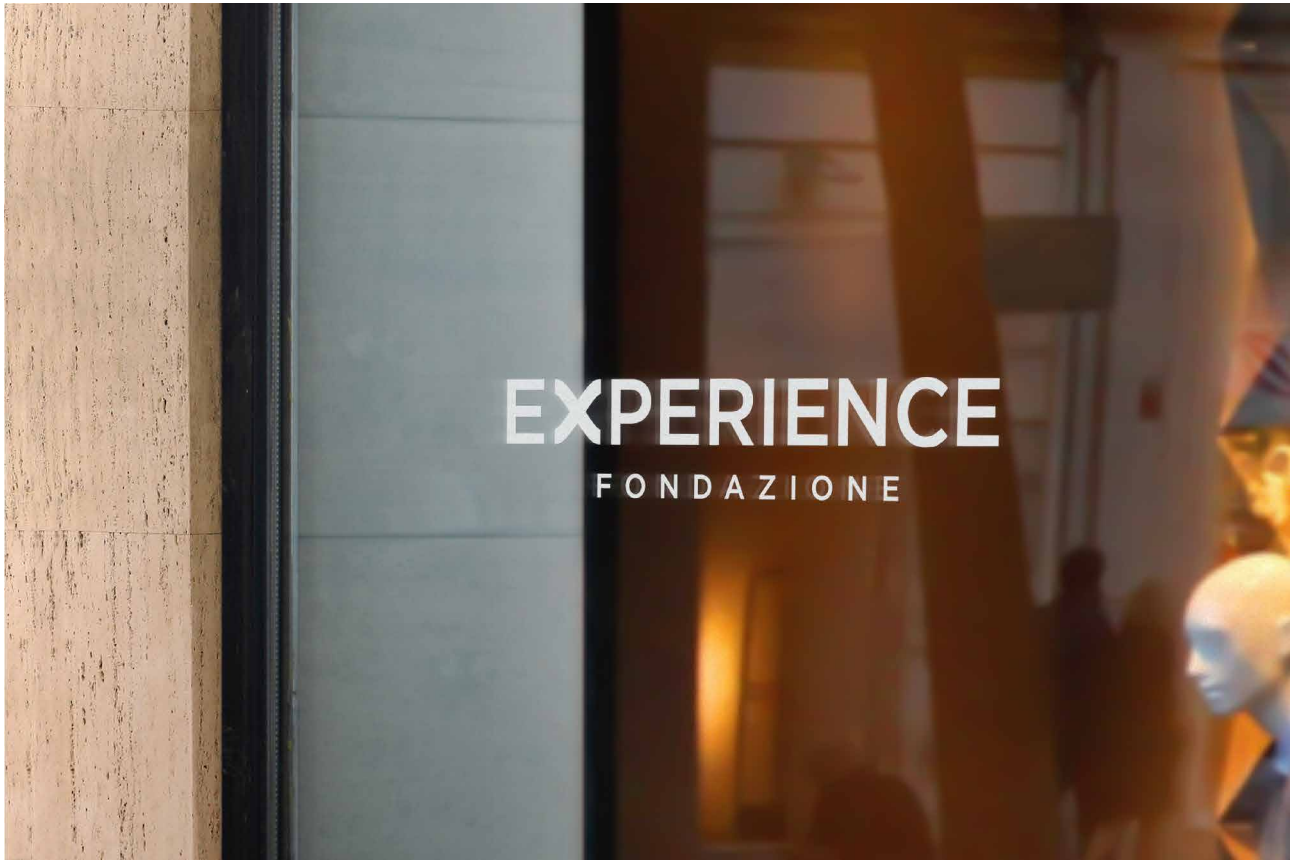
Esempi applicazioni logo.

18 - Application

Esempi applicazioni logo.

19- Application

Esempi applicazioni logo.

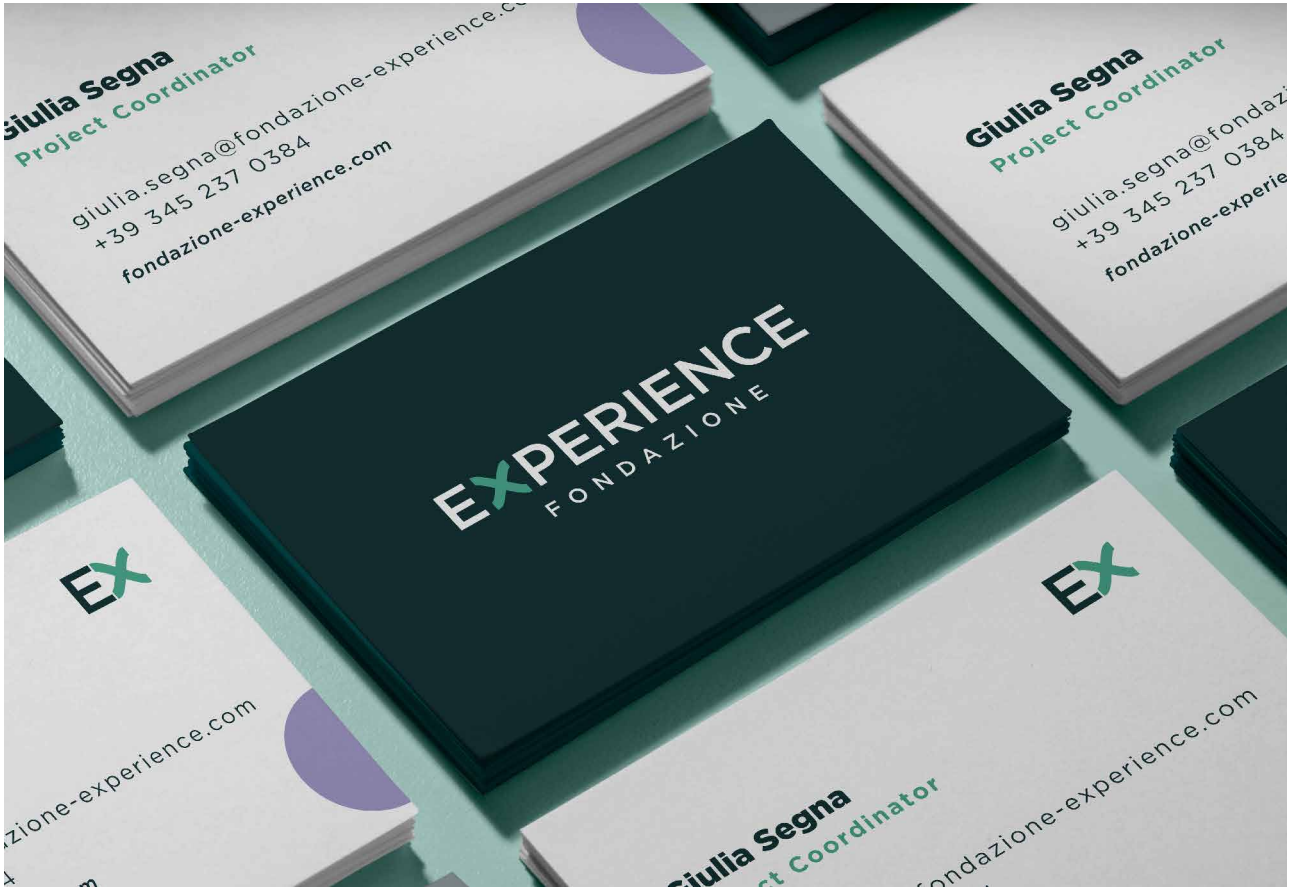


20 - Application

Esempi applicazioni logo.

21 - Graphic Coordinates

Sviluppo biglietto da visita.



21 - Graphic Coordinates

Sviluppo biglietto da visita.

23 - Graphic Coordinates

Sviluppo biglietto da visita.

EXPERIENCE
FONDAZIONE

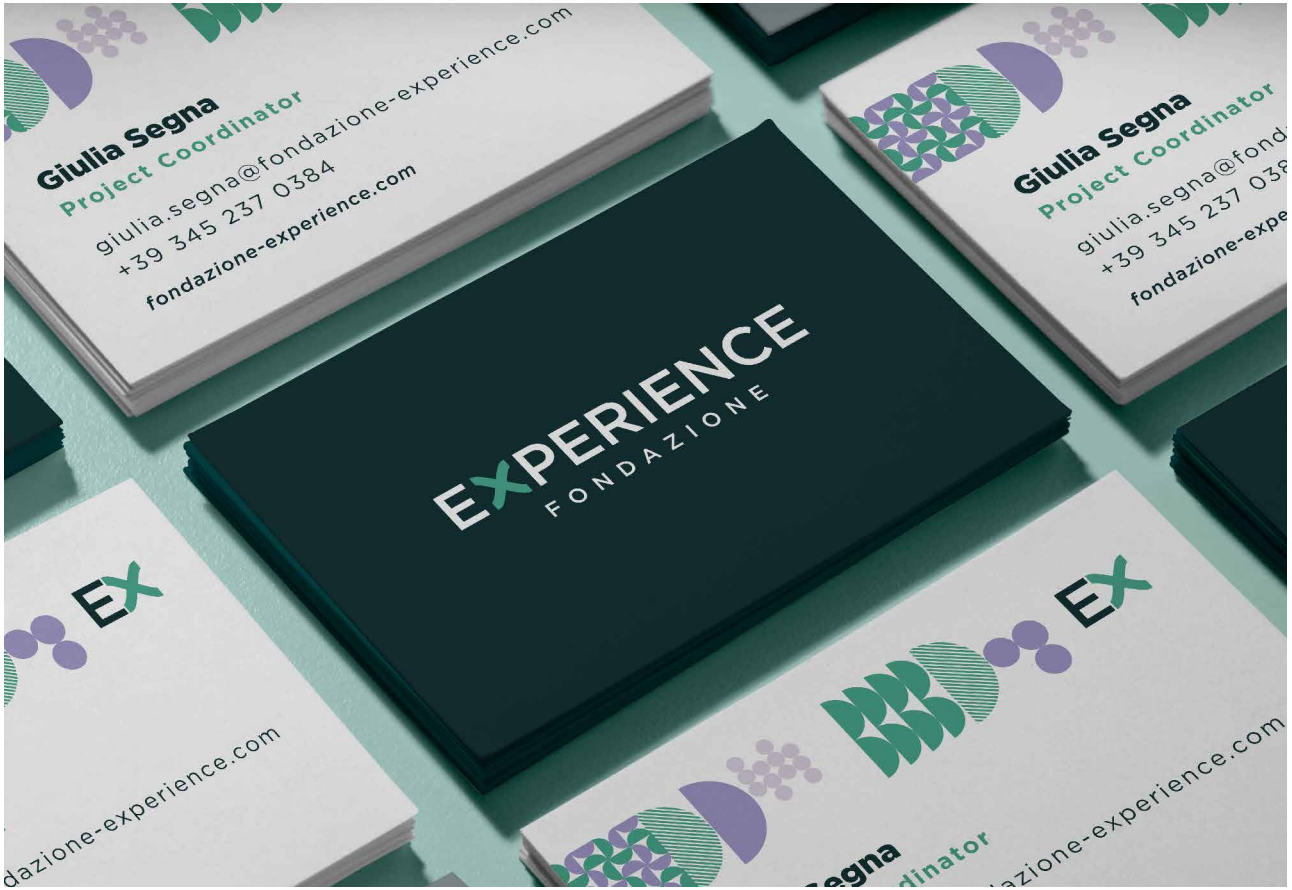
Giulia Segna
Project Coordinator

giulia.segna@fondazione-experience.com
+39 345 237 0384

fondazione-experience.com

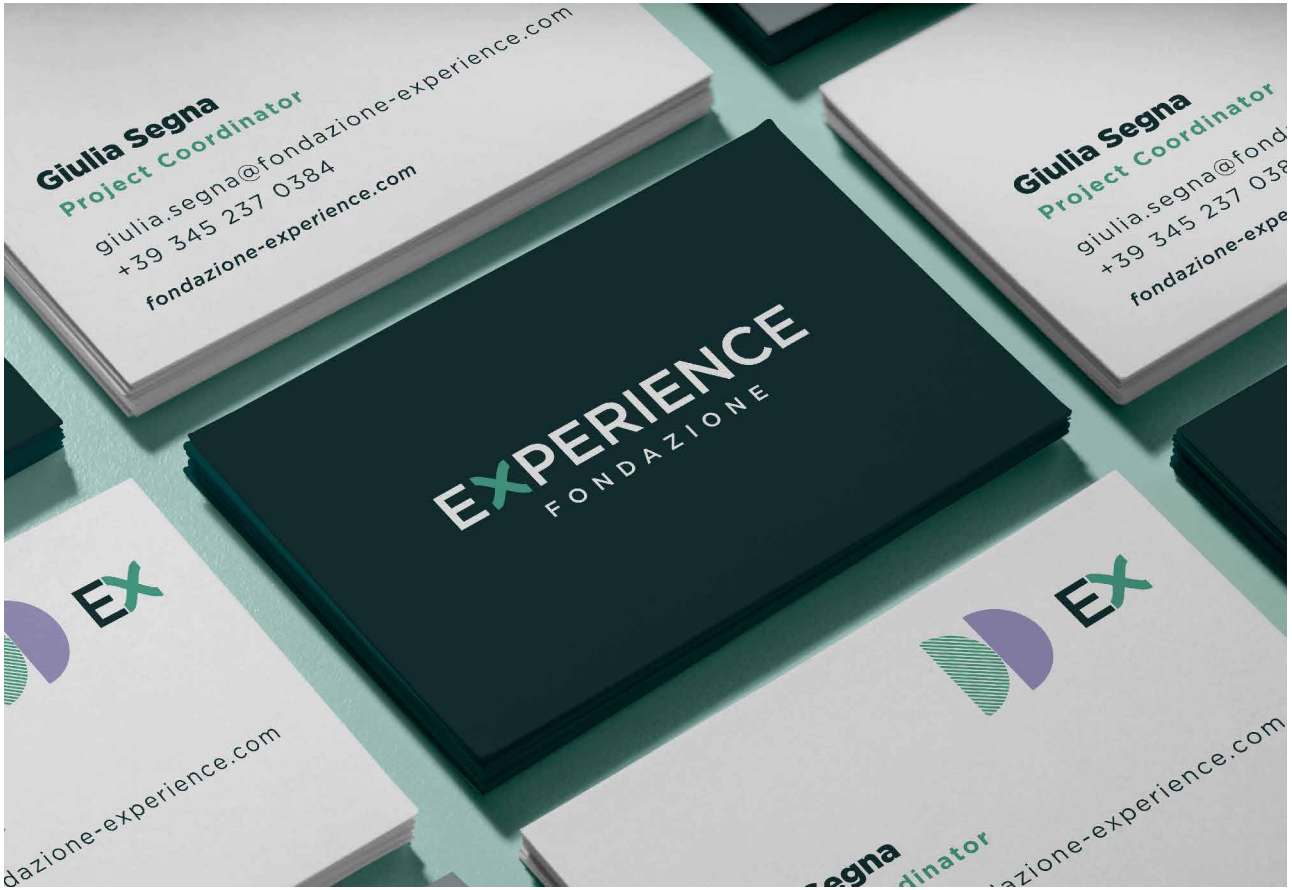
12 - Graphic Coordinates

Sviluppo biglietto da visita.



24 - Graphic Coordinates

Sviluppo biglietto da visita.

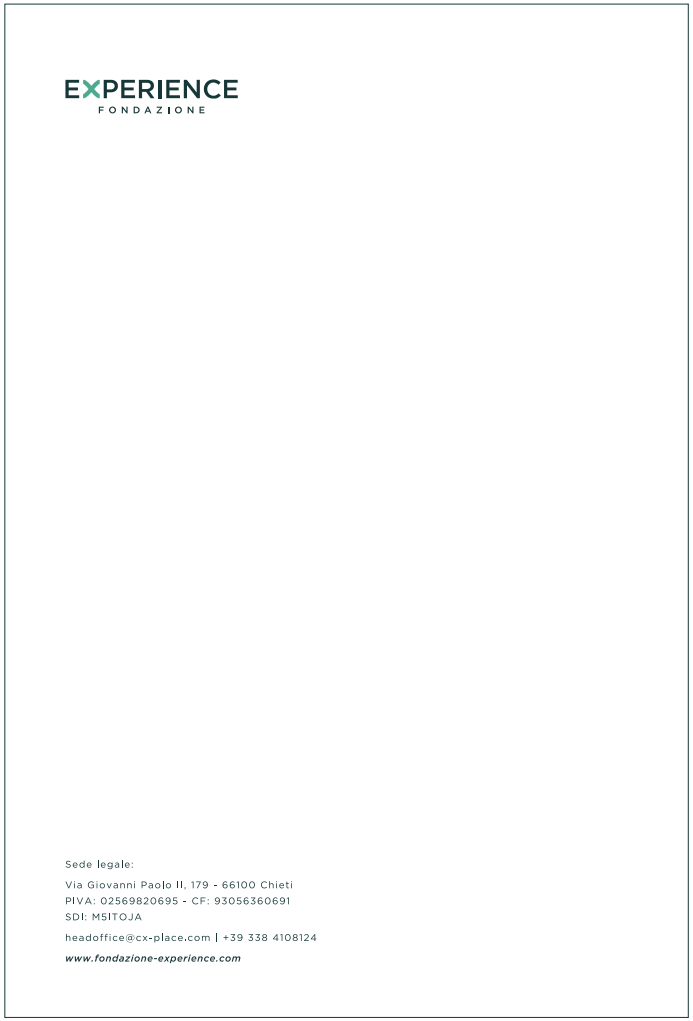


12 - Graphic Coordinates

Sviluppo biglietto da visita.

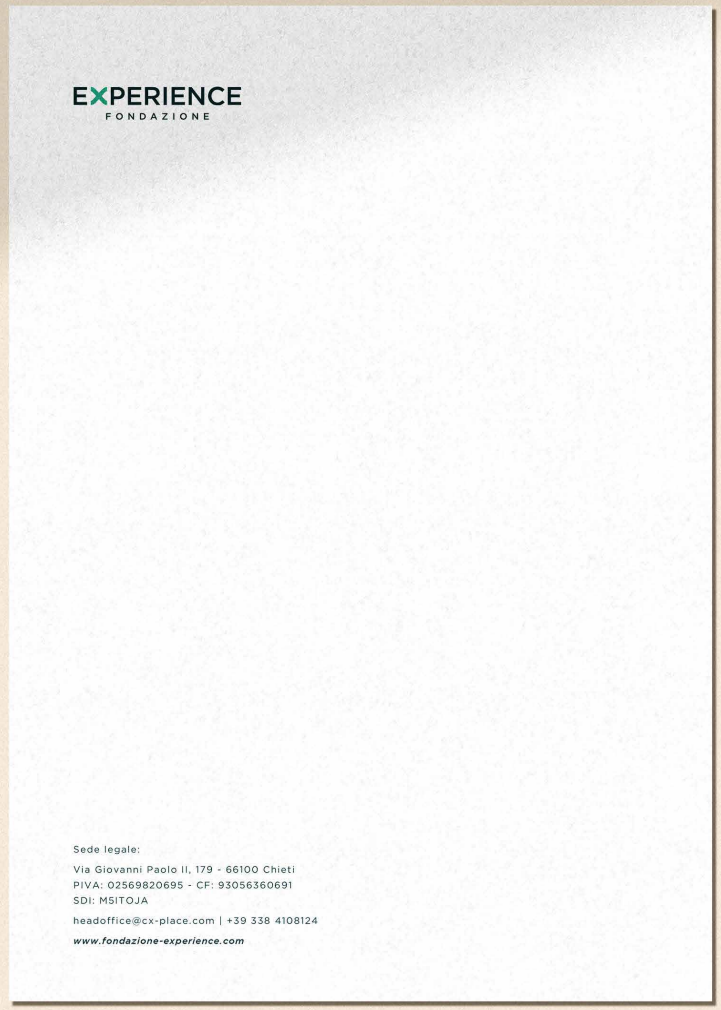
26 - Graphic Coordinates

Sviluppo carta intestata.



25 - Graphic Coordinates

Sviluppo carta intestata.



Fondazione Experience