



brand identity instructions

IL LOGO

Questo Logo è la rappresentazione grafica del marchio **Paolino Bacci Srl** e lo identifica nel mondo davanti a clienti e fornitori, trasmettendo un'immagine moderna, riconoscibile e solida.

Il Logo riunisce i due elementi più importanti della comunicazione visiva del brand Bacci: "Symbol" e "Logotype".

I due elementi non devono mai essere separati.

La posizione, la forma, i colori e le proporzioni spaziali degli elementi che compongono il Logo non devono essere alterati (cfr. pag. 5).

Il Logo è stato realizzato in alcune varianti adatte all'utilizzo su canali diversi.

Tutte le varianti consentite sono esposte nelle pagine successive.

La versione multi-colore per la stampa è adatta ai seguenti usi:

- Documenti ufficiali
 - Insegne e Adv
 - Banner (in alternativa alla versione multicolore per il web)
 - Gadget (in alternativa alla versione multicolore per il web)
 - Altri documenti stampati (presentazione progetti, case history ecc...)
-

Logo



Symbol

Logotype

LE PROPORZIONI

Capita spesso, nella vita di un Logo, di trovarsi nella condizione di rischio di essere alterato o riproporzionato per utilizzi di vario genere.

Per grandi installazioni, superfici di stampa non rigide, attività di co-branding ecc... è utile avere a disposizione le proporzioni precise del Logo e dei suoi elementi interni, così da poterlo ricreare con quanta più precisione possibile.

In questo caso, fatta 100 la lunghezza del Logo, sono indicate le misure relative alle sue singole porzioni.

Logo

Le proporzioni



IL PAY OFF

Il Logo può essere arricchito da un Pay Off in due varianti: minuscolo e maiuscolo.

Il Pay Off nella sua versione MAIUSCOLA può essere utilizzato anche da solo.

Logo
Il pay off



INCOMPARABLETECHNOLOGY

MONOCROMATISMI E SCALA DI GRIGI

Per alcuni utilizzi specifici è opportuno che il Logo Bacci abbia versioni in varianti monocromatiche.

In particolar modo sono stati previsti due diverse varianti monotonali:

1. Nera (per la stampa ad 1 colore su fondi scuri o variegati e per la trasmissione su fax e telescriventi)
 2. Bianca (per la stampa su fondi colorati con uno dei colori base del Logo stesso)
-

Logo
b|w



COLORI E FONT

I colori utilizzati nel Symbol ed il font scelto per il Logotype rappresentano, ancora prima che le proporzioni o la singola sfumatura grafica, la vera identità dell'azienda.

In questo caso Bacci utilizzerà tre colori di base: nero, grigio e beige.

Conoscere i codici e i parametri dei colori e pretendere la costante applicazione in tutti gli utilizzi del marchio è il primo e più importante modo per salvaguardarne e accrescerne la notorietà ed il posizionamento.

Assieme ai colori, Bacci si dota di un font aziendale, l'HelveticaNeue.

Si tratta di un font non esclusivo.

Con questo font, oltre che la componente Logotype del Logo, dovranno essere scritte le nomenclature dei prodotti e potranno essere composte le Head delle comunicazioni commerciali e istituzionali.

Maggiore sarà l'utilizzo di questo font, in abbinamento con i colori aziendali, migliore sarà la definizione dell'identità aziendale agli occhi del mondo di riferimento.

Il font Helvetica rappresenta una famiglia molto estesa, le cui varianti consentite sono allegate al presente documento.



Pantone - C: 75 M: 68 Y: 67 K: 90 R: 0 G: 0 B: 0 HEX: #000000	Pantone Cool Gray 7 C C: 0 M: 0 Y: 0 K: 50 R: 147 G: 149 B: 152 HEX: #939598	Pantone Cot. 7535 C C: 27 M: 22 Y: 34 K: 0 R: 190 G: 185 B: 166 HEX: #beb9a6
--	---	---

HELVETICANEUE LT 95 BLACK

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

HELVETICANEUE LT 45 LIGHT

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

I LOGHI INTERNAZIONALI

Le sedi internazionali della Paolino Bacci Srl - così come le rispettive comunicazioni dei paesi di riferimento - saranno "firmate" dalla variante logo internazionale.

Sono 4 le varianti:

1. America (per il Nord America)
2. China (per la Cina e il Far East)
3. Brazil (Brasile)
4. Russia (Russia)

Nel caso del Logo internazionale non è consentito - o è fortemente sconsigliato - l'uso del Pay Off.

Internazionali



