



MANUALE D'USO  
MARCHIO/LOGO

**restyling 2021**

Versione 1.0 - Giugno 2021

<b>00.</b>	<b>SOLUXIONI SRL - RESTYLING 2021</b>	<b>pg.3</b>
<b>01.</b>	<b>Regole generali</b>	
	MARCHIO	<b>pg.5</b>
	PALETTE CROMATICA	<b>pg.6</b>
	TIPOGRAFIA	<b>pg.7</b>
	CONFIGURAZIONE E DIMENSIONI MINIME	<b>pg.8</b>
<b>02.</b>	<b>Versioni del marchio</b>	
	CONFIGURAZIONE PRINCIPALE	<b>pg.9</b>
	CONFIGURAZIONE CON PAYOFF	<b>pg.10</b>
	CONFIGURAZIONE LOGOTIPO	<b>pg.11</b>
	APPLICAZIONE SU FONDI COLORE	<b>pg.12</b>
<b>03.</b>	<b>Applicazioni</b>	
	BUSINESS CARD	<b>pg.13</b>
	TARGA INGRESSO	<b>pg.14</b>

**Soluxioni S.r.l** nasce nel luglio del 2004 con l'obiettivo di supportare con soluzioni innovative lo sviluppo di progetti tecnologici nelle Pubbliche Amministrazioni centrali e locali. Vengono integrate all'interno dell'azienda le proprie risorse e know-how alla realizzazione di soluzioni tecnologiche e organizzative estremamente qualificanti per il supporto alle decisioni in vari ambiti di servizio ed amministrativo.

Dopo 17 anni si è considerato necessario un **restyling** dell'immagine aziendale, più in linea con l'evoluzione organizzativa e tecnologica, ma sempre fedele ai valori che caratterizzano l'azienda:

**Trasparenza:** mostrare al cliente sempre e comunque un quadro chiaro della situazione

**Merito:** consulenti scelti solo sulla base delle loro capacità tecniche, manageriali e umane

**Innovazione:** asset decisivo per rendere i nostri clienti competitivi

**Cultura:** migliorare l'approccio delle persone verso le nuove tecnologie per il proprio business e per la qualità della propria vita personale

**Divertimento:** piacere nel fare e spinta a lavorare sempre al meglio e per il meglio



**01.**

**Regole generali**

## MARCHIO

Il marchio è costituito da due elementi, (come nella sua precedente versione) pittogramma e logotipo.

La posizione degli elementi è fissa, ma essi possono essere utilizzati anche singolarmente.

Il restyling ha coinvolto principalmente il cambiamento del **pittogramma**:

si sono mantenuti i precenti colori ma la forma è stata rivoluzionata in una forma grafica più nitida, minimalista e tecnica.

La sagoma principale che compone il pittogramma è la “S” (ovvero l’iniziale del marchio) che con la sua dinamicità vuole comunicare la propensione alla continua evoluzione, mentre al centro è stata posta la caratteristica “X” del naming aziendale, che evidenzia il concetto di unicità e di servizio al cliente.

La scelta di non modificare il **logotipo** è stata fatta soprattutto per mantenere il valore aggiunto della riconoscibilità, nonchè perchè stilisticamente sempre in linea con il concept di comunicazione aziendale.

### MARCHIO VERSIONE ATTUALE

PITTOGRAMMA

LOGOTIPO



### MARCHIO VERSIONE PRECEDENTE

PITTOGRAMMA

LOGOTIPO



## PALETTE CROMATICA

Si elencano di seguito le varie definizioni cromatiche degli elenti del marchio (simbolo e logotipo) quando questa compare nelle sue versioni preferenziali, a colori, nei toni del grigio o monocromatica (bianco e nero).



<b>C</b> 67	<b>C</b> 57	<b>C</b> 44
<b>M</b> 36	<b>M</b> 44	<b>M</b> 26
<b>Y</b> 1	<b>Y</b> 39	<b>Y</b> 17
<b>K</b> 0	<b>K</b> 25	<b>K</b> 2
<b>R</b> 89	<b>R</b> 105	<b>R</b> 89
<b>G</b> 142	<b>G</b> 111	<b>G</b> 142
<b>B</b> 202	<b>B</b> 118	<b>B</b> 202
# 598eca	# 696f76	# 9aacc0
<b>P</b> 7682 C	<b>P</b> 430 C	<b>P</b> 5425 C



<b>C</b> 36	<b>C</b> 0	<b>C</b> 0
<b>M</b> 28	<b>M</b> 0	<b>M</b> 0
<b>Y</b> 28	<b>Y</b> 0	<b>Y</b> 0
<b>K</b> 15	<b>K</b> 72	<b>K</b> 32
<b>R</b> 158	<b>R</b> 105	<b>R</b> 193
<b>G</b> 158	<b>G</b> 105	<b>G</b> 193
<b>B</b> 158	<b>B</b> 105	<b>B</b> 193
# 9e9e9e	# 696969	# 598eca
<b>P</b> 4276 C	<b>P</b> Cool Gray 10C	<b>P</b> 441 C



<b>C</b> 0
<b>M</b> 0
<b>Y</b> 0
<b>K</b> 100
<b>R</b> 0
<b>G</b> 0
<b>B</b> 0
# 000000
<b>P</b> Black C

Nota :

- Non alterare deformare, distorcere i colori
- usare combinazioni di colori diverse da quelle previste

## TIPOGRAFIA IDENTITÀ

Il logotipo è rappresentato dalla dicitura: "SOLUXIONI", deriva dal carattere Helvetica Neue Condensed Bold e compare sempre abbinata allo stemma nella versione e con i rapporti dimensionali ammessi. Questo font, pur risalendo alla fine degli anni '50, si presenta sempre leggibile, versatile e contemporaneo nell'aspetto e nella funzione.



## Helvetica Neue Condensed Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

1234567890.:;!?

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

## TIPOGRAFIA DI ACCOMPAGNAMENTO

Calibri è un font molto popolare, disegnato appositamente per sfruttare al meglio la tecnologia di rendering Microsoft ClearType.

Comprende i caratteri degli alfabeti latino, Latino esteso, greco e cirillico e include una vasta gamma di stili.

Il carattere tipografico deve essere usato come font per i testi della società.

### Calibri font family - Light

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

1234567890.:;!?

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

### Calibri font family - Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

1234567890.:;!?

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

### Calibri font family - Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxy

1234567890.:;!?

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

## CONFIGURAZIONE E DIMENSIONI MINIME

### CONFIGURAZIONE PRINCIPALE



25 mm



Questa configurazione è suggerita per la maggior parte delle possibili applicazioni.

### CONFIGURAZIONE CON PAYOFF



50 mm



Questa configurazione è suggerita nel caso il marchio si presenti in maniera unitaria e completa, senza ulteriori elementi grafici.

### LOGOTIPO

**SOLUXIONI**

20 mm



Questa configurazione è suggerita nei casi di applicazione a dimensioni ridotte.

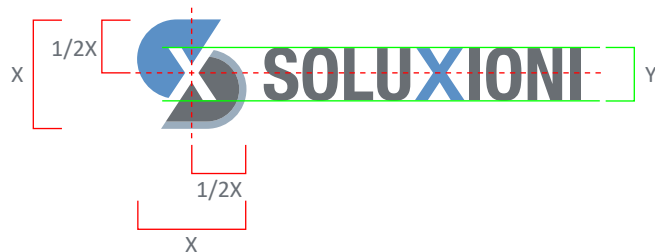


**02.**

**Versioni del marchio**

## CONFIGURAZIONE PRINCIPALE / COSTRUZIONE - AREA DI RISPETTO - VARIANTI COLORE

### COSTRUZIONE



### AREA DI RISPETTO



L'area di rispetto è la porzione di spazio situata in prossimità del marchio che non può essere occupata da testi, da immagini o da altri elementi. Questo concorre a garantire la leggibilità del marchio in tutte le diverse applicazioni.

### VARIANTI COLORE

#### POSITIVO COLORE



#### POSITIVO SCALA DI GRIGI



#### POSITIVO MONOCROMATICO / NERO



#### NEGATIVO COLORE



#### NEGATIVO SCALA DI GRIGI



#### NEGATIVO MONOCROMATICO / BIANCO



## CONFIGURAZIONE CON PAYOFF / COSTRUZIONE - AREA DI RISPETTO - VARIANTI COLORE

### COSTRUZIONE



### AREA DI RISPETTO



L'area di rispetto è la porzione di spazio situata in prossimità del marchio che non può essere occupata da testi, da immagini o da altri elementi. Questo concorre a garantire la leggibilità del marchio in tutte le diverse applicazioni.

### VARIANTI COLORE

#### POSITIVO COLORE



#### POSITIVO SCALA DI GRIGI



#### POSITIVO MONOCROMATICO / NERO



#### NEGATIVO COLORE



#### NEGATIVO SCALA DI GRIGI



#### NEGATIVO MONOCROMATICO / BIANCO



## CONFIGURAZIONE LOGOTIPO / COSTRUZIONE - AREA DI RISPETTO - VARIANTI COLORE

### COSTRUZIONE



### AREA DI RISPETTO



L'area di rispetto è la porzione di spazio situata in prossimità del marchio che non può essere occupata da testi, da immagini o da altri elementi. Questo concorre a garantire la leggibilità del marchio in tutte le diverse applicazioni.

### VARIANTI COLORE

POSITIVO COLORE

**SOLUXIONI**

POSITIVO SCALA DI GRIGI

**SOLUXIONI**

POSITIVO MONOCROMATICO / NERO

**SOLUXIONI**

NEGATIVO COLORE

**SOLUXIONI**

NEGATIVO SCALA DI GRIGI

**SOLUXIONI**

NEGATIVO MONOCROMATICO / BIANCO

**SOLUXIONI**

## APPLICAZIONE SU FONDI COLORE

Nei casi di applicazione del marchio su fondi chiari è possibile l'utilizzo del marchio a colori fino quando il contrasto con il fondo non ne diminuisce la leggibilità.

Nei casi di applicazione del marchio su fondi molto saturi è possibile l'utilizzo del marchio a colori in negativo se il fondo non ne diminuisce la leggibilità.

Nei casi in cui il background abbia un colore simile o uguale a quelli usati per l'identità si consiglia di utilizzare la versione del marchio ad un solo colore (bianco).

È comunque necessario verificare la leggibilità del marchio in tutte le sue parti.



K 10%



K 20%



K 50%



K 85%



K 100%

Quando il grigio mina la leggibilità del colore usare il marchio in bianco.

Su background **grigio scuro** si suggerisce l'uso del marchio a colori ma nella versione apposta (è comunque possibile l'utilizzo del marchio in bianco).

Su background colorati poco saturi si suggerisce l'uso del marchio a colori. (è necessario verificare sempre la leggibilità del marchio).



SATURAZIONE 5%



SATURAZIONE 10%



SATURAZIONE 20%



SATURAZIONE 75%



SATURAZIONE 100%

Su background colorati molto saturi si suggerisce l'uso del marchio in bianco.

**03.**

**Applicazioni**

## APPLICAZIONI / BUSINESS CARD

### FRONTE

85 mm



55 mm

### RETRO PERSONALIZZATO



Formato: orizzontale

Stampa: su carta patinata opaca

Grammatura carta: 250 gr

Font di accompagnamento: Raleway

## APPLICAZIONI / TARGA INGRESSO



Per questa specifica applicazione è stata realizzata una versione di marchio con payoff che mette in risalto il pittogramma. Date le dimensioni dell'elaborato il payoff risulta comunque leggibile.







[www.soluxioni.it](http://www.soluxioni.it)