Palazzoli

SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE

BRAND BOOK

redatto 2023

PERCHE' ABBIAMO UN BRAND IDENTITY BOOK

La chiarezza rende semplice la comunicazione tra tutte le figure che concorrono a creare ulteriore notorietà al brand Palazzoli.

E' un aiuto pratico per comunicare in modo coordinato, uniforme. La coerenza e la continuità del messaggio è un modo per promuovere il ricordo della precisa identità del brand Palazzoli.

Tutti i partner possono attingere alle linee guida per produrre e veicolare una corretta comunicazione.

Gli assi portanti della comunicazione devono essere ripetuti e mantenuti per almeno 5 anni.

IN COSA CONSISTE LA BRAND IDENTITY

Un linguaggio verbale e visivo identifica inequivocabilmente la Natura, lo Spirito, la Visione e l'Azione Palazzoli.
Attinge alla strategia di comunicazione e alla curva dei valori.

Gli assi portanti della strategia sono:
1) Dare autonomia e precisa identità ai 2 divisioni d'azienda (sistemi elettrici e illuminazione).
2) Dare rinnovata identità al marchio Palazzoli, valorizzandolo e arricchendolo nei contenuti, percepibili nell' attuale contesto storico sociale, dandogli personalità di brand.
3) Aumentare notevolmente la pressione visiva e comunicazionale del brand unitamente ai contenuti che lo connotano.

DOVE TROVARE GLI ORIGINALI

Gli originali vanno richiesti all'ufficio marketing: marketing@palazzoli.it.

INDICE

sezione PRIMA:
L'AZIENDA PALAZZOLI

1) IL LOGO PALAZZOLI pag. 7
2) IL LOGO NELLE DUE DIVISIONI DI AZIENDA pag. 10
3) LO SFONDO CROMATICO NELLE DUE DIVISIONI DI AZIENDA pag. 14
4) IL LOGO CON CLAIM ISTITUZIONALE pag. 16
5) LO SFONDO ISTITUZIONALE pag. 17
6) ELEMENTO GRAFICO DISTINTIVO pag. 18
7) LA DEPLIANTISTICA pag. 20
8) LA CATALOGHISTICA pag. 26
9) CARTEGGIO pag.30
10) FIRMA EMAIL pag.31

sezione SECONDA:
COMUNICAZIONE ONLINE E OFFLINE

1) NEWSLETTER pag. 34
2) SOCIAL pag. 36

sezione TERZA:
PALAZZOLI GROUP E SUE APPLICAZIONI

1) IL LOGO PALAZZOLI GROUP pag. 41
2) L'UTILIZZO DEL LOGO LEWDEN ABBINATO AL PALAZZOLI GROUP pag. 43
3) L'UTILIZZO DEL LOGO STRAL ABBINATO AL PALAZZOLI GROUP pag. 44
4) IL LOGO PALAZZOLI GROUP ABBINATO AL MARCHIO DELLA RETE COMMERCIALE DIRETTA pag. 45
5) IL COLORE DEL LOGO PALAZZOLI IBÉRICA pag. 48
6) IL COLORE DEL LOGO LEWDEN pag. 50
7) IL COLORE DEL LOGO STRAL pag. 50
8) LINEA BRAVO ABBINATA A LEWDEN PALAZZOLI GROUP pag. 51
9) GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE LINEA BRAVO pag. 53

sezione QUARTA:
APPLICAZIONI DEL MARCHIO PER I CLIENTI

1) IL LOGO PALAZZOLI pag. 57

Palazzoli

SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE

sezione PRIMA

L'AZIENDA PALAZZOLI

1 IL LOGO PALAZZOLI

Il logo Palazzoli viene sempre rappresentato senza marchio P.

La dimensione complessiva viene selezionata in base alle dimensioni dell'applicazione e all'area immagine disponibile, il rapporto spaziale rimane immutato B/A=7,12.
La dimensione minima consentita è di mm 25.

LOGO CORRETTO

LOGO SBAGLIATO

minimo 25 mm

Reason why: vogliamo imprimere nella memoria il nome, non il simbolo.

1.A) IL COLORE DEL LOGO PALAZZOLI

Il colore del logo palazzoli è blu.
Logo in negativo su sfondi blu, neri o molto scuri.
Logo nero solo in caso di stampa obbligata ad un solo colore che non possa essere il blu e su sfondo bianco.

Palazzoli

PANTONE BLU: 2935U

CMYK: 100C-58M-0Y-0K
RGB: 0R-95G-170B
RAL: 5005

LOGO CORRETTO

LOGO SBAGLIATO

LOGO CORRETTO

LOGO SBAGLIATO

1.B) UTILIZZO DEL LOGO PALAZZOLI

Il logo Palazzoli può essere utilizzato senza claim quando nello stesso campo visivo sono presenti le citazioni delle due divisioni aziendali (sistemi elettrici; illuminazione) oppure nel caso in cui nello stesso ambito visivo sia già presente il logo con claim in posizione dominante.

Reason why
L'identità del brand viene costriuta costruendo il logo in BLU nella totalità dei casi perchè si vuole imprimere l'identità del brand. Il logo con claim o con le due divisioni aziendali dovrà essere utilizzato per almeno 5 anni.

2 IL LOGO NELLE DUE DIVISIONI DI AZIENDA

2.A) IL LOGO NEL SEGMENTO SISTEMI ELETTRICI D'AUTORE

Palazzoli - Sistemi elettrici d'autore

Tutti gli strumenti funzionali alla descrizione, promozione di sistemi elettrici dovranno riportare il logo Palazzoli sistemi elettrici d'autore.
E' consentito non utilizzare il logo con claim quando nello stesso campo visivo fosse presente la citazione della divisione (sistemi elettrici).

Il claim è costruito in vettoriale, richiedibile all'ufficio marketing.

LOGO CORRETTO

LOGO SBAGLIATO

Reason why
L'azienda si distingue storicamente nella divisione sistemi elettrici dal 1904.
il claim "sistemi elettrici d'autore" distingue l'impegno profuso da Palazzoli nel concentrare nei suoi sistemi di prodotto tutti i valori della azienda e della sua visione.

2.B) IL LOGO NEL SEGMENTO LUCE D'AUTORE

Palazzoli - Luce d'autore

Tutti gli strumenti funzionali alla descrizione illuminazione dovranno riportare il logo Palazzoli luce d'autore.
E' consentito non utilizzare il logo con claim quando nello stesso campo visivo fosse presente la citazione della divisione (illuminazione).

Il claim è costruito in vettoriale, richiedibile all'ufficio marketing.

LOGO CORRETTO

LOGO SBAGLIATO

Reason why
L'azienda vuole identificarsi come specializzata e performante anche nella divisione illuminazione industriale.
Il target della divisione illuminazione richiede un linguaggio specifico.
Il claim "luce d'autore" distingue l'impegno profuso da Palazzoli nel concentrare nei suoi sistemi di prodotto tutti i valori della azienda e della sua visione.

Si vuole sottolineare la novità della segmentazione della comunicazione per i due settori.

2.C) LA DIMENSIONE MINIMA SISTEMI ELETTRICI D'AUTORE

La dimensione minima consentita del logo con claim è di mm 45.
Il claim è costruito in vettoriale, richiedibile all'ufficio marketing.

minimo 45 mm

2.D) IL FONT DEL CLAIM SISTEMI ELETTRICI D'AUTORE

Il claim è costruito in vettoriale, richiedibile all'ufficio marketing.
Non è consentito utilizzare un font similare.

LOGO CORRETTO

LOGO SBAGLIATO

2.E) LA PROPORZIONE DEL CLAIM SISTEMI ELETTRICI D'AUTORE

Il claim è costruito in vettoriale, richiedibile all'ufficio marketing.
Non è consentito modificare le proporzioni.
Il claim è sempre giustificato rispetto al logo.

LOGO CORRETTO

LOGO SBAGLIATO

2.F) LA DIMENSIONE MINIMA LUCE D'AUTORE

La dimensione minima consentita del logo con claim è di mm 45.
Il claim è costruito in vettoriale, richiedibile all'ufficio marketing.

minimo 45 mm

2.G) IL FONT DEL CLAIM SISTEMI LUCE D'AUTORE

Il claim è costruito in vettoriale, richiedibile all'ufficio marketing.
Non è consentito utilizzare un font similare.

LOGO CORRETTO

LOGO SBAGLIATO

2.H) LA PROPORZIONE DEL CLAIM LUCE D'AUTORE

Il claim è costruito in vettoriale, richiedibile all'ufficio marketing.
Non è consentito modificare le proporzioni.
Il claim è sempre centrato rispetto al logo.

LOGO CORRETTO

LOGO SBAGLIATO

3 LO SFONDO CROMATICO NELLE DUE DIVISIONI DI AZIENDA

3.A) SFONDO PER LA DIVISIONE SISTEMI ELETTRICI

Lo sfondo blu identifica gli strumenti che conterranno solo prodotti elettrici.
Il colore del logo "sistemi elettrici d'autore" è bianco. (vedi colore a pagina 8).

SISTEMI ELETTRICI D'AUTORE

PANTONE BLU: 2935U

CMYK: 100C-58M-0Y-0K
RGB: 0R-95G-170B
RAL: 5005
#:0056B8

LOGO CORRETTO

LOGO SBAGLIATO

Reason why
Il blu (in una variante più chiara) è il colore da sempre utilizzato per i prodotti Palazzoli.
Palazzoli nasce con prodotti elettrici dal 1904.
La versione blu pantone 2935U è utilizzata per il logo Palazzoli.
Il colore del logo è similmente utilizzato per il blu degli sfondi.

Per L'export i pay off non vengono tradotti e sono mantenuti in Italiano.
La volontà di avere una forte identità italiana nel mondo, impone sempre l'utilizzo del claim in italiano.

3.B) SFONDO PER LA DIVISIONE ILLUMINAZIONE

Lo sfondo giallo identifica gli strumenti che conterranno solo prodotti di illuminazione.
Il colore del logo "luce d'autore" è blu. (vedi colore a pagina 8).

LUCE D'AUTORE

GIALLO: 109U

CMYK: 0C-20M-100Y-0K
RGB: 255R-204G-0B
RAL: 1023
#:FFD200

LOGO CORRETTO

LOGO SBAGLIATO

Reason why
Il giallo è un colore energizzante e luminoso.
Giallo è un colore che Palazzoli utilizza da sempre nella sua comunicazione.
E' un colore che si distingue nell'ambito.
Gli sfondi della comunicazione illuminazione saranno gialli pantone 109U.

Per L'export i pay off non vengono tradotti e sono mantenuti in Italiano.
La volontà di avere una forte identità italiana nel mondo, impone sempre l'utilizzo del claim in italiano.

4 IL LOGO CON CLAIM ISTITUZIONALE

Palazzoli sistemi elettrici e luce d'autore

Si utilizza nei casi ove l'azienda venga rappresentata nella sua totalità
come per esempio profili istituzionali, company profile, sito.
Non si utilizza ove si rappresentino prodotti, servizi, aree aziendali inerenti i settori specifici come depliant di prodotto specifico o di gamma specifica o cataloghi generali dove sono presenti le citazioni delle due divisioni.
Il claim non si utilizza nelle promozioni.

Per il colore del logo valgono le stesse indicazioni di pagina 8-9.

La dimensione minima consentita del logo con claim è di mm 57. (caso A).
E' consentito spostare il claim, sistemi elettrici e luce d'autore, dalla grafica giustificata sotto il logo Palazzoli, in uno spazio visivamente attiguo al logo (nello stesso campo visivo di lettura), quando il logo con cliam istituzionale si riduce sotto i 57 mm. (caso B).

Palazzoli
SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE

Palazzoli
SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE

minimo 57 mm - caso A

Palazzoli SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE

caso B

4.A) LA PROPORZIONE DEL CLAIM SISTEMI ELETTRICI D'AUTORE

Il claim è costruito in vettoriale, richiedibile all'ufficio marketing.
Non è consentito modificare le proporzioni. Il claim è sempre giustificato rispetto al logo.

Palazzoli
SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE

LOGO CORRETTO

Palazzoli
SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE

LOGO SBAGLIATO

Reason why
L'utilizzo del claim esprime la volontà di comunicare fortemente l'identità aziendale. Deve essere utilizzato per almeno 5 anni.

5 LO SFONDO ISTITUZIONALE

Lo sfondo è neutro (bianco).

Non è consentito un diverso colore che distragga l'attenzione.
Si utilizza nella comunicazione istituzionale (carteggio aziendale, cataloghi generali, catalogo specifico infrastrutture pubbliche e catalogo navale, company profile, book reference).

Lo sfondo istituzionale si utilizza dove non devo comunicare le singole divisioni aziendali (sistemi elettrici e illuminazione).

Reason why
La volontà della comunicazione 2023 è quella di sottolineare ed esaltare i due settori dell'azienda.

6 ELEMENTO GRAFICO DISTINTIVO

6.A) COSTRUZIONE GRAFICA DELL'ELEMENTO DISTINTIVO

- L'arco è a tutto sesto con diametro pari ad H.
- La dimensione minima della base dell'elemento distintivo è pari al diametro + il raggio del cerchio = (C).

6.B) LA PROPORZIONE DELLA SINGOLA DIDASCALIA

- Si ricava costruendo un rettangolo di base C.
- La didascalia è centrata in altezza rispetto al lato H.
- La didascalia è allineata a sinistra rispetto alla perpendicolare di C.
- L'altezza della didascalia (A) è pari H:10,5.
- Riducendo H dell'elemento distintivo, aumenta l'altezza A della didascalia.
- Allungando B rispetto ad H dell'elemento distintivo, la didascalia si allinea alla linea del diametro del cerchio.

6.C) IL FONT DELLA DIDASCALIA

Il Font della didascalia è Montserrat (OTF)_Semibold.

6.D) IL COLORE DELL'ELEMENTO DISTINTIVO

L'elemento distintivo per la didascalia sistemi elettrici è di colore blu pantone vedi pagina 14.
La didascalia è di colore bianco negativo vedi pagina 14.
L'elemento distintivo di colore blu con la didascalia "SISTEMI ELETTRICI" viene utilizzato nella comunicazione istituzionale (catalogo generale, sito, company profile).
Nel depliant di prodotto, l'elemento distintivo prende il colore istituzionale, bianco vedi pagina 17.

L'elemento distintivo per la didascalia illuminazione è di colore giallo pantone vedi pagina 15.
La didascalia è di colore blu pantone vedi pagina 15.
L'elemento distintivo di colore giallo con la didascalia "ILLUMINAZIONE" viene utilizzato nella comunicazione istituzionale (catalogo generale, sito, company profile).
Nel depliant di prodotto, l'elemento distintivo prende il colore istituzionale, bianco, vedi pagina 17.

Reason why
L'unghietta è l'elemento grafico distintivo contenitore delle didascalia aziendali sia di prodotto sia della divisione.
Il colore (bianco, blu, giallo) dell'elemento distintivo, per tutta la comunicazione di prodotto, è correlato al fatto che l'area grafica predominante prenda il colore della divisione d'azienda.

7 LA DEPLIANTISTICA

I depliant prodotto si suddividono nei due grandi settori: sistemi elettrici – illuminazione trattano il singolo prodotto o la gamma appartenente allo stesso.

7.A) PROPORZIONI TRA IL LOGO E IL PRODOTTO

Posto le dimensioni del logo Palazzoli, il prodotto inscrivibile in un rettangolo verticale avrà altezza pari a 1,33 la base del logo Palazzoli. E' consentita la possibilità di scostarsi di qualche mm per necessità di taglio.

Y= X+ (1/3)

Posto le dimensioni del logo Palazzoli, il prodotto inscrivibile in un quadrato avrà altezza pari alla dimensione della base del logo Palazzoli. E' consentita la possibilità di scostarsi di qualche mm per necessità di taglio.

Y= X

Reason why
L'obiettivo primario della comunicazione Palazzoli 2021 è l'affermazione del valore del brand
Il logo, che rappresenta una parte importante dell'immagine complessiva della brand awareness, assume una importanza visiva maggiore rispetto al passato e il prodotto viene considerato parte del valore del brand.

7.B) I COLORI

Lo sfondo della copertina del depliant sistemi elettrici ha il colore dominante bianco.
L'elemento distintivo rispetta la regola di pagina 19 punto 6D.

Lo sfondo della copertina del depliant illuminazione ha il colore dominante bianco.
L'elemento distintivo rispetta la regola di pagina 19 punto 6D.

7.C) IL FONT

Le copertine dei depliant sistemi elettrici e quella dell'illuminazione utilizzano come font per lo slogan di testa (headline): PROXIMA NOVA, Thin di punti 27.
Il font del nome di prodotto è: PROMETO MEDIUM di punti 37.
Il nome del prodotto e headline sono di colore blu pantone 2935U.
La headline è posizionata sotto la il nome del prodotto e allineata a bandiera a sx. La headline è posizionata al piede a 12,7 mm dal piede del nome del prodotto.
Il nome della serie è allineato a bandiera a sx a 12,7 mm dal bordo, e allineato al piede sulla linea che divide in ottavi la pagina.

7.D) COSTRUZIONE

L'elemento distintivo pone il diametro del cerchio allineato a mezza pagina.
La fotografia del prodotto è centrata nella distanza che intercorre tra il piede del logo Palazzoli e l'inizio del nome della divisione (S e I). Sotto il prodotto è prevista l'ombra (opacità 32%).
Il logo Palazzoli è senza claim ed è allineato al piede a 12,7 mm pari al margine inferiore della pagina A4. La distanza del logo Palazzoli dal filo di taglio a destra è di 12,7 mm. Il logo Palazzoli è largo quanto l'elemento distintivo pari a 85,99 mm. L'elemento distintivo è lungo 191,086 mm ed è distante dal margine dx 12,7 mm.

Reason why
L'obiettivo primario della comunicazione Palazzoli 2021 è dare precisa identità alle due divisioni aziendali e all'affermazione del valore del brand. In tutti gli strumenti di comunicazione che riguardano i prodotti, l'elemento distintivo prende il colore della divisione, blu, per i sistemi elettrici e giallo per l'illuminazione.
In una immagine di insieme, in tutta la depliantistica, la metrica deve essere precisa e riconoscibile.

7.D) COSA FARE E NON FARE

DEPLIANT CORRETTO

DEPLIANT SBAGLIATO

DEPLIANT CORRETTO

DEPLIANT SBAGLIATO

DEPLIANT SBAGLIATO

DEPLIANT SBAGLIATO

DEPLIANT SBAGLIATO

DEPLIANT SBAGLIATO

7.E) LA IV DI COPERTINA

Gli elementi da contemplare sono:

•Marchio AIRC e la descrizione della responsabilità sociale di Palazzoli.
(il marchio AIRC è sottoposto a diritti e può essere gestito esclusivamente dal marketing Palazzoli)
Nella versione internazionale togliere il marchio AIRC, lasciando solo la frase sulla responsabilità sociale: Palazzoli finanzia la ricerca per la cura del tumore al seno con l'immunoterapia.
•Elenco dei valori aziendali.
•Qr code con collegamento al sito Palazzoli.
•Dati sociali: Palazzoli S.p.A.
•Sito e social.
•Codice AMA e anno di lavorazione dello strumento (AMA codifica interna, predisposta dall'uff. marketing).
•Logo con claim della divisione.

DEPLIANT CORRETTO

DEPLIANT SBAGLIATO

7.F) IL FONT DELLA IV DI COPERTINA

La descrizione della responsabilità sociale è in PROXIMA NOVA, Light di punti 12, proporzionato su formato A4.
La scritta Palazzoli (ad esclusione del logo) è in PROXIMA NOVA, Semibold, di punti 12 nella responsabilità sociale.
I valori aziendali sono in PROXIMA NOVA, Light di punti 14.
L'indirizzo è in PROXIMA NOVA, Regular di punti 10.
Il codice AMA è in PROMETO, Medium Italic di punti 7.
L'allineamento al piede di "Palazzoli finanzia la ricerca" è posizionato sull'orizzontale a 1/8 della pagina A4, l'interlinea del testo è di 14 pt. La dimensione del logo AIRC è di 14,5 x20,5 mm.
L'allineamento al piede del valore Chiarezza della funzione è posizionato sull'orizzontale a metà della pagina A4, l'interlinea del testo è di 23 pt.
Il logo Palazzoli è posizionato a 12,7 mm dal margine di taglio inferiore e laterale destra. Le dimensioni del logo sono di 59,265 mm (base). Il logo è allineato al piede con il telefono.
L'interlinea dei dati è di 13 pt.
Il Qr code dista 12,7 mm dal margine laterale e inferiore, della pagina A4. Il qr code è allineato in testa a Palazzoli SpA e lo spazio tra il qr code e i dati societari è di 6,3 mm pari alla metà dei margini della pagina (12,7). Il sito e i social sono allineati al piede del qr code.

DEPLIANT CORRETTO

DEPLIANT SBAGLIATO

Reason why
Palazzoli enfatizza l'aspetto della responsabilità sociale, trasversale a tutta la comunicazione.
L' obiettivo primario della comunicazione è la brand awareness: i valori aziendali contribuiscono a creare memoria relativamente alla percezione globale dell'azienda e della sua identità.

8 LA CATALOGHISTICA

8.A) CATALOGO GENERALE

Lo sfondo è neutro (bianco) e supporta sempre la presenza dei due colori istituzionali (giallo e blu) assieme in un unico contesto visivo.
I colori giallo e blu sono i seguenti:

PANTONE GIALLO: 109U
CMYK: 0C-20M-100Y-0K
RGB: 255R-204G-0B

PANTONE BLU: 2935U
CMYK: 100C-58M-0Y-0K
RGB: 0R-95G-170B

I due elementi distintivi saranno sempre presenti. (riferimento a pagina 18-19).
Non necessitano di fasce in testa con colore intercambiato.
Il logo è senza claim istituzionale. (pagina 16)
La IV di copertina del catalogo generale è normata a pagina 24-25 con il claim istituzionale.

Reason why
il livello di comunicazione prioritaria si focalizza sui due settori contenuti nei cataloghi generali e specialistici.
I due elementi distintivi sono esplicativi dei due settori nello setsso contesto visivo.

8.B) I CATALOGHI SPECIALISTICI INFRASTRUTTURA E NAVALE

Le copertine del cataloghi specialistici riporteranno sempre i due colori istituzionali, Giallo + Blu (pantoni a pagina 14-15).
I due elementi distintivi saranno sempre presenti. (riferimento a pagina 18-19).
Il logo è senza claim istituzionale. (pagina 16).

Non sono concessi immagini di prodotto e ambientazione che sottrarebbero attenzione ai 2 livelli di comunicazione prioritaria, senza aggiungere valore al contenuto della comunicazione.

8.C) CATALOGO SPECIALISTICO ATEX

L'unica eccezione cromatica viene fatta per ATEX.
Colore grigio pantone
C72 M58 J52 K55
R57 G62 B66.
#393e42

I font sono normati a pagina 21.

I due macro settori contenuti in Atex sono comunque menzionati e rappresentati dall'elemento distintivo nei colori normati blu e giallo
La IV di copertina del catalogo generale è normata a pagina 24-25.

Reason why
La convenzione visiva corrente identifica il settore Atex di Palazzoli con il nero
(nero è il prodotto Palazzoli ATEX). Non si è voluto abbandonare lo storico memorizzato.
Il grigio utlizzato, evoca il prodotto ATEX.

8.D) CATALOGO GENERALE ILLUMINAZIONE

La copertina ha lo sfondo istituzionale (pagina 17)
L'elemento distintivo contiene il settore di appartenenza.

La IV di copertina del catalogo illuminazione è normata a pagina 24-25.

8.E) I FONT

L'elemento distintivo è normato a pag. 19
Il font dei 4 settori industria, atex, infrastrutture e navale, è Montserrat (OTF)_Semibold.
Il font della scritta "catalogo 2022" è Prometo Thin.

Reason why
Il livello di comunicazione prioritaria si focalizza sulla divisione Illuminazione presente nell'elemento distintivo;
Sotto l'elemento distintivo citiamo i settori di specializzazione: industria, atex, infrastrutture e navale.
Il brand è senza claim.
L'estrema pulizia dei contenuti aiuta a sostenere e memorizzare esclusivamente i livelli portanti
della comunicazione. L'azione rigorosa dovrà essere ripetuta e mantenuta per almeno 5 anni.

9) CARTEGGIO

9.A) BIGLIETTO DA VISITA

Il formato del biglietto da visita misura 85,5 x 54 mm.
Il font utilizzato è Proxima Nova "Bold" per il nome (12 pt), e la scritta Palazzoli S.p.A. (8 pt).
Cellulare e email individuali; è "Regular" 8 pt
Per le restanti didascalie il font è Proxima Nova "Light" 6 pt per l'indirizzo "via etc" e 7 pt per la descrizione del ruolo.
I colori delle discalie sono Blu Palazzoli vedi pagina 14 e nero.
Per gli elementi distintivi vedi pagina 18. I colori sono Blu e Giallo Palazzoli vedi pagina 14.
Il testo è posizionato a bandiera a sx a 7 mm dal margine superiore e margine sx.
Il numero di cellulare è posizionato a due interlinee da 5 pt dall'ultima descrizione del ruolo.
Lo spazio che intercorre tra l'email e la scritta Palazzoli S.p.A. in testa è di 6,22 mm.
Il qr code è centrato in altezza dal margine di taglio superiore al margine superiore dell'elemento distintivo, e posizionato a 7 mm dal margine dx.
Il logo Palazzoli, sulla volta del biglietto, è centrato in altezza e larghezza e la sua lunghezza è di 46,267 mm, ed è sempre riportato con il claim completo.
Per la versione estera avremo la bianca tradotta, la volta riporterà sempre il logo con il claim in italiano.

Reason why
la forte identità viene declinata anche sul carteggio, in modo da imprimere un indice di ricordo trasversale ai clienti e fornitori.

10) FIRMA EMAIL

La firma deve contenere: il nominativo, il ruolo, il telefono cellulare e/o aziendale, l'email personale/reparto e a seguire i dati societari, i link ai social. Il logo Palazzoli è con il pay off delle due divisioni e lincabile al sito Palazzoli. Il logo viene comunque accompagnato per iscritto dall'indicazione del sito Palazzoli.
Il font utilizzato per la firma è: CALIBRI.

Claudia Ambrosetti
resp. comunicazione
mob +39 331 6179 896
ph +39 030 2015 294
claudia.ambrosetti@palazzoli.it

Palazzoli S.p.A.
Via F. Palazzoli, 31
25128 Brescia- IT
ph +39 030 2015 1

Palazzoli
SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE

Think before printing this e-mail.

FIRMA EMAIL IN ITALIA

Hawazen Sha'ban
Regional Sales Manager
mob +971 (0) 56 9222 248
ph +971 (04) 3231 986
hawazen.shaban@palazzoli.ae

Office Address:
Dubai Silicon Oasis Headquarters
Wing B, Office 308, Dubai – UAE
ph: +971 (0)4 3231984 / +91 (0)4 3231968

Palazzoli GROUP Middle East
Società commerciale rappresentante di
Palazzoli STRAL

FIRMA EMAIL PALAZZOLI MIDDLE EAST

Patrizia Davanzo
international sales director
mob +39 335 6209 557
ph +39 030 2015 220
patrizia.davanzo@palazzoli.it

Palazzoli S.p.A.
Via F. Palazzoli, 31
25128 Brescia- IT
ph +39 030 2015 1

Palazzoli
SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE

Think before printing this e-mail.

FIRMA EMAIL ESTERO

Javier Berdote
mob +34 644 664 764
ph +34 954 367 880
javier.berdote@palazzoli.com

Palazzoli Ibérica
Poligono Industrial Calonge C/ Metalurgia, 79
41007 Sevilla- España

Palazzoli Ibérica

FIRMA EMAIL PALAZZOLI IBERICA

Reason why
La volontà di condurre le persone al sito Palazzoli, risulta più accessibile il link diretto dal logo abbinato all'indirizzo del sito.

Palazzoli

SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE

sezione SECONDA

COMUNICAZIONE ONLINE E OFFLINE

1) NEWSLETTER

Le newsletter si articolano su tre segmenti di comunicazione: istituzionale, sistemi elettrici, illuminazione.
L'istutuzionale comprende sempre le due divisioni (sistemi elettrici e illuminazione).
La newsletter deve sempre contenere i seguenti blocchi di comunicazione:
Slogan attrattivo, eventuale sottotitolo più piccolo, immagine, call to action.

1.A) NEWSLETTER DI DIVISIONE

Le newsletter di divisione che promuovono il prodotto contengono: slogan attrattivo, nome del prodotto.

2) SOCIAL

I social utilizzati per la comunicazione digitale sono:
Facebook
Linkedin
Instagram

L'intestazione dei social è suddivisa in: Palazzoli e Palazzoli Group.
I network commerciali sono suddivisi in: Palazzoli Iberica, Palazzoli Middle East, Lewden, Stral.

L'immagine icona della Palazzoli è la P estrapolata dal logo,
che viene utilizzata esclusivamente sui Social.

Per il colore della P valgono le stesse indicazioni di pagina 8-9.

Palazzoli > P

2.A) GRAFICA SOCIAL

La grafica dei post sui social Palazzoli si compone di:
Logo Palazzoli pagina 8
Elementi distintivi pagina 19
Head Line con font Prometo medium da 44 pt. a 48 pt
Sub Head Line con font Prometo Thin da 34 pt.

Nel caso di utilizzo di un icona grafica, posta in calce alla foto sulla sinistra, come l'esempio sottostante, il disegno deve essere realizzato in colore blu Palazzoli e scontornato di bianco.

Palazzoli
GROUP

Palazzoli Palazzoli IBÉRICA Palazzoli GROUP Middle East LEWDEN STRAL

sezione TERZA

PALAZZOLI GROUP E SUE APPLICAZIONI

1 IL LOGO PALAZZOLI GROUP

Il logo Palazzoli Group viene sempre rappresentato senza marchio P.
La dimensione minima consentita è di mm 45.

Il font del "GROUP" è ITC Avant Garde Gothic Std, Book.

Il logo è richiedibile all'ufficio marketing.

Palazzoli
GROUP

Palazzoli
GROUP

minimo 45 mm

1.A) IL COLORE DEL LOGO PALAZZOLI GROUP

Il colore del logo Palazzoli Group è blu.
Logo in negativo su sfondi blu, neri o molto scuri.
Logo nero in caso di stampa obbligata ad un solo colore che non possa essere il blu e su sfondo bianco.

Palazzoli
GROUP

PANTONE BLU: 2935U

CMYK: 100C-58M-0Y-0K
RGB: 0R-95G-170B
RAL: 5005

1.B) IL LOGO E SUE APPLICAZIONI SUI MARCHI AZIENDALI ACQUISITI

I marchi acquisiti rappresentano un valore consolidato per il target del mercato di riferimento. Palazzoli Group rappresenta il valore fiduciario di collegamento tra i marchi.

Si utilizza in abbinamento ai marchi acquisiti: Lewden e Stral.

1.C) IL COLORE DEL LOGO PALAZZOLI GROUP ABBINATO AI MARCHI AZIENDALI

Il colore del logo Palazzoli Group è blu. I marchi Lewden e Stral mantengono i loro colori originali. Il logo nero è consentito esclusivamente in abbinamento ai loghi Lewden e Stral, laddove fossero utilizzati in nero. Il logo in negativo è consentito su sfondi neri o molto scuri.
Non sono consentite altre varianti di colore.

Reason why
Il logo Palazzoli Group rappresenta la holding; raggruppa sotto di esso tutti i marchi appartenenti al gruppo: Palazzoli, Lewden e Stral.
Palazzoli Group è marchio istituzionale fiduciario;
Non veicola l'identità Palazzoli (colore blu) bensì la garanzia del gruppo.

2 L'UTILIZZO DEL LOGO LEWDEN ABBINATO AL PALAZZOLI GROUP

L'abbinamento del logo Lewden con Palazzoli group si deve contemplare nei seguenti casi:

- Intestazione depliant di prodotto
- Comunicazione inerente al prodotto (post, newsletter, packaging)
- Profilo aziendale; dati sociali; carteggio aziendale. (Utilizzo logo oppure citazione dell'appartenenza al gruppo es. Lewden Ltd.

Reason why
C'è la volontà di diffondere il marchio Palazzoli all'estero. (SITO LEWDEN?)
Il marchio Palazzoli produce gran parte dei prodotti commercializzati da Lewden.
L'abbinamento Lewden Palazzoli sui prodotti Palazzoli consente un'immediata notorietà di prodotto sul mercato, già coperto, da Lewden.

3 L'UTILIZZO DEL LOGO STRAL ABBINATO AL PALAZZOLI GROUP

L'abbinamento del logo Stral con Palazzoli Group si deve contemplare nei seguenti casi:

- Profilo aziendale; dati sociali; carteggio aziendale.
- IV di copertina dei depliant e footer nella comunicazione.

ADV CORRETTO

ADV SBAGLIATA

IV° COPERTINA CORRETTA

I° COPERTINA SBAGLIATA

Reason why
Stral è l'unico marchio del gruppo che si rivolge ad un target differente (architetto, designer), in cui i parametri di riferimento sono prioritariamente estetici.
Palazzoli Group risulta quindi avere la forza di un marchio garante che attesta le performance tecniche.

4 IL LOGO PALAZZOLI GROUP ABBINATO AL MARCHIO DELLA RETE COMMERCIALE DIRETTA

Palazzoli Middle East è una società commerciale diretta appartenente al gruppo Palazzoli.
L'abbinamento del logo Middle East con Palazzoli Group si declina come segue:

4.A) IL COLORE DEL LOGO PALAZZOLI GROUP ABBINATO AL MARCHIO DELLA RETE COMMERCIALE DIRETTA

Il colore del logo Palazzoli Group è blu;
Logo nero in caso di stampa obbligata ad un solo colore che non possa essere il blu e su sfondo bianco.

PANTONE BLU: 2935U

CMYK: 100C-58M-0Y-0K
RGB: 0R-95G-170B
RAL: 5005

Reason why
Il marchio Palazzoli Middle East commercializza tutti i marchi del gruppo: Palazzoli, Lewden e Stral.
Il marchio Palazzoli Group Middle East rappresenta l'identità Palazzoli nell'area di commercilizzazione.

4.B) L'UTILIZZO DEL LOGO PALAZZOLI GROUP ABBINATO AL MARCHIO DELLA RETE COMMERCIALE DIRETTA

Palazzoli Group Middle East nella sua comunicazione grafica deve riportare sempre la descrizione che identifica la sua natura: "Società commerciale rappresentante di Palazzoli; Lewden; Stral"

4.C) IL COLORE DEI LOGHI RAPPRESENTATI DALLA RETE COMMERCIALE DIRETTA

Il colore di Palazzoli, Lewden e Stral deve essere l'originale, in positivo.
Non è consentito l'utilizzo in negativo.

5 IL COLORE DEL LOGO PALAZZOLI IBÉRICA

L'abbinamento del logo IBÉRICA con PALAZZOLI si declina come segue:
Il logo è costruito in vettoriale, richiedibile all'ufficio marketing.

PALAZZOLI IBÉRICA è di colore Blu come il logo Palazzoli.
Il logo può essere utilizzato in nero in caso di stampa obbligata ad un solo colore che non possa essere il blu e su sfondo bianco.

Palazzoli
Ibérica

PANTONE BLU 2935U

CMYK: 100C-58M-0Y-0K
RGB: 0R-95G-170B
RAL: 5005
#:0056B8

6 IL COLORE DEL LOGO LEWDEN

Il colore del logo LEWDEN è blu.

PANTONE BLU REFLEX

CMYK: 100C-73M-0Y-2K
RGB: 0R-76G-153B

7 IL COLORE DEL LOGO STRAL

Il colore del logo STRAL è nero 100%.

STRAL

PANTONE: BLACK 6C

CMYK: 0C-0M-0Y-100K
RGB: 000000
RAL: 9005

8 LINEA BRAVO ABBINATA A LEWDEN PALAZZOLI GROUP

8.A) IL COLORE E IL FONT

Il logo Bravo è costruito in vettoriale.
Il colore del logo Bravo è blu per l'Italia e mondo; nero per GB
Il logo in negativo è consentito nel caso in cui ci fosse l'uso forzato di 1 solo colore.

Il logo è richiedibile all'ufficio marketing.

8.B) ABBINAMENTO DEI LOGHI

Il logo Bravo si abbina sempre a Lewden Palazzoli Group.

Reason why
La linea identifica con un logo una particolare offerta di prodotti del segmento luce.
nata con specifiche caratteristiche e mirata ad uno specifico segmento di mercato e canale,
all'interno dei prodotti marchiati Lewden Palazzoli Group.
Il posizionamento di questa linea è molto differente dal posizionamento dei prodotti Palazzoli.
La linea bravo viene venduta sul mercato italiano e particolari aree del mercato estero.

8.C) IL COLORE DEGLI SFONDI NEGLI ABBINAMENTI CON LUX

Nell'abbinamento dei loghi con LUX è sempre Blu su fondo giallo (per Italia e mondo).
I colori consentiti sono:

Blu su fondo bianco nel caso di utilizzo forzato di un solo colore.
Bianco su materiali che non consentano l'utilizzo del blu (per Italia e mondo).
Bianco su fondo nero (GB)
Nero su fondo bianco (GB)

Il Logo Lewden buca in negativo gli sfondi colorati.

8.D) IL COLORE DEGLI SFONDI NEGLI ABBINAMENTI (CON SISTEMI ELETTRICI)

Nell'abbinamento dei loghi con (SISTEMI ELETTRICI) i colori consentiti sono:

Bianco su fondo blu.

Reason why
Il colore blu della copertina è identificativo della divisione sistemi elettrici (Italia e mondo), tranne GB (blu, giallo e bianco).
Il colore blu affonda le radici nel ricordo della divisione sistemi elettrici Palazzoli.

9 GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE LINEA BRAVO

9.A) LA DEPLIANTISTICA

Le copertine dei depliant della linea Bravo Lux sono sempre a fondo giallo.

GIALLO: pantone 109U
CMYK: 0C-20M-100Y-0K
RGB: 255R-204G-0B
RAL: 1023

L'elemento identificativo è la losanga bianca.

Reason why
Il colore giallo della copertina è identificativo della divisione LUX (Italia e mondo), tranne GB (nero).
Il colore giallo della linea Bravo identifica il positioning dei prodotti della linea.
Il colore giallo affonda le radici nel ricordo della divisione illuminazione Palazzoli.

Palazzoli

SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE

sezione QUARTA

APPLICAZIONI DEL MARCHIO PER I CLIENTI

1 IL LOGO PALAZZOLI

Il logo Palazzoli può essere utilizzato dai rivenditori, agenzie e imprese, previa autorizzazione all'ufficio marketing Palazzoli, inviando una email a marketing@palazzoli.it.

L'autorizzazione è in forma gratuita e non è prevista alcuna ripetizione di oneri da ambo le parti.
La presente autorizzazione è valida sino a quando viene esercitata l'attività commerciale tra la società Palazzoli e l'azienda richiedente.
Per l'azienda richiedente che si occupa di entrambe le divisioni (sistemi elettrici e illuminazione) il logo consentito è quello sotto rappresentato completo di claim.

Palazzoli
SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE

Palazzoli
SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE

dimensione minima 45 mm

Per l'azienda che si occupa esclusivamente di illuminazione,
il logo consentito è quello sotto rapprensentato.

Palazzoli
LUCE D'AUTORE

Palazzoli
LUCE D'AUTORE

dimensione minima 45 mm

Il colore del logo Palazzoli è blu, su sfondo bianco.
Logo in negativo su sfondi neri, esclusivamente in caso di necessità e previa autorizzazione di Palazzoli.

Palazzoli
SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE

Palazzoli
LUCE D'AUTORE

PANTONE BLU: 2935U

CMYK: 100C-58M-0Y-0K
RGB: 0R-95G-170B
RAL: 5005

1.A) COSA NON FARE

Non è consentito l'utilizzo del vecchio marchio P.
Non è consentito l'utilizzo del logo senza claim.
Non è consentito ultilizzare il logo sovrapposto alle immagini.
Non è consentito ricostruire il logo Palazzoli con font simili.

Non è consentito utilizzare payoff o descrizioni delle attività e settori aziendali, all'infuori dei claim consentiti. Eventuali descrizioni se necessarie devono essere convalidate dall'uffcio marketing.

LOGO SBAGLIATO

LOGO SENZA CLAIM DA NON UTILIZZARE

LOGO SBAGLIATO

2.C) COSA FARE

Nel caso di utilizzo del logo con claim riferito esclusivamente ad una immagine di prodotto si utilizzerà il logo con il claim della specifica divisione.

55722

Palazzoli finanzia la ricerca
sul tumore al seno con l'immunoterapia

Chiarezza della funzione

Semplicità del progetto

Qualità della manifattura

Eccellenza del servizio

Palazzoli S.p.a
Via F. Palazzoli, 31 - 25128 Brescia - Italy
Tel. +39 030 2015.1
palazzoli.com

Palazzoli
SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE