

Palazzoli

SISTEMI ELETTRICI E LUCE D'AUTORE



**BRAND
BOOK**

2021-2022

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, promuovendo la 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 3 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 autonoma 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. 4
2) IL LOGO NELLE DUE DIVISIONI DI AZIENDA	pag. 8
3) LO SFONDO CROMATICO NELLE DUE DIVISIONI DI AZIENDA	pag. 12
4) IL LOGO CON CLAIM ISTITUZIONALE	pag. 14
5) LO SFONDO ISTITUZIONALE	pag. 15
6) ELEMENTO GRAFICO DISTINTIVO	pag. 16
7) LA DEPLIANTISTICA	pag. 18
8) LA CATALOGHISTICA	pag. 24

sezione SECONDA: PALAZZOLI GROUP E SUE APPLICAZIONI

1) IL LOGO PALAZZOLI GROUP	pag. 31
2) L'UTILIZZO DEL LOGO LEWDEN ABBINATO AL PALAZZOLI GROUP	pag. 33
3) L'UTILIZZO DEL LOGO STRAL ABBINATO AL PALAZZOLI GROUP	pag. 34
4) IL LOGO PALAZZOLI GROUP ABBINATO AL MARCHIO DELLA RETE COMMERCIALE DIRETTA	pag. 35
5) IL COLORE DEL LOGO LEWDEN	pag. 38
6) IL COLORE DEL LOGO STRAL	pag. 38
7) LINEA BRAVO ABBINATA A LEWDEN PALAZZOLI GROUP	pag. 39
8) GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE LINEA BRAVO	pag. 41

APPENDICE:

STRTEGIA DELLA COMUNICAZIONE	pag. 45
------------------------------	---------

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 costruita 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 3 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.



Reason why

L'azienda si distingue storicamente nel settore 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.



Reason why

L'azienda vuole identificarsi come specializzata e performante anche nel settore illuminazione industriale.

Il target del settore 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 simile.



LOGO CORRETTO



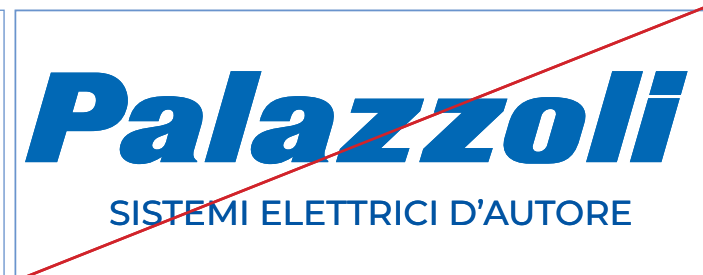
LOGO SBAGLIATO

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 simile.



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 IL SETTORE 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



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 IL SETTORE 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



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 nel settore.

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 claim istituzionale si riduce sotto i 57 mm. (caso B).



minimo 57 mm - caso A



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.



LOGO CORRETTO



LOGO SBAGLIATO

Reason why

L'utilizzo del claim esprime la volontà di comunicare fortemente l'identità aziendale. Deve essere utilizzato per almeno 3 anni.

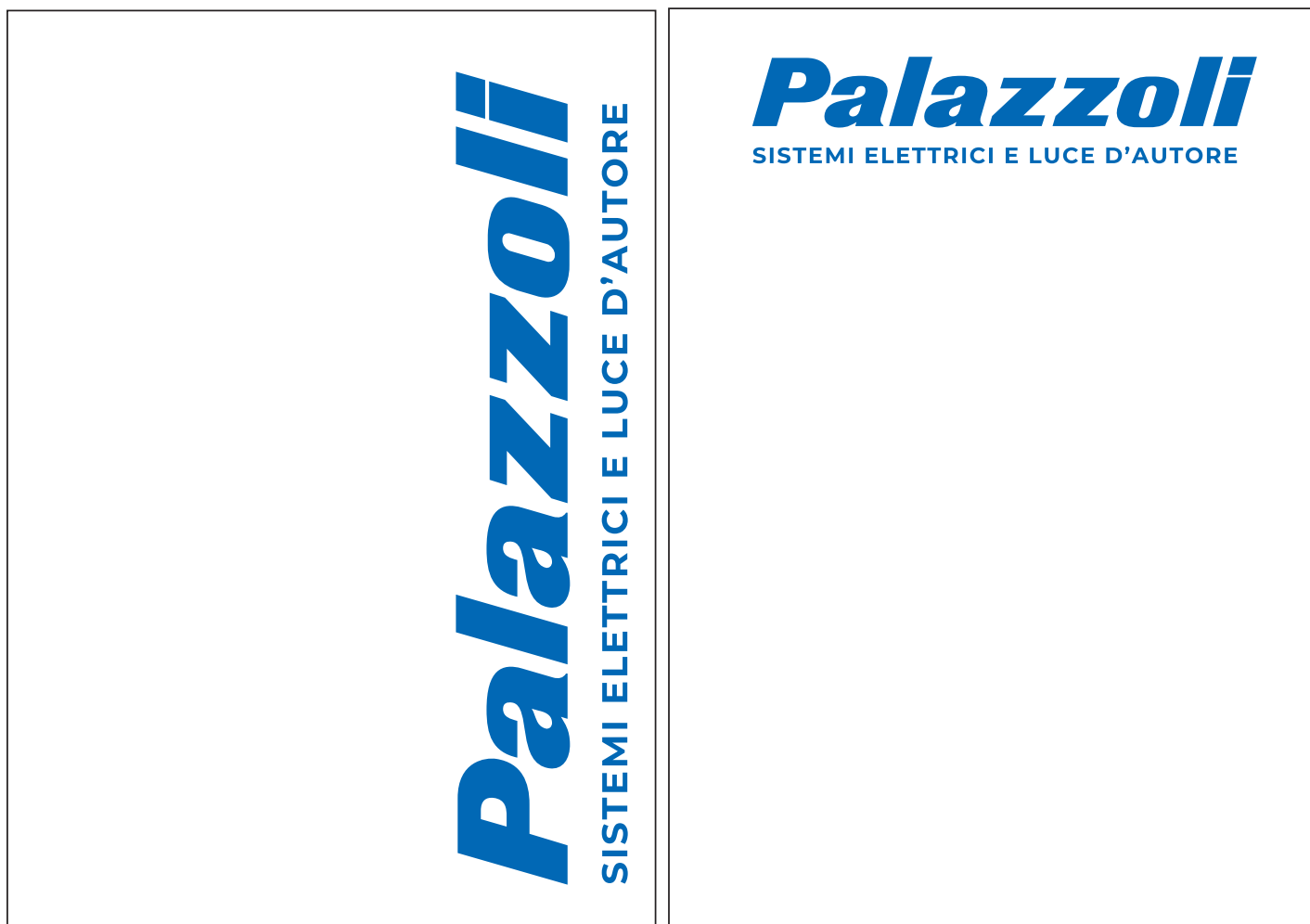
5 LO SFONDO ISTITUZIONALE

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).



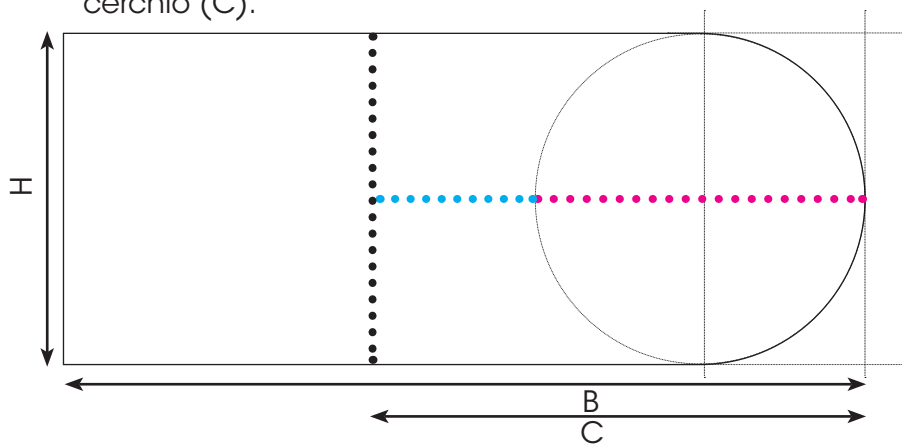
Reason why

La volontà della comunicazione 2021 è quella di sottolineare ed esaltare i due settori dell'azienda.

6 ELEMENTO GRAFICO DISTINTIVO

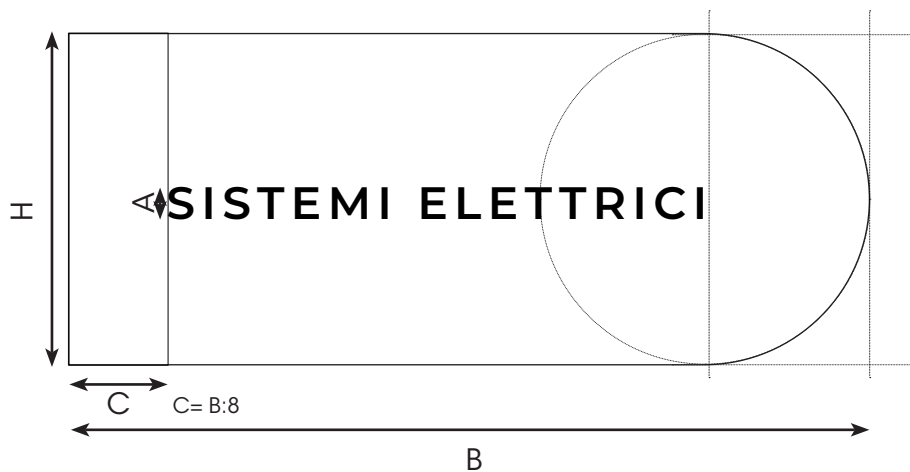
6.A) COSTRUZIONE GRAFICA DELL'ELEMENTO DISTINTIVO

- 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 $H:10,5$.



6.C) IL FONT DELLA DIDASCALIA

Il Font della didascalia è Montserrat (OTF)_Semibold.

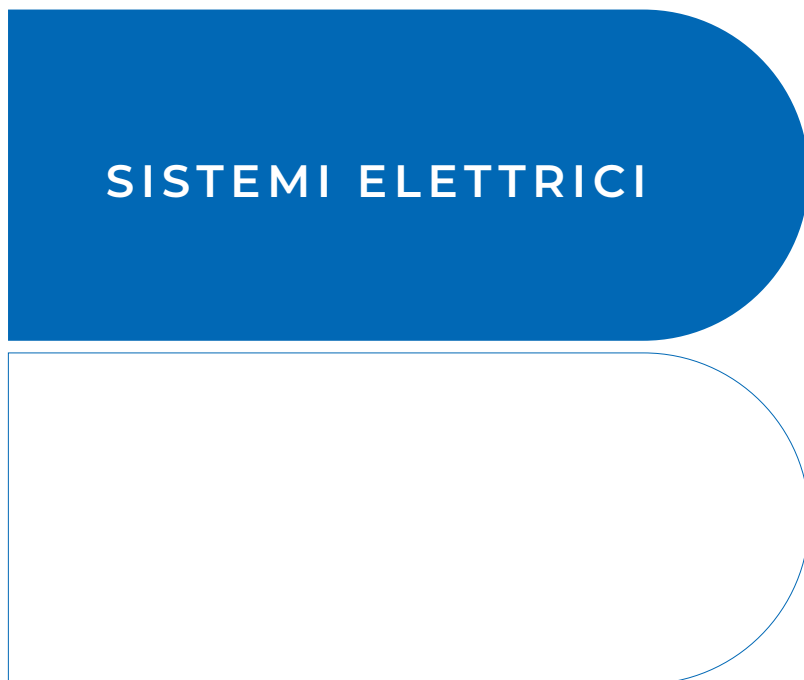
6.D) IL COLORE DELL'ELEMENTO DISTINTIVO

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 didascalie aziendali sia di prodotto sia di settore. 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.

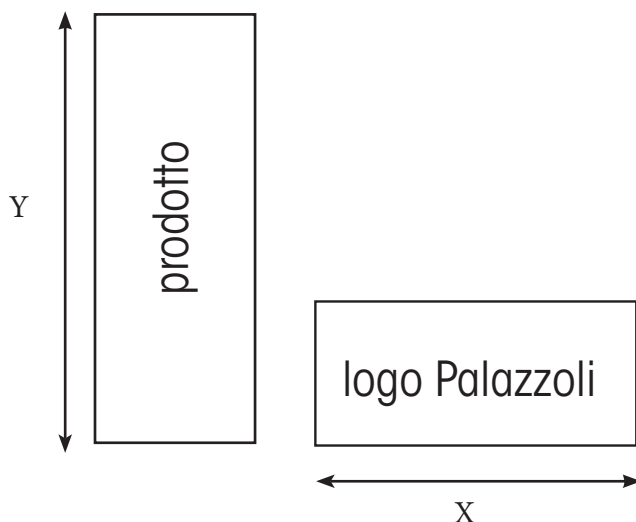
7 LA DEPLIANTISTICA

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

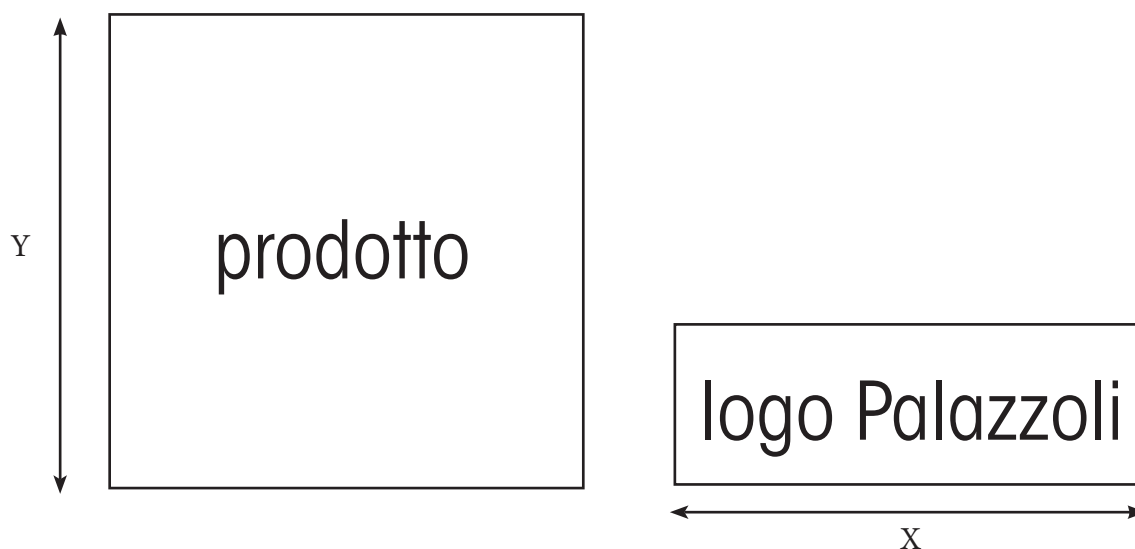
Posto le dimensioni del logo Palazzoli, il prodotto inscrivibile in un rettangolo verticale avrà altezza pari a 1,33 la base del logo Palazzoli. E' consentita la possibilità di scostarsi di qualche mm per necessità di taglio.

$$Y = X + (1/3)$$



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

La copertina del depliant sistemi elettrici ha il colore dominante di sfondo BLU pantone 2935U. (pagina 14). L'elemento distintivo rispetta la regola di pagina 19 punto 6D.

La copertina del depliant illuminazione ha il colore dominante di sfondo giallo pantone 109U. (pagina 15)
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.

La headline è centrato all'elemento distintivo su sfondo istituzionale bianco oppure posizionato a bandiera a dx, se il testo lo richiede (lungo) ed allineato verticalmente alla "i" di Palazzoli.

Su fondo blu il nome della serie è bianco negativo, su fondo giallo è blu pantone 2935U.

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.

Il font del nome di prodotto è: PROMETO MEDIUM di punti 37.

7.D) COSTRUZIONE

L'elemento distintivo pone il diametro del cerchio allineato all'ottavo di pagina.

La fascia cromatica sopra l'elemento distintivo, a margine superiore del depliant, ha altezza 12,7 mm pari al margine della pagina A4. Il piede della fotografia del prodotto è allineato a 5 mm sotto il diametro del cerchio su formato A4. Sotto il prodotto è prevista l'ombra (opacità 32%).

Il claim del logo Palazzoli è allineato al piede a 12,7 mm pari al margine della pagina A4.

Reason why

L'obiettivo primario della comunicazione Palazzoli 2021 è dare precisa identità ai due rami aziendali e all'affermazione del valore del brand. In tutti gli strumenti di comunicazione che riguardano i prodotti, l'area grafica predominante 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



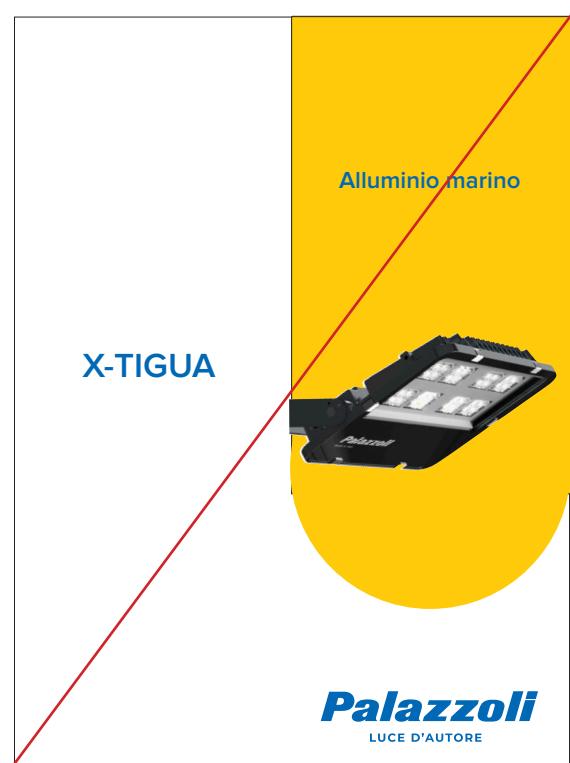
DEPLIANT SBAGLIATO



DEPLIANT SBAGLIATO



DEPLIANT SBAGLIATO



DEPLIANT SBAGLIATO

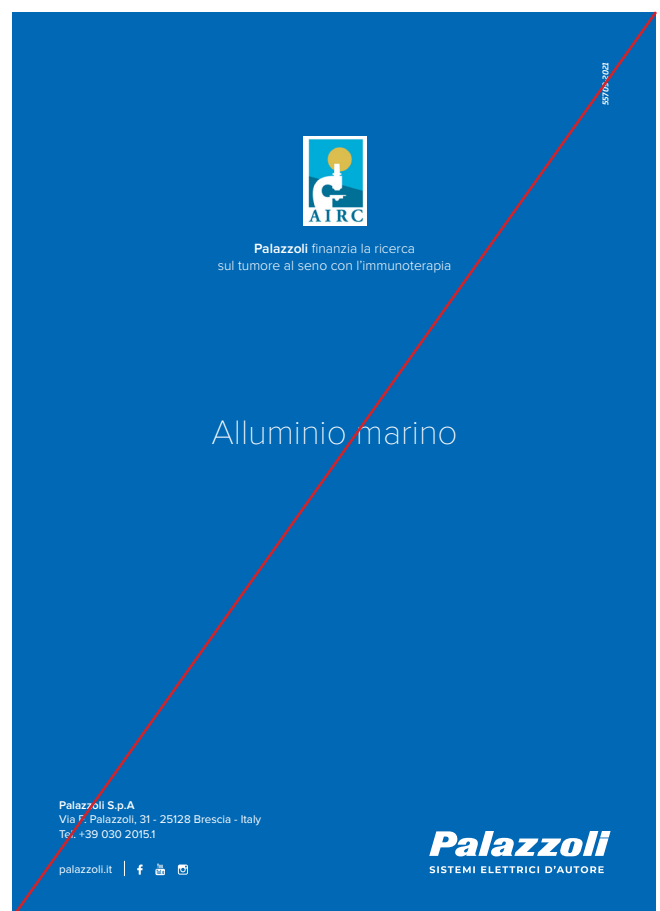
7.E) LA IV DI COPERTINA

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 sul tumore al seno con l'immunoterapia.
- Elenco dei valori aziendali.
- 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.

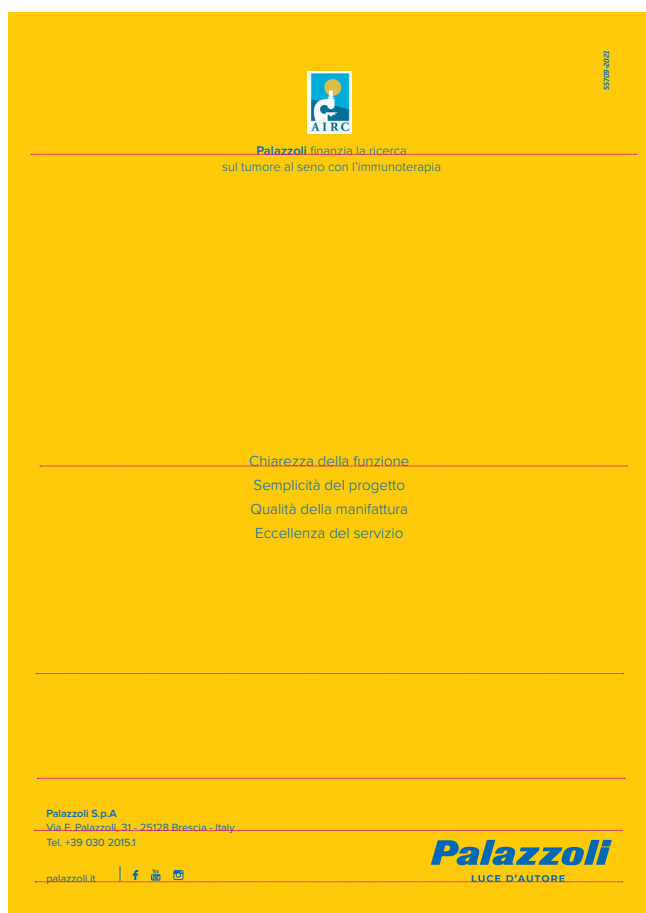
L'indirizzo è in PROXIMA NOVA, Regular di punti 10.

Il codice AMA è in PROMETO, Medium Italic di punti 7.

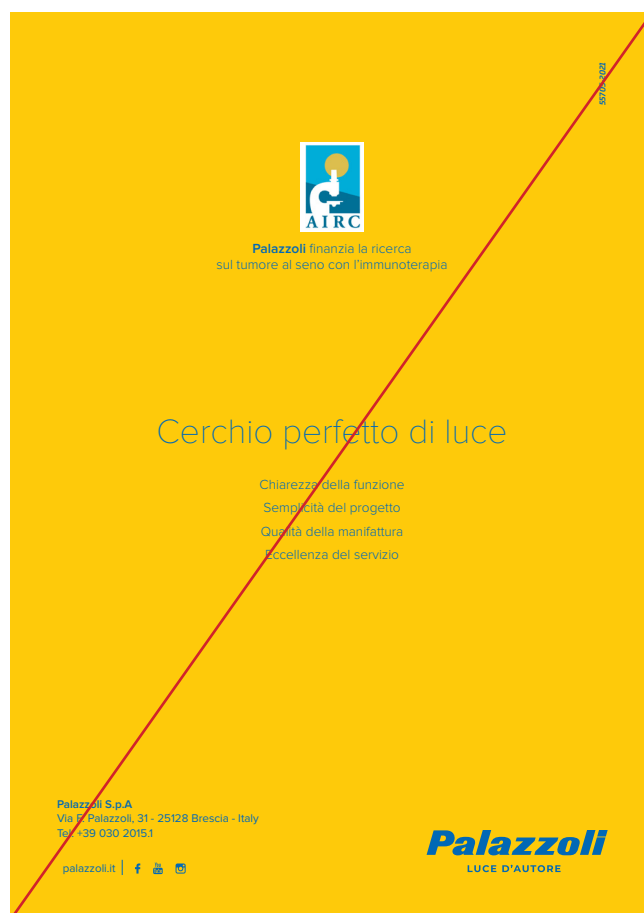
L'allineamento al piede di "Palazzoli finanzia la ricerca" è posizionato sull'orizzontale a 1/8 della pagina A4, l'interlinea del testo è di 14 pt.

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.

L'allineamento al piede dell'indirizzo Via F. Palazzoli è posizionato sull'orizzontale a 1/16 della pagina A4, l'interlinea del testo è di 13 pt.



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.

7.G) LE COPERTINE ORIZZONTALI

ALUPRES

Alluminio
marino



Palazzoli
SISTEMI ELETTRICI D'AUTORE



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 D'AUTORE

7.F) IL FONT DELLA IV DI COPERTINA

X-TIGUA

Fino a
120.000 lm



Palazzoli
LUCE D'AUTORE



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
LUCE D'AUTORE

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).

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

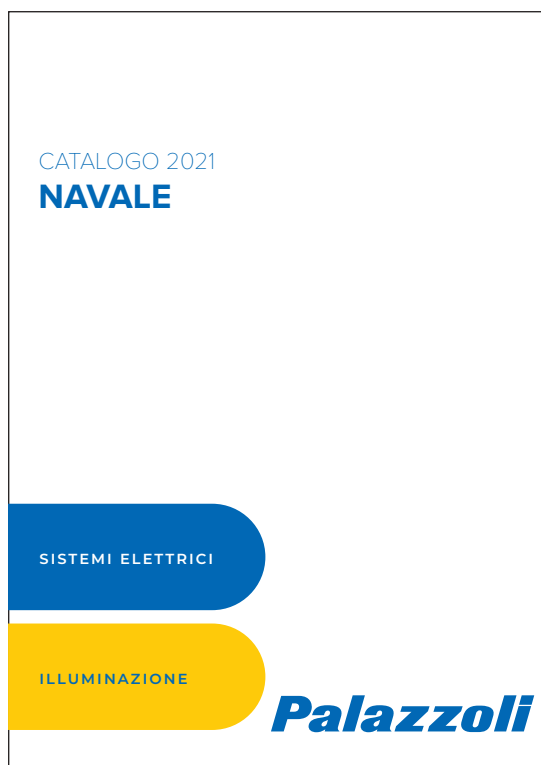
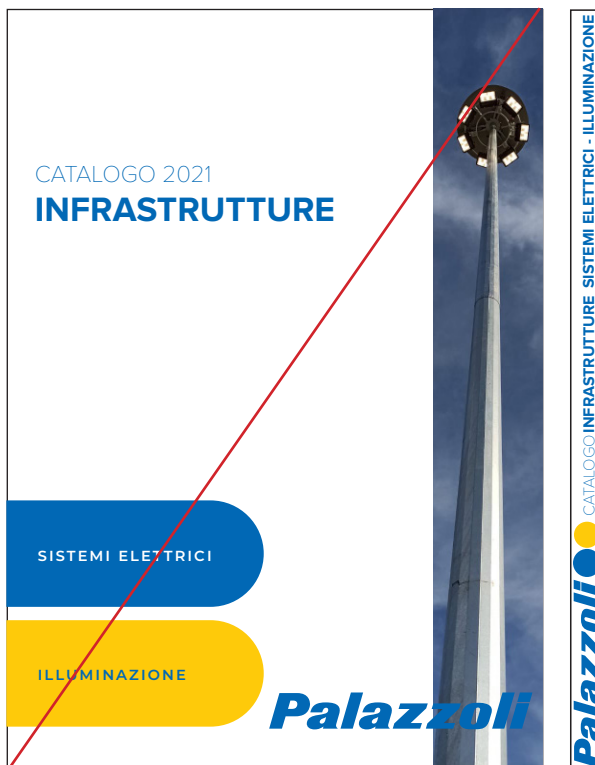
il livello di comunicazione prioritaria si focalizza sui due settori contenuti nei cataloghi generali e specialistici.

8.B) I CATALOGHI SPECIALISTICI INFRASTRUTTURA E NAVALE

Le copertine dei 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 ATEX

L'unica eccezione cromatica viene fatta per ATEX.

Colore grigio pantone

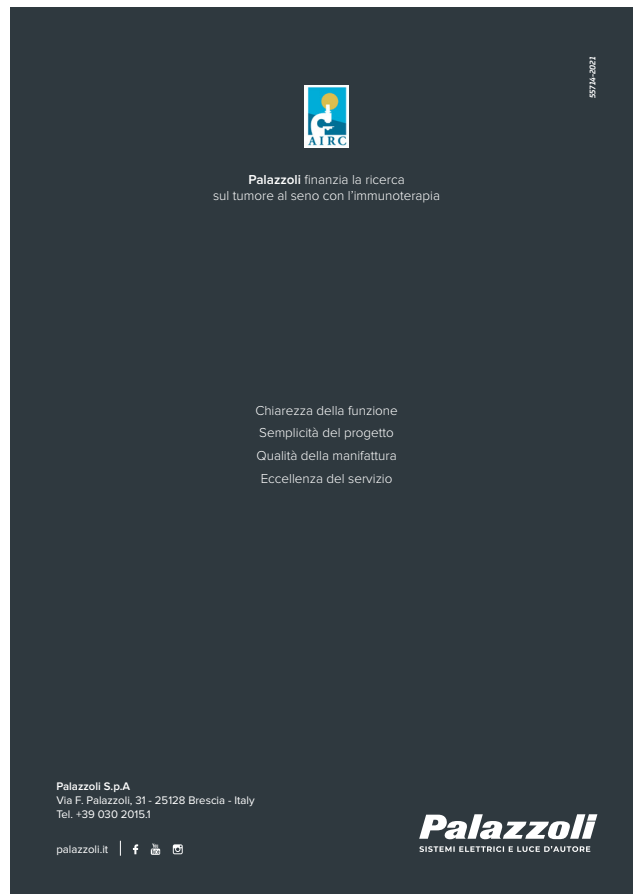
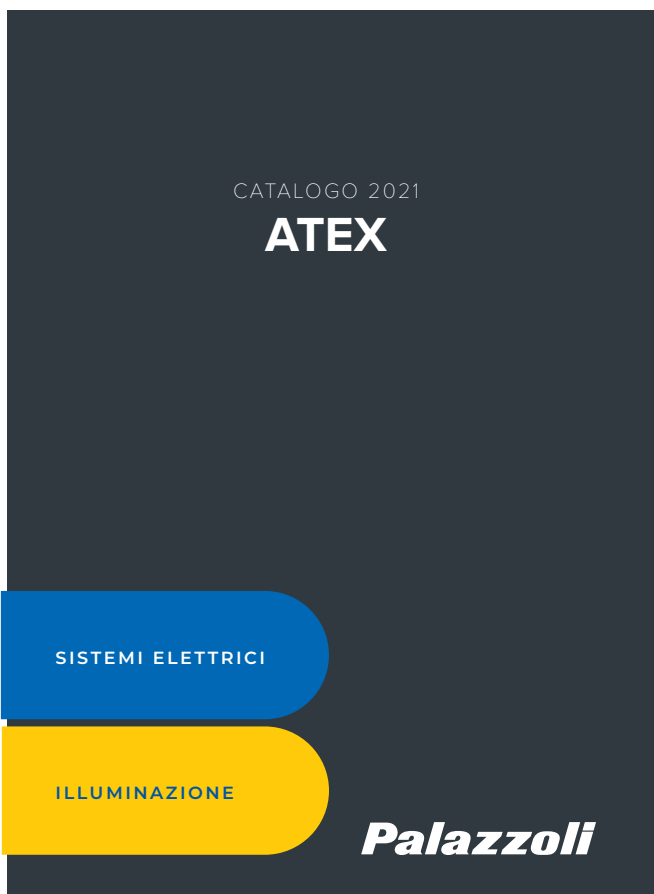
C72 M58 J52 K55

R57 G62 B66.

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 utilizzato, evoca il prodotto ATEX.

8.D) CATALOGO GENERALE ILLUMINAZIONE

La copertina è di sfondo giallo pantone 109U. (pagina 15)

L'elemento distintivo contiene i 4 settori: industria, atex, infrastrutture e navale.

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



8.E) IL FONT DELL'ELEMENTO DISTINTIVO

L'elemento distintivo contiene i 4 settori: industria, atex, infrastrutture e navale.

Il font dei 4 settori è Montserrat (OTF)_Semibold.

Reason why

Il livello di comunicazione prioritaria si focalizza sulle due divisioni;

trattandosi di catalogo generale illuminazione, la specifica della divisione è citata nel titolo.

Nell'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 3 anni.

Palazzoli
GROUP



Palazzoli



STRAL

Palazzoli
GROUP Middle East

sezione SECONDA
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.



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.

© 2021 LEWDEN LTD.

Unit 4, Bradbury Drive
Springwood Industrial Estate - Braintree -
Essex - CM7 2SD - UK

Tel: +44 01376 336200 - Fax: +44 01376 322161
sales@lewden.co.uk

PRIVACY POLICY - COOKIE POLICY - CREDITS

© 2021 LEWDEN LTD. È PARTE DI PALAZZOLI GROUP



Reason why

C'è la volontà di diffondere il marchio Palazzoli all'estero. (SITO LEWDEN?)

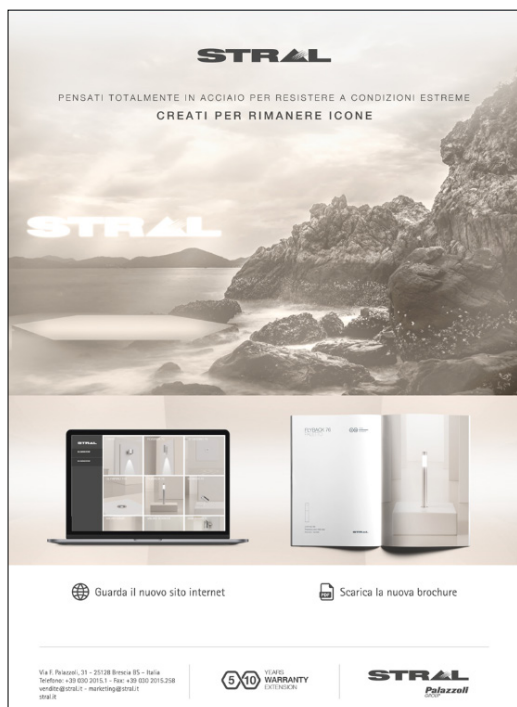
Il marchio Palazzoli produce gran parte dei prodotti commercializzati da Lewden.

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:

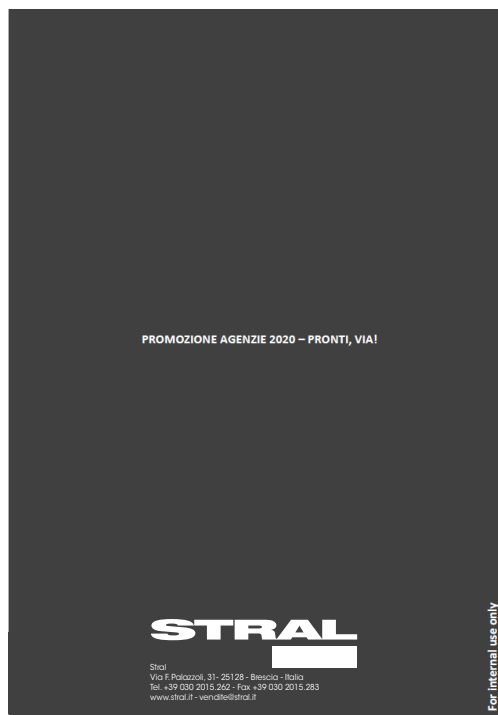
- Profilo aziendale; dati sociali; carteggio aziendale.
- IV di copertina dei depliant e footer nella comunicazione.



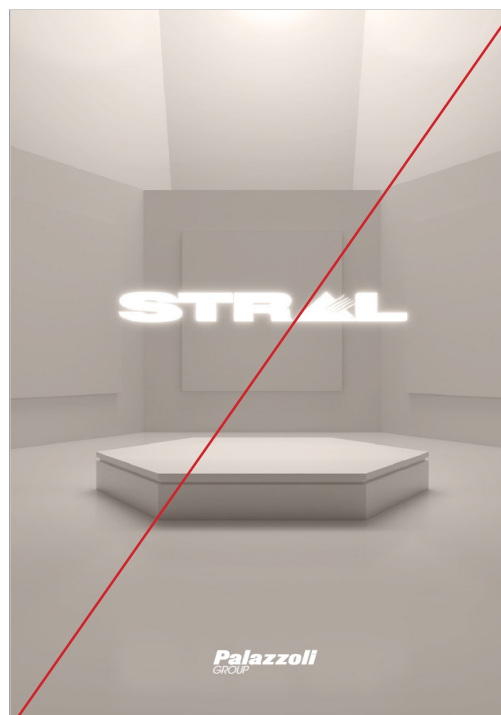
ADV CORRETTO



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.

The logo consists of the word "Palazzoli" in a large, bold, blue, italicized sans-serif font. Below it, the word "GROUP" is written in a smaller, blue, all-caps sans-serif font. To the right of "GROUP", the words "Middle East" are written in a blue, italicized sans-serif font.

PANTONE BLU: 2935U

CMYK: 100C-58M-0Y-0K

RGB: 0R-95G-170B

RAL: 5005

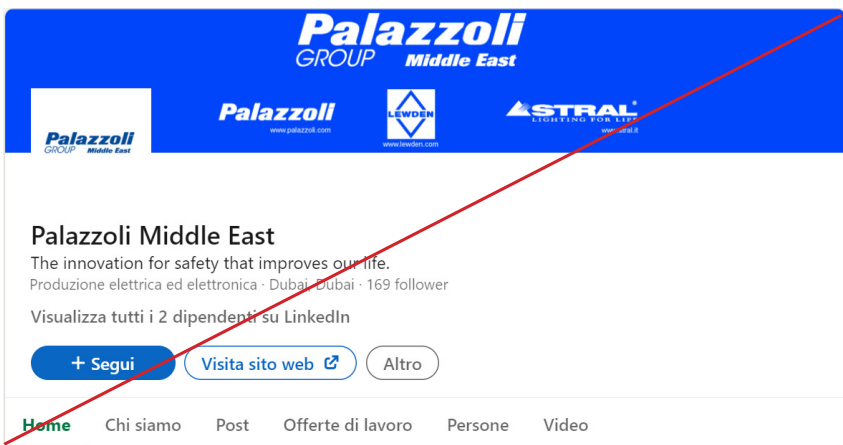
Reason why

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 commercializzazione.

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 LEWDEN

Il colore del logo LEWDEN è blu.



PANTONE BLU REFLEX

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

6 IL COLORE DEL LOGO STRAL

Il colore del logo STRAL è nero 80%.



PANTONE: 426C

CMYK: 0C-0M-0Y-80K
RGB: 87R-87G-86B
RAL: 7021

7 LINEA BRAVO ABBINATA A LEWDEN PALAZZOLI GROUP

7.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.



7.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.

7.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.



7.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.

8 GLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE LINEA BRAVO

8.A) LA DEPLIANTISTICA

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

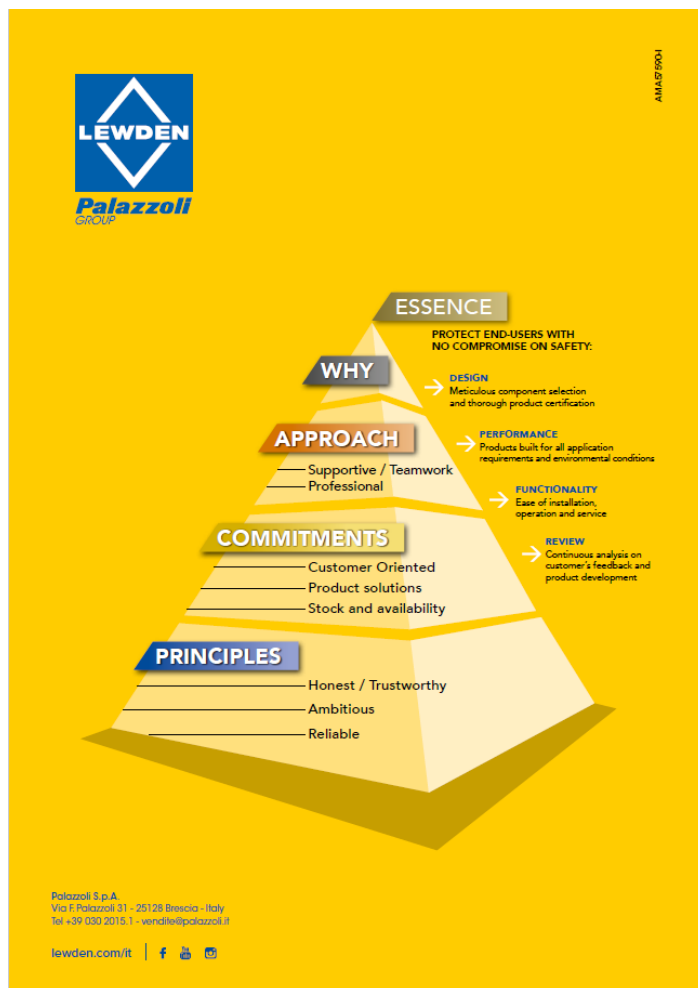
GIALLO: pantone 109U

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
