



Manuale del marchio

2024 - V.1.0





ANIMO≠ANIMA

Lavoriamo da sempre l'*animo
nobile della frutta.**

*** *animo* è diverso dal termine *anima*, anzi sono proprio due concetti diversi:
l'*anima* è immateriale, intangibile, l'*animo* invece, rappresenta il carattere, il temperamento.
La frutta secca è l'*animo* forte... il carattere della frutta.**



CAPITOLO 02

MARCHIO

Ciavolino
FRUTTA SECCA



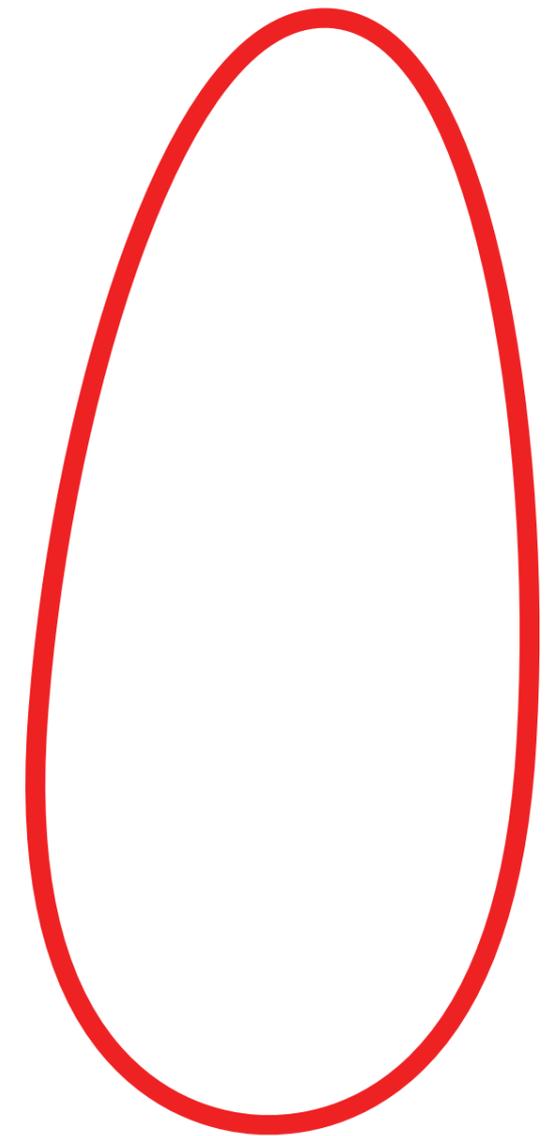
MARCHIO_Brief

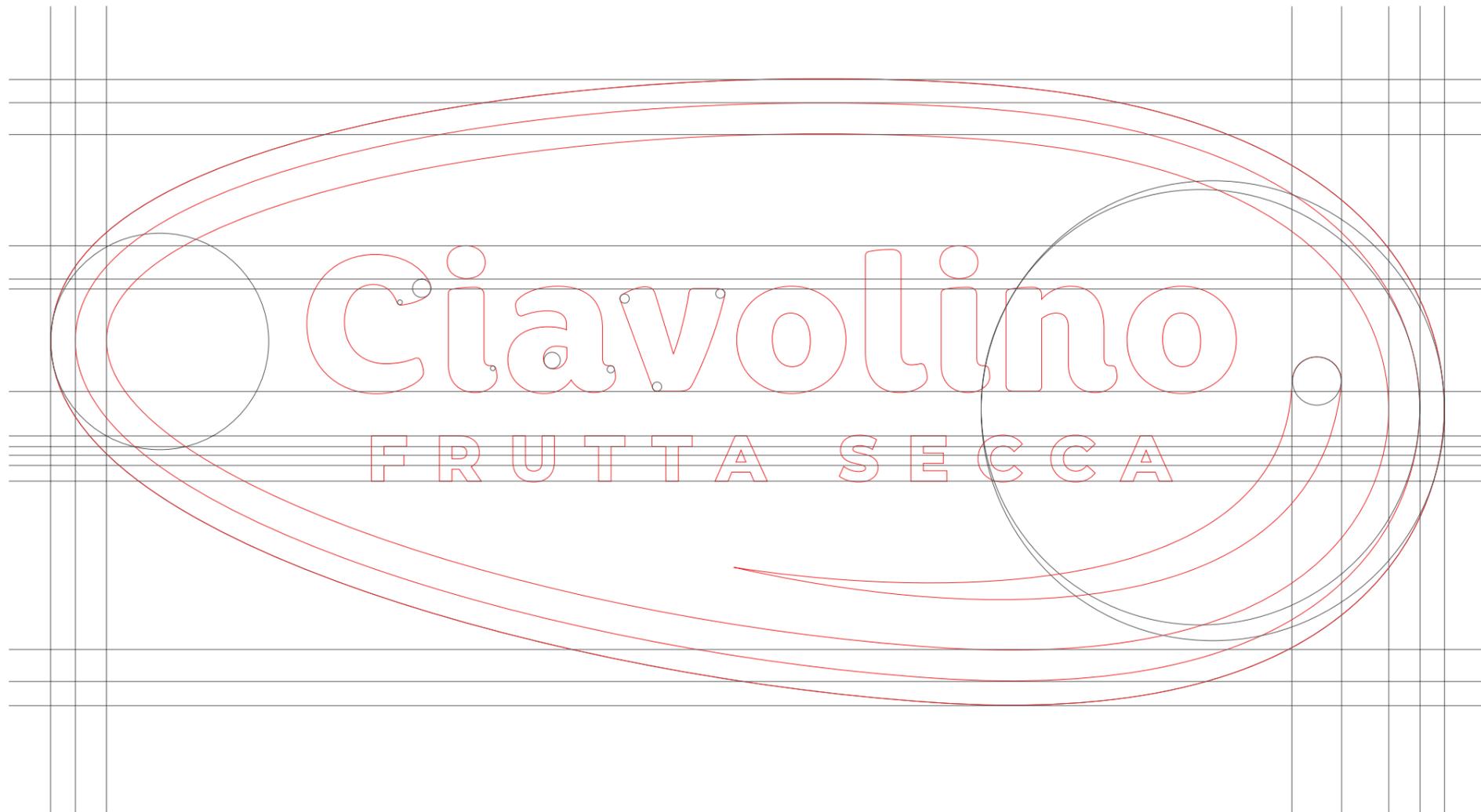
Il volto del brand è il suo marchio, la sua firma.

Dal pinolo, per il pinolo, con il pinolo.

È questo il credo che meglio racconta la crescita e l'evoluzione del brand Ciavolino: **nascere** da un unico prodotto, **crescere** per lavorarlo ed **evolversi** affiancando al pinolo una vasta gamma di prodotti.

Il pinolo non poteva non essere il volto del progetto del brand Ciavolino.





MARCHIO_Colore del brand

Il volto del brand è rosso.

Fu la prima tintura usata dall'uomo preistorico, il colore del potere per gli antichi romani, emblema del lusso nel rinascimento fiorentino è stato scelto dall'avcommunication come colore principale del brand Ciavolino per raccontarne l'istituzionalità, la maturità di un'azienda consolidata e sicuramente il legame insito con il Food.


istituzionalità

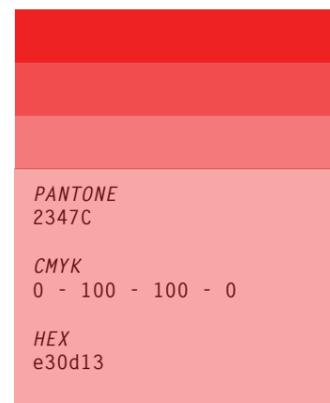
energia


passione

gusto


food

avanguardia





Versione PRINCIPALE del marchio



A. Logotipo
B. Baseline

Versione Principale

Questa è la versione ufficiale e principale del brand Ciavolino.
A seguire sono riportate tutte le versioni secondarie dello stesso.

I formati raccomandati sono:
.eps | .ai | .png | .jpg | .tif



1.



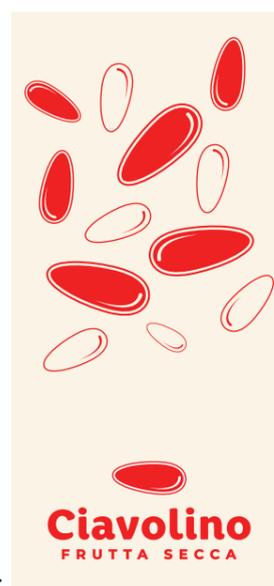
2.



3.



4.



6.

Versioni Secondarie

- 1. versione principale
- 2. versione secondaria su campitura
- 3. versione verticale
- 4. monogramma
- 5. logotipo
- 6. logo + logotipo



| Bounding
Box



Area di sicurezza

È importante mantenere il marchio pulito e riconoscibile anche quando inserito in un contesto denso di informazioni. Per permettere tale chiarezza è stata stabilita una zona di esclusione intorno al marchio che deve rimanere inutilizzata.

Questa area indica a che distanza possono essere inseriti altri elementi grafici rispetto al marchio Ciavolino.

Spiegazione

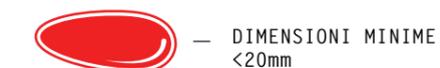
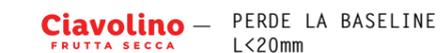
Per calcolare la zona di esclusione basta ricavare il bounding box della lettera "C" e creare sulle sue proporzioni una cornice di sicurezza.

Ogni volta che si usa, il logo deve essere circondato da uno spazio bianco per assicurargli la giusta visibilità.

Quanto posso rimpicciolirmi?

Dimensioni Minime

Il marchio Ciavolino, come ogni marchio, è perfettamente scalabile fino ad una determinata dimensione minima oltre la quale perderebbe di leggibilità e dunque comprometterebbe la riconoscibilità del brand.



Lo uso solo correttamente!

Le possibilità di utilizzo del marchio sono infinite... vanno allora regolate.

Di seguito proponiamo diversi esempi di utilizzo del marchio Ciavolino.



MARCHIO_Utilizzo corretto della ®

Siamo registrati!

Il simbolo della registrazione ® viene posizionato in corrispondenza dell'incrocio delle due tangenti all'interno della bounding box.

Il carattere utilizzato è il Montserrat Bold, con dimensioni pari a 1/8 dell'altezza del marchio.



MARCHIO_Compresenza

Quando sta con gli altri

Capita molto spesso che un marchio venga utilizzato in compresenza con altri. Si pensi al backdrop di un evento o l'ultima pagina della rivista di una fiera.





MANUALE DEL MARCHIO CIAVOLINO
Documento redatto da avcommunication

2024