



GREENTHESIS
GROUP

BRAND BOOK

**GREENTHESIS GROUP
CORPORATE GUIDELINES**

CORPORATE IDENTITY >
PERCHÉ UN BRAND È
MOLTO PIÙ DI UN LOGOTIPO

INDICE

Brand Book

IL SENSO DI QUESTO MANUALE.....	PAG. 04
BRAND ARCHITECTURE.....	PAG. 05
CORPORATE LOGO.....	PAG. 08
PAYOFF.....	PAG. 15
CORPORATE TYPOGRAPHY	PAG. 18
CORPORATE COLOR SYSTEM.....	PAG. 26
PHOTOGRAPHY STYLE.....	PAG. 30
APPLICAZIONI DEL BRAND.....	PAG. 32

IL SENSO DI QUESTO MANUALE

Il valore della coerenza

Un brand non è semplicemente un logo, ma un insieme di segni, tangibili e intangibili, sintetizzati in un marchio. Solo il corretto e costante utilizzo di questi segni nel tempo può dare vita a un brand di valore. L'obiettivo di questo documento è quello di introdurre gli **asset visivi** che compongono l'espressione del brand Greenthesis e le loro regole di applicazione per dare a tutti la possibilità di applicarle nel migliore dei modi.

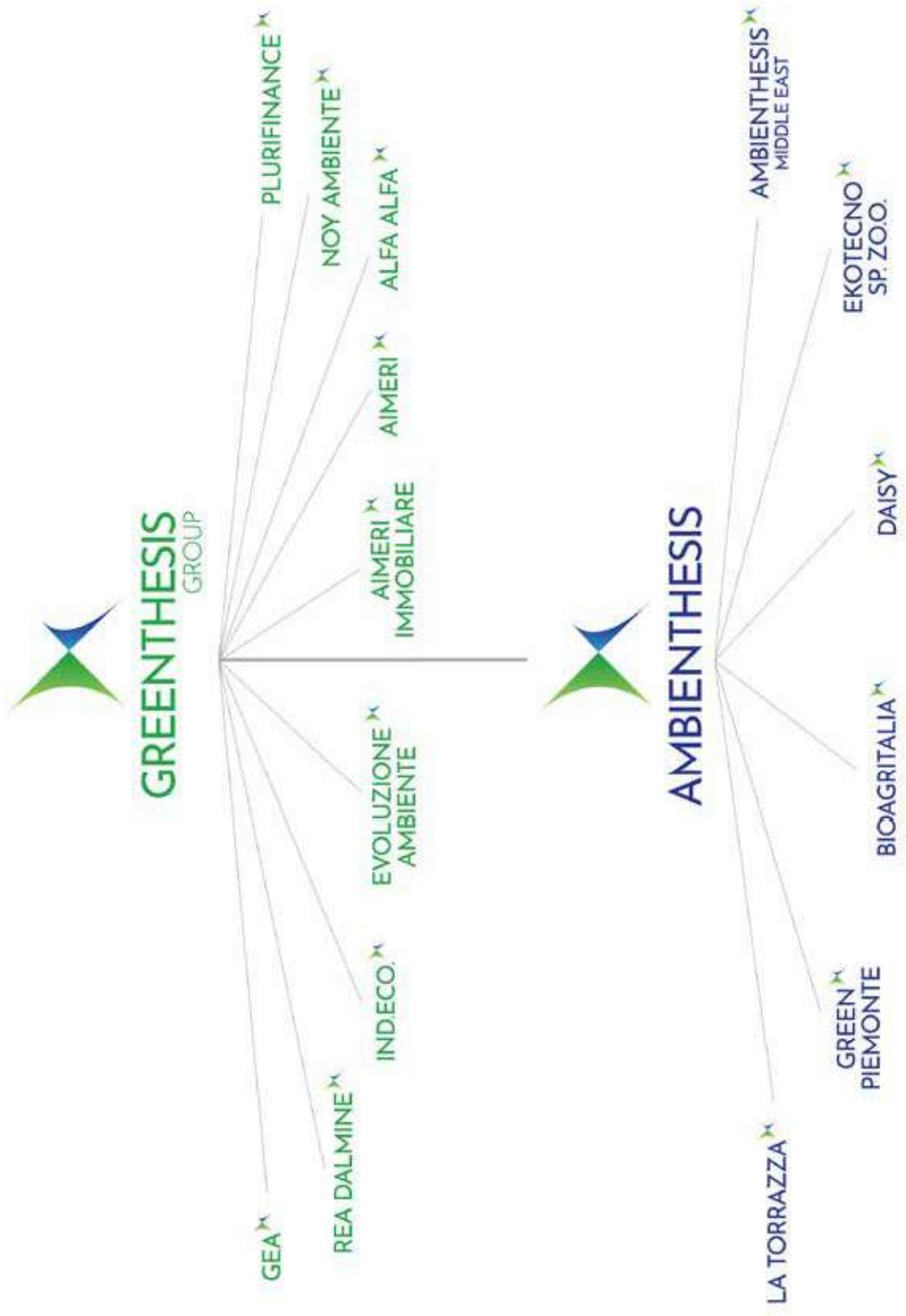
A chi è rivolto

Questo manuale è indirizzato a tutti i dipendenti di tutte le società che fanno parte del Gruppo Greenthesis e a **tutti i fornitori** (agenzie di comunicazione, stampatori e freelance) che devono produrre dei materiali, cartacei o digitali: da un biglietto da visita a un'insegna, da una brochure a un'affissione, da un video al sito internet.

Come nasce il nome Greenthesis

Da Green Holding Group a Greenthesis Group. Il nuovo naming riprende il termine Green dandogli una connotazione più distintiva. Thesis come tesi, argomento, tema che riguarda il verde. Unito al green rimanda anche ai concetti di integrazione e di sintesi (tra realtà diverse). **Il finale in THESIS inoltre si associa perfettamente al brand Ambientthesis** individuando una naming strategy coerente. Il legame semantico Greenthesis / Ambientthesis si rivela un'ottima piattaforma per l'abbinamento a un modello grafico di forte impatto e coerenza, all'interno della brand architecture.

BRAND ARCHITECTURE



BRAND ARCHITECTURE

Riportano a Greenthesis

GEA 

REA DALMINE 

IND.ECO. 

EVOLUZIONE
AMBIENTE 

AIMERI 
IMMOBILIARE

AIMERI 

ALFA ALFA 

PLURIFINANCE 

NOY AMBIENTE 

BRAND ARCHITECTURE

Riportano ad Ambienthesis

LA TORRAZZA 

GREEN 
PIEMONTE

BIOAGRITALIA 

DAISY 

EKOTECNO 
SP. ZO.O.

AMBIENTHESIS 
MIDDLE EAST

CORPORATE LOGO

Logotipo completo

VERSIONE PRINCIPALE



GREENTHESIS

Il logotipo è il cuore della nostra brand identity. La firma del nostro marchio. È formato dal lettering del nome Greenthesis e dal pittogramma. Un segno - dinamico ed espressivo - che ricorda la **forma di un aquilone**, per rimandare a un'idea di sostenibilità, movimento, leggerezza e positività.

Il colore verde - oltre ad evocare il termine Green - è associato a concetti di natura ed equilibrio. Il blu rappresenta il mare come elemento naturale associato a calma e serenità.

Il logo non può essere assolutamente né modificato né distorto, ma solo ingrandito o ridotto di dimensioni in maniera proporzionale su tutte le sue componenti.

CORPORATE LOGO

Area di rispetto



 = AREA DI RISPETTO

Attorno al logo esiste un'area di rispetto in cui **non è ammesso inserire nessun segno grafico o tipografico.**

Si tratta di uno spazio libero di forma rettangolare che ci permette di visualizzare perfettamente il logo senza alcun disturbo.

L'area di rispetto equivale alla dimensione della lettera G applicata in tutte le direzioni.

DESCRIPTOR SOCIETÀ DEL GRUPPO

Area di rispetto

Greenthesis Group
Greenthesis Group
Greenthesis Group



In alcuni casi possiamo accompagnare il logo di una singola Società del Gruppo con il descriptor Greenthesis Group a una distanza pari a 1/3 dell'altezza del logo stesso.

La scritta Greenthesis Group è di una grandezza pari a 1/3 del logo.

Il risultato lo possiamo vedere nell'esempio a sinistra.

CORPORATE LOGO

Versione positiva e negativa

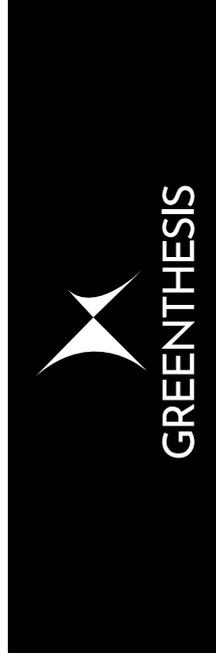
La versione principale del logo è in positivo, **a colori** su **sfondo bianco**, ma può essere usato sempre a colori anche su sfondi particolarmente chiari.

In casi eccezionali può comunque essere usato nella sua versione in negativo, bianco su sfondi scuri.

VERSIONE POSITIVA SU SFONDI CHIARI



VERSIONE NEGATIVA SU SFONDI SCURI



CORPORATE LOGO

Applicazione su sfondi fotografici

Il logo può vivere anche su sfondi fotografici.

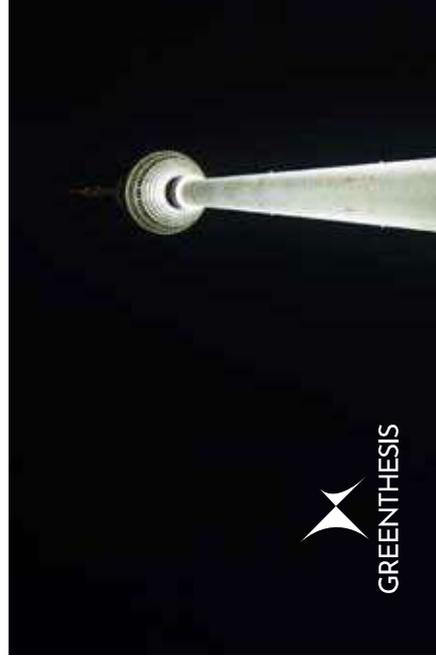
In questi casi occorre individuare delle foto che abbiano degli **angoli di colore piatto e uniforme**, e tali da assicurare un sufficiente contrasto tra il logo e lo sfondo.

Su sfondi chiari si utilizza la versione positiva del logo; su sfondi scuri la versione negativa.

VERSIONE POSITIVA SU SFONDI CHIARI



VERSIONE POSITIVA SU SFONDI SCURI



CORPORATE LOGO

Dimensioni minime

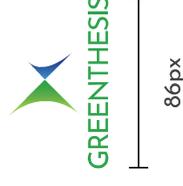
Il rispetto della dimensione minima ci assicura che il logo sia sempre visibile e leggibile su qualsiasi supporto, cartaceo o digitale. Questa dimensione è basata sul **rettangolo dell'area di rispetto** del logo Greenthesis.

Il logo si può ridurre fino a una larghezza minima di 20 millimetri. Sui monitor la dimensione minima è 86 pixel a 72 dpi.

DIMENSIONI MINIME PER LA STAMPA



DIMENSIONI MINIME PER IL DIGITALE



CORPORATE LOGO

Usi non consentiti

Come detto in precedenza, il logo Greenthesis non può subire nessuna alterazione.

ECCO ALCUNI ESEMPI DI COME IL LOGO NON PUÒ ESSERE MODIFICATO.



NO ALTRI COLORI



NO OUTLINE



NO OMBREGGIATURE



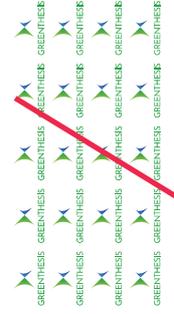
NO AD AGGIUNTE DI TESTO



NO DISTORSIONI



NO ALTRI EFFETTI



NON CREARE PATTERN



NON USARE LA SCRITTA
SENZA AQUILONE