



**SMART
VALUE**

**Manuale operativo
d'utilizzo del marchio**

Linee guida per l'uso dell'identità visiva
del marchio Smart Value

Altra|via

Il tuo prossimo partner tecnologico!

Realizzazione Altravia servizi srl
Via Cerva 195 00143 Roma
www.altravia.com - Info@altraiva.com

Manuale operativo d'utilizzo del marchio

Linee guida per l'uso dell'identità visiva del marchio Smart Value

Indice

1. il logo	5
2. La struttura del logotipo	6
3. Colori e lettering	7
4. Declinazione del lettering	8
5. Declinazione del colore	9
6. Dimensioni e leggibilità	10
7. Area di respiro del logo	11
8. Marchio su fondi diversi	12
9. Utilizzo corretto	13
10. Carta intestata e busta da lettera	14
11. Buste a sacco	15
12. Biglietti da visita	16
13. Blocco note	17
14. Copertina trasmissione fax	18
15. Personalizzazione Autovetture	19
16. Personalizzazione varie	20

1. Il logotipo

Il logo è composto da un elemento grafico e da un lettering.

L'elemento grafico o segno rappresenta 3 cerchi concentrici che presentano al centro un acquedotto romano e un grafico stile moderno.

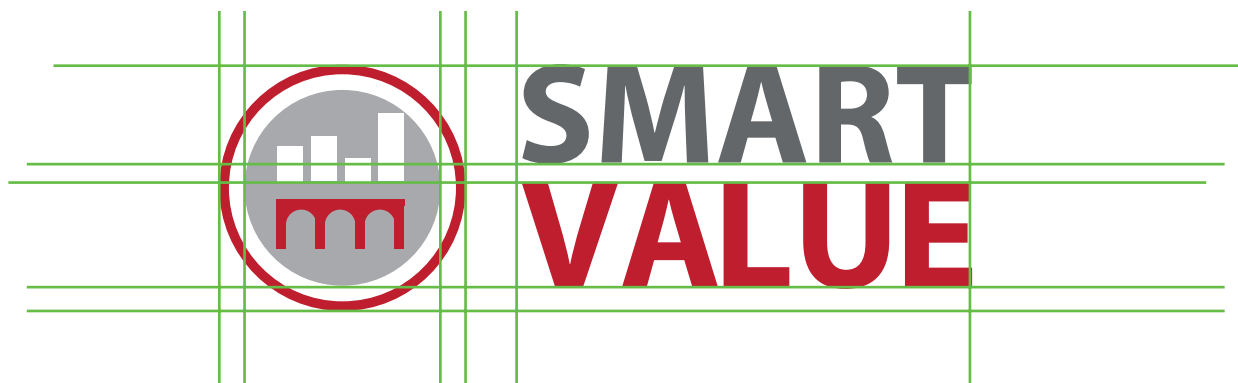
L'acquedotto rappresenta l'antichità ed il grafico la necessità di avere un vantaggio positivo nel risultato finale.

Il lettering è composto da due scritte con colorazione differenti.



2. La struttura del logotipo

Il logotipo è caratterizzato da allineamenti geometrici studiati per dare equilibrio alla totalità del logo e da distanze tra gli elementi sviluppate per mantenere coerenza visiva nelle versioni di differente dimensione.



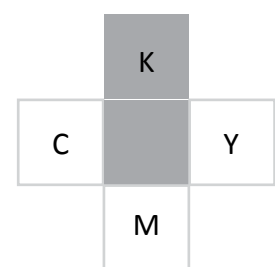
3. Colori e Lettering

Il logotipo è formato da 2 colorazioni principali, un rosso porpora ed una scala di grigio. Il lettering è caratterizzato da un font Myriad Pro.

Da segnalare che la riuscita della stampa dipende da diversi fattori, il supporto cartaceo e la ripologia di stampa potrebbero rilevare piccole variazioni cromatiche. Lo stesso discorso deve essere applicato ai monitor dei computer.

Si consiglia di stampare un cromalin o prova di stampa ad alta fedeltà prima di ordinare una stampa di un prodotto.

Tuttavia è bene sapere che per un utilizzo corretto del logo all'interno di fogli elettronici quali Word, OpenOffice, PowerPoint, Excel, la relativa stampa con stampanti inkjet o laser, o l'utilizzo nell'ambito di interfacce e applicazioni web o video, è necessario l'uso del profilo colore RGB o Esadecimale come indicato nello schema in questa pagina.

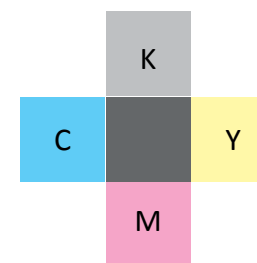


RGB 178, 178, 178
CMYK 0%, 0%, 0%, 40%
Web esadecimale #B2B2B2

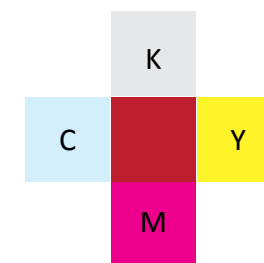


SMART
VALUE

Font Myriad Pro Bold



RGB 109, 109, 109
CMYK 54%, 44%, 43%, 29%
Web esadecimale #6D6D6D



RGB 190, 22, 33
CMYK 15%, 100%, 90%, 10%
Web esadecimale #BE1621

4. Declinazione del lettering

Nella scheda vengono visualizzate le famiglie di caratteri di accompagnamento alla corporate.

Myriad pro regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789|!"£\$%&/()=?

Myriad pro Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789|!"£\$%&/()=?

Myriad pro semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789|!"£\$%&/()=?

Myriad è un carattere di tipo humanist sans-serif creato da Robert Slimbach e Carol Twombly, tra il 1990 e il 1992 per Adobe Systems.

I caratteri humanist sans serif hanno una struttura organica e una sotto-armatura simile a quella dei serif vecchio stile.

Le lettere maiuscole tendono ad avere un asse orizzontale simile a quello delle lettere presenti sui monumenti dell'impero romano, le minuscole seguono il modello della scrittura carolingia.

I caratteri humanist sans serif hanno un disegno sottile e un colore abbastanza uniforme, bilanciando le variazioni in larghezza con l'"apertura" del disegno. Gli humanist danno un sensazione più "calda" e "amichevole" rispetto a i realist sans-serifs quali Akzidenz Grotesk o Univers. Essendo un carattere molto leggibile Myriad funziona bene sia per il testo che per l'esposizione tipografica.

Myriad pro italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789|!"£\$%&/()=?

Myriad pro condensed

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789|!"£\$%&/()=?

5. Declinazione del colore

Sono previste per il logo tutte le varianti possibili relative agli ambiti di utilizzo e alle diverse tecniche di stampa.

Bianco e nero

Questa variante è particolarmente indicata su documenti tipo FAX che impiegano stampanti a due colori B/N senza scala di grigi.

Scala di grigi

E' possibile utilizzare questo tipo di profilo in tutte quelle situazioni di documentazione interna che non necessitano l'uso del colore.

Fondo scuro

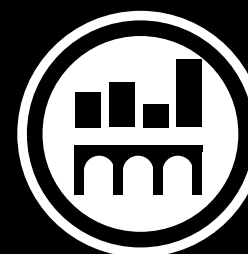
Versione monocromatica per posizionamenti su fondo scuro.



**SMART
VALUE**



**SMART
VALUE**



**SMART
VALUE**

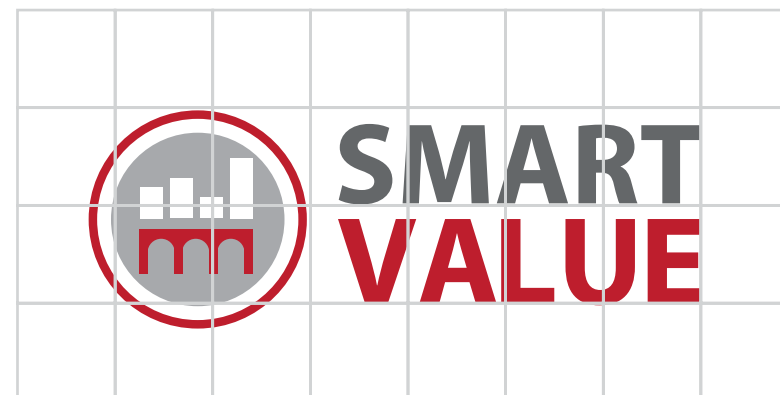
6. Dimensioni e leggibilità

Il logo riesce a mantenere una buona visibilità sino a una dimensione di 3 cm.



7. Area di respiro del logotipo

Consideriamo Area di respiro lo spazio che indica la distanza minima necessaria che deve intercorrere tra il marchio e gli altri elementi, come il testo, le immagini, i margini, nonchè lo spazio entro il quale non devono entrare e interferire altri oggetti. Il rispetto di proporzione di questa area è da considerare parte integrante del marchio stesso.



Alcuni esempi



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
Nam molestie sollicitudin purus ac facilisis! Nunc eu nisi massa. Duis cursus malesuada tincidunt. Aliquam pretium mattis magna, vitae vehicula velit porttitor ut. Nullam vitae nisi quam, et fermentum dui.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit.
Nam molestie sollicitudin purus ac facilisis! Nunc eu nisi massa. Duis cursus malesuada tincidunt. Aliquam pretium mattis magna, vitae vehicula velit porttitor ut. Nullam vitae nisi quam, et fermentum dui.



8. Marchio su fondi diversi

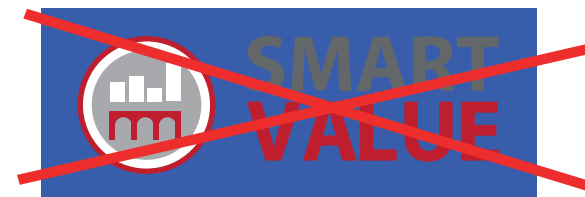
Su fondi diversi dal bianco è possibile utilizzare il logo colore su un fondo grigio fino a un massimo del 20% di intensità.

Nel caso di intersezione e posizionamento su colori molto scuri, vivaci o estremamente luminosi, è consigliato l'uso delle versioni monocromatiche del logo in bianco e nero per ottenere un contrasto sufficiente per una buona leggibilità.



9. Utilizzo corretto

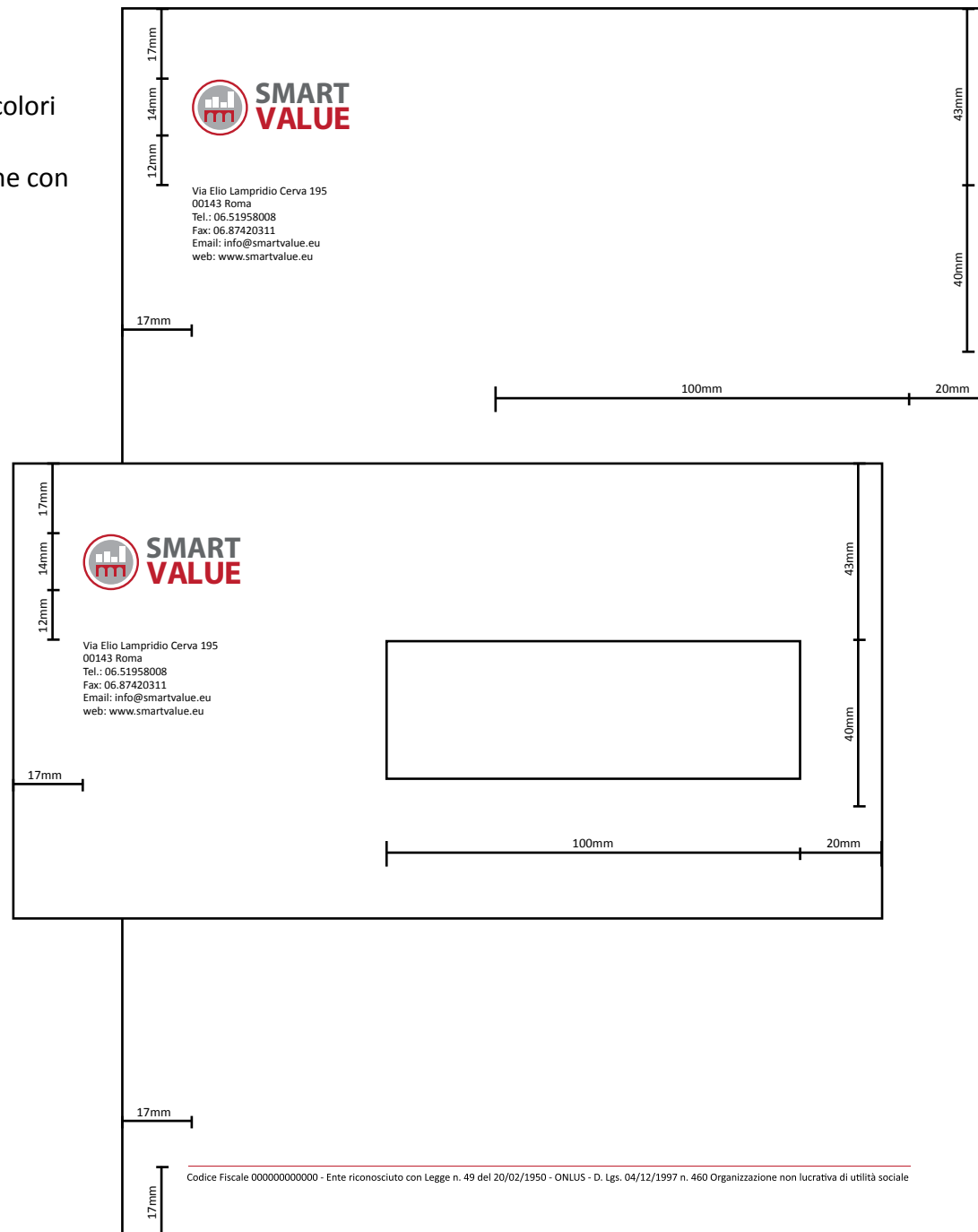
In questa pagina vengono indicati i casi di utilizzo non corretto del logotipo relativamente alla proporzione tra gli elementi, ai colori e al posizionamento degli elementi stessi.



10. Carta intestata e busta da lettere

La carta intestata è di formato classico A4 (21cm x 29.7cm), sviluppata a colori con le dimensioni degli indicatori di misura in millimetri.

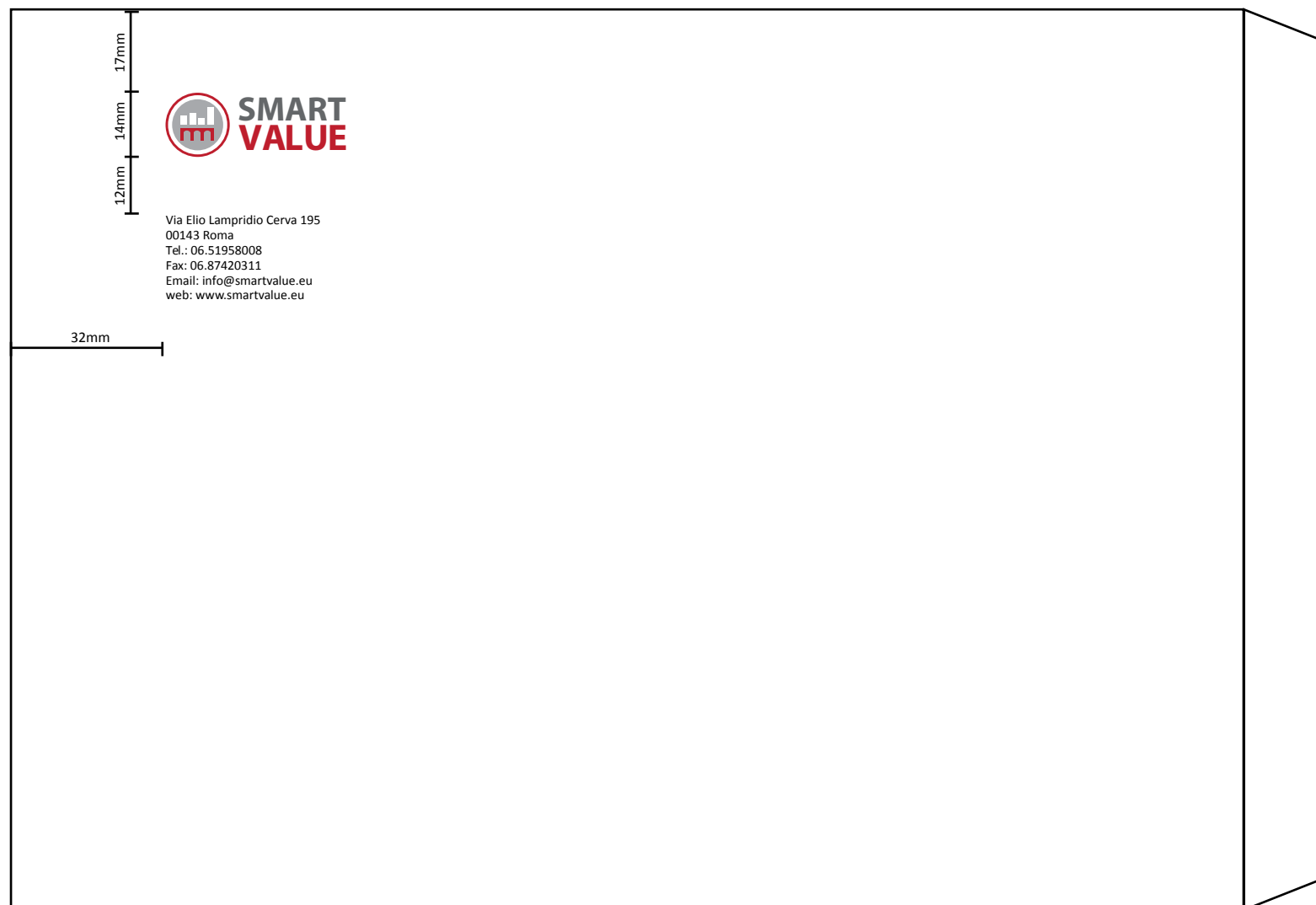
Viene sviluppata anche la busta da lettere che può essere anche in versione con finestra. La busta sviluppata misura 21cm x 11cm.



11. Buste a sacco

L'impostazione è definita per i formati 190 mm x 260 mm, 230 mm x 330 mm e 300 mm x 400 mm.

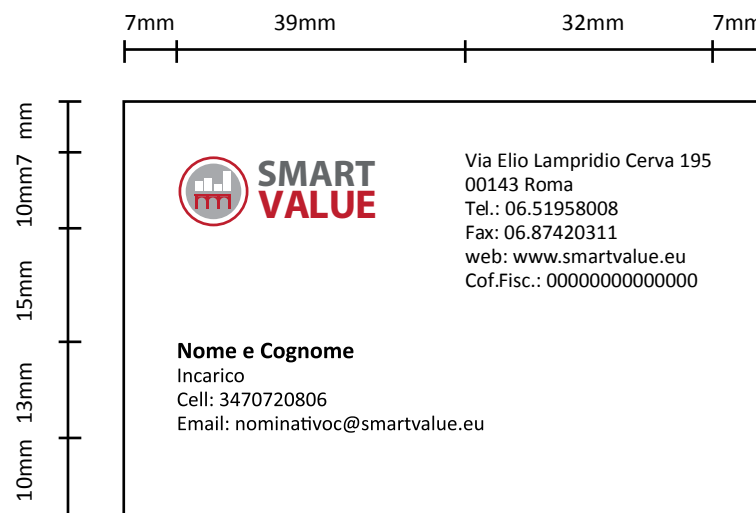
La disposizione del logo è in alto a sinistra, può allungarsi verso destra se necessario in formati differenti.



12. Biglietti da visita

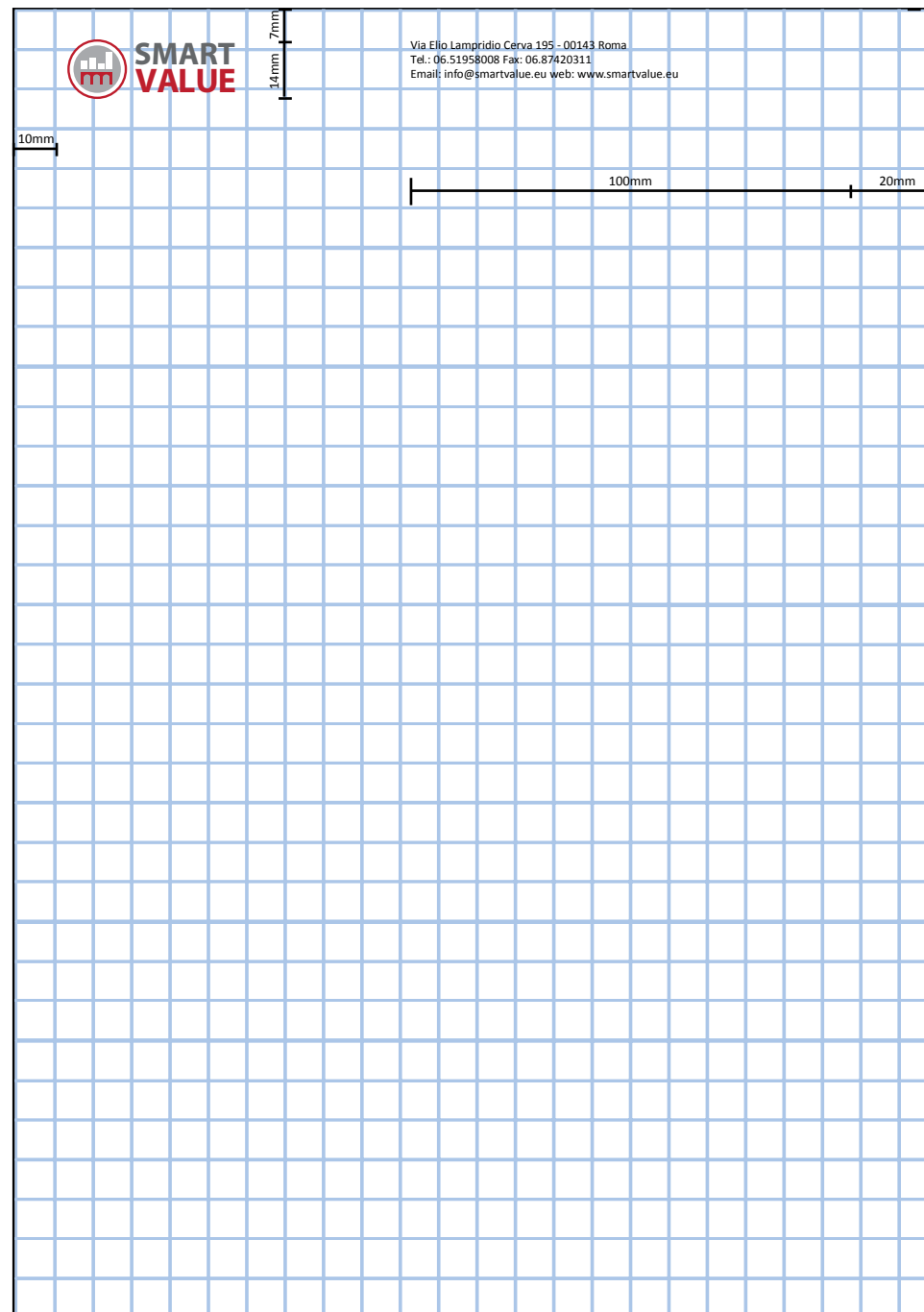
Sviluppati nel classico formato 85mm x 55mm i biglietti presentano il logo in alto a sinistra con accanto l'intestazione e gli indirizzi aziendali.

Più in basso troviamo i dati del titolare del biglietto con i dati nome, cognome, incarico, cellulare ed email.



13. Blocco note

I blocchi a quadri, a righe o senza segni sono di formato a4 e presentano il logo in alto a sinistra mentre i dati istituzionali sono allineati a sinistra del blocco.



14. Copertina trasmissione fax

Il logotipo si posiziona in alto a sinistra nella versione monocromatica, a seguire i dati e a destra la scritta fax.

In basso è possibile riempire i campi a mano per personalizzare la copertina.

The image shows a fax cover template for SMART VALUE. It includes the company logo and name in the top left, contact information, and a large 'FAX' graphic in the top right. The bottom section contains several horizontal lines for entering data, with labels on the left and right sides. Dimensions are indicated with arrows and text.

SMART VALUE
Via Elio Lampridio Cerva 195
00143 Roma
Tel.: 06.51958008
Fax: 06.87420311
Email: info@smartvalue.eu
web: www.smartvalue.eu

FAX

Dimensions: 5mm, 14mm, 17mm, 40mm, 17mm, 17mm, 20mm

Data _____ Da: _____
N. Pagine _____
A _____
Fax _____
Telefono _____
Email: _____
Fax _____
Oggetto: _____

15. Personalizzazione autovetture

L'installazione viene effettuata sulle portiere della vettura.

E' preferibile effettuare l'installazione su vetture grigie o bianche.



15. Personalizzazioni varie

L'applicazione del marchio viene studiata a seconda dell'esigenza specifica, nell'immagine troviamo alcuni esempi di applicazioni del marchio su un cappello, una tazza, su maglie oppure su una busta. Queste applicazioni sono utili per mostre o fiere.



Il Manuale della Corporate Identity di Smart Value è stato redatto ad Aprile 2014.
I file relativi ai materiali in elenco sono di proprietà di Smart Value.
All'esaurimento scorte dei materiali stampati precedentemente alla stesura delle linee guida le successive ristampe dovranno tenere conto delle nuove regole.

Il Manuale della Corporate Identity di Smart Value è stato redatto ad Aprile 2014.
I file, i materiali ed il logo sono di proprietà di Smart Value.
Gli indirizzi web, email, telefonici ed indirizzi fiscali compresa la ragione sociale sono indicativi, utili a far intendere gli ingombri che i dati veri dovranno occupare.
All'esaurimento scorte dei materiali stampati precedentemente alla stesura delle linee guida le successive ristampe dovranno tenere conto delle nuove regole.



SMART
VALUE

Altra|via.

Il tuo prossimo partner tecnologico!