





Indice

1.0 Marchio

- 1.1 Introduzione
- 1.2 Logo, aspetti concettuali
 - 1.2.1 Logo, soluzioni formali
- 1.3 Logotipo, aspetti concettuali
 - 1.3.1 Logotipo, soluzioni formali
- 1.4 Marchio, aspetti concettuali
 - 1.4.1 Marchio, soluzioni formali
 - 1.4.2 Marchio, configurazioni secondarie
- 1.5 Tipografia, font primario
 - 1.5.1 Tipografia, font secondario
 - 1.5.2 Tipografia, font speciale
- 1.6 Palette Colori
 - 1.6.1 Logo, utilizzi e aspetti cromatici
 - 1.6.2 Marchio, utilizzi e aspetti cromatici
- 1.7 Marchio, aspetti di leggibilità
- 1.8 Marchio, utilizzi non corretti
- 1.9 Marchio, declinazioni sui social
- 1.10 Pattern e Texture

1.0

Marchio

1.1

Introduzione

Questo è il manuale d'uso del marchio Simplify, il principale riferimento per la corretta riproduzione dell'identità visiva. Il presente manuale è utilizzabile solo dai soggetti in possesso di licenza di concessione d'uso, in corso di validità, rilasciata da Simplify Srl. Essi sono tenuti a rispettarne i principi e le regole d'uso, secondo le diverse tipologie d'utilizzo ammesse appunto dalla licenza ottenuta. Nelle pagine che seguono sono indicati i principi e le linee guida che regolano l'uso corretto del marchio Simplify.

1.2

Logo, aspetti concettuali

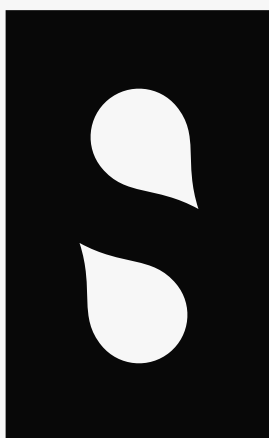
Il logo *Simplify* coniuga negli aspetti formali del suo disegno tre di concetti di cui in breve:

Ciclo Evolutivo (1), in cui l'azione delle due forze, evolutiva e creativa, alimenta un sistema ciclico finalizzato alla produzione e al mantenimento di un vantaggio evolutivo o di mercato. Complessità e Organicità si alternano alimentando i legami e le energie in gioco. Nel logo tale concetto viene rappresentato attraverso l'utilizzo di due elementi sferici in movimento verso direzioni opposte ma complementari.

L'utilizzo delle leggi della **Gestalt (2)**, finalizzato a regalare un nuovo punto di vista della stessa forma,

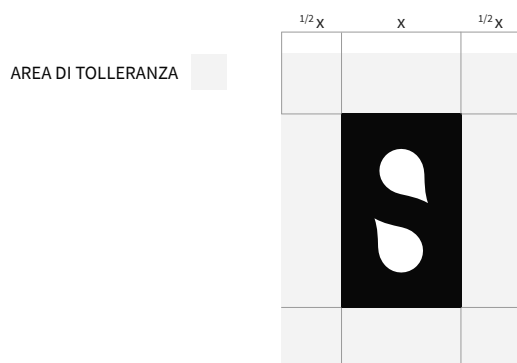
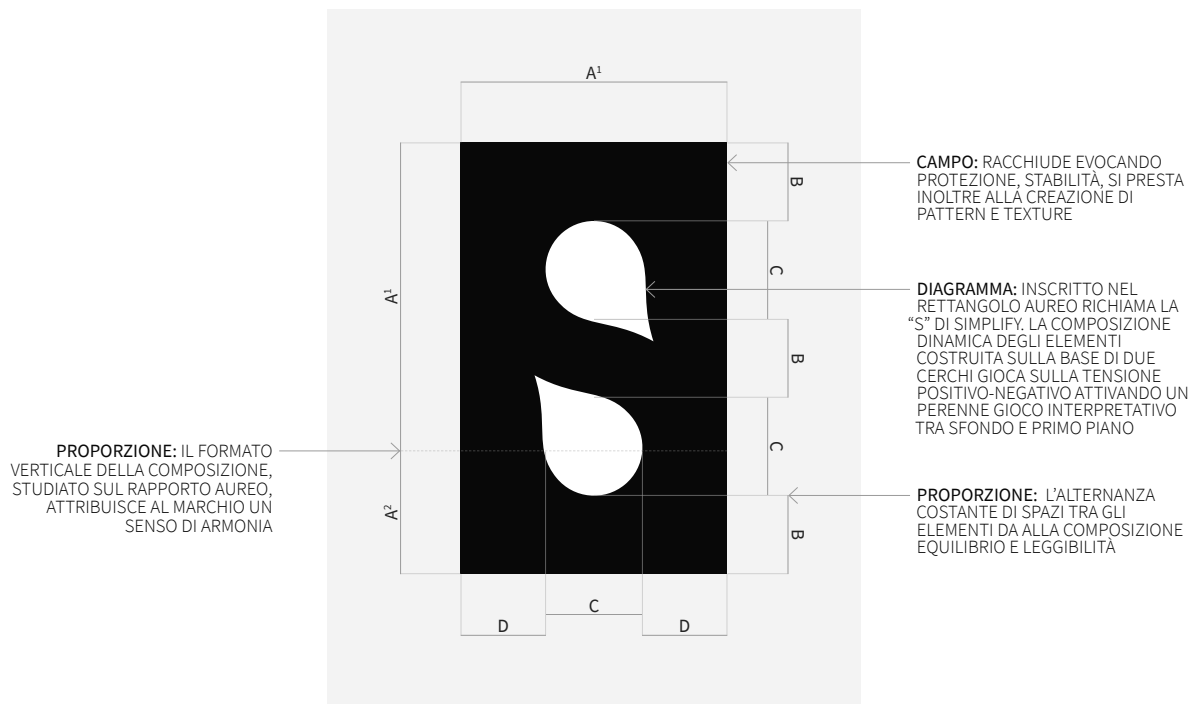
mantenendosi in equilibrio tra positivo e negativo, primo piano e sfondo. Che sia la lettera "S" o due "gocce" in movimento, la percezione si muove tra le due rafforzando l'idea che in ogni sistema esiste sempre un diverso modo di vedere le cose.

I processi associativi in grado di creare una struttura si basano su regole semplici ma sommabili esponenzialmente. Tale processo osservabile in natura è rappresentabile graficamente attraverso l'utilizzo del logo come cellula base per la creazione di diversi **Pattern (3)** a sottolineare il suo potenziale aggregativo.



1.2.1

Logo, soluzioni formali



1.3

Logotipo, aspetti concettuali

Il logotipo *Simplify* è frutto di una semplificazione del font scelto per affiancare il marchio nella identità visiva, il **Source Sans Pro**. Partendo dalla sua versione Bold, che meglio si incontra con la presenza forte del logo, abbiamo aggiustato nel dettaglio le varie problematiche che presentava andando a tagliare le asimmetrie nonchè ad **uniformare forme**, spessori e proporzioni tra gli elementi. Il risultato è un logotipo dalla

altissima leggibilità anche nei piccoli formati in cui ogni lettera si relaziona in modo equilibrato alle altre.

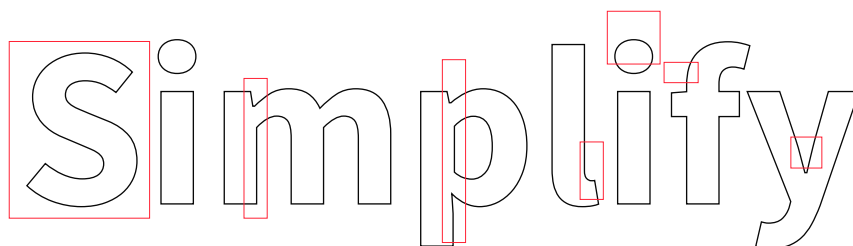
Il design che ne risulta è quindi di grande **semplicità e funzionalità** comunicativa rappresentando così i meccanismi alla base dei servizi offerti da *Simplify* in cui grazie ad un processo di semplificazione la percezione e il funzionamento globale migliora in efficacia.



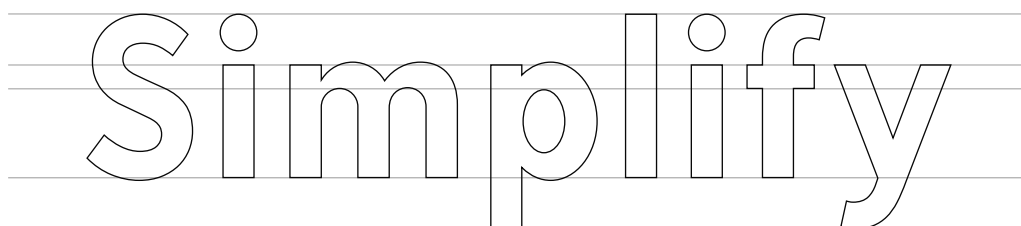
Simplify

1.3.1

Logotipo, soluzioni formali



SOURCE SANS PRO BOLD, elementi critici



LOGOTIPO, allineamenti e proporzioni

Simplify

LOGOTIPO

1.4

Marchio principale, aspetti concettuali

Il Marchio Simplify nasce dal semplice affiancamento di Logo e Logotipo. Da utilizzare nei contesti in cui diventa necessario esplicitare il nome dell'azienda (es. partnership o sponsorizzazione di un evento terzo).

I concetti espressi in precedenza riguardanti il design del Logo qui, grazie all'affiancamento con il Logotipo, vengono rafforzati dal significato stesso delle parola

Simplify, la quale **esplicita i contenuti** del Logo fornendone una chiave di lettura.

The image shows the 'Simplify' brand logo. It consists of the word 'Simplify' in a bold, black, sans-serif font, followed by a black square icon containing a white, stylized letter 'S'.

1.4.1

Marchio principale, soluzioni formali



1.4.2

Marchio, configurazioni secondarie

Quando si decide di non utilizzare il Marchio principale ma si vuole comunque riprodurre Logo e Logotipo come un'unità, questi possono essere utilizzati solo mantenendo determinati ordini e rapporti, secondo le seguenti opzioni:

FIG. 1

Nel caso in cui il contesto grafico richieda una **giustificazione a sinistra** è possibile utilizzare questa variante in cui il Logotipo si trova alla sinistra del Logo ma la

relazione e i rapporti rimangono gli stessi del Marchio principale.

FIG. 2 / FIG. 3

In contesti in cui è maggiormente **necessario comunicare il nome del brand** è possibile usare queste opzioni secondarie in cui la distanza del Logotipo dal Logo rimane la stessa del Logo principale ma il Logotipo si ingrandisce facendo coincidere l'altezza della lettera "S" con l'altezza delle due "gocce" del Logo.



FIG. 1
NERO 100%, POSITIVA



FIG. 2
NERO 100%, POSITIVA



FIG. 3
NERO 100%, POSITIVA

FIG. 4 / FIG. 5

Tali configurazioni includono anche il payoff "Training and business development", font Source Sans Pro Regular. La prima giustificata a destra è da preferire se il contesto grafico non richiede la giustificazione a sinistra. Il blocco di testo composto da Logotipo (di cui l'altezza va dalla parte alta della prima goccia alla seconda) e Payoff (giustificato alla stessa larghezza del Logotipo e allineato in basso con la seconda "goccia") si distanzia dal Logo allo stesso modo della versione principale. Le applicazioni di queste varianti dovranno

essere quelle in cui il Marchio, trovandosi in un contesto molto distante dal proprio, necessita del **payoff per chiarire** quali sono i servizi offerti dal brand.

FIG. 6

Questa variante si sviluppa in verticale con il Logotipo Simplify applicato sotto il Logo con la stessa larghezza e ad una distanza equivalente alla altezza delle lettera "S". Variante da utilizzare raramente e solo nel caso in cui l'impaginato grafico richieda uno **sviluppo verticale**.



FIG. 4
NERO 100%, POSITIVA



FIG. 5
NERO 100%, POSITIVA



FIG. 6
NERO 100%, POSITIVA

1.5

Tipografia, font primario

Source Sans Pro è stato progettato da Paul D. Hunt come prima famiglia di caratteri open source di Adobe, concepito principalmente per le interfacce utente.

Source Sans Pro trae ispirazione dalla chiarezza e leggibilità dei font americani del XX secolo. Distillando le migliori qualità archetipiche di questi modelli, Paul ha seguito un approccio di progettazione razionale semplificando le forme dei glifi. Tuttavia, per distinguere più facilmente alcune lettere dalle forme simili, sono stati aggiunti alcuni dettagli aggiuntivi.

Fornisce grande chiarezza nelle stringhe di testo brevi, ma al contempo mantiene un'ottima leggibilità nelle aree estese.

Source Sans Pro è stato progettato con una larghezza più generosa rispetto a molti altri gothics e le sue lettere maiuscole più corte, combinate con le minuscole con le estensioni più lunghe, creano una trama di lettura più piacevole anche nei passaggi di testo più lunghi.

Surce Sans Pro Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890'?'“!”(%)[#]{}@}/&\<-+÷×=>®©\$€£¥¢:;,.*

Surce Sans Pro Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890'?'“!”(%)[#]{}@}/&\<-+÷×=>®©\$€£¥¢:;,.*

Surce Sans Pro Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890'?'“!”(%)[#]{}@}/&\<-+÷×=>®©\$€£¥¢:;,.*

PROVE DI COMPOSIZIONE TIPOGRAFICA

Titolo di prova

SOTTOTITOLO DI PROVA

*Ventinvendel imi, illuptionem remped est, exerspe ma velitat et a possumque labo. Ostruptatusa is excepudae prorro consendicia dolupta simagnimus eturibea as inti di quas quid quae non pro destibus prem et alistem porrum et, a net, **sun-**totas sunt, od.*

TITOLO DIDASCALIA

*Ur sinisit in culpaia ventinvendel imi,
illuptionem remped man est, exerspe
ma velitat et a possumque labo.
Ostruptatusa is excepudae prorro
consendicia dolupta simagnimus
eturibea rspe ma velitat et a possumque
labo. Ostruptatusa is excepudae prorro
consendicia dolupta simagnimus
eturibea galam di per*

TITOLO
DI
ALTRO
TIPO

1.5.1

Tipografia, font secondario

Source Serif Pro è un tipo di carattere serif progettato per integrare *Source Sans*. La loro compatibilità è raggiunta da un'attenta corrispondenza di proporzioni letterali e colori tipografici. Sebbene progettato per armonizzarsi con la sua controparte senza grazie, *Source Serif* spesso prende la sua direzione, in parte perché i due sono ispirati da diversi precedenti storici.

Source Serif è liberamente basato dal lavoro di Pierre Simon Fournier, e molte delle idiosincrasie tipiche dei

progetti di Fournier (come il basso serif in b o il serif medio in w) si trovano anche in *Source Serif*. Senza essere un puro revival storico, *Source Serif* prende spunti dal modello di Fournier e lo rielabora per un'età moderna.

Source Serif Pro Light

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < - + ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; , . * .

Source Serif Pro Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < - + ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; , . * .

Source Serif Pro Bold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < - + ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; , . * .

PROVE DI COMPOSIZIONE TIPOGRAFICA

Titolo di prova

SOTTOTITOLO DI PROVA

Ventinvendel imi, illuptatium remped est, exerspe ma velitat et a possumque labo. Ostruptatusa is exceputadae prorro consendicia dolupta simagnimus eturibea as inti di quas quid quae non pro destibus prem et alistem porrum et, a net, **suntotas sunt**, od.

TITOLO DIDASCALIA

Ur sinisit in culparia ventinvendel imi, illuptatium remped man est, exerspe ma velitat et a possumque labo. Ostruptatusa is exceputadae prorro consendicia dolupta simagnimus eturibea rspe ma velitat et a possumque labo. Ostruptatusa is exceputadae prorro consendicia dolupta simagnimus eturibea galam diper

TITOLO
DI
ALTRO
TIPO

1.5.2

Tipografia, font speciale

Eczar è una famiglia di caratteri open-source pubblicata da Rosetta con il generoso sostegno finanziario di Google. I caratteri supportano oltre 45 + 3 lingue negli script Latino e Devanagari in 5 pesi. È stato progettato da Vaibhav Singh, il codice e la produzione è di David Březina.

Eczar è iniziato come progetto studentesco nel 2010-11 durante gli studi MA di Vaibhav in Typeface Design presso l'Università di Reading. *Eczar* è stato progettato

per portare vivacità e vigore alla composizione multi-sceneggiatura in Latino e Devanagari - con l'intenzione di fornire un'alternativa ai progetti esistenti, impartendo un forte mix di personalità e prestazioni, sia a dimensioni del testo che nelle impostazioni dello schermo. La famiglia offre un'ampia gamma espressiva e le qualità di visualizzazione del design si intensificano con il corrispondente aumento di peso, rendendo i pesi più pesanti più adatti per i titoli e gli scopi di visualizzazione.

Eczar Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < - + ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; , . *

Eczar Semibold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < - + ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; , . *

Eczar Extrabold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ' ? ' " ! " (%) [#] { @ } / & \ < - + ÷ × = > ® © \$ € £ ¥ ¢ ; , . *

PROVE DI COMPOSIZIONE TIPOGRAFICA

Titolo di prova

SOTTOTITOLO DI PROVA

Ventinvendel imi, illuptatum remped est, exerspe ma velitat et a possumque labo. Ostruptatusa is excepudae prorro consendicia dolupta simagnimus eturibea as inti di quas quid quae non pro destibus prem et alistem porum et, a net, **suntotas sunt**, od.

TITOLO DIDASCALIA

Ur sinisit in culparia ventinvendel imi, illuptatum remped man est, exerspe ma velitat et a possumque labo. Ostruptatusa is excepudae prorro consendicia dolupta simagnimus eturibea rspe ma velitat et a possumque labo. Ostruptatusa is excepudae prorro consendicia dolupta simagnimus eturibea galam diper

TITOLO
DI
ALTRO
TIPO

1.6

Palette Colori

La palette colori associata al marchio Simplify si compone di una gamma di **neri e grigi neutri** da applicare su sfondo bianco, con cui veicolare la stragrande maggioranza dei contenuti grafici e tipografici, con l'aggiunta di due colori complementari a cui attribuire funzioni comunicative precise.

Un **rosso vibrante** (Pantone 1788 C) in bilico con l'arancio e il corallo trasmette grande vitalità, forza e dinamismo. Da utilizzare con grande parsimonia, come se fosse un accessorio, identificherà il punto di attenzione all'interno di ogni prodotto dell'identità visiva.



Un **blu intenso** (Pantone 300 C), campionato da un cielo terso di montagna, statisticamente il più amato di tutti i colori, grazie alla sua associazione con il mare e con il cielo, è percepito come solido e affidabile. Trasmette inoltre serenità, professionalità ed affidabilità. Anch'esso da utilizzare con parsimonia dovrà essere utilizzato per comunicare un contenuto specifico.

La combinazione dei due colori riprende quindi il concetto del Logo stesso rafforzando l'idea di due forze complementari.

ROSSO VIBRANTE

PANTONE 1788 C 100%			
80%	60%	40%	20%

RGB 238 39 55
HEX/HTML EE2737
CMYK 0 88 82 0

BLU INTENSO

PANTONE 300 C 100%			
80%	60%	40%	20%

RGB 0 94 184
HEX/HTML 005EB8
CMYK 99 50 0 0

NERO NEUTRO

NERO 100%			
80%	60%	40%	20%

RGB 17 17 17
HEX/HTML 111111
CMYK 84 74 62 93



1.6.1

Logo, utilizzi e aspetti cromatici

Nel caso di sfondi bianchi o chiari il Logo deve essere utilizzato prevalentemente nelle sue versioni positive: in Nero 100% (FIG. 1) o Rosso 100% (FIG. 2), ma solo se il contesto grafico circostante risulta compatibile cromaticamente. In caso di stampa in scala di grigi è possibile utilizzare il Logo sempre nella sua versione in Nero 100% (FIG. 1) o al 70% (FIG. 4).

La riproduzione in Bianco negativa (FIG. 3) è invece sempre da preferire nel caso di sfondi neri, scuri o colorati (FIG. 5). Su sfondi fotografici prevalente bianchi

o chiari (FIG. 6) è incoraggiato l'utilizzo del Logo nella sua versione positiva colorata con le "gocce" trasparenti. In contesti fotografici scuri (FIG. 7) positiva, in Bianco ma sempre con le "gocce" trasparenti.

In casi estremi in cui il contesto grafico richieda una applicazione che preveda l'utilizzo esclusivo di elementi in outline sono previste le seguenti versioni in Bianco e nero, positiva e negativa (FIG. 8 e FIG. 10) o colore (FIG. 9 e FIG.11)



FIG. 1
NERO 100%, POSITIVA



FIG. 2
COLORE 100%, POSITIVA

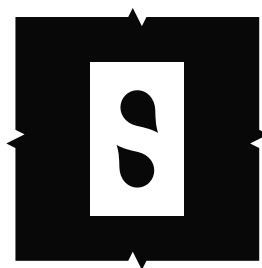


FIG. 3
BIANCA, NEGATIVA



FIG. 4
SCALA GRIGI 70%, POSITIVA



FIG. 5
BIANCA, NEG., SFONDO COLORATO



FIG. 6 / FIG. 7
COLOR. / BIANCA, POS., SFONDO FOTO

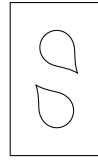


FIG. 8 / FIG. 9
OUTLINE 0.3 PT, POSITIVA 100%



FIG. 10 / FIG. 11
OUTLINE 0.4 PT, BIANCA, NEGATIVA

1.6.2

Marchio, utilizzi e aspetti cromatici

Nel caso di sfondi bianchi o chiari il Marchio deve essere utilizzato prevalentemente nelle sue versioni positive: in Nero 100% (FIG. 1) o Rosso 100% (FIG. 2), ma solo se il contesto grafico circostante risulta compatibile cromaticamente. In caso di stampa in scala di grigi è possibile utilizzare il Marchio sempre nella sua versione in Nero 100% (FIG. 1) o al 70% (FIG. 4).

La riproduzione in Bianco negativa (FIG. 3) è invece sempre da preferire nel caso di sfondi neri, scuri o colorati (FIG. 5). Su sfondi fotografici prevalente bianchi o

chiari (FIG. 6) è incoraggiato l'utilizzo del Marchio nella sua versione positiva colorata con le "gocce" trasparenti. In contesti fotografici scuri (FIG. 7) positiva, in Bianco ma sempre con le "gocce" trasparenti.

In casi estremi in cui il contesto grafico richieda una applicazione che preveda l'utilizzo esclusivo di elementi in outline sono previste le seguenti versioni in Bianco e Nero, positiva e negativa (FIG. 8 e FIG. 10) o colore (FIG. 9 e FIG.11)



Simplify 

FIG. 1
NERO 100%, POSITIVA



Simplify 

FIG. 2
COLORE 100%, POSITIVA

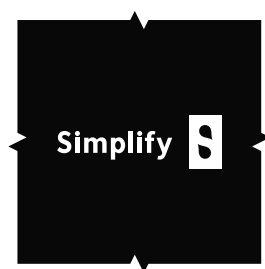


FIG. 3
BIANCA, NEGATIVA



Simplify 

FIG. 4
SCALA GRIGI 70%, POSITIVA

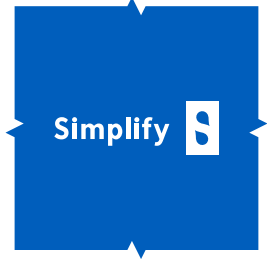


FIG. 5
BIANCA, NEG., SFONDO COLORATO



FIG. 6 / FIG. 7
COLOR. / BIANCA, POS., SFONDO FOTO



FIG. 8 / FIG. 9
OUTLINE 0.3 PT, POSITIVA 100%

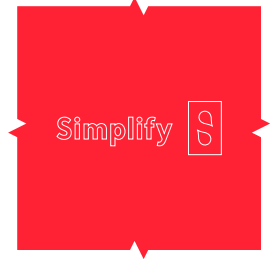
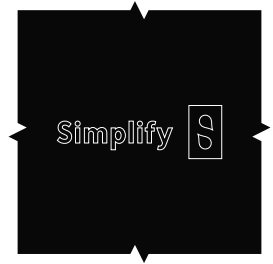
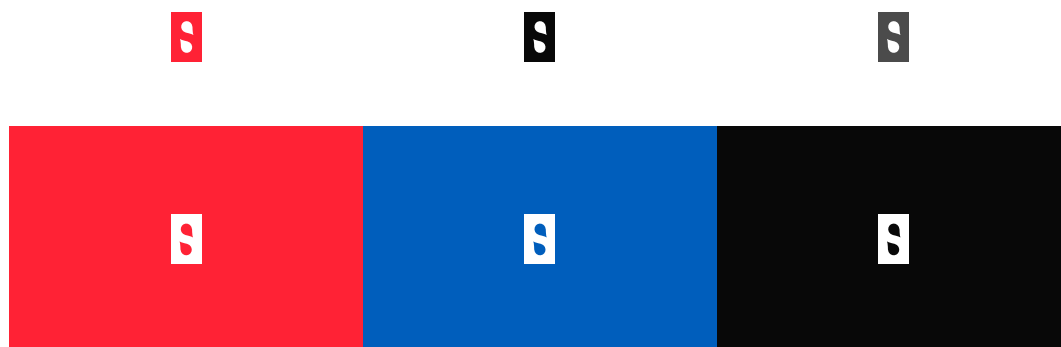


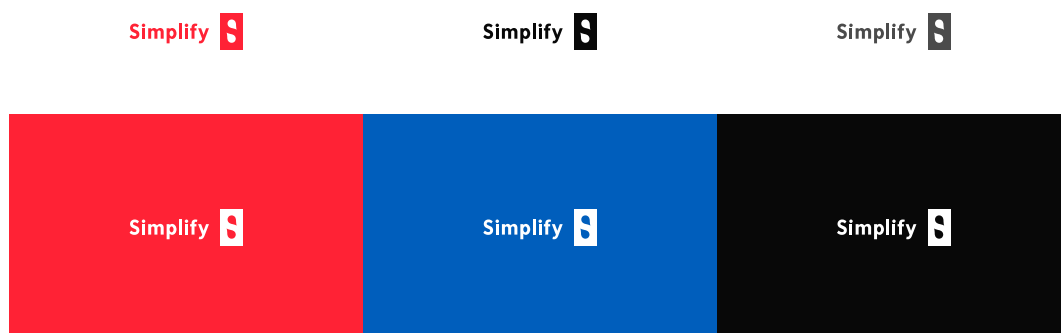
FIG. 10 / FIG. 11
OUTLINE 0.4 PT, BIANCA, NEGATIVA

1.7

Marchio, aspetti di leggibilità



DIMENSIONI MINIME DI LEGGIBILITÀ LOGO
4 MM DI INGOMBRO IN LARGHEZZA



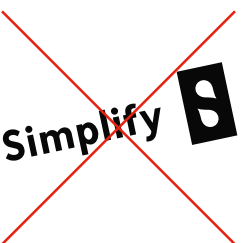
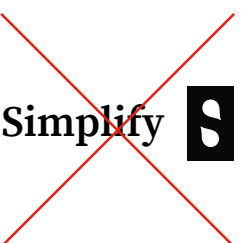
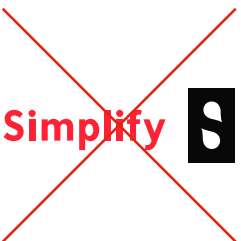
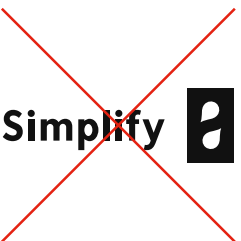
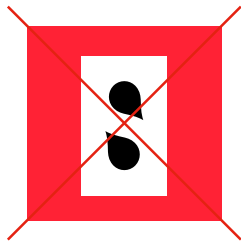
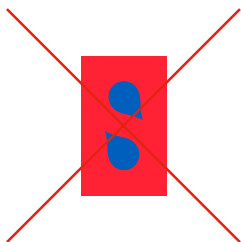
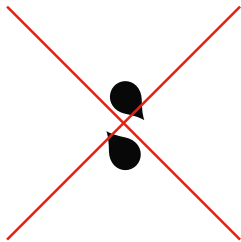
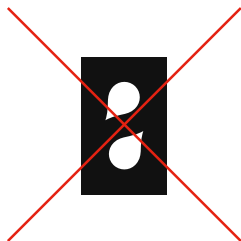
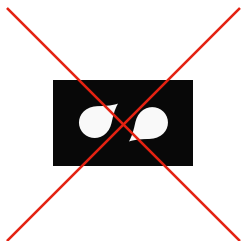
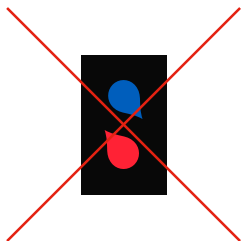
DIMENSIONI MINIME DI LEGGIBILITÀ MARCHIO
15 MM DI INGOMBRO IN LARGHEZZA



DIMENSIONI MINIME DI LEGGIBILITÀ MARCHIO CON PAYOFF
36 MM DI INGOMBRO IN LARGHEZZA

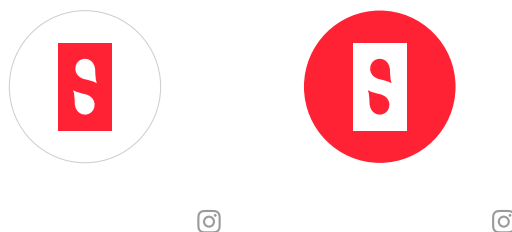
1.8

Marchio, utilizzi non corretti

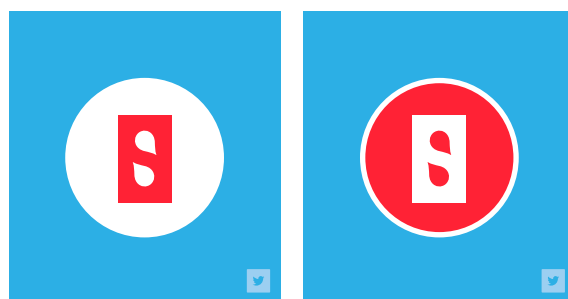


1.9

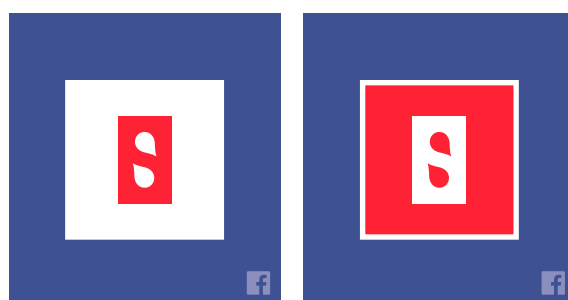
Marchio, declinazioni sui social



INSTAGRAM



TWITTER



FACEBOOK



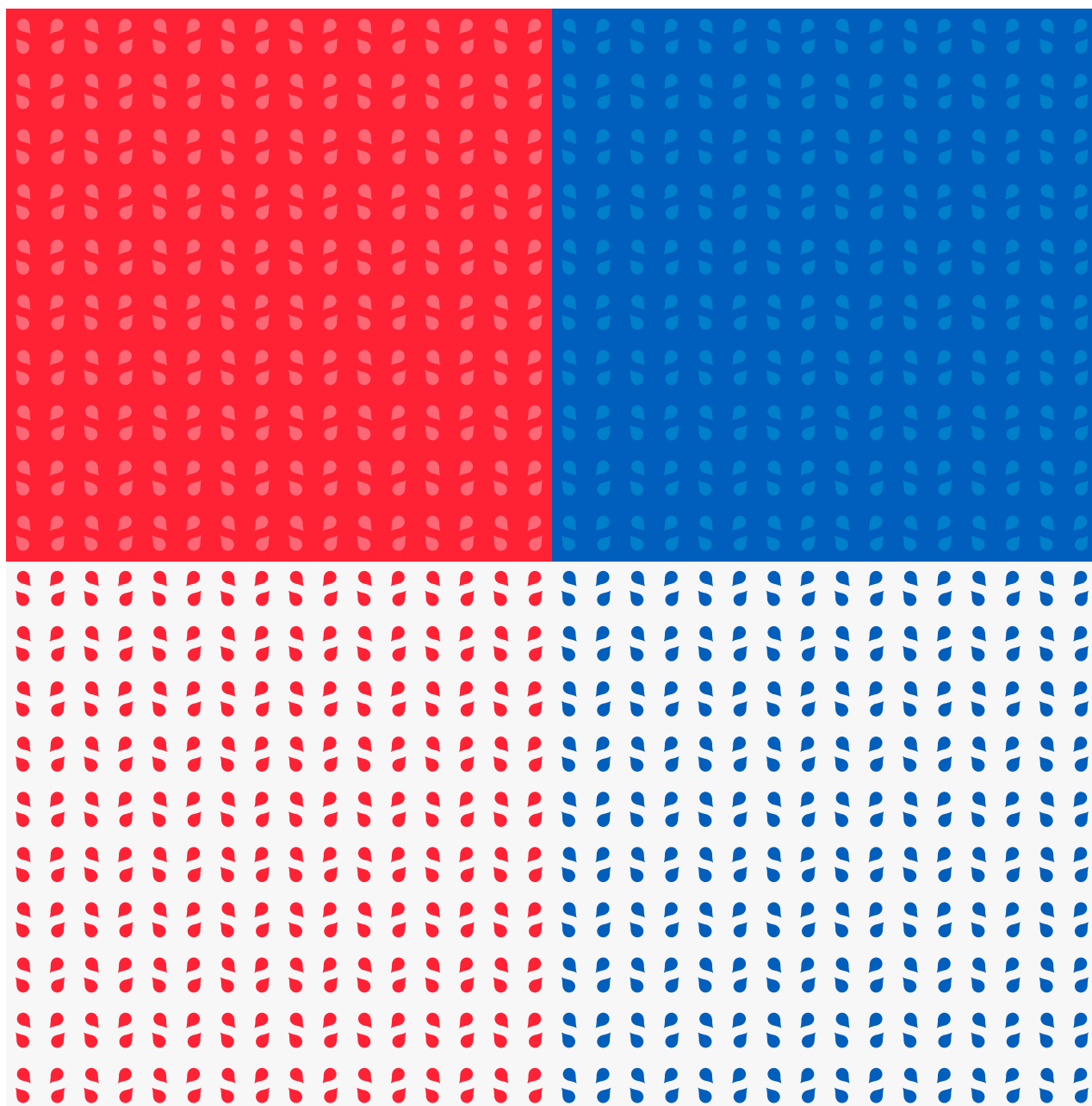
YOUTUBE

1.10

Pattern e Texture

Il design del Logo è studiato per poter diventare il modulo primario per la creazione di pattern o texture.

Il "modulo logo" deve quindi essere utilizzato esclusivamente in verticale, specchiato o normale, in positivo o in negativo ma sempre con una combinazione di colori presi dalla Palette Colori (vedi 2.5).





Simplify srl
Via Magenta 2/B, 20010 Inveruno (MI)

t. +39 02 345678
p.iva 09603340960

info@mysimplify.com
www.mysimplify.com