

Brand Guideline

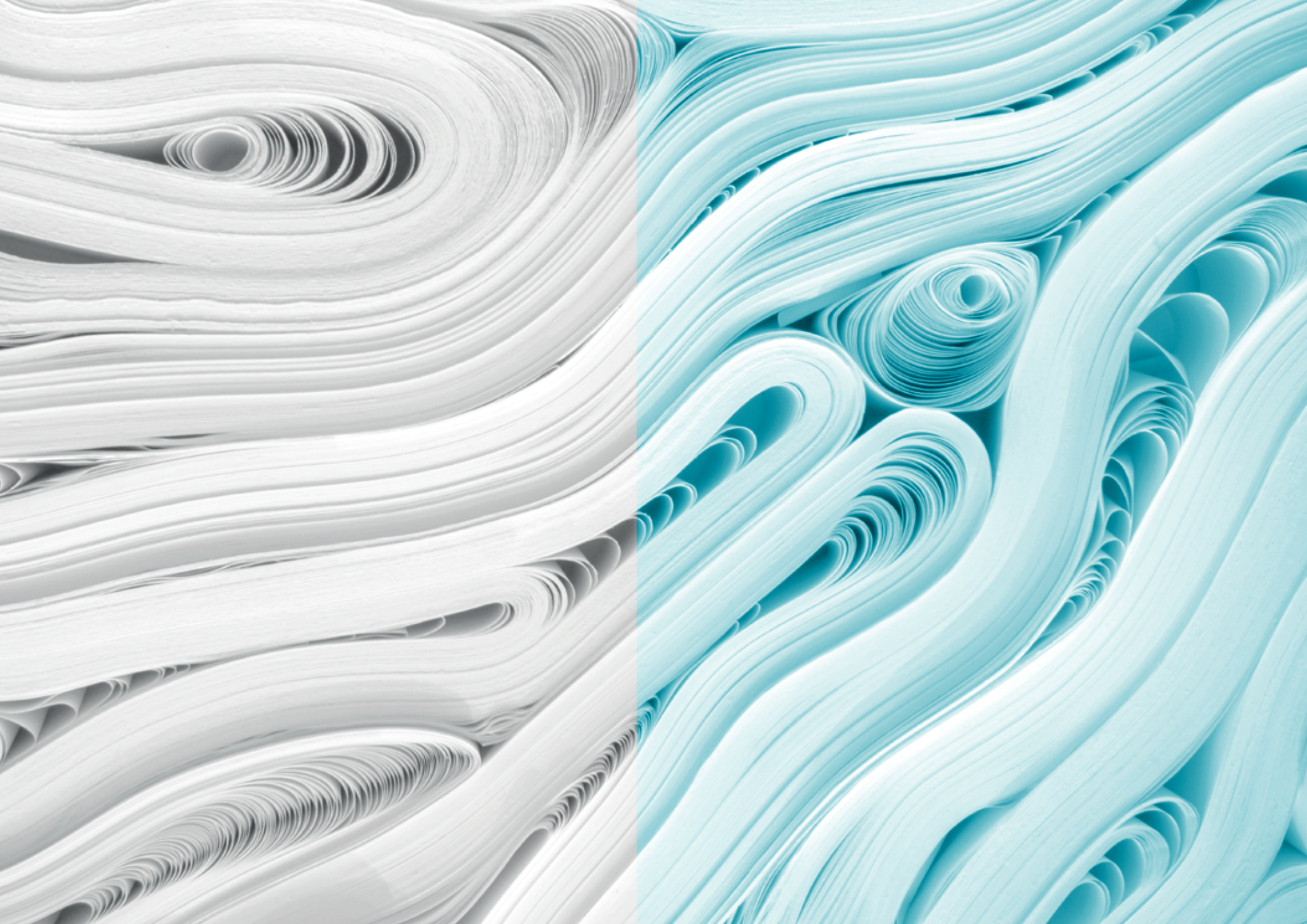
SETI

Brand Guideline

BRAND: **SETI**
AZIENDA: **SETI S.n.c.**

Indice

- A.1>8 Logo e sua costruzione
pag. 7
- B.1>6 Coordinato aziendale
pag. 15
- C.1>4 Uso scorretto del logo
pag. 23



A.1>6 | Logo e sua costruzione

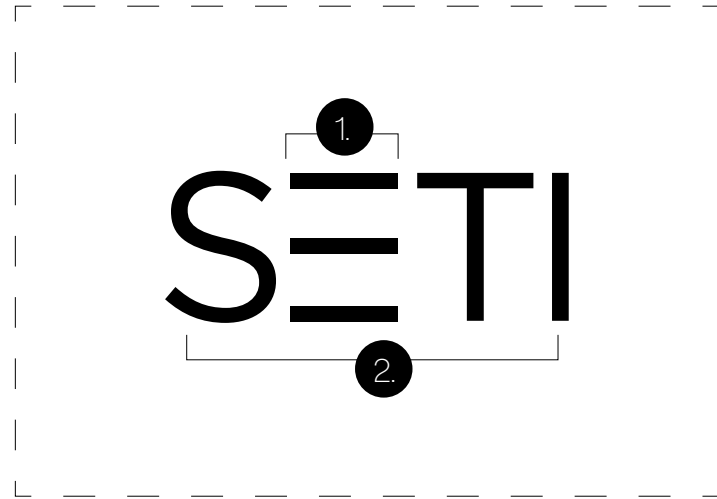
Logo e sua costruzione

In questa pagina viene mostrato il logotipo composto nelle sue parti costitutive:

1. Pittogramma
2. Logotipo

nelle versioni positivo e negativo

■ Logotipo principale



The logo 'SEITI' is presented within a dashed rectangular frame. The letter 'S' is a dark blue, rounded serif. The letter 'E' is composed of three horizontal orange bars. The letter 'I' is a dark blue, vertical serif. The letters 'T' and 'I' are dark blue, vertical serifs.



PANTONE 445C



C65 M48 Y49 K40



PANTONE 130C



C0 M39 Y100 K0

■ Colori istituzionali

A.03

Logo e sua costruzione

In questa pagina viene mostrato il logotipo e la sua area di rispetto, ossia la distanza minima da altri elementi.

■ Area di rispetto



Logo e sua costruzione

In questa pagina viene mostrato il logotipo principale monocolore Pantone istituzionale (Pantone 445C) nella versione in positivo e in negativo. Il logotipo principale monocolore Pantone istituzionale deve essere usato su sfondi di colore bianco o chiaro o su illustrazioni e sfondi fotografici di colore chiaro.

Il logotipo principale monocolore bianco deve essere usato su sfondi di colore scuro o neri o su illustrazioni e sfondi fotografici di colore scuro.

SE TI

■ Positivo



■ Negativo



Area estesa

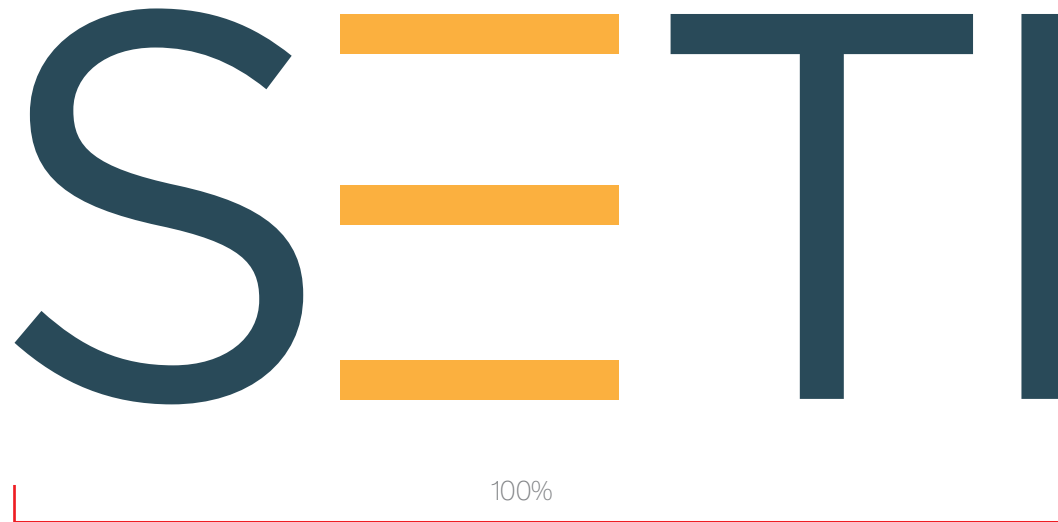


PANTONE 445C

Logo e sua costruzione

Rapporto dimensionale.

Negli esempi che seguono vengono mostrati i rapporti dimensionali in tre percentuali di riduzione. Inoltre, nelle situazioni in cui il marchio debba essere riprodotto su superfici molto piccole la sua dimensione minima non deve superare i 20mm di base. Allo scopo di accrescere la leggibilità, questa versione deve essere usata solo in particolari circo-



Rapporto dimensionale
Percentuali di riduzione e dimensione minima
consentita.



SE TI

50%



SE TI

25%



SE TI

Dimensione minima 20mm

Tagline/Payoff

Negli esempi che seguono vengono mostrati gli ingombri per una futura Tagline o Payoff. Aspetto importante ma ancora in corso di definizione.



Negli esempi che seguono vengono mostrati gli ingombri per una futura Tagline o Payoff. Aspetto importante ma ancora in corso di definizione.





B.1>6

Coordinato aziendale

Font istituzionale

In queste pagine presentiamo i Fonts usati per la progettazione del logo ed il carattere d'appoggio da usare per le comunicazioni ufficiali.

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

■ Gotham Book

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

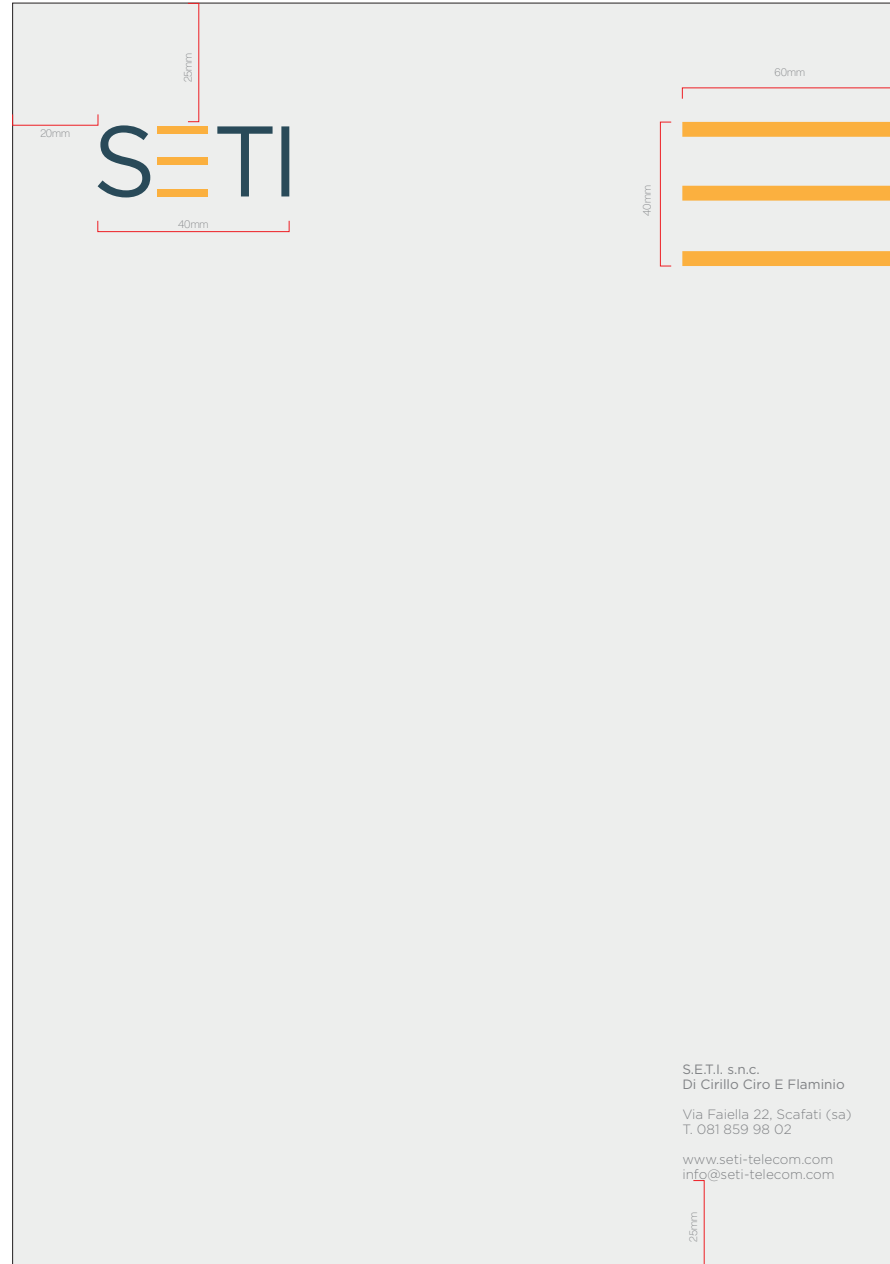
■ Gotham Light

ABCDEFGHIJKLM
NOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklm
nopqrstuvwxyz
1234567890

Coordinato aziendale

Nella pagina, vengono mostrati alcuni esempi di applicazione corretta del logotipo multicolore sui supporti istituzionali aziendali. Le indicazioni riportate negli esempi, sono da considerarsi la guida per una corretta comunicazione del brand.

■ Carta intestata

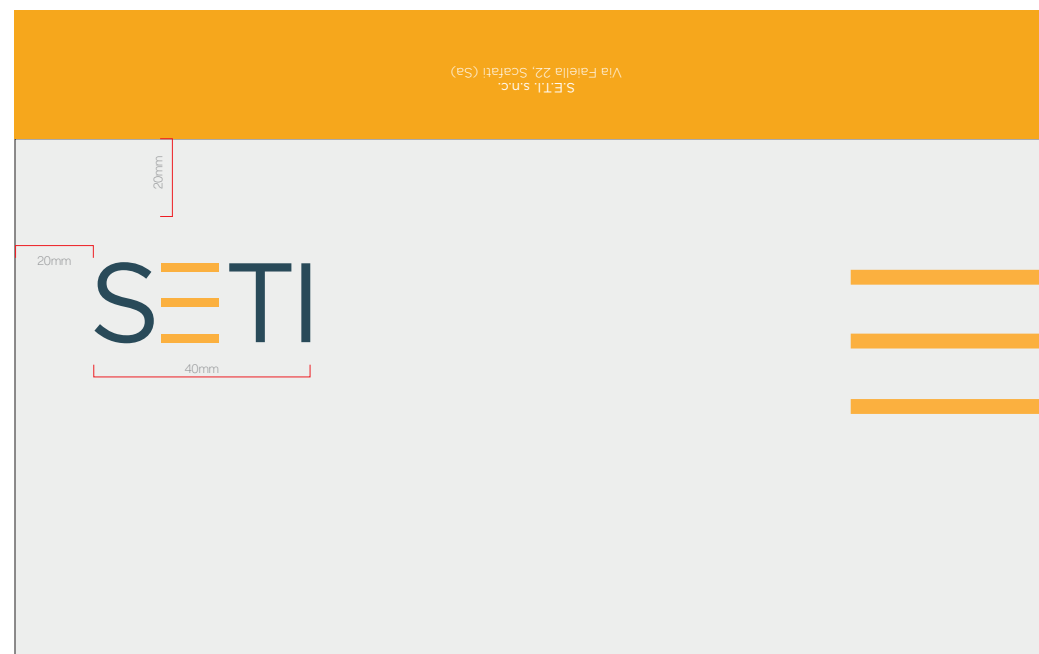
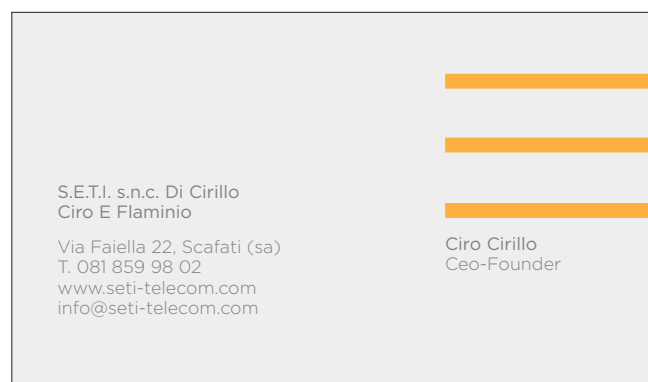


Font di appoggio
Corpo 9
Interlinea 10

Coordinato aziendale

B.04

Nella pagina vengono mostrati alcuni esempi di applicazione corretta del logotipo multicolore su Biglietto da visita e Busta americana.



Coordinato aziendale

Nella pagina, vengono mostrati alcuni esempi di applicazione corretta del logotipo multicolore sui supporti istituzionali aziendali. Le indicazioni riportate negli esempi, sono da considerarsi la guida per una corretta comunicazione del brand.

■ Folder

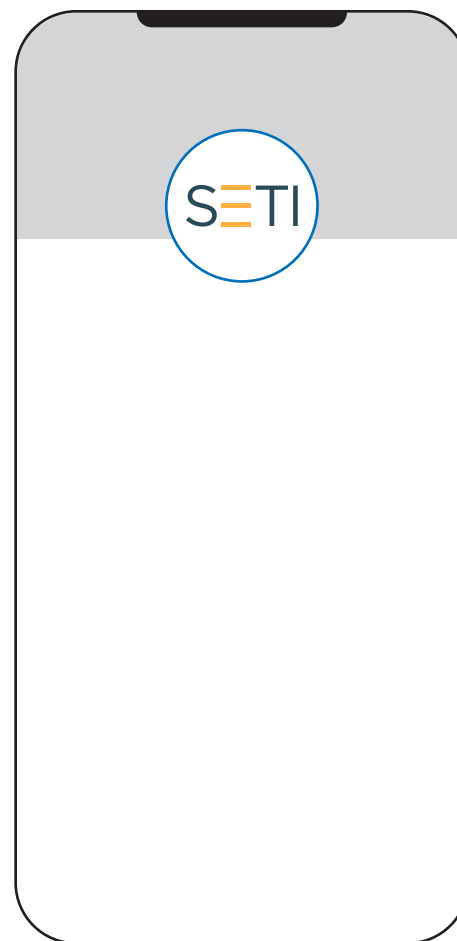


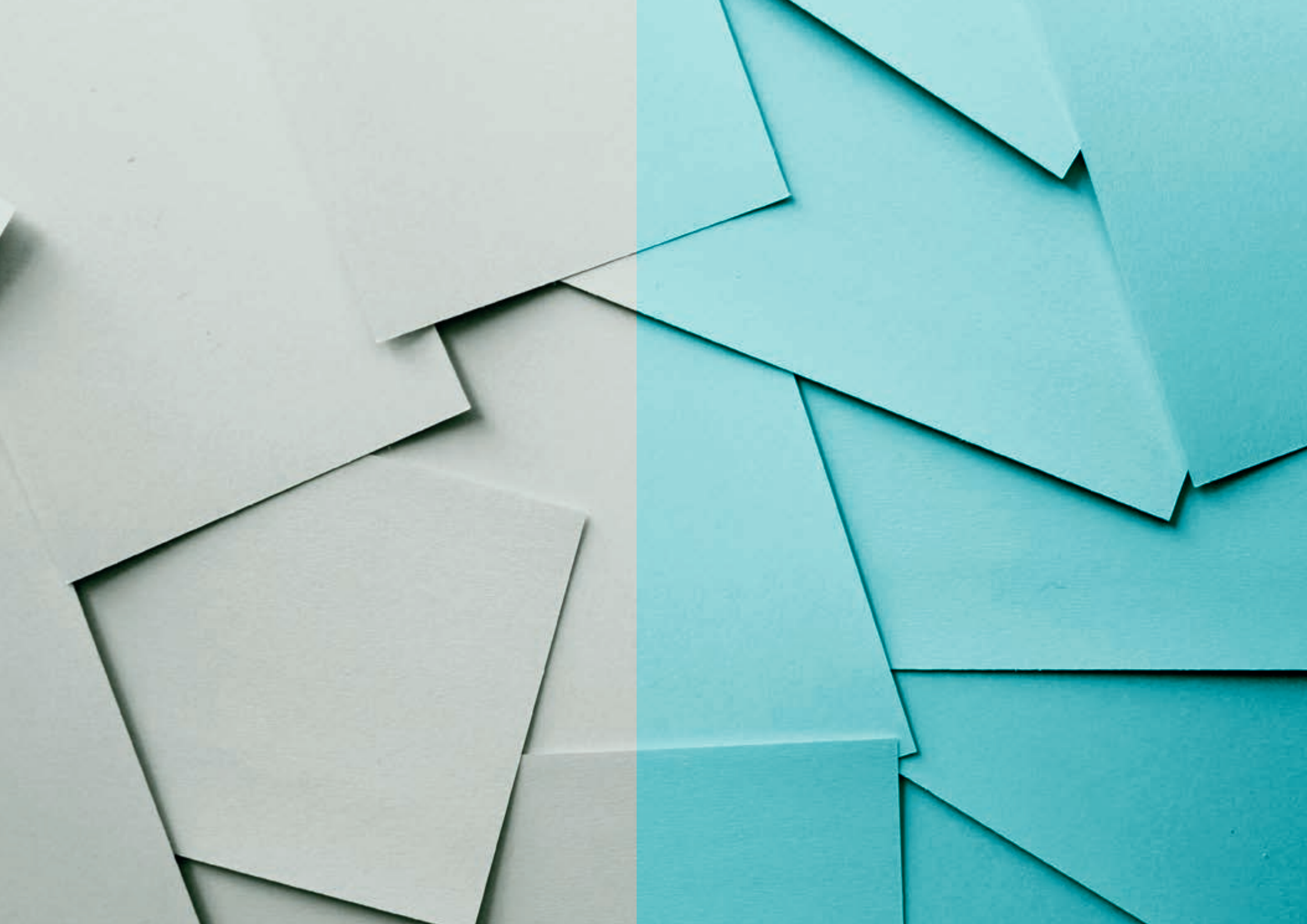
Nella pagina vengono mostrati alcuni esempi di applicazione corretta del logotipo multicolore sui supporti istituzionali digitali.

■ Icona/immagine profilo



■ Icona/immagine profilo mobile





C.1-4

Uso scorretto del logo

Come non usarlo

Il logotipo non è in alcun modo modificabile per esigenze grafiche o tipografiche. Esso può essere solo ingrandito o rimpicciolito mantenendo le proporzioni, sempre nel rispetto delle regole di impaginazione.

Ecco alcune regole per evitare gli errori più comuni.



Non distorcere il logotipo

S E T I



Non invertire la direzione del simbolo

S E T I



Non cambiare i colori del logo

SE TI



Non ruotare il logotipo

SE TI

Come non usarlo

Ecco alcune regole per evitare gli errori più comuni.



Non usare su fondi

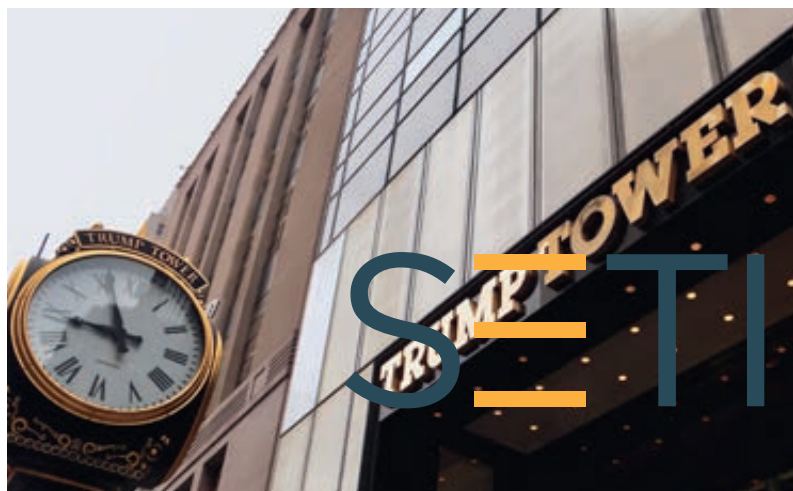


Non usare su fondi





Non usare su fondi fotografici



Non usare su fondi fotografici



La pubblicità non è una scienza.
È persuasione. E la persuasione è un'arte.

Bill Bernbach

Brand Guideline

SETI

avcommunication