

Brand guidelines



indice

1.0	Fondamenta	3	3.0	Colori	19	6.0	Mockup	36
1.1	Concept	4	3.1	Palette primaria	20	6.1	Camice e divise	37
1.2	Slogan	5	3.2	Abbinamenti	21	6.2	Sacchetto	38
1.3	Valori	6	3.3	Logo e colori	21	6.3	Carta intestata e cartella	39
1.4	Vision	7				6.4	Insegna	41
1.5	Mission	8	4.0	Tipografia	23	6.5	Tessera punti	42
1.6	Tone of Voice	9	4.1	Font	24			
			4.2	Utilizzo e gerarchia	27	7.0	Documentazione	43
2.0	Logo	10				7.1	Nomi dei file	44
2.1	Logotipo	11	5.0	Ecosistema	28	7.2	Scaricare i file	45
2.2	Significato	12	5.1	Concept	29	7.3	Supporto	46
2.3	Costruzione	13	5.2	Palette colori estesa	30			
2.4	Versioni	14	5.3	Loghi e colori	32			
2.5	Clear-space	18	5.4	Utilizzo ecosistema	33			

Fondamenta

Definizione

In questa sezione si evidenziano quali sono i pilastri su cui è costruita l'identità e la coerenza dell'intero brand.

Vengono delineati gli elementi alla base della strategia, utilizzati come guida per tutte le decisioni di posizionamento, visive, strategiche e di comunicazione. Questo garantisce che l'intero sviluppo avvenga in modo coerente e strutturato intorno al concetto principale del business.

Un processo di evoluzione
alimentato dall'innovazione,
mirata a migliorare il supporto
e la comodità per tutti i clienti.

Nata come un piccolo punto di riferimento per la salute, la farmacia ha
ascoltato attivamente i bisogni della comunità, *ampliando progressivamente
i suoi servizi*.

L'obiettivo è creare un *hub dedicato al benessere*, dove ogni persona possa
trovare le competenze e il supporto necessari.

Per garantire elevati standard di professionalità, è stato integrato un team di
esperti in diverse aree.

- Fondamenta
- Concept
- Slogan
- Valori
- Vision
- Mission
- Tone of Voice

1.2 Slogan

Il motto perseguito durante tutto lo sviluppo del progetto, l'obiettivo finale della Farmacia dei Laghi, espresso con una frase in grado di unificare tutti i servizi offerti alle persone e far capire l'approccio usato.

Fondamenta

- Concept
- **Slogan**
- Valori
- Vision
- Mission
- Tone of Voice



In poche parole

Empatia

Competenza e dedizione nella cura delle esigenze di persone e animali, con un ***approccio attento e personalizzato*** per garantire benessere e comfort in ogni situazione.

Comodità

Un unico punto di riferimento capace di rispondere in modo efficace e versatile a esigenze differenti, offrendo soluzioni mirate e integrate per soddisfare bisogni diversi con competenza e affidabilità.

Professionalità

Consulenze e servizi altamente specializzati grazie a un team di esperti qualificati, con l'obiettivo di fornire ***soluzioni ottimali e personalizzate***, garantendo un elevato standard di qualità e professionalità in ogni intervento.

Trasversalità

Con competenze approfondite e specialistiche nel settore dei medicinali e dei prodotti per la salute, ***sia umana che animale***, offriamo consulenze e soluzioni mirate per garantire il benessere e la cura attraverso un approccio scientifico e rigoroso.

Fondamenta

- Concept
- Slogan
- Valori
- Vision
- Mission
- Tone of Voice

Essere un polo integrato che punta a un'esperienza completa per il benessere grazie a competenze professionali differenti.

il centro
del benessere

Fondamenta

- Concept
- Slogan
- Valori
- **Vision**
- Mission
- Tone of Voice

Offrire prodotti e servizi mirati al benessere, promuovendo un approccio olistico alla salute.

attenti ad
ogni esigenza

Le parole contano

Il tono di voce deve essere accogliente, caloroso, informativo ma sempre accessibile. L'obiettivo è quello di trasmettere fiducia e competenza, per infondere tranquillità nelle persone che si affacciano a problemi legati alla loro salute.

Noi siamo un unico centro per il tuo benessere.

Noi non siamo una semplice farmacia ordinaria.

Noi non siamo un classico veterinario.

Logo

Definizione

Sezione dedicata al logo, dalla nascita tramite la spiegazione del concept, al suo sviluppo, fino ai suoi utilizzi.

L'immagine aziendale nel suo insieme. Il logo completo di Farmacia dei Laghi.



- Logo
- Logotipo
- Significato
- Costruzione
- Versioni
- Clear-space

Il logo finale è costruito intorno a due elementi centrali: la croce e le gocce.

La croce, simbolo universale della salute, rappresenta l'essenza del servizio farmaceutico, dando fiducia e sicurezza alle persone.

Le gocce sono un richiamo visivo al lago, per riprendere il contesto, il nome e rappresentare serenità e purezza.

Questa connessione dei due elementi rafforza l'idea dell'approccio alla salute, che Farmacia dei Laghi promuove.

Logo

- Logotipo
- **Significato**
- Costruzione
- Versioni
- Clear-space

a.



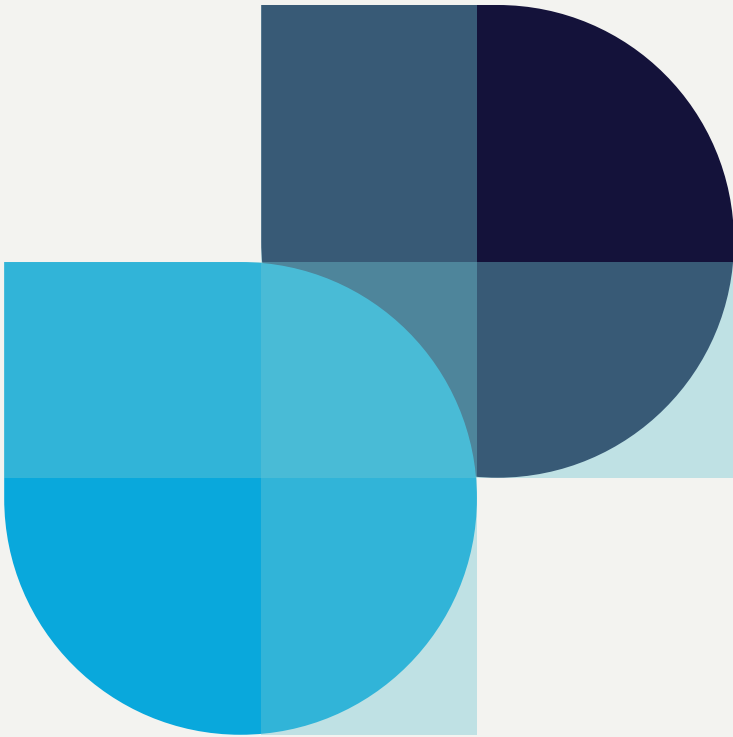
Croce → Farmacia

b.



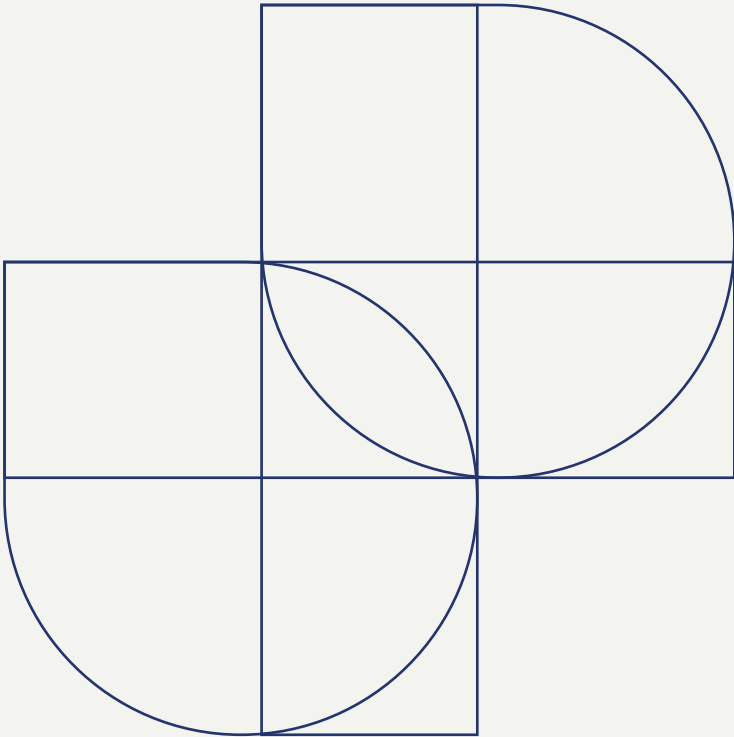
Gocce d'acqua → Lago

c.



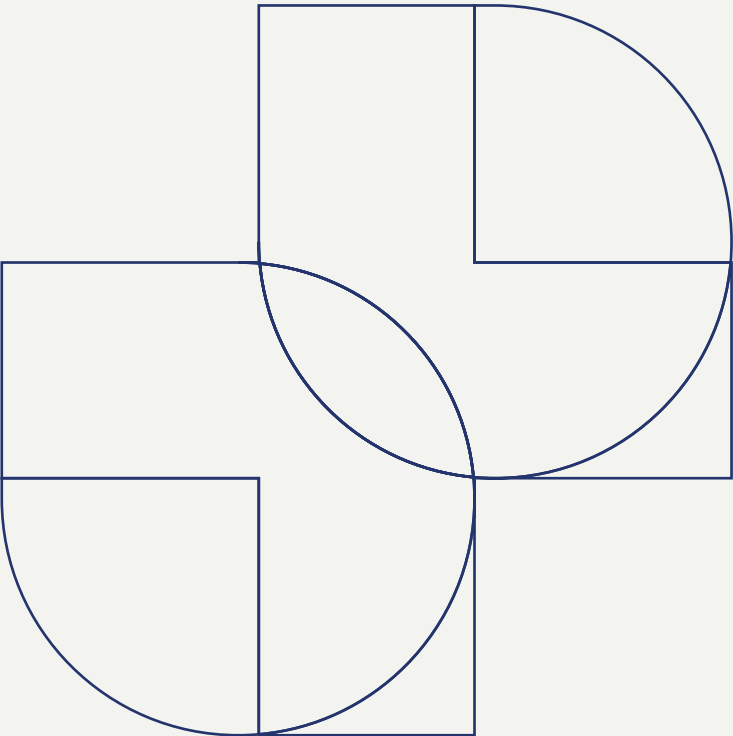
Sovrapposizione delle forme

d.



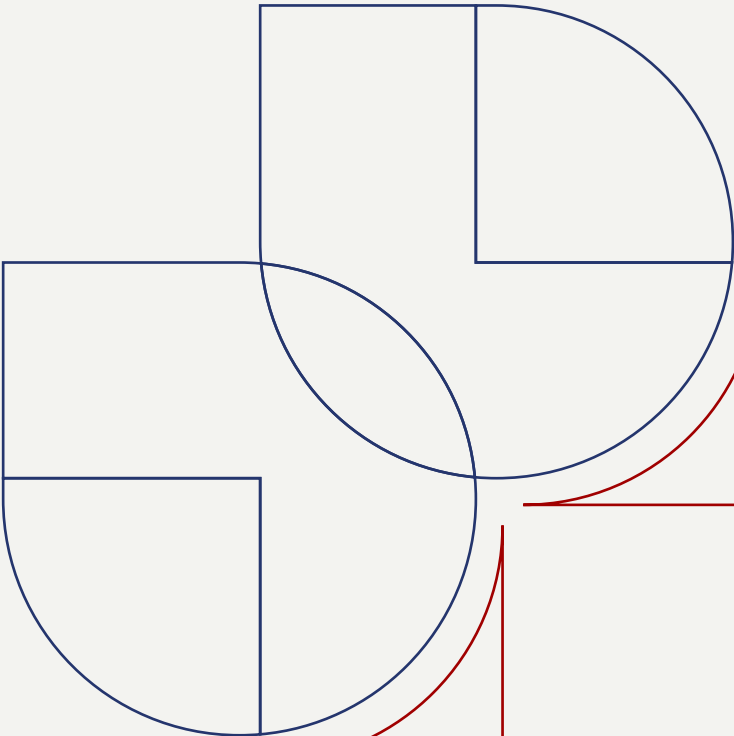
Outline

e.



Unione delle forme

f.



Rimozione eccessi

g.

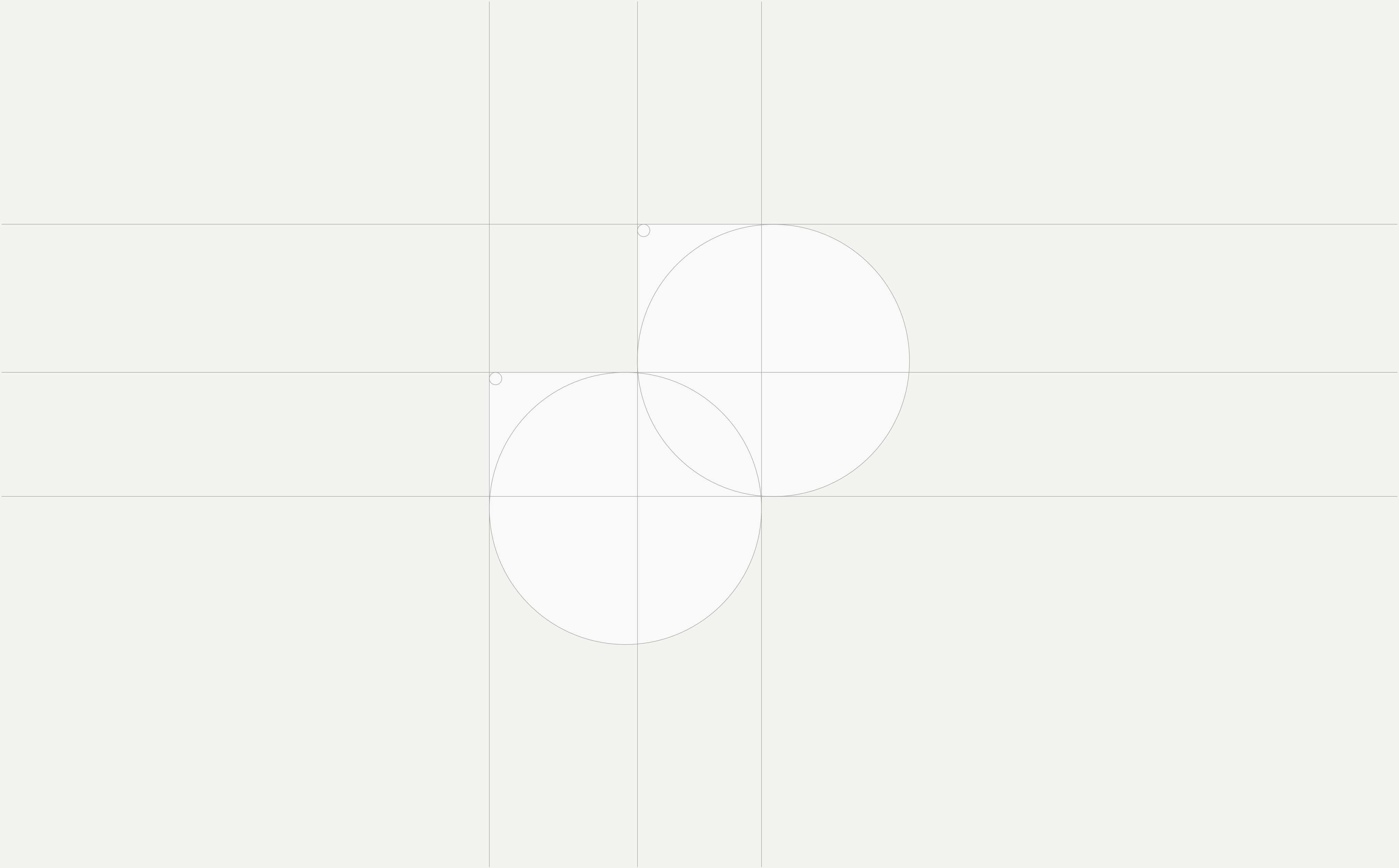


Colore di riempimento

i.



Logo finale



Logo
Logotipo
Significato
→ **Costruzione**
Versioni
Clear-space

primario

Non allungare, non ruotare,
non usare caratteri diversi,
non usare opacità, non fare
combinazioni di colori diverse
da quelle proposte.

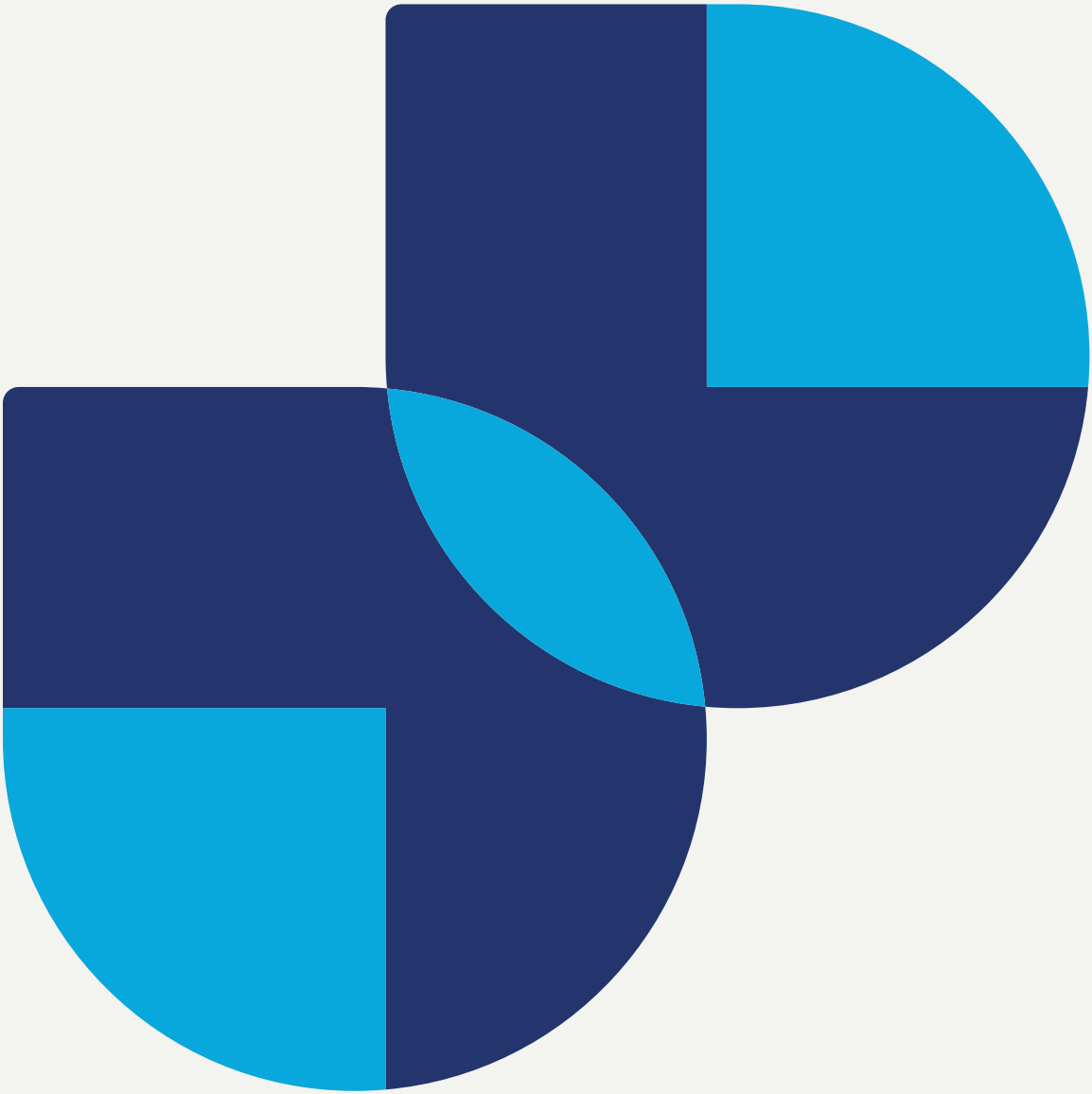


Farmacia
dei Laghi

- Logo
- Logotipo
- Significato
- Costruzione
- **Versioni**
- Clear-space

brandmark

Non allungare, non ruotare,
non usare caratteri diversi,
non usare opacità, non fare
combinazioni di colori diverse
da quelle proposte.



Logo

- Logotipo
- Significato
- Costruzione
- **Versioni**
- Clear-space

wordmark

Non allungare, non ruotare,
non usare caratteri diversi,
non usare opacità, non fare
combinazioni di colori diverse
da quelle proposte.

Farmacia
dei Laghi

Logo

Logotipo
Significato
Costruzione
→ **Versioni**
Clear-space

secondario

Non allungare, non ruotare,
non usare caratteri diversi,
non usare opacità, non fare
combinazioni di colori diverse
da quelle proposte.

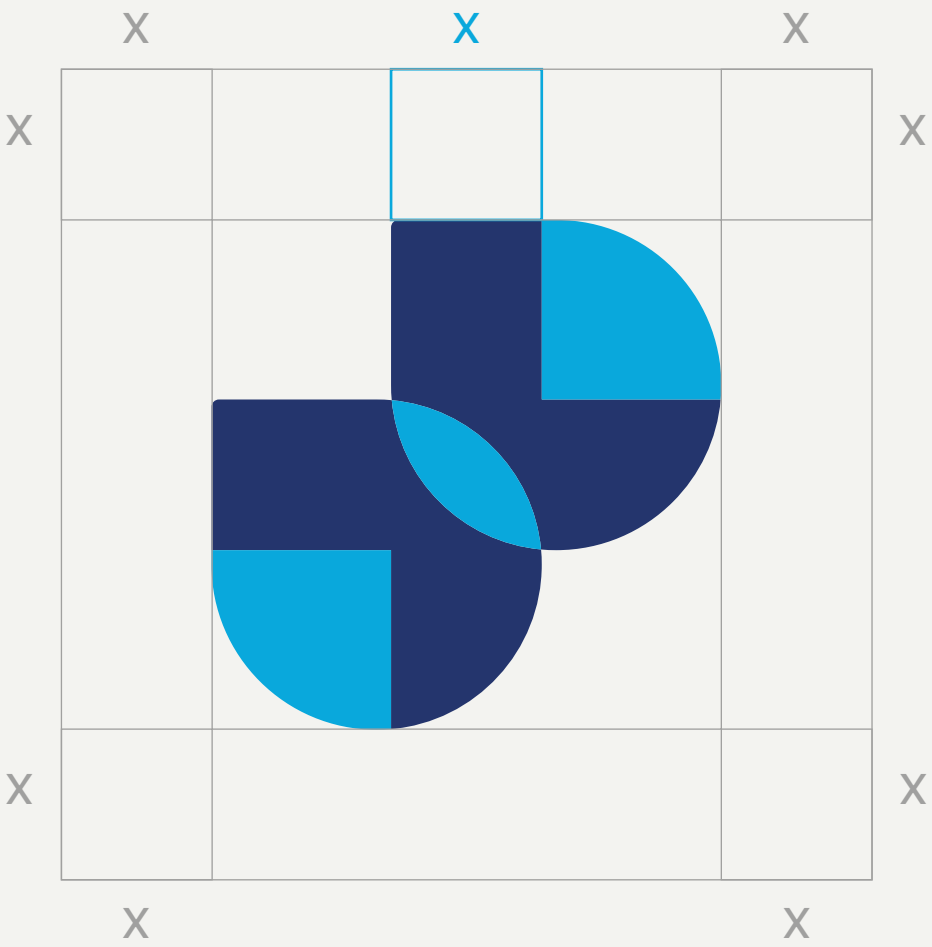


Logo

- Logotipo
- Significato
- Costruzione
- **Versioni**
- Clear-space

2.5 Clear-space

Per garantire la massima visibilità e riconoscibilità del logo, è importante, nelle sue applicazioni, *lasciare uno spazio adeguato* attorno ad esso. Non sono ammesse sovrapposizioni o incroci con altri elementi.



Logo

- Logotipo
- Significato
- Costruzione
- Versioni
- Clear-space

Colori

Definizione

Area dedicata all'approfondimento delle scelte cromatiche e del loro significato, con varie indicazioni sulle modalità di utilizzo dei colori per mantenere e rafforzare la coerenza del brand.

3.1 Palette primaria

La palette di colori scelta vuole essere evocativa dei valori cardine quali sicurezza e professionalità. Le tonalità di colore scelte sono morbide e gentili alla vista, in modo da riuscire a comunicare in modo chiaro e semplice, facendo percepire correttamente il brand.

<div>Bianco</div> <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <div><div>R243</div><div>G243</div><div>B240</div></div> <div><div>C6</div><div>M4</div><div>Y7</div><div>K0</div></div> <div><div>HEX#F3F3F0</div></div>	<div>Crema</div> <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <div><div>R228</div><div>G226</div><div>B215</div></div> <div><div>C13</div><div>M9</div><div>Y17</div><div>K0</div></div> <div><div>HEX#E4E2D7</div></div>	<div>Zucchero</div> <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <div><div>R112</div><div>G200</div><div>B212</div></div> <div><div>C56</div><div>M0</div><div>Y19</div><div>K0</div></div> <div><div>HEX#70C8D4</div></div>	<div>Indaco</div> <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <div><div>R9</div><div>G168</div><div>B220</div></div> <div><div>C74</div><div>M13</div><div>Y4</div><div>K0</div></div> <div><div>HEX#09A8DC</div></div>	<div>Lago</div> <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <div><div>R36</div><div>G53</div><div>B109</div></div> <div><div>C100</div><div>M86</div><div>Y27</div><div>K14</div></div> <div><div>HEX#24356D</div></div>	<div>Navy</div> <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <div><div>R20</div><div>G18</div><div>B58</div></div> <div><div>C100</div><div>M98</div><div>Y43</div><div>K55</div></div> <div><div>HEX#14123A</div></div>	<div>Nero</div> <div><div></div><div></div><div></div><div></div><div></div></div> <div><div>R12</div><div>G12</div><div>B12</div></div> <div><div>C82</div><div>M72</div><div>Y62</div><div>K91</div></div> <div><div>HEX#0C0C0C</div></div>
--	---	--	--	---	--	---

Colori

→ Palette primaria



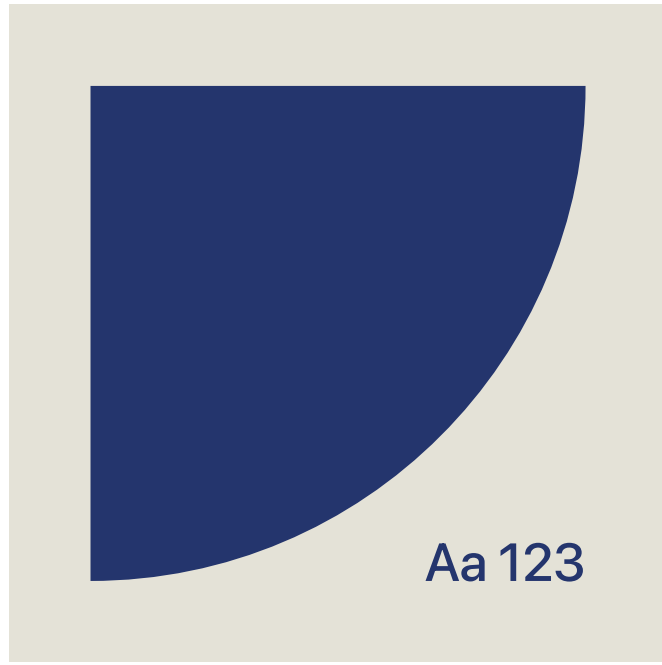
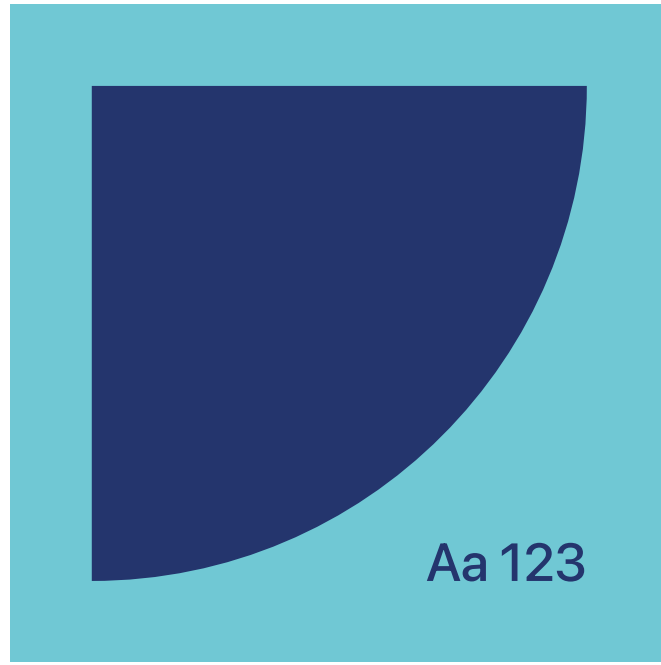
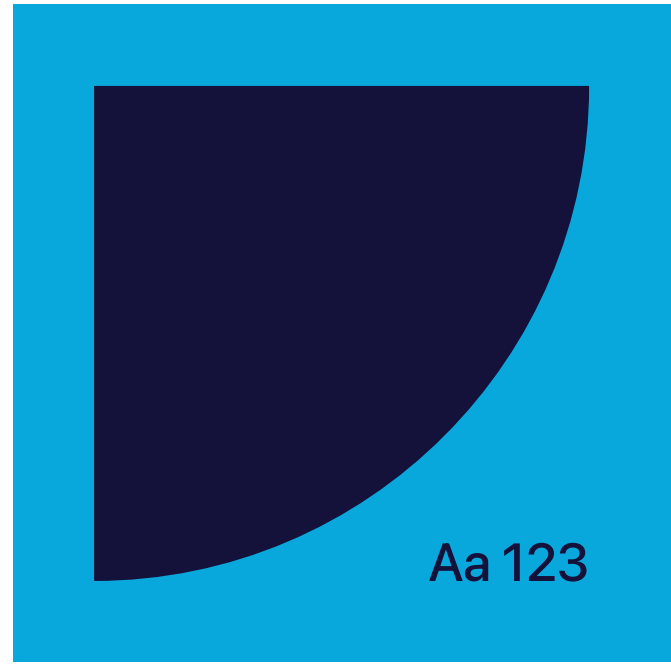

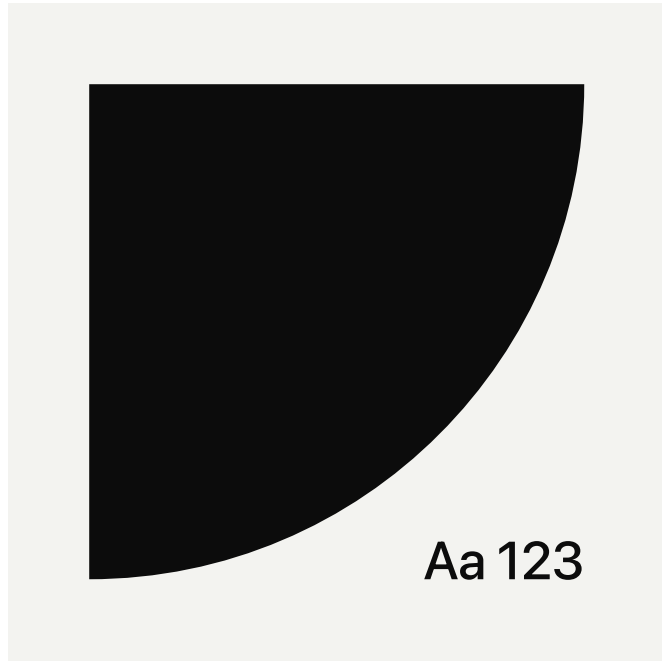
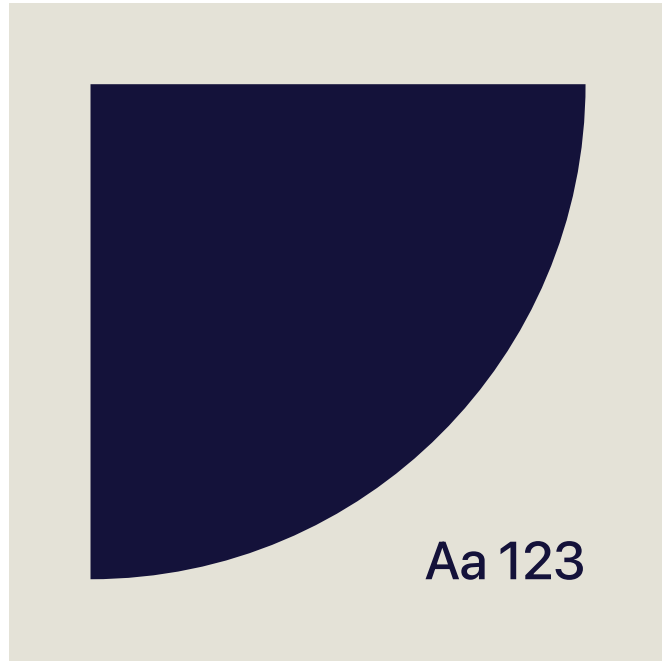
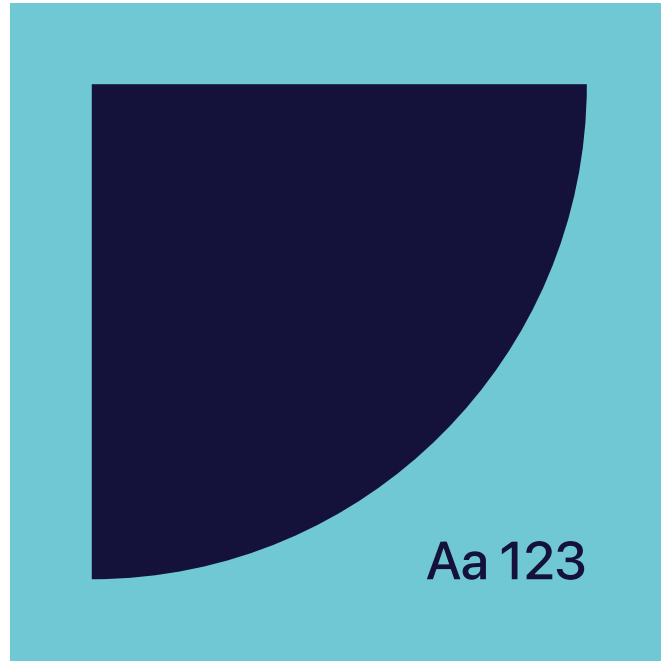
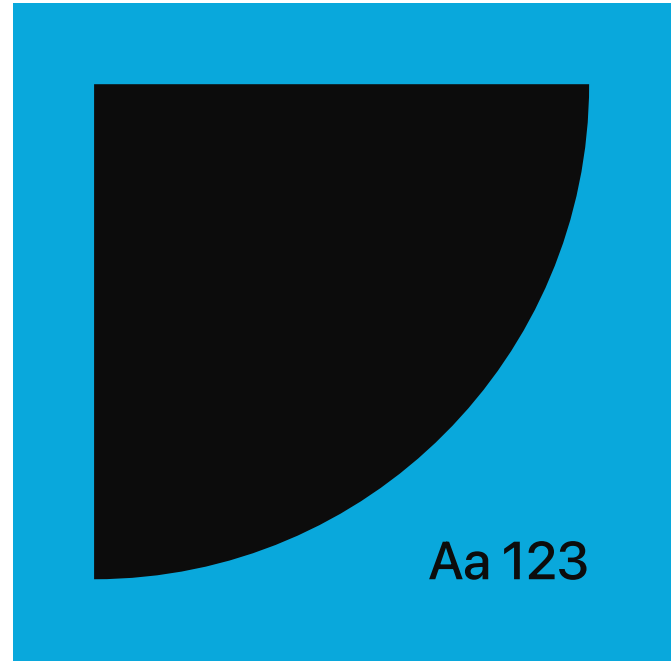

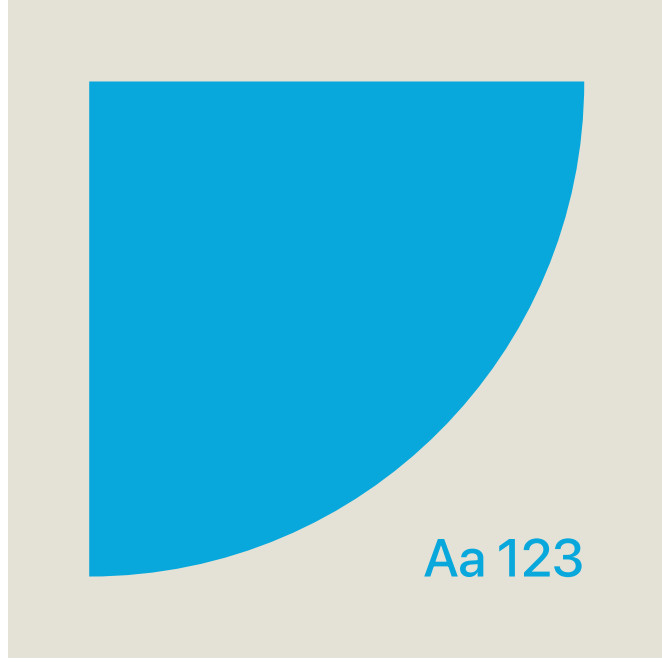
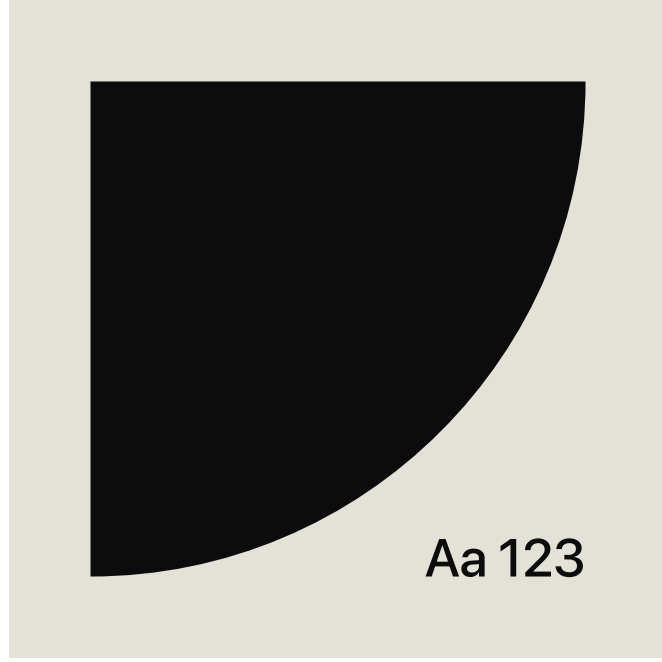

Abbinamenti

Logo e colori



3.2 Abbinamenti

Abbinamenti di colore da mantenere nelle applicazioni del brand. La scelta mira ad avere sempre coerenza nell'immagine del marchio, mantenendo chiara a livello visivo la sua estetica.

	Bianco + Zucchero		Bianco + Navy		Crema + Lago		Zucchero + Lago		Indaco + Navy
	Bianco + Indaco		Bianco + Nero		Crema + Navy		Zucchero + Navy		Indaco + Nero
	Bianco + Lago		Crema + Indaco		Crema + Nero		Indaco + Lago		

Colori
Palette primaria
→ Abbinamenti
Logo e colori

3.3 Logo e colori

Sovrapposizioni e accostamenti del logo con colori differenti. Le scelte seguono l'obiettivo di mantenere sempre chiaro e ben visibile il logo, senza possibilità di confusione o mancata coerenza.

Colori
Palette primaria
Abbinamenti
→ Logo e colori



Tipografia

Definizione

In questa sezione, vengono presentate le scelte tipografiche, fatte per trasmettere come l'aspetto delle scritte sia un elemento importante nella percezione del brand, contribuendo ad una sua comunicazione in modo efficace e chiaro.

Il font è stato scelto perseguendo l'obiettivo di avere un segno grafico molto chiaro e comprensibile. Un font sans-serif, elegante ma definito, che possa essere applicato in contesti differenti senza perdere però di coerenza con tutto l'ecosistema del brand.

SF Pro
Display

SF Pro Display Light	SF Pro Display Regular	SF Pro Display Medium	SF Pro Display Semibold	SF Pro Display Bold
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
0123456789 !@#%*&+	0123456789 !@#%*&+	0123456789 !@#%*&+	0123456789 !@#%*&+	0123456789 !@#%*&+
AaBbCcDdEe				

Tavola dei caratteri

Lettere maiuscole

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				

Lettere minuscole

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				

Numeri

1	2	3	4	5	6
7	8	9	0		

Simboli

@	#	&	%	€	!
?	+	=	*		

La tua salute,
al centro.

TITOLO 1SF Pro Display Light

Il punto di riferimento per le tue cure.

TITOLO 2SF Pro Display Regular

Prodotti e servizi mirati al benessere umano e animale.

SOTTOTITOLOSF Pro Display Bold

Giat quis et vent ut et, sunt, eos audaecum sectet liquo officti
amusandanis dolupta plique doluptatur mo offic cum nul
parum sunt expelessin excepre posaperrovid excest, qui cus
magnis ipsum reped ute ipsum conet esequie ilicimusa qui
blaut atintur? Quisque nihil in et rereic to omni cum qui com
nimaio. Tate plique net quo de sam repersp elique similique
perati blabor rae velesciam erum eum que sectae sumquodit
fuga. Itat veliquia con consequi repre, quibus et que quia volor.

PARAGRAFOSF Pro Display Regular

Scopri di più

PULSANTISF Pro Display Bold

Ecosistema

Definizione

In questa sezione viene esplorata la costruzione dell'ecosistema del marchio e dei suoi mutamenti a seconda delle aree di impiego. L'obiettivo è creare un insieme dinamico e interconnesso di elementi, forme e colori in grado di essere una leva per il sostegno dell'identità del brand. In parallelo, le applicazioni dell'ecosistema per creare un'esperienza integrata per le persone.

Cosa fare quando il brand si espande?

L'obiettivo è quello di creare *un'identità dell'azienda* intorno al logo, che sia in grado di adattarsi alle diverse aree proposte da Farmacia dei Laghi.
La sfida comporta la creazione a livello visivo e di comunicazione di *un sistema in grado di esaltare valori e caratteristiche* del brand.

Ecosistema

→ **Concept**

Palette colori estesa

Loghi e colori

Utilizzo ecosistema

Un centro polifunzionale

Abbinamento dei colori alle singole aree di riferimento del centro, identificando le diverse discipline con il colore che più rimanda ad esse.



5.2 Palette colori estesa

I colori scelti per le estensioni del brand seguono la volontà di trasferire in modo armonioso i valori nelle diverse aree. Ciò viene realizzato tramite colori morbidi e non impattanti a livello visivo, ma che allo stesso tempo riescono a differenziare le specializzazioni offerte.

Ecosistema

Concept
→ **Palette colori estesa**
Loghi e colori
Utilizzo ecosistema



La palette colori estesa, è stata studiata attorno alle cinque aree sopra citate. Qual’ora vi si presenterà la necessità di estendere le discipline proposte, verranno studiati colori adatti per meglio rappresentare i servizi.

Un sistema modulare ed espandibile

Per rendere le varianti di logo il più coerenti possibili con il logo principale, **il sistema visivo dell’ecosistema si basa sull’esclusivo cambio di colore degli elementi indaco**. Questo consente di avere un sistema di elementi molto legati tra loro senza eccessive complicazioni.

I loghi dell’ecosistema vengono accompagnati dal **nome della disciplina**, colorato con la tonalità scelta per l’area in questione.

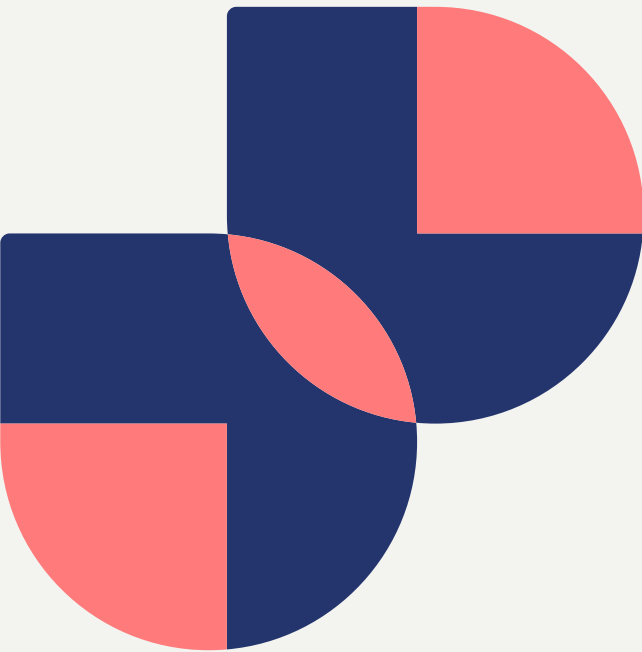
Osteopatia



Oftalmologia



Fisioterapia



Estetica



Veterinaria

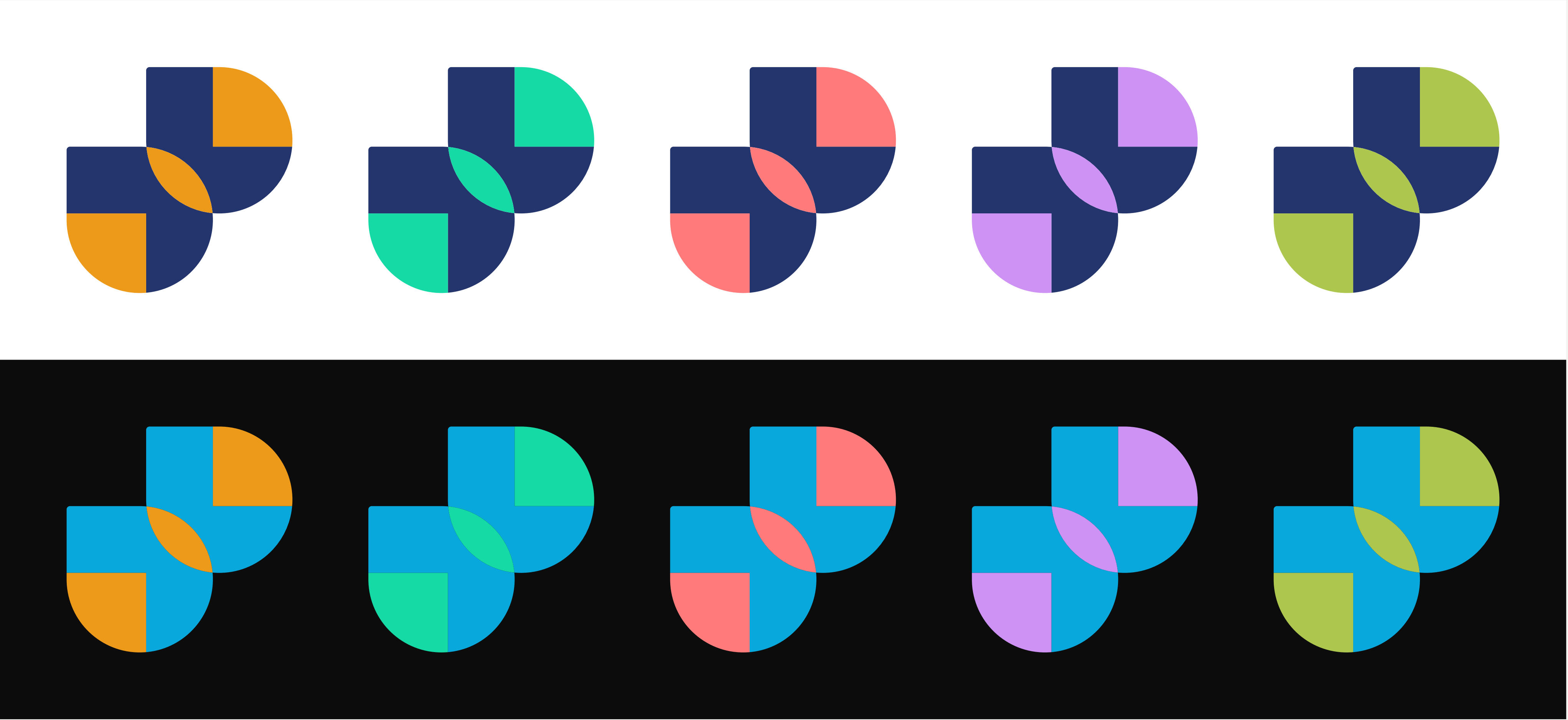


Ecosistema

Concept
Palette colori estesa
→ Loghi e colori
Utilizzo ecosistema

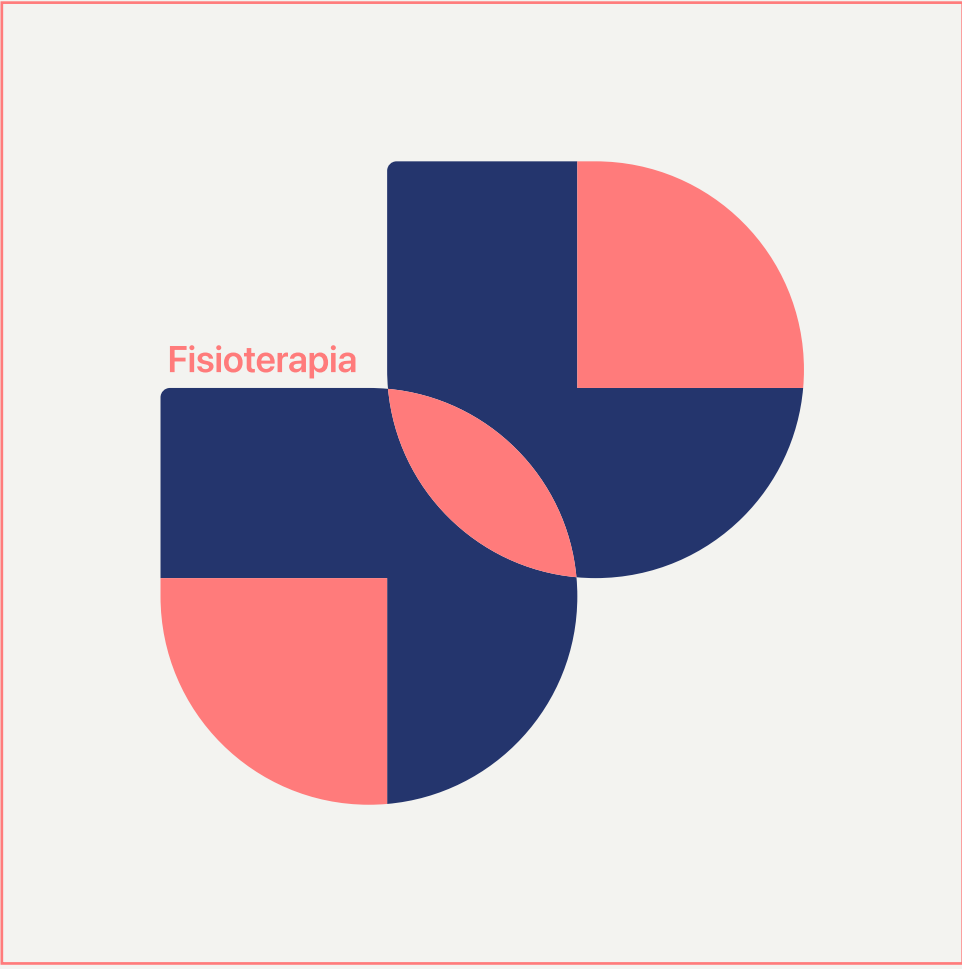
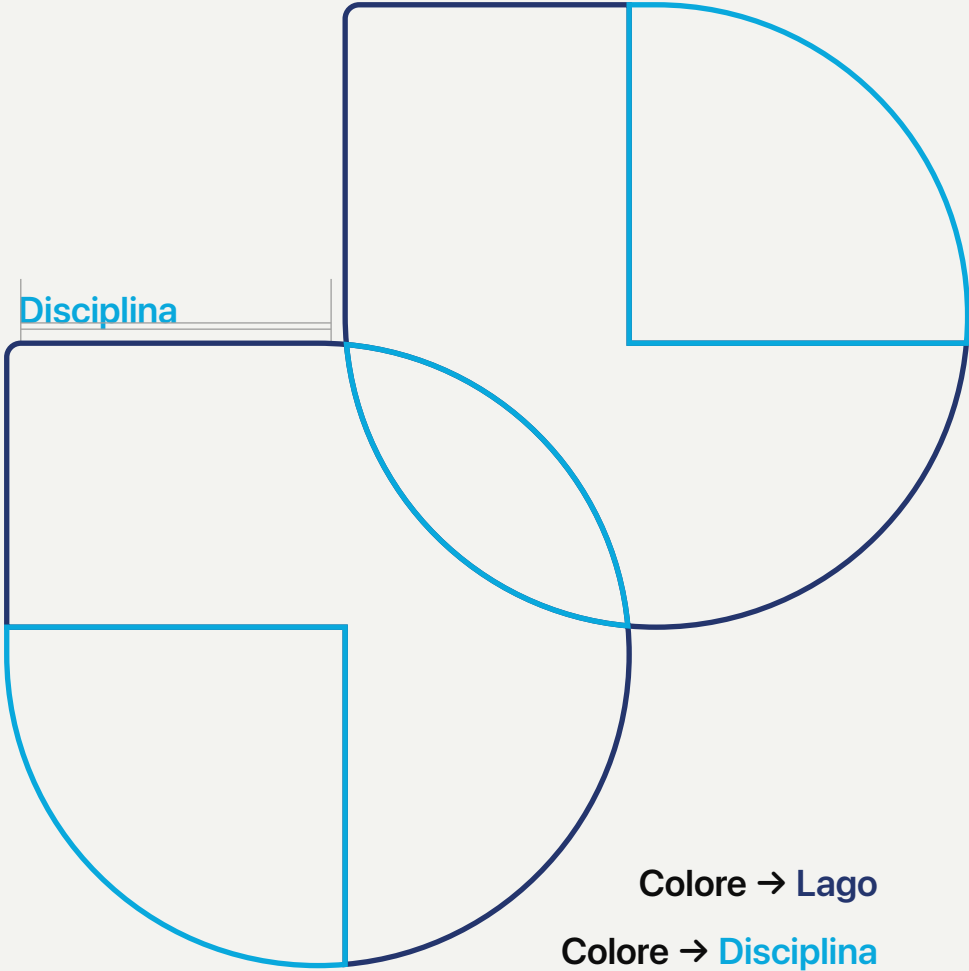
5.4 Utilizzo ecosistema

Per mantenere armonia e valori, si suggerisce di non utilizzare il logo su sfondo scuro.
Se ciò fosse necessario bisogna sostituire il colore della croce da **Blu Lago** a **Indaco**.



- Ecosistema
- Concept
- Palette colori estesa
- Loghi e colori
- **Utilizzo ecosistema**

Da utilizzare per grandi applicazioni.



Ecosistema
Concept
Palette colori estesa
Loghi e colori
→ Utilizzo ecosistema

Da utilizzare per piccole applicazioni.



Mockup

Definizione

Sezione dedicata a mockup, elementi e strumenti visivi essenziali per comprendere a pieno le applicazioni del brand su diversi asset. Verranno presentati esempi che mostrano come il logo, i colori e gli elementi della marca si integrino in contesti reali, fornendo un'idea chiara di come il branding sarà una volta sviluppato.



Mockup
→ Camice e divise
Sacchetto
Carta intestata e cartella
Insegna
Tessera punti



Mockup

Camice e divise
→ **Sacchetto**
Carta intestata e cartella
Insegna
Tessera punti



Mockup

Camice e divise

Sacchetto

→ Carta intestata e cartella

Insegna

Tessera punti



- Mockup
- Camice e divise
 - Sacchetto
 - **Carta intestata e cartella**
 - Insegna
 - Tessera punti



Mockup

Camice e divise
Sacchetto
Carta intestata e cartella
→ **Insegna**
Tessera punti



Mockup

Camice e divise

Sacchetto

Carta intestata e cartella

Insegna

→ Tessera punti

Documentazione

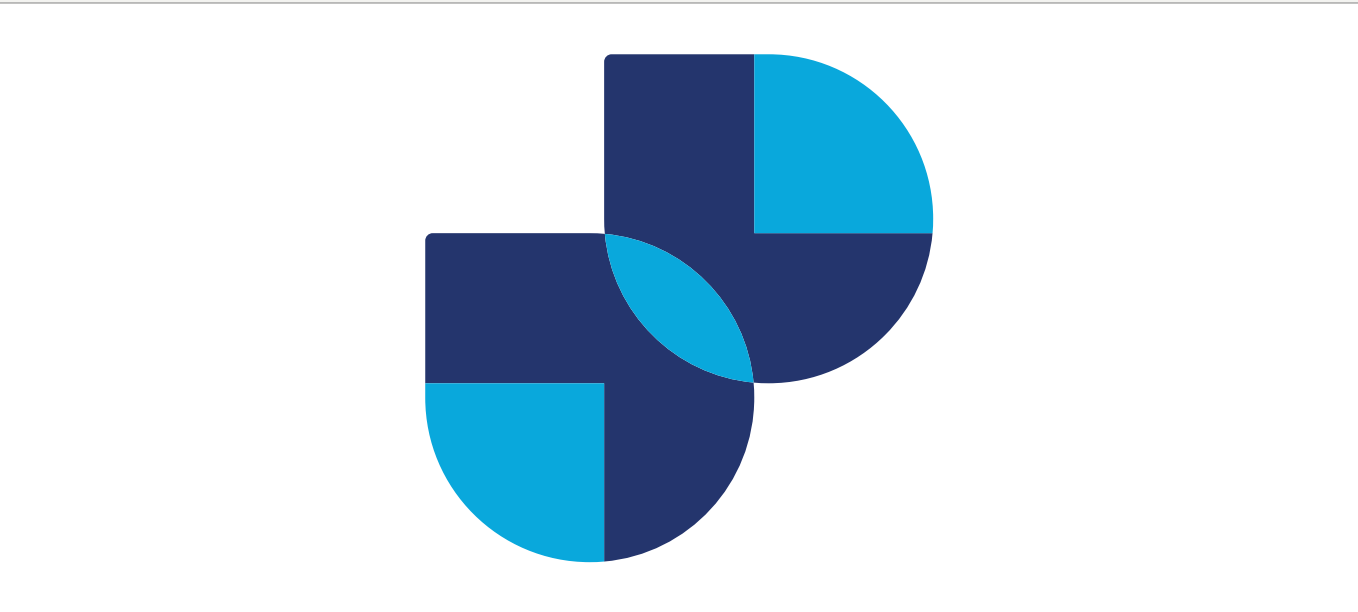
Definizione

Di seguito troverai le informazioni riguardanti i file presentati e le modalità per ottenerli.

Come riconoscere i file



Logo_FDL_Regular Color.svg
Logo completo, con colori base, in formato vettoriale (.svg)



Brandmark_FDL_Regular Color.png
Logo solo simbolo, con colori base, in formato trasparente (.png)



Logo Secondario_FDL_Regular Color.jpg
Logo secondario, con colori base, in formato con sfondo (.jpg)



Wordmark_FDL_Indaco_CMYK.eps
Logo solo simbolo, con colore indaco, in formato per stampa(.eps)

Come scaricare i file

Tutti gli asset presentati sono archiviati in una cartella di Google Drive denominata *"Farmacia dei Laghi"*.

I file saranno organizzati in sottocartelle per mantenere l'ordine e facilitare la ricerca dell'asset giusto.

La cartella è condivisa con tutti coloro che hanno il link con un permesso di visualizzazione. Il link per raggiungere la cartella è:
<https://drive.google.com/drive/folders/18CwFHINMhghPLrzfY1Xhb7zp7cQg70tM>

E se ho bisogno?

Per qualsiasi problema, domanda o questione relativa al marchio **Farmacia dei Laghi** e ai suoi assets presentati si prega di fare riferimento a **hello@fromword.com | www.fromword.com**

Farmacia dei Laghi

