

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	5.0	Ecosistema	28	7.1	Nomi dei file	44
2.1	Logotipo	11	5.1	Concept	29	7.2	Scaricare i file	45
2.2	Significato	12	5.2	Palette colori estesa	30	7.3	Supporto	46
2.3	Costruzione	13	5.3	Loghi e colori	32			
2.4	Versioni	14	5.4	Utilizzo ecosistema	33			
2.5	Clear-space	18						

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

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.

Un bagno di benessere.

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

Fondamenta

Concept

Slogan

Valori

Vision

→ **Mission**

Tone of Voice

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.

Fondamenta

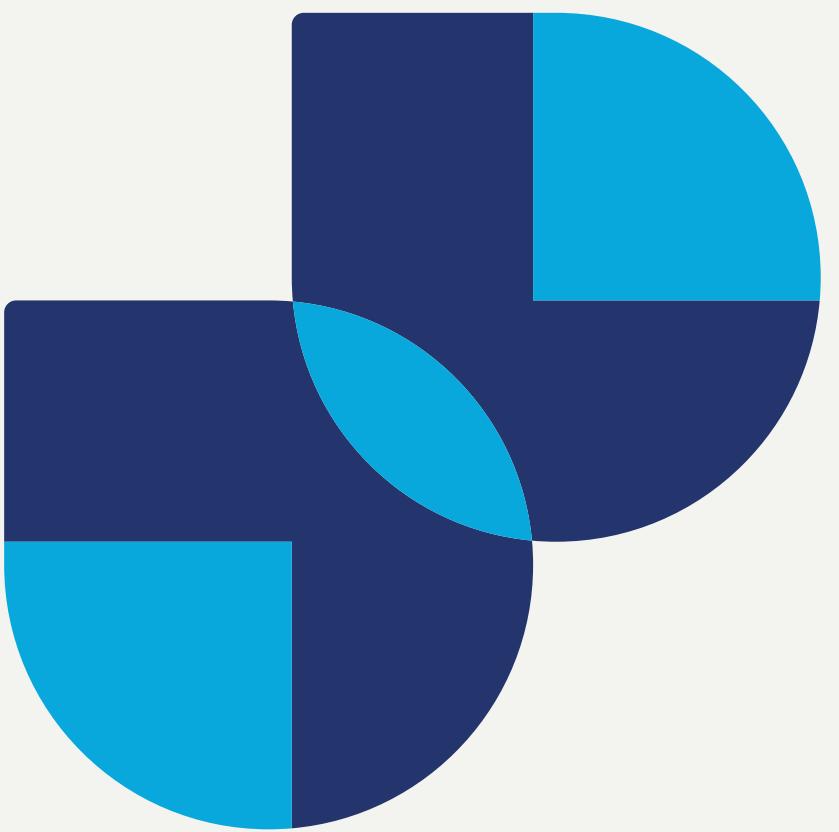
Concept
Slogan
Valori
Vision
Mission
→ Tone of Voice

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.



Farmacia dei Laghi

Logo

→ **Logotipo**

Significato

Costruzione

Versioni

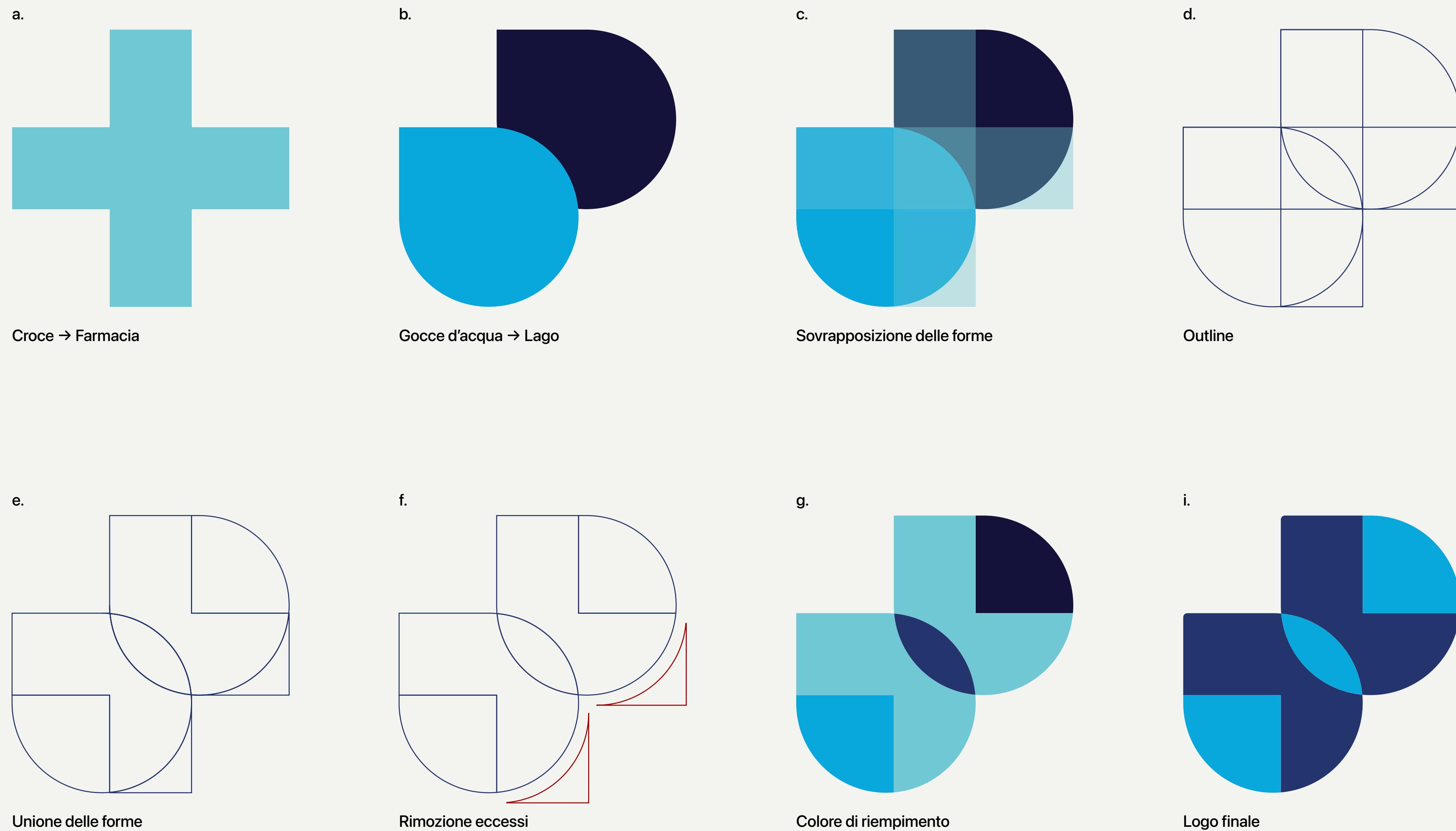
Clear-space

2.2 Significato

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

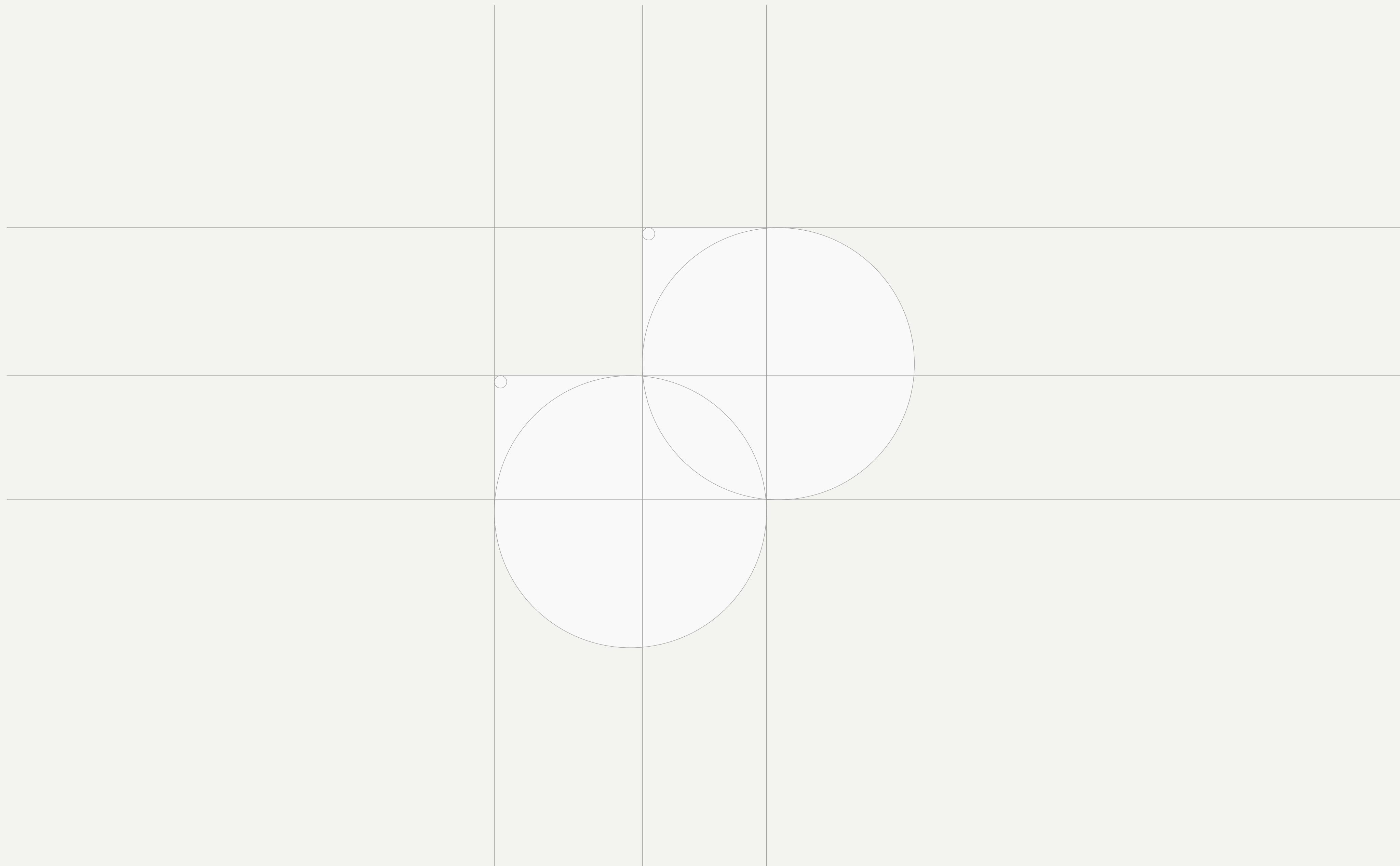
Logotipo

→ Significato

Costruzione

Versioni

Clear-space



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

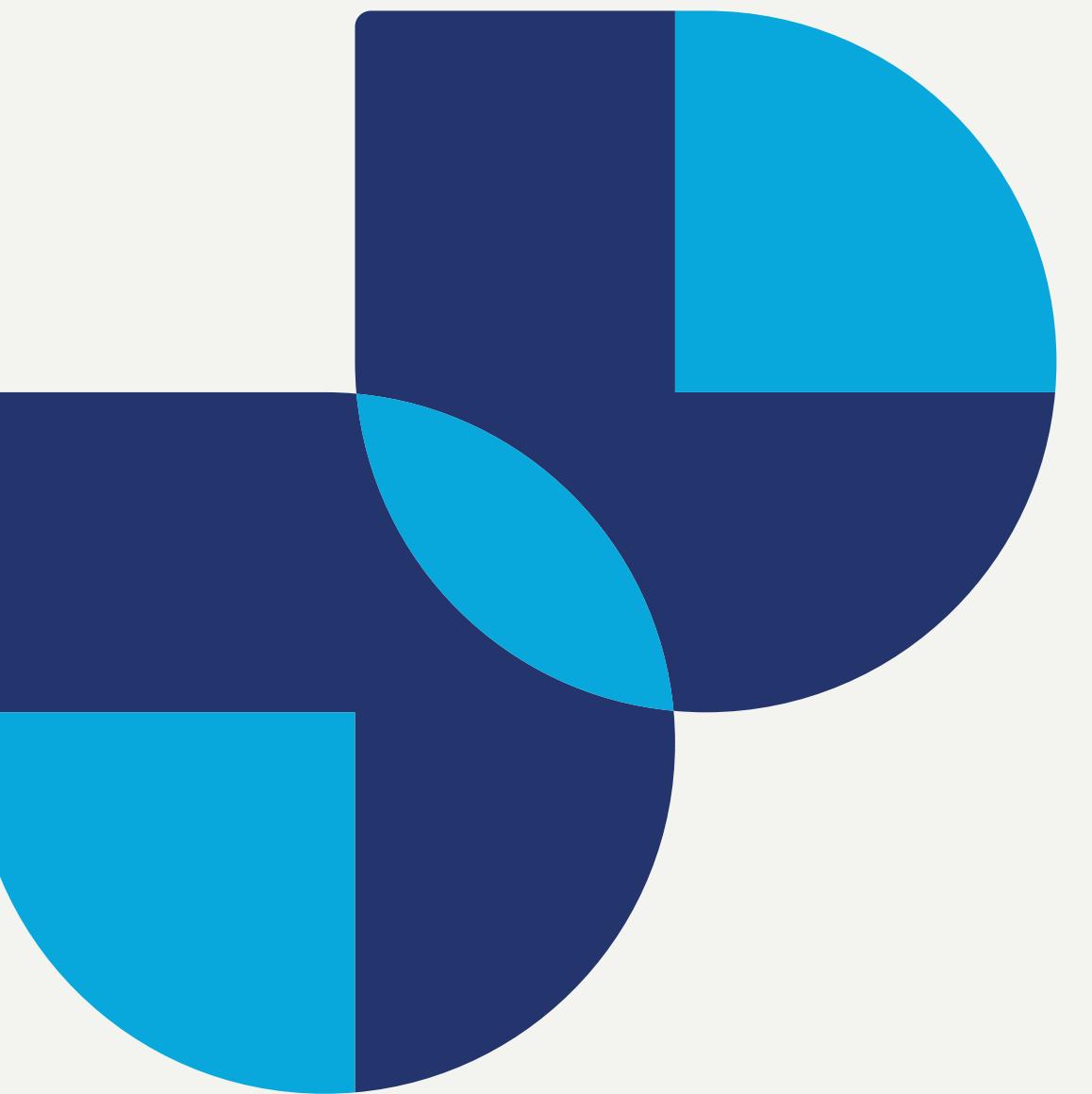
Costruzione

→ 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

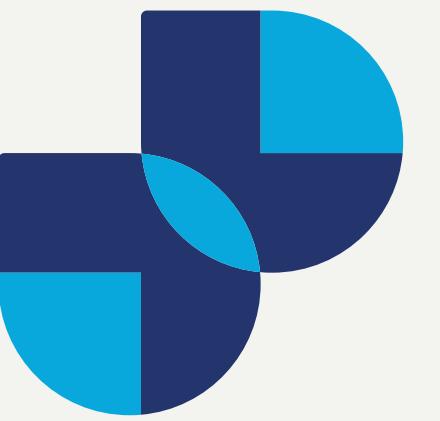
Costruzione

→ **Versioni**

Clear-space

secondario

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



Farmacia dei Laghi

Logo

Logotipo

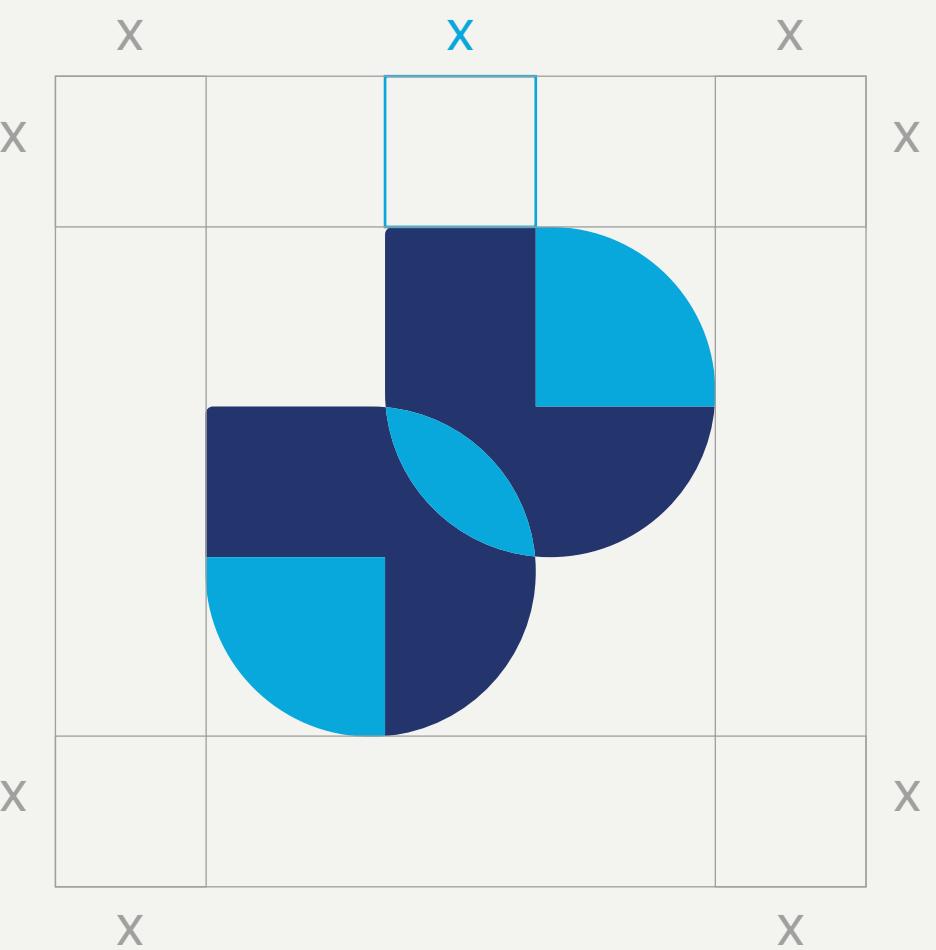
Significato

Costruzione

→ **Versioni**

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**

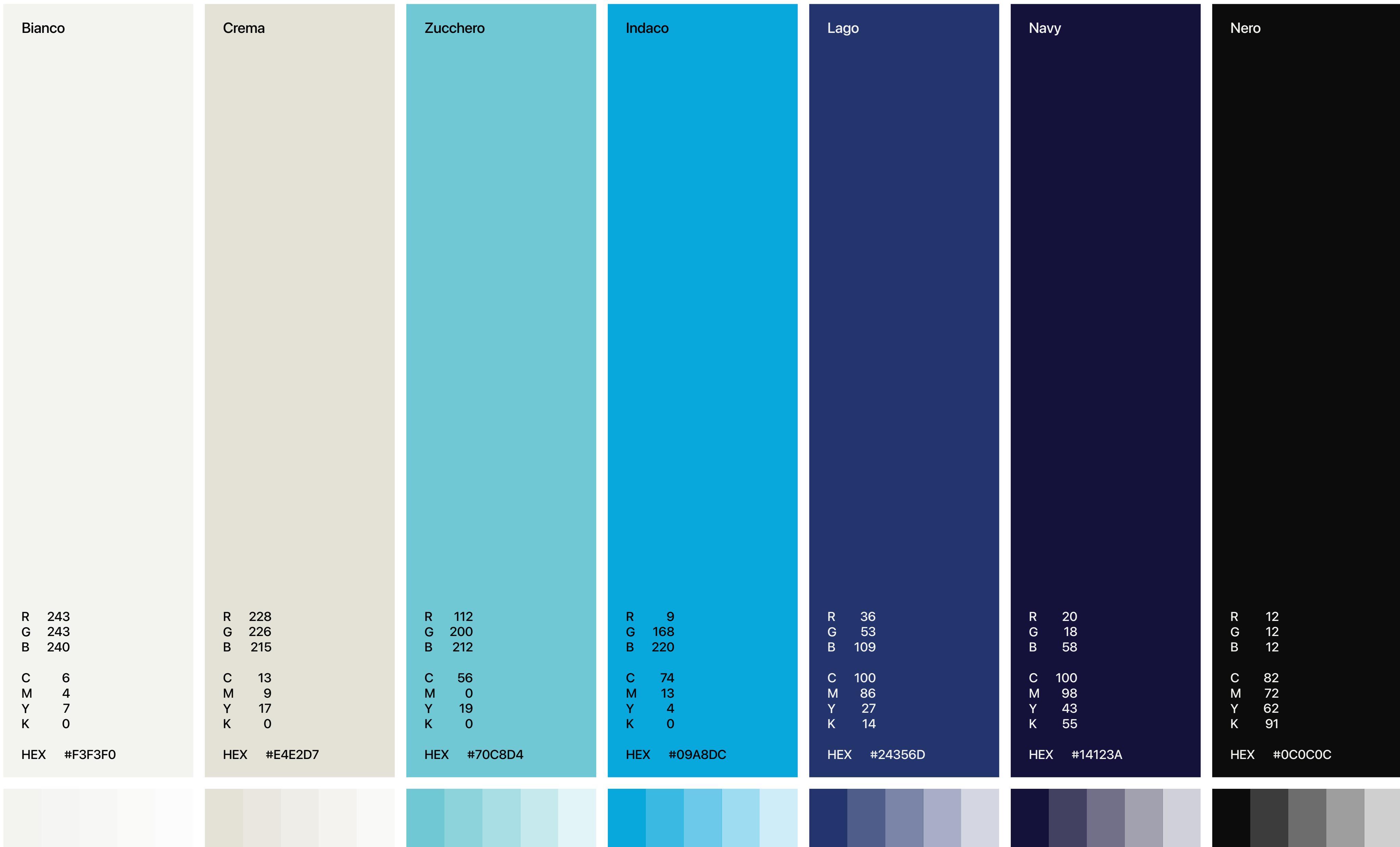
Colori

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.



Colori

→ Palette primaria

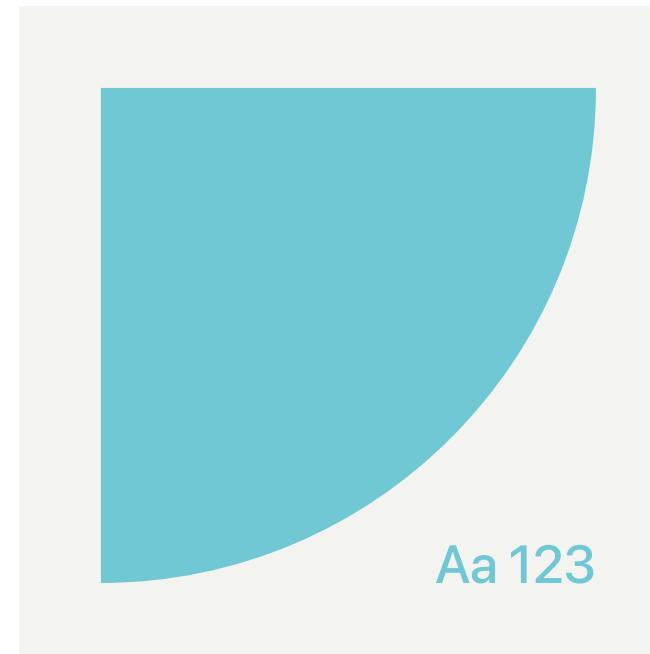
Abbinamenti

Logo e colori

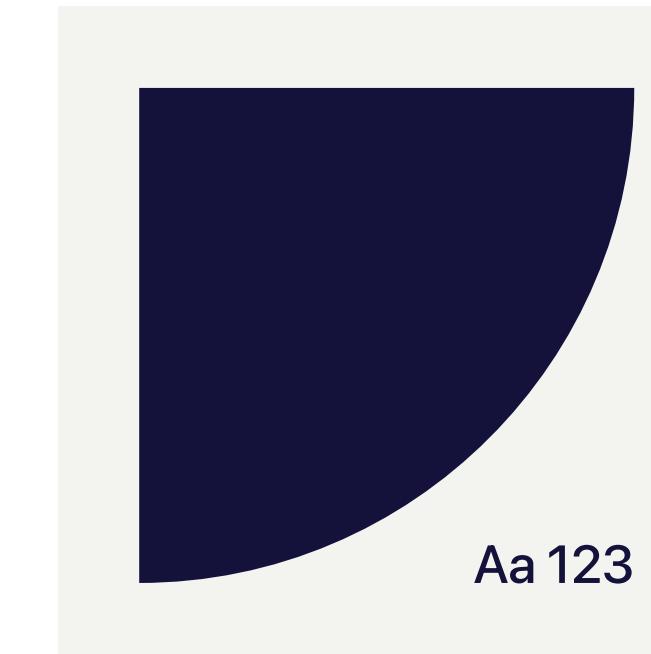
100% 80% 60% 40% 20%

3.2 Abbinamenti

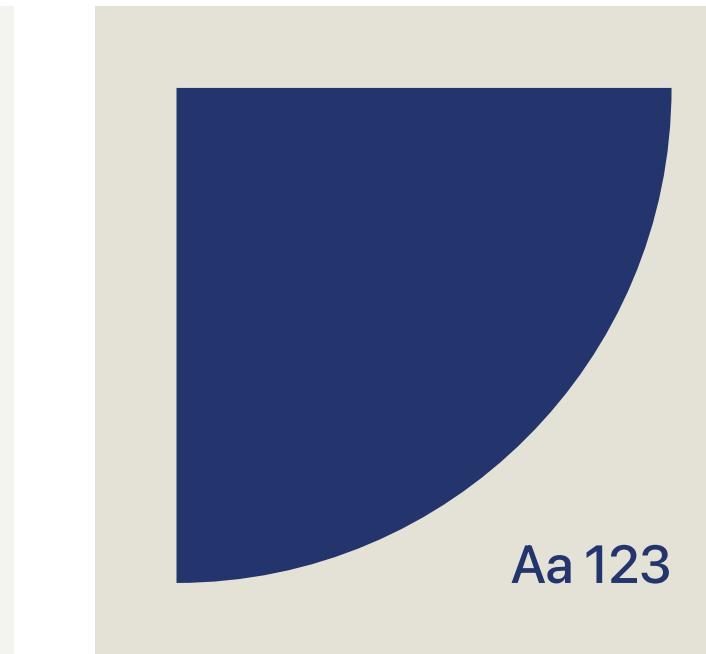
Abbinamenti di colore da mantenere nelle applicazioni del brand. La scelta mira ad avere sempre coerenza nell'immagine del marchio, mantenendo chiara a livello visivo la sua estetica.



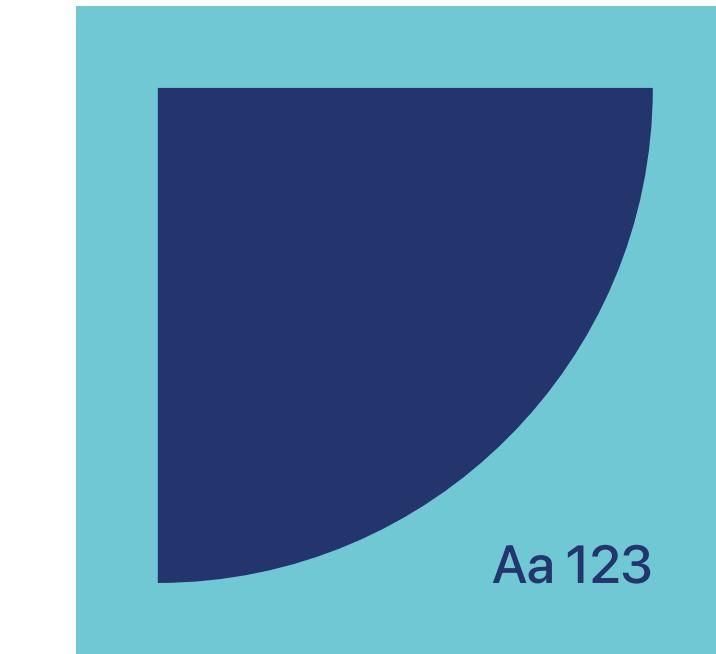
Bianco + Zucchero



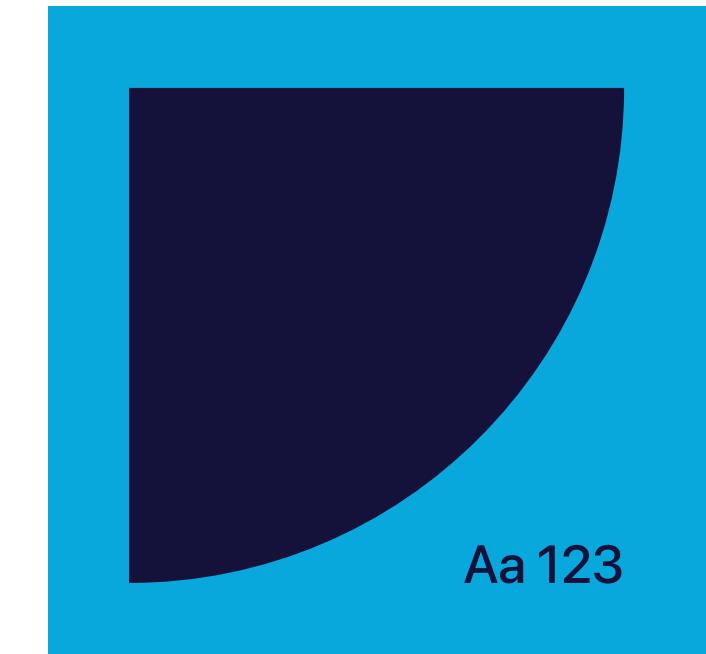
Bianco + Navy



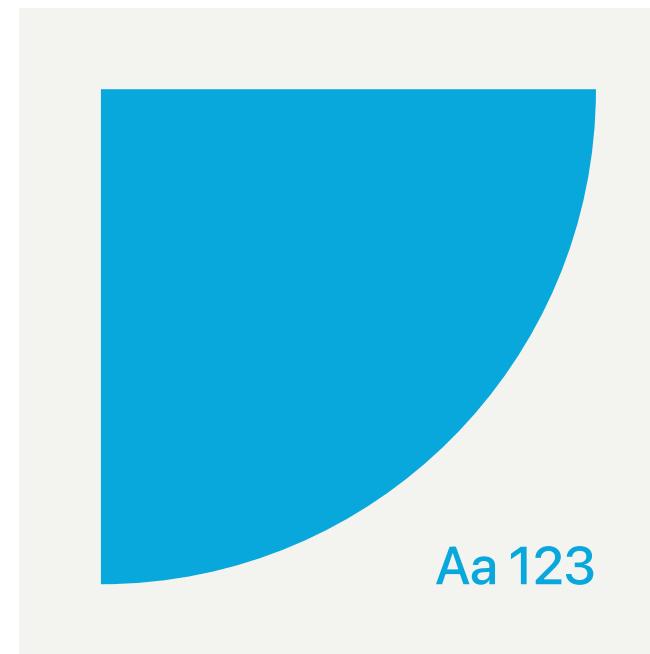
Crema + Lago



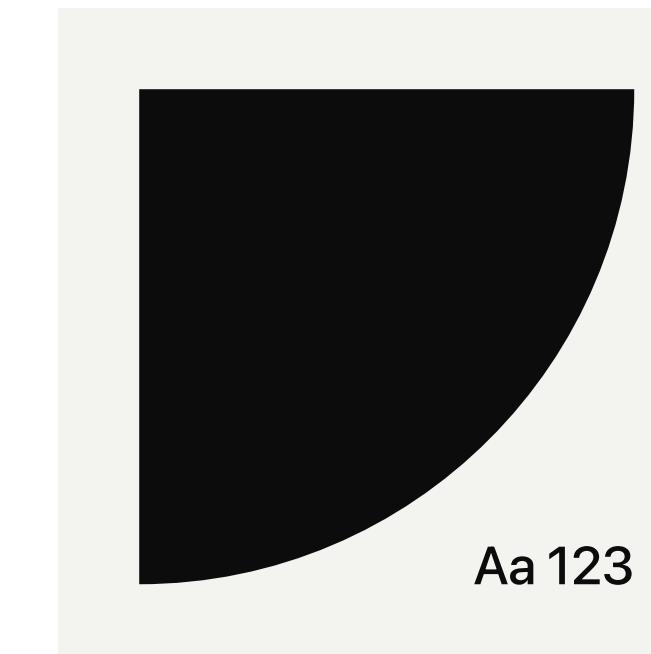
Zucchero + Lago



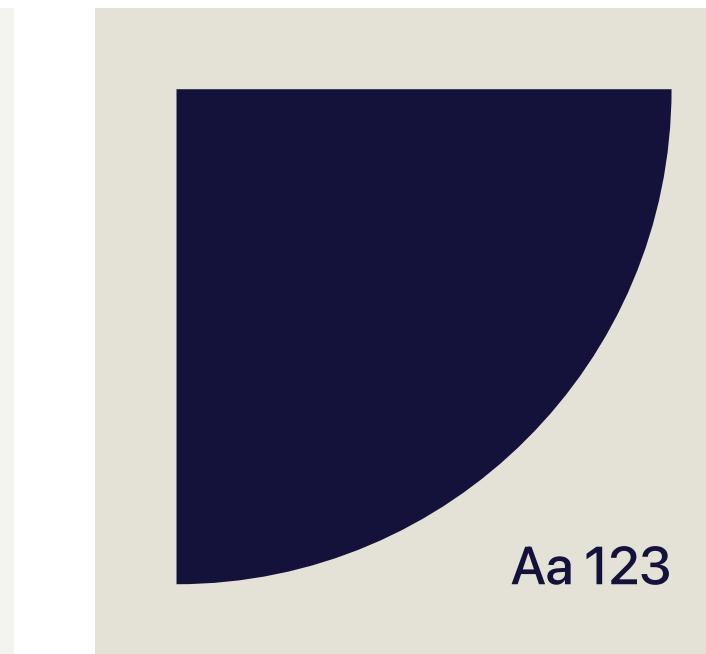
Indaco + Navy



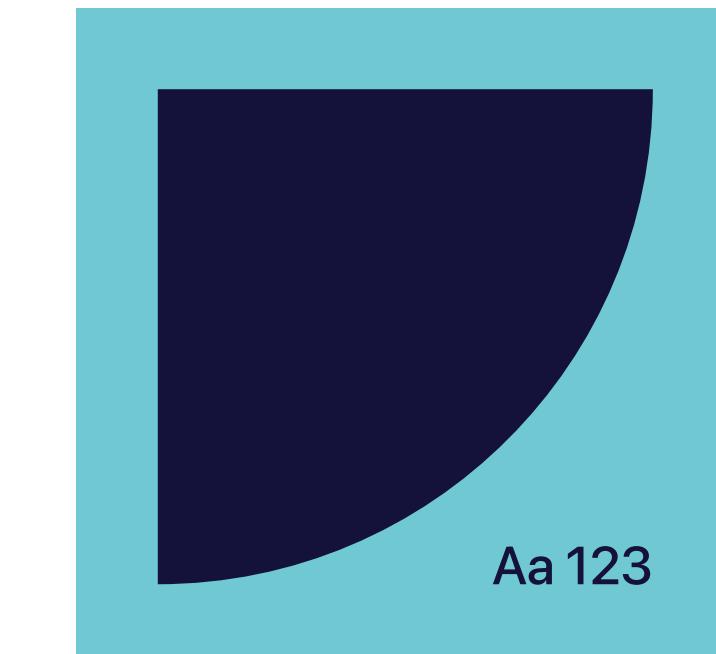
Bianco + Indaco



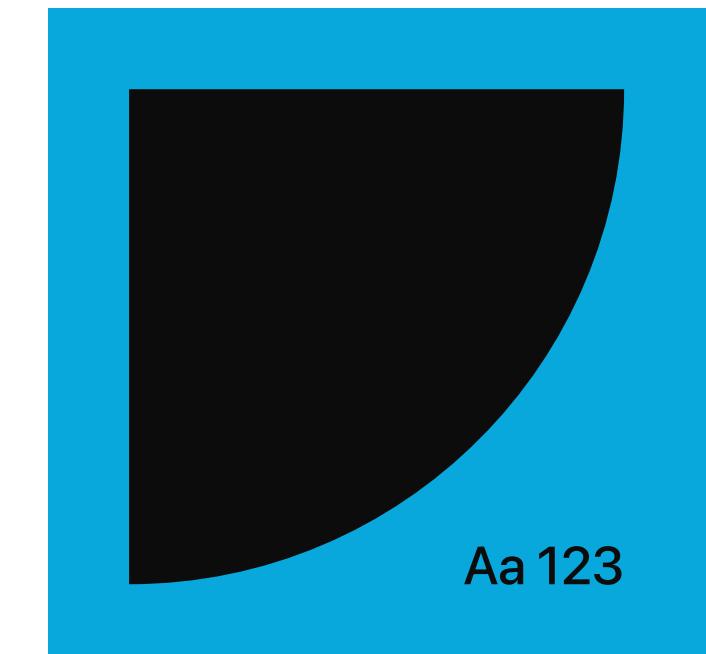
Bianco + Nero



Crema + Navy



Zucchero + Navy



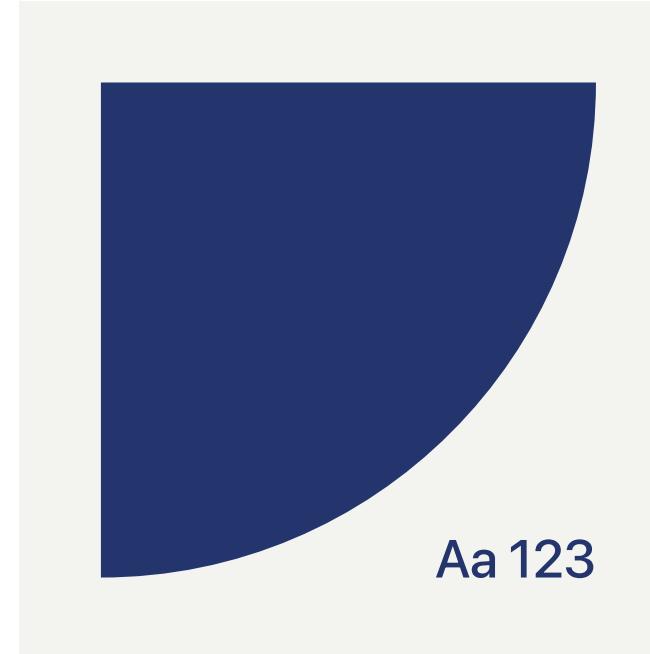
Indaco + Nero

Colori

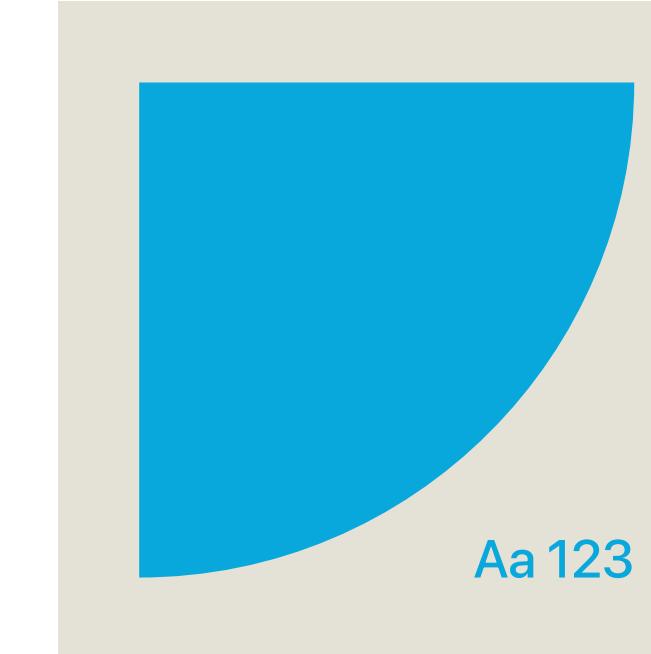
Palette primaria

→ **Abbinamenti**

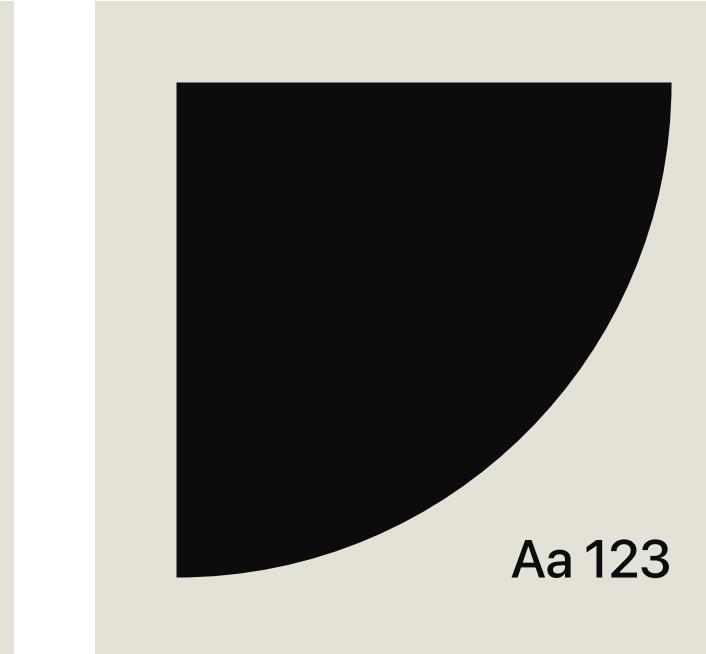
Logo e colori



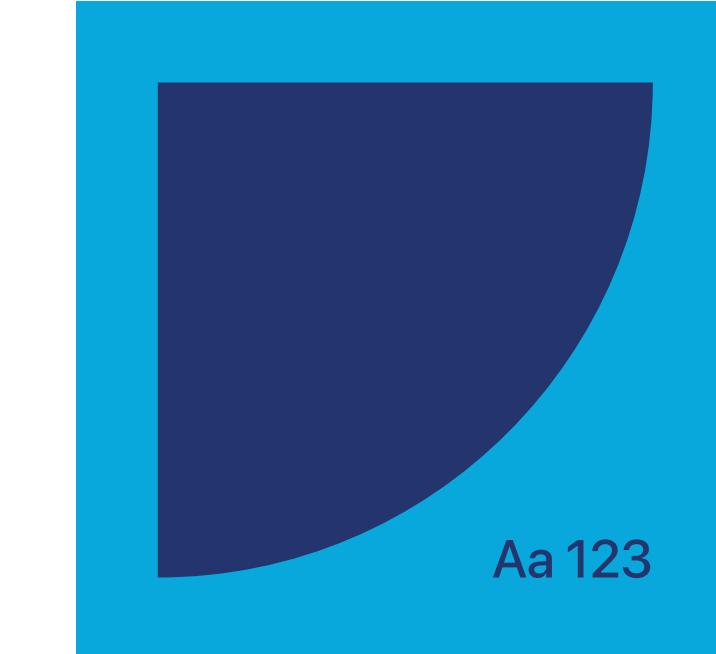
Bianco + Lago



Crema + Indaco



Crema + Nero



Indaco + Lago

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 perseguito 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

Tipografia

→ **Font**

Utilizzo e gerarchia

SF Pro Display Light

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
!@#%*&+

SF Pro Display Regular

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
!@#%*&+

SF Pro Display Medium

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
!@#%*&+

SF Pro Display Semibold

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
!@#%*&+

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

0123456789
!@#%*&+

Aa Bb Cc Dd Ee

Tipografia

→ Font

Utilizzo e gerarchia

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

@	#	&	%	€	!
?	+	=	*		

Tipografia

→ **Font**

Utilizzo e gerarchia

La tua salute, al centro.

TITOLO 1

SF Pro Display Light

Il punto di riferimento per le tue cure.

TITOLO 2

SF Pro Display Regular

Prodotti e servizi mirati al benessere umano e animale.

SOTTOTITOLO

SF Pro Display Bold

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

PARAGRAFO

SF Pro Display Regular

[Scopri di più](#)

PULSANTI

SF 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.



Ecosistema

Concept

→ [Palette colori estesa](#)

Loghi e colori

Utilizzo ecosistema

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.



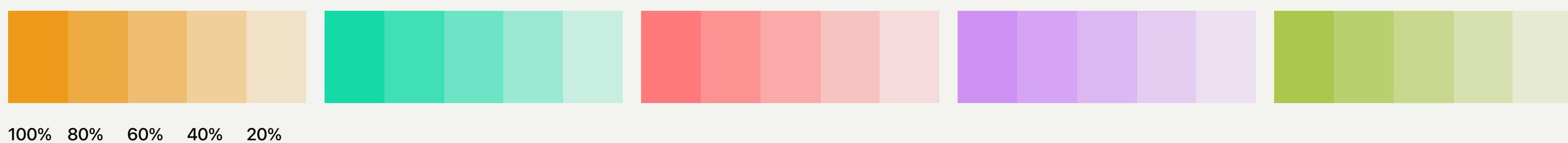
La palette colori estesa, è stata studiata attorno alle cinque aree sopra citate. Qual'ora vi si presenterà la necessità di estendere le discipline proposte, verranno studiati colori adatti per meglio rappresentare i servizi.

Ecosistema

Concept
→ Palette colori estesa

Loghi e colori

Utilizzo ecosistema



Un sistema modulare ed espandibile

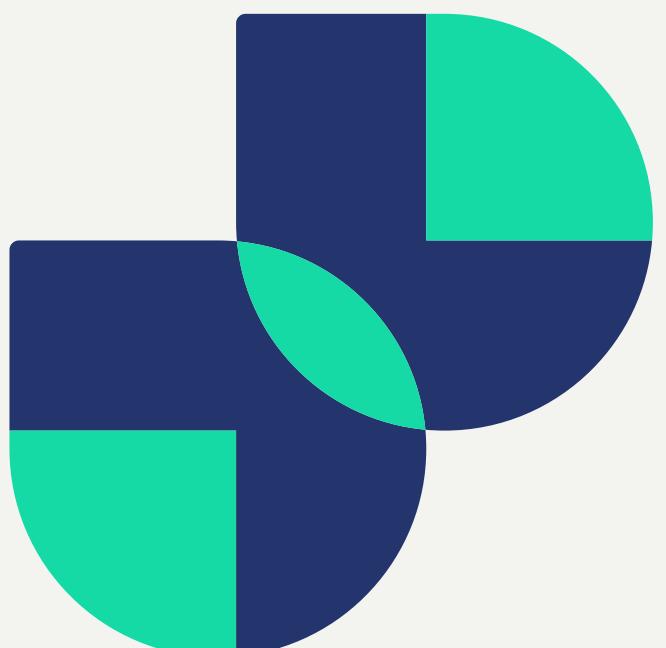
Per rendere le varianti di logo il più coerenti possibili con il logo principale, **il sistema visivo dell'ecosistema si basa sull'esclusivo cambio di colore degli elementi indaco**. Questo consente di avere un sistema di elementi molto legati tra loro senza eccessive complicazioni.

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

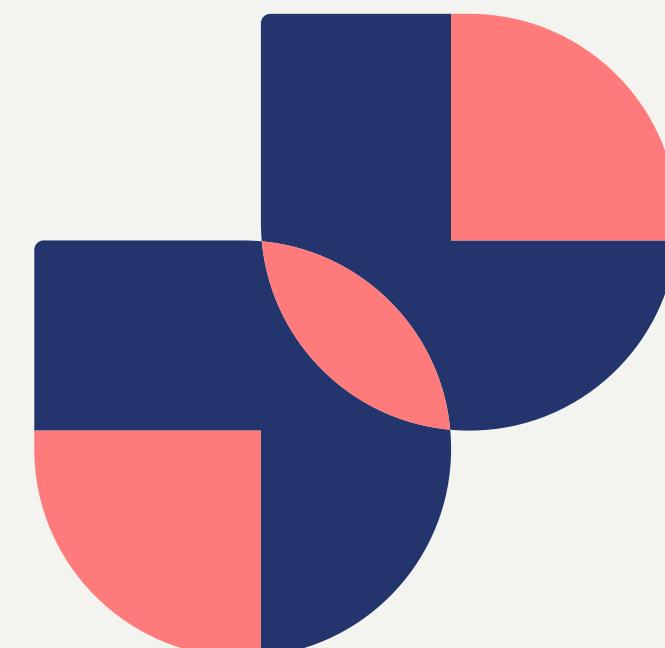
Osteopatia



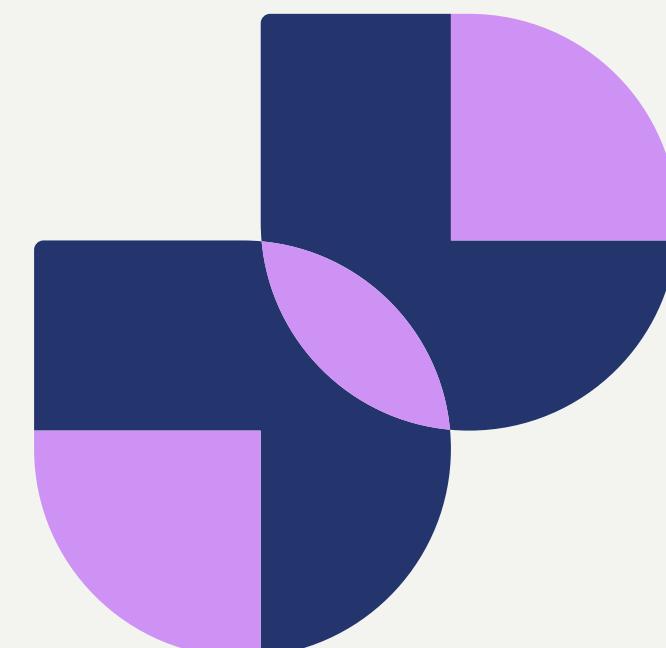
Oftalmologia



Fisioterapia



Estetica



Veterinaria

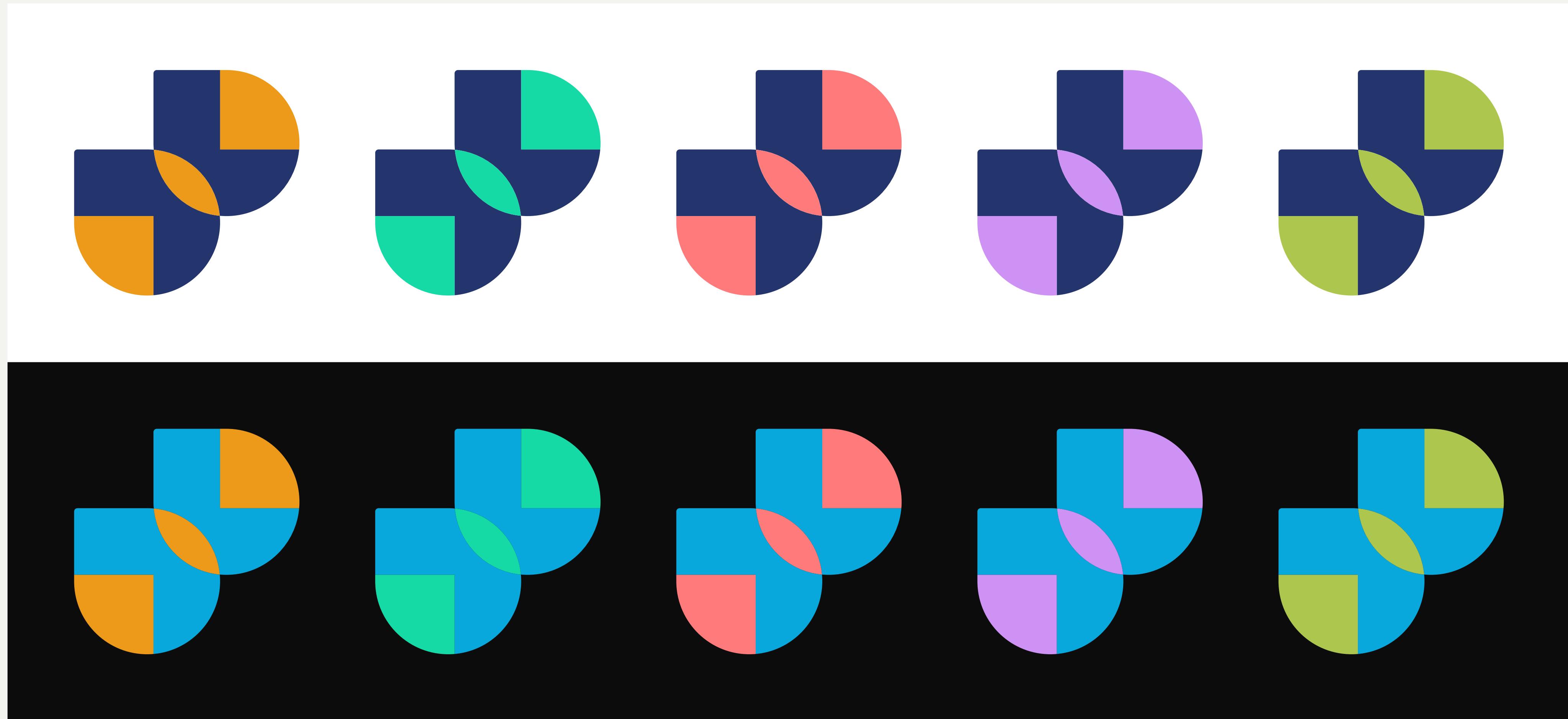


Ecosistema

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

Per mantenere armonia e valori, si suggerisce di non utilizzare il logo su sfondo scuro.

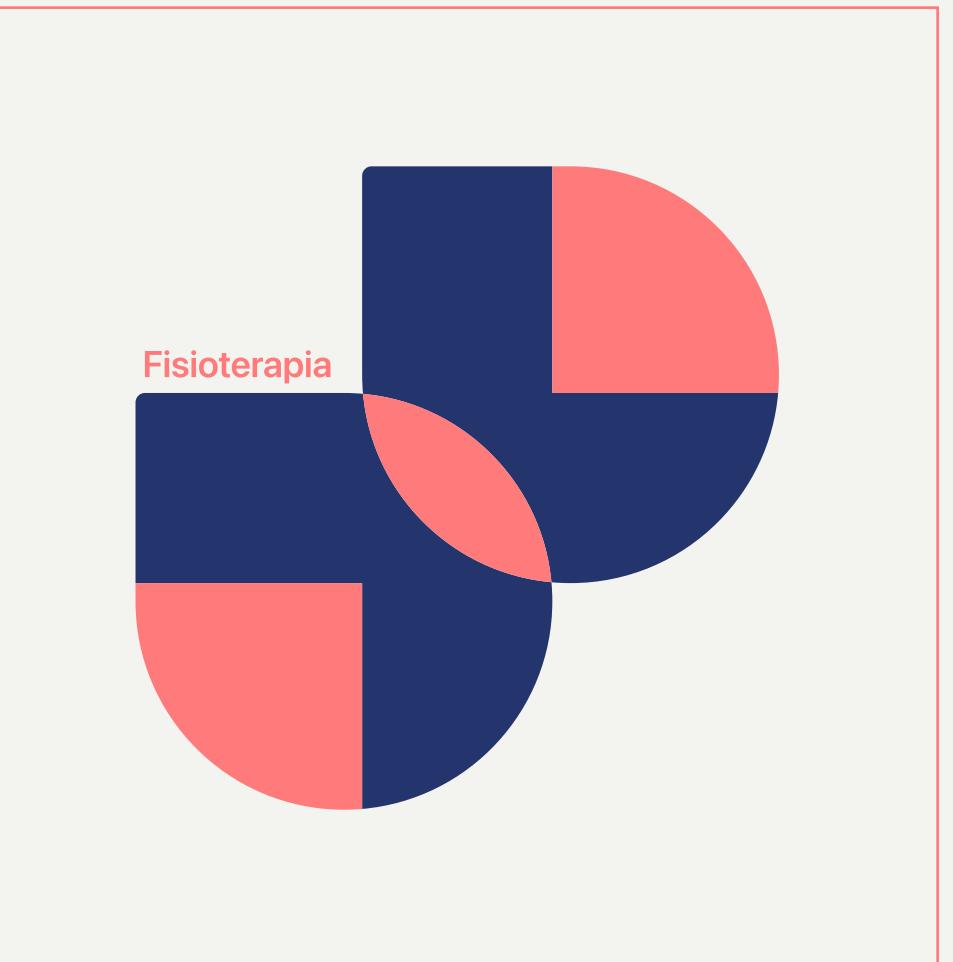
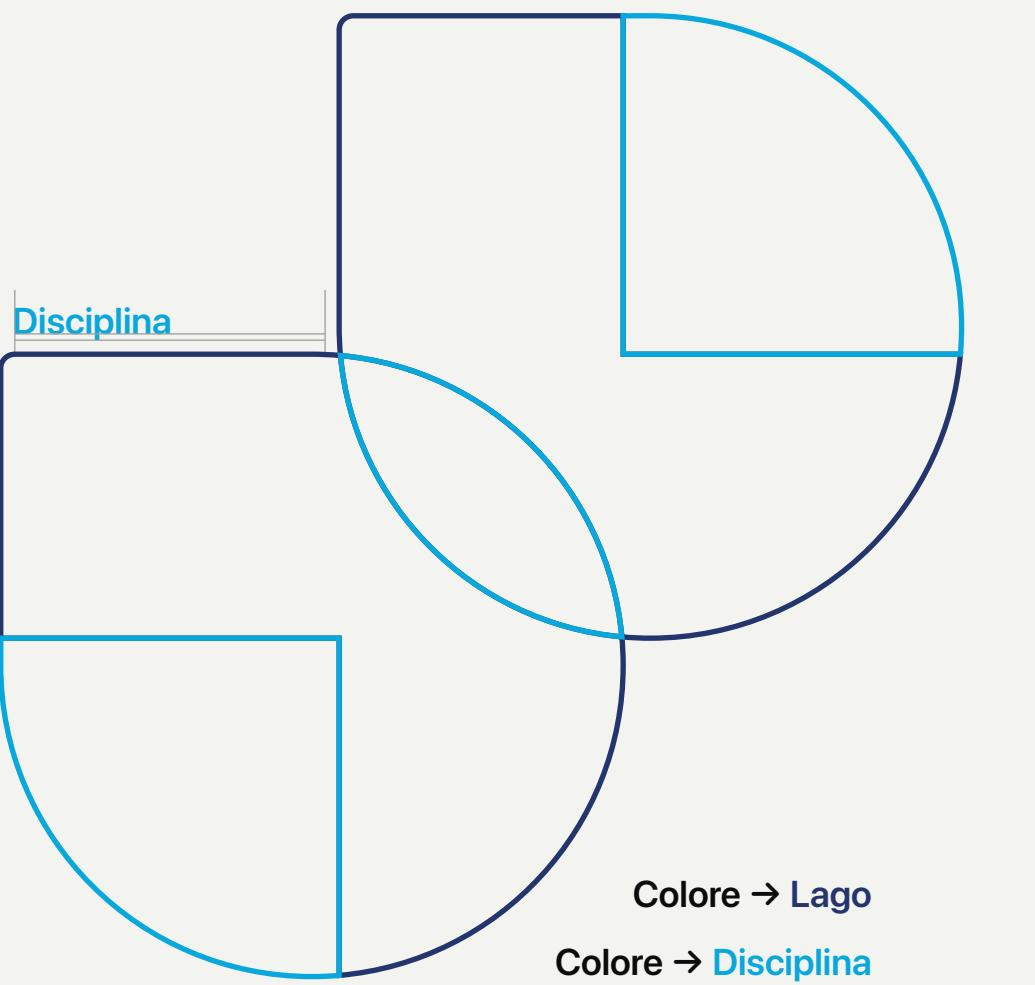
Se ciò fosse necessario bisogna sostituire il colore della croce da **Blu Lago** a **Indaco**.



Ecosistema

Concept
Palette colori estesa
Loghi e colori
→ Utilizzo ecosistema

Da utilizzare per grandi applicazioni.



Ecosistema

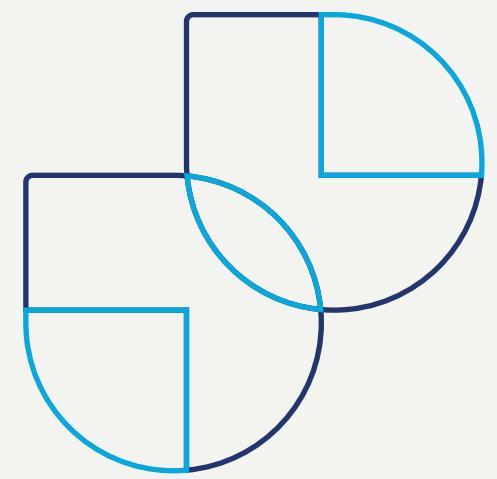
Concept

Palette colori estesa

Loghi e colori

→ Utilizzo ecosistema

Da utilizzare per piccole applicazioni.



Ecosistema

Concept
Pallete colori estesa
Loghi e colori
→ Utilizzo ecosistema

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

6.2 Sacchetto

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

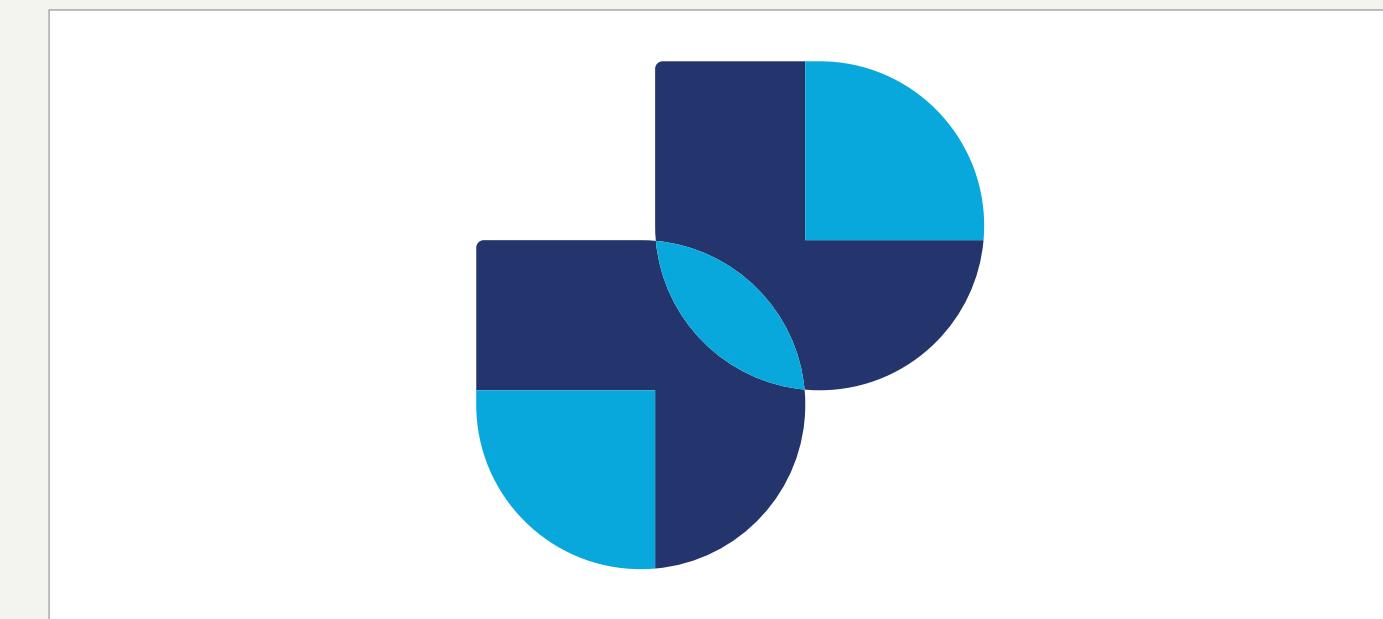
Di seguito troverai le informazioni riguardanti i file presentati e le modalità per ottenerli.

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)

Documentazione

→ [Nomi dei file](#)

[Scaricare i file](#)

[Supporto](#)

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>

Documentazione

Nomi dei file

→ [Scaricare i file](#)

Supporto

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

Documentazione

Nomi dei file
Scaricare i file
→ **Supporto**

Farmacia dei Laghi

