

ELEMENTI DI BASE

CORPORATE DESIGN



Necessità di una guida per il Corporate Design

Il corporate design (CD) incarna l'identità del nostro marchio. Garantisce il riconoscimento e influenza il modo in cui la nostra azienda viene percepita esternamente. La cura che dedichiamo ai nostri prodotti e servizi dovrebbe riflettersi anche nella nostra presentazione esterna. Pertanto è essenziale rispettare i requisiti del CD.

Ciò include, tra le altre cose, la progettazione del logo, l'uso del font aziendale e la definizione della combinazione di colori.

Le linee guida stabilite nella presente guida sono vincolanti per tutti i dipendenti proWIN e per le organizzazioni di vendita proWIN e sono generalmente valide per ogni presenza (interna o esterna).

Per qualsiasi domanda sull'uso del corporate design, non esitate a contattarci direttamente.

Saremo lieti di aiutarvi.

Contatti diretti:

Stefan Margenfeld

Responsabile Marketing e Comunicazione

E-Mail: stefan.margenfeld@prowin.net

Peter Kerkrath

Gestione dell'agenzia

E-Mail: peter.kerkrath@prowin.net

Andrea Dechange

Creative Director

E-Mail: andrea.dechange@prowin.net

Il logo proWIN è composto da tre elementi che non devono essere separati quando vengono utilizzati come logo:

1. **Tratto proWIN**
2. **Tratto international**
3. **Pittogramma**

Il simbolo del fiore è un marchio distintivo, facilmente riconoscibile e molto facile da ricordare.

Se il pittogramma viene utilizzato puramente come elemento di design, può essere utilizzato anche separatamente dalle lettere.



L'autenticità del colore è un pre-requisito fondamentale per un aspetto uniforme e duraturo

Per garantire che i colori appaiano sempre il più fedeli possibile all'originale, si prega di specificare sempre i numeri dei colori qui indicati nelle specifiche di stampa.

I diversi sistemi di colori (scala CMYK, Pantone) possono essere combinati tra loro.

Il logo deve essere sempre visualizzato a colori, utilizzando i valori di colore specificati.



CMYK C 78 / M 64 / Y 53 / K 44
Pantone 432 C
RGB R 57 / G 64 / B 73
Hex #383f48



CMYK C 71 / M 6 / Y 0 / K 0
Pantone 298 C
RGB R 23 / G 179 / B 231
Hex #19b4e9



CMYK C 77 / M 29 / Y 0 / K 0
Pantone Hexachrome ciano C
RGB R 31 / G 146 / B 209
Hex #2492d1



CMYK C 0 / M 41 / Y 95 / K 0
Pantone 137 C
RGB R 247 / G 164 / B 11
Hex #f7a412



CMYK C 85 / M 15 / Y 96 / K 2
Pantone 347 C
RGB R 20 / G 146 / B 65
Hex #0d9240



CMYK C 70 / M 0 / Y 87 / K 0
Pantone 361 C
RGB R 75 / G 176 / B 77
Hex #4cb04d

È preferibile utilizzare il logo colorato.



È disponibile una versione separata
del logo per gli sfondi scuri.

In casi particolari il logo può essere utilizzato in scala di grigi.



Alcune applicazioni di stampa in bianco e nero richiedono una versione monocromatica. A seconda dello sfondo, è disponibile una versione a colori in bianco e nero. Si prega di richiedere queste versioni separatamente all'indirizzo agentur@prowin.net.



Non sono ammessi altri colori!

Lo spazio protettivo definisce la distanza minima che gli altri elementi grafici e i font devono mantenere dal logo. Il logo e lo spazio protettivo cambiano proporzionalmente alle dimensioni del supporto.

Lo spazio protettivo minimo su tutti i lati è formato dall'altezza definita delle lettere del marchio denominativo (x).

In genere, lo spazio protettivo attorno al logo dovrebbe essere il più ampio possibile, in modo che l'effetto visivo non venga compromesso da altri elementi.



1.5. POSIZIONAMENTO DEL LOGO

Il logo può essere ridimensionato solo proporzionalmente. A causa della sua importanza, se possibile, il logo dovrebbe essere posizionato nell'angolo in alto a destra di una superficie. (tenendo conto dello spazio protettivo, vedere 1.3.)



Solo utilizzando il logo correttamente possiamo garantire un effetto ottimale.

Le proporzioni e la proporzionalità del logo non possono essere modificate.

Non sono ammessi:

- Distorsioni o compressioni
- Il marchio denominativo è un font appositamente costruito e non può essere inserito in altri font.
- Cambiamenti di colore
- Modifiche ai componenti del logo
- Il posizionamento dei componenti del logo non deve essere modificato.
- Nelle versioni monocolore bisogna tenere conto dell'incavo nel "fiore".
- Non sono consentiti effetti (come ombre portate o rilievi).

Possono essere utilizzati solo i modelli originali. Essi sono disponibili su <http://www.prowin.net/cms/pressebox.htm>



I tre loghi delle gamme proWIN sono composti ciascuno dal grigio scuro del logo standard e dal colore corrispondente della gamma.



CMYK C 70 / M 0 / Y 87 / K 0
Pantone 361 C
 RGB R 79 / G 175 / B 77
 Hex #4faf4d

CMYK C 78 / M 64 / Y 53 / K 44
Pantone 432 C
 RGB R 56 / G 63 / B 72
 Hex #383f48

CMYK C 88 / M 55 / Y 15 / K 2
Pantone 7462 C
 RGB R 15 / G 102 / B 158
 Hex #15679d



CMYK C 0 / M 45 / Y 100 / K 0
Pantone 137 C
 RGB R 226 / G 165 / B 40
 Hex #f7a412

CMYK C 78 / M 64 / Y 53 / K 44
Pantone 432 C
 RGB R 56 / G 63 / B 72
 Hex #383f48



CMYK C 30 / M 56 / Y 100 / K 37
Pantone 1395 C
 RGB R 137 / G 91 / B 18
 Hex #895b11

CMYK C 78 / M 64 / Y 53 / K 44
Pantone 432 C
 RGB R 56 / G 63 / B 72
 Hex #383f48

In casi eccezionali sono ammesse anche versioni speciali dei loghi delle gamme.



Logo symbiontische Reinigung nero

Utilizzare solo per la stampa in bianco e nero!

Logo symbiontische Reinigung negativo (bianco) e parzialmente negativo Utilizzare solo se ci sono problemi di contrasto su uno sfondo scuro!



Logo new wellness nero

Utilizzare solo per la stampa in bianco e nero!

Logo new wellness negativo (bianco) e parzialmente negativo Da utilizzare solo se ci sono problemi di contrasto su uno sfondo scuro!



Logo best friends nero

Utilizzare solo per la stampa in bianco e nero!

Logo best friends negativo (bianco) e parzialmente negativo

Da utilizzare solo se ci sono problemi di contrasto su uno sfondo scuro!

TUTTI gli altri utilizzi del logo proWIN international o dei loghi delle divisioni sono vietati o richiedono l'espressa autorizzazione di proWIN Winter GmbH!

Il logo proWIN pro nature simboleggia il nostro impegno nella tutela attiva della natura e dell'ambiente.



Per garantirne una buona leggibilità, il logo può essere utilizzato solo con una larghezza minima di 25 mm.



min. 25mm

Il logo deve essere sempre visualizzato a colori, utilizzando i valori di colore specificati.

CMYK	C 78 / M 64 / Y 53 / K 44
Pantone	432 C
RGB	R 56 / G 63 / B 72
Hex	#383f48

CMYK	C 62 / M 12 / Y 84 / K 0
Pantone	7489 C
RGB	R 114 / G 169 / B 79
Hex	#4aa055

È preferibile utilizzare il logo colorato.



In casi particolari il logo può essere utilizzato in scala di grigi.



Alcune applicazioni di stampa in bianco e nero richiedono una versione monocromatica. A seconda dello sfondo, è disponibile una versione completamente in bianco e nero.



Logo proWIN pro nature nero

Utilizzare solo per la stampa in bianco e nero!



Logo proWIN pro nature negativo (bianco)

Da utilizzare solo se ci sono problemi di contrasto su uno sfondo scuro!

Non sono ammessi altri colori!

Il logo della proWIN Akademie è composto dal grigio scuro del logo standard e da un grigio caldo.



CMYK C 0 / M 15 / Y 15 / K 60
Pantone warm gray 9 C
RGB R 132 / G 121 / B 115
Hex #847973



CMYK C 78 / M 64 / Y 53 / K 44
Pantone 432 C
RGB R 56 / G 63 / B 72
Hex #383f48

È preferibile utilizzare il logo colorato.



È disponibile una versione separata del logo per gli sfondi scuri.



Logo proWIN Akademie

Utilizzare solo per la stampa in bianco e nero!

Logo proWIN Akademie (bianco)

Da utilizzare solo se ci sono problemi di contrasto su uno sfondo scuro!

La scrittura è linguaggio visibile e una parte importante dell'apparenza.

Svolge un ruolo fondamentale nel definire il corporate design di ogni pubblicazione proWIN.

I requisiti per la scrittura sono diversi:

Ottima leggibilità in tutte le dimensioni dei caratteri con diverse quantità di testo, nonché tipografia ad alto contrasto ed espressiva per un'ampia gamma di progetti, dalle brochure ai materiali pubblicitari.

proWIN utilizza un font serif e un font sans serif per la comunicazione.

Il font sans serif ufficiale nell'area di stampa di proWIN è DIN Next LT Pro.

Applicazione di DIN Next LT Pro:

- titolo / sottotitolo / conferimenti
- testi a effetto
- font di testo in livelli di testo sorprendenti e in testi lunghi per applicazioni professionali (ad esempio riviste, volantini, documenti aziendali)

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

DIN Next LT Pro Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

DIN Next LT Pro Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

DIN Next LT Pro Black

Il font sans serif ufficiale di proWIN nell'area delle applicazioni web e dei siti web è Roboto

Applicazione del Roboto:

- Titolo/sottotitolo nelle applicazioni web e nelle pagine web
- Testi di massa nelle applicazioni web e nei siti web

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Roboto Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Roboto Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

1234567890

Roboto Black

Le uniche alternative accettabili sono Helvetica o Arial come font sans serif e Times New Roman o Times come font serif.

font della casa	Possibili font sostitutivi
DIN Next LT Pro	Arial oppure Helvetica

Di seguito sono elencati gli usi consentiti e gli stili dei caratteri.



AVVISI DI LICENZA PER USO PERSONALE:

È opportuno notare che tutti i font, quando utilizzati a fini commerciali, sono generalmente soggetti a licenza. Se si utilizza personalmente il font, è necessario acquistare separatamente le licenze appropriate per ciascun font.

Se proWIN mette a disposizione materiale pubblicitario a livello internazionale, non è più necessario richiedere una licenza. Il font Din Next LT Pro richiede una licenza specifica da Monotype.

Esiste un'eccezione nel settore delle applicazioni web e dei siti web:

Il font Roboto è un Google Font gratuito e può essere utilizzato da chiunque gratuitamente.

Come lavoratore autonomo nel settore delle vendite dirette, viaggi molto. La pubblicità sui media in movimento è considerata uno dei metodi pubblicitari più efficaci.

Ci sono alcune cose da considerare a questo proposito. Qui puoi vedere l'etichetta standard, che è quella preferita. Deve sempre esserci un contrasto con il colore dell'auto. Anche in questo caso, i loghi non possono essere modificati, riorganizzati o modificati nella loro combinazione di colori.



Devono essere utilizzati i seguenti componenti. È necessario creare un contrasto sufficiente con il colore del veicolo.

Logo con indirizzo web.



La vendita diretta pulita!

*La vendita
diretta pulita!*

Scritta personalizzata sul lunotto posteriore. Poiché i lunotti posteriori traslucidi appaiono scuri, per le scritte si consiglia un colore chiaro, come il bianco o l'argento.

proWIN consulenza e vendita
Mario Rossi
Tel. 099 88 / 77 66 55
m.rossi@online.it

6.3 COLORI

Per i toni del grigio e dell'azzurro è possibile utilizzare i colori Orafol.

Per il fiore si consiglia la stampa con il modello a quattro colori CMYK (vedere pagina 4). Per i veicoli scuri è opportuno scegliere una scritta monocolore. In caso di dubbi, contattare il reparto grafico di proWIN.



Orafol 720 komatsu grigio



Orafol 053 azzurro chiaro