

Gennaio 2019

Visual Guidelines

Manuale operativo di Immagine Coordinata

ufirst

I valori attraverso l'immagine

L'identità di un'azienda si costruisce attraverso i **principi** e i valori a cui essa si **ispira**.
Tale identificazione viene espressa da un'immagine chiara e caratterizzante.

Il presente manuale racchiude tutte le regole necessarie all'utilizzo, nel miglior modo possibile e in piena coerenza, degli elementi di immagine coordinata creati per **ufirst**, in modo che lo stile e l'identità visiva adottata riflettano la strategia e ne esprimano appieno i valori su cui si fonda l'azienda.



Semplicità e Dinamismo:
il Design si concentra
sugli elementi essenziali.

Indice

01. Logotipo

- 1.1 Il logo
- 1.2 Dimensioni minime
- 1.3 Area di rispetto
- 1.4 Utilizzi impropri

02. Colori

- 2.1 Il gradiente
- 2.2 Colori primari
- 2.3 Colori secondari
- 2.4 Grigi di supporto

03. Tipografia

- 3.1 Font Corporate
- 3.2 Font secondaria
- 3.3 Typeface

04. Immagine

- 4.1 Introduzione
- 4.2 Immagine coordinata
- 4.3 Illustrazioni
- 4.4 Foto
- 4.5 Icone
- 4.6 Lettera
- 4.7 Carta intestata
- 4.8 Biglietto da visita
- 4.9 Busta per lettera
- 4.10 Firma e-mail
- 4.11 Presentazioni
- 4.12 Applicazioni

01. Logotipo

Il logo

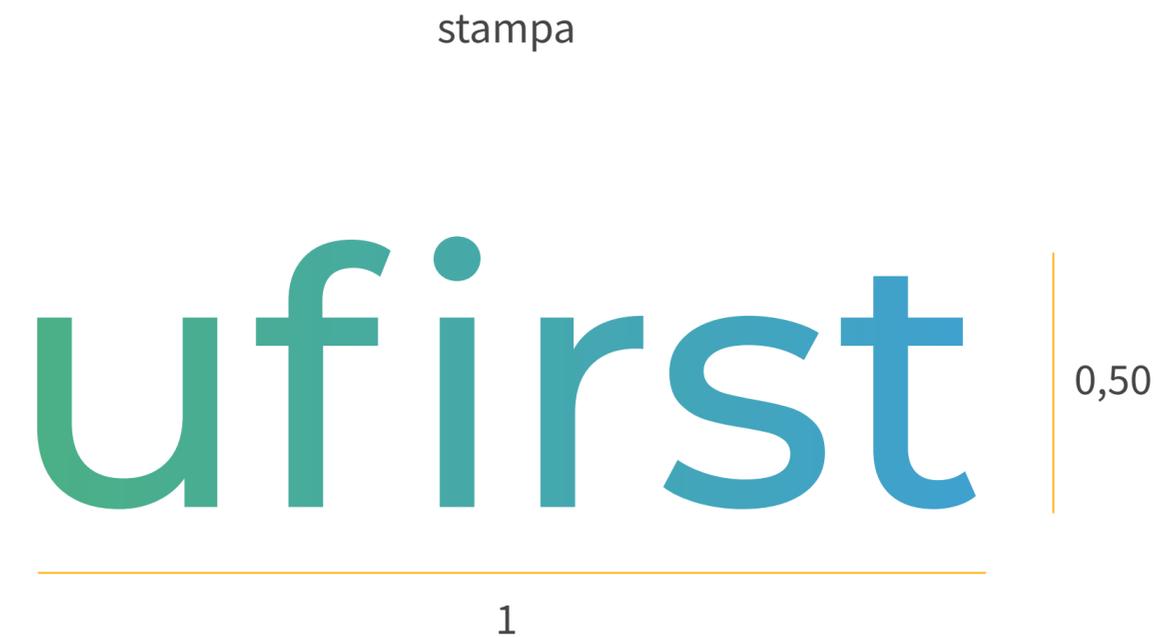
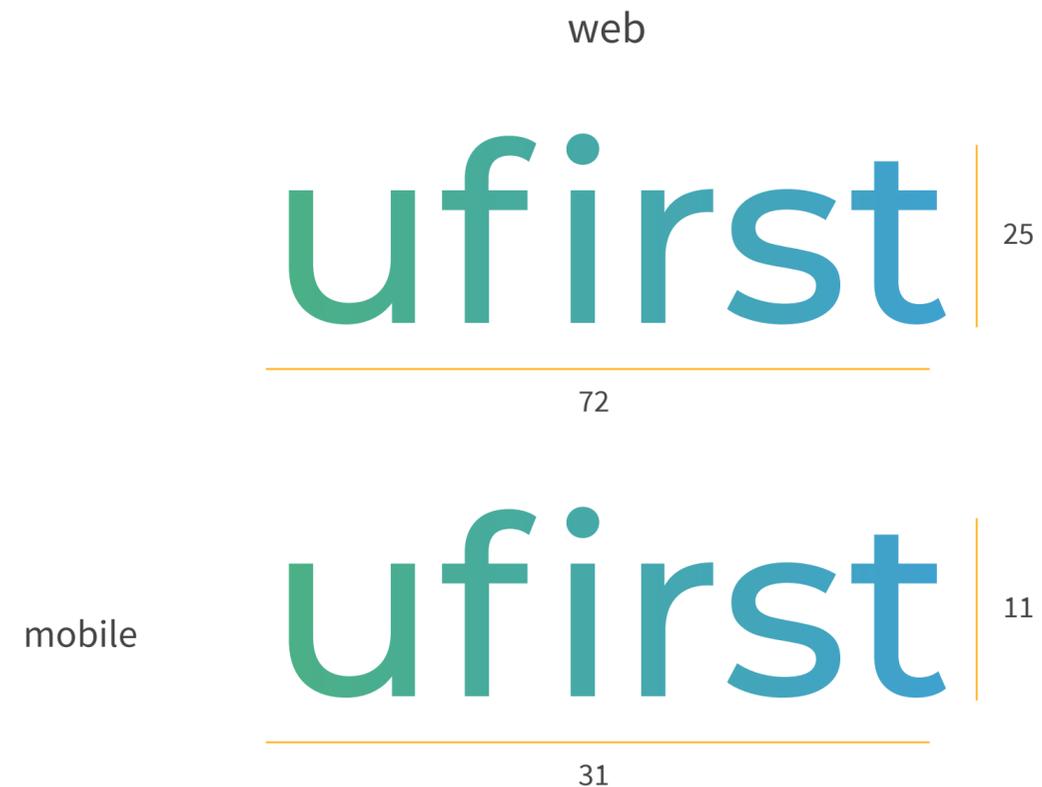
Costruito su linee semplici ispirate al Montserrat, il logo si rende subito **visibile** e **leggibile**. L'accostamento tra la morbidezza della font e il gradiente dai colori verde/azzurro trasmettono immediatamente tranquillità e serenità, ma anche dinamismo e continuità.

Nella versione bianco/nero e negativa il logo resta ben visibile e riconoscibile, in caso di necessità il gradiente può essere riportato in scala di grigi utilizzando il colore “Mid Grey” al 100% e 80% (vedi pagina “grigi di supporto” nel capitolo “Colori”).

The word "ufirst" is displayed in a sans-serif font with a horizontal gradient from light green on the left to light blue on the right.The word "ufirst" is displayed in a bold, black, sans-serif font.The word "ufirst" is displayed in a white, sans-serif font centered within a solid black rectangular background.The word "ufirst" is displayed in a light grey, sans-serif font.

Dimensioni minime

Essendo un logo dalle linee semplici, la leggibilità è alta anche a **piccole dimensioni**. Di seguito sono riportati i valori per web (in px) e stampa (cm). È preferibile evitare il posizionamento a sinistra.



Area di rispetto

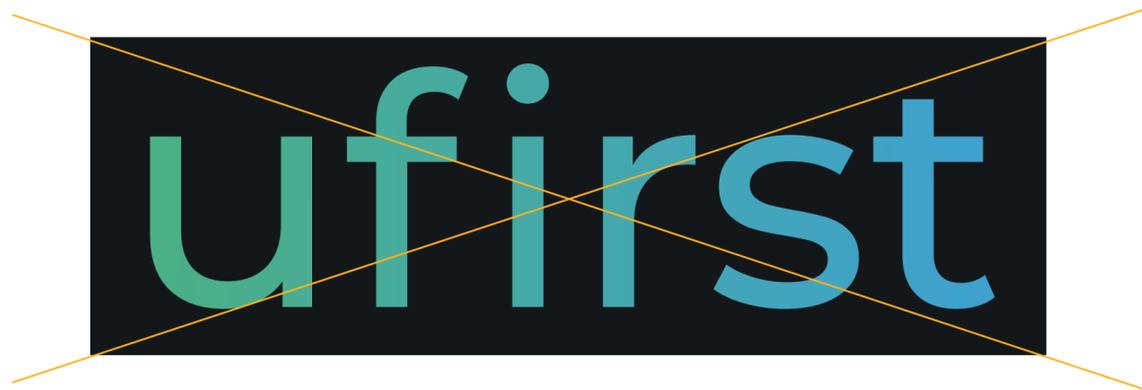
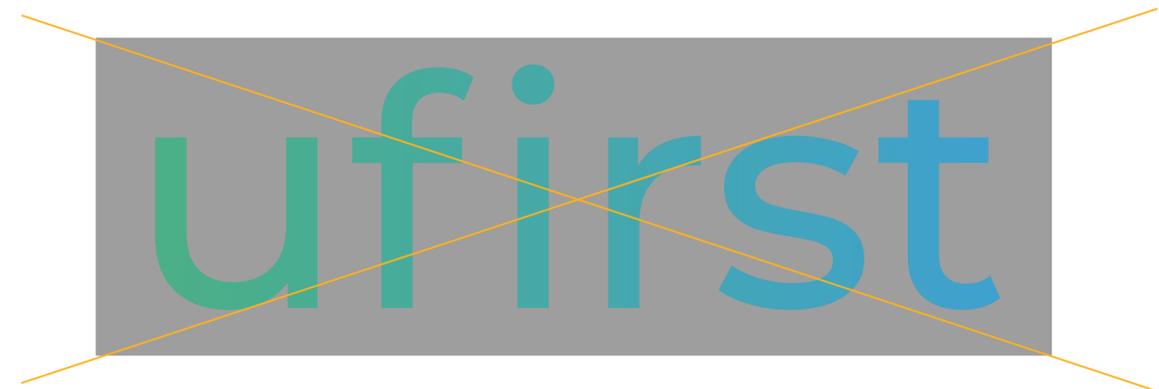
L'area di rispetto si ottiene dalla larghezza della lettera “u” e dall'altezza del rettangolo che circonda il logo.



Utilizzi impropri

Non disporre il logo con gradiente su sfondi colorati più scuri del “Dirty White”(vedi pagina “grigi di supporto” nel capitolo “Colori”).

Non distorcere il logo, scalare sempre in proporzione.



02. Colori

Il Gradiente

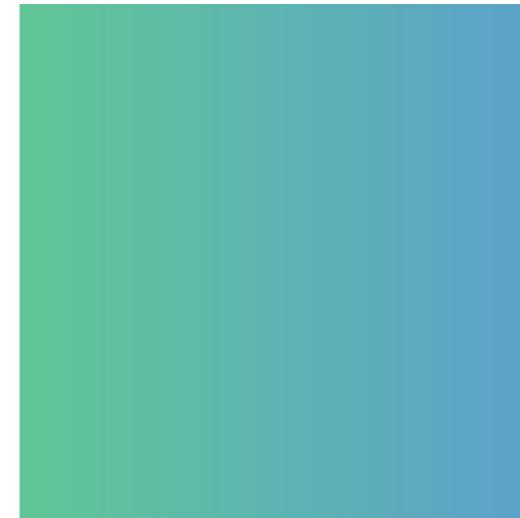
L'identità di **ufirst** viene espressa attraverso l'uso del **gradiente**, che permette al brand di esprimersi al meglio, trasmettendo calore ed emozionalità grazie alla brillantezza dei colori.

Partendo dai colori **Corporate** è possibile costruire il **gradiente ufirst**.

Esistono **due** versioni di gradiente:

- il **gradiente 1**, di tipo lineare, si sviluppa da destra verso sinistra con **Ufo Green** come primo colore con angolo a 0°. Questa versione va utilizzata per oggetti o elementi che si sviluppano maggiormente per larghezza;
- il **gradiente 2**, di tipo lineare, si sviluppa dall'alto verso il basso con Ufo Green come primo colore con angolo a -90°. Questa versione va utilizzata per oggetti o elementi che si sviluppano maggiormente per altezza.

Non usare mai gradiente come sfondo di un design o di una slide. Il gradiente può essere usato come elemento ornamentale (es. icononografia), per dettagli di piccole dimensioni oppure come colorazione per un title.



GRADIENT 1

Color Codes

HEX #61C696

HEX #5AA1CC

Angle 0°



GRADIENT 2

Color Codes

HEX #61C696

HEX #5AA1CC

Angle -90°



Colori primari

Il colore gioca un ruolo importante nell'identità aziendale di **ufirst**.

L'uso coerente di questi colori contribuirà all'immagine coesa e armoniosa dell'identità del logo **ufirst** attraverso tutti i media.

È essenziale che l'uso del colore sia **coerente** in tutte le applicazioni.

Facendo riferimento a queste linee guida, è possibile raggiungere il risultato ottimale che permetterà al Brand di esprimersi al meglio.

Non usare questi colori assoluti, l'identità di **ufirst** è espressa attraverso il gradiente descritto nella slide successiva. Si fa eccezione solo per: installazioni in aeroporto, poichè il gradiente risulta troppo sgargiante per il contesto aeroportuale; piccoli dettagli nelle illustrazioni.



UFO GREEN

Color Codes

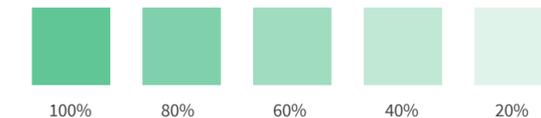
HEX #61C696

RGB 97 198 150

CMYK 69 0 59 0

PANTONE 7479 C

Color Tones



CELESTIAL BLUE

Color Codes

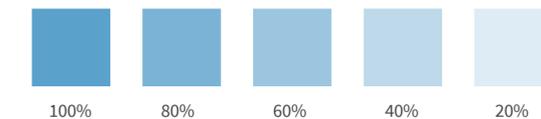
HEX #5AA1CC

RGB 90 161 204

CMYK 70 21 6 0

PANTONE 7702 C

Color Tones



Colori secondari

I nostri colori di **supporto** sono stati scelti con la stessa cura con cui sono stati scelti i colori primari.

L'accent color, l'**Ucla Gold**, è stato scelto per lavorare in supporto, ove necessario, ai colori corporate e viene applicato con moderazione ed equilibrio per creare interesse visivo e per accentuare alcune parti relative ai supporti di comunicazione.

I colori secondari devono essere presenti in una percentuale inferiore al **10%**.

Ucla Gold viene usato per catturare l'attenzione dell'utente su un determinato oggetto o testo e per definire azioni time sensitive.

Folly Red trova la sua applicabilità esclusivamente nelle applicazioni web o mobile per definire azioni distruttive (es. cancella o elimina).

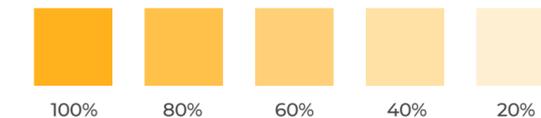


UCLA GOLD

Color Codes

HEX #FFB21D RGB 255 178 29
CMYK 0 37 100 0 PANTONE 7549 C

Color Tones

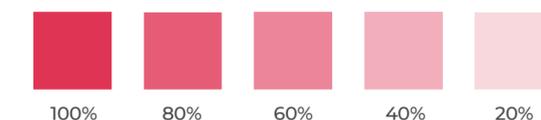


FOLLY RED

Color Codes

HEX #E03455 RGB 90 224 52 85
CMYK 0 99 59 0 PANTONE 192 C

Color Tones

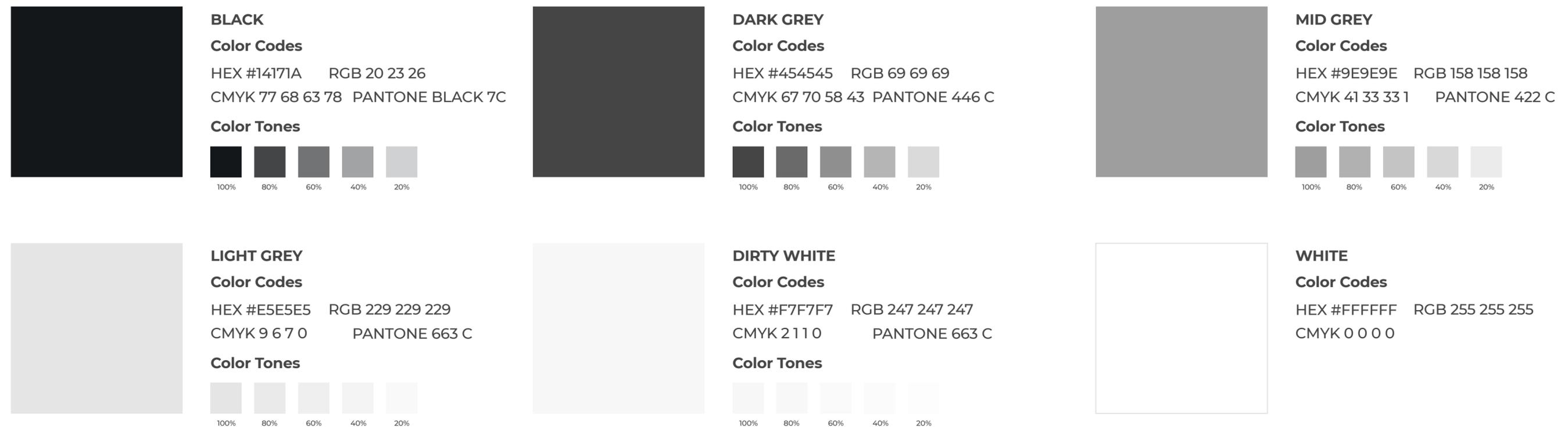


Grigi di supporto

La Palette di Grigi è pensata per essere usata con **moderazione** per organizzare le informazioni e creare supporti funzionali.

Il colore **Black** viene applicato esclusivamente ai titoli testuali, mai come sfondo. Il colore **Dark Grey** viene applicato esclusivamente ai sottotitoli o paragrafi testuali, mai come sfondo.

La Palette di Grigi viene utilizzata al meglio come colore per testo o infografica o per creare una separazione all'interno di supporti o interfacce total white (es. fondi o divider).



03. Tipografia

Font Corporate

Per l'immagine tipografica di **ufirst** è stato identificato il font **Montserrat**, utilizzato sui supporti offline e per gli Headlines online. Montserrat conferisce alle nostre comunicazioni un tono amichevole ed umano, vicino alle esigenze dei nostri utenti. È caratterizzato dall'ampia gamma di varianti e dalla buona leggibilità.

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

ExtraBold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Font Secondaria

Per garantire all'utente un'esperienza ottimale **on-line**, viene utilizzato il font **Source Sans Pro** sul **web** e **App**. Caratterizzato anch'esso dall'ampia gamma di varianti e dalla buona leggibilità.

Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Bold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Semibold

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Black

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Typeface

Montserrat è il brand typeface di **ufirst**, pulito e contemporaneo.

Per rafforzare la chiarezza e la coerenza nel nostro design, segui queste linee guida generali:

Allineamento: allineamento a **sinistra** è preferibile. Allineamento al **centro** o a **destra** sono consentiti se il design lo richiede, ma non vanno **mai** usati due allineamenti differenti in un unico supporto.

Titoli: il titolo è sempre in **lowercase** e in **Montserrat**. Esistono delle situazioni in cui è possibile utilizzare un testo UPPERCASE come il titolo in una slide senza sottotitolo o paragrafo, in cui il titolo è il solo protagonista. Per testi di **grandi dimensioni** (> 34 pt) è possibile utilizzare lo stile Light. Per testi di **piccole dimensioni** (< 9 pt) non è possibile utilizzare lo stile Light.

Sottotitoli o paragrafi: devono essere sempre in **lowercase** e in **Source Sans Pro**. **Non** è possibile usare lo stile Light, Bold o ExtraBold. In caso di stampa utilizzare il Montserrat.

Italics: può essere utilizzato quando richiesto dalle convenzioni come nomi o quote.

Caption Text
Source Sans Pro
14 pt / 18 pt

Subtitle
Source Sans pro
21 pt / 24 pt

Title
Montserrat
36 pt / 48 pt

Headlines
Montserrat
48 pt / 72 pt

04. Immagine

Brand Identity

La Brand Identity è uno dei principali mezzi di comunicazione ed è essenziale che ogni possibile applicazione sia coerente. Esiste **un solo Design** approvato dal reparto Design che va utilizzato per esprimere l'identità aziendale ed è riportato nelle pagine seguenti.

È consigliato l'uso della stampa offset per le grandi tirature. Effettuare sempre una prova di stampa.

Immagine coordinata

Come elemento principale viene utilizzata una doppia “onda” con il gradiente, nella versione **primaria** l’ “onda” in avanti è al **100%** di opacità, mentre quella dietro superiore o inferiore al **20%**.

La versione **secondaria** è da utilizzare per presentazioni e da applicare su foto non cromaticamente adatte alla versione primaria, in questo caso abbiamo il colore “**Dirty White**” avanti e il **gradiente** nell’onda posta dietro.

Colori primari

Il colore gioca un ruolo importante nell'identità aziendale di Ufirst.

L'uso coerente di questi colori contribuirà all'immagine coesa e armoniosa dell'identità del marchio Ufirst attraverso tutti i media.

È essenziale che l'uso del colore sia coerente in tutte le applicazioni.

Facendo riferimento a queste linee guida, è possibile raggiungere il risultato ottimale che permetterà al Brand di esprimersi al meglio.

Non usare questi colori assoluti, l'identità di Ufirst è espressa attraverso il gradiente descritto nella slide successiva.

UFO GREEN	Color Codes
	HEX #61C696 RGB 97 198 150
	CMYK 69 0 59 0 PANTONE 7479 C
Color Tones	
CELESTIAL BLUE	Color Codes
	HEX #5AA1CC RGB 90 161 204
	CMYK 70 21 6 0 PANTONE 7702 C
Color Tones	

Visual Guidelines | Version 1.0 0 ufirst

Novembre 2018

Visual Guidelines

Manuale operativo di Immagine Coordinata

ufirst

I valori attraverso l'immagine

L'identità di un'azienda si costruisce attraverso i **principi** e i valori a cui essa si **ispira**. Tale identificazione viene espressa da un'immagine chiara e caratterizzante.

Il presente manuale racchiude tutte le regole necessarie all'utilizzo, nel miglior modo possibile e in piena coerenza, degli elementi di immagine coordinata creati per Ufirst, in modo che lo stile e l'identità visiva adottata riflettano la strategia e ne esprimano appieno i valori su cui si fonda l'azienda.

Illustrazioni

Le illustrazioni si presentano maggiormente **isometriche**, a colori pieni con il personaggio femminile in evidenza, rappresentano il concetto di “Smart city” che si vuole trasmettere. Questa versione dell’illustrazione è da utilizzare come **immagine rappresentativa** su materiali come locandine, roll-up e totem. La dicitura “il tuo turno è” va modificata sui materiali in inglese con “your turn is”.



Illustrazioni

L'illustrazione rappresentante la "Smart city" può essere utilizzata come background, in presenza di un tutorial, su materiali come banner e locandine personalizzate con le schermate di riferimento per verticale/operatore.

L'immagine di sfondo può vivere da sola utilizzata al 100% dell'opacità.



Illustrazioni

L'illustrazione rappresentante lo smartphone in assenza del personaggio femminile ha sempre il background della "Smart city" e avrà la sua resa massima se utilizzata su fondo gradiente. Questa versione dell'illustrazione va utilizzata su biglietti da visita, sticker, vetrofanie, banner online e promo code.



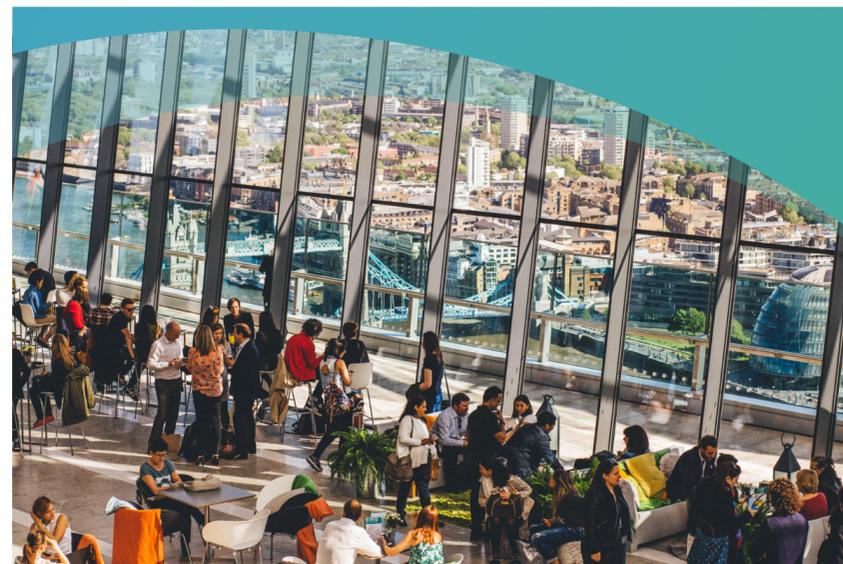
Foto

Si prediligono immagini dai toni chiari.

L'elemento “**onda**”, in entrambe le varianti (vedi pag. 4.2 “elementi grafici”), viene utilizzato perlopiù su foto istituzionali. Può essere posta lungo il perimetro in alto, basso o destra a seconda dei contenuti da inserire. Mai a sinistra o in diagonale.

In casi eccezionali si può utilizzare la doppia onda, su due perimetri.

In caso di applicazione diretta del logo su foto utilizzare la versione in bianco su fondi scuri.



Icone

Le icone vengono costruite in **outline**.

Il **gradiente** è il colore principale, possono essere disposte su fondo “White” o “Dirty White”.



Sanità



Travel



Istruzione



Servizi



Uffici Pubblici



Ricerca



Fun



Food

Lettera

La Lettera aziendale è realizzata in formato **A4** 21x29,7 cm.

Il logo è collocato nella parte superiore sinistra del foglio con larghezza minima di 3 cm.

L'indicatore di pagina è allineato a destra, centrato rispetto al logo. È realizzato con il font Montserrat Regular, 10 pt con colore Dark Grey.

Città e data sono allineate a destra, realizzate con il font Montserrat Regular, 11 pt con colore Dark Grey.

Oggetto è realizzato con il font Montserrat SemiBold 11 pt, il contenuto dell'oggetto è realizzato con il font Montserrat Regular 11 pt, entrambi con colore Dark Grey.

Il contenuto testuale è realizzato con il font Montserrat Regular, 11 pt con colore Dark Grey.

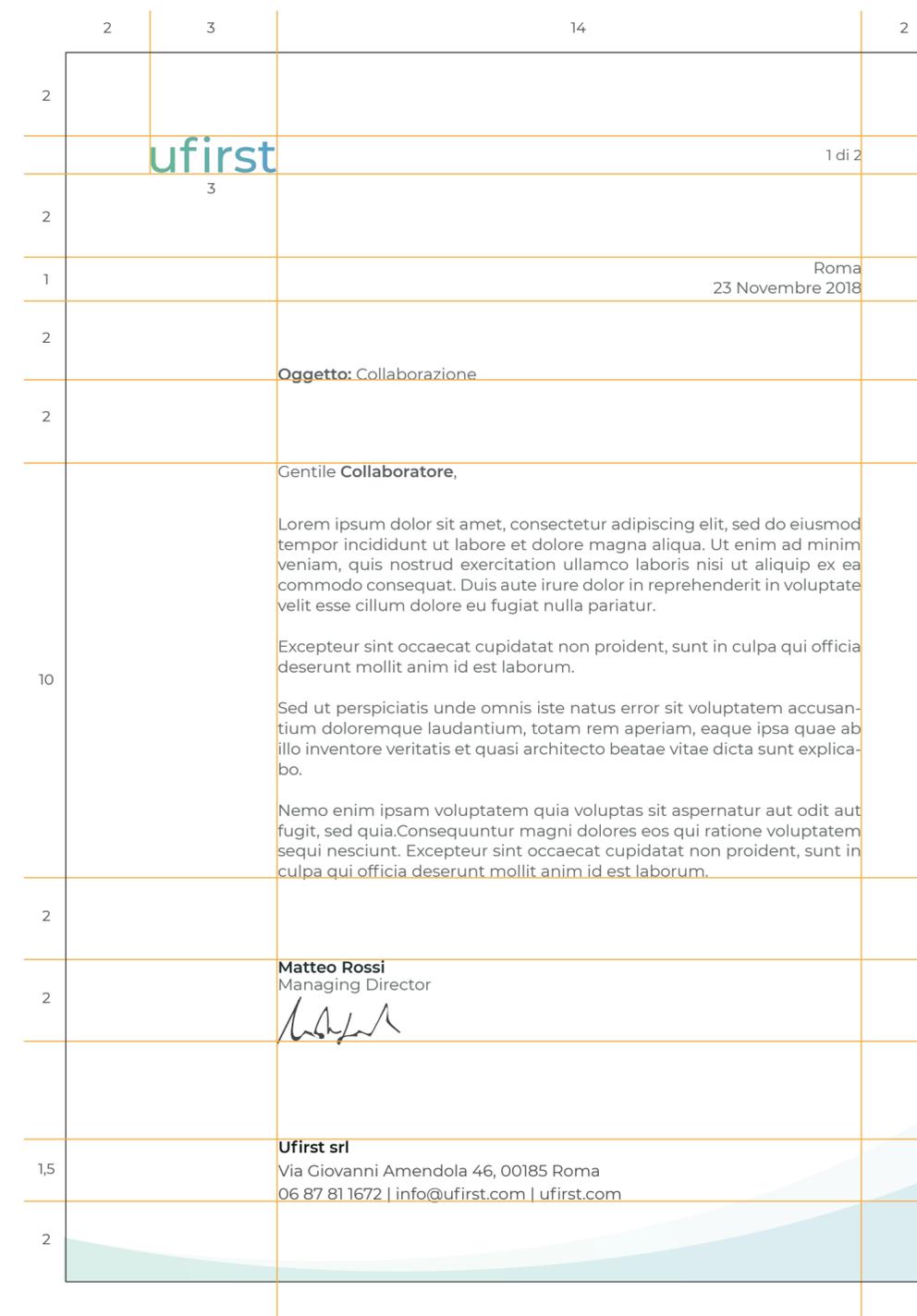
La firma va sempre composta con Nome e Cognome con font Montserrat Semibold, 11 pt con colore Black. La carica va sempre posta sotto nome e cognome e realizzata con font Montserrat Regular, 11 con colore Dark Grey.

I contatti aziendali sono allineati a sinistra, la ragione sociale realizzata con font Montserrat SemiBold 11 pt, colore Black, i contatti di riferimento sono realizzati con font Montserrat Regular, 11 pt con colore Dark Grey.

Interlinea: 15 pt

Tutte le comunicazioni a mezzo Lettera devono rispettare le specifiche tecniche qui riportate, non è consentito l'uso di una lettera diversa da quella approvata da questo manuale.

Le misure riportate sono in **centimetri**.



Carta intestata

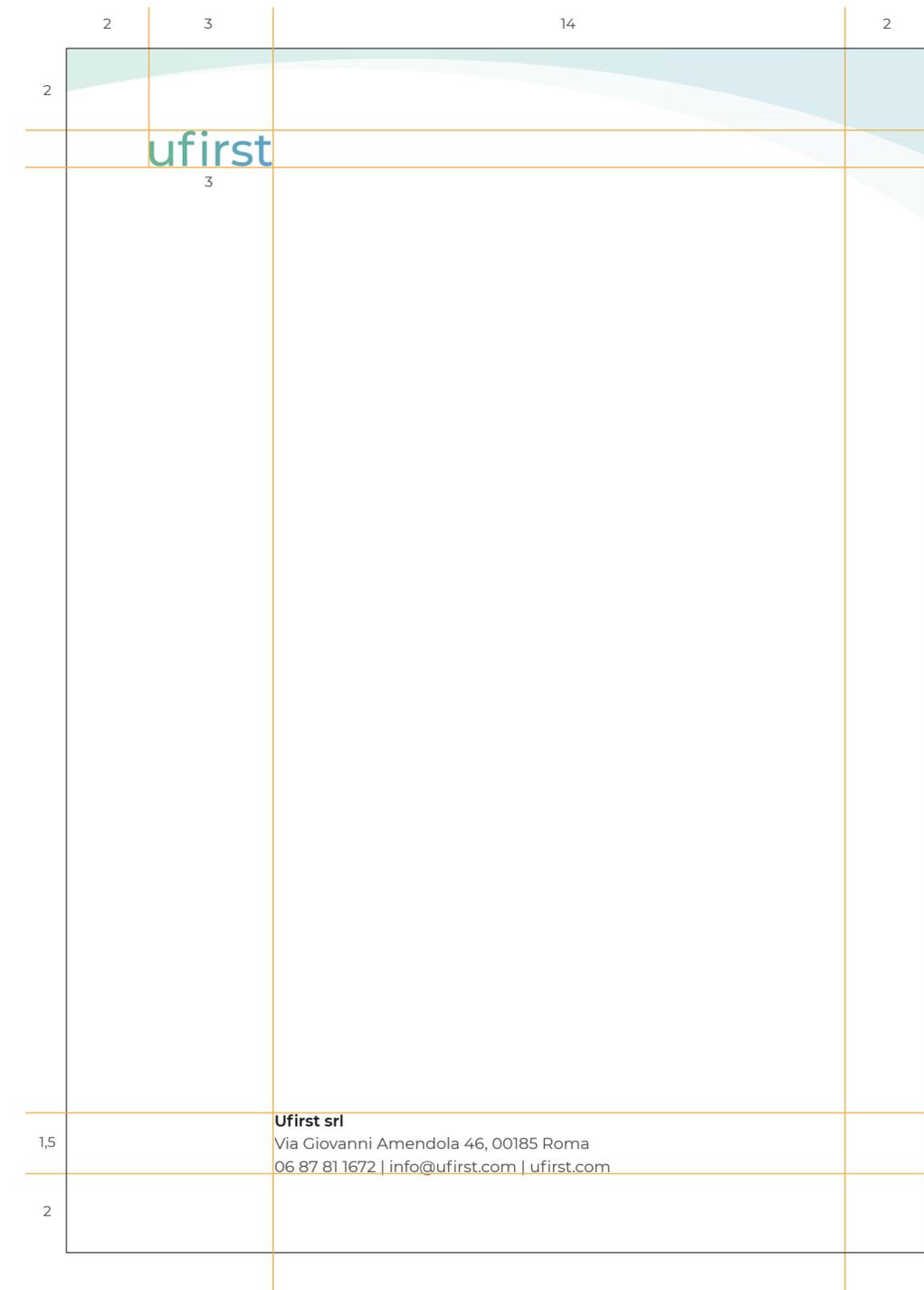
La Carta Intestata aziendale è realizzata in formato **A4** 21x29,7 cm.

Il logo è collocato nella parte superiore sinistra del foglio con larghezza minima di 3 cm.

I contatti aziendali sono allineati a sinistra, la ragione sociale realizzata con font Montserrat SemiBold 11 pt, colore Black, i contatti di riferimento sono realizzati con font Montserrat Regular, 11 pt con colore Dark Grey.

Tutte le comunicazioni a mezzo Carta intestata devono rispettare le specifiche tecniche qui riportate, **non** è consentito l'uso di una carta da lettere diversa da quella approvata da questo manuale.

Le misure riportate sono in **centimetri**.



Biglietto da visita

Il biglietto da visita aziendale misura **8,5x5,5 cm** con orientamento **orizzontale**.

Sul fronte troviamo il logo con dimensione minima di 3 cm, posto centralmente.

Sul retro troviamo in ordine:

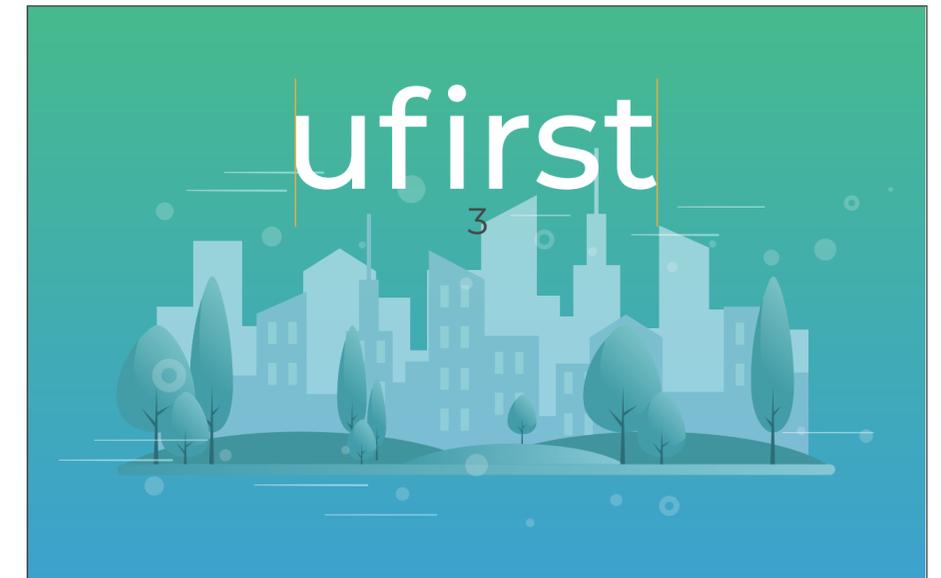
- Nome e Cognome realizzati con il font Montserrat SemiBold, 9 pt con colore Black;
- Carica aziendale realizzato con il font Montserrat Regular, 9 pt con colore Dark Grey;
- Contatti personali realizzati con il font Montserrat Regular, 9 pt con colore Dark Grey;
- Contatti aziendali realizzati con il font Montserrat Regular, 8 pt con colore Dark Grey;

Interlinea: 10pt

Tutte li biglietti da visita devono rispettare le specifiche tecniche qui riportate.

Non usare grammatura inferiore ai 250 gr per la stampa.

Le misure riportate sono in **centimetri**.



Busta per lettera

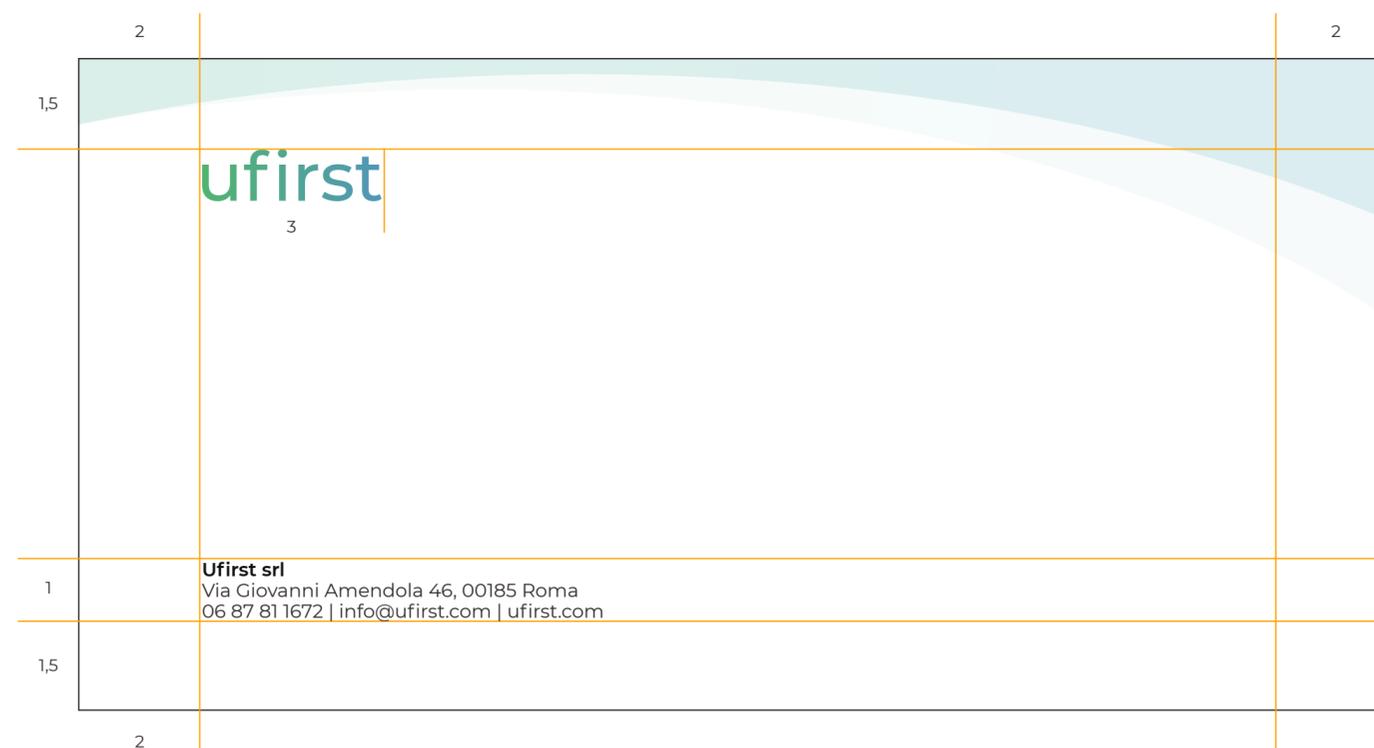
La Busta per lettera aziendale è realizzata in formato standard **22x11 cm**.

Il logo è collocato nella parte superiore sinistra del foglio con larghezza minima di 3 cm.

I contatti aziendali sono allineati a sinistra, la ragione sociale realizzata con font Montserrat SemiBold 9 pt, colore **Black**, i contatti di riferimento sono realizzati con font Montserrat Regular, 9 pt con colore Dark Grey.

Tutte le comunicazioni a mezzo Busta per lettere devono rispettare le specifiche tecniche qui riportate, **non** è consentito l'uso di una busta per lettere diversa da quella approvata da questo manuale.

Le misure riportate sono in **centimetri**.



Firma e-mail

Semplice e professionale, costruita in HTML, la firma e-mail è personalizzabile per ogni dipendente.

In chiusura sono presenti hyperlink all'app e ai vari canali social e web.

La font utilizzata è il **Source Sans Pro** in Bold e Regular.



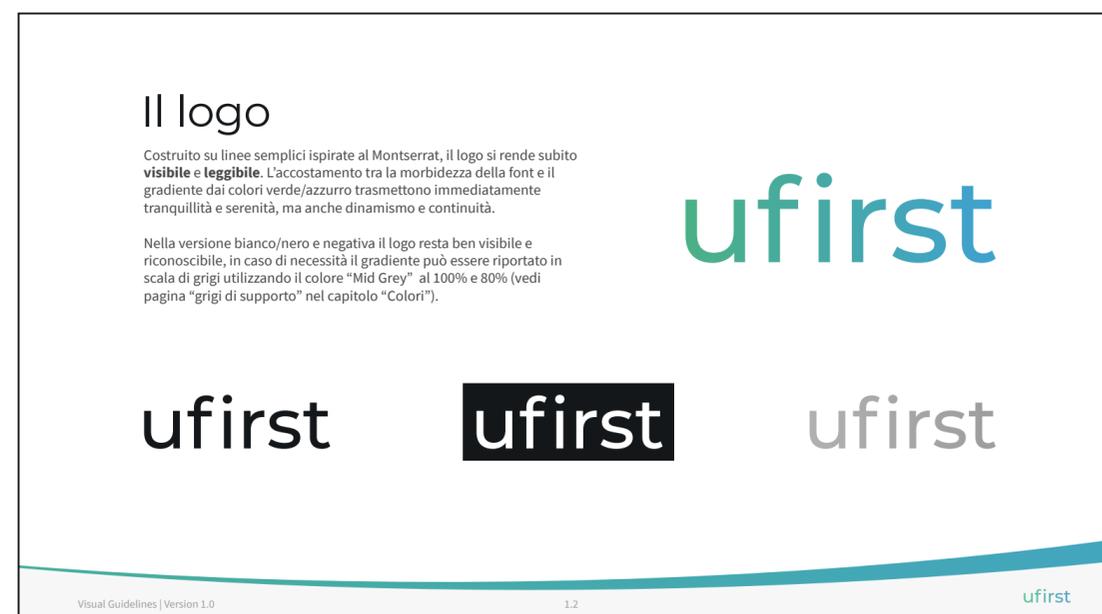
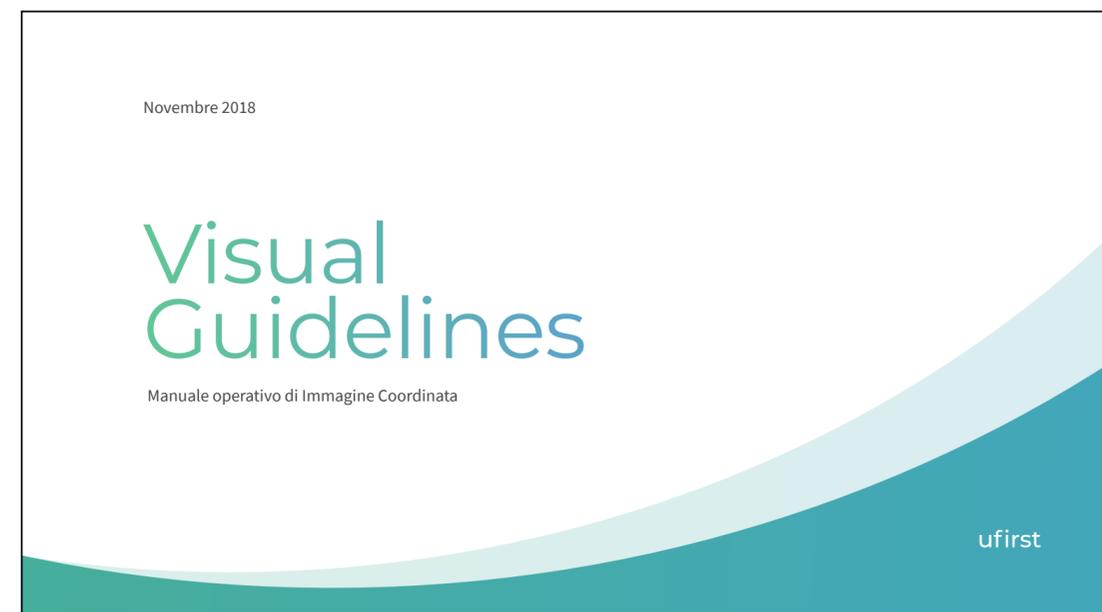
Presentazioni

Le slides di presentazione avranno come format grafico la doppia “onda” con il gradiente nella versione **secondaria** ovvero con il colore “**Dirty White**” antistante e il **gradiente** nell’onda retrostante.

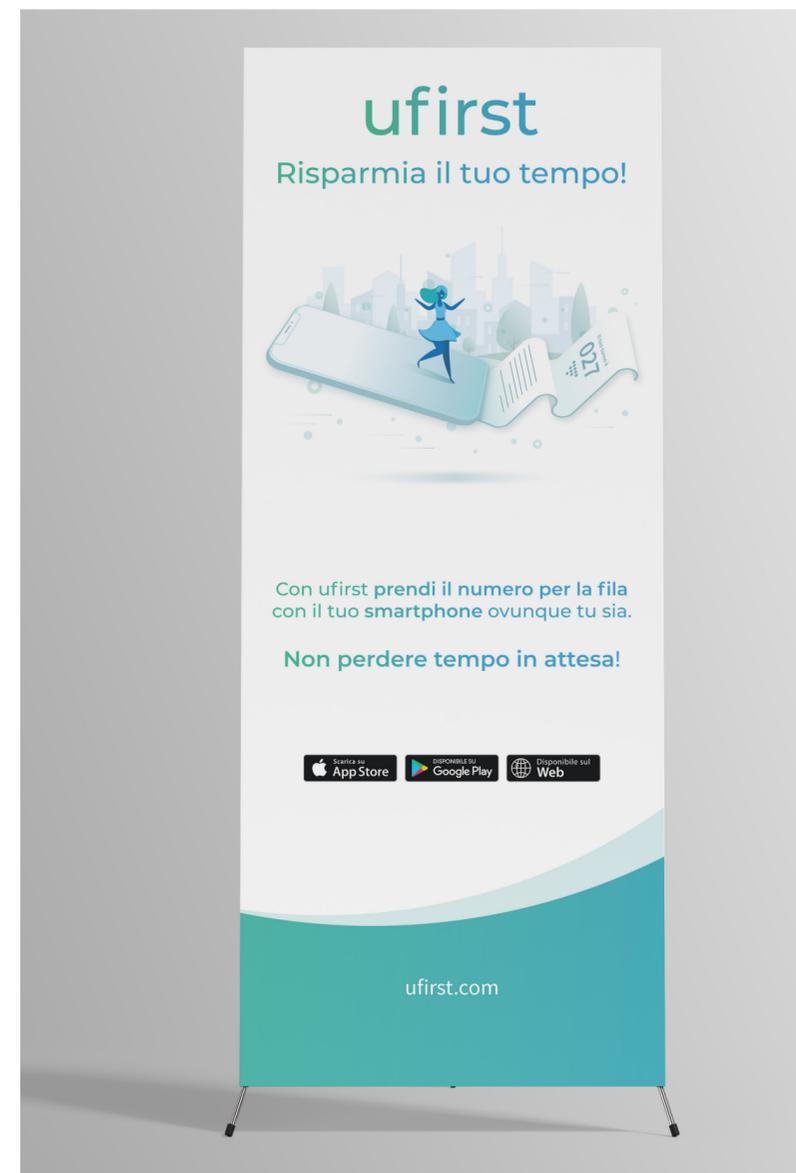
Il logo è sempre presente in basso a destra nella sua versione in negativo (bianco).

La font utilizzata per i titoli è il **Montserrat Semibold**, 30 pt;
per i sottotitoli verrà utilizzato il Montserrat Regular, 14 pt. Infine per i testi sarà utilizzato il **Source Sans Pro** nella versione Regular e Semibold, 12 pt.

I numeri corrispondenti alle pagine sono sempre posti in basso al centro, la font utilizzata è il **Source Sans Pro** Regular, 10 pt, colore “**Mid Grey**”.



Applicazioni



Grazie