



G TECH GROUP

Brand Manual

G Tech Group

Manuale sul logo e linee guida
per il brand

Contatti:

Gianluca Gentile
+39 388 58 91 615

Via di Gagia 22,
38086 Giustino (TN)

Mail:
info@gtechgroup.it

Sito web
gtechgoup.it



Indice

Tavola dei contenuti del documento

1. Introduzione	3	
2. Normative logo		10
3. Identità	30	
4. Applicazioni	47	



Cap. 1

Introduzione

Costruzione

Introduzione sull'azienda	4
Perché seguire un brand manual	5
Termini da non dimenticare	6
Le tre dimensioni del brand	7
Analisi campo semantico	8
La personalità del brand	9



Un'introduzione sull'azienda

G Tech Group nasce nel concettualmente nel 2011 e imprenditorialmente nel 2013 da un'idea di Gianluca Gentile il suo fondatore.

Lo scopo era quello di creare la prima **Social Web Agency** non una classica agenzia web che si occupa di social ma un'agenzia che mettesse in condivisione le proprie risorse e idee con altre agenzie mettendo anche in comunicazione diverse agenzie creando una **vera e propria rete**.

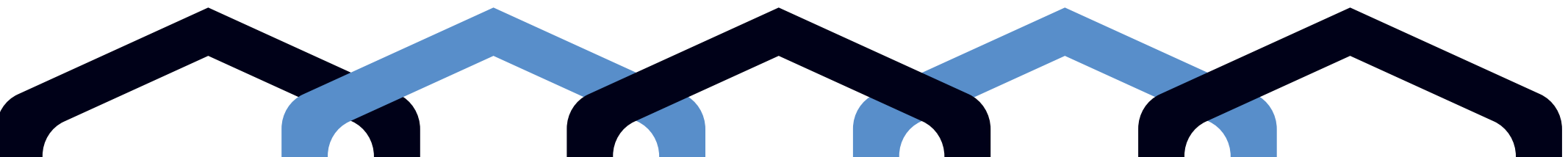
Formato come autodidatta e attraverso corsi di formazione con Google, Microsoft, Adobe e altri grande compagnie si specializza nel settore pubblicitario su tutto quello che è web con una particolare attenzione a **Hosting, Siti Web, App e Gestionali**.

Perchè bisogna seguire il brand manual?

Il brand manual è un documento che stabilisce le linee guida su come tutti gli aspetti visivi del brand di una compagnia vengono trattati.

In questo documento, troverai un'ampia descrizione visiva e testuale di come il logo e la sua immagine coordinata funzionano e prendono forma.

Rispettare le specifiche del manuale significa favorire un identificabile linguaggio visivo studiato secondo il posizionamento di G Tech Group.



Termini da non dimenticare

Con simbolo s'intende il segno grafico progettato per distinguere l'azienda diversamente rispetto ad un approccio testuale

Con logotipo si fa riferimento alla sua parte scritta, quindi all'insieme di lettere che formano il naming dell'azienda.



Simbolo

G TECH GROUP

Logotipo

Le tre dimensioni del brand

DIMENSIONE	ELEMENTI	PAROLE CHIAVE	DESCRIZIONE
<u>SEMANTICA</u>	PROMESSA FILOSOFIA PERSONALITÀ	ICONICITÀ INTERPRETAZIONE CONTESTO	La marca deve affidarsi su un campo semantico/valoriale con significati connessi all'identità dell'azienda, qui bisogna comunicare il messaggio senza interferenze
<u>SINTATTICA</u>	TIPOGRAFIA COLORI MOODBOARD IMMAGINI	INTERAZIONE COERENZA RICONOSCIBILITÀ	Tutti gli elementi che danno vita all'identità della marca (tipografia, gamma cromatica, stile, tono di voce, mood visivo) devono essere coerenti con il campo semantico e presenti in tutte le applicazioni generando sinergia e rafforzando la comunicazione interna ed esterna
<u>PRAGMATICA</u>	COMUNICAZIONE INTERNA COMUNICAZIONE ESTERNA MATERIALI SUPPORTI STAMPATI SUPPORTI DIGITALI PRODOTTI	VERSATIBILITÀ ADATTABILITÀ FUNZIONALITÀ	Il marchio deve essere altamente riproducibile in diversi tipi di supporti e materiali e superfici irregolari. Dai piccoli formati digitali alle grandi versioni stampate senza perdere leggibilità ed efficacia visiva

Analisi campo semantico



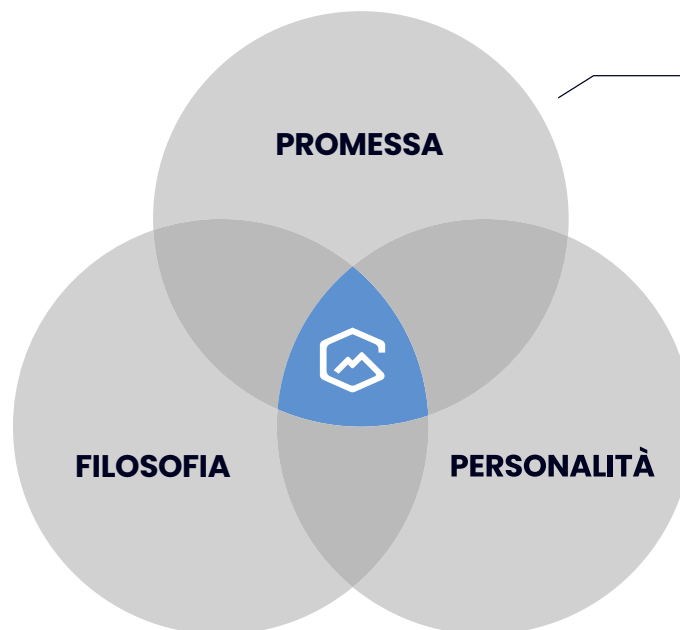
Automatizzazione

Promuovere una metodologia di lavoro per tutte le aziende. L'aumento del fatturato e il risparmio di tempo non possono che passare dall'automatizzazione dei processi aziendali attraverso un percorso di digitalizzazione



Connessione

Creare una vera e propria rete tra agenzie che mettono in condivisione le proprie risorse e idee per il mercato e per il proprio business



Funzionale

Con questa promessa e con questa filosofia G Tech group incarna la figura di un brand giovane, innovatore, semplice, funzionale, accessibile, tecnologico, selettivo, specializzato, autorevole e pratico.

La personalità del brand

	3	2	1	0	1	2	3	
Tradizionale								Funzionale
Adulta								Giovane
Popolare								Premium
Simpatica								Seria
Creativa								Classica
Autorevole								Razionale
Sensibile								Fredda
Impulsiva								Riflessiva
Semplice								Globale
Tecnologica								Calda
Estetica								Pratica
Individuale								Social
Imponente								Egocentrica
Friendly								Specializzata
Audace								Accessibile
Intelligente								Audace
Di fiducia								Versatile

Cap. 2

Normative logo

Introduzione

Concept del simbolo	11
Ragionamento sulle forme del pittogramma	12
Attenzione alla ripetitività	13

Costruzione

Griglia aurea	16
Prima griglia di costruzione	17
Seconda griglia di costruzione	18
Proporzioni tra simbolo e logotipo	19
Dimensioni minime (stampa)	20
Dimensioni minime (digitale)	22

Utilizzo

Area di rispetto	26
Utilizzo su immagini	28
Utilizzi errati del logo	29

Concept del simbolo

Il nuovo pittogramma simboleggia tutte le qualità del brand G Tech Group. In un unico segno grafico si uniscono 3 elementi fondamentali:

la lettera G, la montagna e la forma di un poligono a 6 punte.

Lettera G:

- Naming
- Riconoscibilità
- Connessione
- Poca ripetitività

Montagna:

- Scalata
- Vetta
- Andamento
- Dati
- Crescita
- Percorso

Scudo:

- Forza
- Sicurezza
- Affidabilità
- Autorevolezza



Riconoscibilità



Montagna
Grafico da analyst



Scudo

Un ragionamento sulle forme del pittogramma

Punta verso l'alto:

Da sempre quest'archetipo rappresenta concetti come sviluppo, progresso, evoluzione, denaro, costanza e audacia

Elemento a punta:

L'unica linea spezzata del simbolo aiuta a rendere più visibile la forma dello scudo.

Angoli arrotondati:

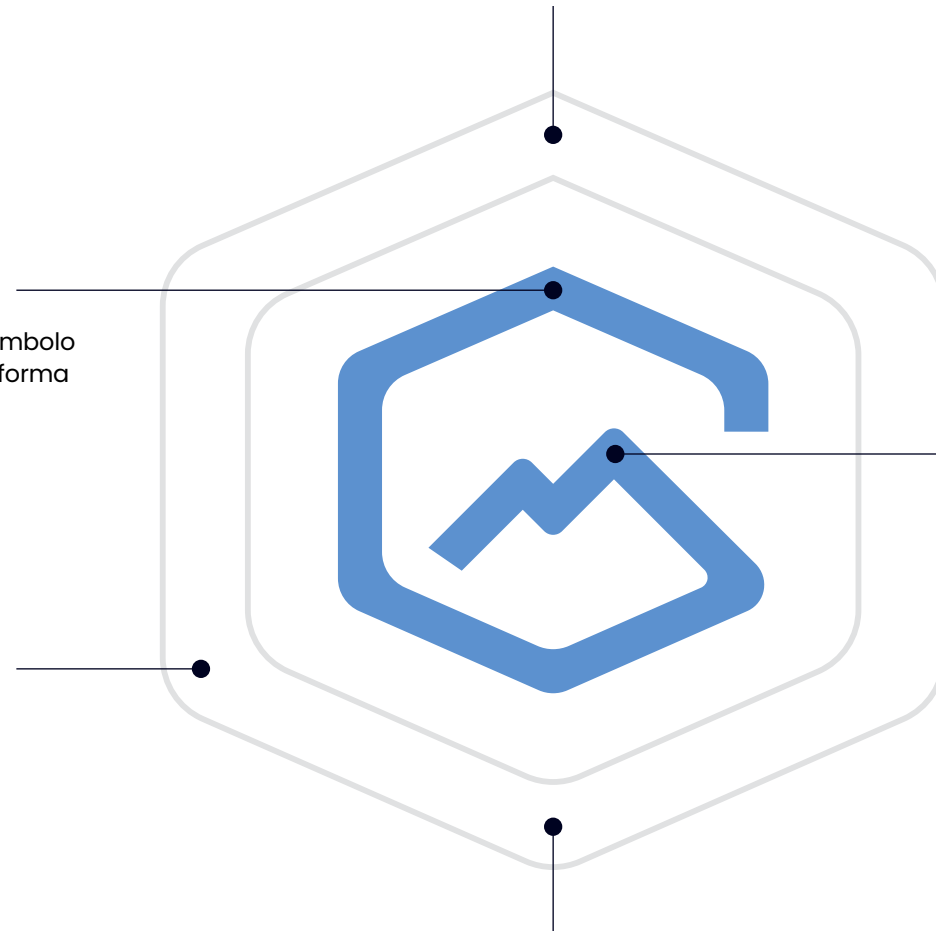
Gli angoli arrotondati conferiscono un'esperienza e un umore più soft, senza creare nessun tipo di fastidio.

Coerenza tra gli elementi:

Anche la montagna riprende lo stesso stile solido della traccia e riesce ad integrarsi bene con il resto del simbolo

Traccia solida ed equilibrata

Lo stile del tracciato si mostra solido ed autorevole, in linea con la personalità del brand.



Attenzione alla ripetitività

Uno dei requisiti del Brief era riprendere l'iniziale del naming.

La forma esagonale e il rapporto bidimensionale aiutano a spezzare questa ripetizione, e allo stesso tempo, tenere intatta la connessione con il logotipo.

Differenza
dimensionale
accentuata





(Prima)



(Dopo)

Costruzione logo

- Griglia aurea
- Prima griglia di costruzione
- Seconda griglia di costruzione
- Proporzioni tra simbolo e logotipo
- Dimensioni minime (stampa)
- Dimensioni minime (digitale)

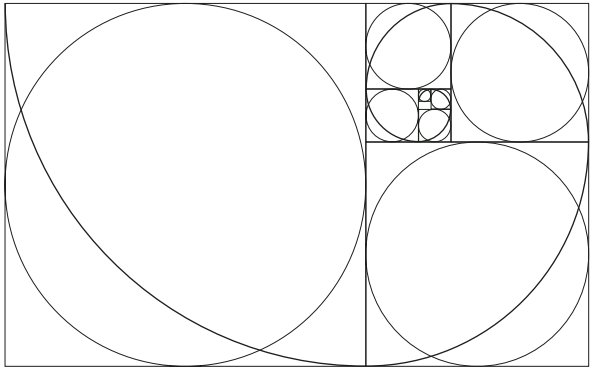


Griglia aurea

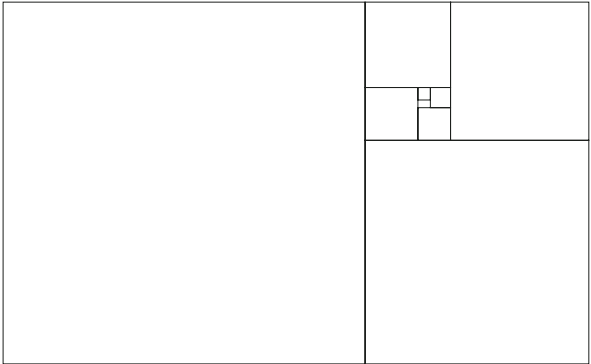
La griglia base del simbolo è costituita da suddivisioni armoniche attenute grazie alla tecnica della spirale aurea.

Una griglia composta solo da quadrati armonizzati tra di loro aiuta a generare un simbolo flessibile, bilanciato ed equilibrato.

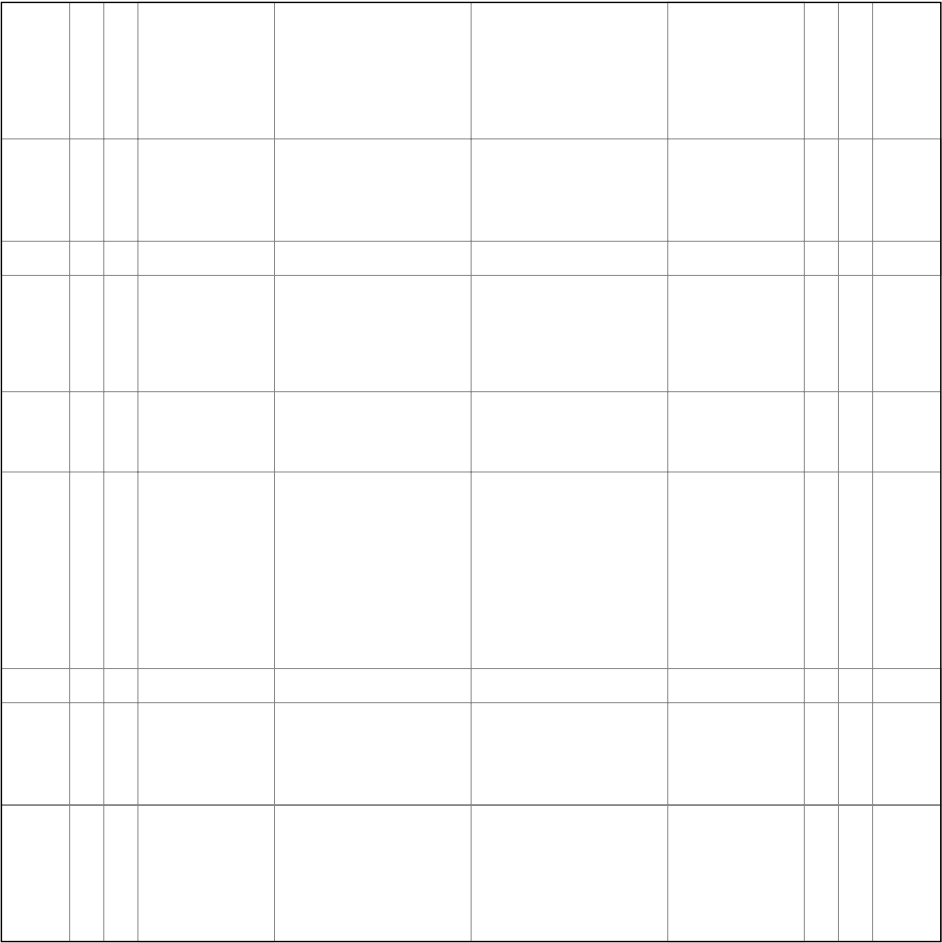
Spirale aurea



Sezioni ottenute dalla spirale



Griglia costruita grazie alle sezioni auree

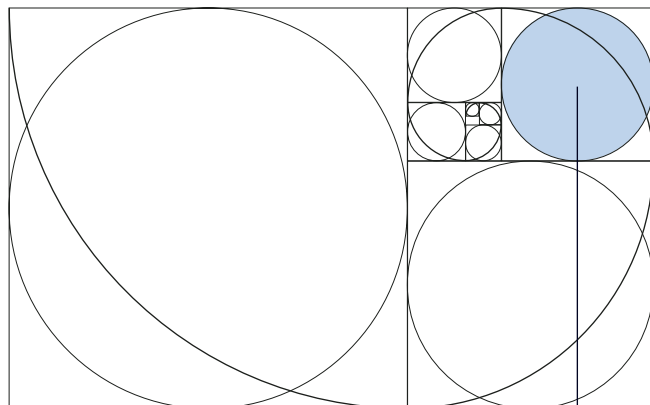


Prima griglia di costruzione

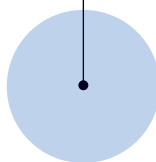
Progettazione della struttura portante del simbolo.

In questo caso si prendono i cerchi generati dalla stessa spirale aurea per creare maggior connessione e armonia tra le forme.

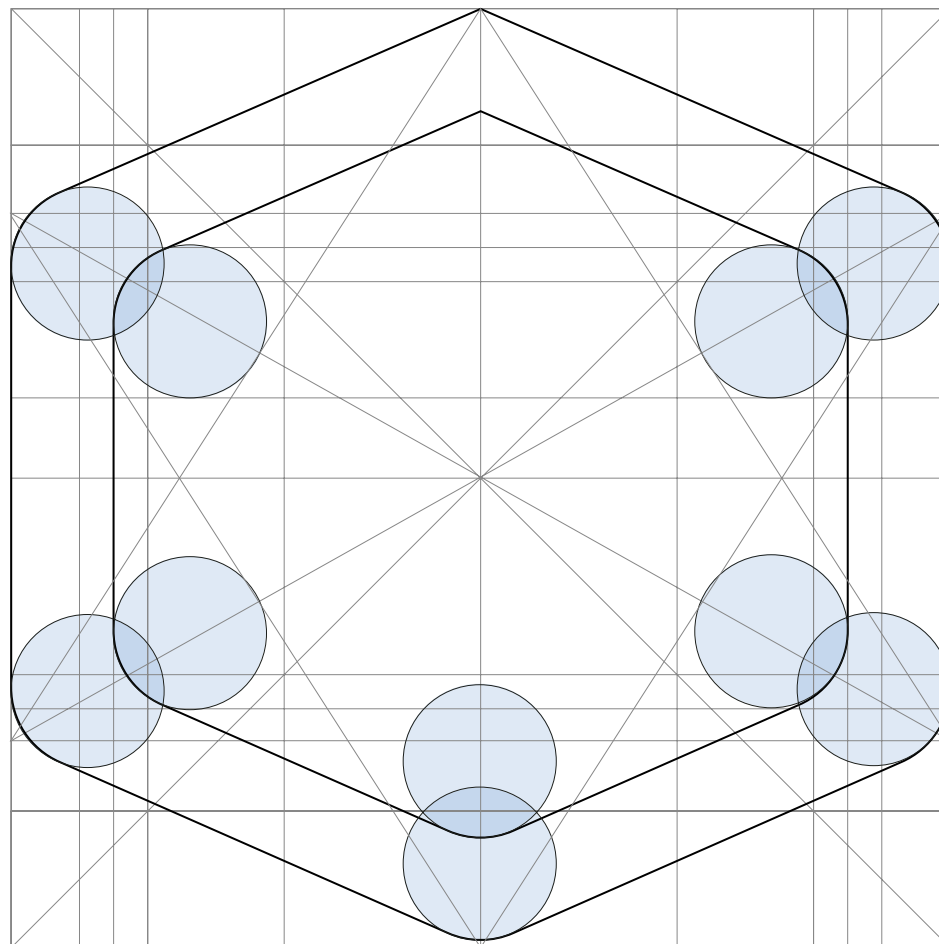
Spirale aurea



Cerchio da inserire
nella griglia



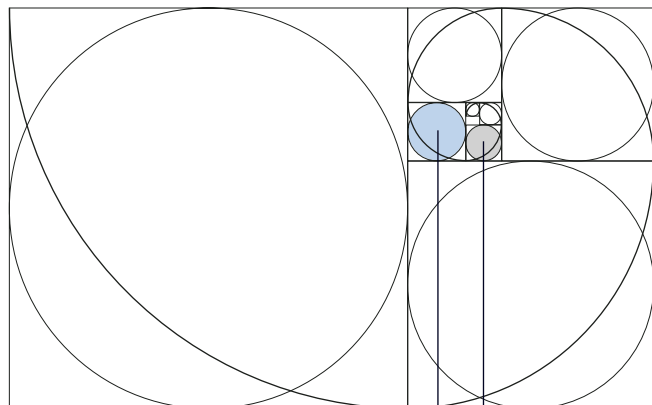
Griglia costruita grazie
alle sezioni auree



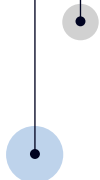
Seconda griglia di costruzione

Entriamo nel dettaglio per capire come si struttura la parte interna e di rifinitura del simbolo, dalle montagne fino alle più piccole correzioni ottiche.

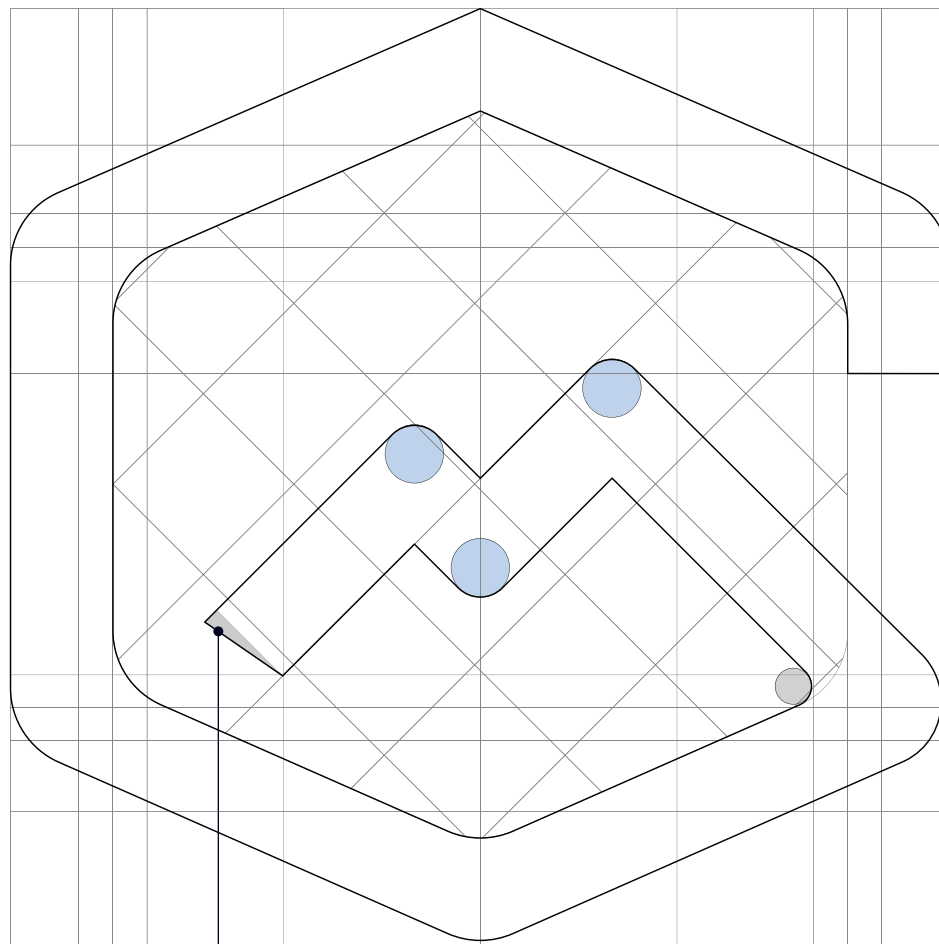
Spirale aurea



Cerchi da inserire nella griglia



Griglia Isometrica per le montagne



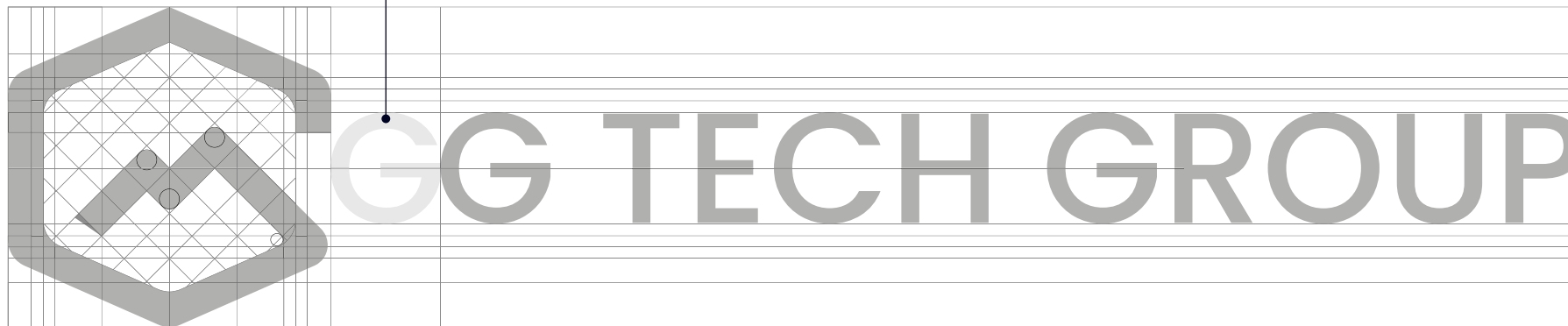
Unica correzione ottica fatta a mano per questioni di equilibrio visivo

Proporzioni tra simbolo e logotipo

In questa tavola si può analizzare la parte di gestione degli spazi del logo definitivo.

Bisogna rispettare sempre questi paramentri anche con l'aggiunta di scritte ulteriori in futuro per non perdere l'efficiaca visiva.

Spazio tra i due elementi
(la stessa lettera G crea maggior coesione)



Dimensioni minime in stampa (versione completa)

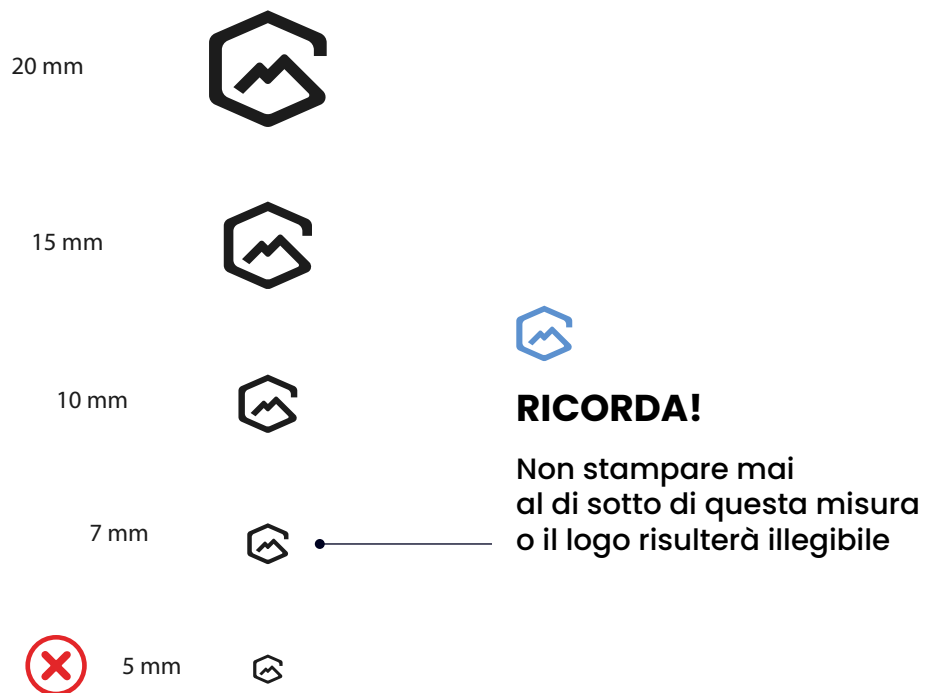


RICORDA!

Non stampare mai
al di sotto di questa misura
o il logo risulterà illegibile

120 mm		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
110 mm		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
100 mm		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
90 mm		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
80 mm		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
70 mm		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
60 mm		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
50 mm		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
40 mm		 G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
30 mm		 G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali

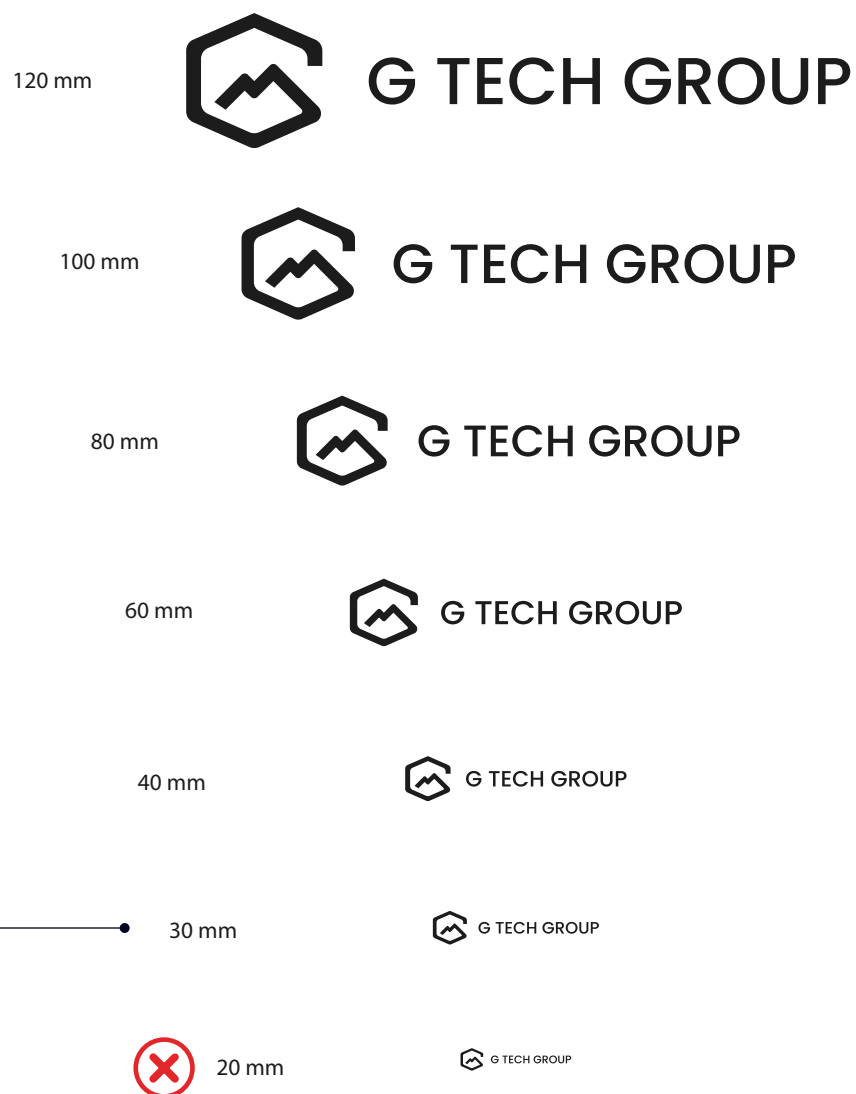
Dimensioni minime in stampa (simbolo unico)



RICORDA!

Non stampare mai
al di sotto di questa misura
o il logo risulterà illegibile

Dimensioni minime in stampa (versione estesa)



Dimensioni minime in digitale (versione completa)



RICORDA!

Non andare mai
al di sotto di questa misura
o il logo risulterà illegibile

340 px		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
311 px		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
283 px		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
255 px		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
226 px		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
198 px		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
170 px		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
 140 px		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
 113 px		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali
 85 px		G TECH GROUP Siti web - App - Gestionali

Dimensioni minime in digitale (simbolo unico)



RICORDA!

Non andare mai
al di sotto di questa misura
o il logo risulterà illeggibile

20 px iconcina delle pag. di ricerca



RICORDA!

Non andare mai
al di sotto di questa misura
o il logo risulterà illeggibile

Dimensioni minime in digitale (versione estesa)

120 mm



100 mm



80 mm



60 mm



40 mm





G TECH GROUP



G TECH GROUP

Siti web - App - Gestionali



G TECH GROUP



G TECH GROUP

Siti web - App - Gestionali

Utilizzi logo

- Area di rispetto
- Utilizzo su immagine
- Utilizzi errati del logo
- Posizionamento del logo



Area di rispetto

Il marchio BrentSoft deve sempre avere un'opportuna area di rispetto da ogni altro elemento.

Per una maggiore visibilità e un maggiore respiro, nessun testo o elemento grafico deve entrare in quest'area.

L'area di rispetto è stata stabilita con una misura X che è pari alle dimensioni della lettera G.

Spazio di riferimento che non deve essere occupato



RICORDA!

Non cambiare mai questo modulo fisso che determina l'area di rispetto



Esempi

Area di rispetto

Alcuni errori da non commettere nella gestione del logo.

Si prega di seguire le istruzioni ed evitare tali modifiche che incidono in maniera negativa sull'efficacia del logo.

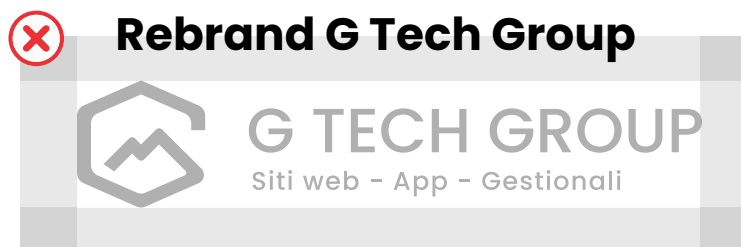


Area di rispetto
del simbolo unico



NO

Il vecchio logo è troppo vicino al nuovo togliendo respiro alla composizione



NO

Il testo è troppo vicino al nuovo togliendo respiro alla composizione



OK

Giusto rispetto dell'area indicata. Ora la composizione ha un proprio spazio senza essere influenzata da altri elementi.



OK

Giusto rispetto dell'area indicata. Ora la composizione ha un proprio spazio senza essere influenzata da altri elementi.

Utilizzo su immagini

Un logo monocromatico può essere applicato sulle immagini, ma per essere leggibile deve aver un buon contrasto con lo sfondo.

Pertanto, va utilizzata la versione corretta a seconda dello sfondo, e se necessario, dovrà essere scurita o schiarita la fotografia per fare in modo che il logo risalti.



NO: il logo contrasta poco sullo sfondo



NO: il logo contrasta poco sullo sfondo



OK: il logo contrasta sullo sfondo



OK: il logo contrasta sullo sfondo

Utilizzi errati del logo

Uno dei requisiti del Brief era riprendere l'iniziale del naming.

La forma e sagonale e il rapporti bidimensionali aiutano a spezzare questa ripetizione, e allo stesso tempo, tenere intatta la connessione con il logotipo.



NO:

non variare in alcun modo l'inclinazione del simbolo.



NO:

Non applicare sfumature su tutto il logo



NO:

Non applicare due colori diversi da quelli scritti nel manuale.



NO:

Non distorcere o alterare in alcun modo il logo.



NO:

Non applicare trasparenze o effetti che rendono il logo illegibile



NO:

Non applicare tracce o outline al logo



NO:

Non invertire la posizione del simbolo e del logotipo.



NO:

Non inclinare in alcun modo il logotipo e il simbolo.



NO:

Non applicare ombre o effetti di alcun tipo al logo.

Cap. 3

Identità

Sistema cromatico

Palette colori	32
Scala cromatica toni scuri	33
Scala cromatica toni chiari	34
Psicologia del colore	35
Ruoli di ogni cromia	36
Declinazioni colore	37

Tipografia

Font: Poppins	40
Esempio sull'uso della tipografia	41
Perché proprio il Poppins?	42

Pattern

Creazione modulo base	44
Caratteristiche pattern	45
Esempio pattern a schermo intero	46

Sistema cromatico

- Palette colori
- Scala cromatica su toni scuri
- Scala cromatica su toni chiari
- Psicologia del colore
- Ruoli delle singole cromie



Palette colori

Come il design del marchio, anche la palette colori rafforza i valori espressi dal campo semantico.

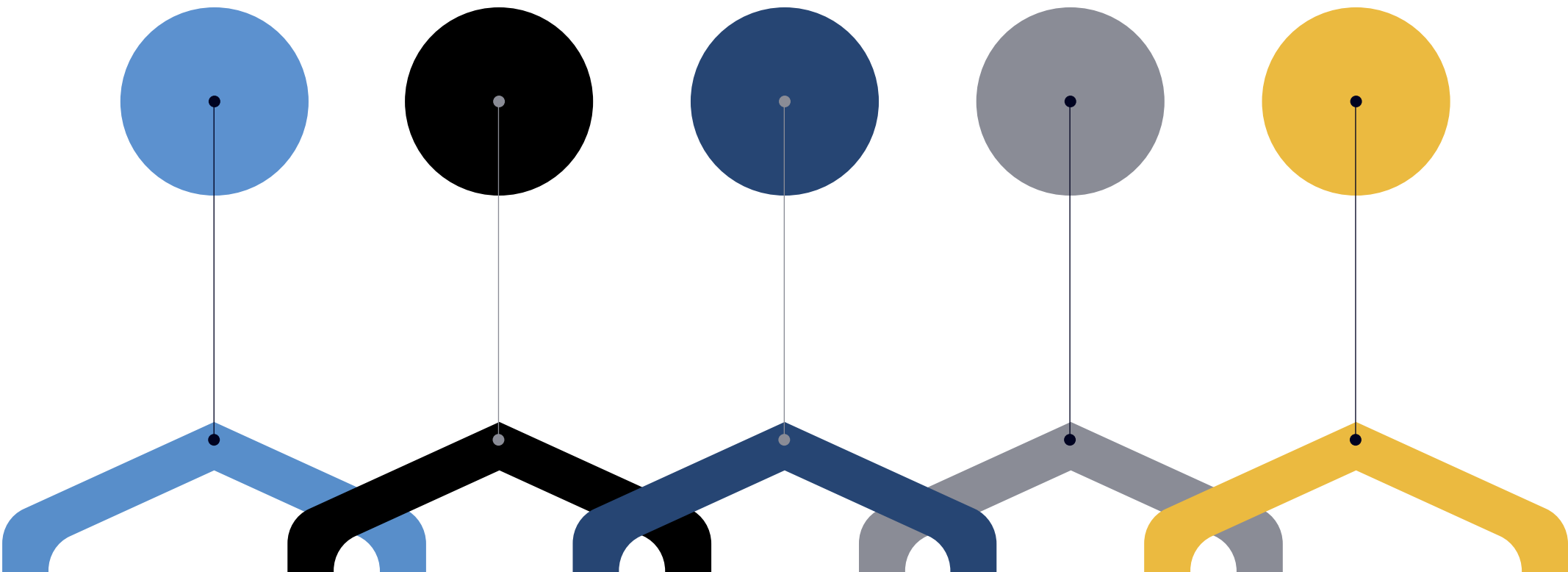
#5d91cf
RGB: 93-145-207
CMYK: 66-36-0-0

#000222
RGB: 0-2-34
CMYK: 100-89-49-80

#264573
RGB: 38-69-115
CMYK: 94-74-29-15

#898b96
RGB: 137-139-150
CMYK: 49-38-30-12

#eab940
RGB: 234-185-64
CMYK: 9-28-82-1



SCALA CROMATICA
SUI TONI SCURI

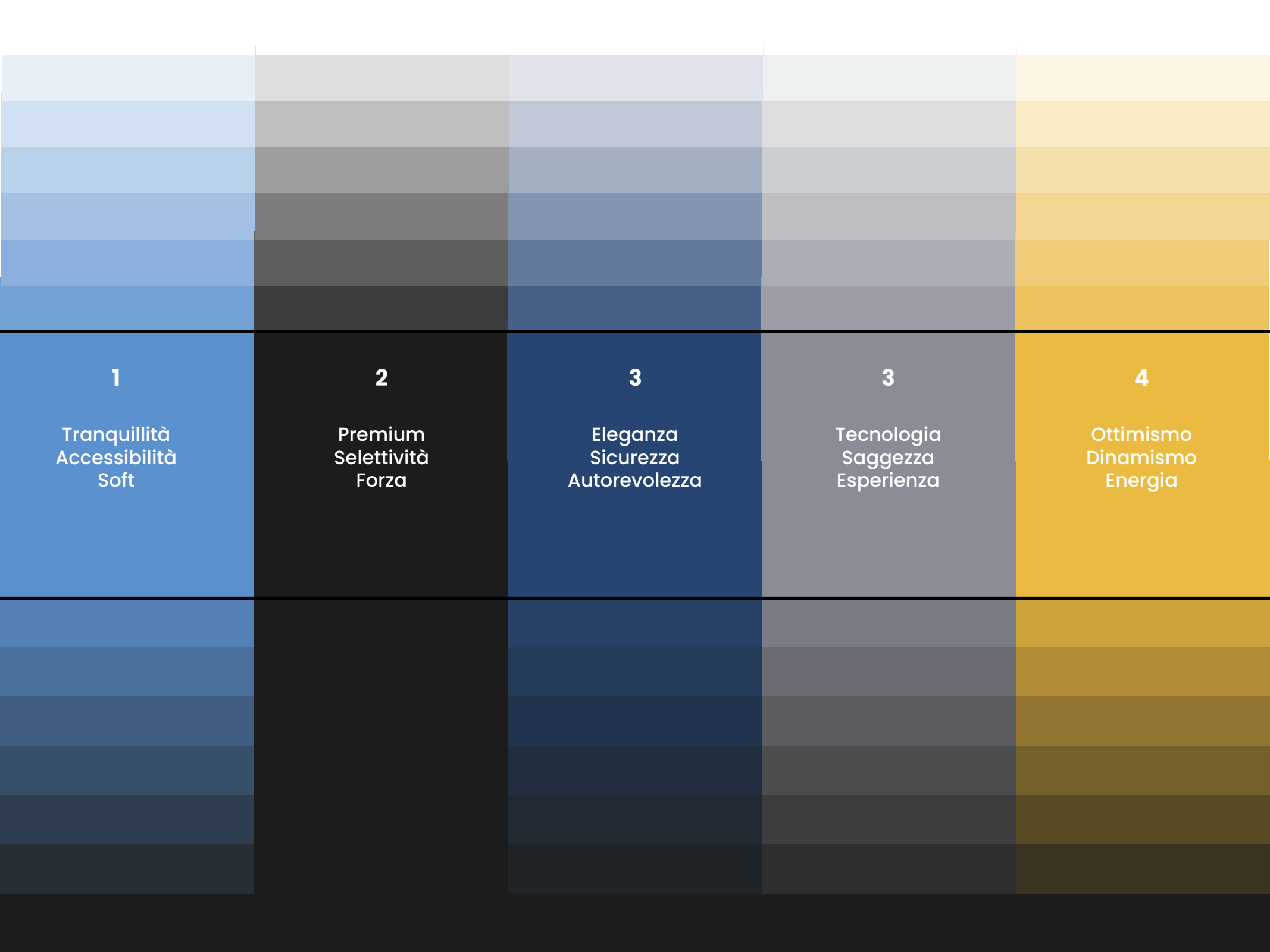
Puoi campionare qualsiasi sezione di questa tabella
per decidere il tono cromatico del tuo prodotto grafico.

#5d91cf RGB: 93-145-207 CMYK: 66-36-0-0	#000222 RGB: 0-2-34 CMYK: 100-89-49-80	#264573 RGB: 38-69-115 CMYK: 94-74-29-15	#898b96 RGB: 137-139-150 CMYK: 49-38-30-12	#eab940 RGB: 234-185-64 CMYK: 9-28-82-1

SCALA CROMATICA SUI TONI CHIARI

Puoi campionare qualsiasi sezione di questa tabella
per decidere il tono cromatico del tuo prodotto grafico.

#5d9lcf RGB: 93-145-207 CMYK: 66-36-0-0	#000222 RGB: 0-2-34 CMYK: 100-89-49-80	#264573 RGB: 38-69-115 CMYK: 94-74-29-15	#898b96 RGB: 137-139-150 CMYK: 49-38-30-12	#eab940 RGB: 234-185-64 CMYK: 9-28-82-1



1

Tranquillità
Accessibilità
Soft

2

Premium
Selettività
Forza

3

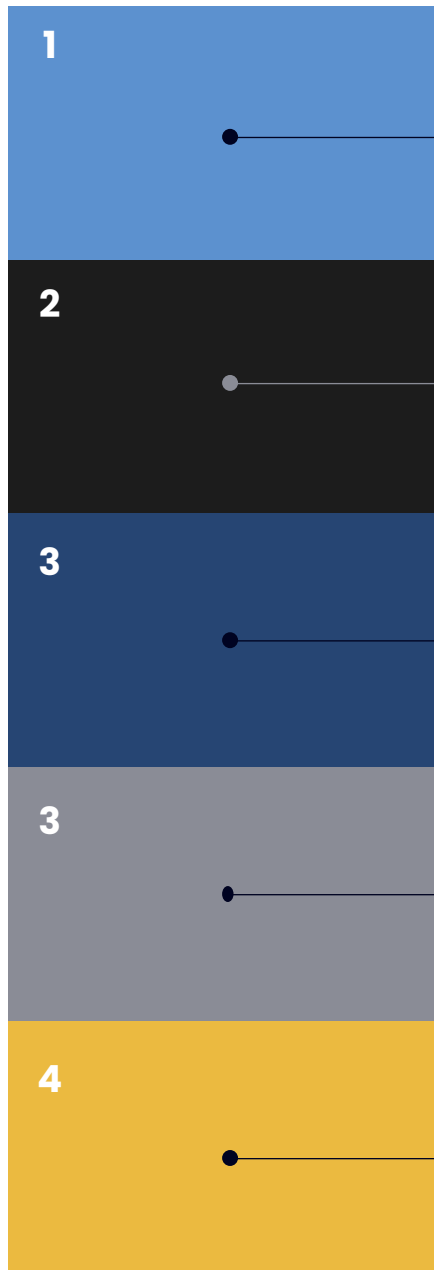
Eleganza
Sicurezza
Autorevolezza

3

Tecnologia
Saggezza
Esperienza

4

Ottimismo
Dinamismo
Energia



Colore istituzionale: deve essere sempre presente su ogni prodotto grafico

Colore secondario: da utilizzare principalmente come cromia di sfondo

Colori terziari: da utilizzare a seconda del tone of voice del prodotto grafico:

(blu= +elegante)
(grigio = +tech)

Quarto colore: presente in minima parte, il suo compito è quello di spezzare la staticità dei toni blu-grigio

Da utilizzare in primo piano o su elementi principali del layout



Può essere sostituito da bianco e grigio

Possibili eccostamenti con blu e grigio



Può essere utilizzato per risaltare piccoli dettagli all'interno del layout





G TECH GROUP



G TECH GROUP



G TECH GROUP



G TECH GROUP



G TECH GROUP



G TECH GROUP



G TECH GROUP

Siti web - App - Gestionali



G TECH GROUP

Siti web - App - Gestionali



G TECH GROUP

Siti web - App - Gestionali



G TECH GROUP

Siti web - App - Gestionali



G TECH GROUP

Siti web - App - Gestionali



G TECH GROUP

Siti web - App - Gestionali

Tipografia

- Poppins
- Esempio d'uso della tipografia
- Perché proprio il Poppins?
- Costruzione pattern
- Modulo primario
- Esempio pattern



Font: Poppins

Il Poppins è stato scelto come tipografia protagonista del sistema testuale del brand G Tech Group.

Non verranno utilizzate altri font al di fuori di questo.

• Poppins Bold

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%&()**

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%&()**

• Poppins Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%&()

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%&()

• Poppins Regular

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%&()

• Poppins Light

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890!@#%&()

Guarda qui, questo è un titolo

Poppins Bold (26 pt)

Questo è un sottotitolo

Poppins Medium (17 pt)

Tem accum restio bla dis ditaturia acepern atusdanPar-
chill oreptat eariatis id qui comnis autemporem eaquam,
in eum et qui soluptat debisqui occus.Faceaqui illab id ma-
gnam sum harchic iendicto to doluptae. Litis ea nistiossit as
prae cumque volupta quas od quuntius dolupturit.

Poppins Light (10 pt)

*Questa è una frase importante
o una citazione*

Poppins Medium Italic (15 pt)

Poppins Medium (10 pt)

Tem accum restio bla dis ditaturia acepern atusdanPar-
chill oreptat eariatis id qui comnis autemporem eaquam,
in eum et qui soluptat debisqui occus.Faceaqui illab id ma-
gnam sum harchic iendicto to doluptae. Litis ea nistiossit as
prae cumque volupta quas que alit, sinustore num es aut
od quuntius dolupturit. Iquodion serorehendae lam hiliqui
re quat auditiis conet quides ipsani dit rehendus re di dolo-
ruptatus autem et assimil.

Poppins Light (10 pt)



Perché proprio il Poppins?

Il Poppins è un carattere umanista dal sapore moderno e tecnologico.

Le sue forme organiche contrastano con l'apparente geometria del simbolo; questa relazione tra due stili diversi genera equilibrio visivo e tensione allo stesso tempo.

Il Poppins è un carattere morbido e tondeggiante, alla sua lettura rilascia un senso di tranquillità e pacatezza.

Pattern

- Creazione modulo base
- Caratteristiche pattern
- Esempio di pattern a schermo intero



Processo di creazione del pattern (Modulo base)

1

Individuare l'elemento
più forte del marchio

2

Scomporre l'elemento
dal simbolo stesso

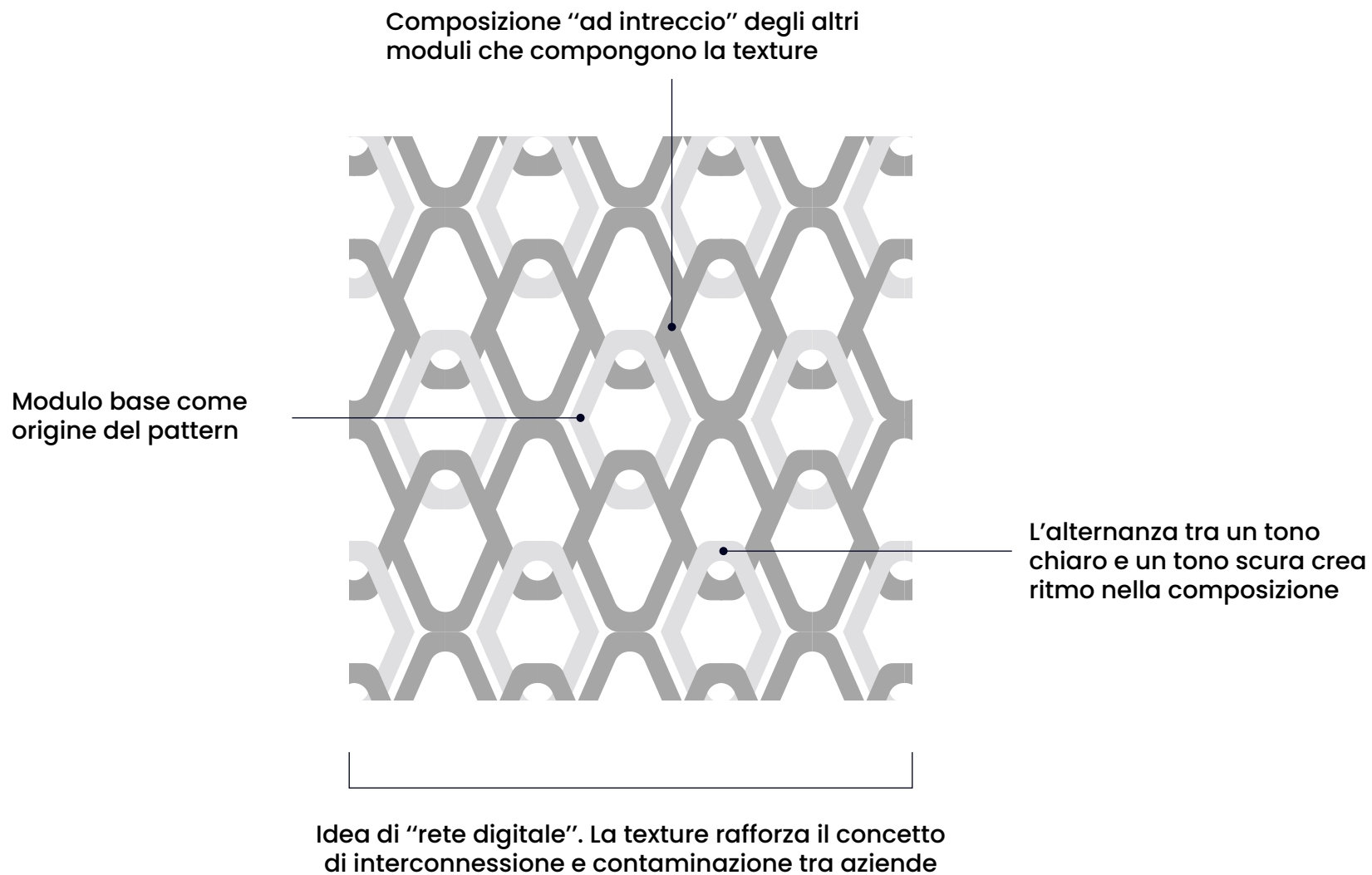
3

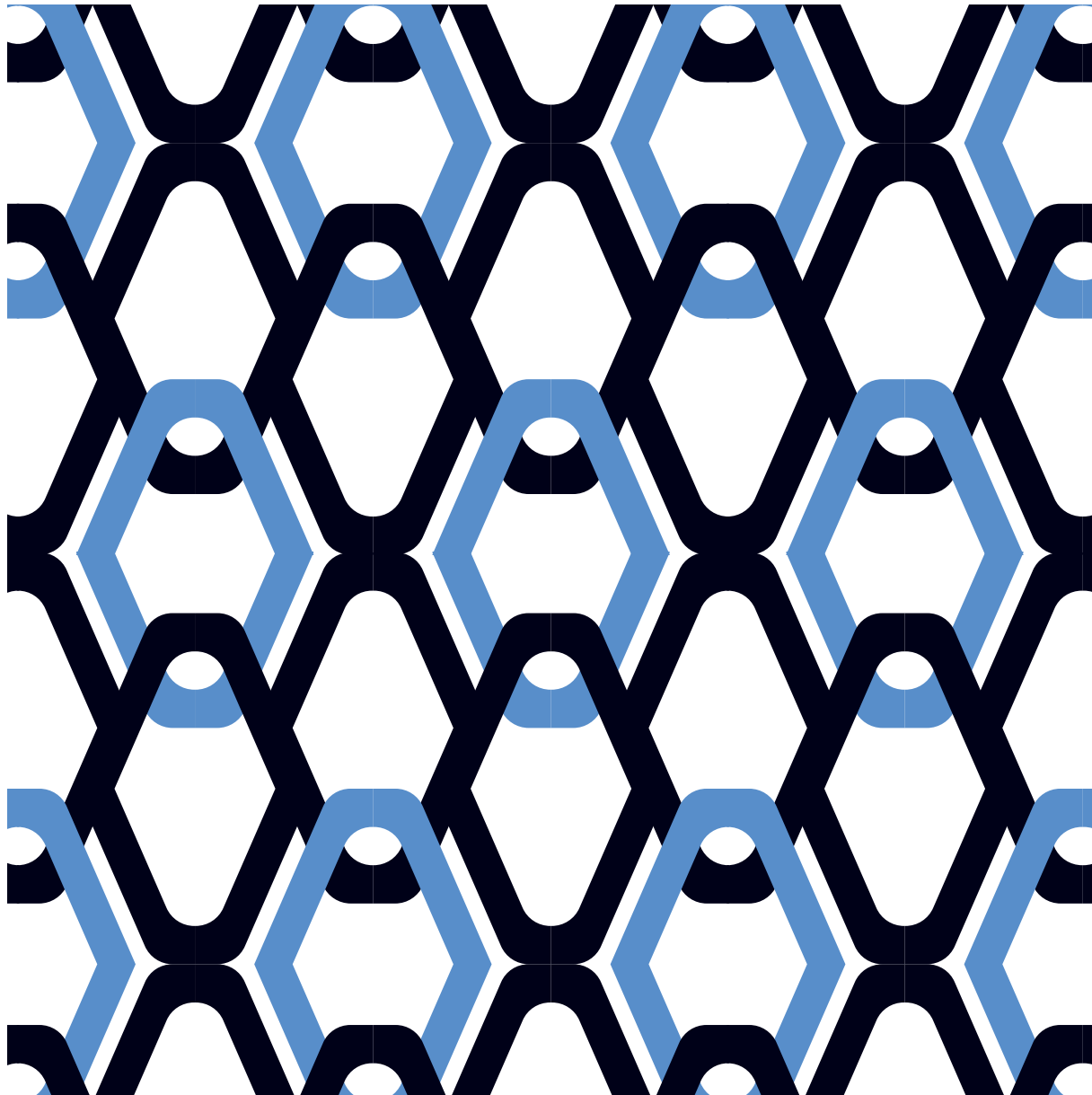
Ruotare e analizzare
il risultato ottenuto

4

Modulo base ottenuto

Caratteristiche pattern







Cap. 4

Applicazioni

L'intera immagine coordinata, dai supporti cartacei a quelli digitali.



G TECH GROUP
Siti web - App - Gestionali

Gianluca Gentile
+39 388 53 91 615

Via di Gaglia 22,
38086 Gaietino (TN)
P.IVA 1223****006
info@gtechgroup.it
gtechgroup.it

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed
diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore
magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,
quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut
aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure
dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat, vel
illum dolore eu feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan
et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril dele
nit augue duiis dolore te feugait nulla facilisi.

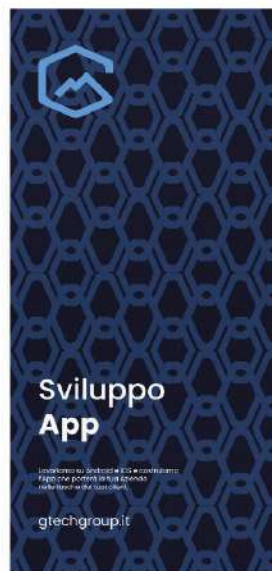
Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed
diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore
magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,
quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut
aliquip ex ea commodo consequat.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed
diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore
magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam,
quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut
aliquip ex ea feugiat nulla facilisis at vero eros et accumsan
et justo odio dignissim qui blandit praesent luptatum zzril dele

firma

gtechgroup.it



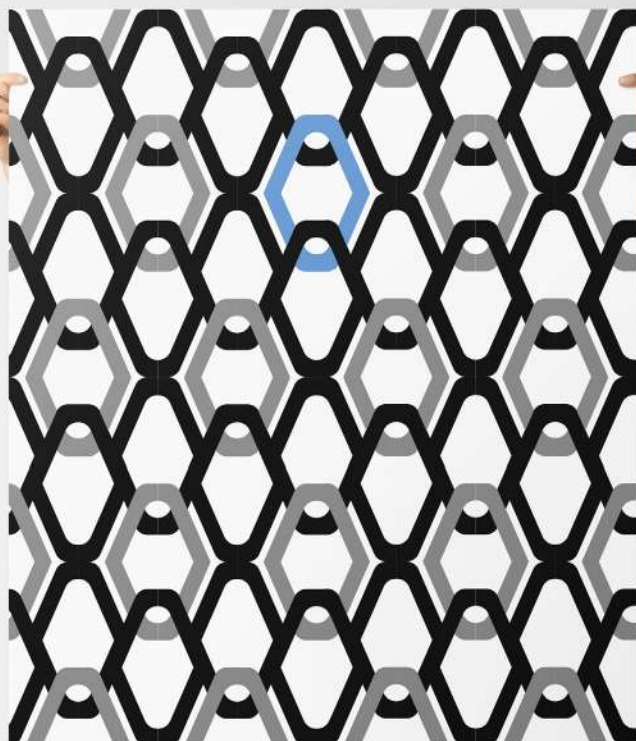




"Una vera e propria rete"

Lo scopo era quello di creare la prima Social Web Agency non una classica agenzia web che si occupa di social ma un'agenzia che mettesse in condivisione le proprie risorse e idee con altre agenzie mettendo anche in comunicazione diverse agenzie creando una vera e propria rete.





“Crea la tua identità digitale”



Lo scopo era quello di creare la prima Social Web Agency non una classica agenzia web che si occupa di social ma un'agenzia che mettesse in condivisione le proprie risorse e idee con altre agenzie mettendo anche in comunicazione diverse agenzie creando una vera e propria rete.













Chi Siamo

● GIANLUCA GENTILE

Passione da oltre 10 anni

G Tech Group nasce nel 2011 e imprenditorialmente nel 2013 da un'idea di Gianluca Gentile il suo fondatore.

Lo scopo era quello di creare la prima **Social Web Agency** non una classica agenzia web che si occupa di social ma un'agenzia che mettesse in condivisione le proprie risorse e idee con altre agenzie mettendo anche in comunicazione diverse agenzie creando una vera e propria rete.

Formato come autodidatta e attraverso corsi di formazione con Google, Microsoft, Adobe e altri grandi compagnie si specializza nel settore pubblicitario su tutto quello che è web con una particolare attenzione a Hosting, Siti Web, App e Gestionali.



Analizziamo il tuo modello

Proponiamo variazioni



Marketing

Proponiamo la giusta
strategia per



Come nasce un logo

6 Fasi in 6 Riunioni

Ecco tutte le fasi che affronteremo insieme, ogni fase sarà caratterizzata da un periodo di sviluppo e una riunione.



1. Call Concettuale

Prima riunione per chiarire i livelli creativi, un documento che racchiude i problemi da risolvere, gli obiettivi da raggiungere, la filosofia del progetto.

2. Scelta dell'idea

Seconda riunione dove il design presenta diverse proposte di logo, progettate seguendo i livelli creativi e si sceglie la più efficace.



3. Immagine Combinata

Analisi e scelta del font, dell'ottimizzazione grafica per creare personaggi, combinata etica, creativa e tecnologica.



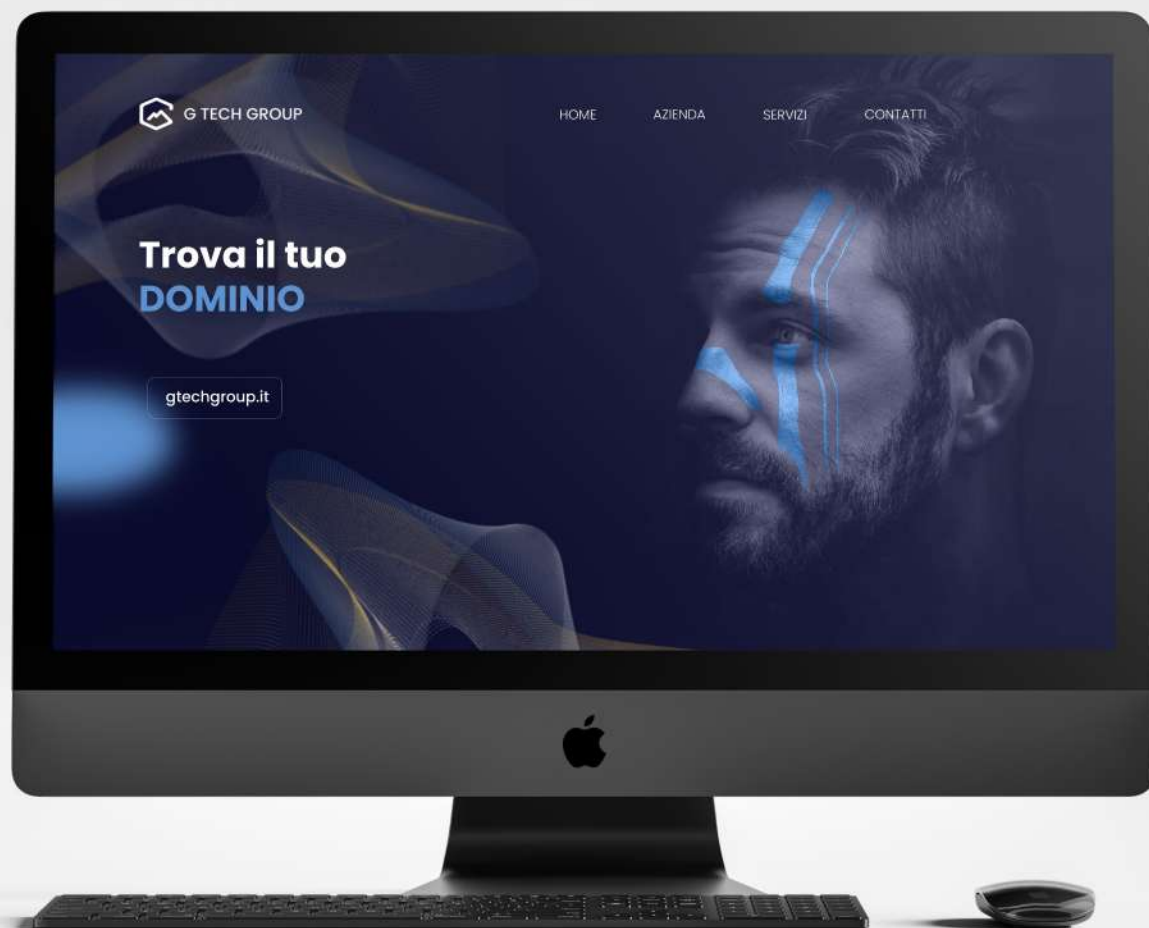
5. Brand Identity

Step dove si vede l'effettiva efficacia del marchio su supporti digitali e non del



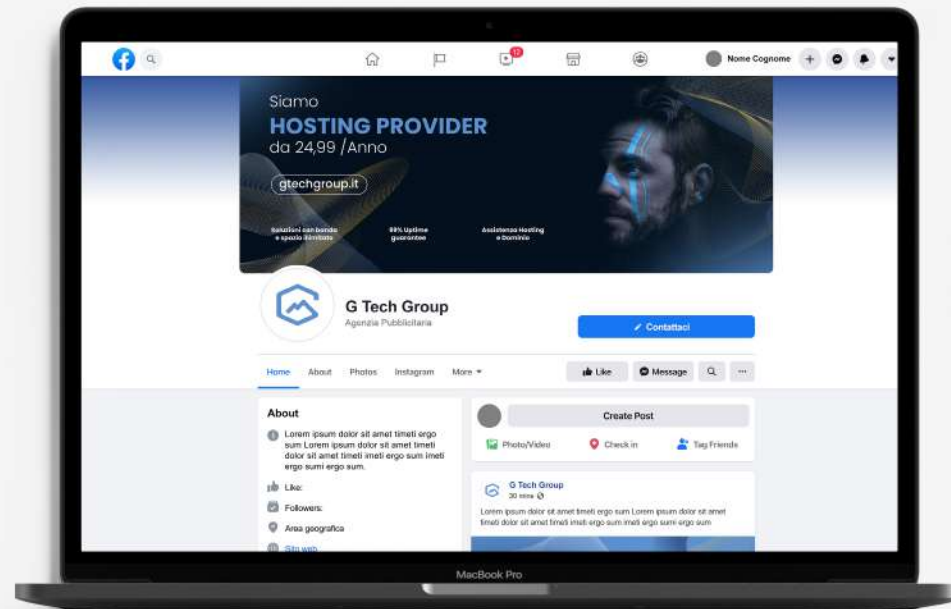


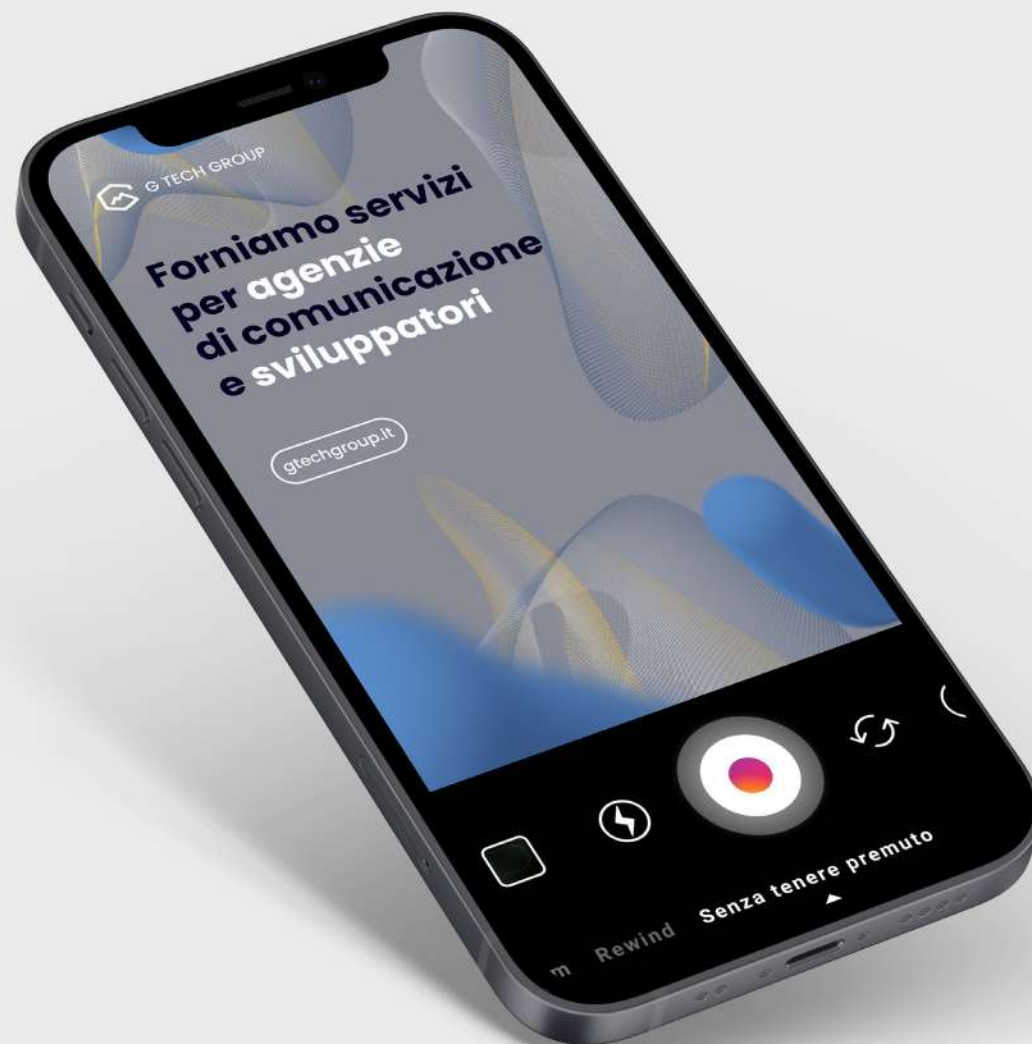




Automatizziamo il tuo business

gtechgroup.it







G TECH GROUP

Brand Manual G Tech Group

Grazie per la visione!

Contatti:

Gianluca Gentile
+39 388 58 91 615

Via di Gagia 22,
38086 Giustino (TN)

Mail:
info@gtechgroup.it

Sito web
gtechgoup.it
