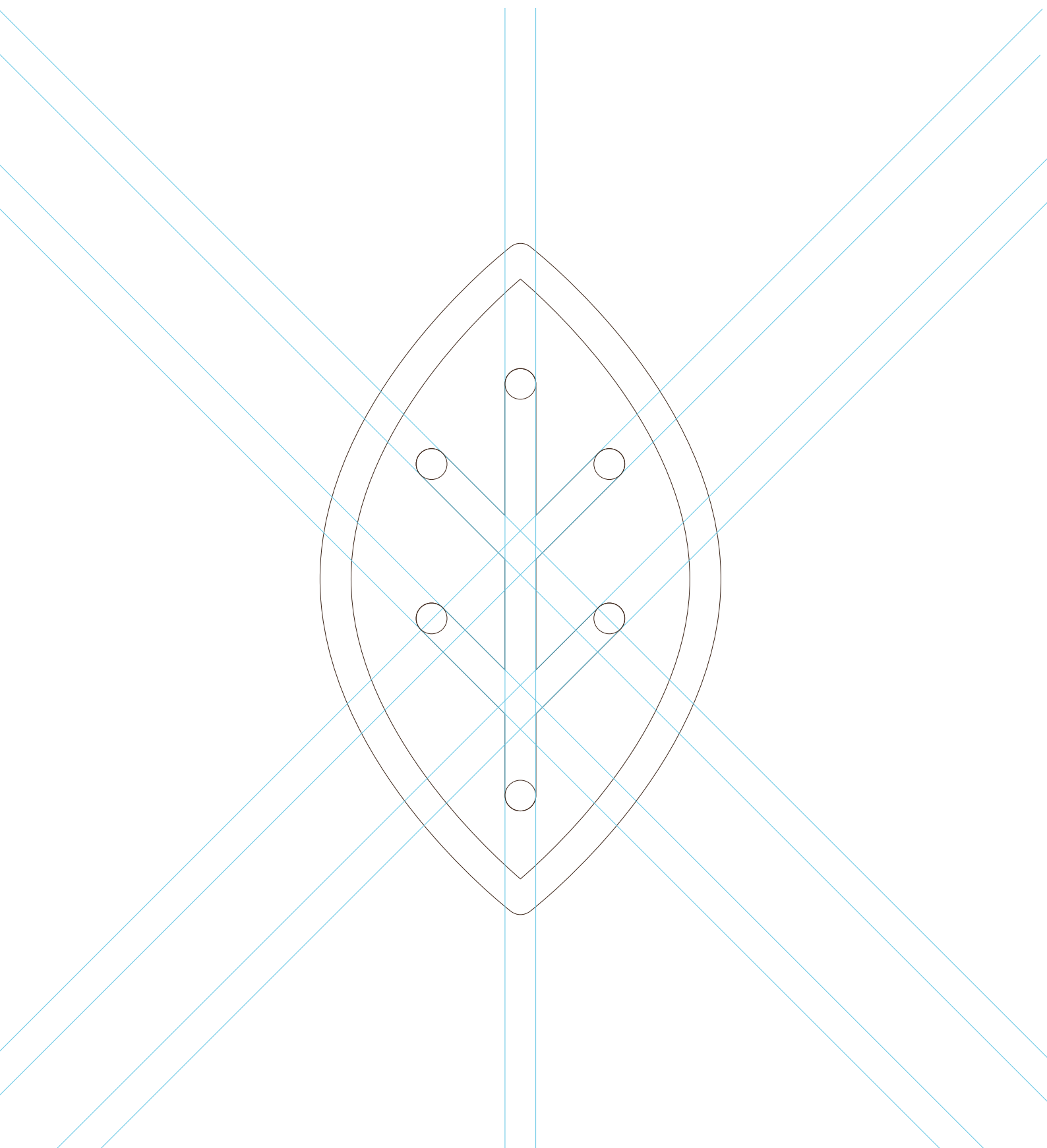




Humus
Natura di Chef

Manuale d'Identità Visiva
Guidelines of the Brand

Lo scopo del manuale è di aiutare gli utenti ad utilizzare e riprodurre correttamente il marchio Humus. Esso contiene le regole base per la composizione del marchio e dei suoi elementi visivi relativi alla propria corporate identity.



02. Elementi del marchio

02.1 Logotype



Il carattere tipografico del logotipo del Brand è l'Olivier, una font *script* morbida e sinuosa che restituisce concetto, calore, fiducia, affezione e fenomeni di mnemonismo.

Type Font Olivier

60 pt

humus

24 pt

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

18 pt

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

02.2 Payoff



Il carattere tipografico del payoff del Brand è il Letter Gothic Std, una font sans serif monospazio (famiglia dei bastoni). Date le sue caratteristiche offre una diversificazione strutturale abbinata alla font del logotipo.

Type Font Letter Gothic Std

60 pt

NATURA DI CHEF

18 pt

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

14 pt

abcdefghijklmnopqrstvwxyz

03. Costruzione marchio

03.1 Elementi del marchio



Il Marchio è formato dal logotipo principale Humus posizionato centralmente; in alto viene riportato il concetto dell'ideologia rappresentato dal tris di foglie rese in versione pittogrammatica; in basso si presenta il payoff - Natura di Chef - che aiuta ad eplicitare e rafforzare da una parte il segmento di riferimento, dall'altra la natura stessa dello Chef.



Le proporzioni visive degli elementi del Brand si basano sul semplice concetto di modularità. Se consideriamo un modulo equivalente ad 1x, le proporzioni sono:

- icone grafiche 4x
- logotipo 5x
- payoff 1x

04. Marchio

04.1 Versione positiva



Il Marchio è nero su fondo bianco.



04.2 Versione negativa



Il Marchio è bianco su fondo nero.

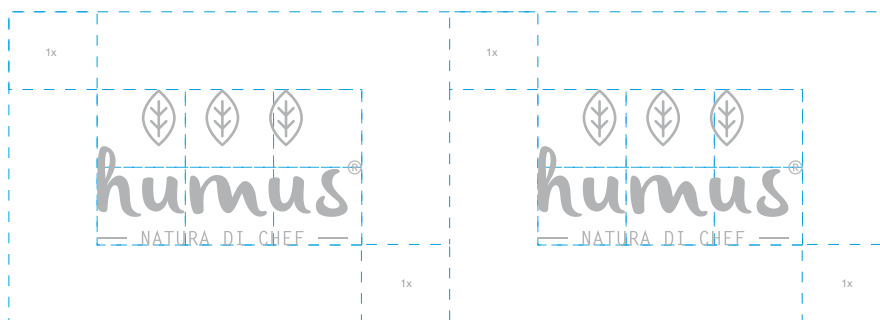


04. Marchio

04.3 Area di rispetto



L'area di rispetto è quello spazio di fondamentale importanza per la vita del Marchio, la quale non bisogna invadere in nessun modo. Rispettare questa distanza garantisce maggior aria e maggior vivibilità del Marchio. Esso è stato suddiviso in una griglia composta da 6 moduli (ogni modulo corrisponde a 1x).



04. Marchio

04.4 Usi non consentiti



Il Marchio va rispettato nella sua progettazione. Rispettare la sua costruzione le proporzioni ed i caratteri tipografici applicati.



Utilizzo del Marchio corretto.



Evitare di scomporre l'equilibrio dei tre pittogrammi. Non è possibile alterare la loro struttura ed il loro allineamento. Uso non consentito.



Evitare di strecciare il marchio alterando le sue grandezze in modo sconsiderato. Uso non consentito.



Non è possibile cambiare la font del logotipo Humus e quella del Payoff. Uso non consentito.

04. Marchio

04.5 Massima riducibilità



Rispettare la scala di grandezza del Marchio.

6 cm



4 cm



3 cm



2 cm



05. Colore istituzionale

C	50%	R	60%	esadecimale
M	70%	G	35%	#3B2418
Y	80%	B	25%	
K	75%			

Pantone Brown 100%

90%

80%

70%

60%

50%

40%

30%

20%

10%

05. Colore istituzionale

05.1 Marchio a colori - Versione positiva



Il Marchio è brown su fondo bianco.



05.2 Marchio a colori - Versione negativa



Il Marchio è bianco su fondo brown.



Grazie per l'attenzione e buon uso.

**Humus Natura di Chef
Fioravante De Nicola
Chef-founder**

**Sede Centrale
C.So Umberto I, 293
84013 Cava De' Tirreni (Sa)**

**Sede Laboratorio
Località Contrapone, Passiano
84013 Cava De' Tirreni (Sa)**

**info@humusnaturadichef.it
www.humusnaturadichef.it**

**Atena S.R.L.
P.Iva 03093290652**

Seguici sui social

