

SE
SERCOM

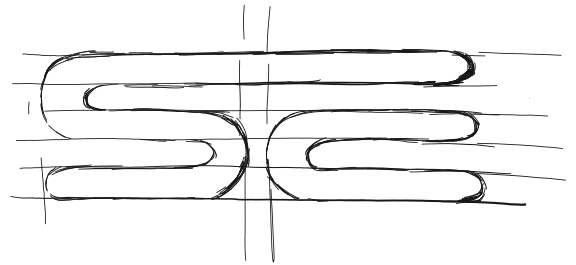
—
BRAND
GUIDELINES

IL CONCEPT DEL LOGO

Il design del brand consiste nell'unione di tre elementi: un simbolo, un logotipo ed un claim.

Il simbolo rappresenta l'interazione tra le due iniziali di SerCom, che, rappresentate graficamente, assumono un nuovo significato: la S di Sercom abbraccia la C di Cliente, in una simmetria precisa e rassicurante.

Il simbolo rispecchia dunque i valori e lo stile di lavoro dell'azienda.



LE DIMENSIONI DEL LOGO

Il logo deve essere sempre riprodotto nella sua versione originaria, completo delle sue tre parti, salvo nei casi in cui si debba applicare in uno spazio di altezza minore di 30 mm. In questo ultimo caso il logo dovrà essere riprodotto senza la dicitura "The Gadget Idea".

La versione orizzontale del marchio è da utilizzare solo in presenza di layout che non permettono l'utilizzo del logo originario nel modo corretto. Anche in questo caso la dimensione minima di riproduzione del marchio completo di dicitura "The Gadget Idea" è di 45 mm di larghezza.



30 mm



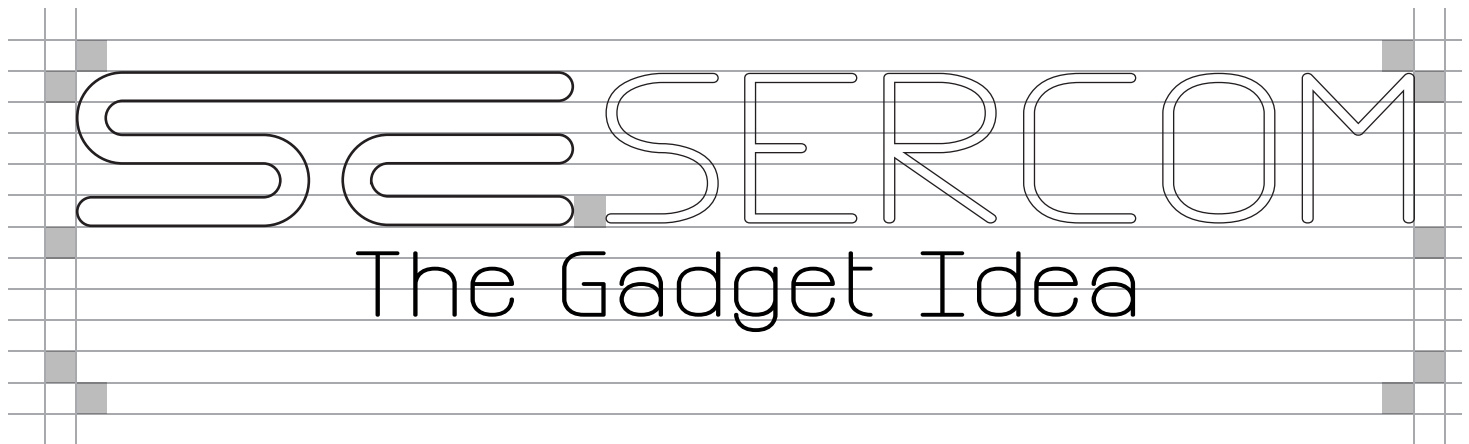
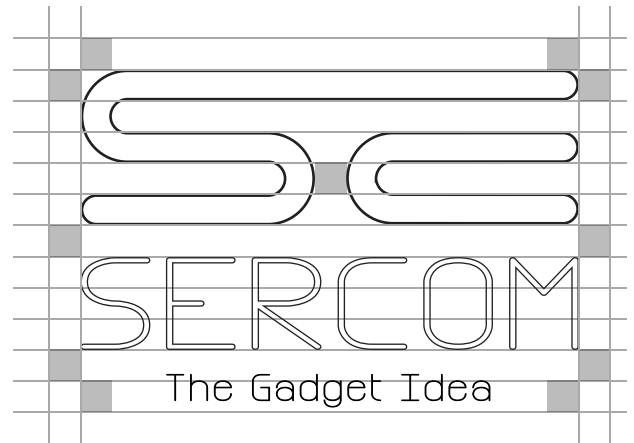
45 mm



LA GRIGLIA DI POSIZIONAMENTO

Il brand deve essere riprodotto rispettando la corretta griglia di impaginazione. La griglia è stata costruita assumendo come unità di misura un quadrato avente lato equivalente allo spessore della traccia del simbolo.

In presenza di layout che non permettono di rispettare la tale griglia, inserire la versione orizzontale del marchio.



I COLORI DEL LOGO

I colori del logo nella sua versione principale sono i Pantoni 7693 C e 137 C.



PANTONE 7693 C



PANTONE 137 C

CARATTERE TIPOGRAFICO DEL LOGO

Il font utilizzato è il font Infinity.

Infinity

SERCOM

Infinity

The Quick Brown Fox
Jumps Over The Lazy Dog

Infinity

VERSIONI AD UN COLORE DEL LOGO

L'uso preferenziale del marchio è quello nella sua versione positiva. Se lo sfondo, però, non permette l'applicazione del marchio nella sua versione originale, è possibile applicarlo ad un solo colore.

La scelta tra il bianco ed il nero deve dipendere dal contrasto cromatico che si crea tra marchio e sfondo.



Versioni ad un colore



Applicazioni su fondi colore fino al 50% di nero



Applicazioni su fondi colore superiori al 50% di nero

VERSIONE NEGATIVA DEL LOGO

L'uso preferenziale del marchio è quello nella sua versione positiva.
Se lo sfondo, però, non permette l'applicazione del marchio nella sua versione originale, è possibile applicarlo nella sua versione negativa.



LE APPLICAZIONI CORRETTE DEL LOGO

Il marchio deve essere applicato nel rispetto delle regole viste finora.



LE APPLICAZIONI ERRATE DEL LOGO

Non usare in maniera arbitraria i colori della paletta cromatica o altri colori utilizzabili.
Non aggiungere in maniera arbitraria contorni di colore o eventuali ombre



