

Versione 1.0
Maggio 23



RELAX & BEAUTY

CENTRO ESTETICO

BRAND MANUAL

BRAND MANUAL

Il manuale del Brand fornisce le informazioni relative all'azienda e le indicazioni sul corretto utilizzo del Brand.

All'interno di questo documento sono indicati gli elementi che costituiscono l'identità dell'azienda e quindi la sua immagine coordinata: costrutti grafici, palette colore, tipografia e una serie di esempi sulle possibili applicazioni del marchio.

01

IL BRAND

L'azienda
Archetypal branding
Valori e Keywords
Restyling logo

02

IL LOGO

Il concept
Simboli e moodline
Simbolo
Brand Mark
Negativo e Scala di grigi
Griglia strutturale
Safe area
Variante icona
Leggibilità in riduzione
Errato utilizzo
Sfondi e contrasti

03

TONE OF DESIGN

Palette cromatica
Gerarchia cromie
Tipografia

04

IMMAGINE COORDINATA

Set icone
Pattern
Immagini
Layout Feed Social

05

APPLICAZIONI

INDICE

01. IL BRAND





RELAX & BEAUTY

Relax & Beauty è un **centro estetico** con sede a Bolzano. Offre una vasta gamma di trattamenti estetici mirati, eseguiti da professionisti altamente qualificati. La **passione per il lavoro** e la consulenza individuale sono le caratteristiche distintive di questo centro, che si impegna costantemente per il **benessere e la bellezza dei propri clienti**.

ARCHETIPAL BRANDING

Il termine archetipo è utilizzato in psicologia analitica per indicare le idee innate nell'inconscio umano.

Gli archetipi junghiani sono “tipi di individui” **portatori di caratteristiche universali** in termini di **bisogni, desideri, aspirazioni, obiettivi e paure**.



ANGELO CUSTODE

L'archetipo scelto per *Relax & Beauty* è **l'angelo custode**.

L'angelo custode è impersonato dalla madre, dal guaritore, dall'altruista, è colui che protegge gli altri con lo scopo di farli stare bene.

I prodotti o servizi che hanno questo archetipo, sono empatici, comunicativi, consistenti, veritieri e protettivi.

PAROLE CHIAVE:

Aiuto/ Compassione/ Generosità

Protezione/ Empatia/ Relazione/ Fiducia

Naturalezza/ Gentilezza/ Coerenza

VALORI E KEYWORDS

Il termine archetipo è utilizzato in psicologia analitica per indicare le idee innate nell'inconscio umano.

Gli archetipi junghiani sono “tipi di individui” **portatori di caratteristiche universali** in termini di **bisogni, desideri, aspirazioni, obiettivi e paure**.

BENESSERE

SICUREZZA

SELF CARE

ELEGANZA

ARMONIA

SERENITÀ

FIDUCIA

BELLEZZA

IL RESTYLING

Il lavoro di restyling del logo di **Relax & Beauty** è stato basato principalmente sulla ricerca di un linguaggio visivo e strutturale più moderno e minimal, mantenendo la presenza del simbolo del fiore di loto che contraddistingue il logo iniziale.



LOGO PRECEDENTE

02. IL LOGO

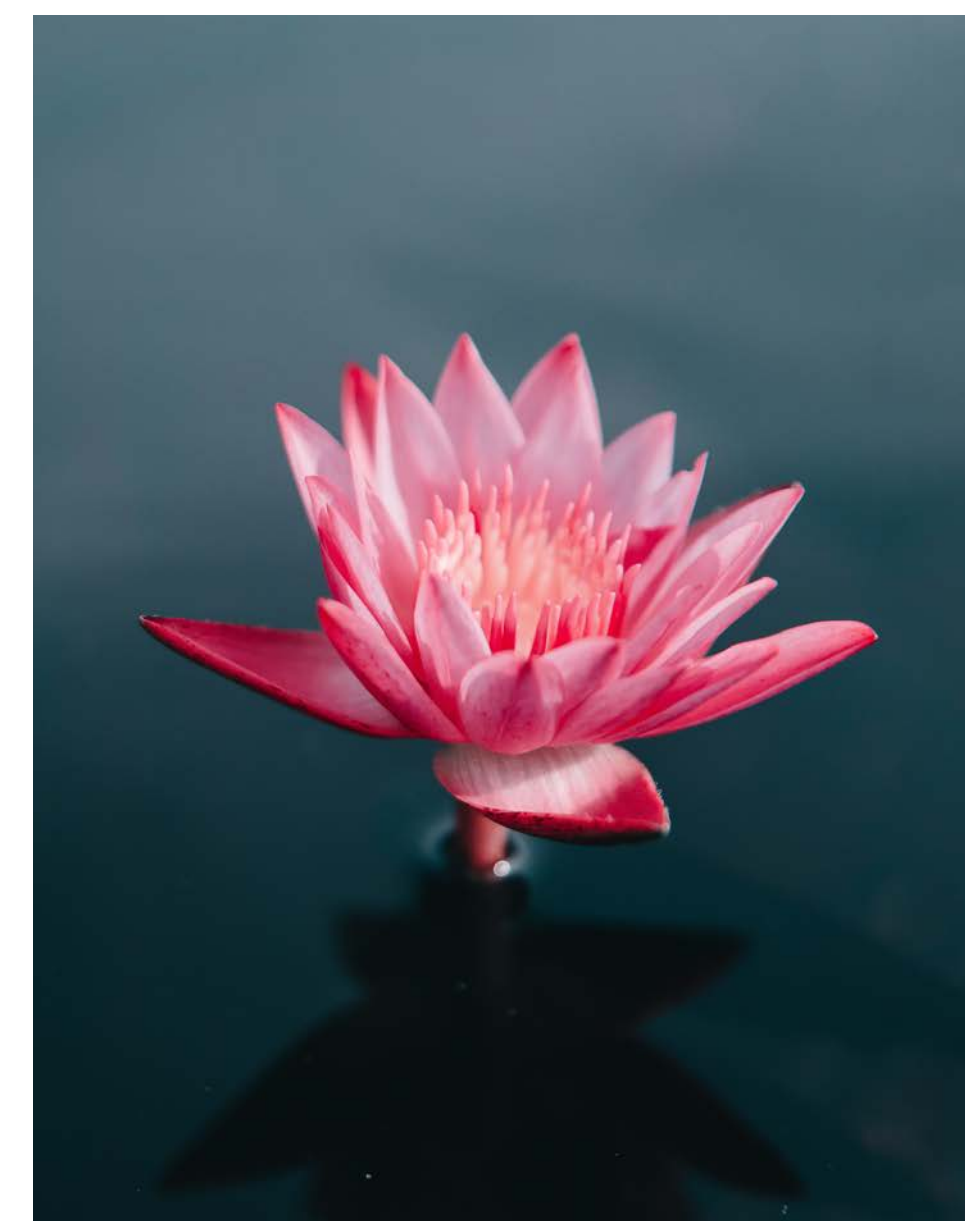


IL CONCEPT

Partendo dai valori emozionali che il Brand vorrebbe comunicare, sono stati individuate delle reference visive che sintetizzassero alcuni concetti chiave su cui costruire il progetto.



TEMPIO
Serenità
Protezione



FIORE DI LOTO
Delicatezza
Bellezza



STEMMA ORO
Eleganza
Simmetria



FIORE
NATURA
VITA



SPECULARITÀ
PERFEZIONE
SICUREZZA

SIMBOLI E MOODLINES

Simboli e moodlines rappresentano i valori emozionali che il Brand vuole comunicare. Ispirano la progettazione del logo e orientano le scelte grafiche della comunicazione del brand.



SIMBOLO



RELAX & BEAUTY

CENTRO ESTETICO

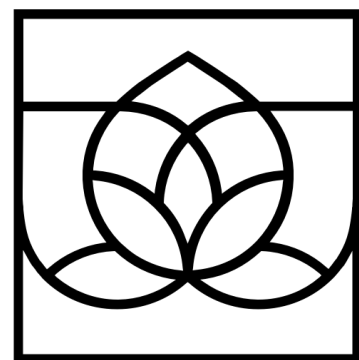
BRAND MARK

Costrutto verticale



BRAND MARK

Costrutto orizzontale



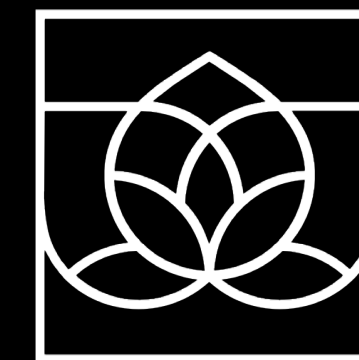
RELAX & BEAUTY

CENTRO ESTETICO



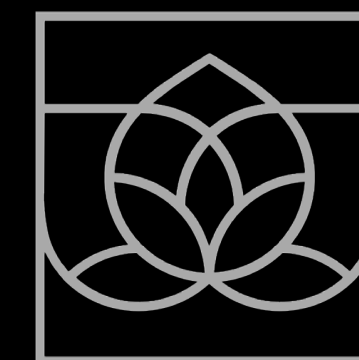
RELAX & BEAUTY

CENTRO ESTETICO



RELAX & BEAUTY

CENTRO ESTETICO



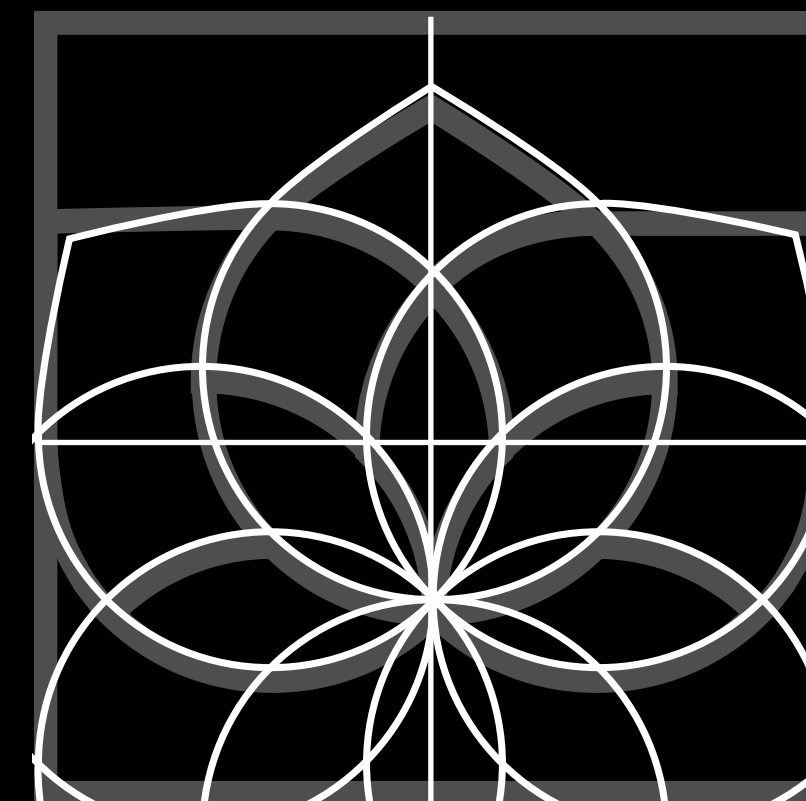
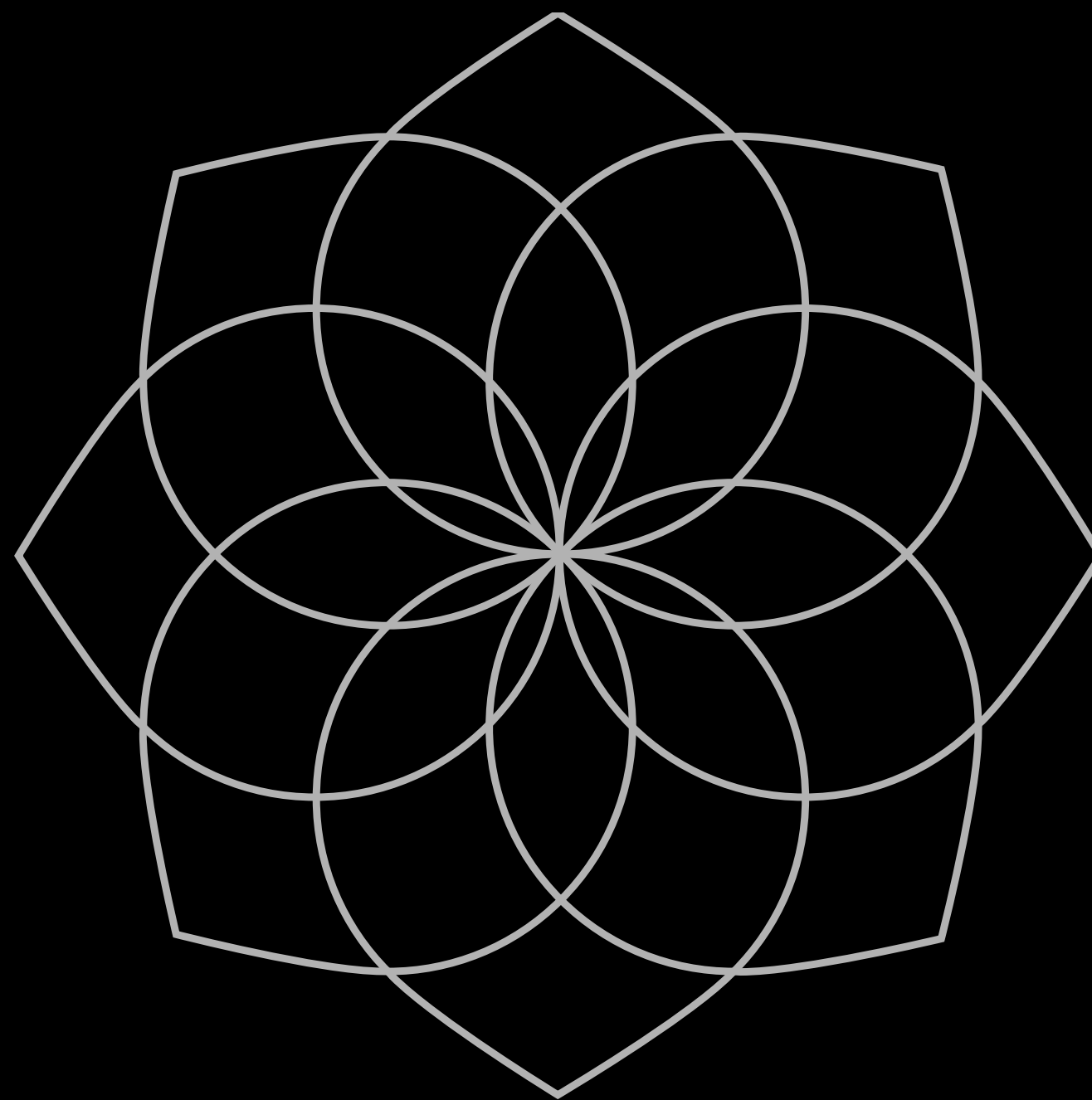
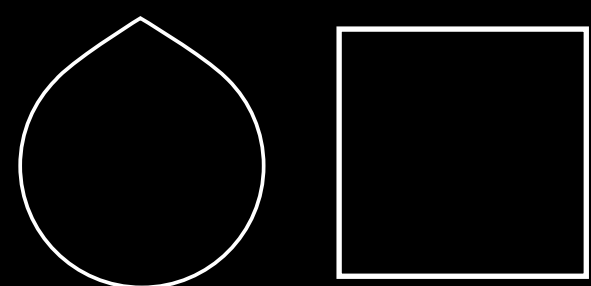
RELAX & BEAUTY

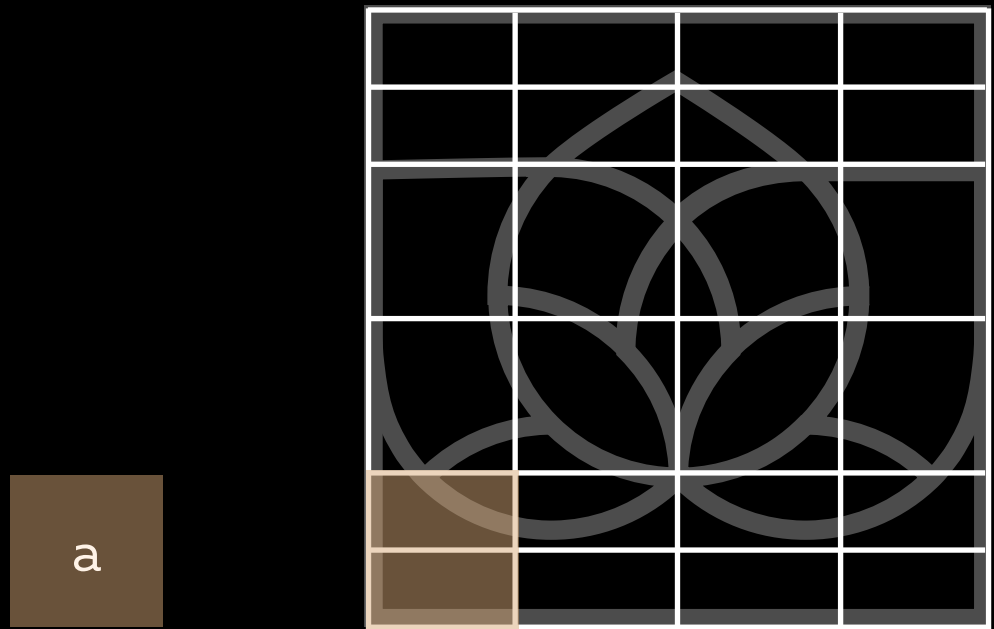
CENTRO ESTETICO

GRIGLIA STRUTTURALE

In questa schermata è riportata la griglia strutturale e i moduli utilizzati per il design del logo.

MODULI





SAFE AREA

La safe area deve essere mantenuta libera da elementi di interferenza che potrebbero compromettere la leggibilità del logo.



ICONA

È stata prevista una versione del simbolo con una traccia più spessa per i casi d'uso in cui il simbolo deve essere riprodotto in dimensioni molto ridotte.



USO LOGO



USO ICONA



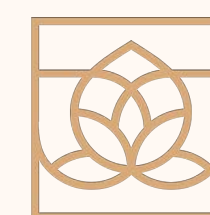
LINE



FILL



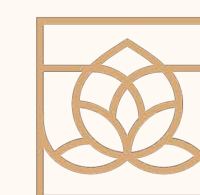
RELAX & BEAUTY
CENTRO ESTETICO



RELAX & BEAUTY



RELAX &
BEAUTY
CENTRO ESTETICO



RELAX &
BEAUTY

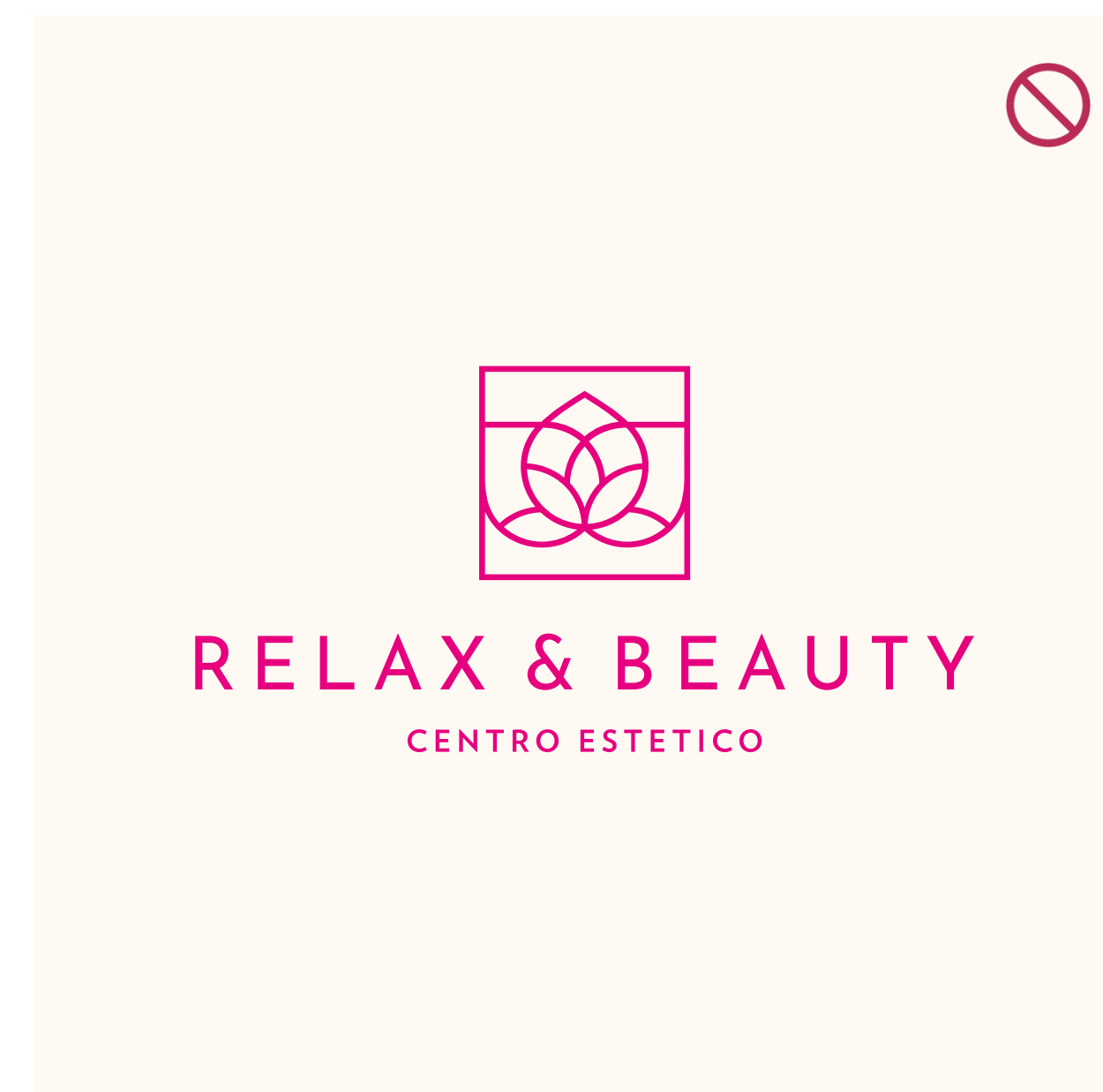
In relazione al contesto, utilizzare la versione del logo dove i componenti sono facilmente leggibili.



Ridimensiona il logo rispettandone le proporzioni e mantenendo inalterate le forme componenti.



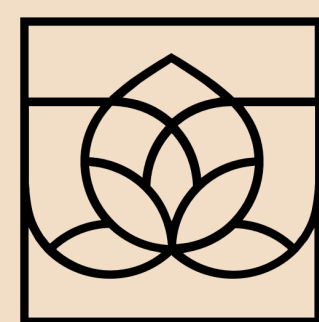
Gli elementi del Brand Mark non devono essere organizzati diversamente rispetto le versioni ufficiali.



Non utilizzare colori diversi e/o combinazione di colore diversi da quelli ufficiali per rappresentare il Brand Mark.



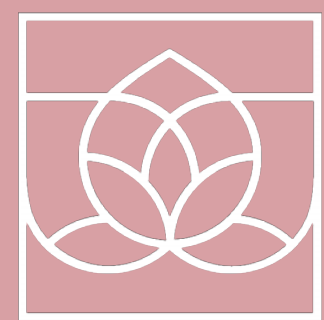
RELAX &
BEAUTY
CENTRO ESTETICO



RELAX &
BEAUTY
CENTRO ESTETICO



RELAX &
BEAUTY
CENTRO ESTETICO



RELAX &
BEAUTY
CENTRO ESTETICO



RELAX &
BEAUTY
CENTRO ESTETICO

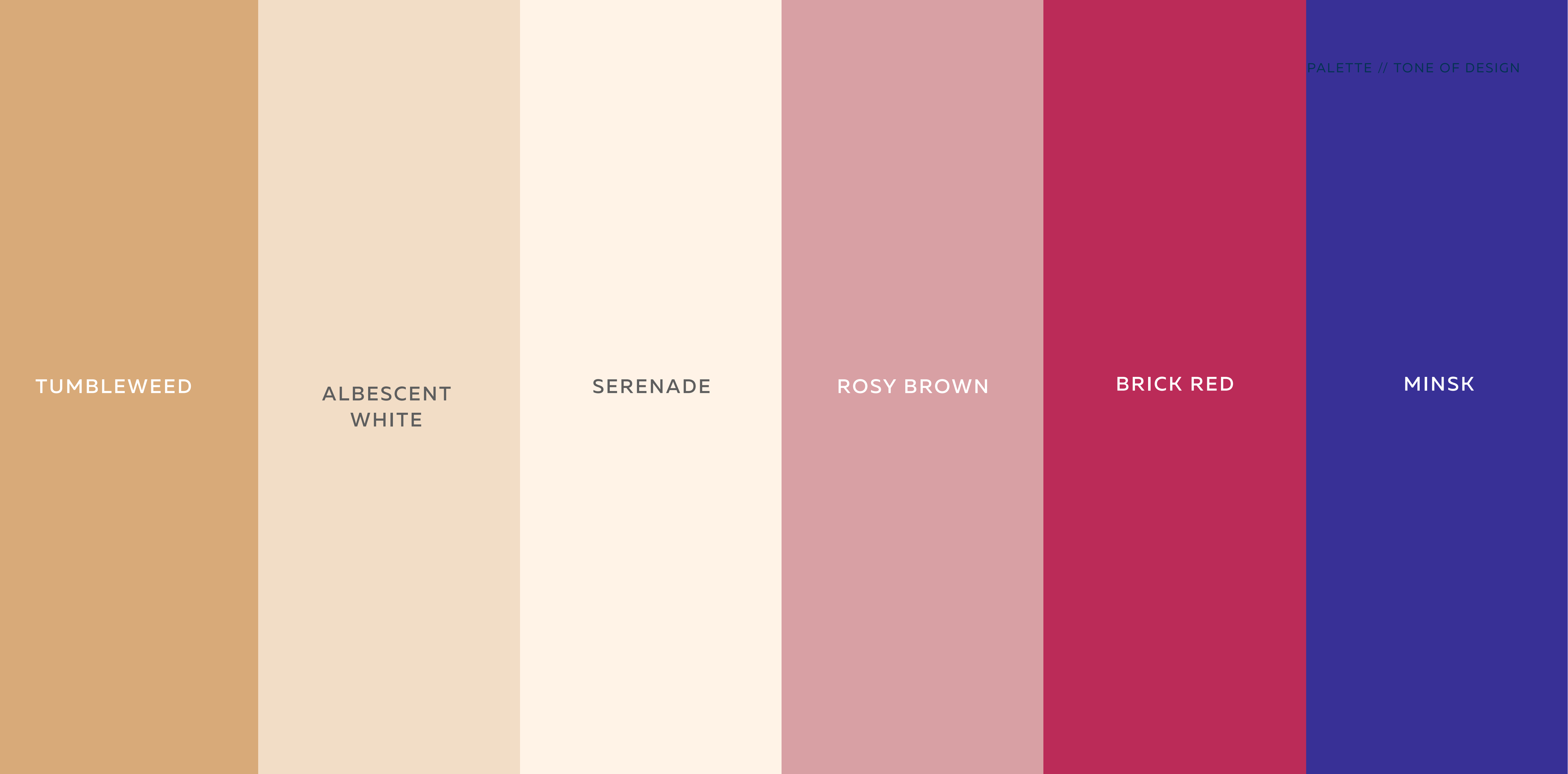


RELAX &
BEAUTY
CENTRO ESTETICO

03. TONE OF DESIGN

Oltre al logo, anche cromie e font tipografici costituiscono l'identità del brand in quanto anch'essi contribuiscono a comunicare implicitamente i valori emozionali dell'azienda.





TUMBLEWEED

ALBESCENT
WHITE

SERENADE

ROSY BROWN

BRICK RED

MINSK

PALETTE // TONE OF DESIGN

PRIMARY COLOR

Visual & Graphics / Buttons
Icons / Fill / Title & Overline



TUMBLEWEED

HEX: #D8AA79
RGB: 216 | 170 | 121
CMYK: 15% 35% 56% 3%
PANTONE: P 21-3 U

70% 30% 10%

SECONDARY COLOR

Visual / Fill / CTA / Icons

ROSY BROWN

HEX: #D8A0A4

RGB: 216 | 160 | 164

CMYK: 14% 43% 26% 2%

PANTONE: 15-1611 TCX

70%

30%

10%

TERTIARY COLOR

Visual / Fill/ Icons/ Over/ Link

PALETTE // TONE OF DESIGN

MINSK

HEX: #383096
RGB: 56 | 48 | 150
CMYK: 94% 89% 0% 0%
PANTONE: 2370 C

70% 30% 10%

ACCENT COLOR

Alert / Error / CTA/ Link

BRICK RED

HEX: #BB2B58
RGB: 187 | 43 | 88
CMYK: 20% 93% 43% 10%
PANTONE: P-697 C

70% 30% 10%

NEUTRAL COLORS

Background/ Fill

PALETTE // TONE OF DESIGN

ALBESCENT WHITE

HEX: #F2DDC6

RGB: 242 | 221 | 198

CMYK: 6% 15% 24% 0%

PANTONE: P 37-1 C

SERENADE

HEX: #FFF3E7

RGB: 255 | 243 | 231

CMYK: 0% 6% 11% 0%

PANTONE: P 7-1 U

70%

50%

10%

70%

50%

10%

DARK COLORS

Typography/ Inactive

LICORICE

HEX: #15050A
RGB: 21 | 5 | 10
CMYK: 76% 79% 57% 91%
PANTONE: 20-0124 TPM

SILVER

HEX: #A9A9A9
RGB: 196 | 169 | 169
CMYK: 36% 28% 28% 7%
PANTONE: 15-0703 TPG

70%

50%

10%

70%

50%

10%



RELAX & BEAUTY
CENTRO ESTETICO

NAMING FONT

Aa

Josephine Sans - Regular

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ? & \$ £ € % @ !

PAYOFF FONT

Aa

Verlag - Medium

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z
a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 ? & \$ £ € % @ !

Aa

FONT: MULLER

USE: TYPOGRAFY

BIG TITLE 56 64

H1 48 56 SUB 1 28 34

H2 34 40 SUB 2 22 24

H3 28 34 SUB 3 20 24

H4 24 28 SUB 4 18 21

H5 20 24 SUB 5 16 20

SUBHEAD LONG TITLE

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Cras a sem sed ligula venenatis fermentum. Mauris ac mauris lorem. Suspendisse potenti. Donec rhoncus vel dolor nec dictum.

Sed erat ligula, luctus et vulputate non, convallis vel massa. Phasellus sit amet mollis dui. Sed lectus ipsum, pellentesque sed mi ut, ornare tempus mauris. Sed tempus et tellus sed tempor.

Morbi accumsan luctus tincidunt. Aliquam sed sapien eros. Donec euismod felis non eros finibus, vel accumsan purus hendrerit. Integer venenatis sem id molestie facilisis.

04. IMMAGINE COORDINATA

L'applicazione del logo è accompagnata da tutti gli elementi grafici, font e cromie che compongono l'identità aziendale e che, applicati alla comunicazione online e offline, rafforzano l'identità del Brand e quindi il suo valore percepito.

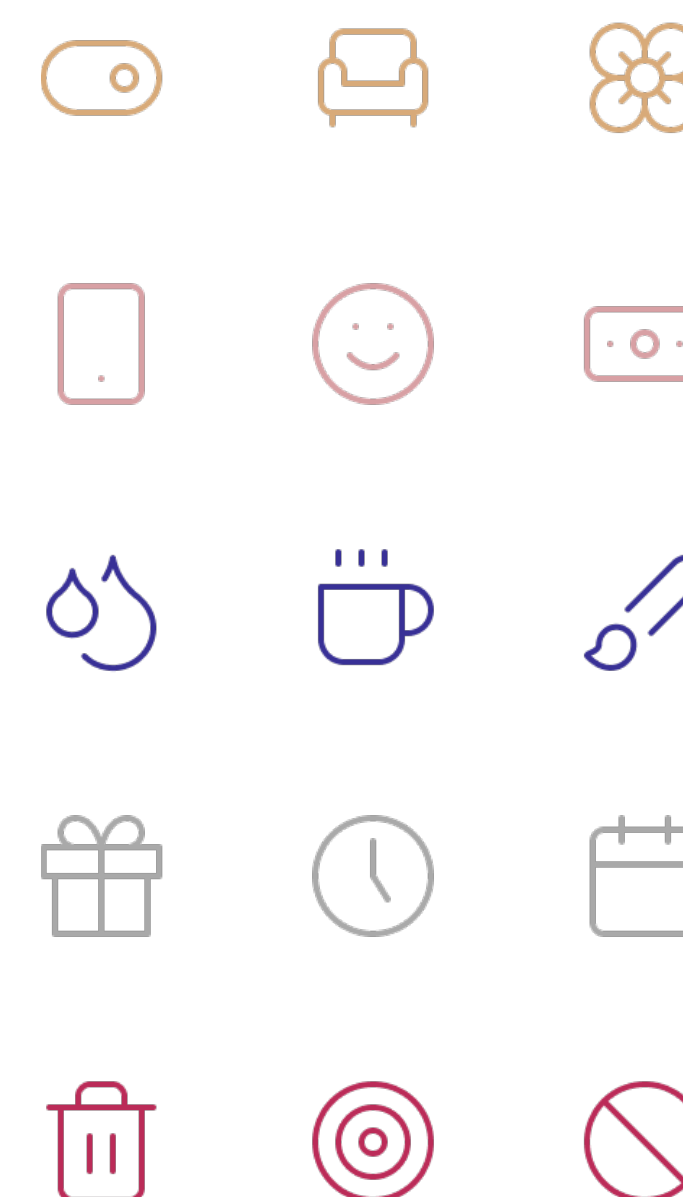


ICON SET

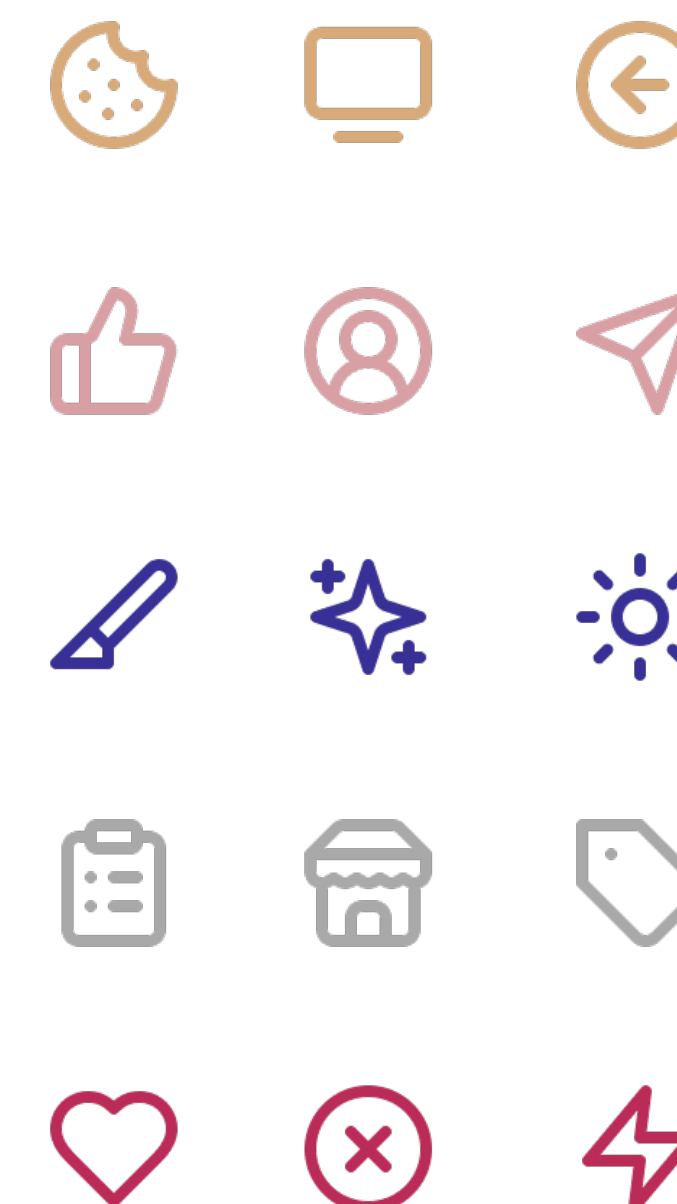
LUCIDE ICONS

 lucide.dev

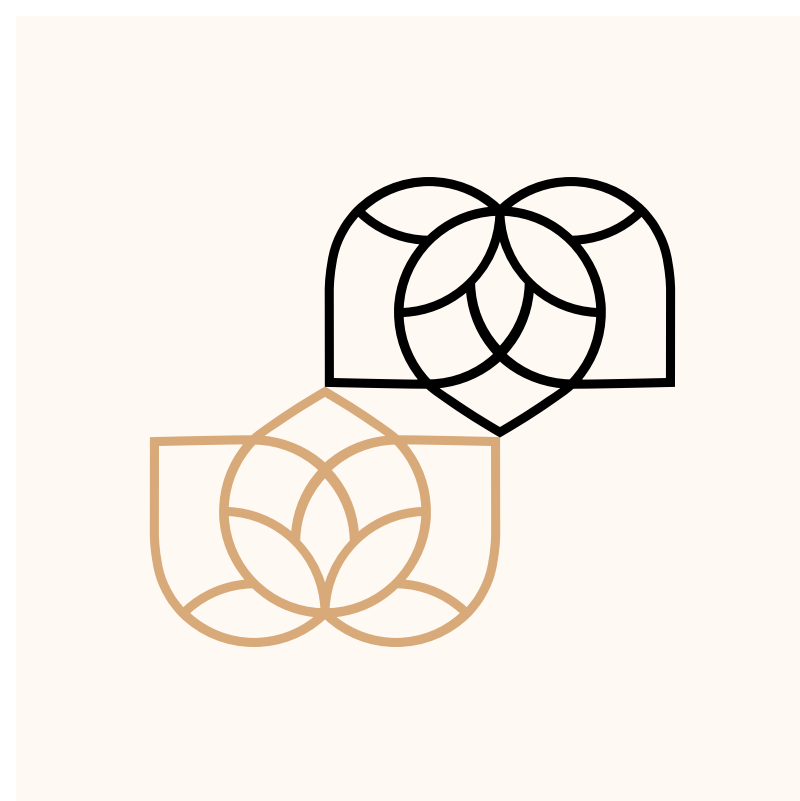
Set icone



STROKE 1 PT



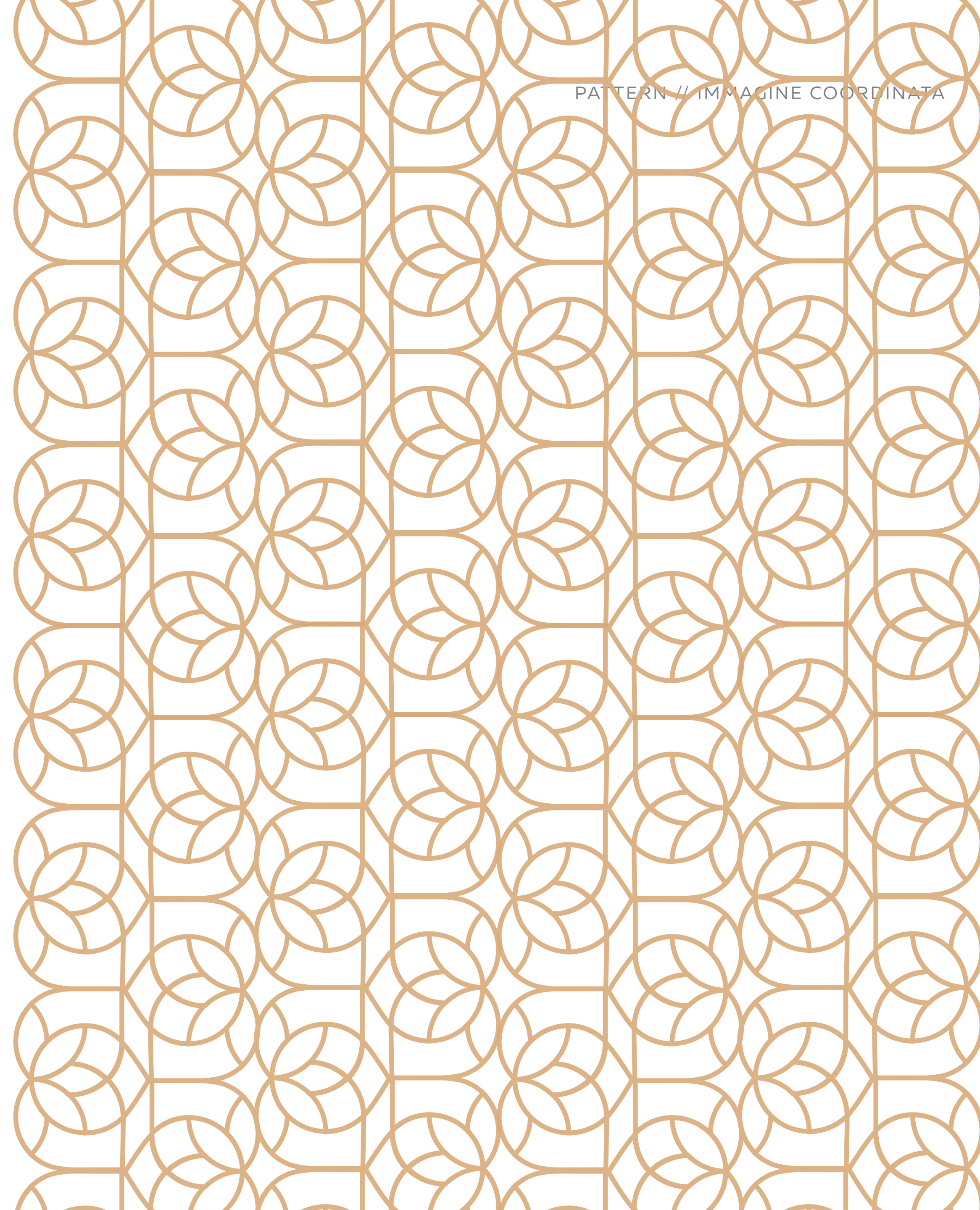
STROKE 2 PT



PATTERN

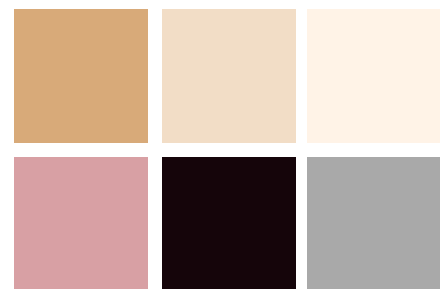
È possibile generare pattern e texture mediante la ripetizione del marchio e/o delle sue componenti.

Motivi grafici e l'applicazione della palette possono essere utili per lo sviluppo di un coordinato aziendale rafforzando l'identità e la riconoscibilità del Brand.



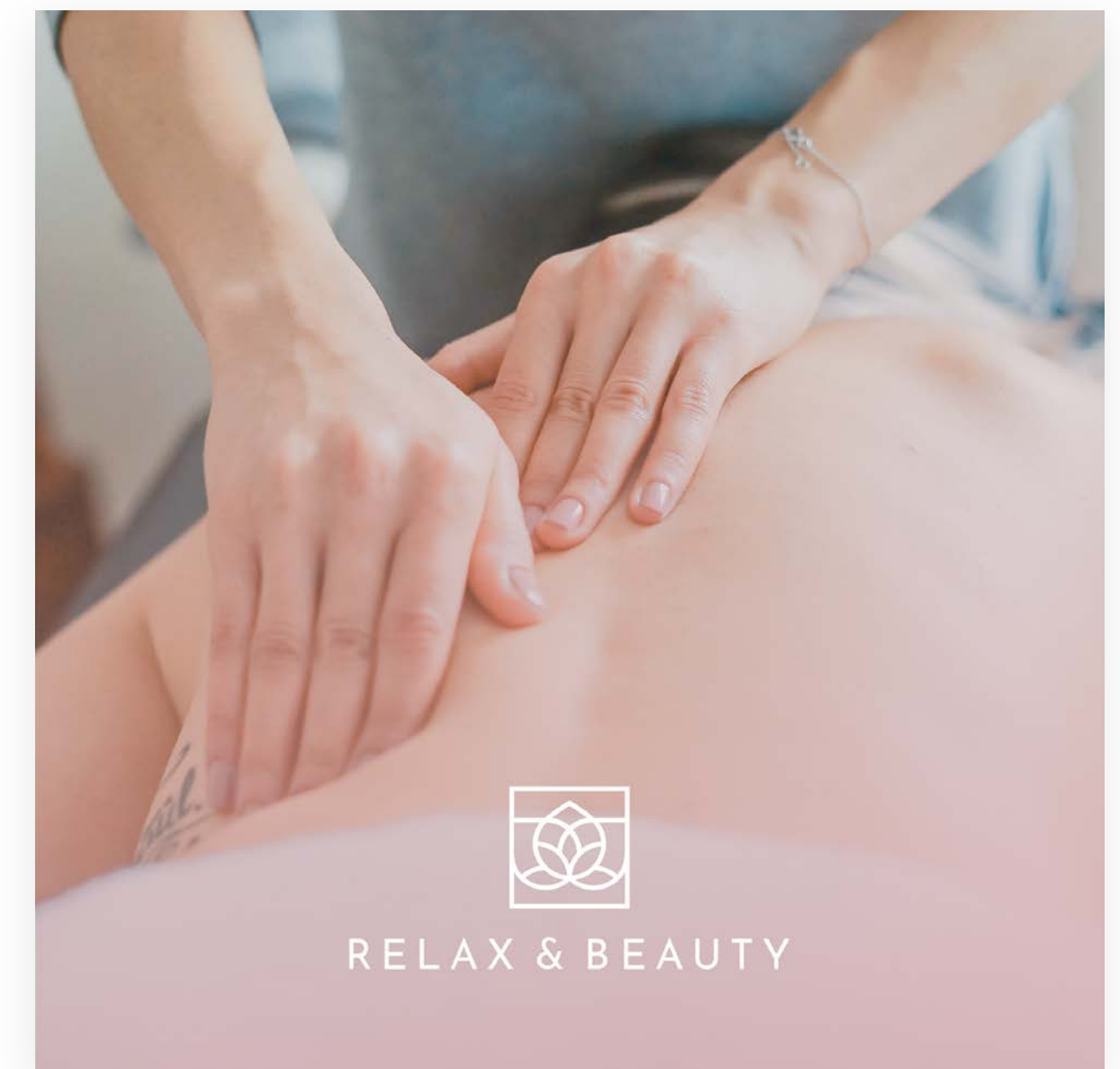
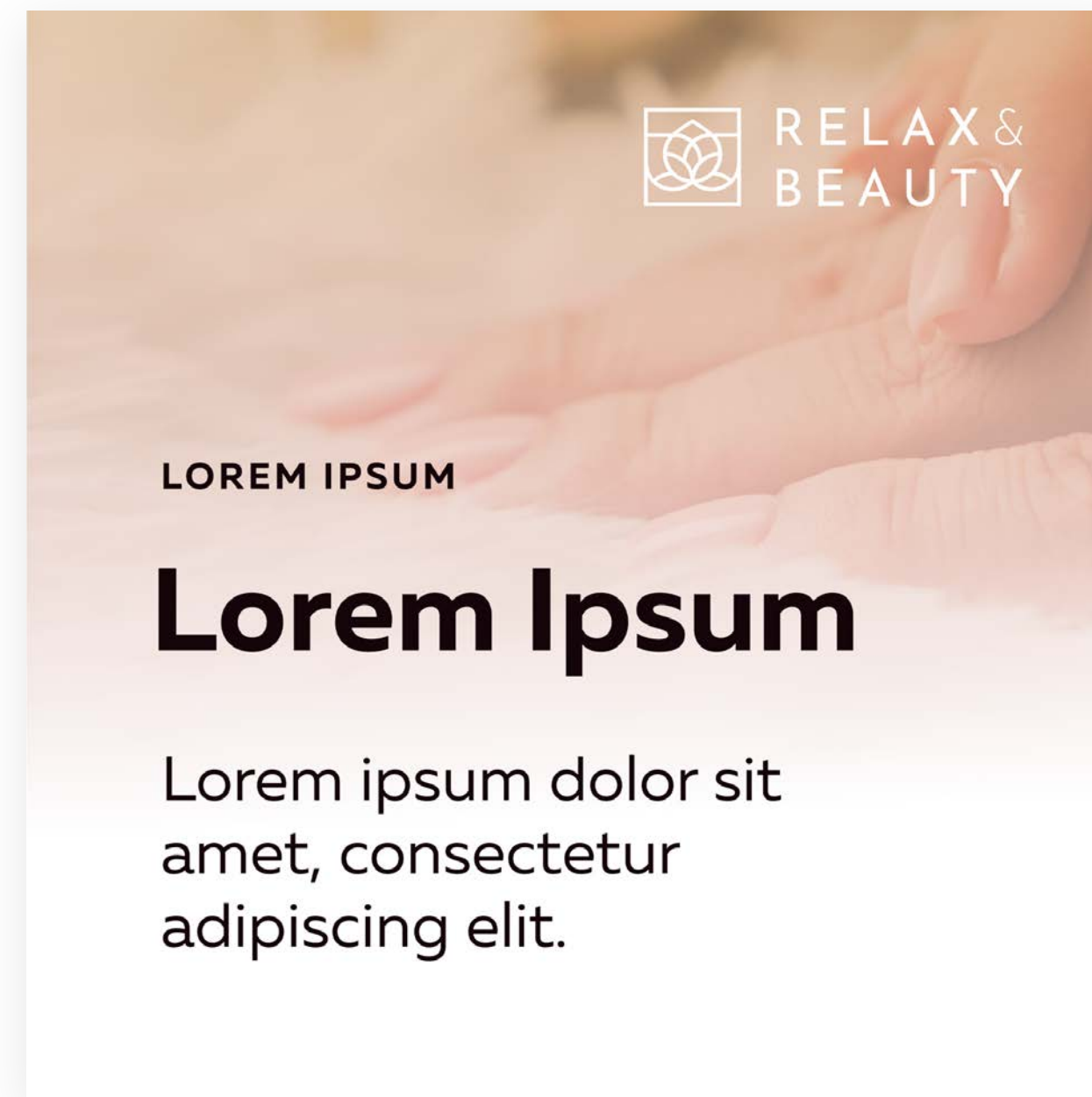
IMMAGINI

Scegliere immagini in linea con i toni cromatici aziendali e che ritraggano scene/ oggetti/ persone/ azioni inerenti ai servizi aziendali o che suggeriscano il campo d'interesse di riferimento.



POST SOCIAL

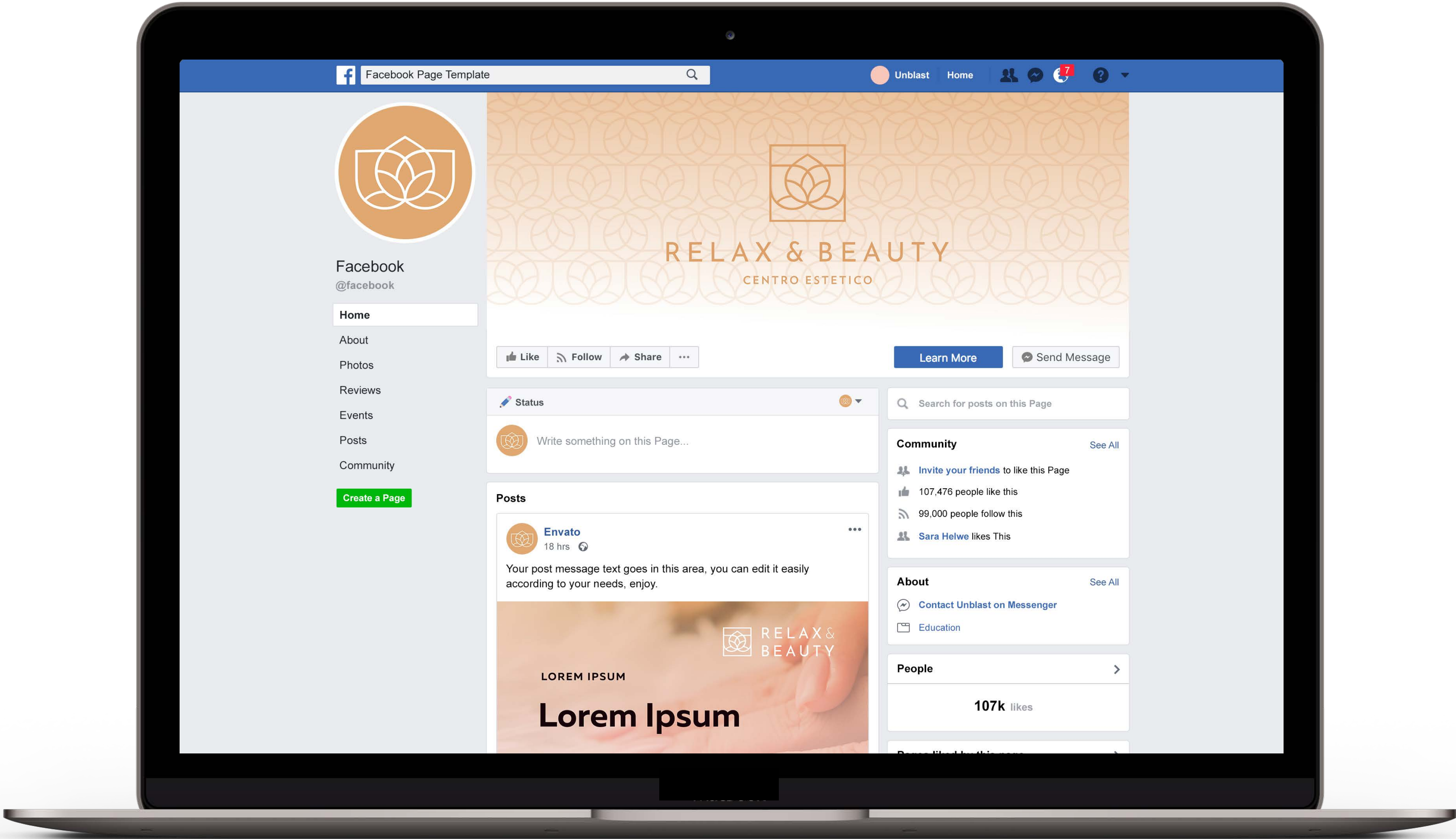
È importante mantenere una coerenza visiva anche nella creazione di template. Inoltre è opportuno che il logo sia sempre presente e ben visibile.



05. APPLICAZIONI

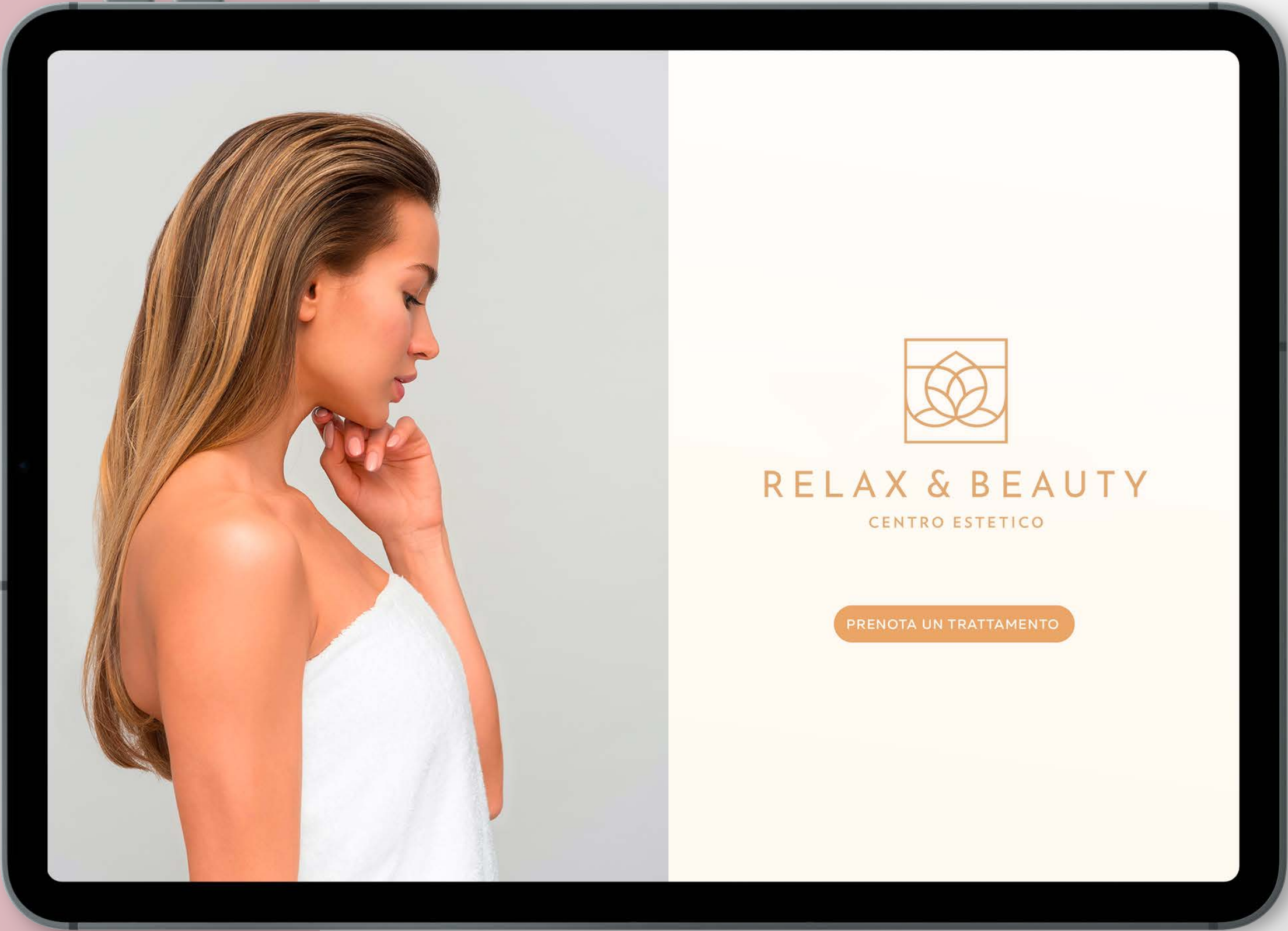














RELAX &
BEAUTY
CENTRO ESTETICO





RELAX & BEAUTY

CENTRO ESTETICO



POWERED BY

