

SIGGI GROUP

Brand Guidelines

About the brand

Siggi Group Spa è un gruppo industriale specializzato nella produzione di **abbigliamento professionale**. E' in grado di dare risposte specifiche alle esigenze di chi lavora nel mondo dell'industria, del commercio, dell'artigianato, della ristorazione, delle pubbliche amministrazioni e del settore medicale/ospedaliero, oltre che al mondo delle confezioni bimbo. Il **miglioramento continuo** è l'obiettivo che guida da sempre la crescita aziendale di Siggi Group ed è un pensiero che viene adottato a tutti i livelli aziendali.

Concept Logo

Il nome **SIGGI** nasce dalle prime sillabe dei nomi dei fondatori: Silvio e Gino. Il **colore rosso** è quello scelto per il primo logo aziendale. L'identità aziendale passa attraverso l'**ape**, che abbiamo scelto come **simbolo di operosità e lavoro**. *"L'ape ci mostra le grandi opere che è possibile realizzare a livello collettivo quando, da soli, nulla è possibile."* Anne Lècu.

" Siggì veste la voglia di fare "



Varianti

Il logo può essere declinato nelle varianti orizzontale e a pacchetto senza riquadro, da utilizzare in positivo o negativo per necessità stilistiche come **ricami** sui camici, e **solo** nei casi in cui la **leggibilità** non consente in alcun modo l'utilizzo del logo nel suo formato originale. Le varianti seguono la medesima palette colori, tuttavia devono essere usate **esclusivamente come seconda scelta in caso di necessità**, e non alternativamente al logo originale.

Variante 1



Variante 2



Collezioni

Per diversificare la tipologia di prodotti, il marchio Siggì cambia a seconda del **settore** cui si fa riferimento. Le **linee Siggì** sono **6** e ad ognuna corrisponde uno specifico logo:

WORKWEAR

DPI (Hitech)

MEDICALE (Dr. Blue)

HORECA

BEAUTY

SCUOLA (Happy School)





Utilizzare il logo completo fino a
min. 1cm - 28px L

Utilizzare questa versione fino a
min. 0,5cm - 14px L



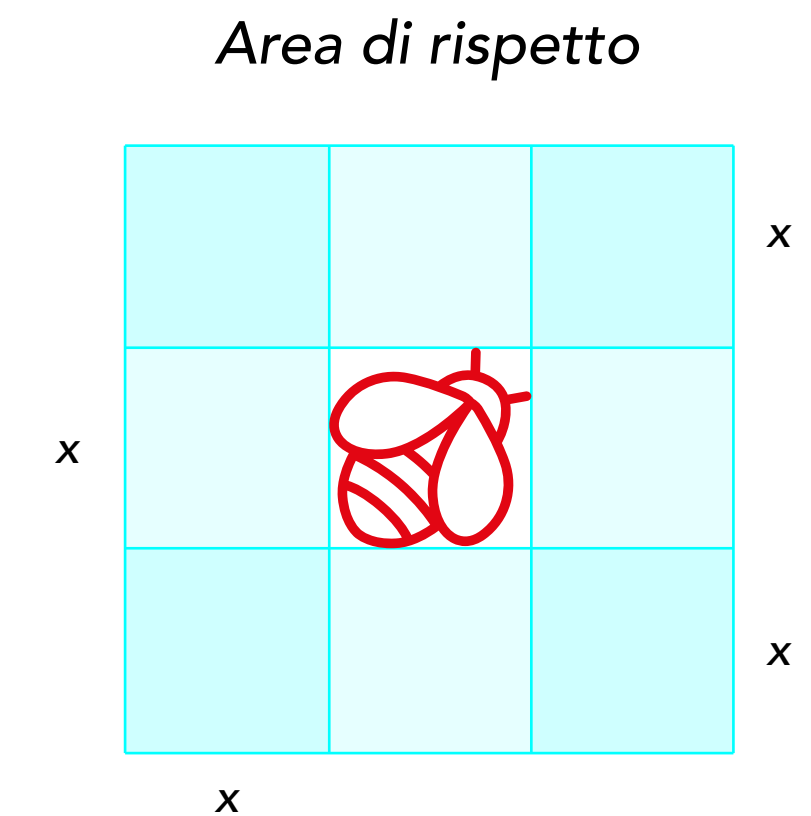
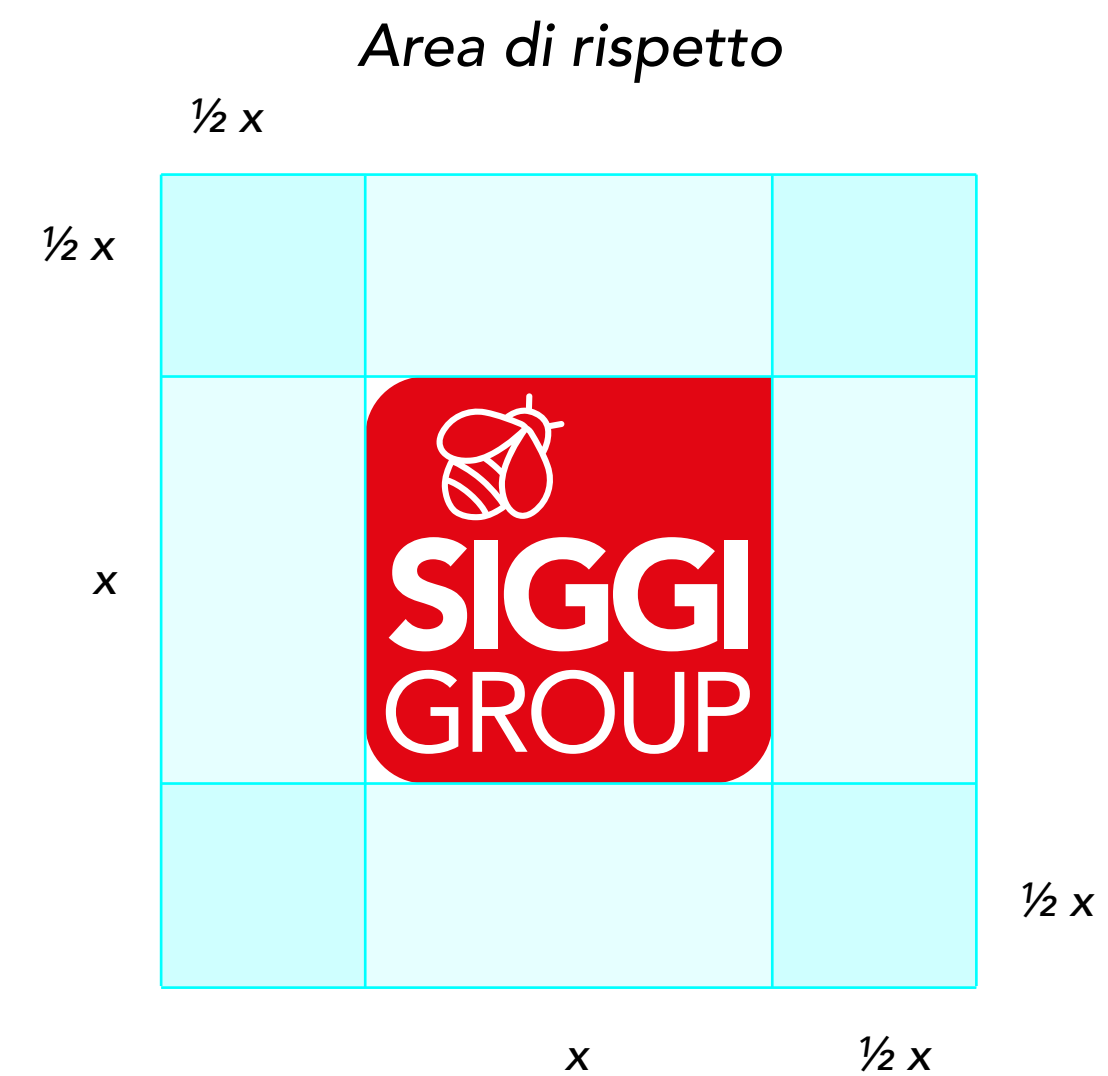
Utilizzare questa versione fino a
min. 1,4cm - 39px L



Utilizzare questa versione fino a
min. 1cm - 28px L

Area di Rispetto

Per garantire la riconoscibilità del brand in qualsiasi tipo di applicazione è necessario mantenere **un'area di "vuoto" attorno al logo** che lo separi da altri elementi. Questo sia che si tratti di scritte, immagini o qualunque altro elemento grafico.



Area di Rispetto

Per garantire la riconoscibilità del brand in qualsiasi tipo di applicazione è necessario mantenere **un'area di "vuoto" attorno al logo** che lo separi da altri elementi. Questo sia che si tratti di scritte, immagini o qualunque altro elemento grafico.



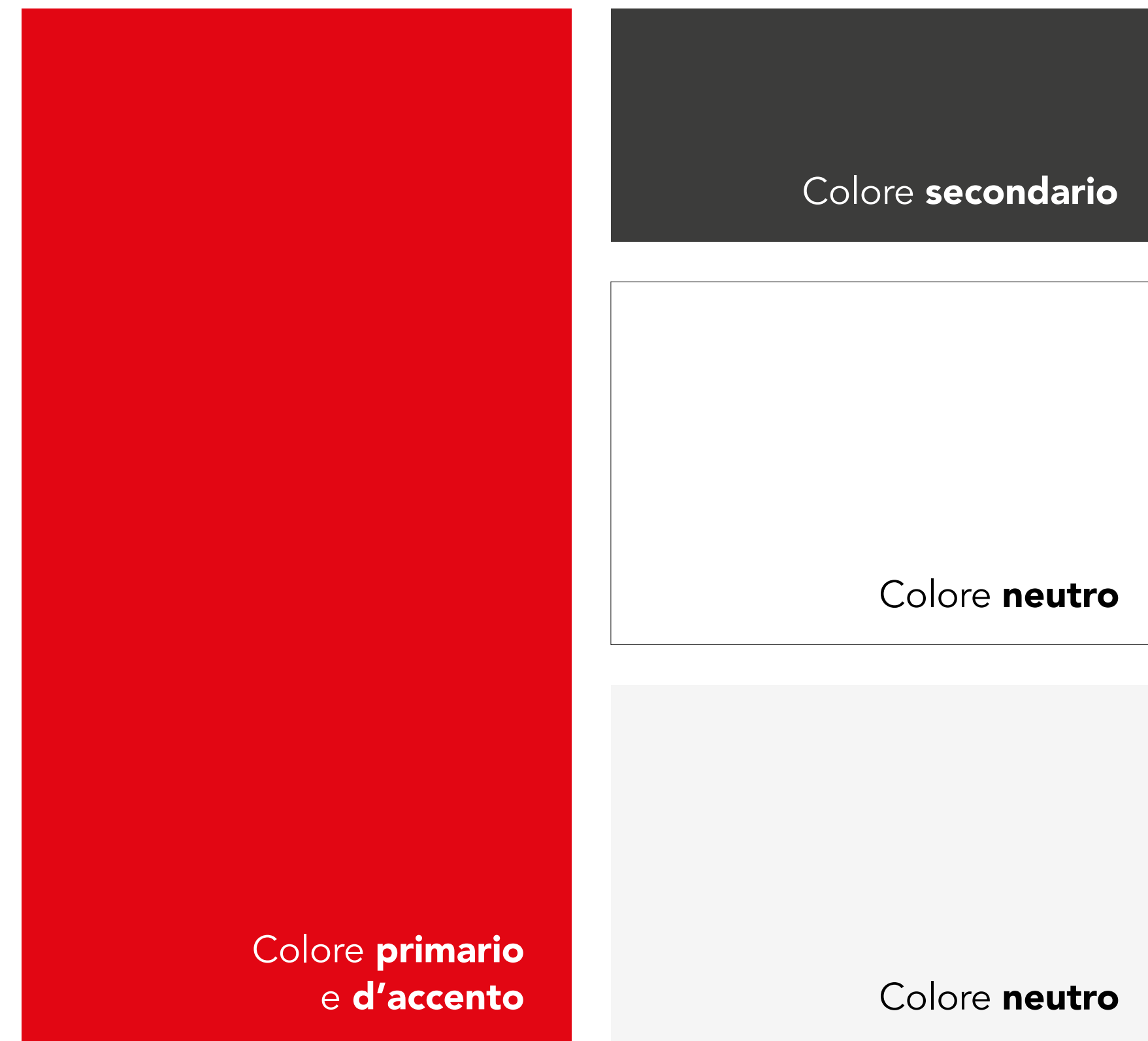
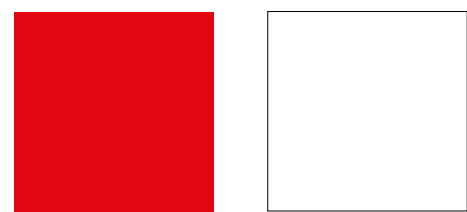
Palette colori Brand

Il **colore primario e d'accento** è quello dominante, il colore del brand più riconoscibile dall'utente, da usare anche per evidenziare le informazioni.

Il **colore secondario** può essere aggiunto come accompagnamento al primario.

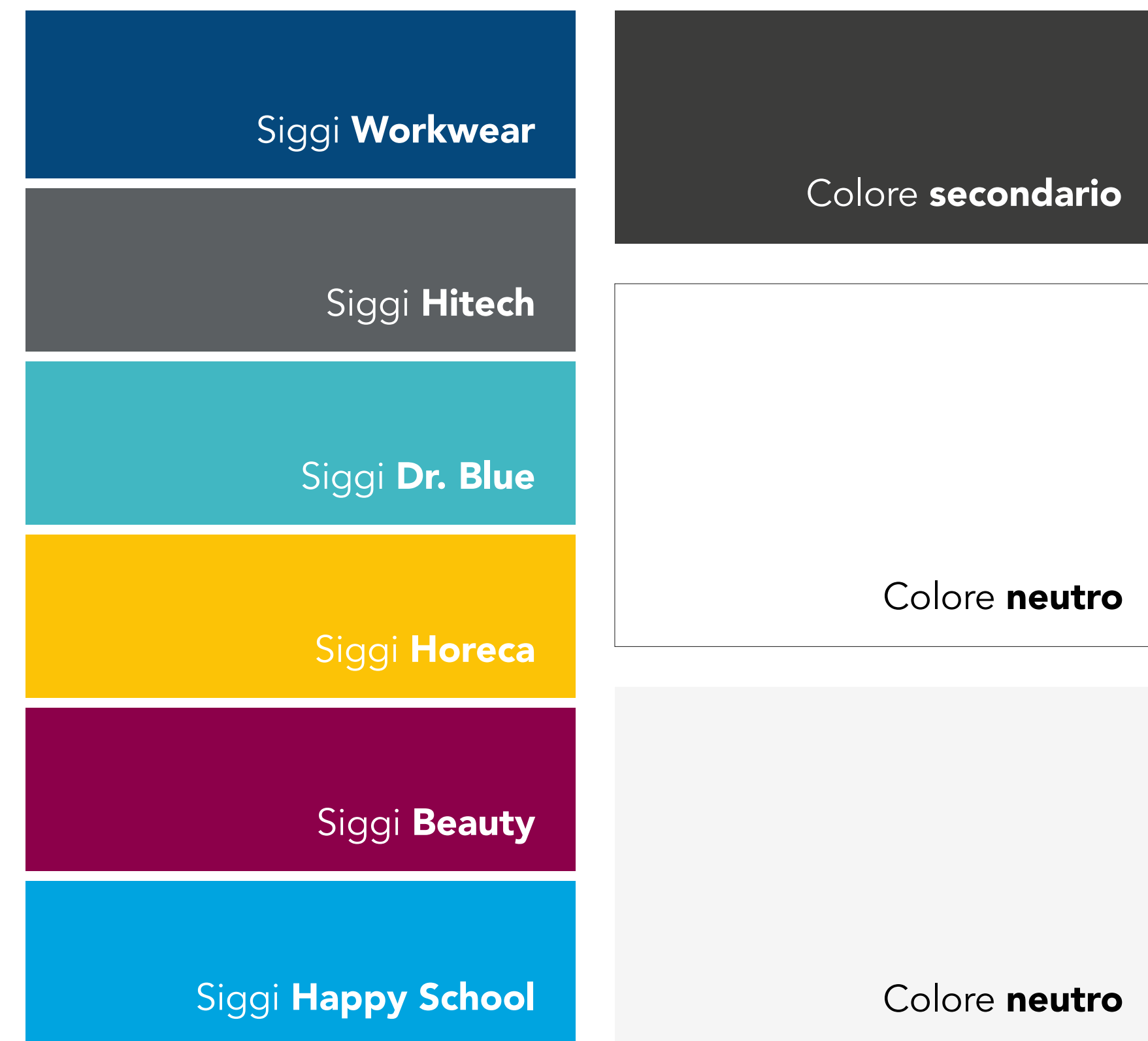
Infine, due colori da usare come **base neutra** per dare risalto ai colori del brand.

Palette colori Logo:



Palette colori Collezioni

La palette colori delle Collezioni manterrà gli stessi **colori secondari e neutri** del brand Siggì. Il **colore primario e d'accento** varierà invece in base alla categoria di riferimento: ad ogni collezione corrisponde il proprio colore per identificare la diversa tipologia di prodotti.



Tipografia per la comunicazione

I caratteri tipografici usati nella comunicazione del brand non devono mai essere casuali. Raccomandiamo pertanto di utilizzare i font consigliati per **titoli, paragrafi o microtesti** presenti negli strumenti di comunicazione online e offline.

MONTERRAT BOLD - TITOLI E SOTTOTITOLI D'IMPATTO PER IL WEB

Aa ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

GOTHAM - TITOLI E SOTTOTITOLI D'IMPATTO PER LA STAMPA

Aa ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

ARAPEY ITALIC - TITOLI E SOTTOTITOLI GRAZIATI

Aa ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

OPEN SANS - TESTI E PARAGRAFI

Aa ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 1234567890

Uso corretto del logo



Testo di esempio

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo.



Utilizzare il logo nella sua versione in negativo su foto con sfondo scuro. Non posizionare sotto al logo motivi che ne disturbano la leggibilità.

Uso improprio



Non applicare ombre



Non sostituire i colori



Non posizionare elementi all'interno dell'area di rispetto



Non alterare le proporzioni degli elementi o del logo nella sua totalità



Non alterare il posizionamento degli elementi



Non ruotare o stretchare

SIGGI GROUP

Color Guidelines

About the colors

Il colore influenza psicologicamente le scelte degli utenti, agendo a livello inconscio sulle emozioni e di conseguenza sul modo in cui le persone decideranno di comportarsi. Sebbene l'effetto che i colori hanno sulle emozioni differisca per ciascun individuo - anche sulla base delle esperienze personali e del contesto culturale - ci sono delle macro linee guida generali che offrono uno strumento di base per il branding. Affidarsi a tali indicazioni nella scelta dei colori utilizzati permette al brand di influenzare e modellare la percezione da parte del proprio pubblico.



Rosso

Passione
Energia
Audacia
Forza
Eccitazione

Nero

Determinazione
Concretezza
Eleganza
Qualità

Grigio

Maturità
Neutralità
Sicurezza
Equilibrio
Intelletto
Forza

Bianco

Pulizia
Trasparenza
Purezza
Semplicità
Freschezza
Tranquillità

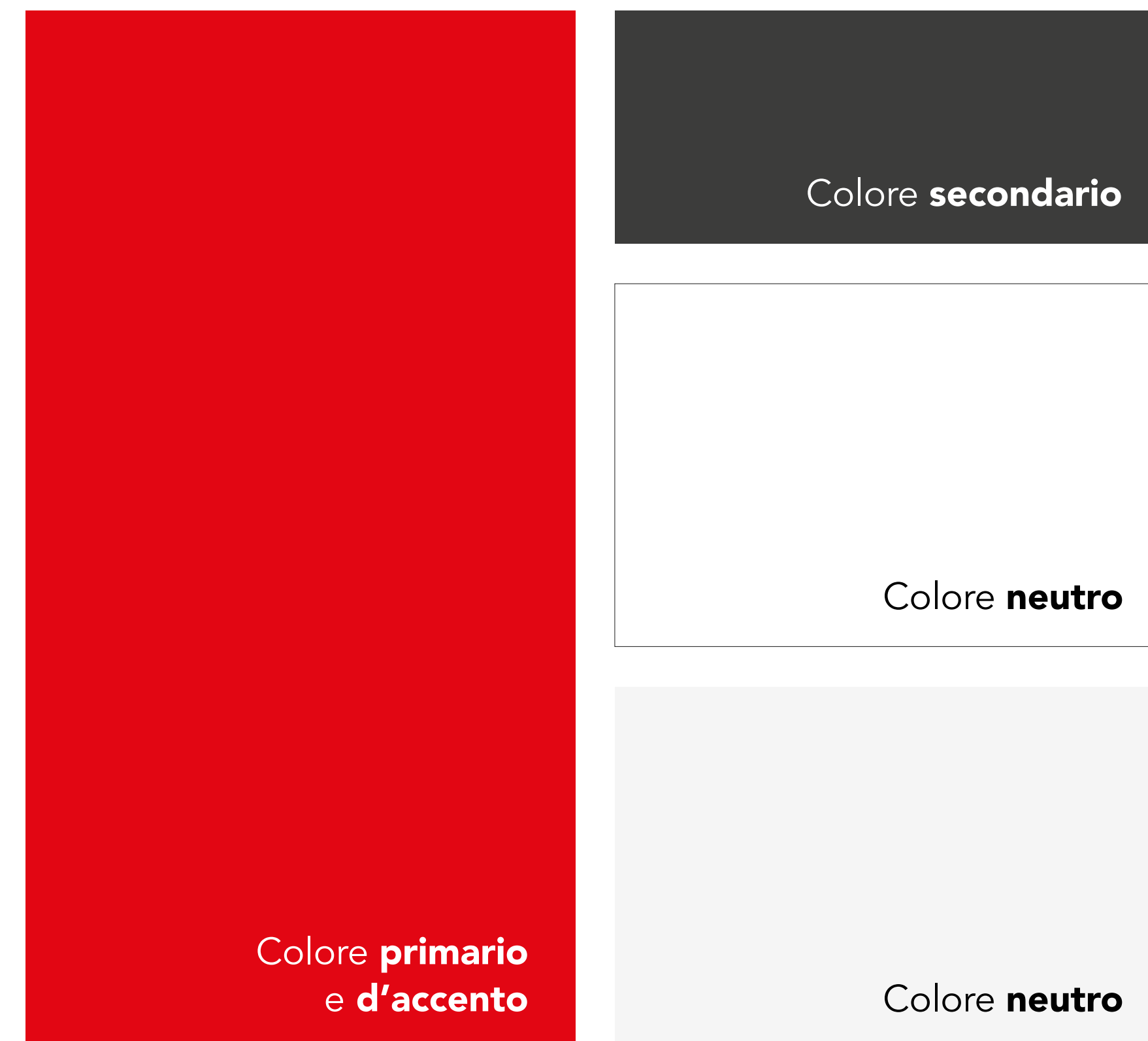
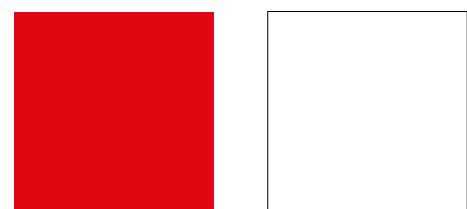
Palette colori Brand

Il **colore primario e d'accento** è quello dominante, il colore del brand più riconoscibile dall'utente, da usare anche per evidenziare le informazioni.

Il **colore secondario** può essere aggiunto come accompagnamento al primario.

Infine, due colori da usare come **base neutra** per dare risalto ai colori del brand.




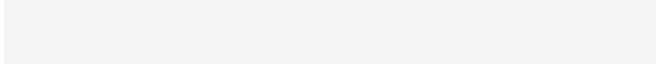
Palette colori Logo:





Codici colore

Il codice colore deve essere scelto in base alle finalità per avere una resa ottimale sia in stampa che a video. I colori **RGB** sono adatti esclusivamente per la visualizzazione a monitor degli elaborati grafici. Il codice **HEX** è un sistema numerico esadecimale alternativo all'RGB e usato principalmente nel web design da sviluppatori e designer. Per le applicazioni di stampa il modello da utilizzare è il **CMYK**, supportato da tutte le comuni stampanti. Il **Pantone** è invece un codice colore univoco che permette di avere una coerenza cromatica rigorosa tra i vari prodotti di stampa. Viene utilizzato solo nella stampa offset.

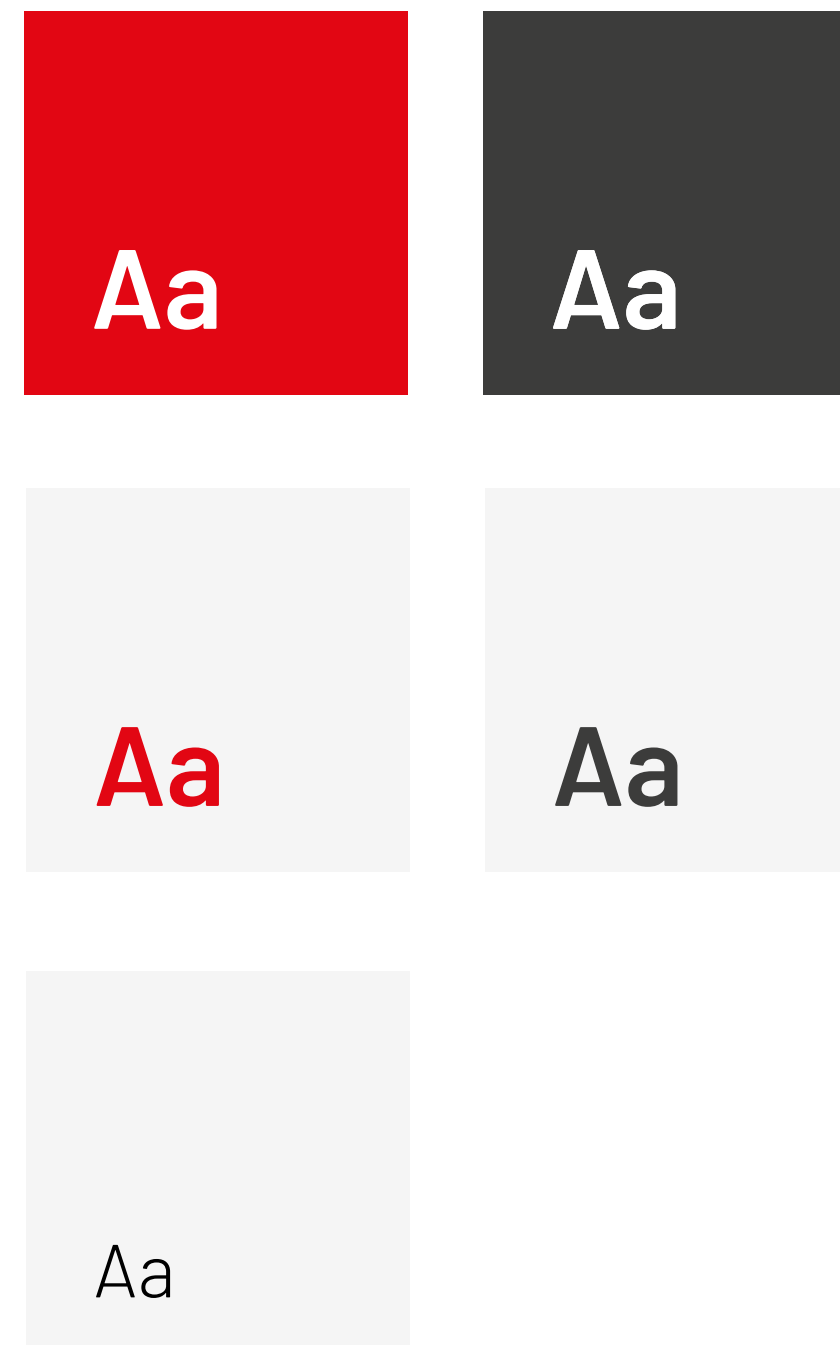
		Web	Stampa
	#E20613	RGB 226, 6, 19	CMYK 0, 100, 100, 0 Pantone 185 C
	#3C3C3B	RGB 60, 60, 59	CMYK 0, 0, 0, 90 Pantone Black C 90%
	#FFFFFF	RGB 250, 250, 250	CMYK 0, 0, 0, 0
	#F3F3F4	RGB 243, 243, 244	CMYK 0, 0, 0, 7 Pantone Cool Gray 1C 80%

Il colore nei testi

I colori da utilizzare nei testi seguono le linee generali della guideline. In caso di testi su sfondo colorato, è consigliabile utilizzare il bianco per garantire contrasto e leggibilità. In caso di testi su sfondo neutro e bianco, si raccomanda di utilizzare il nero per testi di paragrafi e a corpo ridotto. Titoli e titoletti possono invece variare con i colori del brand, quando ritenuto opportuno.

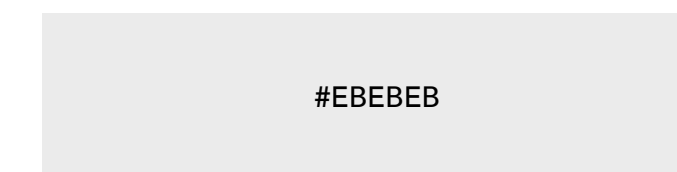
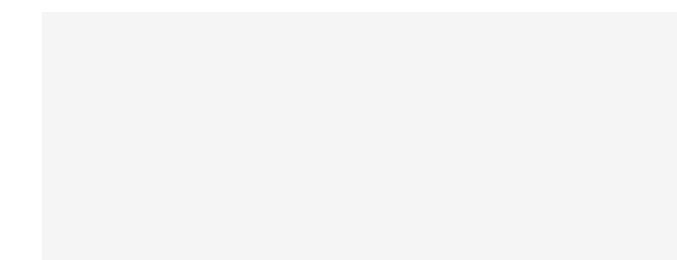
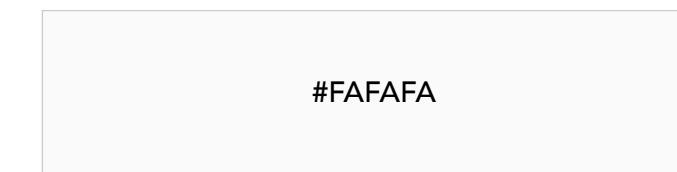
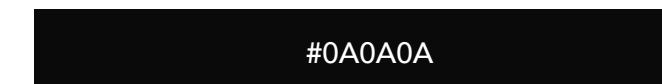
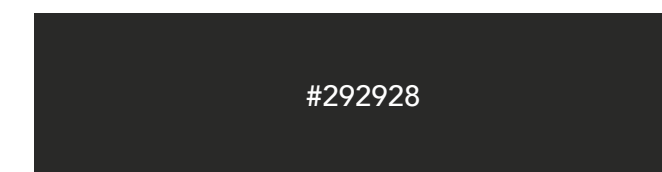
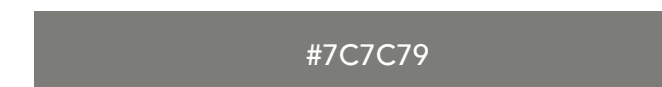
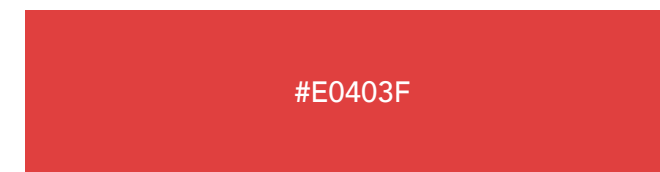
Testo di esempio

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor.



Gradazioni

Le gradazioni sono **tinte più chiare e più scure** generate dai colori principali del brand. Completano la palette estendendo le possibilità di design e creatività e vanno usati **assieme ai colori principali** per creare sovrapposizioni o sfumature.



Collezioni

Per diversificare la tipologia di prodotti, il marchio Siggì cambia a seconda del **settore** cui si fa riferimento. Le **linee Siggì sono 6** e ad ognuna corrisponde uno specifico logo:

WORKWEAR

DPI (Hitech)

MEDICALE (Dr. Blue)

HORECA

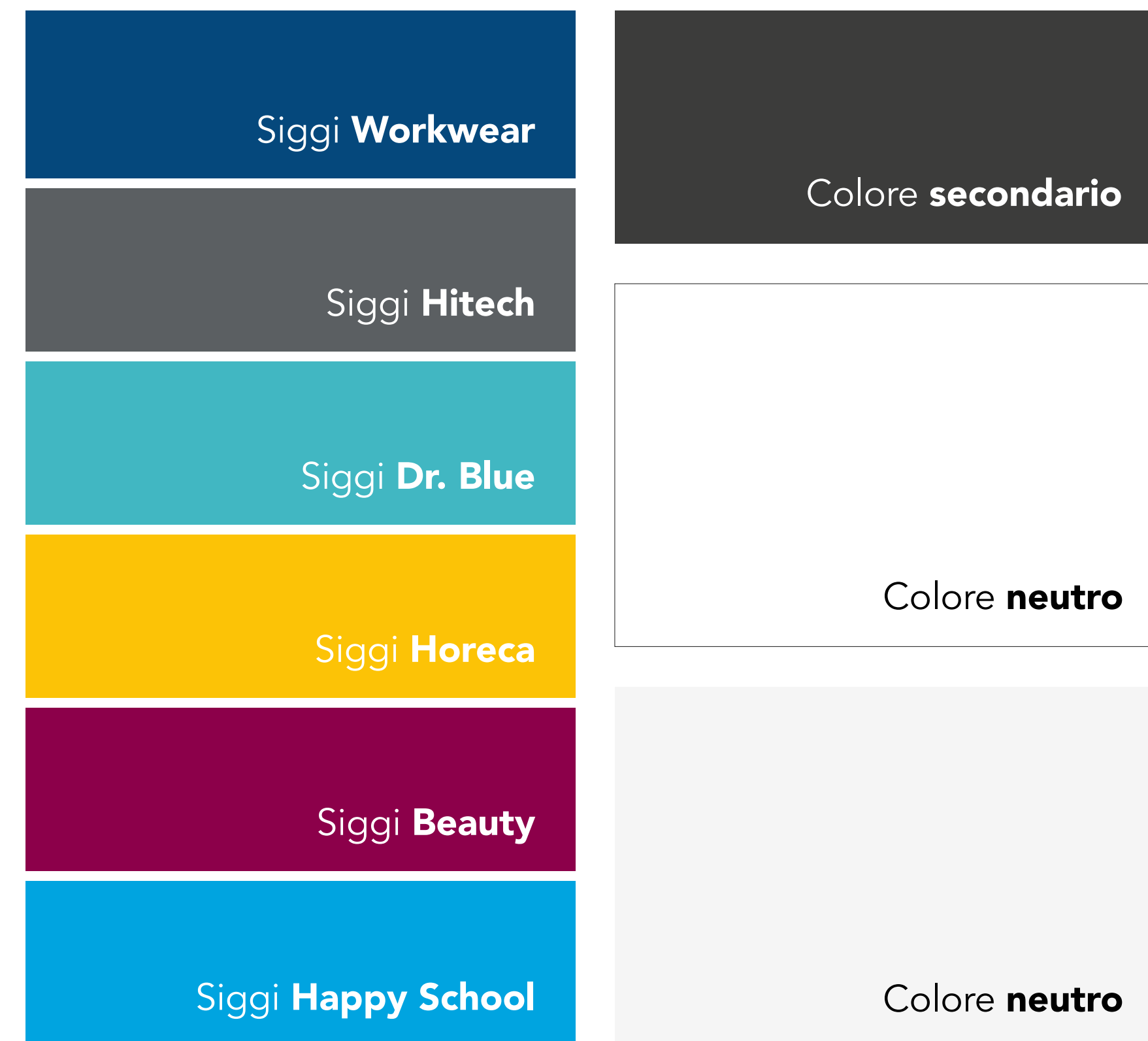
BEAUTY

SCUOLA (Happy School)



Palette colori Collezioni







La palette colori delle Collezioni manterrà gli stessi **colori secondari e neutri** del brand Siggì. Il **colore primario e d'accento** varierà invece in base alla categoria di riferimento: ad ogni collezione corrisponde il proprio colore per identificare la diversa tipologia di prodotti.





Codici colore

Il codice colore deve essere scelto in base alle finalità per avere una resa ottimale sia in stampa che a video. I colori **RGB** sono adatti esclusivamente per la visualizzazione a monitor degli elaborati grafici. Il codice **HEX** è un sistema numerico esadecimale alternativo all'RGB e usato principalmente nel web design da sviluppatori e designer. Per le applicazioni di stampa il modello da utilizzare è il **CMYK**, supportato da tutte le comuni stampanti. Il **Pantone** è invece un codice colore univoco che permette di avere una coerenza cromatica rigorosa tra i vari prodotti di stampa. Viene utilizzato solo nella stampa offset.

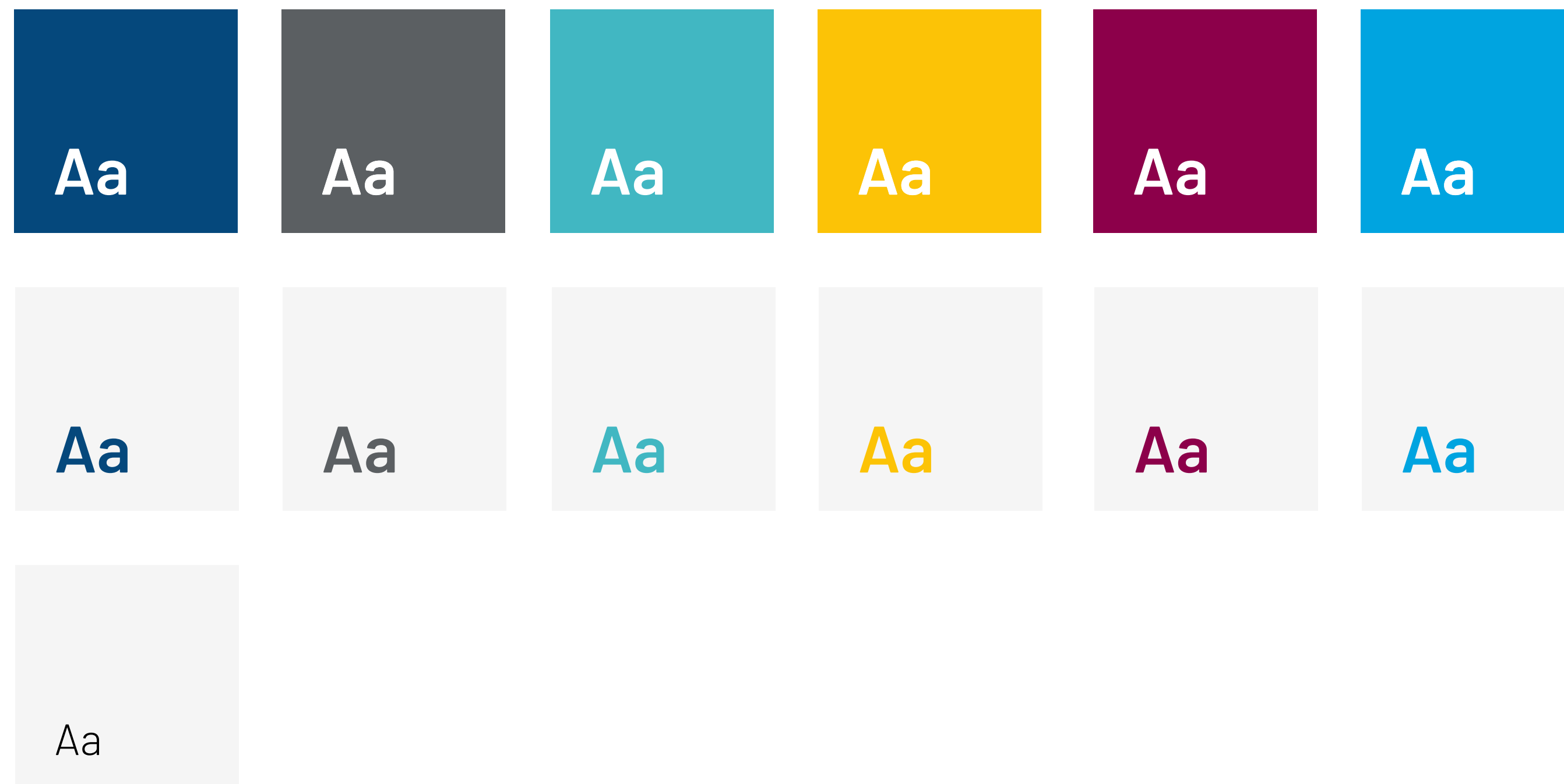
		Web	Stampa
	#05487C	RGB 5, 72, 124	CMYK 90, 55, 0, 40 Pantone 653 C
	#5B5F62	RGB 91, 95, 98	CMYK 10, 0, 0, 75 Pantone 431 C
	#41B7C2	RGB 65, 183, 194	CMYK 67, 0, 25, 2 Pantone 631 C
	#FCC306	RGB 252, 195, 6	CMYK 0, 25, 93, 0 Pantone 123 C
	#8C004A	RGB 140, 0, 74	CMYK 0, 100, 4, 50 Pantone 228 C
	#00A4E0	RGB 0, 164, 224	CMYK 80, 11, 0, 0 Pantone 299 C

Il colore nei testi

I colori da utilizzare nei testi seguono le linee generali della guideline. In caso di testi su sfondo colorato, è consigliabile utilizzare il bianco per garantire contrasto e leggibilità. In caso di testi su sfondo neutro e bianco, si raccomanda di utilizzare il nero per testi di paragrafi e a corpo ridotto. Titoli e tioletti possono invece variare con i colori del brand, quando ritenuto opportuno.

Testo di esempio

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor.



Uso improprio



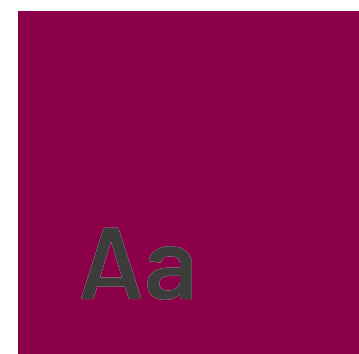
Non cambiare i colori della palette



Non usare le gradazioni al posto dei colori della palette principale



Non usare come sfondo del logo un gradiente al posto dei colori principali



Assicurarsi che ci sia abbastanza contrasto



Non usare i colori in opacità



Usare le gradazioni con parsimonia, solo se accostate ai colori principali

Siggi Group

www.siggigroup.it

Via Vicenza 23, 36030 S.Vito di Leguzzano (VI)

Tel +39 0445695500