



Giblor's
italian work*life* specialist

BRAND GUIDELINES

FEBBRAIO 2024

INTRODUZIONE

Queste sono le linee guida che rappresentano l'identità del brand **Giblor's**, e includono nome, logo e altri elementi come il font ed i colori.

È importante veicolare un'immagine forte e coerente del marchio e mantenerne il controllo.

Queste linee guida riflettono la vocazione di **Giblor's** per la qualità e lo stile. Il marchio **Giblor's** rappresenta un valore fondamentale per l'azienda: ognuno di noi è responsabile della sua protezione e deve operare per prevenire ed evitare l'uso improprio del nome e del marchio.

INDICE

SEZIONE 1		MARCHIO E LOGO ISTITUZIONALI
SEZIONE 2		ZONE DI ESCLUSIONE
SEZIONE 3		APPLICAZIONI E DIMENSIONI MINIME
SEZIONE 4		USI SBAGLIATI
SEZIONE 5		I FONT
SEZIONE 6		I COLORI
SEZIONE 7		POSIZIONAMENTO DEL MARCHIO E DEL LOGO

01

LOGO E MARCHIO ISTITUZIONALI



Il marchio **Giblor's** è la chiave della nostra identità, il primo elemento visivo con cui si viene in contatto. Il marchio logotipo è un simbolo con regole rigide che non possono mai essere modificate. Il marchio **Giblor's** comprende due elementi: la parola **Giblor's** e il payoff "italian work*life* specialist". Il marchio è stato concepito per trasmettere i valori **Giblor's**, è moderno, molto leggibile e raffinato. Il font utilizzato è una variante del Proxima Nova, semibold per **Giblor'** e regolare per la **s**. Il colore istituzionale è il **magenta**, un colore pieno e di grande impatto.

1) Il logo

Il logo **Giblor's** consiste nella lettera **G** apostrofata.

2) Il marchio

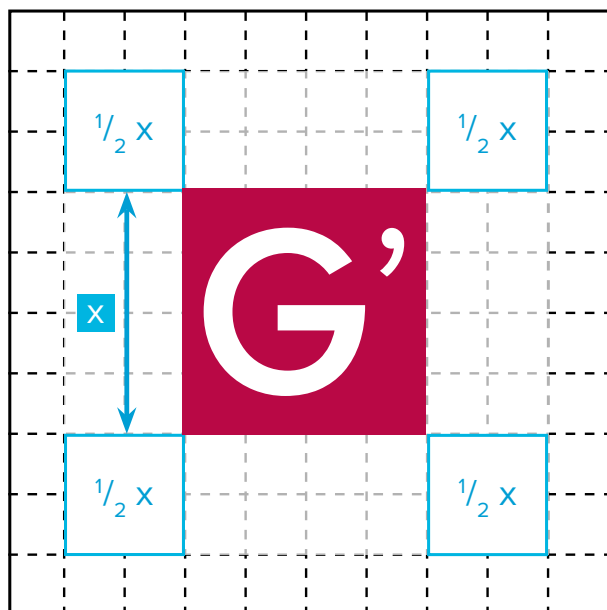
Il marchio **Giblor's** completo di payoff "italian work*life* specialist".

Attenzione:

Ogni uso differente da quello presentato in queste versioni non è autorizzato ed è da considerarsi non ufficiale. Si prega di seguire sempre e comunque le linee guida presenti in questo manuale e di contattarci per ogni chiarimento necessario.

02

ZONE DI ESCLUSIONE



È importante mantenere il marchio e il logo aziendale liberi da qualsiasi altro elemento grafico.

È quindi necessario creare una zona di esclusione attorno.

Nessun elemento grafico può essere posizionato in stretta relazione al marchio e al logo.

Marchio e logo hanno proporzioni fisse che non possono essere modificate.

03

APPLICAZIONI E DIMENSIONI MINIME

A

fondo fotografico
chiaro

**B**

fondo fotografico
scuro

**C**

solo per documenti in
bianco e nero

**MARCHIO**

Dimensione minima
30 mm x 10 mm

The logo is shown with a horizontal dimension line below it indicating a width of 30 mm. The word "Giblor's" is in a bold, red, sans-serif font, with the tagline "italian worklife specialist" in a smaller, red, lowercase sans-serif font below it.

**LOGO**

Dimensione minima
10 mm x 10 mm

30 mm

10 mm

04

USI SBAGLIATI

Giblor's

Giblor's
worklife specialist

Giblor's
italian worklife specialist

Giblor's
italian worklife specialist

Giblor's
italian worklife specialist

Giblor's
italian worklife specialist

Giblor's
italian worklife specialist

Giblor's
italian worklife specialist

Giblor's
italian worklife specialist

05

I FONT

PROXIMA NOVA

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

La famiglia **Proxima Nova** è una rielaborazione completa di Proxima Sans (1994). I sei font originali (tre pesi con corsivo) sono stati espansi in 48 tipi di carattere OpenType completi. Sono disponibili tre larghezze: Proxima Nova, Proxima Nova Condensed e Proxima Nova Extra Condensed. Ogni larghezza è composta da 16 tipi di carattere: sette pesi con il corsivo corrispondente.

Stilisticamente, Proxima Nova cavalca il divario tra caratteri tipografici come Futura e volti classici sans. Il risultato è un ibrido che combina proporzioni umanistiche con un aspetto un po' geometrico.

Questa Grande

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

Questa Grande fa parte della famiglia font Questa. È un font elegante, raffinato, curato nei dettagli.

Lo spessore delle parti sottili è incrementale, il che significa che le parti sottili della versione Light sono più sottili di quelli in Black. In tutti e cinque i pesi di Questa Grande tuttavia le parti sottili condividono esattamente lo stesso spessore del tratto. Le linee sottili si prestano perfettamente a soluzioni eleganti e minimali.

È interessante concludere che tra tutte le versioni, Questa Grande si avvicina di più allo spirito della migliore opera di Giambattista Bodoni e Firmin Didot, senza tentare di copiarlo.

06

I COLORI



COLORE PRIMARIO

-

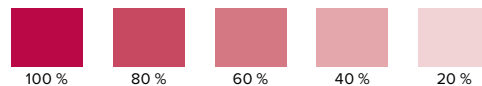
CODICI COLORE

CMYK : C5 M100 Y48 K22

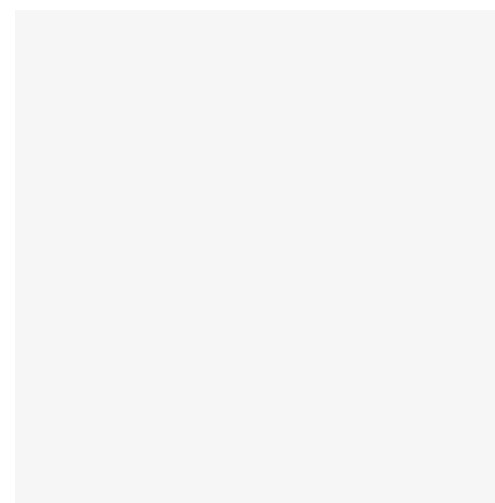
Pantone : 207 CP

RGB : R185 G8 B69

Web : #b90845



100 % 80 % 60 % 40 % 20 %



COLORE SECONDARIO

-

CODICI COLORE

CMYK : C0 M0 Y0 K2

RGB : R251 G251 B251

Web : #fbfbfb

Giblor's ha scelto un colore primario, il **MAGENTA**, che identifica l'azienda.

Usate questo colore come dominante in ogni presentazione, sia interna che esterna.

CHEF



CMYK : C5 M100 Y48 K22

RGB : R185 G8 B69

Web : #b90845

HO.RE.CA.



CMYK : C33 M22 Y81 K6

RGB : R181 G172 B72

Web : #b5ac48

HEALTH & WELLNESS



CMYK : C75 M5 Y35 K0

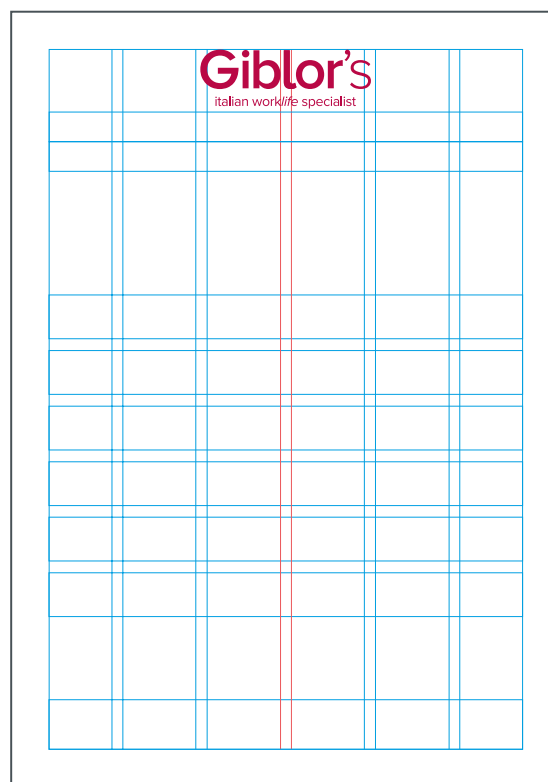
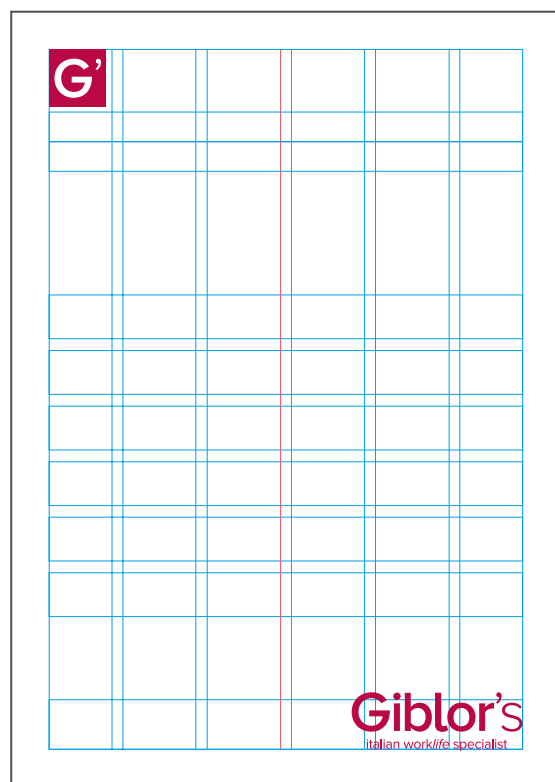
RGB : R10 G172 B175

Web : #0aacaf

07

POSIZIONAMENTO DEL LOGO E DEL MARCHIO

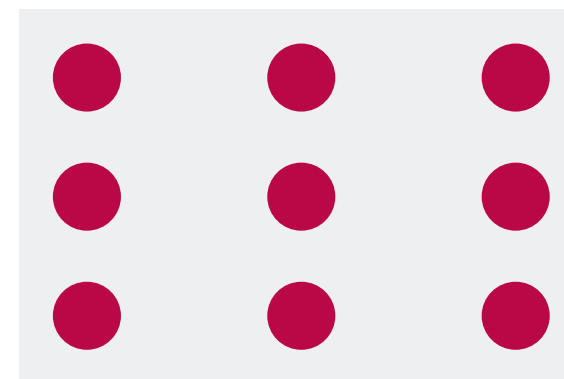
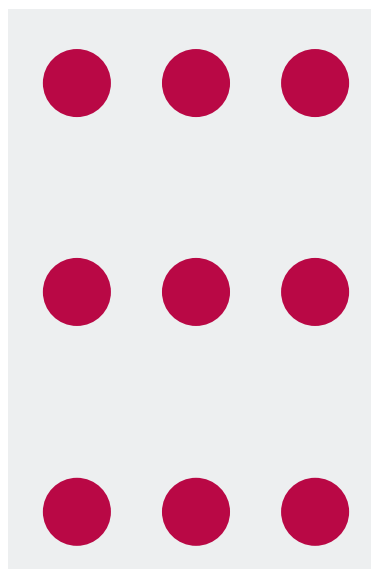
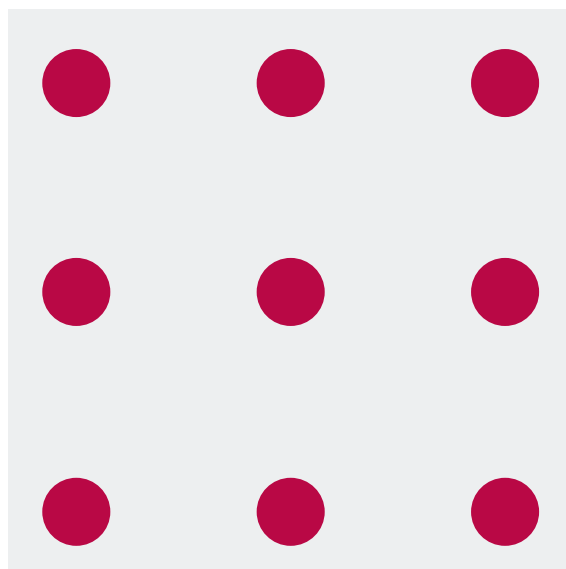
LOGO / MARCHIO SU IMMAGINE COORDINATA



07

POSIZIONAMENTO DEL LOGO E DEL MARCHIO

LOGO / MARCHIO SU IMMAGINI



Rispettando le dimensioni e la zona d'esclusione, le opzioni a disposizione per un corretto posizionamento del logo e del marchio sono quelle indicate.



Giblor's
italian work*life* specialist

CONTATTI

INDIRIZZO

Giblor's S.r.l.
Via dei Trasporti, 6A/B
41012 Carpi (Mo)
Italy

TELEFONO & FAX

Tel: +39 059 654 602
Fax: +39 059 654 634

ONLINE

Email: info@giblors.com
marketing@giblors.com

GIBLORS.COM