



**Giblor's**  
italian work/life specialist

# BRAND GUIDELINES

FEBBRAIO 2025

# 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 worklife 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

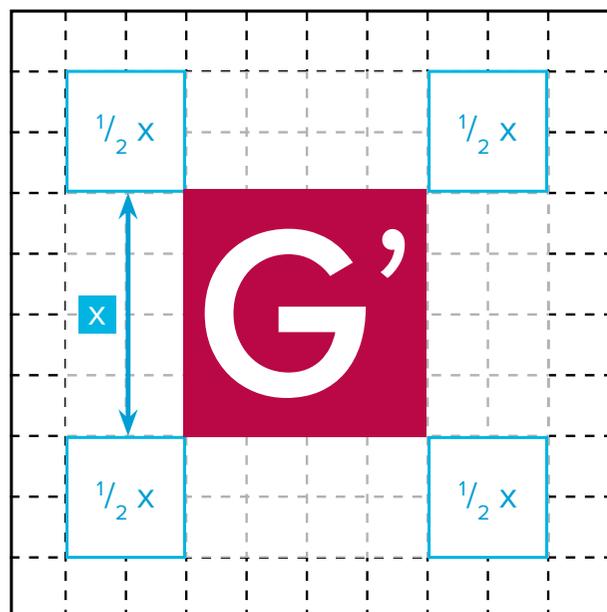
Il marchio **Giblor's** completo di payoff "italian worklife specialist".

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

30 mm



10 mm

**LOGO**

Dimensione minima  
10 mm x 10 mm

# 04

## USI SBAGLIATI

**Giblor's**

**Giblor's**  
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

-

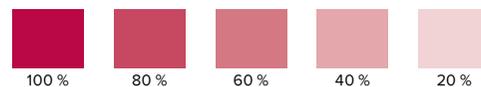
#### CODICI COLORE

CMYK : C5 M100 Y48 K22

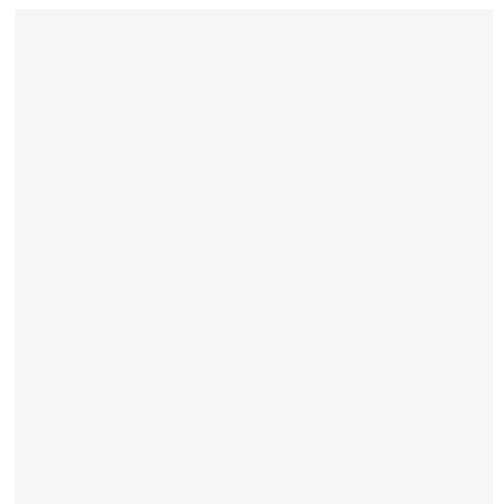
Pantone : 207 CP

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

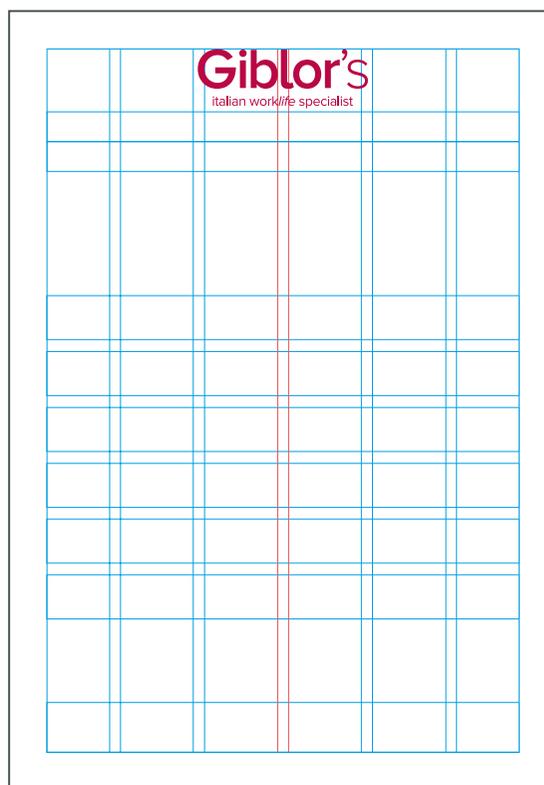
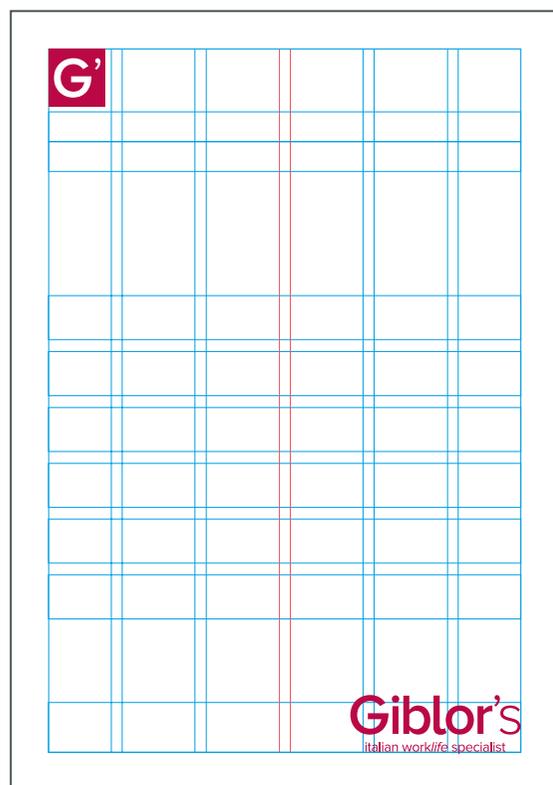
RGB : R10 G172 B175

Web : #0aacaf

# 07

## POSIZIONAMENTO DEL LOGO E DEL MARCHIO

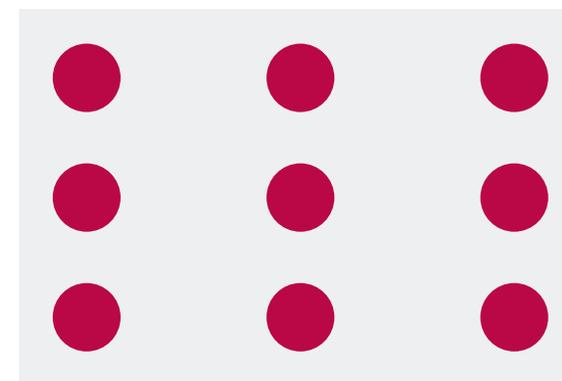
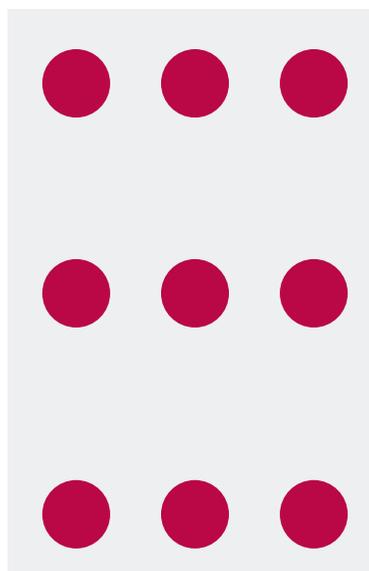
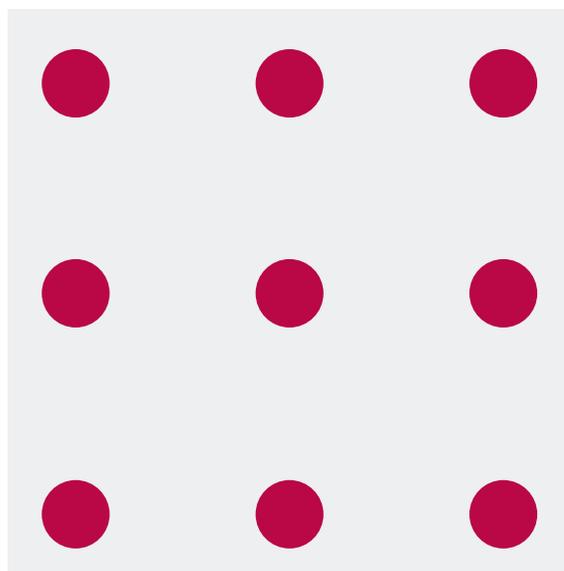
LOGO / MARCHIO SU IMMAGINE COORDINATA



# 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 Delle Magliaie, 12  
41012 Carpi (Mo)  
Italy

### TELEFONO & FAX

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

### ONLINE

Email: [info@giblors.com](mailto:info@giblors.com)  
[marketing@giblors.com](mailto:marketing@giblors.com)

**GIBLORS.COM**