

progetica

EMPHASIS ON KNOWLEDGE AND PEOPLE

Brand & Identity Guidelines

03.02.2023

Version 2



Progetica è una Società indipendente di consulenza ed è un riferimento nell'educazione finanziaria, assicurativa e previdenziale di qualità e nella pianificazione economica personale.

Nata nel 1994, Progetica è un vero e proprio punto di riferimento, influencer della cultura del settore. La lettura attenta dei bisogni delle famiglie, della società, e dei cambiamenti sociodemografici del mondo in cui viviamo ci consente una continua interpretazione dei loro bisogni economici.

pe

Index

Our World

Index

01 }	Index	05 }	Colors	09 }	Imagery Adv
02 }	Founder	06 }	Typography	10 }	Tone of voice
03 }	Vision	07 }	Logo		
04 }	Brand Values	08 }	Imagery Corporate		

pe

Founders

Who we are



:Sergio Sorgi

Ceo & Founder

Every words counts!



:Claudio Grossi

Responsabile Metodi, Modelli, Qualità

Data is reality!



:Giovanni Siano

Responsabile Information Technology

Innovation for life!



:Francesca Bertè

Responsabile Formazione e Ricerche

People first!



Vision

Our purpose, our daydeal

“

Riequilibrare concretamente il settore
dell'educazione finanziaria e della formazione
attraverso l'etica e la cultura.

Vision

Mission

“

Rimanere un vero e proprio punto di riferimento, influencer della cultura del settore.

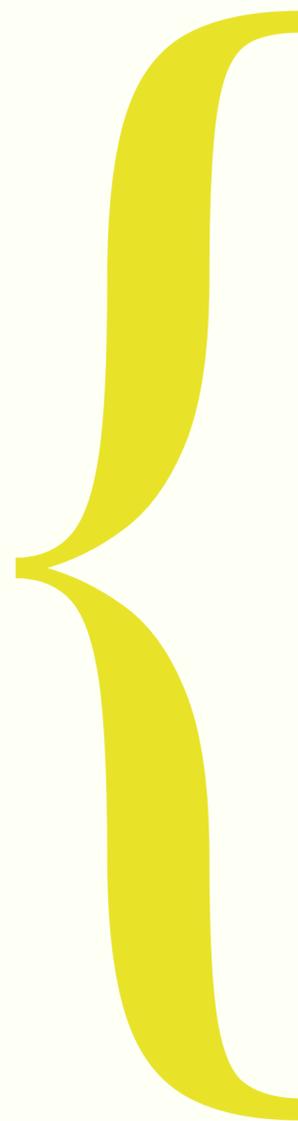
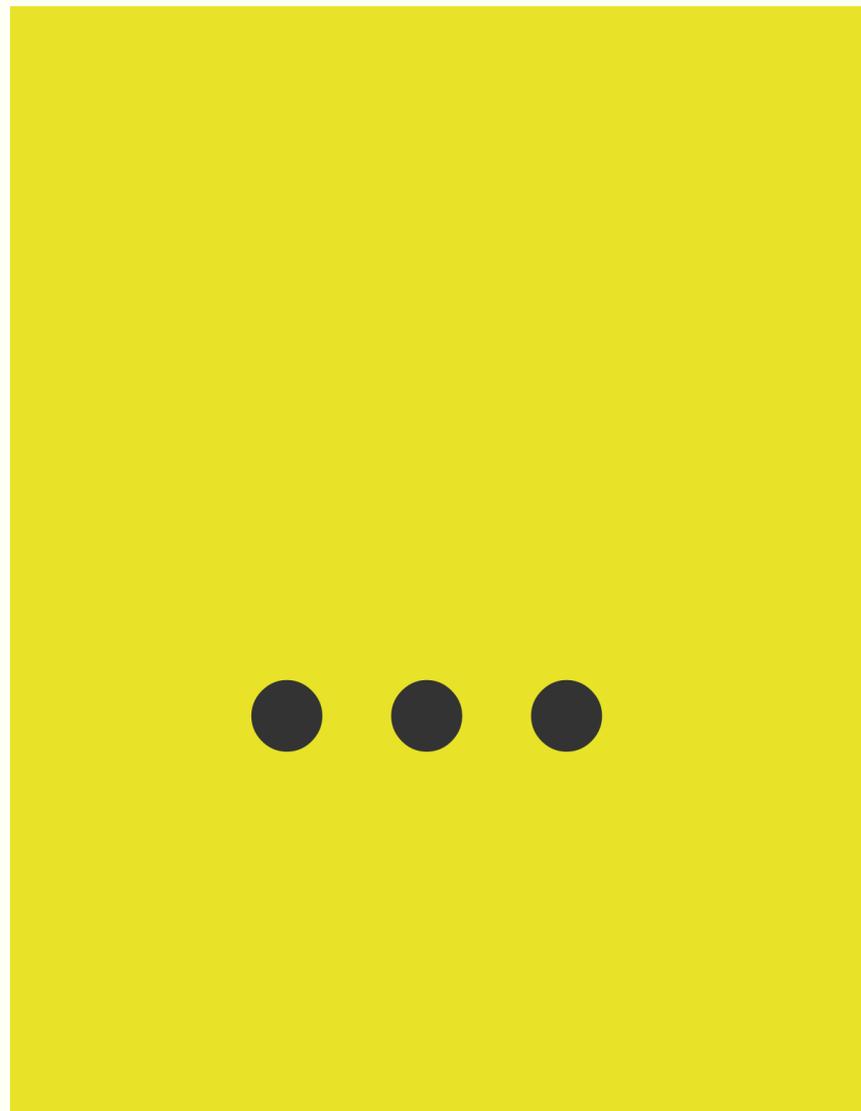
Leggere attentamente i bisogni delle famiglie, della società, e dei cambiamenti sociodemografici del mondo in cui viviamo per interpretare i bisogni economici delle famiglie contemporanee.



Brand value

What driven our communication

Brand values



Conoscenza e pensiero

Siamo think tanker

I nostri studi e la nostra ricerca sviluppano concetti sempre interessanti e autorevoli: siamo pensatori e pionieri e rispettiamo il valore delle parole. Abbiamo la capacità di leggere la realtà che cambia.

Brand values



Solidità
e struttura
Siamo coerenti

Costruiamo modelli che siano sostenibili nel lungo termine e non scendiamo mai a compromessi. Siamo sempre connessi alla realtà e alle persone.

Brand values



Moralità ed Etica

Siamo dalla parte
delle persone

Siamo un team unito dal desiderio di utilità e innovazione. Siamo e saremo sempre dalla parte delle persone, studiando i loro bisogni e le loro necessità.

Crediamo in una
educazione
finanziaria e una
consulenza più etica,
più giusta, che ponga
sempre l'accento
sulle persone e sulle
loro necessità.

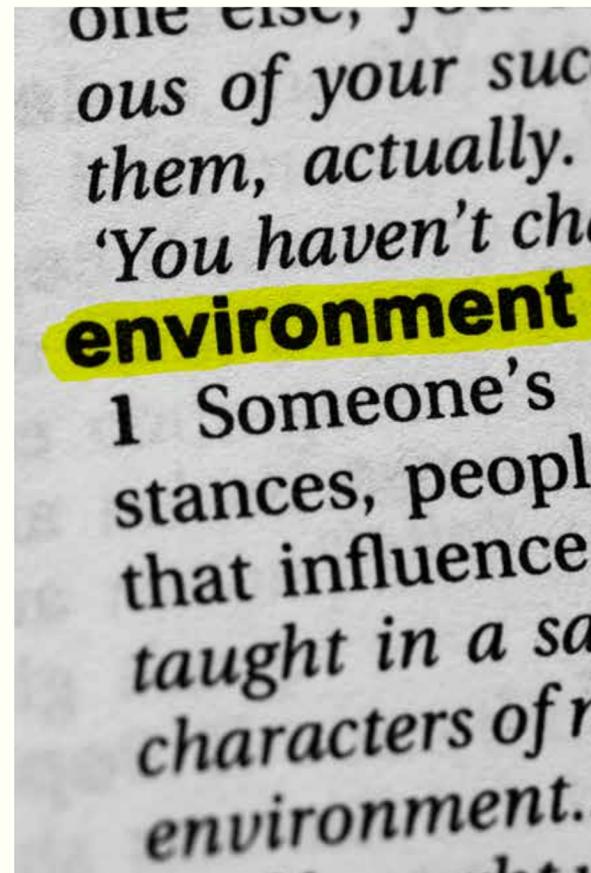
Interpretiamo la realtà per leggere e riconoscere i bisogni delle persone, introduciamo innovazione e collaborazione nella **relazione tra cittadini e mercato.**

Crediamo che l'educazione finanziaria e la consulenza debbano orientarsi alla persona ed alle sue aree di esigenza con **una visione metodologicamente solida, relazionalmente attenta, integrata e capace di stabilizzare il presente progettando il futuro.**

EMPHASIS ON
KNOWLEDGE
and People

Essence Explanation

Il nostro cuore pulsante
spiegato in tre punti



Emphasis

PROGETICA crede nella sua visione, crede in un mondo formativo-finanziario più etico, più giusto, che ponga l'accento sulle persone e sulle loro necessità.



on knowledge

PROGETICA studia, ricerca approfondisce gli argomenti e gli scenari attuali per scovare nuovi modelli societari e culturali utili alla progettazione di un futuro migliore per l'uomo.



and people

PROGETICA nasce e vive vicino alle persone con la forte pulsione di realizzare qualcosa di concreto e utile per la società, le persone e il pianeta.

pe

Colors

Natural as paper, Strong as highlighters

Primary Colors

Progetica può assumere, in base al contesto di utilizzo / settore di applicazione, una colorazione differente: Formazione / Tecnologia / Strategia. Questa colorazione dona un accento alla composizione visiva del brand affermando Progetica come una realtà composta da tre rami principali di servizi.

Background

Light Linen

f9f4ef

CMYK: 3-5-7-0

Content

Charcoal

333333

CMYK: 69-60-56-66

First Accent

Dandelion

e8e328

CMYK: 16-0-88-0

First Accent

Blue Jeans

5aa5ff

CMYK: 62-29-0-0

First Accent

Ultra Red

ff6c8c

CMYK: 0-71-23-0

Secondary Colors (dark)

Progetica può utilizzare, ove necessario, un secondo sistema cromatico in aggiunta o in sostituzione del primario. Questo schema secondario è utile per lo sviluppo di grafici, infografiche complesse che richiedono un maggior numero di colorazioni.

Background

Dark Linen

f5e7d2

CMYK: 4-10-20-0

Brightness 80

Brightness 70

Brightness 60

Brightness 50

Brightness 40

Content

Light Charcoal

42413f

CMYK: 64-55-55-57

First Accent

Old Gold

ccc325

CMYK: 26-13-93-1

First Accent

Celestial Blue

4c92cc

CMYK: 71-33-2-0

First Accent

Cinnamon Satin

cc5876

CMYK: 16-76-33-4

pe

Typography

Our personality, classic and modern in the same time

Typography

Primary

**Neue Haas Grotesk
Display Pro**
alternative **Roboto Black**

Use it for TITLE, KEYWORDS and CTA

More info: <https://fonts.google.com/specimen/Roboto>

Aa

Aa Bb Cc Dd Cc Ee Ff Gg Hh
li Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
01 02 03 04 05 06 07 08 09

Typography

Secondary

Playfair

Use it for TEXT, NOTE and LABELS.

More info: <https://fonts.google.com/specimen/Playfair+Display>

Aa

Aa Bb Cc Dd Cc Ee Ff Gg Hh

Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq

Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

01 02 03 04 05 06 07 08 09

Typography

Tertiary

DM SANS

Use it with kerning 200 for SUBTITLE, NAME, BREADCRUMP, inside PPT, Website e social media channel.

More info: <https://fonts.google.com/specimen/DM+Sans>

Aa

Aa

Bb

Cc

Dd

Cc

Ee

Ff

Gg

Hh

Ii

Jj

Kk

Ll

Mm

Nn

Oo

Pp

Qq

Rr

Ss

Tt

Uu

Vv

Ww

Xx

Yy

Zz

01

02

03

04

05

06

07

08

09

pe

Our Logo

The accent

Il nome fonde la progettualità, l'orientamento al futuro, e la dimensione etica. Progetica nasce per introdurre innovazione e collaborazione nella relazione tra cittadini e mercato enfatizzando e ponendo sempre l'accento sull'aspetto etico e culturale.

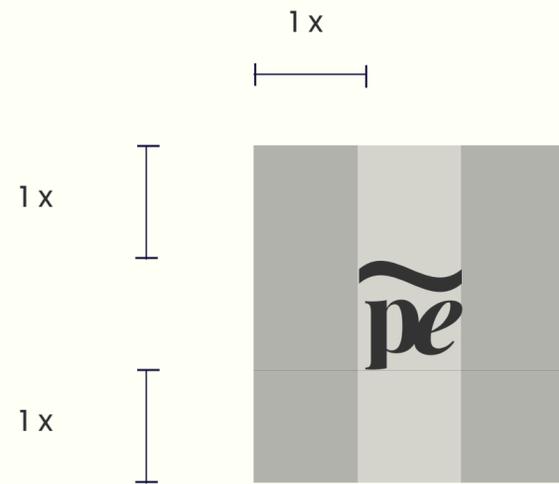
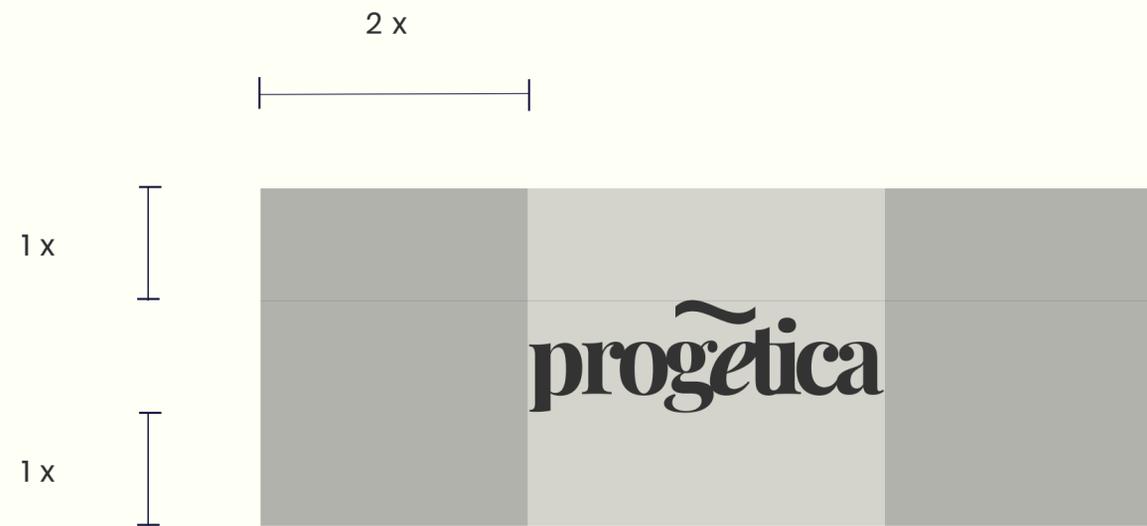
Progetica mette al centro della sua mission la conoscenza delle parole: uso corretto degli accenti, della fonetica e del significato.

Progetica studia il linguaggio e le persone per tradurre la realtà in maniera semplice e intuitiva, portando in evidenza l'aspetto etico all'interno della progettualità.

Our logo

progetica

Logo space & responsività



Safe Area

Logo Use

Black & White

Il logo deve essere sempre usato insieme al suo simbolo. Può essere utilizzato senza line, ove l'applicazione lo permette.

Il simbolo può essere utilizzato da solo come elemento iconico per campagne e advertising.

Può essere utilizzato sulle fotografie ma solo se garantita la leggibilità, altrimenti deve essere applicato a sfondi pieni lino o carboncino.



progetica



progetica

Logo Use

With Line

Il logo deve essere sempre usato insieme al suo simbolo. Può essere utilizzato con la line, ove l'applicazione lo permette.

progetica

EMPHASIS ON KNOWLEDGE AND PEOPLE

Primario - Centrato
per intestazioni centrate

progetica

EMPHASIS ON KNOWLEDGE AND PEOPLE

Secondario - bandiera sinistra
per intestazioni a bandiera a sinistra

progetica

EMPHASIS ON KNOWLEDGE AND PEOPLE

Terziario - Inlinea
per piè di Pagina

Logo Use

Colors

Progetica può assumere, in base al contesto di utilizzo / settore di applicazione, una colorazione differente: Formazione / Tecnologia / Strategia. Questa colorazione dona un accento alla composizione visiva del brand affermando Progetica come una realtà composta da tre rami principali di servizi.



progetica

Formazione



progetica

Tecnologia



progetica

Strategia

Logo Use

Do

Il logo deve essere sempre usato su sfondi neutri monocromatici, sia chiari che scuri.



progetica

Sfondo chiaro - Logo Scuro



progetica

Sfondo scuro - Logo Chiaro



progetica

Sfondo chiaro - Logo colorato



progetica

Sfondo scuro - Logo colorato

progetica

Non strecciare il logo in orizzontale e in verticale

Logo Use

Dont's

Il logo deve essere sempre usato nella sua forma originale al 100% di Opacità, su sfondi neutri, ottenendo sempre il massimo contrasto possibile.

progetica

Il Logo non può essere opacizzato



Sfondo fotografico

progetica

Sfondo scuro - Logo Scuro

pe

Imagery
Corporate

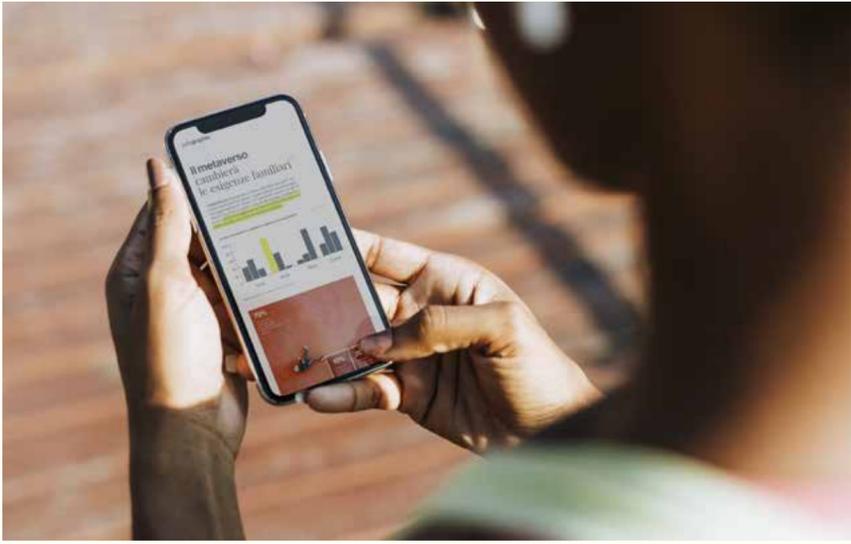
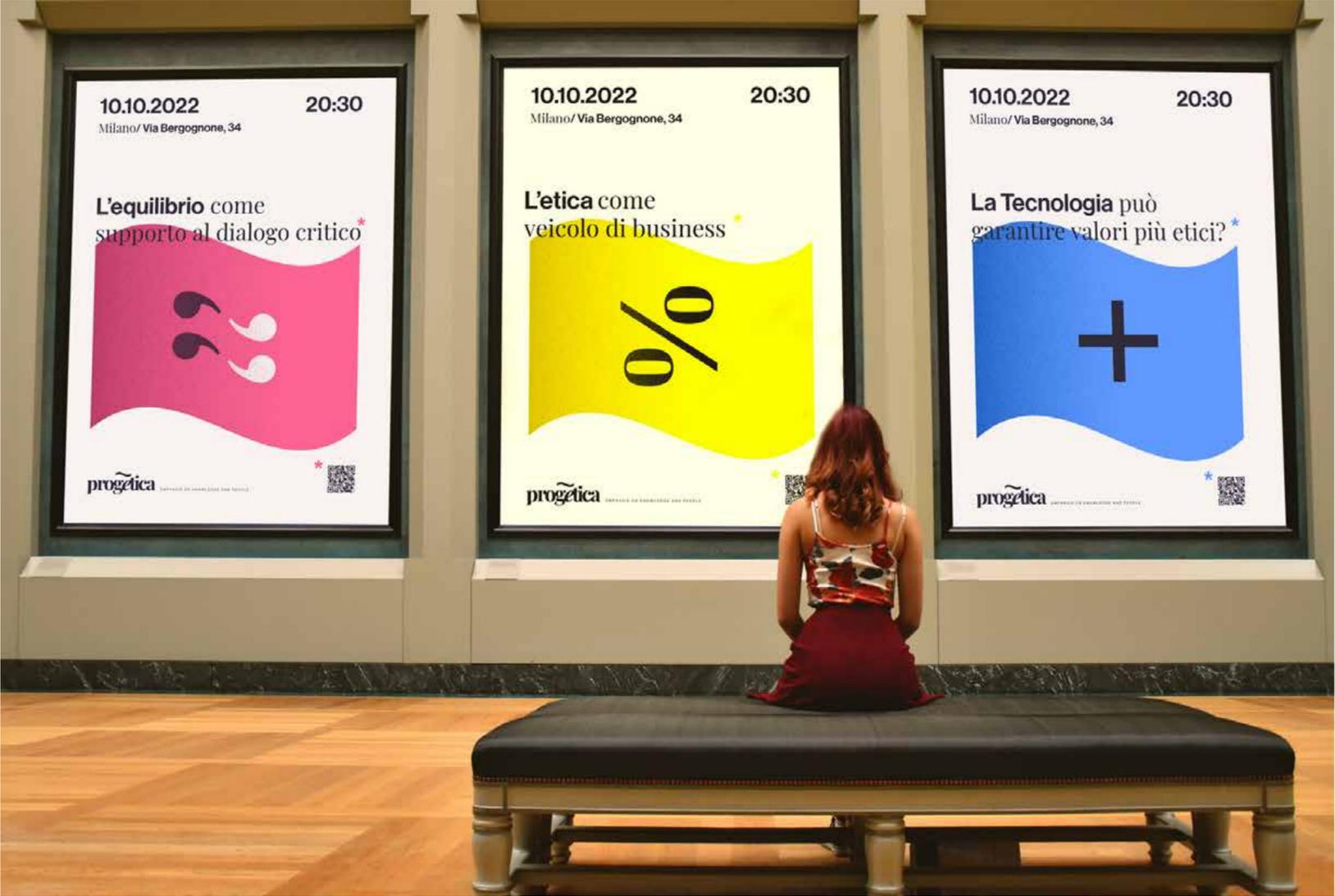
Imagery 1/3

L'identità di Progetica si ispirerà all'essenzialità e all'eleganza della tipografia: trasformando parole e punteggiatura in segni grafici, illustrazioni e modelli iconografici astratti e semplici. Esalteremo la capacità di Progetica di studiare e approfondire attraverso un segno grafico organico su testo elementare: l'evidenziazione.



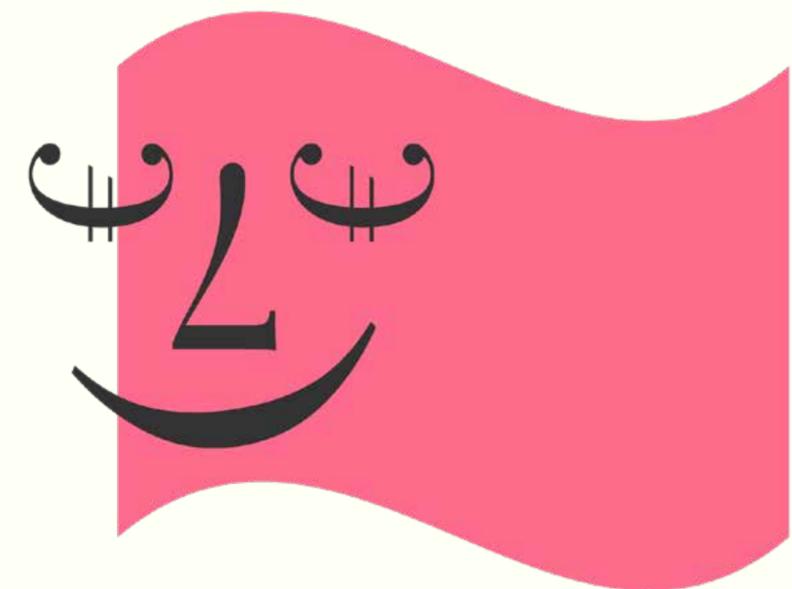
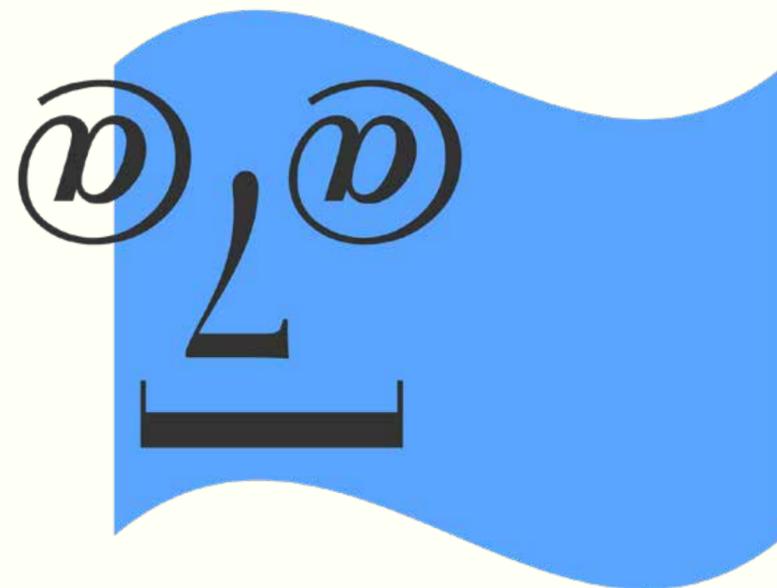
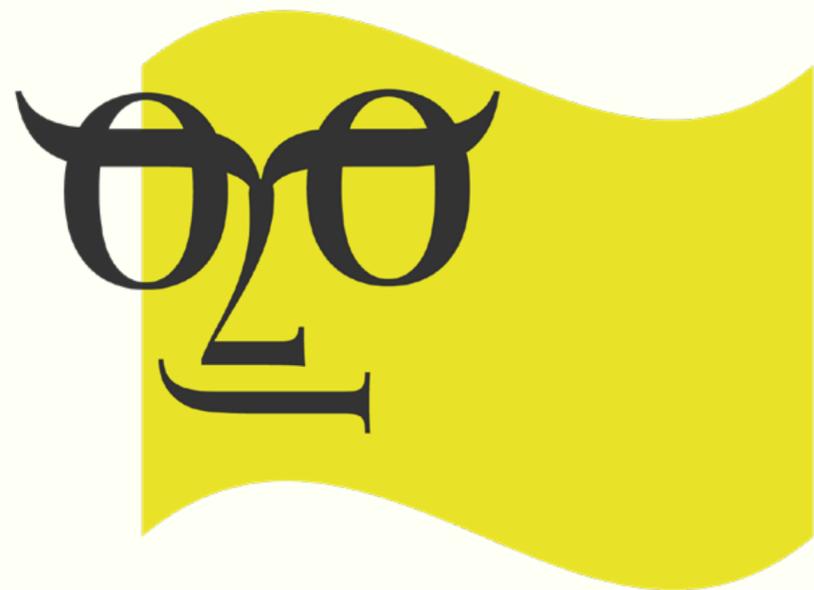
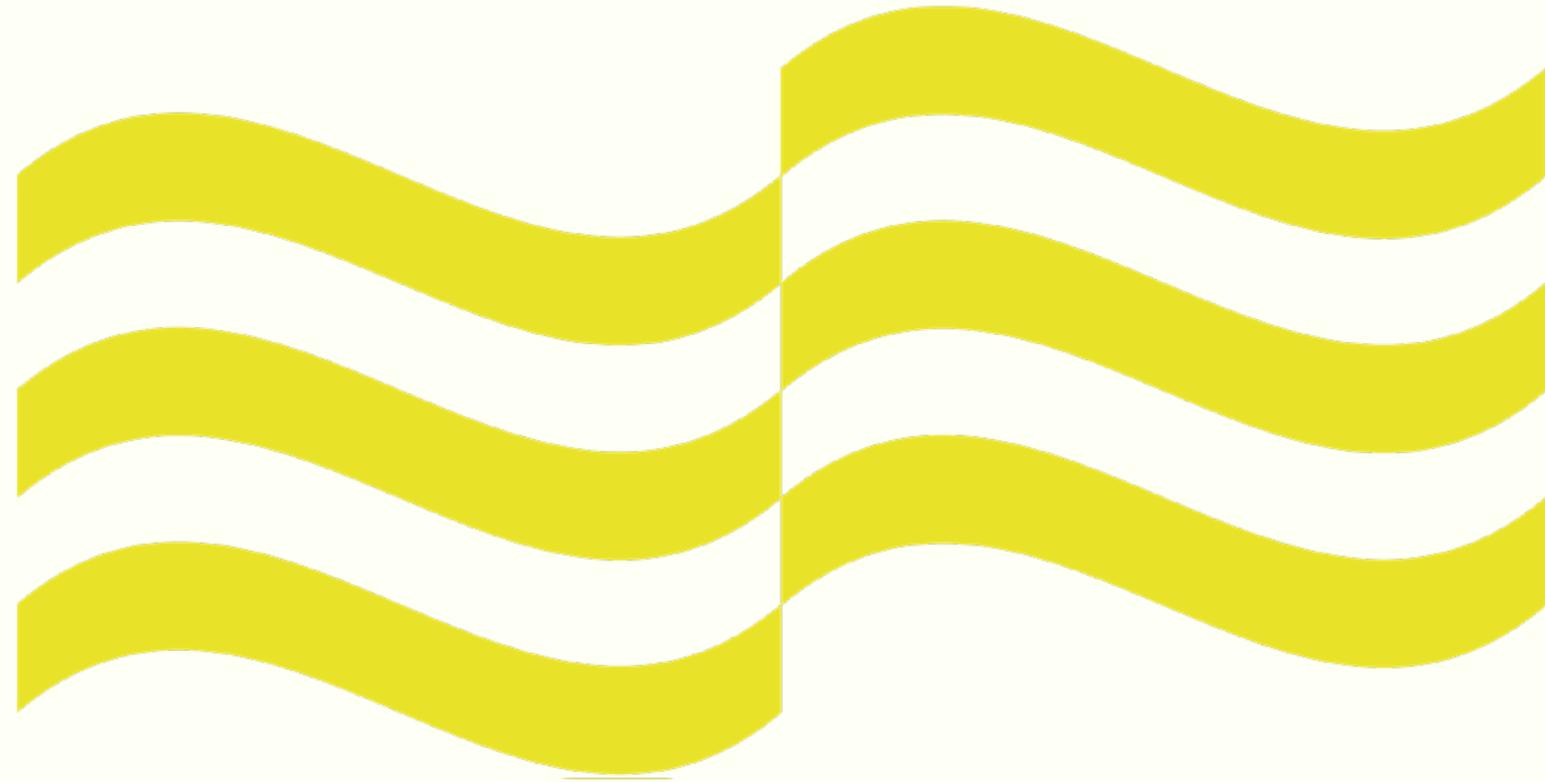
Imagery 2/3

Espliciteremo il concetto di dualità: Divulgazione / Formazione - Numeri / Concetti - Persone / Business - Oggi / Domani attraverso l'unione di due stili tipografici differenti ma armoniosi tra loro.



Imagery 3/3

Una evidenziazione moderna a mostrare e definire le 3 macro aree di servizio e le differenti sfumature di personalità del board progetta attraverso 3 differenti colori forti e moderni.

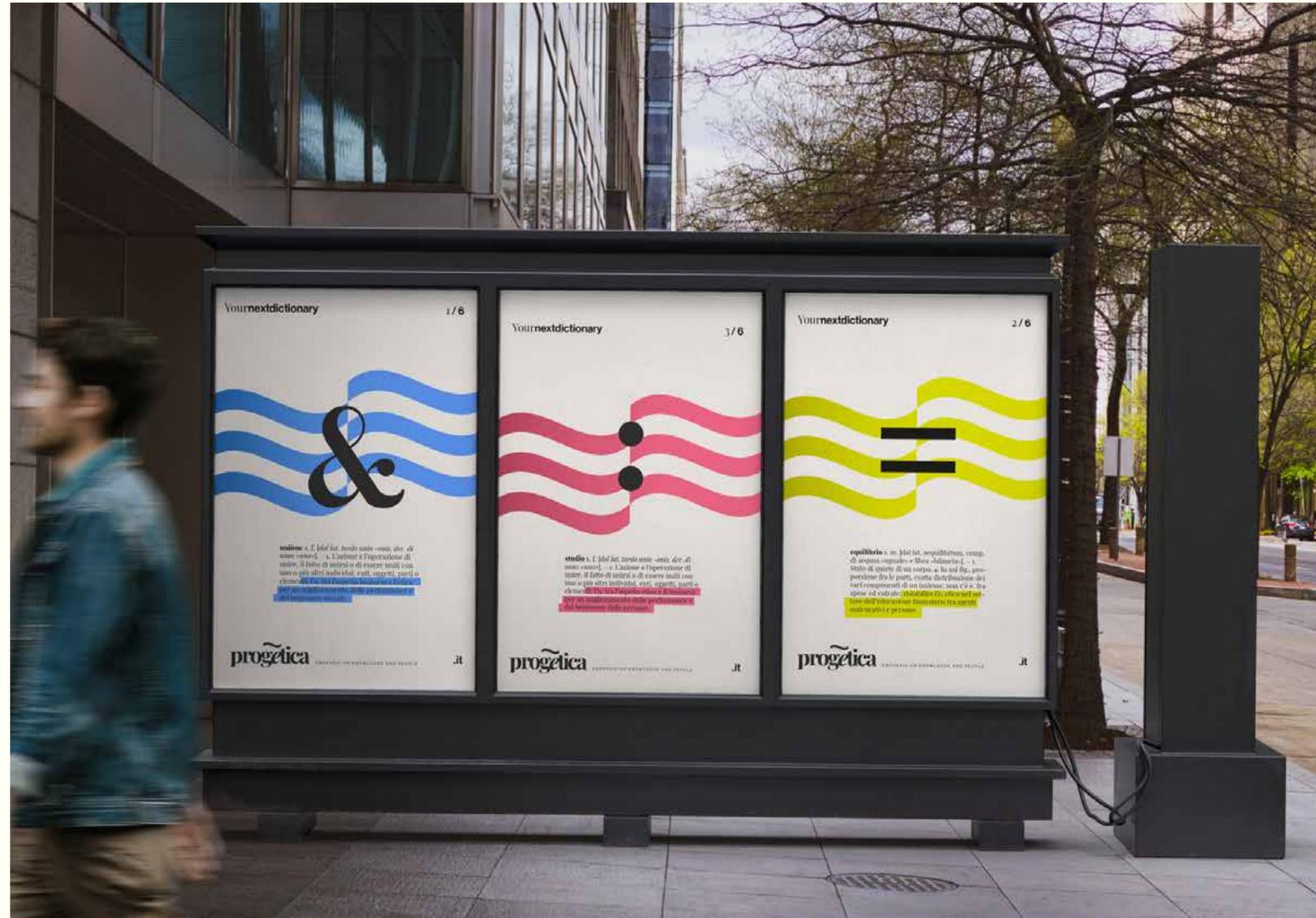


pe

Imagery
Advertising

Imagery Billboard

Editoriale
Aperto
Contrastato
Semplice
Moderna
Vivace
Autorevole
Autentica
Artistica
Geometrica
Astratta
Elegante
Equilibrata
Ordinata.



Imagery Social



- Editoriale
- Aperto
- Contrastato
- Semplice
- Moderna
- Vivace
- Autorevole
- Autentica
- Artistica
- Geometrica
- Astratta
- Elegante
- Equilibrata
- Ordinata.

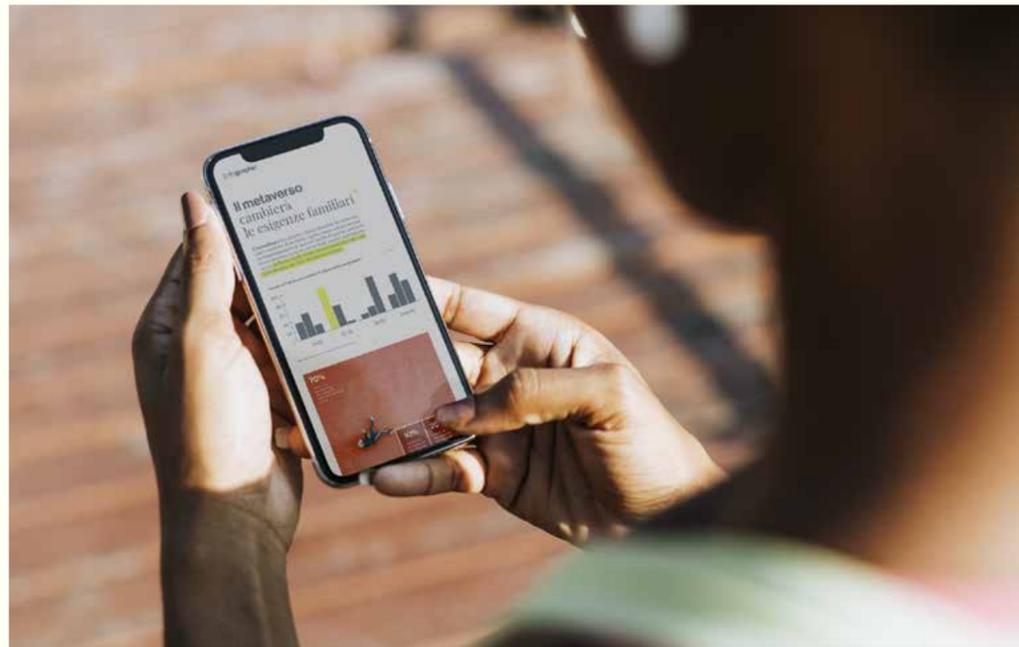


Imagery Digital

Editoriale
Aperto
Contrastato
Semplice
Moderna
Vivace
Autorevole
Autentica
Artistica
Geometrica
Astratta
Elegante
Equilibrata
Ordinata.



Imagery Photo



- Multietnica
- Persone
- Emozioni
- Visione
- Realtà
- Autenticità
- Quotidianità
- Istantanee
- Culturale
- Atmosfera Naturale



Tone of voice

How we speak

Tone of voice

Il tono di voce è una parte fondamentale per mantenere la coerenza sia dei valori nel tempo sia della comunicazione del brand

What we are

- Noi Parliamo in maniera chiara, empatica ed esplicativa
- Noi Parliamo senza pregiudizi e ci basiamo sui dati
- Noi siamo professionisti, studiosi e amanti della società
- Noi vogliamo rispettare i bisogni dell'uomo e del pianeta
- Noi crediamo in quello che facciamo
- Noi diamo il giusto valore alle parole
- Noi crediamo nell'eleganza delle parole inattese, non banali
- Noi Parliamo con tono leggero e accessibile
- Noi usiamo il gioco per spiegare meglio i concetti

What we are not

- Noi non siamo esclusivi
- Noi non siamo arroganti
- Noi non generalizziamo
- Noi non siamo clinici e freddi
- Noi non siamo banali
- Noi non parliamo solo di numeri
- Noi non usiamo parole a caso

Business

Autenticità

Dati

Etica

Professionalità

Statistica

Comprendere

Think tanker

Misurare

Rispettare

Tracciare

Accompagnare

Raccontare

Percorso

Crescere

Progettare

Pianificazione

Condividere

Verità

Innovazione

Valutare

Semplicità

Proiezione

Scegliere

Studio

Futuro

Approfondimento

Significato

Ricerca

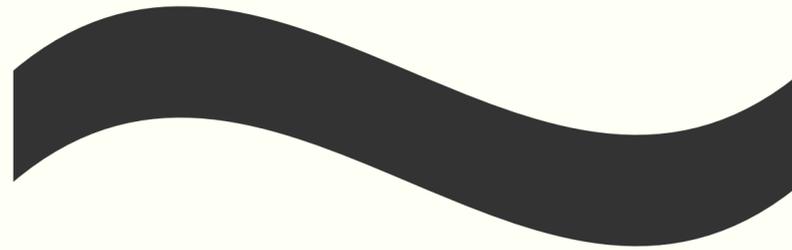
Persone

Strategia

Cultura

Grammar

Questa è la nostra grammatica, quando si parla di noi il nostro universo viene comunicato attraverso queste parole, che rappresentano e veicolano i valori del nostro brand



EMPHASIS ON
KNOWLEDGE
and People

Per richieste e informazioni sul brand e sull'utilizzo dei materiali contattare info@progetica.it

progetica.it