Manuale d’uso e valori del marchio

Brand Guidelines

INDICE

P. 3 IL MARCHIO LOGOTIPO

P. 4 IL CROMOTIPO

P. 5 RIDUZIONE E NEGATIVO POSITIVO/COLORE

P. 6 RIDUZIONE E NEGATIVO POSITIVO B/N

P. 7 ALTRE CONFIGURAZIONI AMMESSE

P. 8 I CARATTERI TIPOGRAFICI

P. 9 L'IMMAGINE COORDINATA

P.10 IL SITO WEB E PAGINE SOCIAL

P. 11 GADGETS E MATERIALE PROMOZIONALE

P. 12 ABBIGLIAMENTO

P. 13 MEZZI DI TRASPORTO

P. 14 LA MARCHIATURA PRODOTTI

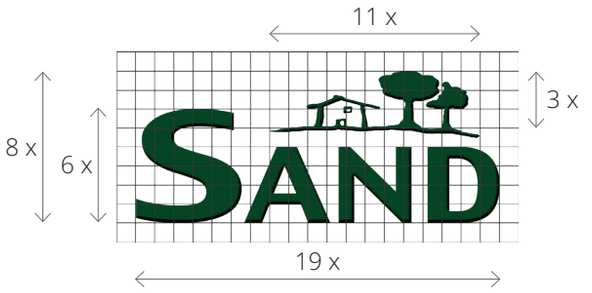
IL MARCHIO LOGOTIPO

Il logotipo è rappresentato dal nome dell'azienda che porta in sè un significato importante: la visione, la consapevolezza, la filosofia di uno stretto contatto tra l'uomo e la natura.
Il nome deriva dalle prime lettere dei nomi e cognomi dei suoi fondatori (Andrea e Davide Sanmartino) e insieme richiama il termine inglese ***sabbia***, l'elemento naturale che nel giardino zen simboleggia l'acqua ed il fluire dell'esistenza.
Il segno grafico si compone di una piccola casa, tracciata in modo fanciullesco, affiancata dalle sagome piene di due alberi. Il segno vuole indicare la vicinanza tra il cuore dell'uomo e il mondo naturale.

In questi capitoli si definisce il campo ottimale per l'uso corretto delle varie tipologie cromatiche e dimensionali del marchio logotipo.
Per consolidare e tutelare l'identità visiva dell'azienda Sand è importante applicare le indicazioni contenute nel manuale, senza modificare in alcun caso le misure, i colori, le posizioni o i rapporti indicati.
Il **Pay Off** "Soluzioni per Parchi e Aree Verdi" ha il compito di comunicare l'essenza l'operato dell'azienda.

Visualizzazione del marchio logotipo

Visualizzazione del modulo
del rapporto di dimensionamento



Visualizzazione del marchio
logotipo registrato

Visualizzazione del marchio logotipo +
Pay Off

CROMOTIPO E IL POSITIVO NEGATIVO

Il cromotipo, insieme al marchio e al logotipo, definisce l'identità visiva di Sand.
Il colore istituzionale è il **verde scuro**, declinato in particolare nella tonalità del "Verde da corsa britannico".
Qui di fianco il colore è riprodotto e declinato secondo i sistemi Pantone e negli spazi colore di quadricromia CMYK e luce RGB.
Il secondo colore, utilizzato in particolare per i testi posizionati vicino al logo, è il grigio scuro, chiamato Nero opaco, anch'esso riprodotto e declinato secondo gli stessi sistemi.

Il significato simbolico del colore
Il verde emana senso di equilibrio, compassione e armonia. Trasmette amore per tutto ciò che riguarda il regno naturale favorendo il giusto contatto con le leggi della natura e con il rispetto delle tradizioni. Oltre ad avere un effetto calmante, questo colore infonde senso di giustizia e grandezza d'animo. Conferisce, inoltre, tenacia e perseveranza nel seguire i propri progetti.

SAND® *soluzioni per Parchi e Aree Verdi*

Verde da corsa britannico

British racing green

Hex	#004225
RGB	0, 66, 37
CMYK	90, 44, 92, 54
PANTONE®	20-0182 TPM Racing Green

Nero opaco

Matt black

Hex	#151515
RGB	21, 21, 21
CMYK	0, 0, 0, 92
PANTONE®	15-1515 TPX Mellow Rose

RIDUZIONE NEGATIVO POSITIVO A COLORI

In questa tavola si indicano i minimi **fattori di riduzione** consentiti per il marchio logotipo Sand.

Il rimpicciolimento alla massima dimensione consentita è di **35 mm**, sia nella versione negativa e positiva, mantiene una nitida lettura del simbolo positivo e della forma logotipica, garantendone la sua chiarezza e leggibilità.

Nella versione su fondo scuro (negativo) il marchio e la forma logotipica diventano bianchi.

Marchio logotipo versione positiva

Riduzione massima consentita
(35 mm)

35 mm

Marchio logotipo versione negativa

Riduzione massima consentita
(35 mm)

35 mm

RIDUZIONE NEGATIVO POSITIVO IN B/N

In questa tavola si indicano i minimi **fattori di riduzione** consentiti per il marchio logotipo Sand.

Il rimpicciolimento alla massima dimensione consentita è di **35 mm**, sia nella versione negativa e positiva, mantiene una nitida lettura del simbolo positivo e della forma logotipica, garantendone la sua chiarezza e leggibilità.

Nella versione su fondo scuro (negativo) il marchio e la forma logotipica diventano bianchi.

Marchio logotipo versione positiva

Riduzione massima consentita
(35 mm)

35 mm

Marchio logotipo versione negativa

Riduzione massima consentita
(35 mm)

35 mm

ALTRE CONFIGURAZIONI AMMESSE

Il logotipo istituzionale non deve essere utilizzato in maniera arbitraria, ma deve tener conto delle regole di applicazione previste.
Non devono mai essere cambiati i **rapporti di gerarchia** tra forma logotipica e Payoff.
L'unica variabile è dimensione e peso del marchio in base al rapporto di configurazione.

Si identificano alcune variabili di configurazione permesse, oltre al marchio logotipo:
A. marchio logotipo e forma estesa
B. marchio logotipo e forma estesa sotto
C. marchio logotipo inserito all'interno dell'URL del sito.

Visualizzazione del marchio logotipo registrato

Visualizzazione del marchio logotipo + Pay Off, riduzione massima consentita (35 mm)

A.

35 mm

Visualizzazione del marchio logotipo + Pay Off sotto, riduzione massima consentita (35 mm)

35 mm

B.

Visualizzazione del marchio logotipo inserito all'interno dell'URL del sito

C. www.SAND-italia.com

CARATTERI TIPOGRAFICI UFFICIALI

Il carattere tipografico *sans serif* (senza grazie) designato al logotipo istituzionale Sand è **Verdana Bold**. È stato disegnato a metà anni 90 da Matthew Carter per la Microsoft. Il nome, invece, è stato scelto da Virginia Howlett del gruppo tipografic, ed è costituito dall'unione di **verdant** (che indica qualcosa di verde, come ad esempio l'area di Seattle nello stato sempreverde ("Evergreen") di Washington) e **Ana** (il nome della figlia primogenita della Howlett). Verdana è altamente leggibile ed è una scelta quasi obbligata per rendere più scorrevole la lettura di testi di breve durata o singole parole.
Per la maggior parte dei testi e dei documenti Sand, il carattere prescelto è **Open Sans**, altro font sans serif, in tutte le sue diverse declinazioni.
È stato disegnato da Steve Matteson e commissionato da Google. È stato sviluppato con uno "stress verticale, forme aperte e un aspetto neutro, ma amichevole" ed è ottimizzato per la leggibilità attraverso le interfacce di stampa, Web e mobile.

Verdana Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvxyz
1234567890

Open Sans Regular
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvxyz
1234567890

Open Sans Condensed
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvxyz
1234567890

IMMAGINE COORDINATA

In questa soluzione sono contemplati alcuni elementi base dell'identità coordinata di Sand. Il loro utilizzo consente di uniformare le comunicazioni, dirette sia all'interno che all'esterno, mediante un'unica veste grafica e rappresentare l'azienda ai destinatari in modo efficace garantendone l'**immediata riconoscibilità**. L'immagine coordinata deve seguire i cromotipi, i caratteri e i criteri di comunicazione approvati da Sand.

Qui a fianco sono visualizzati alcuni **elementi grafici** dell'immagine coordinata:
A1. Firma e-mail
A2. Biglietto da visita
A3. Carta intestata

SAND soluzioni per Parchi e Aree Verdi

www.sand-italia.com

Sand s.r.l.
P.Iva 08602000013
CCIAA TO-986345 | C.U. 66OZKW1

Sede legale
Strada Valle San Pietro 54
10020 Pecetto Torinese (To)

Sede operativa
Via Felizzano 4/a
10027 Torino

info@sand-italia.com
sand@pec.it
Tel. +39.338.59.78.327

A1.

SAND soluzioni per parchi e aree verdi

Davide Sanmartino
CELL. 338.5978327

SAND S.R.L.
STR. VALLE SAN PIETRO 54
10020 PECETTO T.SE (TO)
P.IVA 08602000013

SEDE OPERATIVA:
VIA FELIZZANO 4/A
10127 TORINO

info@sand-italia.com
sand@pec.it

www.sand-italia.com

A2.

SAND soluzioni per Parchi e Aree Verdi

www.sand-italia.com

1 febbraio 2022

Spett.le

OGGETTO: OFFERTA PER IL RILIEVO E L'ANALISI DELL'ACCESSIBILITA' DEI PERCORSI "VARIANTI DELLA VIA FRANCIGENA" NEL TRATTO DA SUSA A TORINO.

Come da Vostra gradita richiesta, proponiamo con la presente una nostra migliore offerta per i servizi in oggetto e di seguito descritti. Tale proposta è da considerarsi una base che potrà essere perfezionata e implementata sulla base di successivi colloqui e delle specifiche esigenze della committenza.

Descrizione e caratteristiche:

Al fine di sostenere e promuovere la frequentazione dell'itinerario da parte di tutti, incluse le persone con esigenze speciali, il servizio offerto si propone di rilevare, analizzare e schedare in maniera completa il percorso, individuando gli interventi preliminari di miglioramento e di adeguamento delle barriere fisiche e materiali esistenti.

I tratti della "Via Francigena" identificati e coinvolti nell'analisi sono:

VA03 - Da Susa alla Sacra di San Michele: 29 km
VA03 - Variante sinistra della Dora Riparia: 25,1 km
VA04 - Dalla Sacra di San Michele a Rivoli: 16,1 km
VA04 - Variante sinistra della Dora Riparia: 22,5 km
VA05 - Da Rivoli a Torino: 14,1 km

Per un totale di 106,8 km complessivi.

Le specifiche attività previste per il compimento del servizio offerto consistono in:

- eseguire il sopralluogo completo del percorso mediante una serie di ricognizioni degli itinerari;
- analizzare il livello di accessibilità, sicurezza e comfort dei percorsi;
- rilevare puntualmente le difficoltà presenti nei luoghi in relazione alle possibilità motorie dell'utenza;
- rilevare la presenza degli elementi esistenti della segnaletica direzionale e informativa;
- esaminare ed elaborare tutti i dati raccolti per produrre gli output attesi.

Le operazioni preliminari sono costituite da:
- riferimento alle normative vigenti sulle barriere architettoniche e alle guide alla progettazione dei percorsi accessibili;
- identificazione dei diversi target di utenza, delle tipologie di disabilità e dei livelli di autonomia dei frequentatori;
- individuazione di un abaco di simboli chiaro e condiviso da adottare per l'identificazione sulle mappe e sulle schede, riferiti ad es. ai luoghi d'interesse, alla segnaletica e alle criticità presenti sul percorso;
- scelta degli strumenti tecnologici per l'acquisizione, l'elaborazione e la visualizzazione dei dati: sia software (app per smartphone, programmi per pc, strumenti on line, Virtual Tour), sia hardware (gps professionale, smartphone, pc, fotocamera, fotocamera sferica Street View, ecc.).

I documenti e materiali di output al termine del lavoro saranno:

- la registrazione dell'itinerario: puntuale, di elevata qualità e riproducibile;
- la trasposizione cartografica del rilievo;
- la produzione di schede e immagini degli elementi significativi rilevati lungo il percorso;
- l'individuazione di elementi preliminari di progettazione accessibile per i punti critici rilevati;
- la proposta di inserimento di elementi integrativi della segnaletica (per l'orientamento lungo l'itinerario, le informazioni relative dei luoghi d'interesse e la comunicazione/promozione dell'itinerario stesso).

Condizioni:

Costo complessivo: Euro 3.900,00 + Iva

Tempi di consegna: stimato in 60 gg. dalla conferma d'ordine.

Pagamento: da concordare all'ordine.

In attesa di un Vostro riscontro rimaniamo a disposizione per ogni chiarimento e cogliamo l'occasione per porgere i nostri più cordiali saluti.

Per Sand s.r.l.

Davide Sanmartino

SAND s.r.l.
Strada Valle San Pietro 54
10020 Pecetto Torinese (To)
C.F. e P.Iva 08602000013
SDI: 66OZKW1 | tel. 338.59.78.327
info@sand-italia.com | sand@pec.it

In allegato una breve presentazione con C.V. personale e dell'Azienda.

SAND soluzioni per Parchi e Aree Verdi

www.sand-italia.com

Sand s.r.l.
P.Iva 08602000013
CCIAA TO-986345 | C.U. 66OZKW1

Sede legale
Strada Valle San Pietro 54
10020 Pecetto Torinese (To)

Sede operativa
Via Felizzano 4/a
10027 Torino

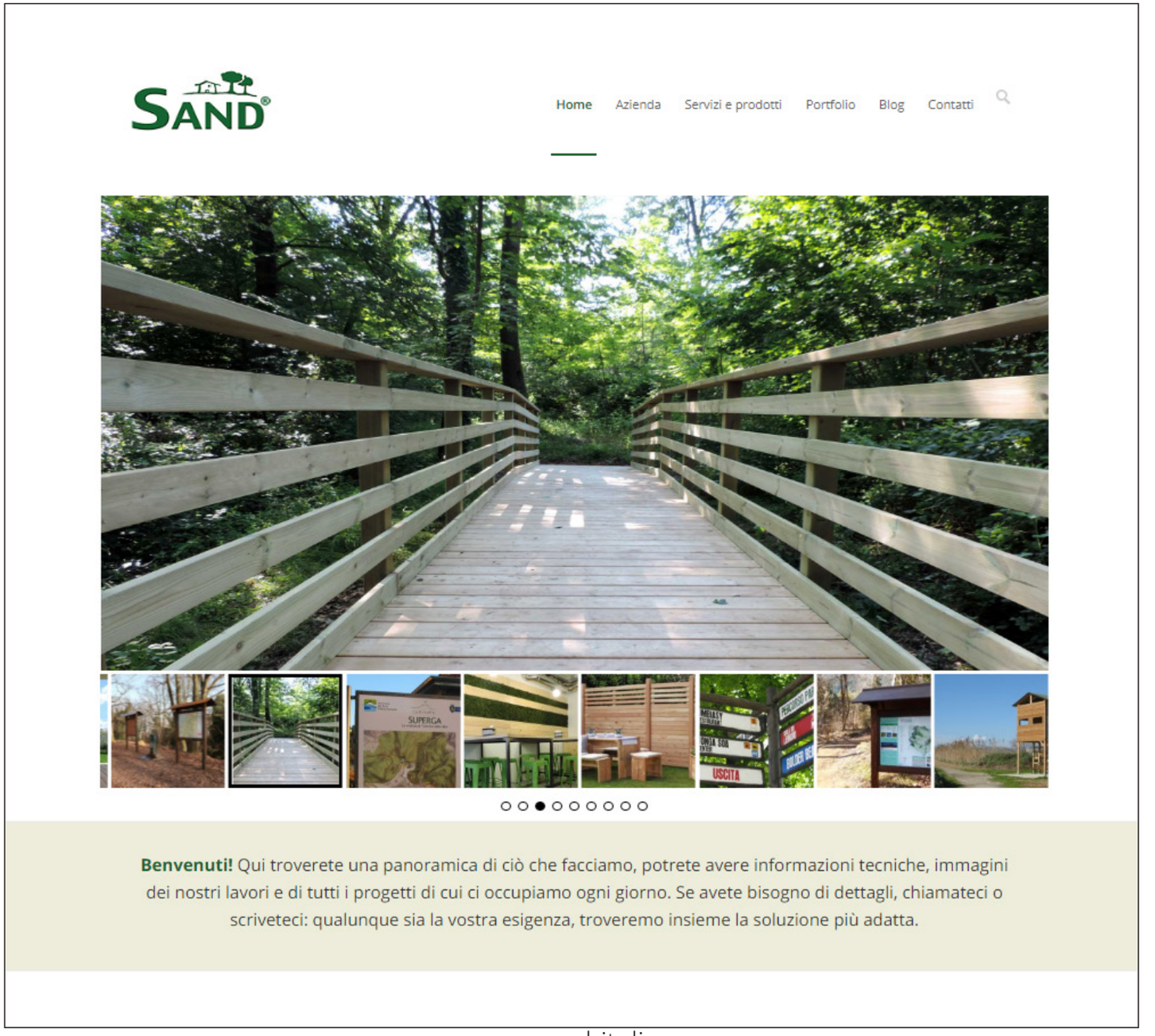
info@sand-italia.com
sand@pec.it
Tel. +39.338.59.78.327

A3.

SITO WEB E PAGINE SOCIAL

Sin dai primi passi nel 2003 Sand punta sul sito internet come strumento interattivo per raccontarsi ed accogliere i suoi clienti. Nel 2007 l'approdo alla piattaforma **Wordpress** porta una ventata di novità rispetto al precedente sito statico in HTML. Il sito attuale, in perenne evoluzione, raccoglie tutte le informazioni, la storia della società e, in particolare, una descrizione sintetica con le relative immagini dei principali lavori svolti. Il sito riprende le caratteristiche grafiche ed espressive della Brand guidelines, miscelate con migliaia di fotografie e di video.

Gli altri social su cui è incentrata la comunicazione sono: **Pinterest**, uno dei media ideali per la comunicazione per immagini, **Google My Business**, per rinforzare la presenza sul maggiore motore di ricerca e **Linkedin**, su cui costruire reti di contatti in ambiti d'interesse condiviso. Per tutte le indicazioni inerenti alla gestione dei social media e del sito web, si rimanda allo specifico manuale Sand.



www.sand-italia.com

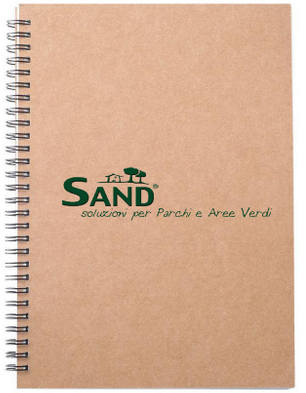
GADGETS E MATERIALE PROMOZIONALE

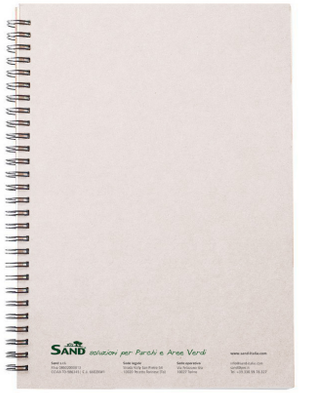
Il materiale promozionale dovrà essere
coordinato con i criteri di marchio logotipo, cromotipi ed i caratteri istituzionali.

Qui a fianco sono visualizzati alcuni **esempi grafici** presenti nel materiale promozionale:
B1. Blocco appunti
B2. Shopper
B3. Tazza
B4. Matita
B5. Borraccia
B6. Penna
B7. Braccialetti

Il blocco appunti contiene nella copertina il logotipo con il PayOff e all'interno nelle pagine il banner dell'azienda (anche impiegato come firma nelle e-mail).

La shopper, la tazza, la borraccia e la penna presentano il logotipo istituzionale, nella matita e nei braccialetti, invece, è presente marchio logotipo inserito all'interno dell'URL del sito. Nei braccialetti sono anche riportate le frasi "Liberi di esplorare" e "Costruisci la tua avventura".





B1.

B2.

B3.

B5.

B4.

B6.

B7.

OUTFIT E ABBIGLIAMENTO DEL PERSONALE

Per il tipo di lavoro svolto l'abbigliamento del personale Sand non è vincolante.
Si ritiene comunque utile veicolare attraverso l'outfit la **comunicazione del logotipo** del marchio di fronte ai clienti o potenziali tali. I capi sono:
C1. T-shirt arancione
C2. T-shirt blu
C3. Polo verde scuro
C3. Felpa grigia

La **t-shirt arancione** ad alta visibilità, da utilizzare prevalentemente in cantiere, riporta, oltre al logotipo inserito nell'indirizzo del sito web e al Pay Off, il marchio di elettroutensili professionali AEG, di cui Sand è riconosciuto "Ambassador".
La **t-shirt blu**, ispirata alle magliette delle band musicali e realizzata in occasione del ventennale dalla fondazione, ricorda anno per anno le località dei principali lavori effettuati.
La **polo verde** personalizzata riprende le colletto e nelle maniche il tricolore simbolo del "Made in Italy".
La **felpa grigia** con zip intera e colletto riporta sul retro il link del sito web con il Pay Off.

C1.

C2.

C3.

C4.

AUTOCARRI

Gli automezzi di lavoro di Sand sono:
- un **fuoristrada** Land Rover Defender 90, che permette di raggiungere i luoghi meno accessibili per eseguire sopralluoghi e lavori;
- un **furgone** Fiat Ducato per i trasporti e per l'accesso alle aree di cantiere normali.

Per ogni esigenza di altre tipologie specifiche di autocarro si ricorre alle ditte di noleggio.

I mezzi di nostra proprietà sono personalizzati con **elementi magnetici** ad elevato spessore, che riportano il logotipo e i colori del marchio.
In questo modo, in base alle necessità contingenti, le grafiche possono essere facilmente spostate su altri automezzi o rimosse.

Land Rover Defender

Fiat Ducato

MARCHIATURA PRODOTTI

Ovunque possibile, alla maggior parte dei lavori realizzati e dei prodotti forniti, viene applicato un marchio indentificativo del logotipo del marchio.

Le principali tipologie sono:
1. il marchio inserito all'interno dell'URL del sito web, in posizione verticale all'interno della composizione grafica dei pannelli;

2. il marchio a fuoco del logo tipo sugli elementi in legno;

3. la riproduzione del marchio verniciato con spray atteaverso uno stencil (impiegato per la personalizzazione dei nostri attrezzi);

4. la fresatura CNC del marchio sul legno o altri materiali (con o senza la colorazione interna del marchio);

5. la targhetta di prodotto in alluminio, ove sia richiesto indicare l'anno di costruzione, il codice dell'articolo e la certificazione del manufatto.

1.

2.

3.

4.

5.

SAND S.r.l.
Via Valle San Pietro 54
10020 Pecetto Torinese (TO)
info@sand-italia.com
sand@pec.it

Responsabile comunicazione
Davide Sanmartino
Tel. 338 5978327
davide@sand-italia.com
www.sand-italia.com