



BRAND GUIDELINES



D -
N C

AVVOCATI

MARCHIO
VERSIONE IN POSITIVO

Il marchio è stato creato seguendo le proporzioni della sezione aurea, in modo da garantire precisione e rigore al marchio, che è al contempo caratterizzato da un lettering e un trattamento moderno.

Il marchio è formato da 3 elementi, che ospitano rispettivamente l'acronimo DNC, una bilancia stilizzata e la dicitura Avvocati.

I 3 elementi del marchio possono muoversi a seconda della volontà o delle esigenze. I diversi assemblaggi possono essere utilizzati alternativamente: il marchio mantiene infatti la sua identità e riconoscibilità a prescindere dalla disposizione dei vari elementi. Questo garantisce una forte dinamicità al marchio. Il marchio è progettato per essere monocromatico: nella versione in positivo, tutti gli elementi sono in nero.



1- Marchio a colori
2- Assemblaggi alternativi del marchio nella versione in positivo

MARCHIO VERSIONE IN NEGATIVO

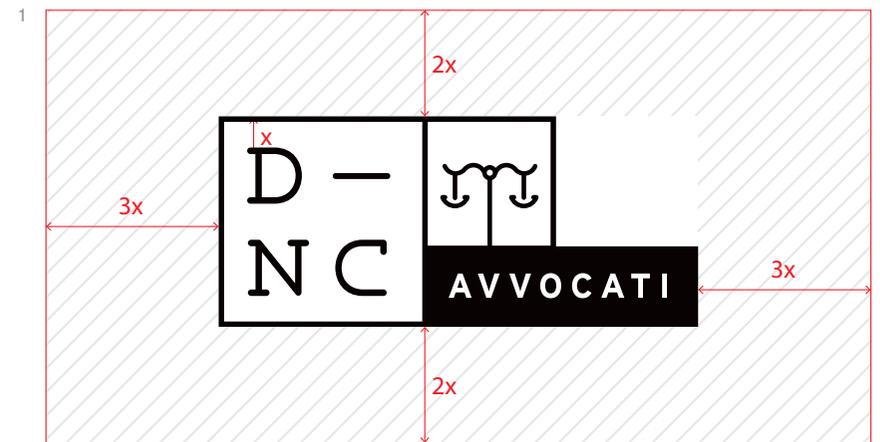
Se il marchio batte su uno sfondo scuro deve essere utilizzato nella sua versione in negativo: questo vale se lo sfondo è il nero istituzionale, ma anche se il marchio batte su un altro colore scuro. La versione in negativo del marchio prevede l'utilizzo del solo colore bianco: il marchio è infatti sempre monocromatico, a prescindere dalla versione e dall'assemblaggio utilizzati.



1- Versione in negativo del marchio
2- Assemblaggi alternativi del marchio nella versione in negativo

LOGOTIPO
AREA DI RISPETTO

Il marchio prevede un'area di rispetto, all'interno della quale non si possono inserire altri elementi, al fine di garantire una corretta visibilità e leggibilità del marchio stesso. L'area di rispetto del marchio viene calcolata utilizzando come modulo di riferimento il trattino orizzontale, che viene definito x .
Lo spazio libero sopra e sotto il logotipo deve essere pari ad almeno 2 volte la x , quello a destra e a sinistra non può essere inferiore a 3 volte la x .



1- L'area di rispetto del logotipo e la modalità per calcolarla
2- Un esempio di applicazione dell'area di rispetto: tutti gli elementi vengono posizionati al di fuori dell'area di rispetto

COLORI

Così come il marchio, anche i restanti elementi della comunicazione sono stati progettati per essere esclusivamente monocromatici. I colori della comunicazione sono il Nero DNC e il Bianco DNC. Il contrasto tra i due colori garantisce una leggibilità ottimale e un forte impatto, conferendo allo stesso tempo eleganza alla razionalità delle proporzioni del marchio. Il bianco è un bianco puro, mentre il nero contiene delle percentuali degli altri tre colori della quadricromia, per garantirgli una profondità maggiore.

I colori scelti, inoltre, citano il nero della pietra lavica, caratteristica delle strade di Catania.

1

Nero DNC
CMYK 30-30-30-100
RGB 25-23-21
WEB #1D618B

Bianco DNC
CMYK 0-0-0-0
RGB 255-255-255
WEB #FFFFFF

1- La palette di colori scelta per la comunicazione

TIPOGRAFIA

La comunicazione utilizza il font Interstate, nelle sue versioni Regular e Bold, in base alle necessità di gerarchia, leggibilità e differenziazione dei testi.

Il font, progettato dalla tipografia Font Bureau, è un bastoni moderno, dalle forme geometriche e caratterizzato da tagli diagonali che conferiscono carattere alle varie lettere, garantendo una facile riconoscibilità ai vari elementi della comunicazione.

¹ **Interstate Regular**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,;!?'&€\$£()

² **Interstate Bold**
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789.,;!?'&£\$£()

¹- I caratteri utilizzati nella comunicazione appartengono tutti al font Interstate

ELEMENTI DELLA COMUNICAZIONE

La comunicazione continua ad utilizzare i rettangoli in cui sono contenuti gli elementi del logo: i rettangoli possono essere in outline o a colore pieno, per sottolineare la gerarchia dei vari elementi e creare alternanza tra gli stessi. I testi vengono sempre centrati sia in verticale che in orizzontale rispetto ai rettangoli, che si allungano o accorciano a seconda della quantità di testo che contengono.

Quando i rettangoli si toccano, l'outline non viene raddoppiato.

I tratti dei rettangoli devono rimanere uguali tra i vari elementi della comunicazione che si vedono nello stesso momento: se così non fosse, i diversi pesi dei vari tratti creerebbero un effetto fastidioso di non omogeneità tra i vari elementi presenti.

1

MAURO DI PACE
AVVOCATO PARTNER

Tel 095 2883198 Fax 095 2935918

M.DIPACE@DNC-AVVOCATI.IT

WWW.DNC-AVVOCATI.IT

DAVIDE NEGRETTI
AVVOCATO PARTNER

Tel 095 2883198 Fax 095 2935918

D.NEGRETTI@DNC-AVVOCATI.IT

WWW.DNC-AVVOCATI.IT

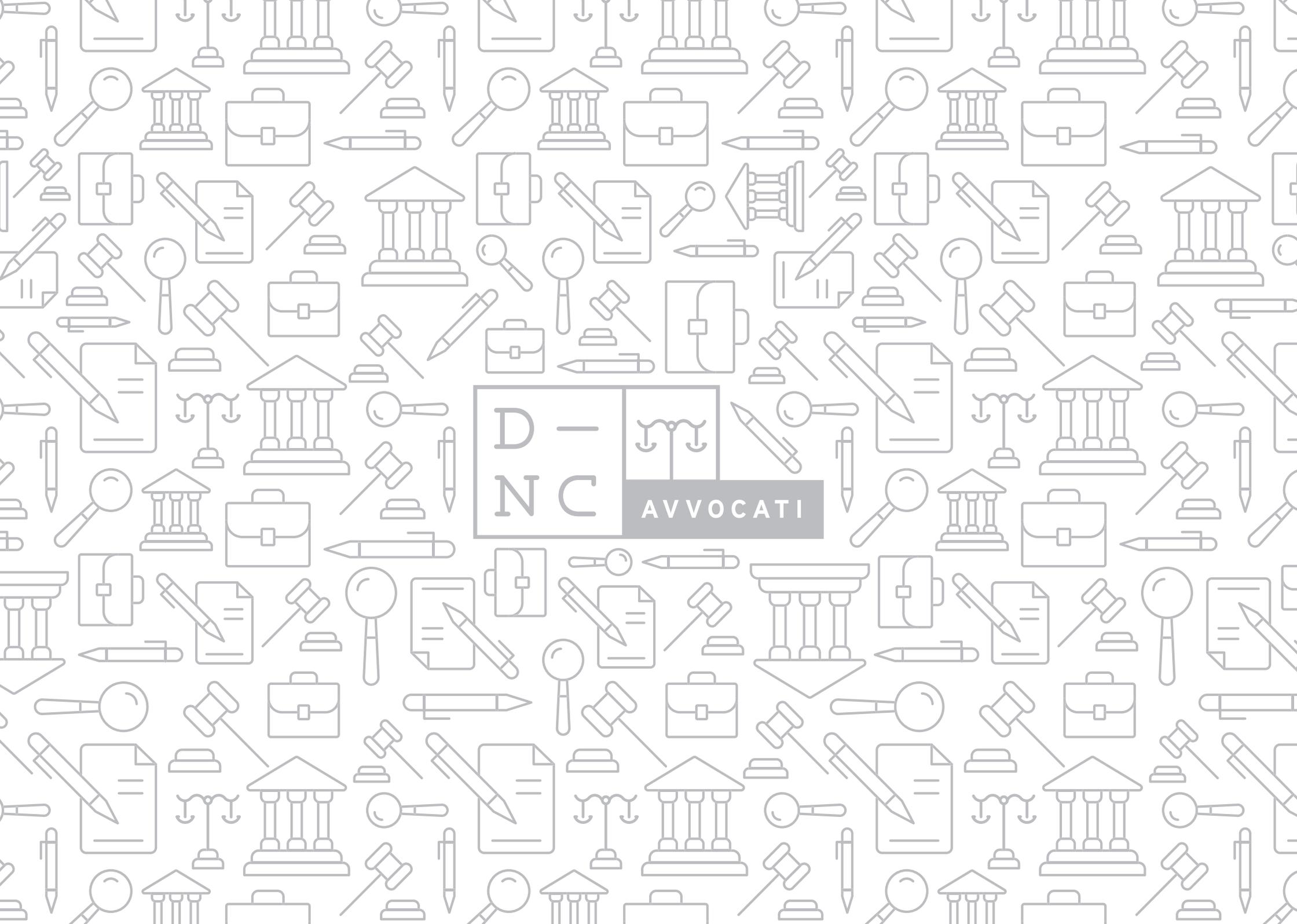
CATANIA – VIA V.GIUFFRIDA, 23 – 95128

Telefono **095 2883198** - Fax **095 2935918**

ROMA – VIA DI S. BASILIO, 61 – 00187

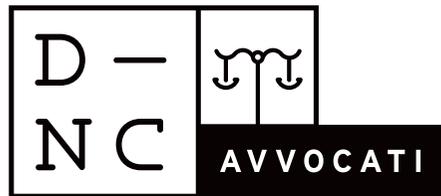
INFO@DNC-AVVOCATI.IT **WWW.DNC-AVVOCATI.IT**

1- Esempi di comportamento dei vari elementi della comunicazione



D -
N C

AVVOCATI



WWW.DNC-AVVOCATI.IT