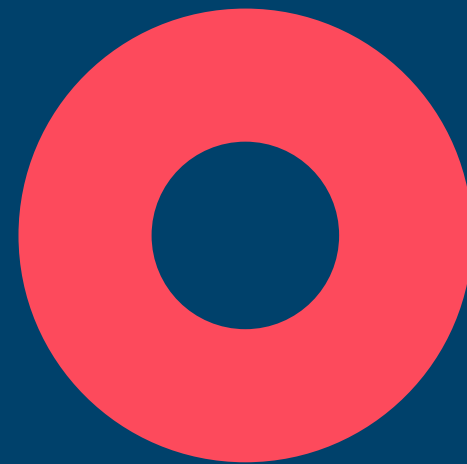


LINEE GUIDA
BRAND ARCHITECTURE
GRUPPO CVA

CVA.



Brand Architecture Gruppo CVA

Una brand architecture svolge un ruolo guida rispetto alle regole da seguire per organizzare le società del Gruppo e il portafoglio dei prodotti, servizi e progetti.

Aderire ad un modello di identità significa disporre di regole per affrontare prontamente, in termini di comunicazione, le diverse necessità.

L'adozione della Brand Architecture deve rispondere alle logiche delle linee guida che si adotteranno e non a logiche di improvvisazione o di estemporaneità.

È necessario non solo prendere in considerazione gli assetti societari, ma anche considerare un perimetro più vasto che contempli anche i prodotti e servizi e sapere le logiche di progetto utili nell'affrontare le diverse esigenze che si configureranno necessariamente durante la vita dell'azienda.

Brand Architecture Gruppo CVA

Protagonista della transizione energetica, CVA rappresenta una delle principali realtà italiane nel settore della Green Energy.

L'azienda si impegna nello sviluppo e nella diversificazione delle proprie attività per rafforzare le proprie competenze e adattarsi efficacemente alle principali evoluzioni del settore, consolidando il suo ruolo strategico di produttore di energia da fonti rinnovabili.

I valori fondamentali del Gruppo CVA sono Affidabilità, Sicurezza, Appartenenza, Sostenibilità e Innovazione.

Nella comunicazione, il tono di voce è innovativo e ispirazionale, per esprimere il proprio impegno nella costruzione di un futuro sostenibile. Attraverso un linguaggio deciso CVA trasmette la propria solidità, confermando così il proprio ruolo di guida nella transizione energetica.

I principali settori di attività sono la produzione di energia rinnovabile attraverso impianti idroelettrici, eolici e fotovoltaici, la vendita e la distribuzione.

Grazie alla volontà e alla capacità di espandersi in nuovi ambiti nel campo dell'energia sostenibile, il Gruppo CVA ha recentemente promosso numerosi investimenti, partecipazioni e acquisizioni.

L'espansione del Gruppo CVA offre anche alle aziende più piccole l'opportunità di entrare a far parte di un'azienda solida e orientata al futuro.

Le linee guida espresse da questo manuale aprono la strada alla integrazione con il Gruppo CVA e allo sviluppo di una filiera dell'energia sempre più completa.

MARCHIO/LOGO



Versione a colori

La versione a colori va inserita su fondi bianchi o chiari. I colori istituzionali della versione positiva a colori sono CVA Blu Oltremare e CVA Azzurro (vedi capitolo Colori).

Per ottenere la leggibilità migliore, è necessario che ci sia un contrasto significativo tra il logo e lo sfondo.



Versione bianca con cerchio azzurro

La versione in bianco con il cerchio azzurro va inserita su fondi della palette dei colori CVA (tranne il fondo azzurro) e su fondi fotografici (vedi esempi).

Per ottenere la leggibilità migliore, è necessario che ci sia un contrasto significativo tra il logo e lo sfondo.



Versione in nero

La versione in nero del logo deve essere utilizzata nei casi in cui l'unico colore di stampa sia il nero o non sia possibile adottare la versione a colori.

Per ottenere la leggibilità migliore, è necessario che ci sia un contrasto significativo tra il logo e lo sfondo.



Versione in bianco

La versione in bianco del logo va inserita su fondo CVA azzurro o su fondi fotografici (vedi esempi).

Per ottenere la leggibilità migliore, è necessario che ci sia un contrasto significativo tra il logo e lo sfondo.



Il logo su fondi a colori

Il logo CVA può essere usato su i fondi della palette dei colori CVA. Su fondo azzurro si usa il logo bianco, su gli altri fondi si usa il logo bianco con cerchio azzurro.



Il logo su fondi fotografici

Se il logo CVA è applicato su un fondo fotografico, è necessario che ci sia un contrasto significativo tra il logo e lo sfondo per ottenere la leggibilità migliore.



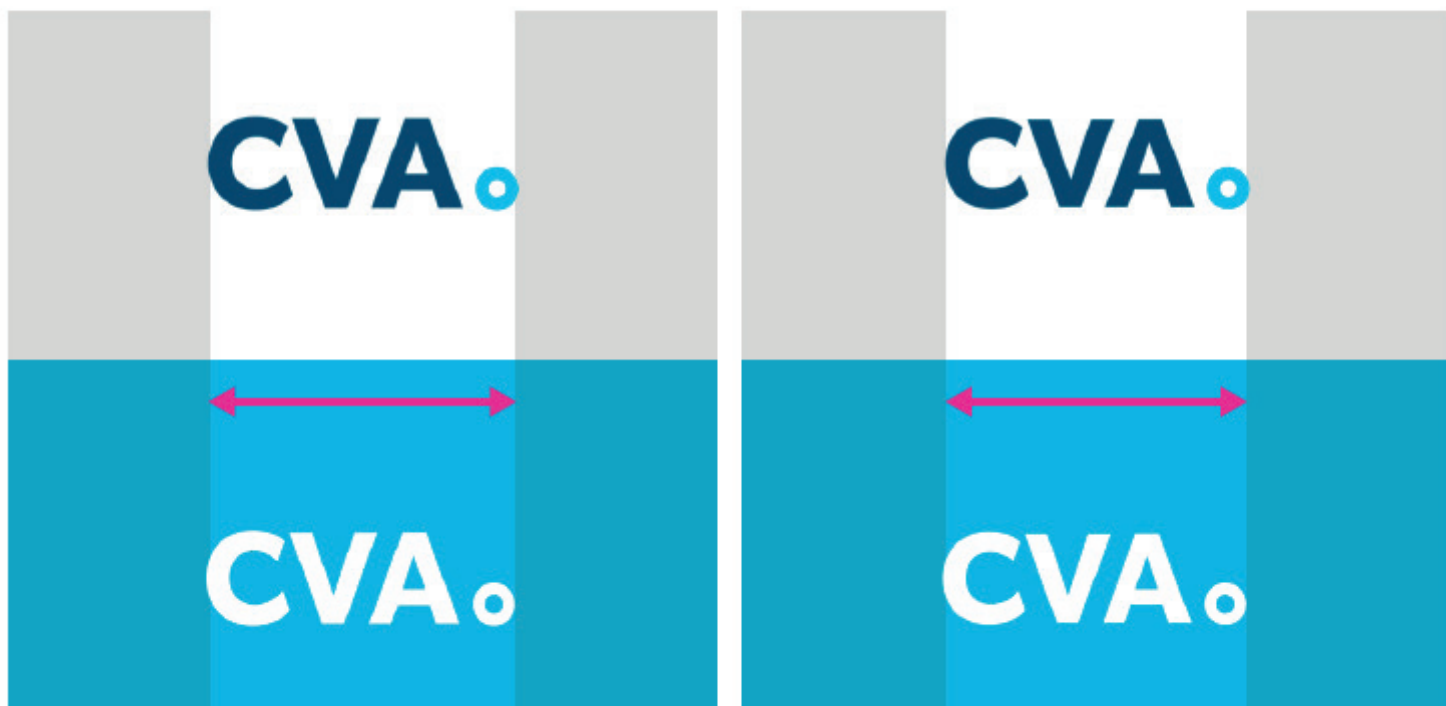
Area di rispetto

Tutte le versioni del logo hanno un'area di rispetto necessaria a dargli risalto. L'area di rispetto è equivalente al diametro del marchio (cerchio) e va applicata a tutti e quattro i lati del Marchio/Logo. Quando possibile, l'area di rispetto va aumentata partendo dal limite minimo preso in considerazione.



Dimensione minima

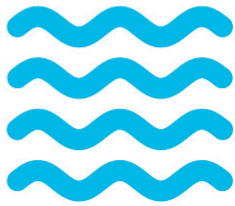
Il Marchio/Logo può essere applicato fino a una dimensione minima di 10 mm di larghezza per la stampa o 40 px per le applicazioni digitali.



I tre pittogrammi acqua, sole e vento vanno utilizzati quando si parla di energia fotovoltaica, eolica e idroelettrica.

Stilisticamente i pittogrammi convivono in modo armonioso con il cerchio di CVA.

L'utilizzo di questi pittogrammi serve ad indicare la natura 100% rinnovabile delle risorse di CVA Energie.



acqua



sole



vento



12 Elementi Base · Colori · **Colour Palette**

La colour palette di CVA Energie è composta da due colori principali: il blu e l'azzurro del Marchio/Logo CVA Energie.

Questi colori sono accompagnati da una serie di sei colori secondari, per sottolineare gli aspetti vivaci ed energetici.

Due colori neutri – un grigio scuro e un grigio chiaro – completano la colour palette.

Se necessario, i colori possono essere usati come tinte in multipli di 10%.



13 Elementi Base · Colori · Specificazioni

COLORI PRINCIPALI



CVA BLU OLTREMARE

Pantone 7694 C
CMYK 100, 56, 0, 47
RGB 1, 66, 106
HEX #01426A
RAL 260 30 25
3M 100-003



CVA AZZURRO

Pantone 306 C
CMYK 76, 0, 0, 0
RGB 0, 181, 226
HEX #00B5E2
RAL 220 70 35
3M 100-602

Solo per il web:

HEX #0BAED6

COLORI SECONDARI



CVA MELANZANA

Pantone 2592 C
CMYK 52, 93, 0, 0
RGB 155, 38, 182
HEX #9B26B6
RAL 320 50 40
3M 100-721



CVA FUCSIA

Pantone 219 C
CMYK 0, 95, 0, 0
RGB 218, 25, 132
HEX #DA1984
RAL 350 50 50
3M 110-454



CVA ARANCIONE

Pantone 1785 C
CMYK 0, 82, 51, 0
RGB 248, 72, 94
HEX #F8485E
RAL 020 50 58
3M 100-266



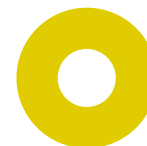
CVA VERDE PINO

Pantone 327 C
CMYK 100, 0, 59, 13
RGB 0, 134, 117
HEX #008675
RAL 180 50 35
3M 100-027



CVA VERDE ACIDO

Pantone 361 C
CMYK 68, 0, 100, 0
RGB 67, 176, 42
HEX #43B02A
RAL 130 60 60
3M 100-719



CVA GIALLO

Pantone 605 C
CMYK 4, 1, 100, 4
RGB 225, 205, 0
HEX #E1CD00
RAL 090 80 80
3M 100-385

Solo per il web:

HEX #D2C005

COLORI NEUTRI



CVA GRIGIO SCURO

Pantone 7540 C
CMYK 67, 54, 46, 40
RGB 70, 72, 73
HEX #464849
RAL 260 40 05
3M 100-012

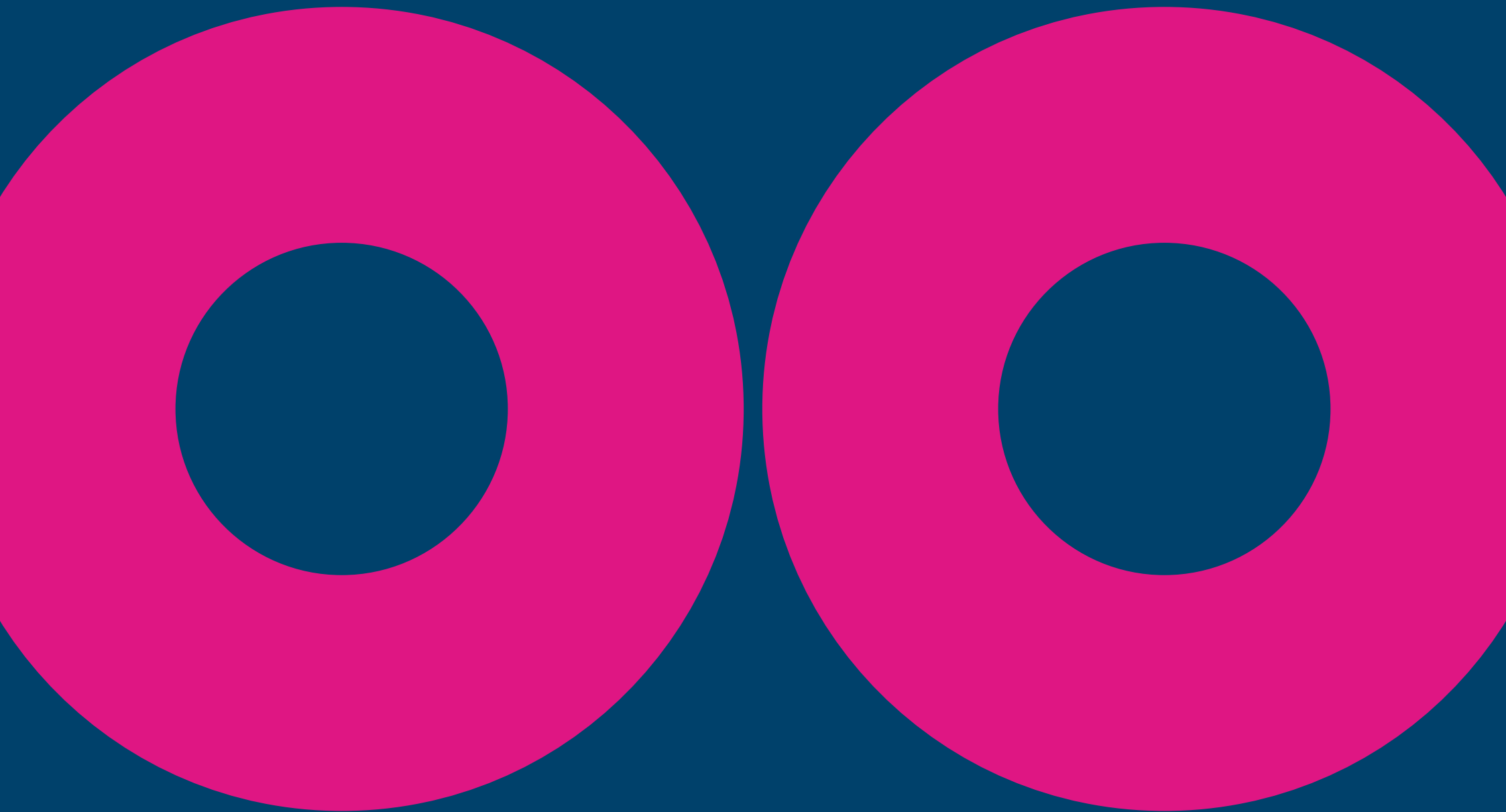


CVA GRIGIO CHIARO

Pantone Cool Gray 1 C
CMYK 10, 7, 5, 0
RGB 217, 217, 214
HEX #D9D9D6
RAL 100 90 05
3M 100-11

NB

I valori HEX dei colori CVA Azzurro e CVA Giallo sono stati leggermente modificati solo per l'utilizzo sul web.



Gibson è il carattere tipografico primario e preferito.

Si consiglia di utilizzare questo carattere tipografico in tutte le applicazioni su stampa e digitali.

Il font Gibson è disponibile su **Adobe Fonts / Typekit** come print e web font.

Gibson

Gibson Light *Italic*

Gibson Book *Italic*

Gibson Regular *Italic*

Gibson Medium *Italic*

Gibson Semibold *Italic*

Gibson Bold *Italic*



KazimirText è il carattere tipografico secondario.

L'utilizzo di questo carattere è consigliato per i testi lunghi, in particolare quelli editoriali, o per i testi a cui si sceglie di conferire maggiore enfasi.

Il font KazimirText è disponibile su **Adobe Fonts / Typekit** come print e web font.

KazimirText

KazimirText Extra Light *Italic*

KazimirText Light *Italic*

KazimirText Regular *Italic*

KazimirText Medium *Italic*

KazimirText Semibold *Italic*

KazimirText Bold *Italic*



Verdana e Times New Roman
sono i caratteri tipografici alternativi.

Questi vanno usati nei contesti in cui non è possibile servirsi del carattere principale e del secondario, come nelle email o nei documenti Word e PowerPoint.

Verdana e Times New Roman sono font di sistema, solitamente disponibili sia su PC che su Mac.

Verdana

Verdana Regular *Italic*
Verdana Bold *Italic*

Times New Roman

Times New Roman Regular *Italic*
Times New Roman Bold *Italic*

La brand architecture del Gruppo CVA

LIVELLO 1
ISTITUZIONALE

CVA.

LIVELLO 2
MAIN COMPANIES

CVA.
Eos

CVA.
Smart Energy

CVA.
energie

Deval

LIVELLO 3
SOCIETÀ ACQUISITE
DEL GRUPPO

CVA.
Renergetica

SUNNERG
POWERED BY CVA

CVA.
Nuova Energia

CVA.
RS Service

CVA.
RTS

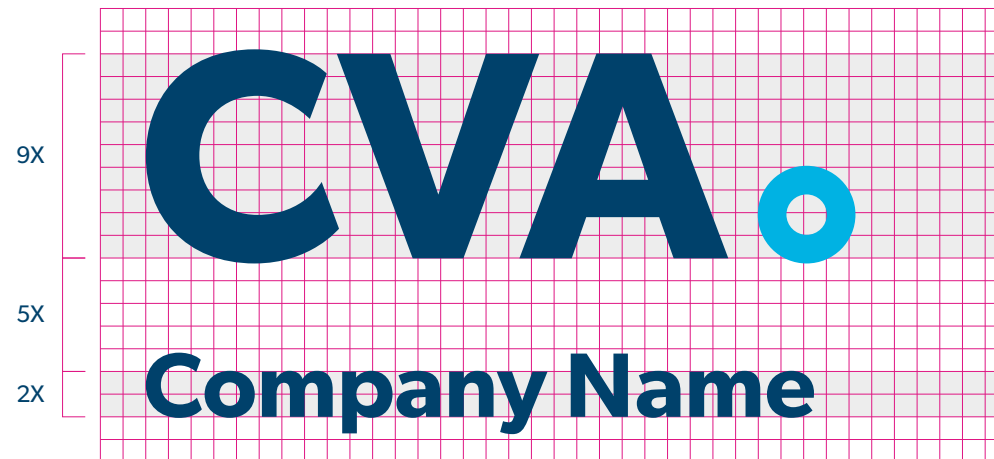


N.B.: Il livello 3 di questa Brand Architecture mostra solo una piccola parte delle acquisizioni con una partecipazione superiore al 51%

Creazione del Marchio/Logo Soluzione Standard

Questo esempio mostra la combinazione del Marchio/Logo CVA con il nome dell'azienda. La ragione sociale non deve mai apparire nel brand.

Questa è la soluzione standard per le acquisizioni aziendali.



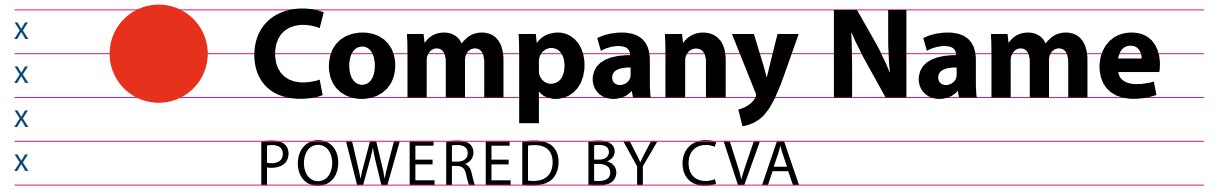
Gibson
SemiBold

Creazione del Marchio/Logo

Soluzione Transitoria

In casi eccezionali, in cui la società acquisita mantenga il proprio Brand, dovrà dichiarare esplicitamente la propria appartenenza al Gruppo CVA con la specifica 'POWERED BY CVA', per sottolineare la propria affiliazione al Gruppo.

La soluzione illustrata è da considerarsi una soluzione transitoria di 'accompagnamento' per arrivare alla soluzione standard.



Marchio/Logo Versione a colori

La versione a colori va inserita su fondi bianchi o chiari. I colori istituzionali della versione positiva a colori sono CVA Blu Oltremare e CVA Azzurro (vedi capitolo Colori).

Per ottenere la leggibilità migliore, è necessario che ci sia un contrasto significativo tra il Marchio/Logo e lo sfondo.



Marchio/Logo
Versione bianca con cerchio azzurro

La versione in bianco con il cerchio azzurro va inserita su fondi della palette dei colori CVA (tranne il fondo azzurro) e su fondi fotografici (vedi esempi).

Per ottenere la leggibilità migliore, è necessario che ci sia un contrasto significativo tra il Marchio/Logo e lo sfondo.



Marchio/Logo Versione in nero

La versione in nero del Marchio/Logo deve essere utilizzata nei casi in cui l'unico colore di stampa sia il nero o non sia possibile adottare le versioni a colori.

Per ottenere la leggibilità migliore, è necessario che ci sia un contrasto significativo tra il Marchio/Logo e lo sfondo.



Marchio/Logo
Versione in bianco

La versione in bianco del Marchio/Logo va inserita su fondo CVA azzurro o su fondi fotografici (vedi esempi).

Per ottenere la leggibilità migliore, è necessario che ci sia un contrasto significativo tra il Marchio/Logo e lo sfondo.



Marchio/Logo Utilizzo su fondi a colori

Il Marchio/Logo può essere usato su i fondi della palette dei colori CVA.

Su fondo azzurro si usa il Marchio/Logo bianco, su gli altri fondi si usa il Marchio/Logo bianco con cerchio azzurro.



Marchio/Logo Utilizzo su fondi fotografici

Se il Marchio/Logo è applicato su un fondo fotografico, è necessario che ci sia un contrasto significativo tra il Marchio/Logo e lo sfondo per ottenere la leggibilità migliore.



Marchio/Logo

Area di rispetto e dimensione minima

Area di rispetto

Tutte le versioni del Marchio/Logo hanno un'area di rispetto necessaria a dargli risalto. L'area di rispetto è equivalente al diametro del marchio (cerchio) e va applicata a tutti e quattro i lati del Marchio/Logo.

Quando possibile, l'area di rispetto va aumentata partendo dal limite minimo preso in considerazione.



Dimensione minima

Il Marchio/Logo può essere applicato fino a una dimensione minima di 20 mm di larghezza per la stampa o di 60 px per le applicazioni digitali.



Marchio/Logo

Allineamento tipografico

Quando il Marchio/Logo è accostato a un testo, è necessario seguire alcuni criteri base di impaginazione.

Tra il Marchio/Logo e altri elementi (testi, foto, illustrazioni) deve essere sempre inserita l'area di rispetto.

L'energia si nutre
di umanità,
di valori, obiettivi e
progettazione umani.

CVA.

Company Name

Conosciamo i colori
dell'energia.
Li conosciamo bene:
sono i colori delle nostre valli.

Grazie Val d'Aosta, generosa
per natura, perché ci presti gli strumenti
per migliorare la qualità della vita
della persone.

Marchio/Logo Errori da evitare

In questa tavola sono illustrati alcuni esempi di errato impiego del Marchio/Logo.

- A. Deformare, distorcere o ruotare il Marchio/Logo
- B. Non rispettare la dimensione minima consigliata
- C. Ignorare l'area di rispetto minima consigliata
- D. Modificare la disposizione degli elementi
- E. Ignorare le differenti versioni del Marchio/Logo
- F. Compromettere la leggibilità del Marchio/Logo



CO-BRANDING E SPONSORSHIP



Co-branding e sponsorship Compresenza dei marchi/loghi del Gruppo CVA

Se i Marchi/Loghi del Gruppo CVA vengono utilizzati insieme, la altezza dei logotipi è sempre uguale.

La distanza minima tra i Marchi/Loghi è equivalente a due diametri del Cerchio.

Ciò vale per la disposizione verticale e orizzontale dei Marchi/Loghi.



Co-branding e sponsorship Compresenza di altri marchi/loghi

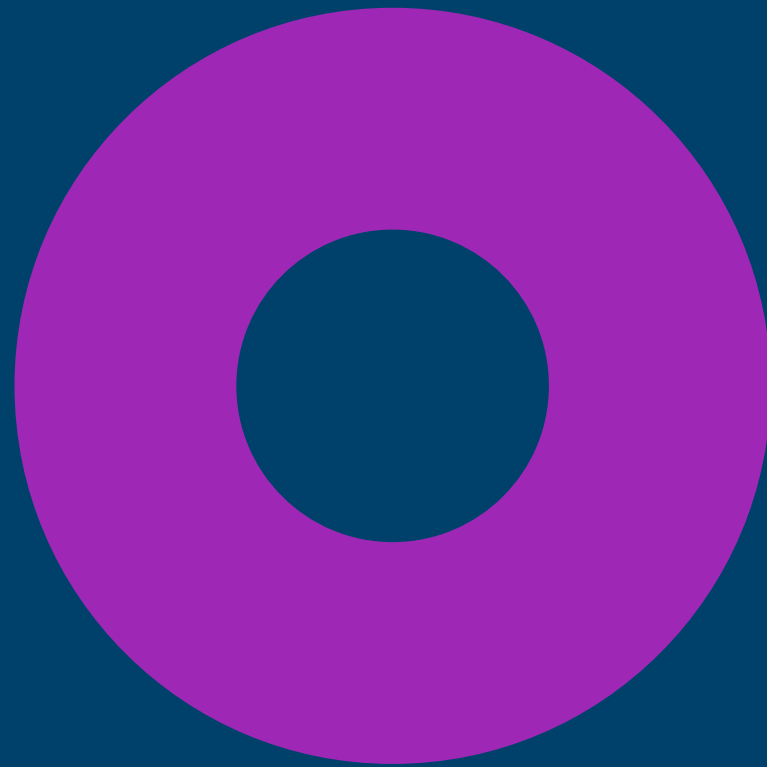
Nei casi di co-branding con altre aziende, la altezza dei Logotipi è sempre equilibrata e visivamente uguale.

La distanza minima tra i Marchi/Loghi è equivalente a due diametri del Cerchio.

Ciò vale per la disposizione verticale e orizzontale dei Marchi/Loghi.



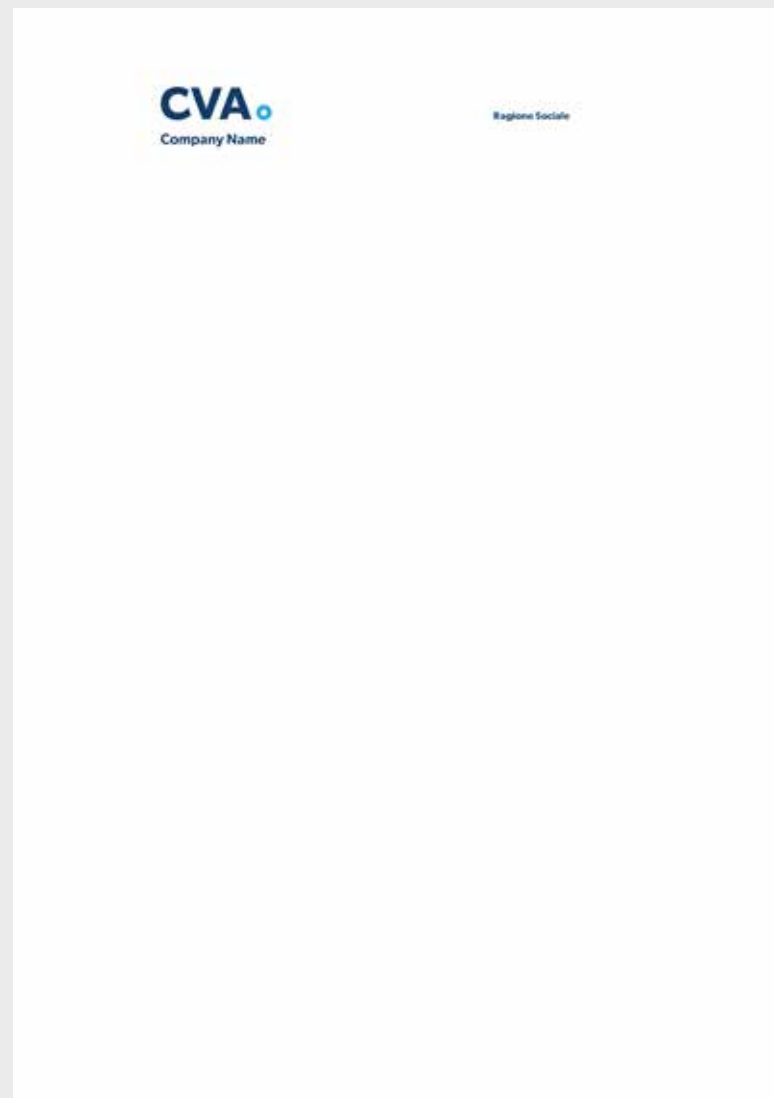
LOOK & FEEL



Look & Feel
Biglietto da visita



Look & Feel Carta intestata



Look & Feel
Cartellina



Look & Feel
Targa



Look & Feel
Divise



Look & Feel

Carta intestata

