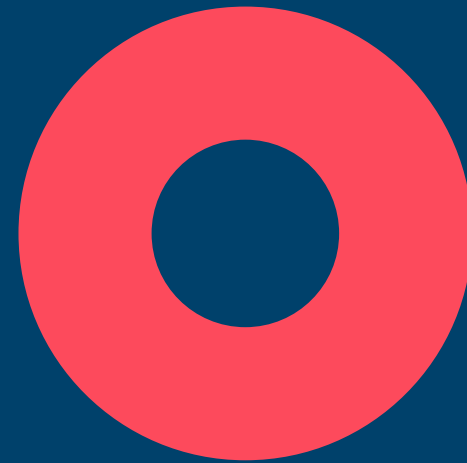


LINEE GUIDA
BRAND ARCHITECTURE
GRUPPO CVA

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.

Brand Architecture Gruppo CVA

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.



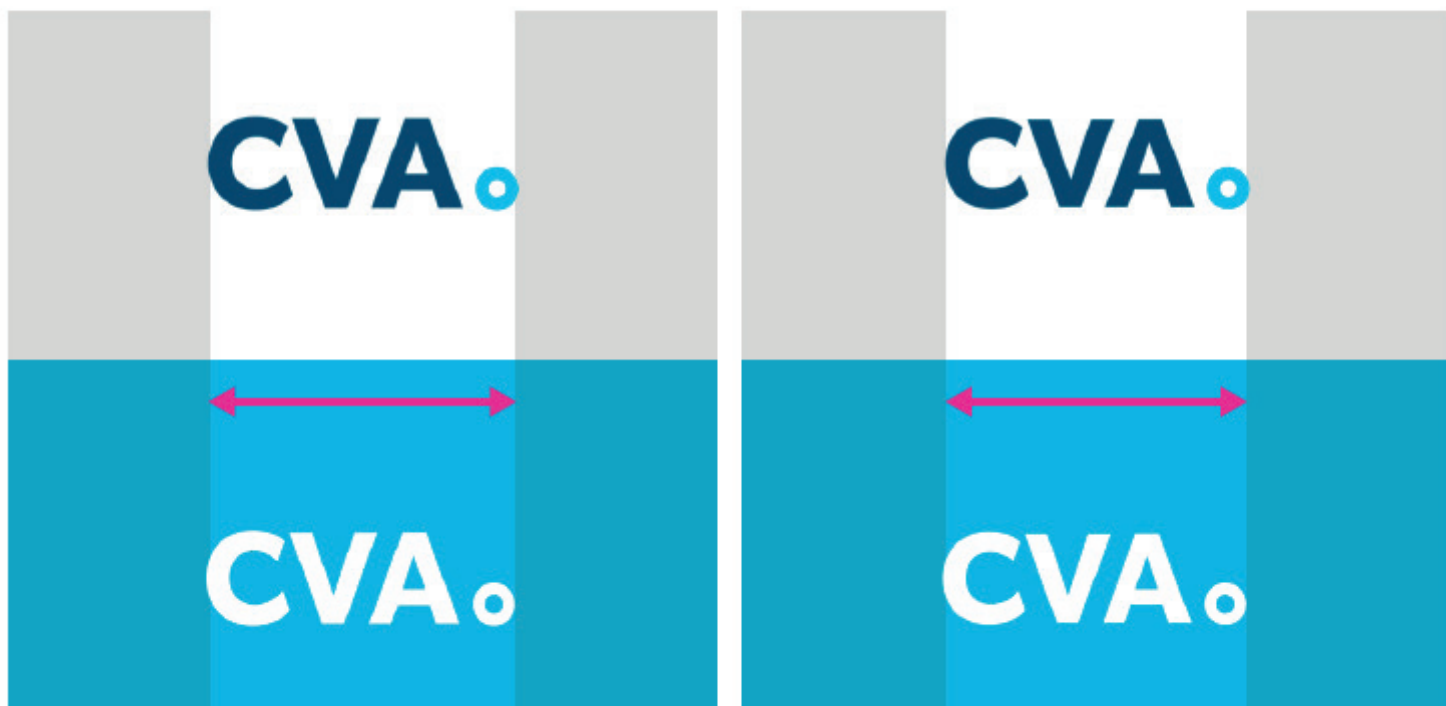
Area di rispetto

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

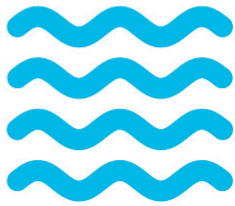
Il Marchio/Logo può essere applicato fino a una dimensione minima di 10 mm di larghezza per la stampa o 40 px per le applicazioni digitali.



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

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

PRODUZIONE

VENDITA

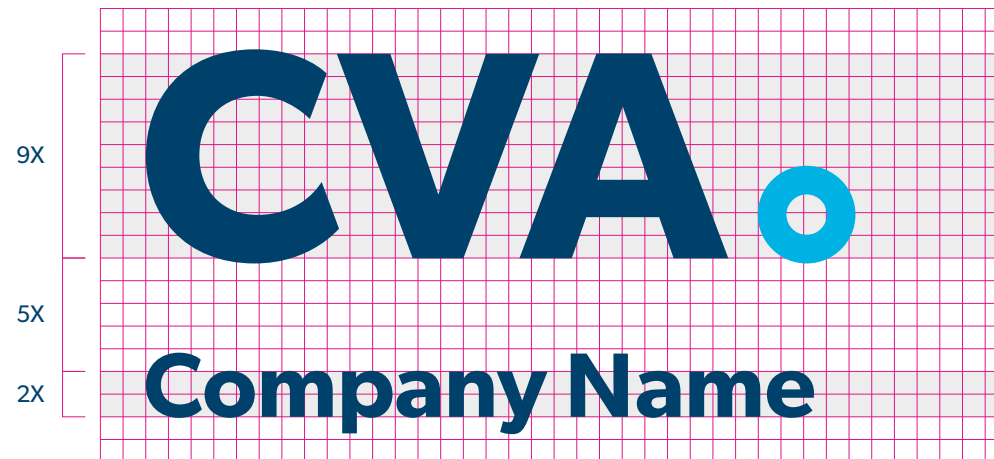
DISTRIBUZIONE

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.



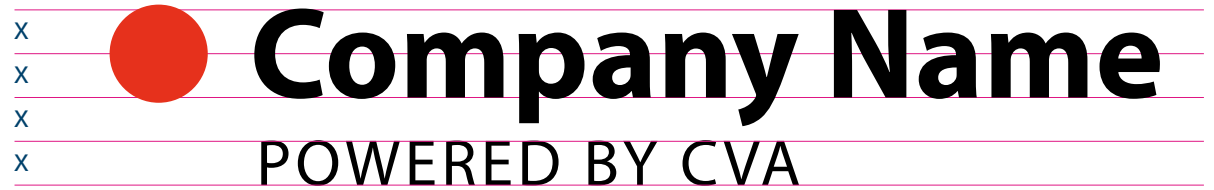
Gibson
SemiBold

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

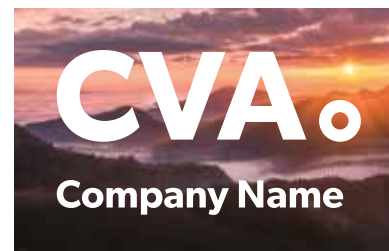
Il Marchio/Logo può essere usato su i fondi della palette dei colori CVA.

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

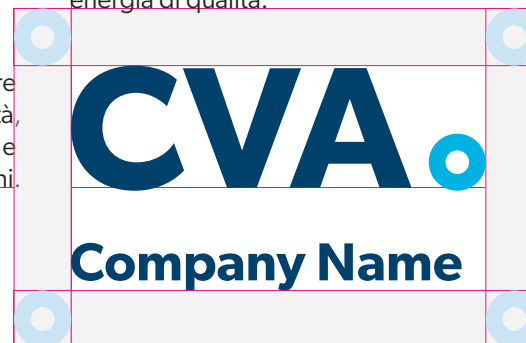
Allineamento tipografico

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.

Le nostre montagne, l'acqua
e il sole della Val d'Aosta
sono nostri alleati nella missione
più importante nel mondo
contemporaneo: proporre
energia di qualità.



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.

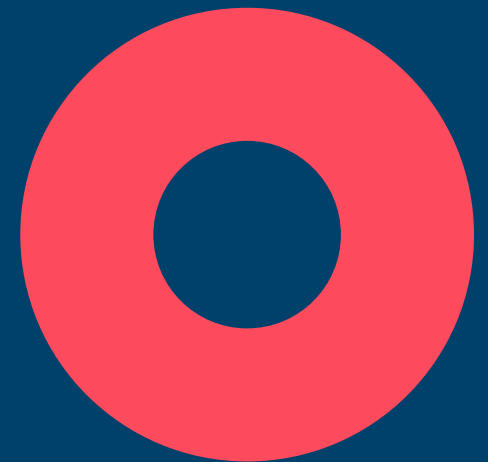
Marchio/Logo Errori da evitare

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.

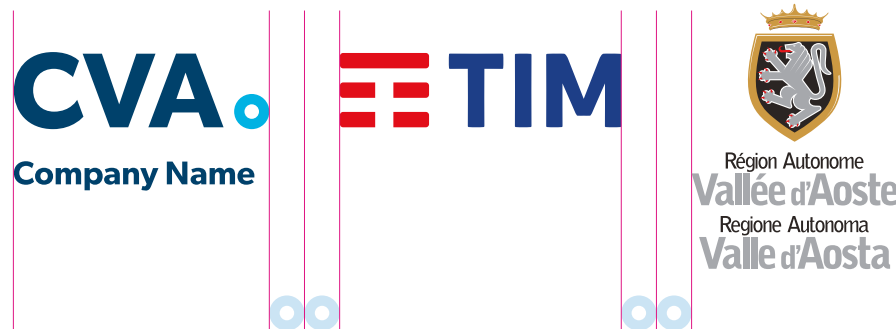


Co-branding e sponsorship Compresenza di altri marchi/loghi

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.



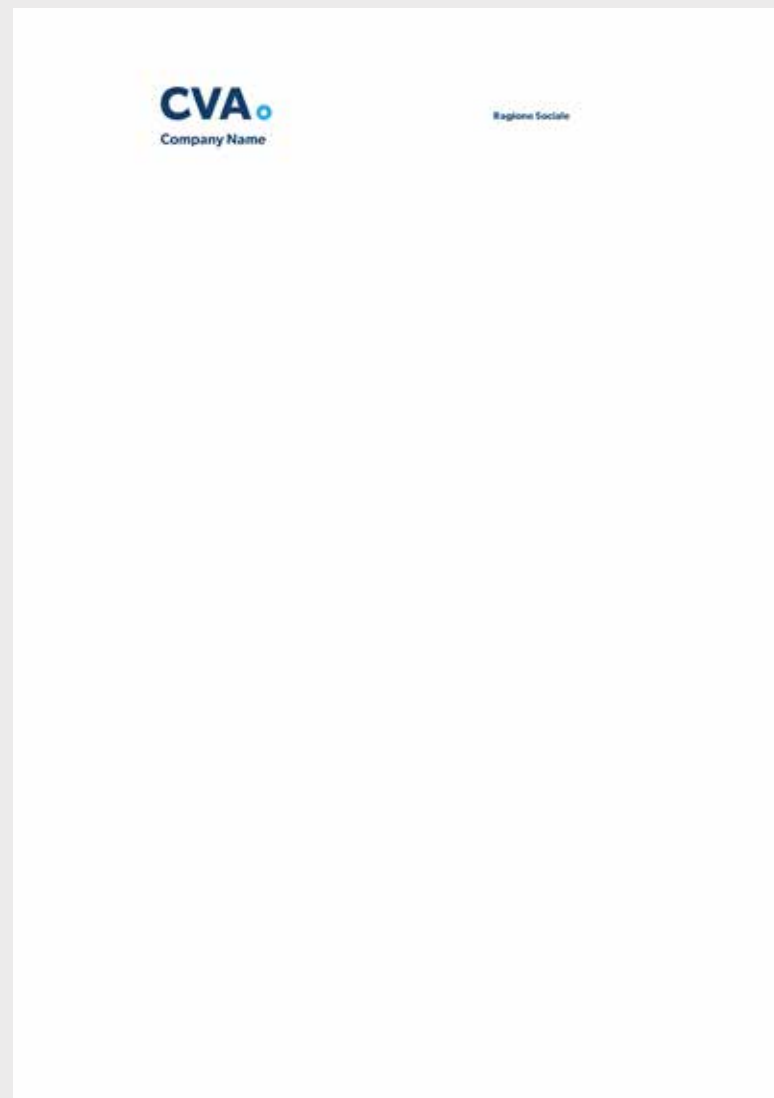
LOOK & FEEL



Look & Feel
Biglietto da visita



Look & Feel Carta intestata



Look & Feel
Cartellina



Look & Feel
Targa



Look & Feel
Divise



Look & Feel

Carta intestata

