

**DIGIMAX**  
Power. People. Solutions.

# Brand Manual

Anno 2025

# Indice

01

Logo

02

Palette

03

Tipografia

04

Immagine  
Coordinata

## **L'importanza delle brand guidelines per un brand**

Questo Brand Manual è stato creato per impostare le guidelines essenziali dell'identità visuale di Digimax.

Il documento punta a coordinare i vari dipartimenti nell'utilizzo di logo, colori, tipografia e immagini per la comunicazione di un'identità coerente e riconoscibile.

Questo manuale, destinato a essere utilizzato da tutta l'organizzazione, è uno strumento per migliorare la posizione commerciale di Digimax, raggiungendo così un livello di fiducia elevato tra il pubblico professionale e le comunità legate al nostro mondo.

## 01 Logo

01-1. Logo overview  
01-2. Composizione  
01-3. Logo + Pay off

01-4. Pittogramma  
01-5. Area di sicurezza  
01-6. Dimensioni minime

01-7. Variazioni di colore  
01-8. Sfondi  
01-9. Don'ts

# Logo Overview

Il logo Digimax è l'elemento più visibile e importante presente nella brand identity.

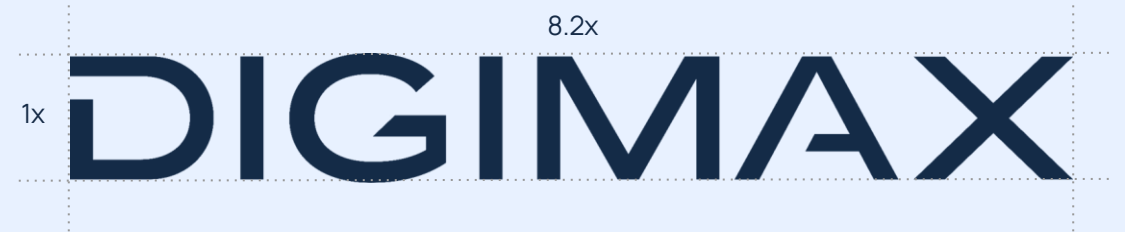
Presenta un trattamento minimal arricchito da alcuni tagli caratteristici in lettere selezionate (vedi 1-2-3) per renderlo unico e accattivante.



# Composizione

Il logo è composto da un balance visivo le cui proporzioni mirano a consentire la massima visibilità in ogni situazione.

**Le proporzioni del logo devono essere sempre rispettate: non vanno mai modificate.**



# Logo + Payoff - Orizzontale

Il logo Digimax vive sempre in combinata con il **payoff**, tranne nelle situazioni micro in cui non si rende leggibile (casistica approfondita nelle slide successive).

Il payoff deve essere sempre posizionato sotto al logo nelle proporzioni presentate.



# Logo + Payoff - Verticale

Il logo Digimax può essere utilizzato in verticale negli asset fisici, come ad esempio pannelli, block notes, altri asset orientati in verticale **in cui non ci siano altri elementi grafici sullo sfondo.**

Se l'asset lo permette, il logo verticale va utilizzato in combinazione con il payoff in orizzontale, secondo orientamenti e proporzioni qui descritte.

Valgono, per la leggibilità del payoff, le regole espresse nella slide sulle dimensioni minime.

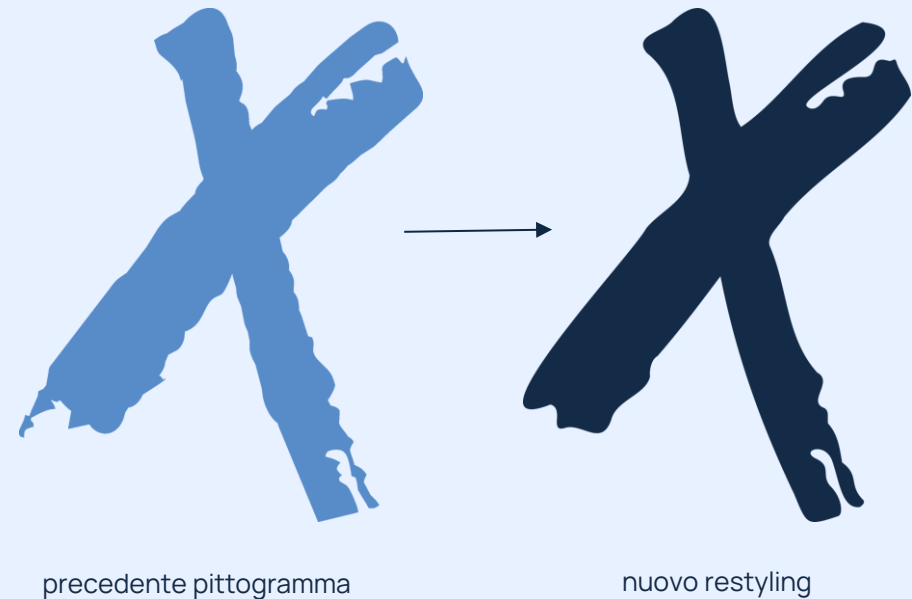


# Nuovo Pittogramma

L'iconica X di Digimax è stata rivista nel layout, semplificandola e rendendola meno frastagliata.

**Il suo utilizzo è slegato dal logo ma l'elemento va mantenuto (con un ruolo gerarchico secondario), anche in forma 'esplosa'.**

Il pittogramma può essere utilizzato in serigrafie o stampa quando la forma si presti di più del logo previa conferma della direzione.





# Area di Sicurezza

Per garantire l'integrità e la leggibilità del logo, l'area indicata direttamente circostante agli elementi **deve essere protetta** da altri elementi grafici o dal bordo del supporto.



# Dimensioni Minime

Per consentire la massima visibilità del logo anche a dimensioni molto ridotte (sia per la stampa che per il web), è prevista una dimensione minima di riproduzione.

**Alla dimensione minima è tassativo l'utilizzo senza payoff.**

**DIGIMAX**  
Power. People. Solutions.

**DIGIMAX** Minimum size: 5 mm x 39 mm

# Variazione Colore

Il logo Digimax è dotato di un colore principale, ma in alcuni casi particolari l'output richiede un utilizzo diverso dei colori.

Viene utilizzato nella sua versione positiva nel Blu corporate o in nero (solo per i casi particolari di stampa ad un colore) e nella versione negativa in bianco.

**DIGIMAX**  
Power. People. Solutions.

**DIGIMAX**  
Power. People. Solutions.

# Variazione Colore

## 1. Blu corporate (colore principale)

RGB: 22 42 71

HEX: 162A47

CMYK: C 100 M 82 Y 42 K 45

Pantone: 2767 C

## 2. White (negativo)

RGB: 255 255 255

HEX: FFFFFFFF

CMYK: C 0 M 0 Y 0 K 0 (non stampabile)

1. **DIGIMAX**  
Power. People. Solutions.

2. **DIGIMAX**  
Power. People. Solutions.

# Background

Quando si utilizza uno sfondo, scegliere una di queste possibilità: uno sfondo chiaro per la versione blu corporate, uno sfondo scuro o un'immagine/ illustrazione per la versione bianca.

**Sfondo chiaro: usare sempre la versione scura del logo.**



# Background

Quando si utilizza uno sfondo, scegliere una di queste possibilità: uno sfondo chiaro per la versione blu corporate, uno sfondo scuro o un'immagine/ illustrazione per la versione bianca.

**Sfondo scuro: usare sempre la versione chiara del logo.**



# Background

Quando si utilizza uno sfondo, scegliere una di queste possibilità: uno sfondo chiaro per la versione blu corporate, uno sfondo scuro o un'immagine/ illustrazione per la versione bianca.

**Sfondo immagine colori predominanti scuri: usare sempre la versione chiara del logo.**



# Background

Quando si utilizza uno sfondo, scegliere una di queste possibilità: uno sfondo chiaro per la versione blu corporate, uno sfondo scuro o un'immagine/ illustrazione per la versione bianca.

**Sfondo immagine colori predominanti scuri: usare sempre la versione chiara del logo.**





# Don'ts



Non utilizzare altri colori



Non mescolare i colori nel logo



Non usare ombre o effetti nel logo



Non ruotare il logo



Non effettuare distorsioni



Non modificare la posizione degli elementi



Non racchiudere il logo all'interno di forme



Non tagliare il logo



Non applicare nessun bordo



Non mixare gli elementi del logo



Non spostare il payoff

02

# Palette

02-1. Colori Corporate

02-2. Colori Divisioni

02-3. Gradienti

02-4. Percentuali di utilizzo

# Colori Corporate

La palette corporate si concentra su un colore chiave: **il Blu Digimax**. Incarna l'anima del brand e ne comunica le peculiarità.

## Blu Digimax

Pantone: 2767 C

HEX: 162A47

RGB: 22 42 71

CMYK: C 100 M 82 Y 42 K 45

# Colori Corporate

La palette corporate si completa con un colore di appoggio, **il ceruleo**.

## Ceruleo

Pantone: 651 C  
HEX: A1B6D6  
RGB: 161 182 214  
CMYK: C 42 M 23 Y 7 K 0

# Colori Corporate

## - Neutro 1

**Ghiaccio – Neutro** da utilizzare come secondario non in riferimento a uno degli ecosistemi ma in modo trasversale a necessità.

### Ghiaccio

Pantone: 656 C  
HEX: E8F1FF  
RGB: 232 241 255  
CMYK: C 11 M 3 Y 0 K 0

# Colori Corporate

## - Neutro 2

**Grigio – Neutro** da utilizzare come secondario non in riferimento a uno degli ecosistemi ma in modo trasversale a necessità.

### Grigio

Pantone: 649 C  
HEX: F2F2F2  
RGB: 242 242 242  
CMYK: C 6 M 4 Y 5 K 0

# Colori Divisioni

Per rappresentare le diverse anime di indirizzo tecnico e commerciale all'interno di Digimax sono stati scelti **due colori di punta rappresentativi**: il blu e l'arancio.

## Industria & Automazione

Pantone: 7685 C  
HEX: 26539A  
RGB: 38 83 154  
CMYK: C 92 M 69 Y 7 K 0

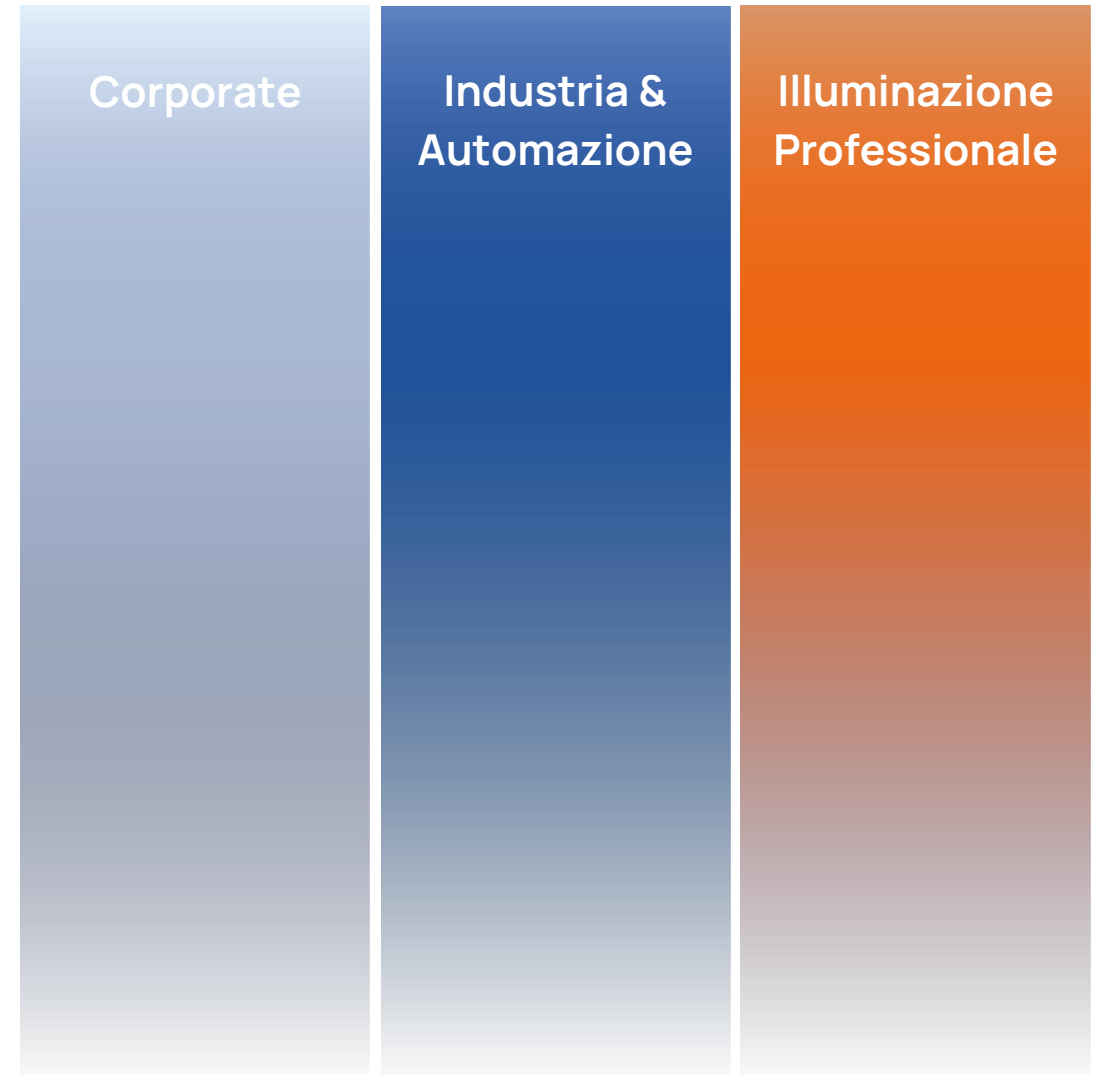
## Illuminazione Professionale

Pantone: 1585 C  
HEX: EC660F  
RGB: 236 102 15  
CMYK: C 0 M 70 Y 98 K 0

# Gradienti

Le due divisioni e il colore corporate si trasformano in **gradienti per rappresentare al meglio l'animo dinamico di Digimax.**

L'utilizzo dei gradienti è da preferirsi su sfondo Blu Digimax negli asset fisici. Nelle slide si utilizzerà prevalentemente il gradiente su fondo bianco. Il gradiente sfuma nel Blu Digimax allo 0% di opacità.

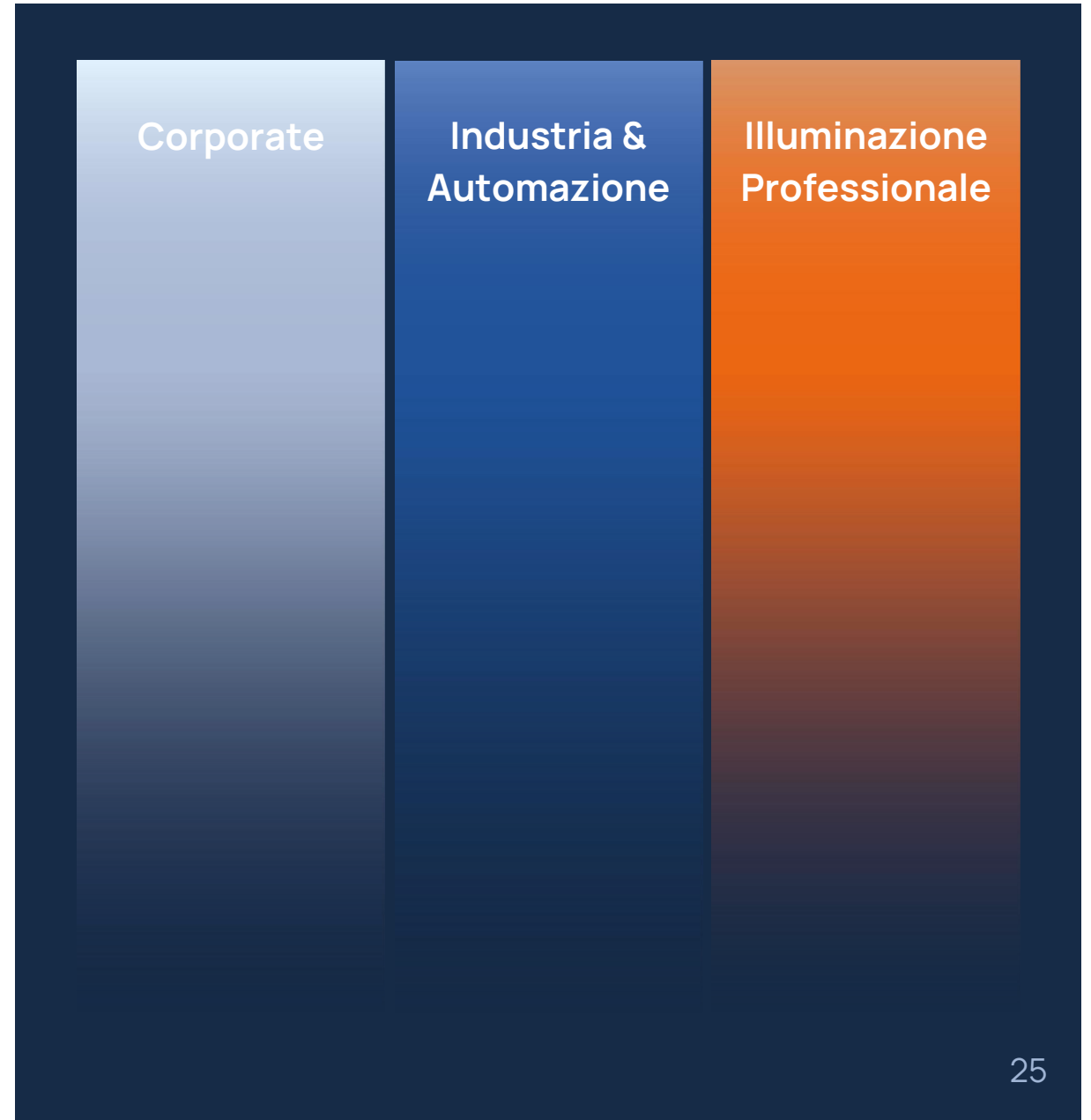




# Gradienti

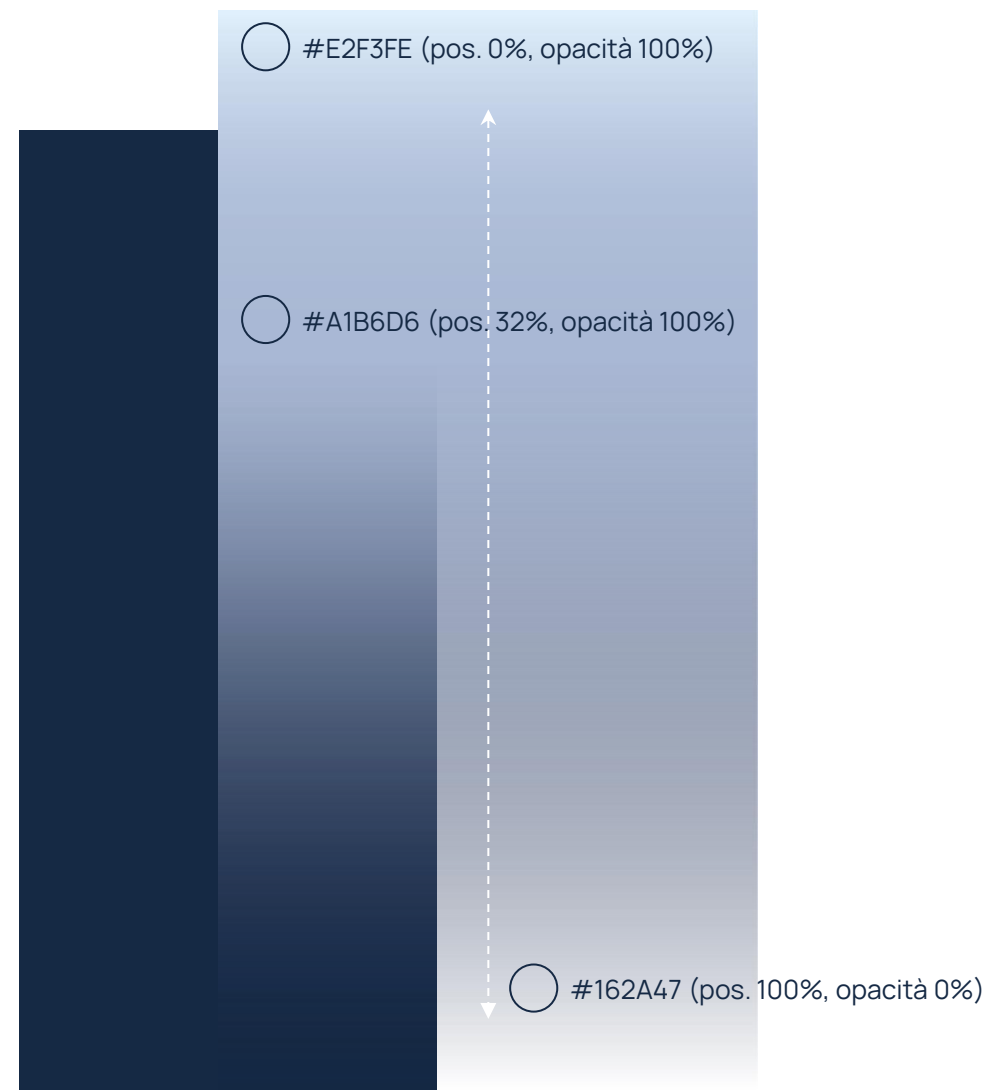
Le due divisioni e il colore corporate si trasformano in **gradienti per rappresentare al meglio l'animo dinamico di Digimax.**

L'utilizzo dei gradienti è da preferirsi su sfondo Blu Digimax negli asset fisici. Nelle slide si utilizzerà prevalentemente il gradiente su fondo bianco. Il gradiente sfuma nel Blu Digimax allo 0% di opacità.



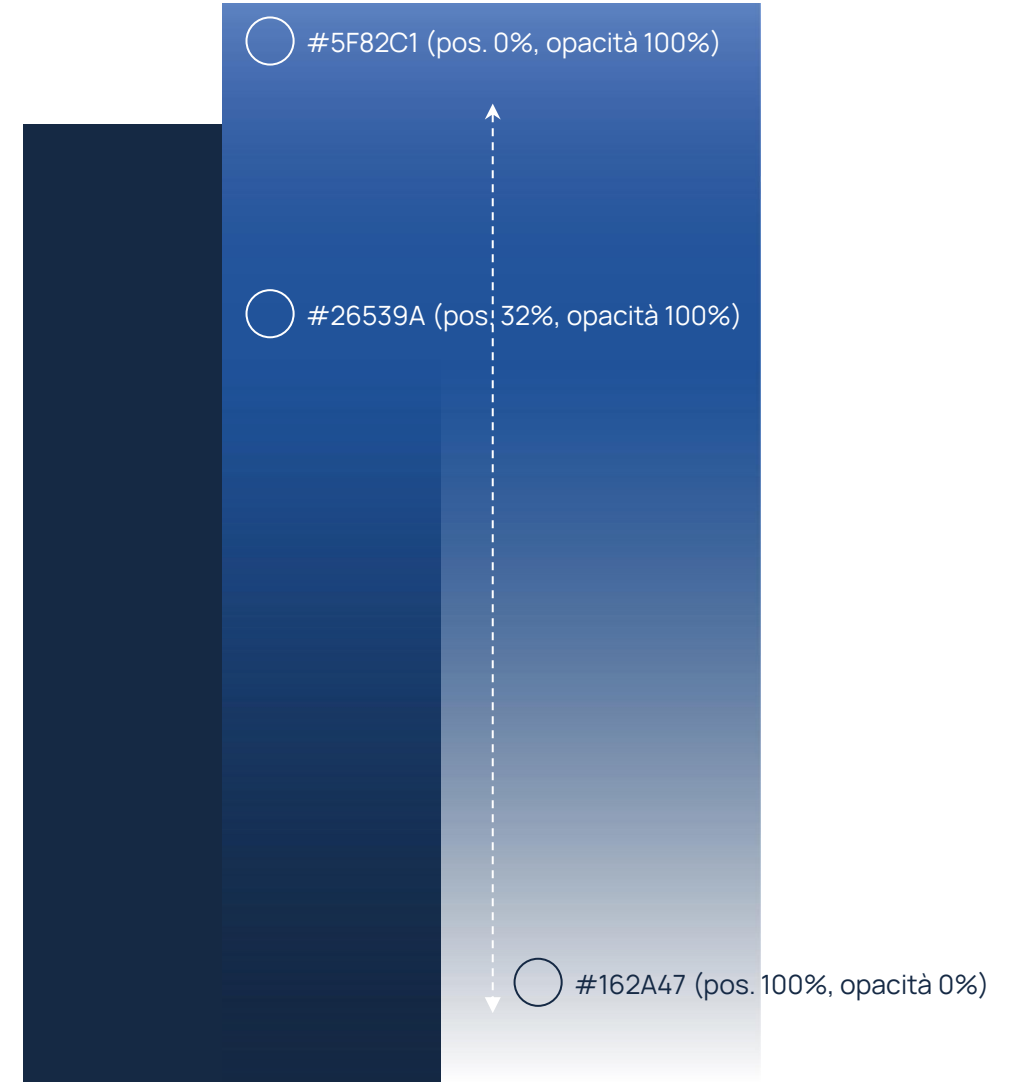
# Gradiente Corporate

I gradienti sono costruiti tramite sfumatura vettoriale secondo lo schema cromatico indicato a lato.



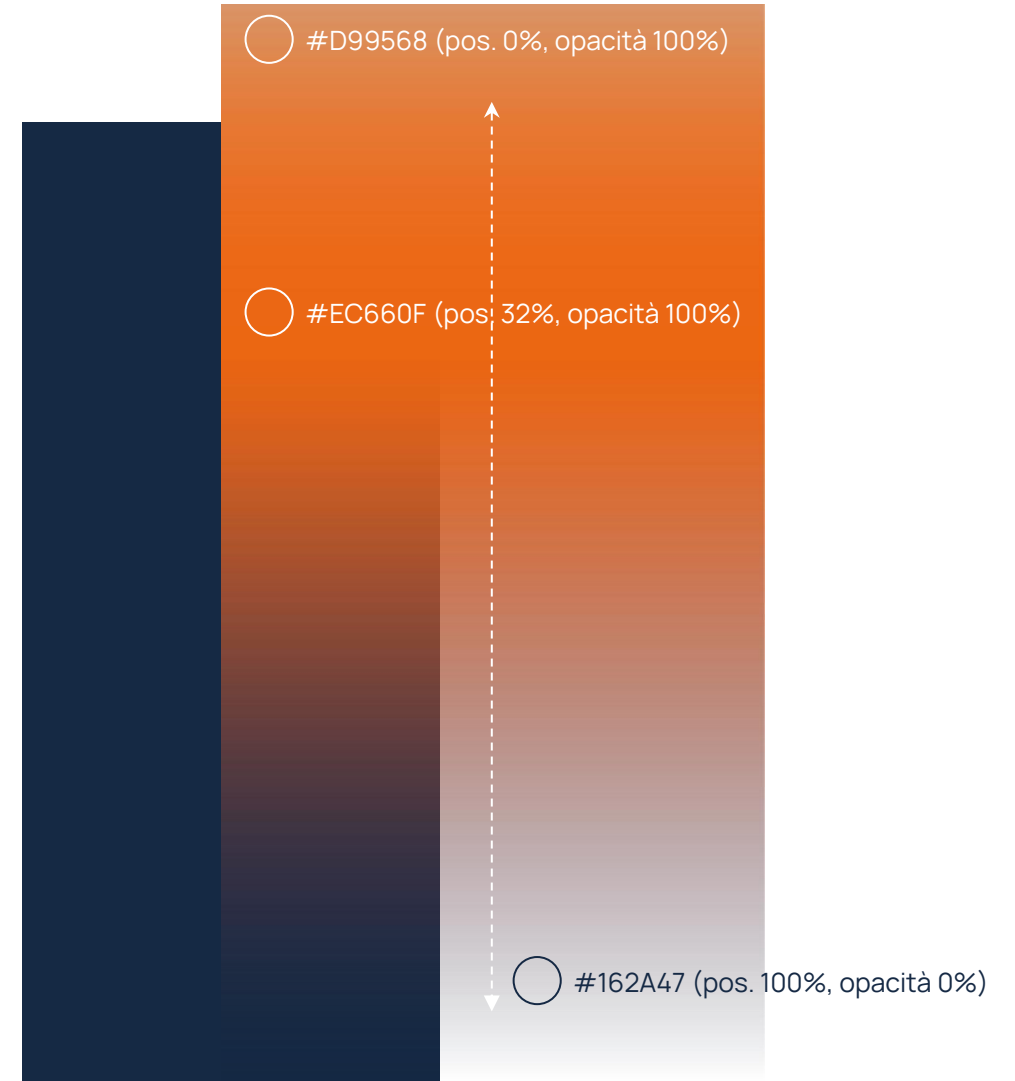
# Gradiente Industria & Automazione

I gradienti sono costruiti tramite sfumatura vettoriale secondo lo schema cromatico indicato a lato.



# Gradiente Illuminazione Professionale

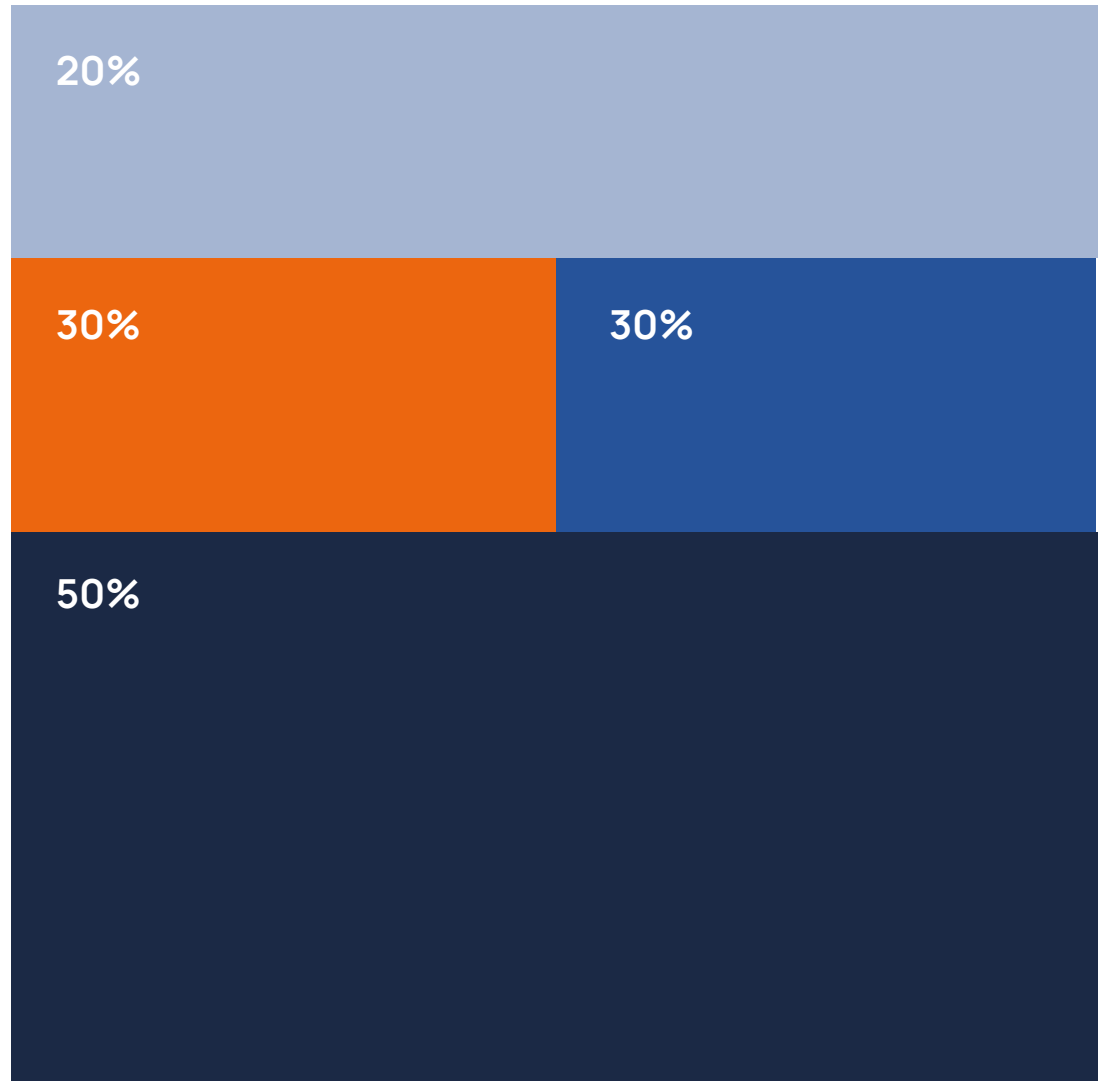
I gradienti sono costruiti tramite sfumatura vettoriale secondo lo schema cromatico indicato a lato.



# Percentuali di Utilizzo

Ogni colore ha la sua importanza: ecco un breve indice su come calibrare l'uso del colore in ogni risorsa.

Assicurarsi di utilizzare principalmente il colore corporate, con accenti nei colori delle divisioni nel caso in cui si parli di dettagli di prodotto. Nelle slide e negli asset PM/Sales verrà utilizzato il colore della divisione di appartenenza. Il colore di supporto corporate va utilizzato in caso di necessità grafiche e come complementare del blu corporate per maggior dinamismo.



03

# Tipografia

03-1. Set Tipografico

03-2. Gerarchia della Tipografia

03-3. Colore del Testo

03-4. Font di Sistema

03-5. Don'ts Tipografici

# Set Tipografico

L'identità di Digimax è rafforzata non solo dal logo, ma anche dall'uso della tipografia.

Si tratta del font **Manrope**: una famiglia di caratteri sans-serif moderni dalle linee semplici ma molto leggibili.

→ [\*LINK DOWNLOAD MANROPE – Google Fonts\*](#)

## Manrope

AaBbCcDdEeFfGg  
 HhIiJjKkLlMmNnOo  
 PpQqRrSsTtUuVv  
 WwXxYyZz0123456  
 789 . , : ; - ! ? \$ # %  
 @ & \* ( ) [ ] + = / \ > <

# Gerarchia della Tipografia

All'interno della famiglia Manrope vanno utilizzati preferibilmente due pesi: il **regular 400** e il **bold 700**.

**Bold 700**

---

Power. People.  
Solutions.

Regular 400

---

Power. People.  
Solutions.



# Gerarchia della Tipografia

I testi nella brand identity di Digimax devono avere una gerarchia testuale ben chiara. Utilizzare i due pesi Bold e Regular per dare più o meno importanza a titoli e estratti del body text.

Solo nelle CTA usare il testo tutto maiuscolo.

**È importante rispettare le proporzioni, per dare coerenza e gerarchia alla composizione tipografica.**

Titolo  
60pt  
1/1

Power. People.  
Solutions.

Sottotitolo  
30pt  
1/2

Chi siamo

Body  
text  
20pt  
1/3

Digimax è il punto di riferimento italiano per la distribuzione di Alimentatori, PC Industriali, prodotti LED, display e componenti elettronici grazie all'**ampio stock di prodotti a prezzi competitivi.**

La Mission di Digimax è di fornire al cliente **le migliori soluzioni integrate attraverso un unico fornitore** in grado di offrire un servizio di consulenza specializzato

CTA  
15pt  
1/6

DISCOVER MORE

## Colore del Testo

La tipografia può essere utilizzata in positivo (su back chiaro) con il blu corporate, mentre in versione negativa (su back scuro) con il bianco o ceruleo.

Il nero può essere utilizzato come alternativa al blu corporate **solo nel caso di stampa in bianco e nero**.

Blu Corporate —● Mission

Bianco —● Mission

~~Nero —● Mission~~

Ceruleo —● Mission

# Colore del Testo

## 1. Blu corporate (colore principale)

RGB: 22 42 71

HEX: 162A47

CMYK: C 100 M 82 Y 42 K 45

Pantone: 2767 C

## 2. White (negativo)

RGB: 255 255 255

HEX: FFFFFFFF

CMYK: C 0 M 0 Y 0 K 0 (non stampabile)

1. Blu Corporate —● Mission

2. Bianco —● Mission

# Colore del Testo

## 3. Nero (solo per stampa in bianco e nero)

RGB: 0 0 0

HEX: 000000

CMYK: C 75 M 68 Y 67 K 90

Pantone: BLACK C

## 4. Ceruleo

RGB: 165 181 210

HEX: A5B5D2

CMYK: C 42 M 23 Y 7 K 0

Pantone: 651 C



# Colore del Testo - Link

## Giada (link cliccabile)

RGB: 39 132 137

HEX: 278489

CMYK: C 79 M 27 Y 42 K 11

## Malva (Link già visitato)

RGB: 150 96 125

HEX: 96607D

CMYK: C 42 M 66 Y 29 K 12



Giada  
(link cliccabile)



Malva  
(link visitato)

# Font di Sistema

Se il sistema operativo in uso non supporta il Manrope (per esempio per utilizzo su Outlook), è possibile utilizzare il font **Arial**.

Nel caso di scritture non latine (es. cirillico, cinese, ecc.) si raccomanda l'uso del font di sistema **Arial Unicode MS**.

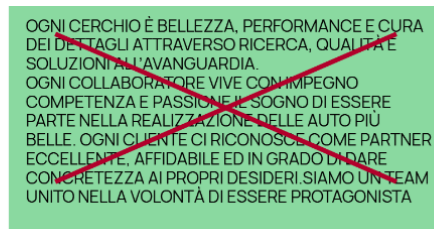
## Arial

AaBbCcDdEeFfGg  
 HhIiJjKkLlMmNnOo  
 PpQqRrSsTtUuVv  
 WwXxYyZz0123456  
 789 . , : ; - ! ? \$ # %  
 @ & \* ( ) [ ] + = / \ > <

# Don'ts



Non scrivere Digimax in  
sostituzione del logo



Non scrivere titoli o  
paragrafi in maiuscolo



Non posizionate il testo  
su uno sfondo troppo  
movimentato



Non mescolare i colori  
nella tipografia



Non rendere il testo  
illeggibile



Non tagliare la tipografia  
in alcun modo



Evitare bassi contrasti tra  
testo e sfondo



Non distorcere,  
specchiare, allungare la  
tipografia

04

# Immagine Coordinata

04-1. Carta intestata

04-2. Biglietti da visita

04-3. Busta

04-4. Firma e-mail

04-5. Template powerpoint



# Carta Intestata

La carta intestata si presenta con un aspetto minimal e istituzionale in cui spicca il logo Digimax nell'intestazione.

Il piè di pagina è personalizzato con i dati societari.



# Biglietti da Visita

La coerenza è importante per rendere il marchio Digimax riconoscibile e affidabile. Questo vale anche per i biglietti da visita, in tre varianti: **Corporate**, **Industria & Automazione** e **Illuminazione Professionale**.



# Busta

La busta riporta a colpo d'occhio l'essenza istituzionale di Digimax con il back corporate e l'utilizzo del gradiente, in linea con i biglietti da visita.



## Firma E-mail

Le comunicazioni ufficiali inviate tramite e-mail sono accompagnate da una firma personalizzata contenente l'indirizzo e i contatti di riferimento, ovvero nome, posizione/titolo di lavoro, numero di telefono diretto, numero di cellulare (se applicabile).

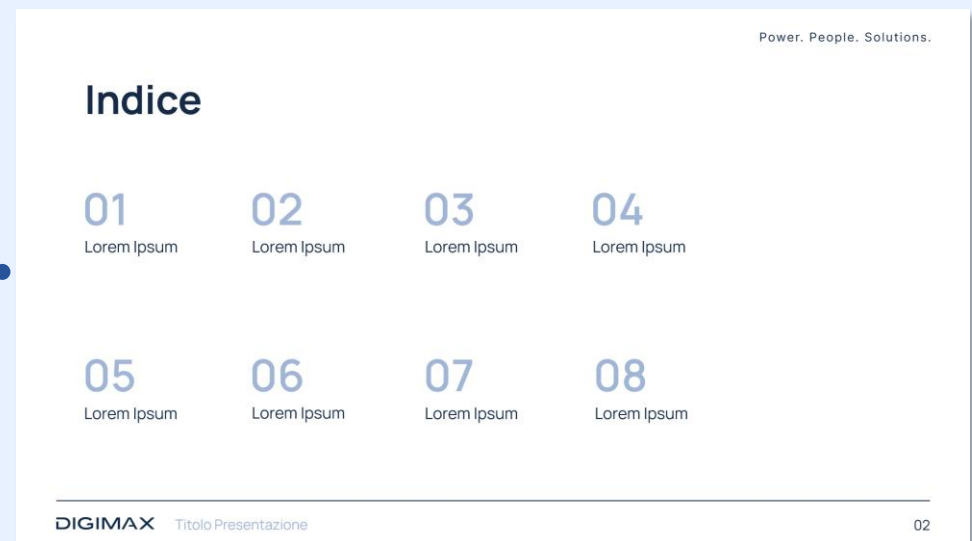
# Template Powerpoint

L'immagine coordinata si completa da un modello di presentazione personalizzato impostato in Microsoft Powerpoint con diapositive master.

Copertina  
slide



Indice  
slide



# Template Powerpoint

In ogni master saranno già impostati i template di pagina, indice, copertine e copertine capitoli nei colori corretti rispetto all'argomento della presentazione.

In caso di presentazioni che toccano più divisioni, verranno integrate slide dalle presentazioni corporate o tecniche corrispondenti all'argomento della sezione.

Copertina  
Capitoli



Copertina  
Capitoli  
Presentazioni o  
Formazioni  
Tecniche



# Template Powerpoint

Saranno presenti slide in diversi formati (con o senza immagini, con o senza icone, ecc.) per accomodare il tipo di informazioni da presentare.

Se si dovesse presentare una necessità non coperta dalle slide presenti nei template, richiedere la creazione di una nuova slide master all'ufficio marketing.

**Non è permesso cambiare posizionamento o colore degli elementi, ma solamente la misura del font per accomodare la quantità di testo.**

## Slide di Prodotto

## Slide focus

### 01 Presentazione di Più Prodotti



**SLIM-1CC-DALI**

- Single Channel
- Input: 12-48 V
- Output current: up to 1,6 A
- Hybrid dimming
- DALI2.0 certification
- Push button input
- LightApp configuration
- Size: 136x29x22mm



**SLIM-1CC-DALI-LV**

- Single channel
- Input: 12-48 V
- Output current: up to 1,6 A
- PWM frequency 3,4 kHz
- 2 x Configurable Push Button Inputs
- LightApp configuration
- Screwless cable cover
- Size: 136x29x22mm



**SLIM-5CV-DALI**

- Single Channel
- Input: 12-48 V
- Output: max 12 A
- Configurable PWM frequency from 300 Hz to 4kHz
- DALI2.0 certification
- DT8 RGBWA and DT6 profiles
- Short circuit protection
- LightApp configuration
- Size: 186x29x22 mm

DIGIMAX THE LIGHTING CONTROL COMPANY

02

### DLD1248-4CV-DALI / DLD1248-4CC-DALI: DIMMER



**Ingresso Alimentazione:** 12-24-48 Vdc  
**Comando:** DALI + COMANDO LOCALE

#### Settaggio tramite

- DIP SWITCH di tipologia di carico
- Collegamento
- Mappa
- Curva di Dimmerazione
- Comando Locale
- Frequenza
- Indirizzo DALI

**Sincronizzazione tramite:** BUS DALI

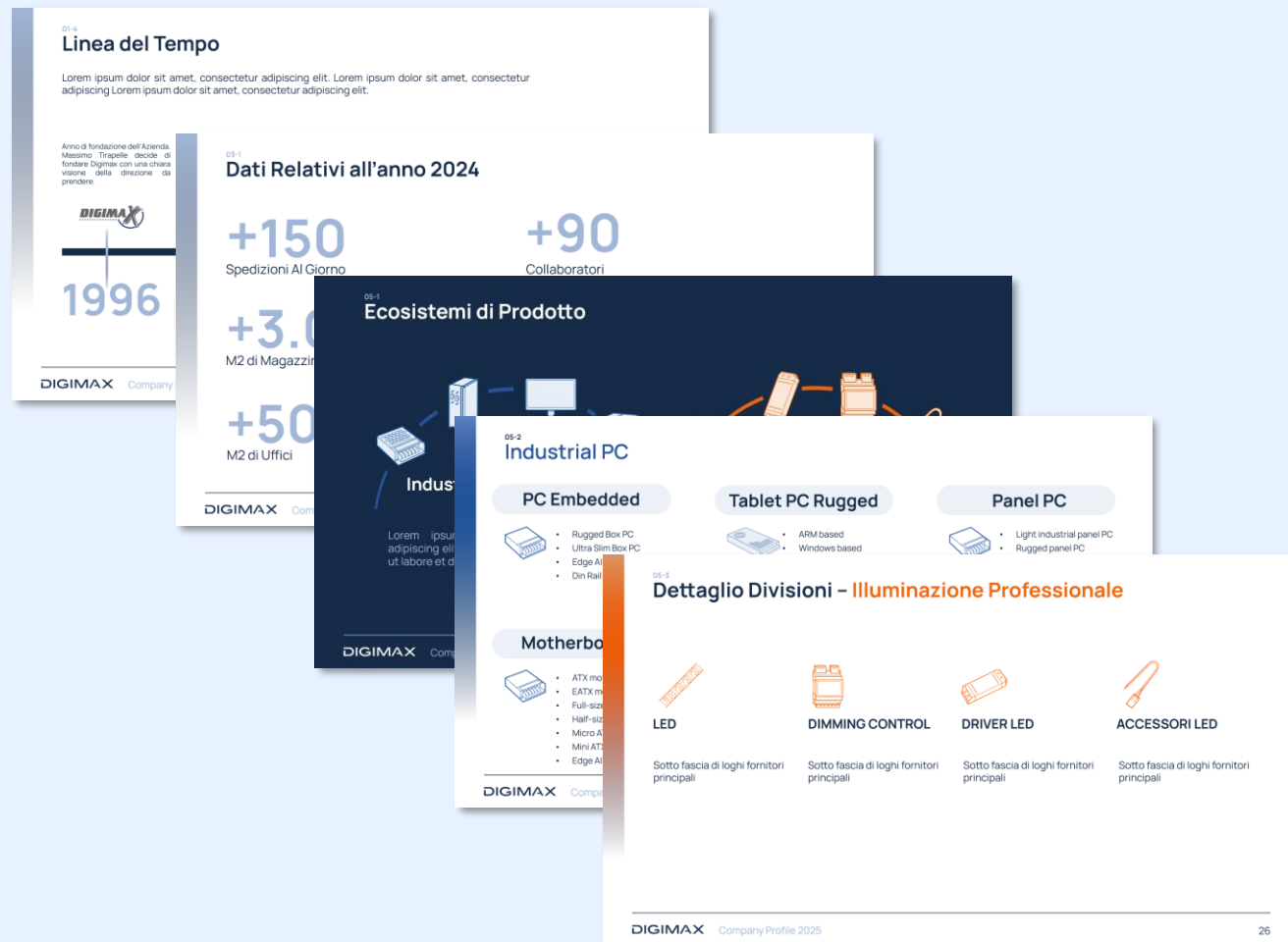
**Efficienza Tipica:** > 95%

DIGIMAX THE LIGHTING CONTROL COMPANY

07

# Template Powerpoint

In ogni presentazione master sarà presente una slide di recap sul corretto utilizzo.





# DIGIMAX

Power. People. Solutions.

[www.digimax.it](http://www.digimax.it)

Via dei Laghi, 31 - 36077 Altavilla Vicentina (VI)  
0444 574066 [digimax@digimax.it](mailto:digimax@digimax.it)