



CORE  
DESIGN

inesse



# Inesse

---

## INDICE

- |    |                                 |    |                          |
|----|---------------------------------|----|--------------------------|
| 01 | "capitano dei fuoriclasse"      | 07 | font                     |
| 02 | colori - proporzioni, gerarchie | 08 | stile fotografico        |
| 03 | anima umana                     | 11 | formato e materiali      |
| 04 | anima tecnologica               | 12 | visual container - carta |
| 05 | elementi grafici                | 13 | visual container - web   |



# "capitano dei fuoriclasse"



Inesse è il genio. quello che per i classici era al centro dell'ingegno e dell'animo umano. Inesse è il capitano alla guida di una squadra speciale, un gruppo di fuoriclasse che si riconoscono nei suoi prodotti e nella tecnologia che li definisce, rendendoli unici.

**Inesse è dunque un capitano-genio, il cui colore è il giallo Kirk, che, con sicurezza, permette alle persone di vivere nuove avventure e di raggiungere l'eccellenza.**

siamo partiti da questo concetto per definire il mondo a cui Inesse si rivolge, un mondo fatto da persone che ogni giorno agiscono per superare i propri limiti. Inesse è composta da due anime ben distinte; il loro lavorare in perfetta sinergia è l'elemento chiave, il punto di forza e di differenziazione dai competitor. l'anima umana, legata al design, si occupa della progettazione. le abbiamo affidato il colore bianco. il contenitore che tutto avvolge, che tutto racchiude. l'anima tecnologica, la parte nascosta ma determinante, è rappresentata dal nero, un colore totalizzante che rende visibile quello che si può raggiungere attraverso livelli avanzati di tecnologia.



# colori - proporzioni e gerarchie



60%

30%

10%

## colori primari

### giallo Kirk

C = 0 M = 25 Y = 85 K = 0

R = 253 G = 197 B = 51

PANTONE 123 C / RAL 1023 / Avery Sunflower

#FDC533

### nero

C = 0 M = 0 Y = 0 K = 100

R = 0 G = 0 B = 0

PANTONE Black C

#000000

### bianco

C = 0 M = 0 Y = 0 K = 0

R = 255 G = 255 B = 255

#FFFFFF

## colore sussidiario

### azzurro Spock

C = 90 M = 0 Y = 30 K = 0

R = 0 G = 164 B = 183

PANTONE 7466 C / RAL 5018 / Avery Teal o Aqua

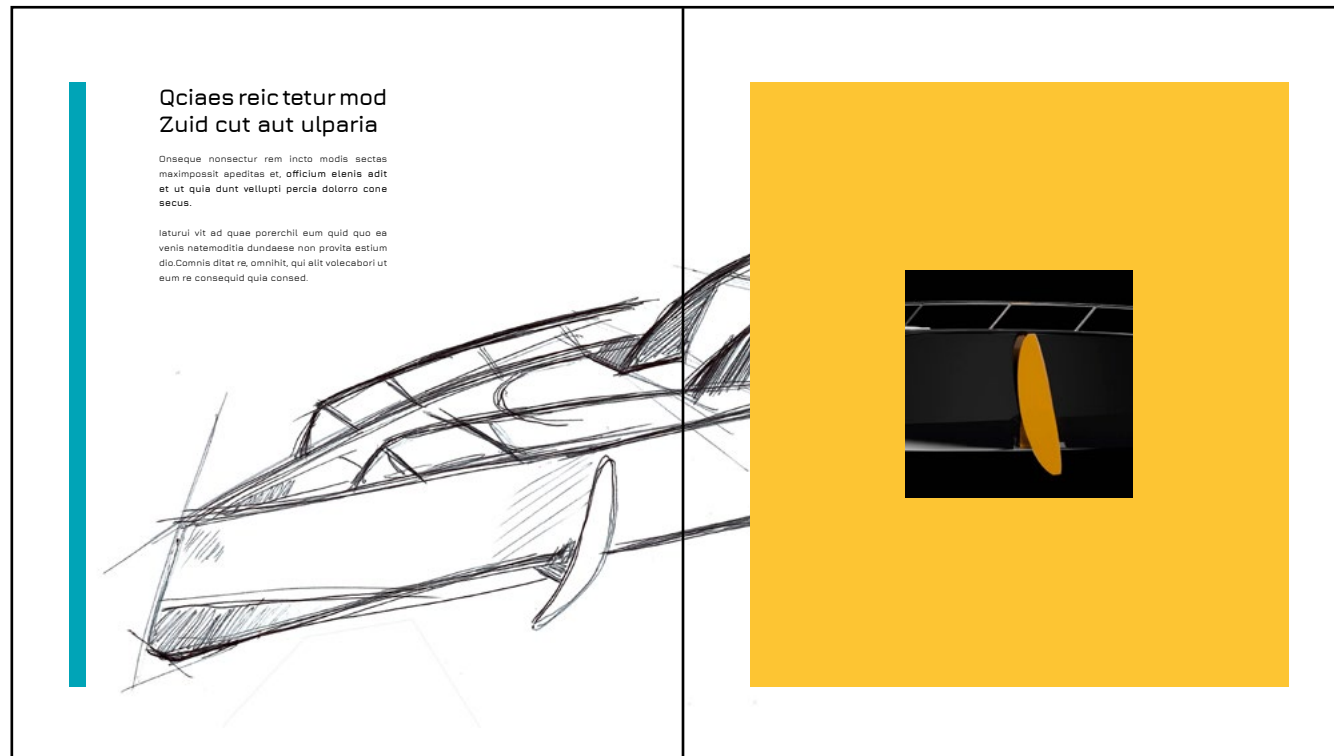
#00A4B7

## norme

- . i colori devono essere lucidi;
- . i colori primari per eccellenza sono il giallo e il nero, il bianco li contiene e li avvolge;
- . il giallo e il nero non toccano mai l'azzurro;
- . il nero non tocca mai il bianco, a parte il testo.



# anima umana

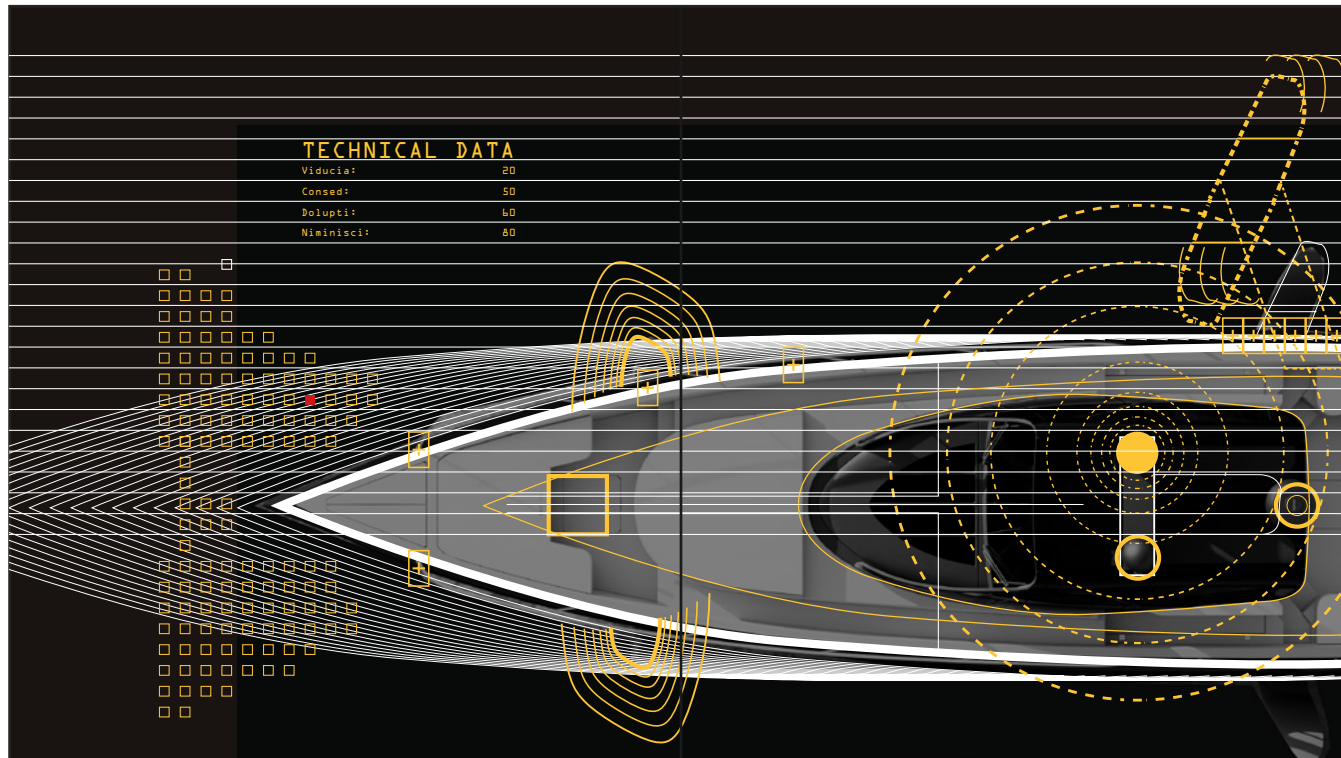


**l'anima umana ha la base bianca.**

mostra la parte esteriore del prodotto: non solo il design e l'estetica ma anche tutto ciò che lo circonda.



# anima tecnologica



**l'anima tecnologica invece è dominata dal nero.**

identifica la tecnologia nella sua totalità, esprime visivamente ciò che la tecnologia è in grado di fare.



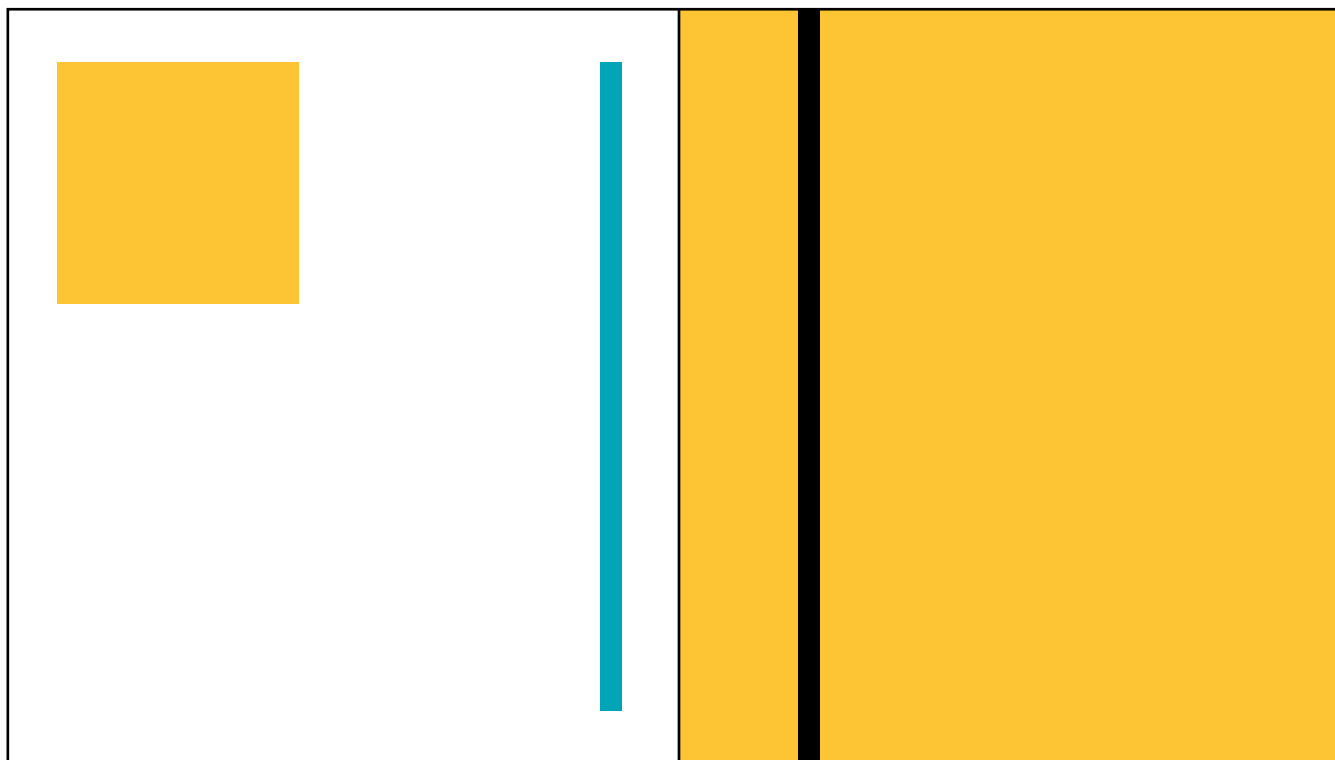
# elementi grafici



**le linee danno l'idea del movimento** e lo raccontano a seconda del contesto di riferimento (acqua, terra, aria, etc.).  
prendendo spunto dallo stile architettonico di Zaha Hadid è possibile dare forma a questo concetto.



# elementi grafici



gli elementi geometrici pieni, veri e propri spazi di colore, possono ricoprire tutta la superficie oppure devono essere avvolti dal bianco.





# font

Qciaes reic tetur mod  
Zuid cut aut ulparia

Onseque nonsectur rem incto modis sectas  
maximpossit apeditas et, officium elenis adit et ut  
quia dunt vellupti percia dolorro cone secus.

IGENIS SOLUMQUW  
laturui vit ad quae porerchil eum quid quo ea venis  
natemoditia dundaese non provita estium dio.

## TECHNICAL DATA

Viducia:	20
Consed:	50
Dolupti:	60
Niminisci:	80

**titolo:**  
 jura  
 bold  
 24pt - int auto  
 allineamento giustifica

. i titoli sono in minuscolo

**testo e titoli interni:**  
 jura  
 regular  
 10pt - int 16pt  
 spazio tra lettere 25  
 allineamento giustifica

. le evidenziazture sono in bold  
 . i link sono sottolineati  
 . i titoli interni sono in maiuscolo e bold

**font dati:**  
 ocr a  
 regular  
 spazio tra lettere 25  
 allineamento a bandiera



# stile fotografico



le fotografie devono mostrare il prodotto non in merito al contesto in cui si trova,  
ma per quello che veramente è, a prescindere da esso.  
**non si deve rappresentare lo status symbol ma esserlo.**



# stile fotografico

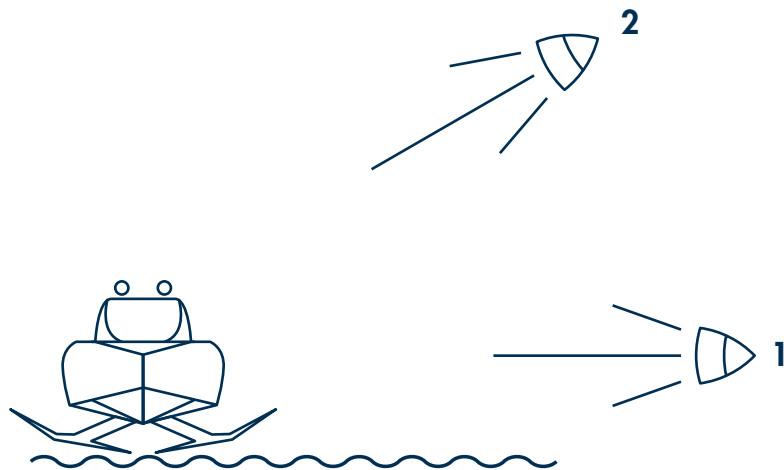


## anima umana:

le fotografie devono trasmettere un senso di avventura vissuta in prima persona.  
il soggetto, ripreso ad un'altezza quasi a pelo d'acqua,  
è a fuoco mentre tutto il resto è sfuocato.



# stile fotografico



1



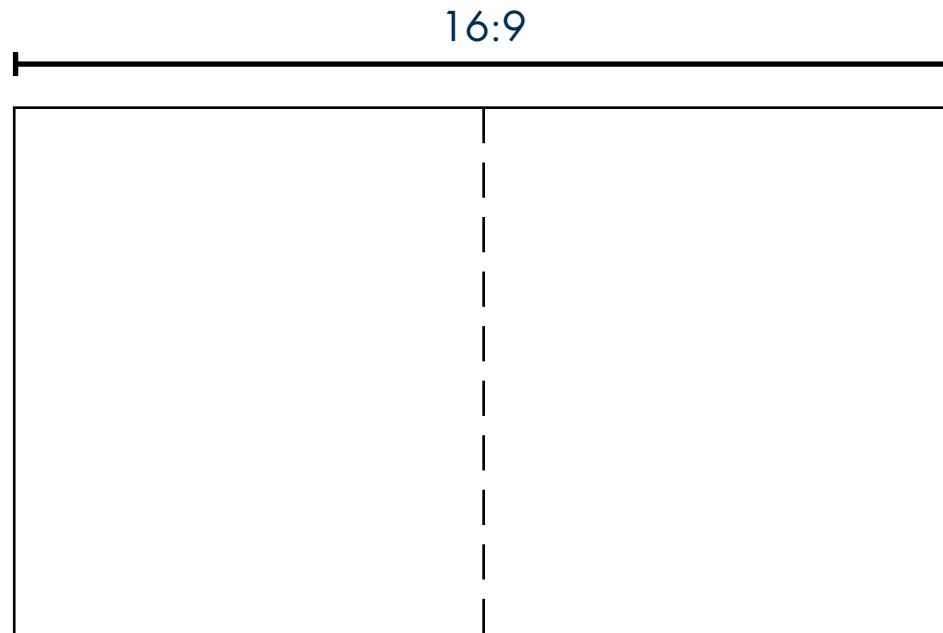
2

## anima tecnologica:

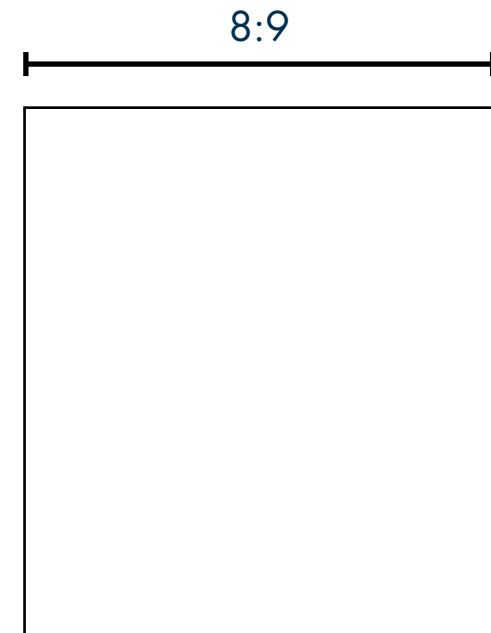
utilizzando il grandangolo o il drone, le fotografie devono riprendere il prodotto per intero inserito nel contesto di riferimento.



# formato e materiali



aperto



chiuso

il formato scelto è il 16:9 sia per il video che per il cartaceo  
quando è aperto (chiuso è 8:9).

la lucidatura è un altro elemento fondamentale che non può mancare,  
non solo nei colori ma anche nella scelta della carta o tipo di lavorazione.



# visual container - carta

## Qciaes reictetur mod Zuid cut aut ulparia

Onsequer nonsectur rem incto modis sectas  
maximpossit apeditas et, officium elenis adit  
et ut quia dunt vellupti percia dolorro cone  
secus.

Iaturui vit ad quae porerchili eum quid quo ea  
venis natemoditla dundaese non provita estium  
dio.Comnis ditat re, omnihit, qui alit volecabori ut  
eum re consequid quia consed.

### TECHNICAL DATA

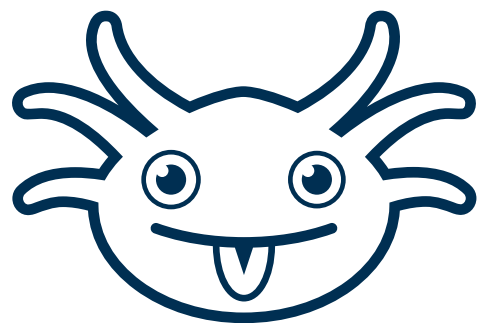
Viducia:	20
Consed:	50
Dolupti:	60
Niminisci:	80





# visual container - web





**cocchi&cocchi**  
distintivi e memorabili

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