

Realizzato da Rachele Bellini, Francesca Madeddu, Luca Savoia



SUNNY SIDE
co-housing



Manuale di Immagine Coordinata

Indice

	Indice	Tavola 0/2.3.4
	Introduzione	Tavola 0/5
	I valori aziendali	Tavola 0/6
Capitolo 1	Genesi del marchio	
	Origine progetto di una forma	Tavola 1/1
	Ricerca iconografica	Tavola 1/2.3.4
	Moodboard	Tavola 1/5
	Bozze del marchio	Tavola 1/6.7.8
	Progetto definitivo del marchio	Tavola 1/9
	Attrazioni visive del marchio	Tavola 1/10
Capitolo 2	Marchio e logotipo	
	Costruzione del marchio	Tavola 2/1
	Costruzione del logotipo	Tavola 2/2
	Costruzione del descrittore	Tavola 2/3
	Il logo del gruppo	Tavola 2/4
	Formato minimo del logo	Tavola 2/5
	Regole per la configurazione completa	Tavola 2/6
	Aree di rispetto	Tavola 2/7
	Versione colore positiva/negativa	Tavola 2/8
	Versione nero positiva/negativa	Tavola 2/9
	Versione a rilievo	Tavola 2/10
	Errori da evitare	Tavola 2/11
Capitolo 3	Il colore istituzionale	
	Il colore del gruppo	Tavola 3/1.2
Capitolo 4	Il carattere istituzionale	
	Il carattere istituzionale di primo livello	Tavola 4/1
	Il carattere istituzionale di secondo livello	Tavola 4/2
Capitolo 5	Cancelleria	
	Carta da lettere	Tavola 5/1

Indice

	Busta da lettere Biglietto da visita	Tavola 5/3
Capitolo 6	Abbigliamento Magliette Felpe Grembiuli	Tavola 6/1 Tavola 6/2 Tavola 6/3
Capitolo 7	Gadgets e altre applicazioni Badge e pass Tazza Zerbino Ombrello per la pioggia Ombrellone da giardino Nastro di inaugurazione Sede	Tavola 7/1 Tavola 7/2 Tavola 7/3 Tavola 7/4 Tavola 7/5 Tavola 7/6 Tavola 7/7
Capitolo 8	Mezzi di trasporto Bicicletta Motorino Automobile Furgoncino Camion	Tavola 8/1 Tavola 8/2 Tavola 8/3 Tavola 8/4 Tavola 8/5
Capitolo 9	Campioni per la riproduzione CD-DVD Sito web	Tavola 9/1 Tavola 9/2
Capitolo 10	Creazione della campagna pubblicitaria Fase 1: Prima e dopo Fase 2: Dettagli Fase 3: Personaggi e luoghi Fase 4: Narrative journey map Fase 5: Costruzione del fotogramma Fase 6: Scelta del fotogramma	Tavola 10/1 Tavola 10/2 Tavola 10/3 Tavola 10/4 Tavola 10/5.6.7.8 Tavola 10/9

Indice

Capitolo 11**Impianti**

Formato 6x3	Tavola 11/1
Formato 6x6	Tavola 11/2
Cabina telefonica	Tavola 11/3
Pensilina Hydra	Tavola 11/4
Tram Carrelli	Tavola 11/5
Autobus 120x70	Tavola 11/6
Metropoint	Tavola 11/7
Digital Metro	Tavola 11/8
Mupi	Tavola 11/9
Metropolitana	Tavola 11/10
Aeroporto	Tavola 11/11
Pensilina Foster innovate	Tavola 11/12
Monitor LCD	Tavola 11/13

Capitolo 12**Proiezione urbana**

L'edificio	Tavola 12/1
Storyboard	Tavola 12/2.3.4.5

Introduzione

Questo manuale raccoglie una serie di regole da rispettare nella produzione degli strumenti di comunicazione, interni ed esterni, della Sunny Side co-housing.

Al fine di consolidare e tutelare l'identità e l'immagine grafica della Sunny Side co-housing è importante applicare con rigore ed in modo consistente le indicazioni contenute nel manuale, senza modificare in alcun caso le misure, i colori, le posizioni, i rapporti indicati o i caratteri tipografici scelti.

Consultate con attenzione le seguenti pagine per avere maggiori dettagli sull'utilizzo dei vari elementi grafici e sulle loro caratteristiche tecniche.

In caso di dubbio, per avere maggiori informazioni, si consiglia di mettersi in contatto con Rachele Bellini, Francesca Madeddu o Luca Savoja della ParrotDesign srl, realizzatori del manuale di immagine coordinata Sunny Side co-housing.

ParrotDesign s.r.l.
Viale delle Casette, 15
20100 Milano
Tel. 02/5523745
Fax. 02/5523746
E-mail: info@parrotdesign.com
Sito Web: www.parrotdesign.com

I valori aziendali

L'azienda

L'azienda si pone come organizzatrice di progetti di co-housing occupandosi di tutti gli aspetti, dalla co-progettazione degli spazi, ai traslochi, all'amministrazione di cohousing avviati.

Values

- Società sana: grazie ai ritrovati valori umani del vivere insieme, sfuggendo al grigiore e alla monotonia della città.
- Ecosostenibilità: utilizzo di materiali ecologici, progettazione di spazi verdi e utilizzo di energie rinnovabili per una vita migliore del pianeta.
- Solidarietà: stile di vita improntato sull'aiuto reciproco che allevia il peso delle preoccupazioni quotidiane fornendo un senso di sicurezza e di calore.
- Share your comforts: attraverso la condivisione delle risorse si possono ottenere i confort sempre sognati, che altrimenti sarebbero troppo impegnativi dal punto di vista economico e poco sfruttati.

Vision

Vogliamo rivoluzionare lo stile di vita delle persone promuovendo un nuovo modo di abitare, migliore per tutti grazie alla sua ecosostenibilità, fondato sull'aiuto reciproco e sul gusto del vivere insieme.

Mission

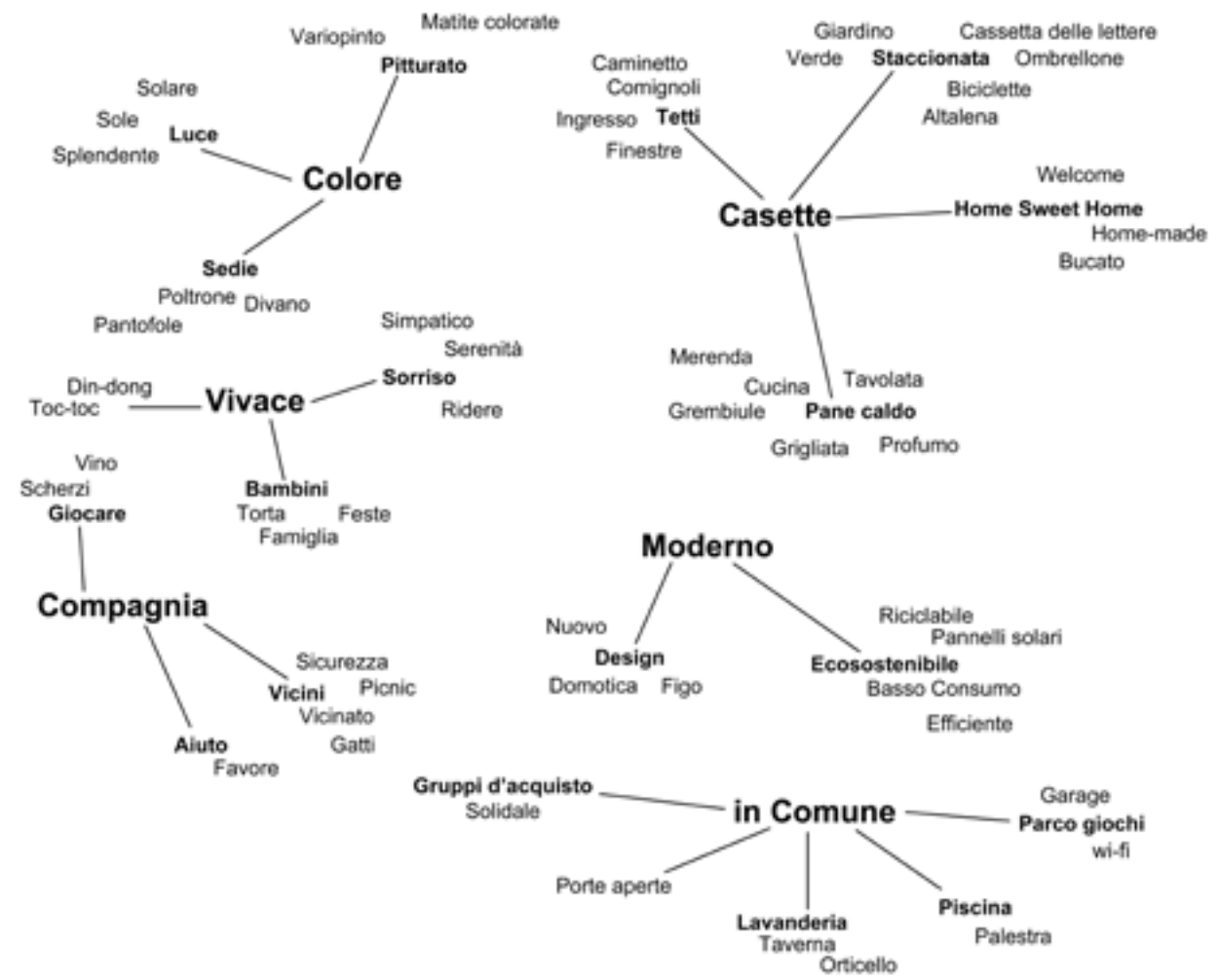
Il nostro scopo è offrire un nuovo modo di abitare che permetta di riscoprire la gioia del vivere insieme valorizzata dalla libertà della vita privata. Uno stile di vita più naturale ed umano, una dimensione più serena attraverso il reciproco aiuto.

Perché Sunny Side?

Il nome Sunny Side, "lato soleggiato", rispecchia lo spirito dell'azienda. Esso infatti sottolinea un modo diverso di vivere la quotidianità: le cose normali assumono un "lato luminoso", "sunny" appunto, perché vissute da un altro punto di vista, caratterizzato dalla condivisione delle risorse, dal calore della compagnia e dall'aiuto reciproco.

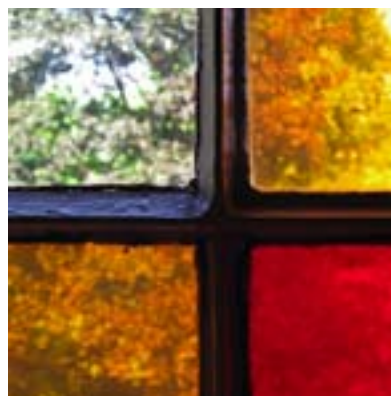
Origine e progetto di una forma

Con queste prime tavole si è voluto descrivere come si è arrivati alla progettazione del marchio Sunny Side. In questa tavola, grazie alla tecnica di brain storming, si è prodotta una mappa concettuale che ha evidenziato le idee chiave che sono state seguite durante la ricerca iconografica e, successivamente, nella progettazione del marchio. Particolare enfasi è stata data a immagini idealizzate del co-housing, visto come un nuovo modo di abitare che spezzi il grigiore della vita cittadina.



Ricerca iconografica: diversi insieme

Alla base della ricerca iconografica che abbiamo operato vi è il concetto di più persone diverse tra loro che traggono reciproco beneficio dal vivere insieme. Un'unione di oggetti, colori e forme diverse che si completano a vicenda e che grazie alla loro molteplicità raggiungono risultati estetici, nel caso dell'iconografia, altrimenti impossibili.



Ricerca iconografica: una grande famiglia

La nostra ricerca iconografica successivamente è proseguita selezionando alcune immagini che comunicassero l'idea dell'aspetto casalingo del vivere insieme, del ritorno a una condizione di grande famiglia allargata che è più tipica dei tempi che furono. Panni stesi, abiti appesi e staccionate trasmettono l'immagine di una vita semplice e felice, vissuta con i propri cari in armonia.



Ricerca iconografica: creatività

Infine abbiamo diretto parte della nostra ricerca a immagini che esprimessero una forte creatività.

L'elemento creativo, infatti, è tipico della "filosofia" alla base del co-housing fin dalla fase di progettazione degli spazi, a cui spesso i futuri inquilini prendono parte. Inoltre il clima familiare ed amichevole del co-housing porta a una valorizzazione delle capacità e fantasie di ognuno. Abbiamo cercato immagini che rappresentassero la creatività espressa in piccole cose, come

fili colorati, matite, bottoni e biscotti, in modo da trasmettere la sensazione di un clima creativo ed espressivo casalingo.



Moodboard

Sulla base della ricerca iconografica svolta è stato creato un moodboard che sintetizzasse in una singola immagine la ricerca iconografica effettuata.

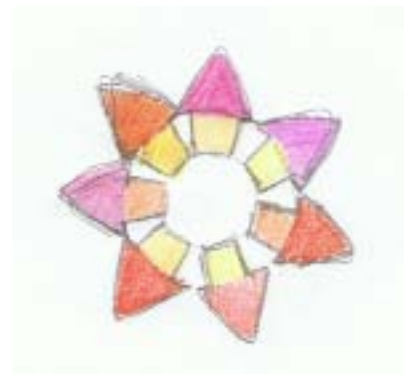
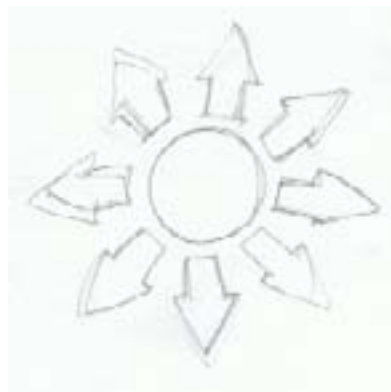
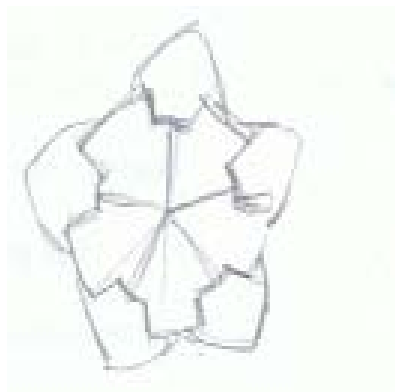


Bozze del marchio

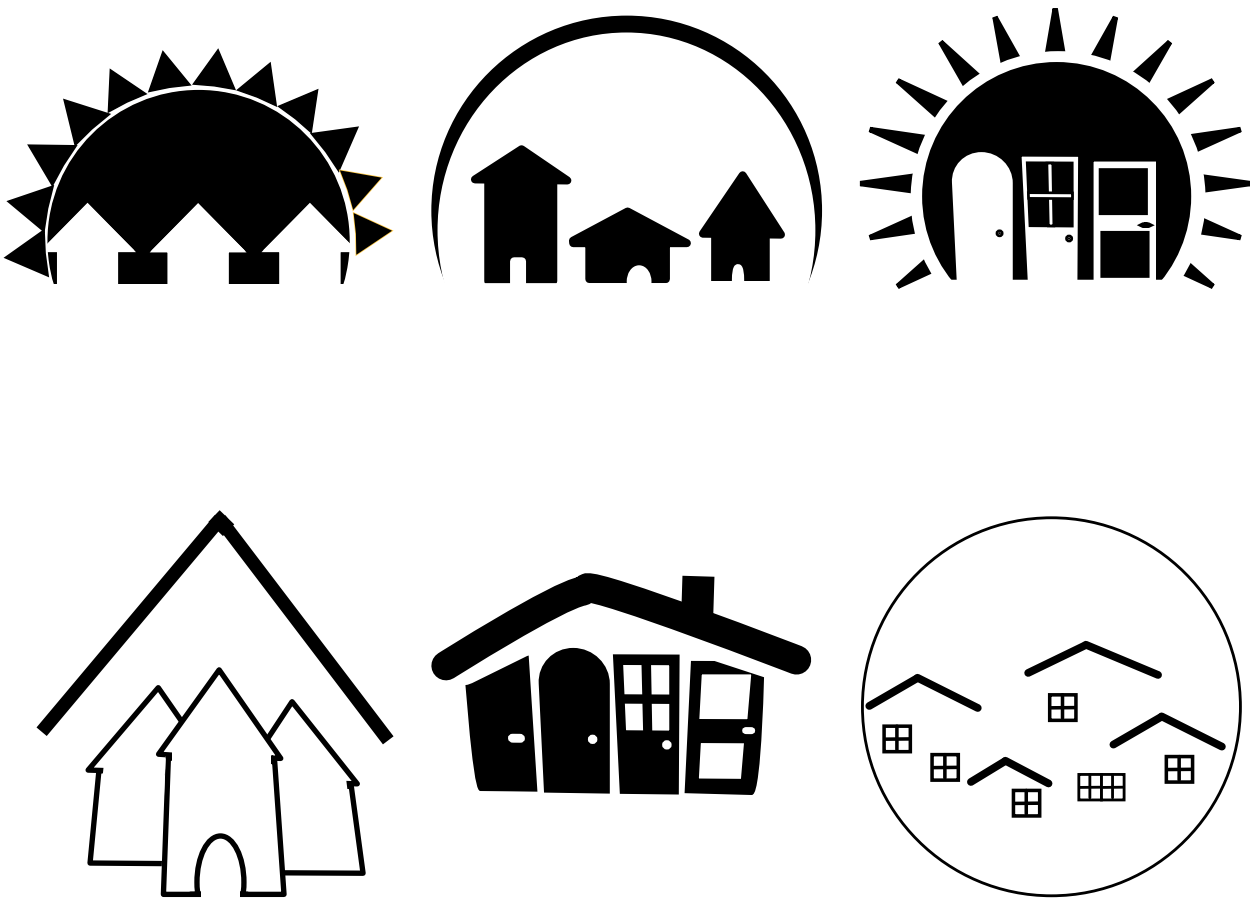
Successivamente siamo passati alla creazione di alcune bozze del marchio. Ci siamo concentrati sulla creazione di marchi che rimandassero all'immagine di un insieme di abitazioni diverse tra loro (ognuna infatti esprime una propria "personalità"), dalla cui vicinanza si forma un insieme più grande, in modo da trasmettere il senso di compagnia, familiarità e serenità tipico del co-housing.



Bozze del marchio



Bozze del marchio



Progetto definitivo del marchio

Il logo ha lo scopo di far emergere visivamente lo spirito e i valori della Sunny Side co-housing. Il logo è composto da 7 case disposte a cerchio, che si differenziano tra loro per la colorazione del tetto.

L'idea che si vuole comunicare è quella di entità diverse ma simili, unite in una sorta di girotondo a formare la figura di un sole con i colori dell'arcobaleno, che quindi comunichi serenità, compagnia e solidarietà.



SUNNY SIDE
co-housing

Attrazioni visive del logo

Il logo cattura immediatamente l'attenzione grazie a diverse caratteristiche. L'occhio è naturalmente portato a notarlo per via della sua circolarità e della forte dinamicità delle forme, che creano linee forza nelle sette direzioni verso cui puntano i tetti delle case. Dalla ripetizione di queste ultime emerge, secondo le leggi di continuità, chiusura ed esperienza passata, una nuova forma: un sole (o un fiore) composto dalle sette case unite; l'ambiguità tutto-parti è un ulteriore fattore che attrae l'attenzio-

ne. L'utilizzo della sezione aurea e di colori saturi e percettivamente equidistanti favorisce la percezione del logo come un insieme armonico. Il minore contrasto tra il tetto della casetta gialla e la facciata della stessa fa sì che lo sguardo dell'osservatore si sposti verso il logotipo. Il numero dispari delle casette e quindi la sua asimmetria conferisce dinamicità al logo, ma l'armonia è preservata in quanto ogni casetta risulta allineata con il punto di mezzo delle due casette opposte.

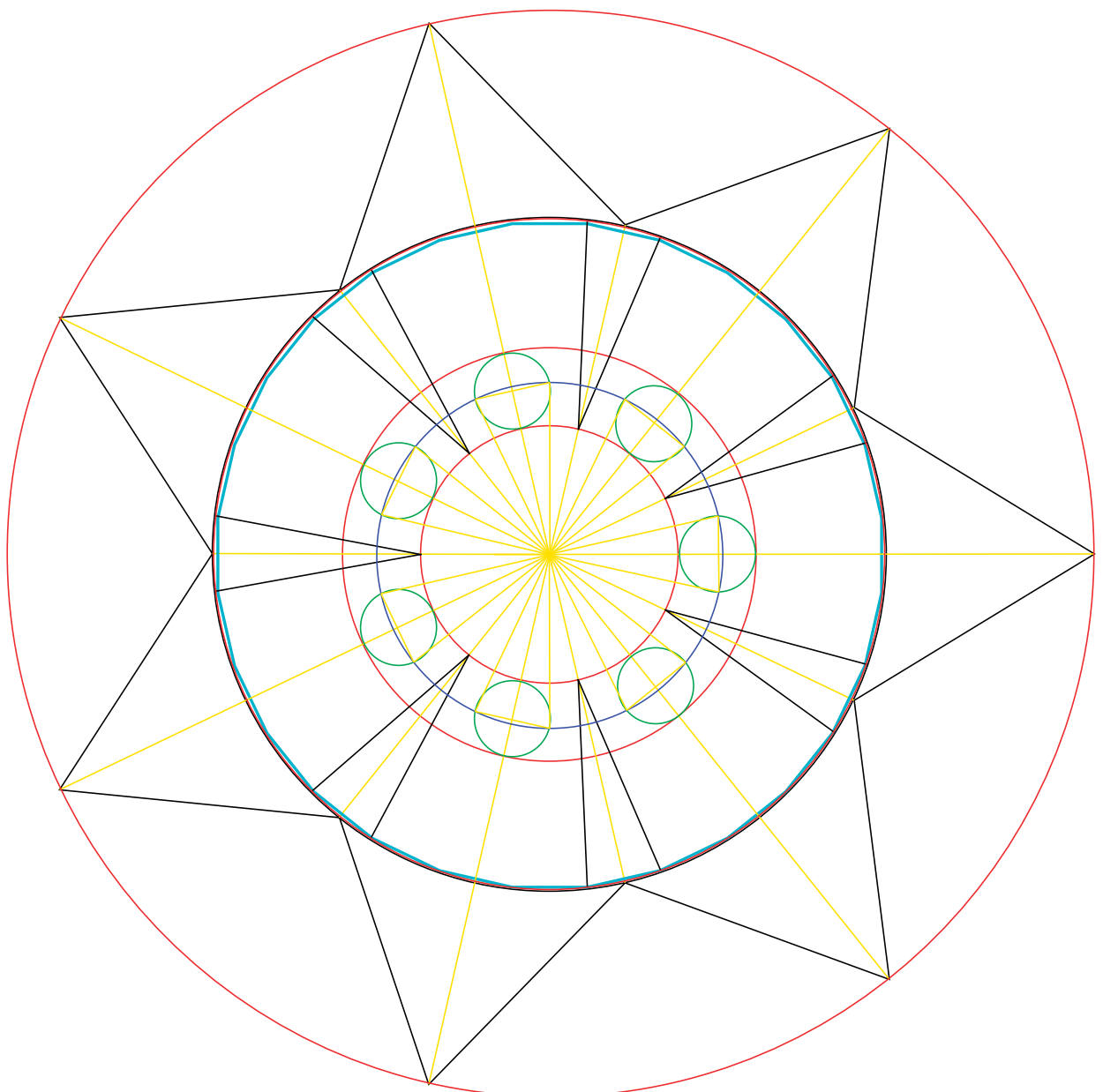


SUNNY SIDE
co-housing

Costruzione del marchio

Il marchio è costruito a partire da 4 cerchi concentrici (in rosso) tra loro in proporzioni auree. Il primo racchiude interamente il logo, il secondo i tetti delle case, il terzo le porte e l'ultimo la linea del terreno. Il poligono in azzurro presenta 28 facce (4 per ogni tetto, di modo che ogni tetto sporga rispetto alle mura di $\frac{1}{8}$ su ogni lato), ed è stato usato come riferimento per le linee dei lati delle case. I cerchi verdi formano le arcate delle porte e hanno diametro pari alla distanza tra i due cerchi più interni. Il

cerchio blu definisce la divisione tra l'arco e lo stipite della porta. Tutte le altre linee di costruzione (in giallo) partono dal centro e sono usate per ottenere punti di riferimento sui cerchi, oppure sono usate per unire questi punti di riferimento tra loro.



Costruzione del logotipo

Per la scelta del font del logotipo, abbiamo cercato qualcosa che rispecchiasse gli ideali della Sunny Side co-housing: semplicità, condivisione e sicurezza. Cercando quindi un font che comunicasse un'idea di professionalità e che generasse "trust", senza però risultare eccessivamente serio e quindi emotivamente distante dal pubblico, abbiamo optato per il Glaser Stencil, disegnato dall'omonimo Milton Glaser nel 1970 e liberamente utilizzabile. Inoltre esso riprende le forme del logo,

essendo caratterizzato da curve molto morbide in contrapposizione a angoli molto affilati. Successivamente abbiamo modificato il font eliminando i vuoti dovuti alla sua natura stencil e aumentato lo spessore del 12% al fine di renderlo più leggibile.

1 -

SUNNY SIDE
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!@#%&'()*+,-

2 -

SUNNY SIDE

Costruzione del descrittore

Per il descrittore, che viene aggiunto sotto il logo quando le dimensioni lo permettono, abbiamo usato il font Tahoma (1), a cui abbiamo applicato un avvicinamento pari a 170 millesimi di per distanziare tra di loro i caratteri ed evitare che essi tendano a fondersi tra loro se visti da lontano (2).

1 - co-housing

2 - co-housing

Il logo del gruppo

Il logo Sunny Side è una configurazione di tre elementi:

- il marchio: la rappresentazione grafica delle sette casette che si uniscono in un sole;
- il logotipo: il trattamento tipografico applicato al nome dell'azienda;
- il descrittore: la descrizione dell'attività dell'azienda.

Il logo può essere utilizzato solo con le seguenti combinazioni di elementi:

Configurazione completa**Configurazione senza descrittore****Configurazione a logotipo****Configurazione ad icona**

Formato minimo del logo

Utilizzando il logo per diverse applicazioni si avrà ovviamente la necessità di ridurlo. Nel caso di voglia usare la configurazione completa, nel variare le dimensioni si devono mantenere le proporzioni tra il marchio e il logotipo. Per consentire una maggiore leggibilità si consiglia dimensioni non inferiori ai 45 mm di larghezza per la stampa e di 200 px per il web. Nel caso in cui il descrittore sia assente le dimensioni per la stampa e per il web diventano rispettivamente 40 mm e 160 px. Per la confi-

gurazione a logotipo le dimensioni minime per la stampa sono di 25 mm e di 105 px per il web. Infine per la configurazione a icona le dimensioni minime consentite per stampa e web sono di 12 mm e 45 px. Per gli ingrandimenti non sono necessari particolari accorgimenti.

Configurazione completa

45 mm o 200 px

Configurazione senza descrittore

40 mm o 160 px

Configurazione a logotipoThe image shows the logo type configuration, which consists of the text "SUNNY SIDE" in a bold, blue, sans-serif font.

25 mm o 105 px

Configurazione ad icona

12mm o 45 px

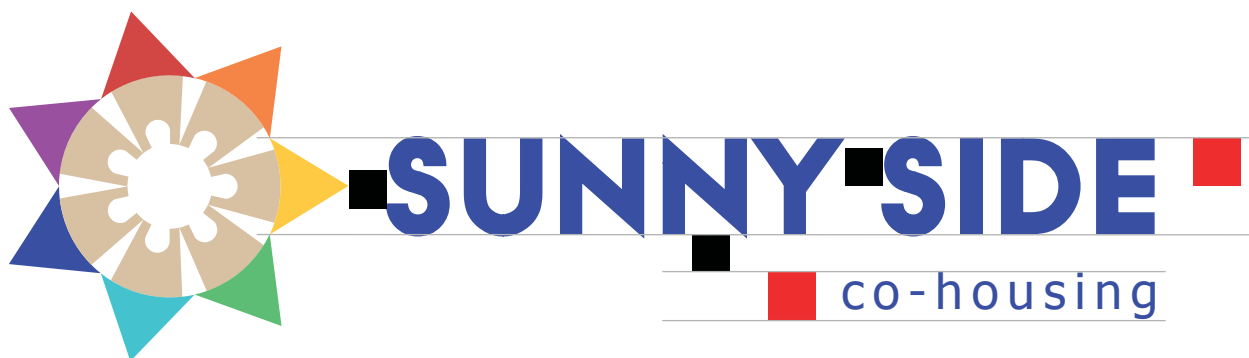
Regole per la configurazione completa

Di seguito sono indicate le regole per la costruzione della configurazione completa:

- il logotipo, prendendo come riferimento la lettera E, deve essere alto quanto il tetto della casa gialla e allineato con essa;
- il corpo del descrittore deve essere alto esattamente la metà del logotipo, sempre prendendo come riferimento la E;
- lo spazio tra "SUNNY" e "SIDE" (quindi lo spazio regolare del font) deve essere

uguale a quello tra il logo e il logotipo e a quello tra il logotipo e il descrittore (verticalmente);

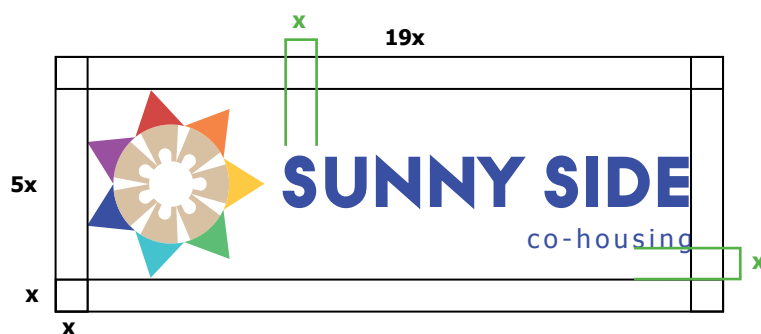
- il descrittore e il logotipo devono essere allineati a destra.



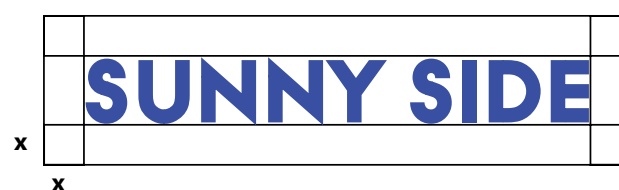
Aree di rispetto

Per assicurare che l'identità dell'azienda mantenga la sua importanza il logo deve essere circondato da un'area interamente libera da caratteri tipografici ed altri elementi grafici. Ad ogni applicazione del logo si deve quindi tenere presente quest'area di rispetto per evitare qualsiasi tipo di interferenza visiva. Viene preso come riferimento x la dimensione della S in larghezza.

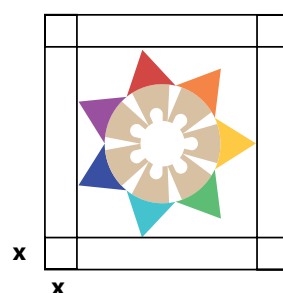
Configurazione completa



Configurazione a logotipo



Configurazione a icona



Versione colore positiva/negativa

La versione positiva a colori è realizzata utilizzando i colori istituzionali del marchio.
La versione negativa è realizzata utilizzando come sfondo il blu istituzionale, in questo caso le parti del logo originariamente del blu istituzionale (logotipo e uno dei tetti delle casette) sono state colorate in bianco, in modo da preservarne la leggibilità, senza introdurre nuovi colori nello schema; questo approccio è da utilizzarsi in tutti i casi in cui si ha come sfondo uno dei colori istituzionali.

Versione positiva a 8 colori



Versione negativa a colori



Versione positiva a 2 colori

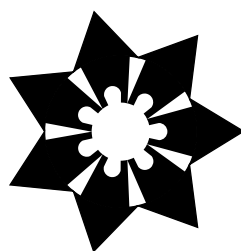


Versione negativa a 2 colori



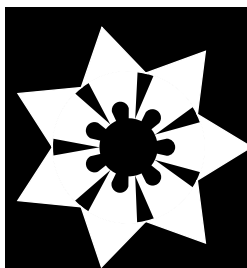
Versione nero positiva/negativa

La versione in bianco e nero deve essere utilizzata quando non sia possibile una rappresentazione a colori, quindi in condizioni di schermi o stampa monocolore, oppure in condizioni in cui non si reputi soddisfacente il rapporto di contrasto del logo con lo sfondo su cui deve essere collocato.

Versione negativa a 2 colori

SUNNY SIDE
co-housing

Versione negativa a 2 colori



SUNNY SIDE
co-housing

Versione a rilievo

Nella versione a rilievo il descrittore resta inalterato al fine di evitare problemi di leggibilità.



SUNNY SIDE
co-housing

Errori da evitare

A. Cambiare le proporzioni del logo in ogni sua parte.

B. Alterare le dimensioni del logo oltre i limiti minimi previsti.

C. Cambiare la posizione reciproca di logo, logotipo e descrittore.

D. Risoluzioni scadenti

E. Alterare i colori in maniera diversa da quanto è riportato su questo manuale.

F. Ruotare logo, logotipo o descrittore.

G. Apporre il logo su sfondi rumorosi che ne compromettano la leggibilità.

H. Apporre il logo su sfondi monocromatici di colori non previsti che ne alterino la leggibilità. In questo caso utilizzare il logo in bianco e nero.

A.



B.



C.



D.



E.



F.



G.



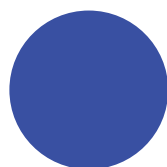
H.



Il colore del gruppo

I colori istituzionali sono uno dei più importanti fattori per il riconoscimento dell'identità visiva di un'azienda.

I colori istituzionali sono codificati secondo il codice Pantone per la stampa ad alta qualità, con le percentuali CMYK per la stampa comune a sintesi sottrattiva, mediante i valori RGB per la visualizzazione a schermo, vengono inoltre indicati i codici esadecimali (previsti da HTML) per la visualizzazione sicura web e usando la scala RAL per quanto riguarda le vernici.



Pantone

661

CMYK

 c 89
 m 79
 y 0
 k 0

RGB

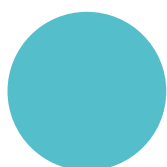
 r 49
 g 71
 b 149

Esadecimale

#334795

RAL

#5005



Pantone

631

CMYK

 c 64
 m 0
 y 20
 k 0

RGB

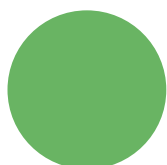
 r 85
 g 190
 b 203

Esadecimale

#53BECC

RAL

#5021



Pantone

7489

CMYK

 c 64
 m 0
 y 74
 k 0

RGB

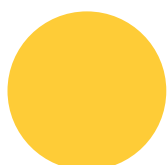
 r 105
 g 180
 b 99

Esadecimale

#6AB563

RAL

#6024



Pantone

1225

CMYK

 c 0
 m 21
 y 84
 k 0

RGB

 r 254
 g 204
 b 55

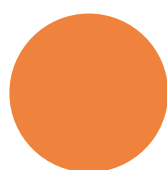
Esadecimale

FECC37

RAL

#2007

Il colore del gruppo



Pantone

164

CMYK

c 0
m 59
y 80
k 0

RGB

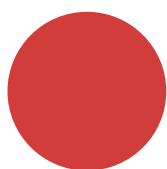
r 239
g 131
b 61

Esadecimale

#EF833D

RAL

#2008



Pantone

186

CMYK

c 12
m 87
y 76
k 2

RGB

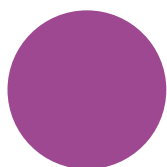
r 209
g 61
b 58

Esadecimale

#D13D3A

RAL

#3020



Pantone

513

CMYK

c 45
m 82
y 0
k 0

RGB

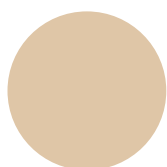
r 157
g 72
b 145

Esadecimale

#9D4891

RAL

#4006



Pantone

727

CMYK

c 15
m 23
y 36
k 0

RGB

r 223
g 198
b 161

Esadecimale

#DEC6A8

RAL

#1001

Il carattere istituzionale
di primo livello

Per il carattere istituzionale di primo livello abbiamo scelto un font che fosse chiaramente leggibile, geometrico ed essenziale e che quindi comunicasse un'idea di semplicità e professionalità.

La scelta è caduta sul Tahoma, carattere sans-serif disegnato da Matthew Carter per la Microsoft nel 1994, molto simile al Verdana, a cui però lo abbiamo preferito per via del corpo più stretto dei suoi caratteri.

La scelta di un carattere senza grazie è stata dettata dalla ne-

cessità che esso fosse facilmente leggibile anche da schermo, data la sempre maggiore diffusione della comunicazione in forma multimediale.

Tahoma Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!@#%^&()é[+]

Tahoma Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!@#%^&()é[+]

Il carattere istituzionale
di secondo livello

E' previsto un carattere alterna-
tivo nei casi in cui sia impossibile
l'utilizzo del carattere istituziona-
le di primo livello.

Arial Regular

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!@#%^&()é[+]

Arial Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!@#%^&()é[+]

Arial Bold

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!@#%^&()é[+]

Arial Bold-Italic

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
0123456789!@#%^&()é[+]

Carta da lettere

La carta da lettere di uso generale è in formato UNI A4. Essa presenta un margine di testa (1) di 10 mm, 20 mm di margine al taglio (2), un margine in costa (3) di 30 mm e 40 mm di margine al piede (4).

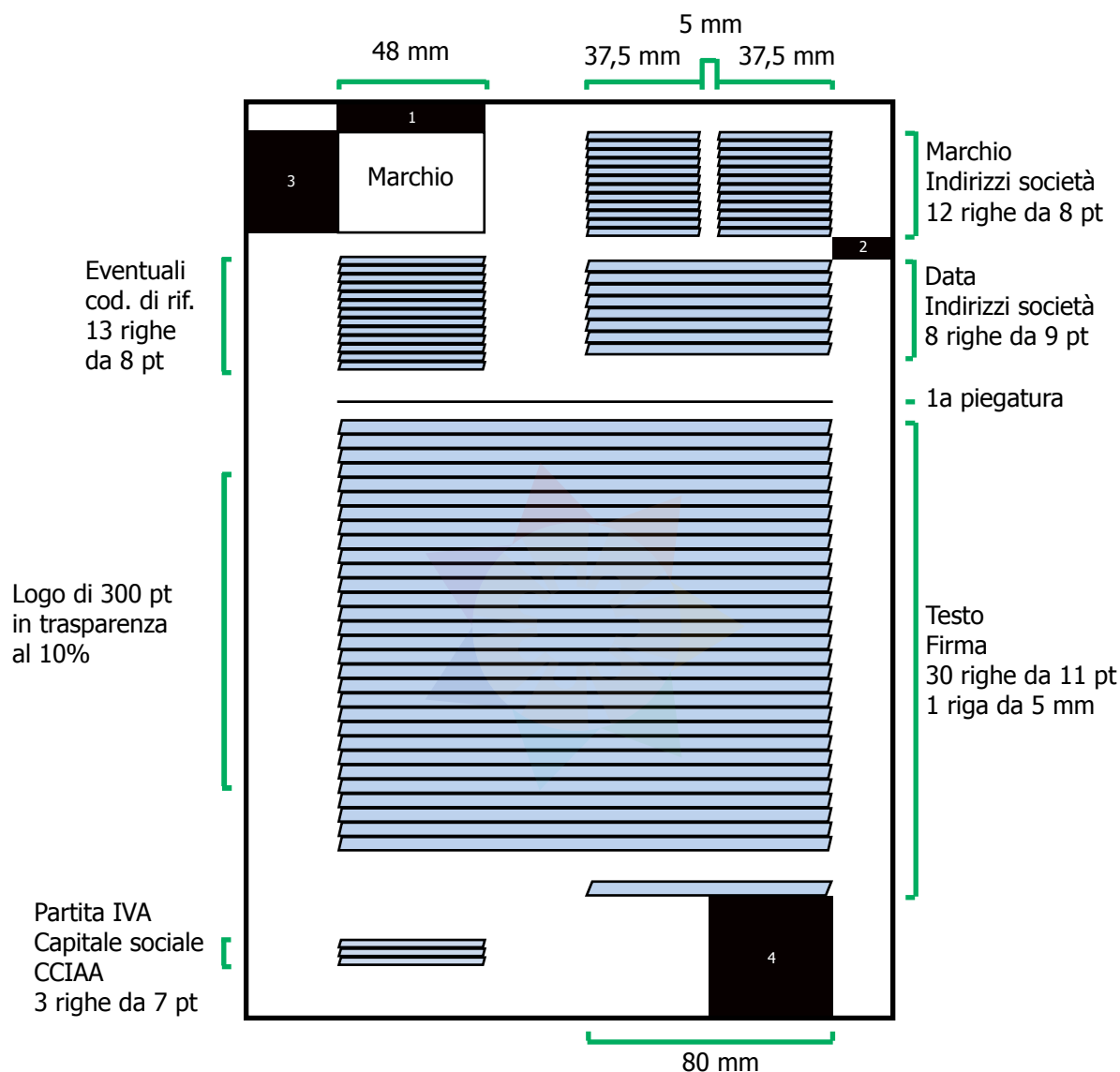
Il foglio è diviso idealmente in tre sezioni.

La prima zona istituzionale ospita il logo, la ragione sociale e gli indirizzi delle filiali. Il carattere da utilizzarsi è il Tahoma, di dimensione 8 pt e interlinea 8 pt.

La sezione immediatamente successiva è lo spazio che coincide

con la finestratura della busta: nella parte destra andrà inserito il destinatario della lettera. Il carattere da utilizzare è sempre il Tahoma dimensione 9 pt e interlinea 10 pt mentre con la dimensione 8 pt e interlinea 8 pt per la colonna di sinistra.

L'ultima sezione ospita il corpo della lettera e l'eventuale firma con dimensione del font e interlinea di 11 pt e 13 pt. All'esatto centro della sezione per il testo è presente il marchio della ditta (con trasparenza al 10%).





Milano
Via Sottocorno, 6
20124 Milano (MI)
Tel. (+39) 02.95.84.23
Fax. (+39) 02.95.84.24

Roma
Via Astesani, 12
00135 Roma (RM)
Tel. (+39) 06.85.84.23
Fax. (+39) 06.85.84.24

SUNNY SIDE co-housing spa
Via della Polveriera, 2
20020 Solaro Milano (MI)
Tel. (+39) 02.96.98.14
Fax. (+39) 02.96.98.15
www.sunnyside.it

Milano, 22 Gennaio 2009

Alla cortese attenzione del

Sig. Mario Rossi
Via Comelico 18
20100 Milano

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Etiam eget hendrerit enim. Aliquam erat volutpat. Nam diam neque, imperdiet non lacinia id, mattis sit amet ligula. Fusce venenatis accumsan ligula sit amet rhoncus. Curabitur sit amet mi sit amet nisi volutpat vulputate. Nunc vel facilisis nulla. Fusce sit amet venenatis mauris. Quisque vel lorem mi. Etiam vitae massa ut ligula vestibulum ornare. Pellentesque habitant morbi tristique senectus et netus et malesuada fames ac turpis egestas. Donec pharetra dolor interdum libero laoreet mattis. Nam a ligula lorem, ac tincidunt orci.

Duis eleifend lorem in magna feugiat in gravida nisi condimentum. Integer diam risus, convallis non sagittis vitae, mollis sed libero. Aliquam consequat gravida lobortis. In nunc elit, sollicitudin sit amet feugiat vel, bibendum nec sapien. Etiam fringilla volutpat malesuada. Duis sed nisi in ante faucibus adipiscing ultricies vitae arcu. Proin molestie molestie lorem tempus dictum.

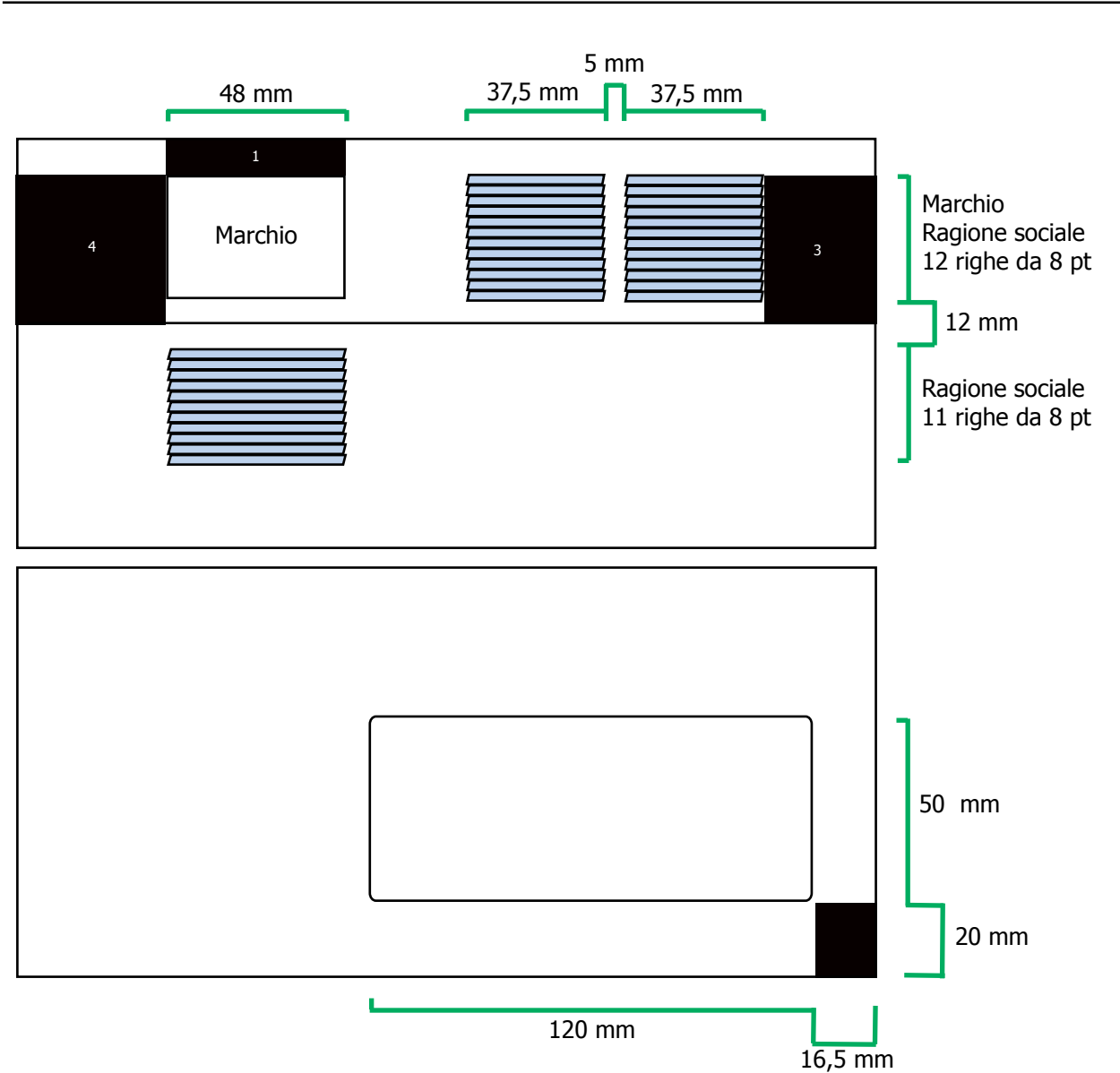
Nulla facilisi. Mauris adipiscing nulla eget metus dictum nec dapibus purus consequat. Donec vel tellus at magna ullamcorper ultricies. Aenean nisl est, scelerisque at egestas vel, accumsan vitae urna. Quisque mi dui, lobortis et ornare et, aliquet ut quam. Vestibulum vitae nibh vulputate enim tincidunt varius eu quis eros. Suspendisse potenti. Aliquam felis nibh, sodales eu dapibus sit amet, vulputate sed nisi. Praesent arcu lorem, fermentum sit amet scelerisque sed, lobortis ut est. Sed volutpat sodales purus non laoreet.

Fusce eros lectus, sollicitudin ut dictum in, euismod nec quam. Ut malesuada, tortor in placerat aliquam, ante sapien gravida quam, vitae fermentum elit nibh et eros. Vestibulum tincidunt dolor sed augue euismod non sagittis augue blandit. In ligula sem, pharetra a mollis vitae, vehicula id lectus. Duis quis neque at tellus tristique pellentesque. Nunc mollis facilisis lobortis. Integer elementum orci vitae risus gravida vehicula. Vivamus purus orci, tincidunt eget cursus eu, dapibus sit amet nisl.

Marco Rossi

Busta da lettere

La busta da lettere con finestra ha un formato di 230 mm di base per 110 mm di altezza. Sulla busta è riportata l'immagine dell'azienda con le stesse misure e criteri della carta da lettera. La collocazione dell'immagine tiene conto della centratura rispetto alla carta e quindi prevede margini maggiori rispetto ad essa.





Milano
Via Sottocorno, 6
20124 Milano (MI)
Tel. (+39) 02.95.84.23
Fax. (+39) 02.95.84.24

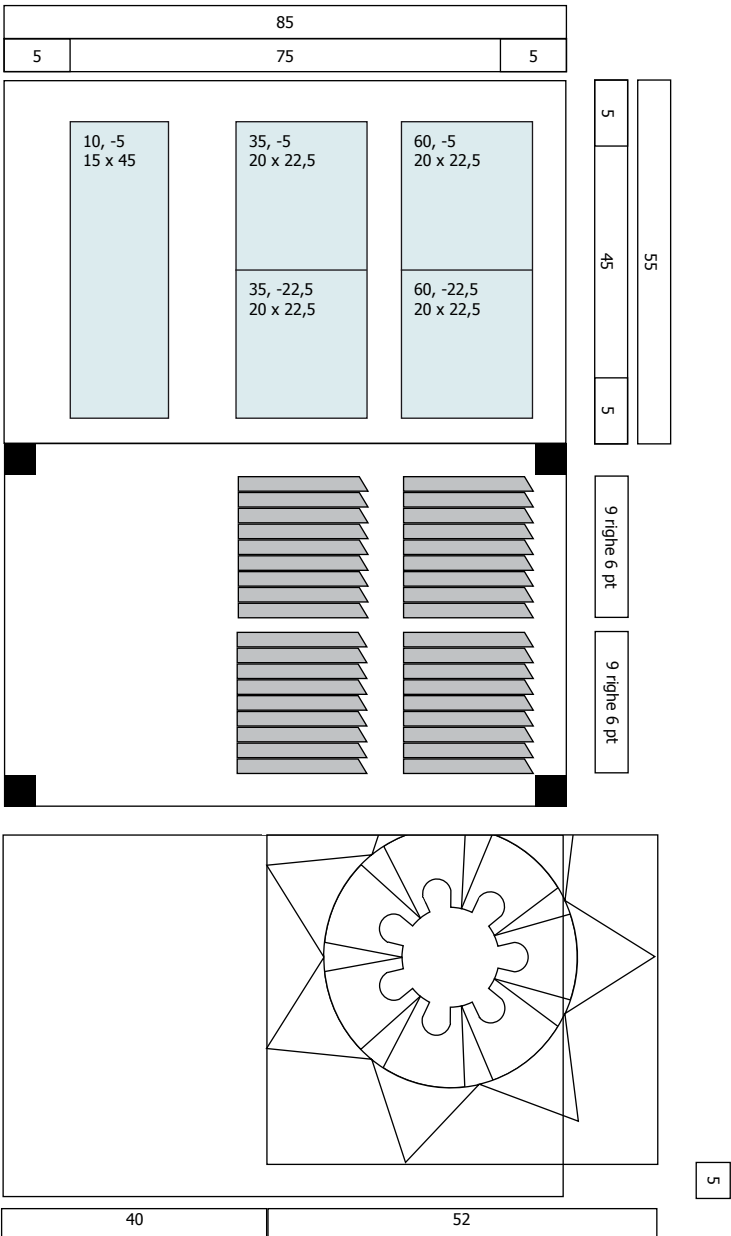
Roma
Via Astesani, 12
00135 Roma (RM)
Tel. (+39) 06.85.84.23
Fax. (+39) 06.85.84.24



Alla cortese attenzione del
Sig. Mario Rossi
Via Comelico 18
20100 Milano

Biglietto da visita

Il biglietto da visita ha un formato comunemente usato nelle carte di credito: una base di 85 mm ed un'altezza di 55 mm.
La gabbia è disegnata con un margine di 5 mm al cui interno sono stati assegnati spazi deputati ad ospitare il logo, il nome, la qualifica, ecc.
Il biglietto da visita è generalmente stampato su cartoncino Bristol di colore bianco da 200-300 gr.





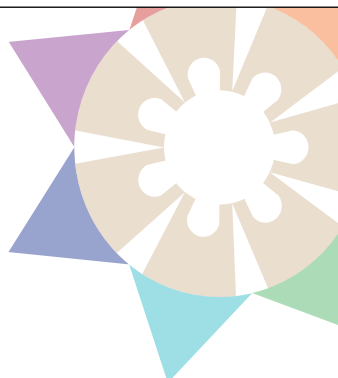
Mario Rossi
Presidente

Tel. 333 4445544
Cell. 444 2626262
rossi@sunnyside.com

Sunny Side
co-housing s.r.l.

C/o Sede Operativa
via Sottocorno, 6
20124 Milano (MI)

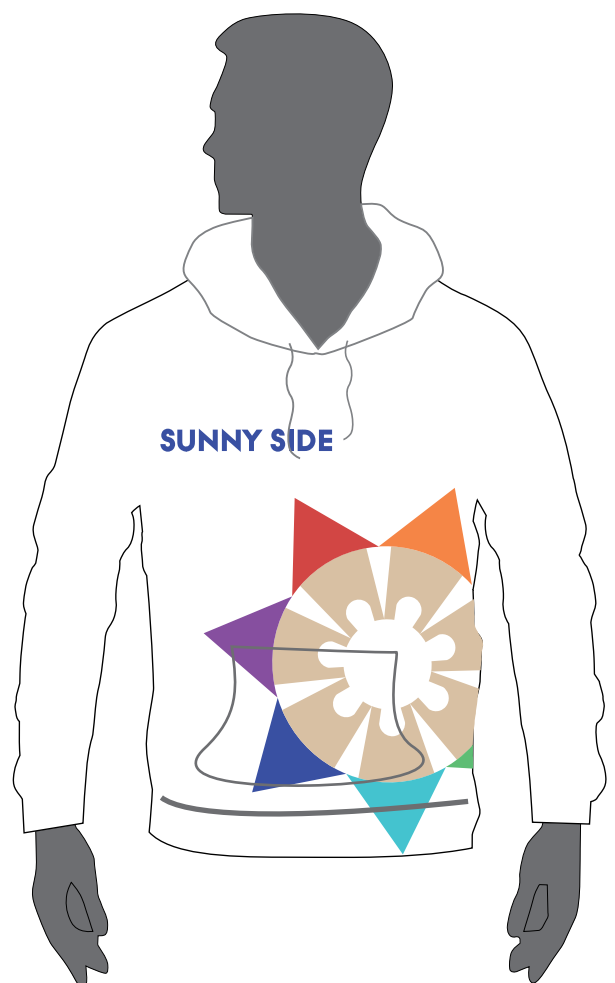
Tel. (+39) 02.95.84.23
Fax (+39) 02.95.84.24
www.sunnyside.it



Magliette



Felpe



Grebiuli



Badge e Pass

I dipendenti della Sunny Side co-housing sono identificabili dal badge.

I visitatori, specialmente durante la fase di costruzione, vengono identificati attraverso un pass.

Le misure di entrambi sono: base di 85 mm e altezza di 55 mm.

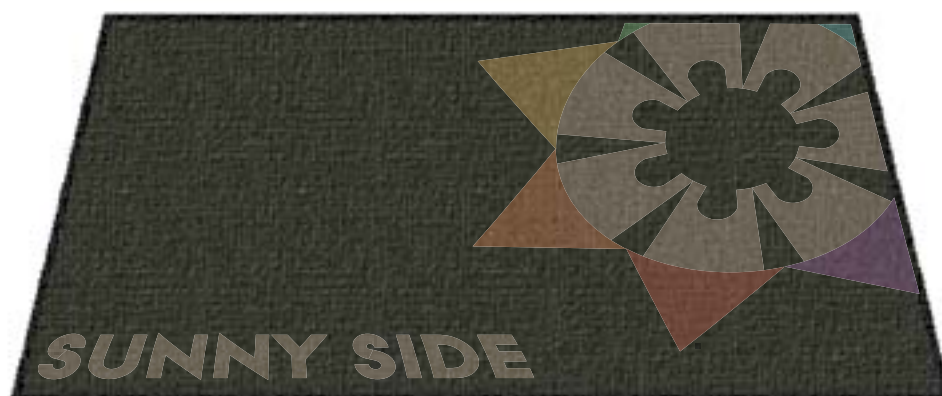


Tazza



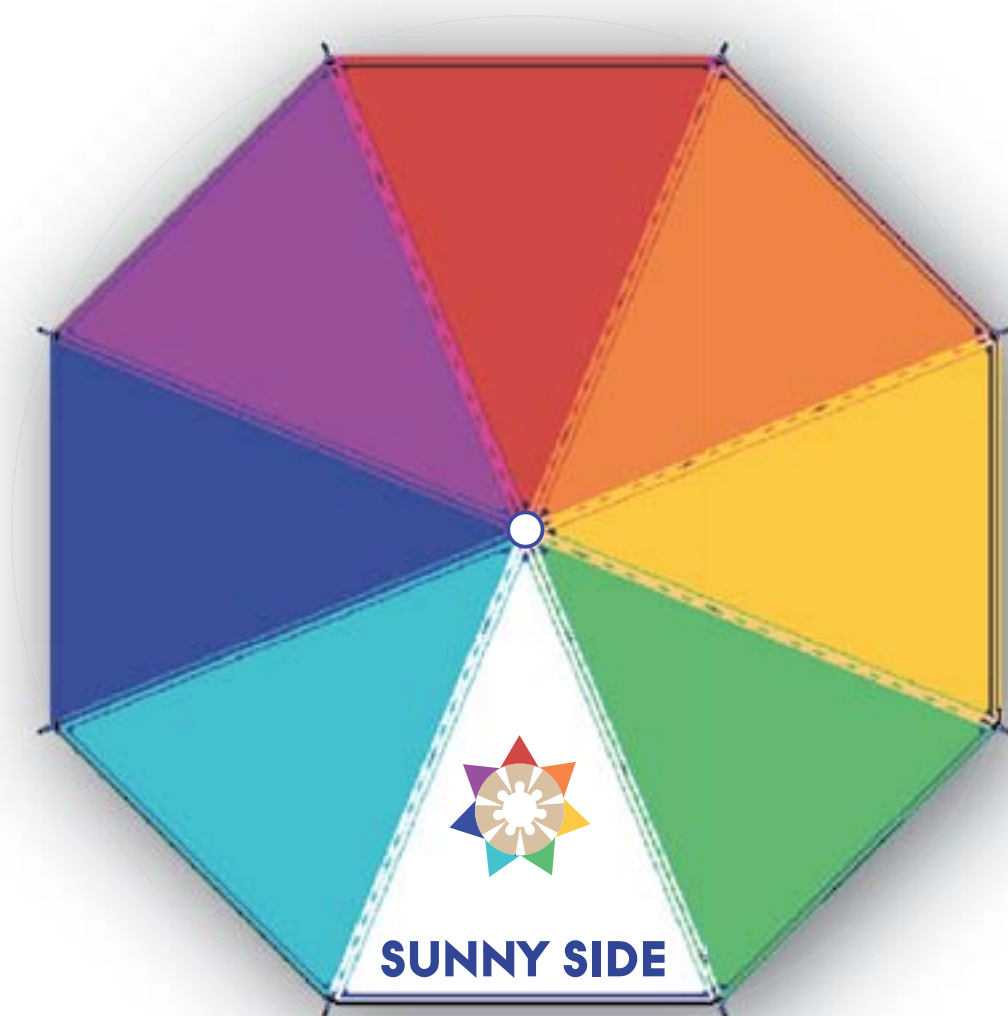
Zerbino

Lo zerbino in cocco con fondo in PCV, di dimensioni 44 x 77 cm, è ideale per essere posizionato all'ingresso delle abitazioni.



Ombrello per la pioggia

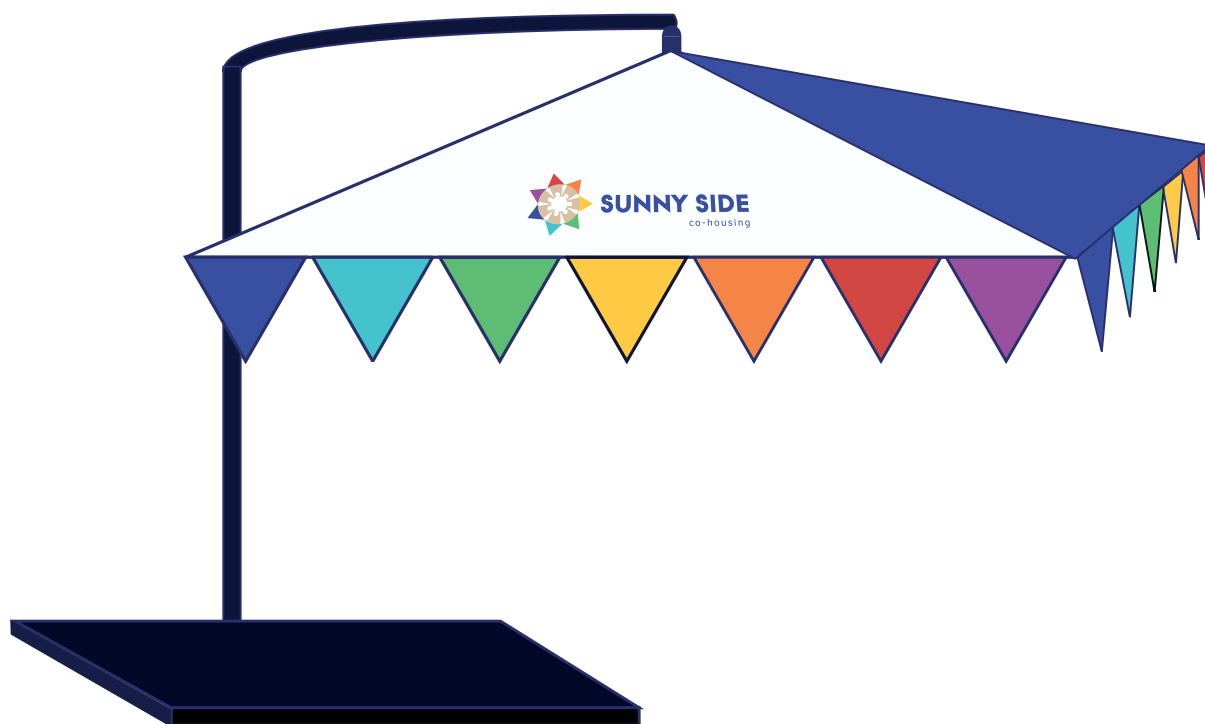
L'ombrello pieghevole da pioggia è diviso idealmente in 8 spicchi, 7 dei quali richiamano i rispettivi colori istituzionali del logo. Nel rimanente spicchio a sfondo bianco si trova il logo dell'azienda.



Ombrellone da giardino

L'ombrellone da giardino è diviso idealmente in quattro spicchi colorati alternativamente di bianco e di blu (istituzionale).

Le frange a forma di triangolo sono sette per lato e richiamano le punte del logo: per questo motivo ne riprendono rispettivamente i sette colori istituzionali.



Nastro di inaugurazione

Il nastro usato per le inaugurazioni è colorato a spicchi dei 7 colori istituzionali e presenta periodicamente ogni 14 spicchi il logotipo in bianco su sfondo blu (istituzionale).



Sede



Bicicletta

Le biciclette messe a disposizione in forma di bikesharing agli inquilini dei co-housing Sunny Side presentano il logo nella configurazione a icona in cima alla forcella anteriore e il logotipo applicato sulla canna inferiore.



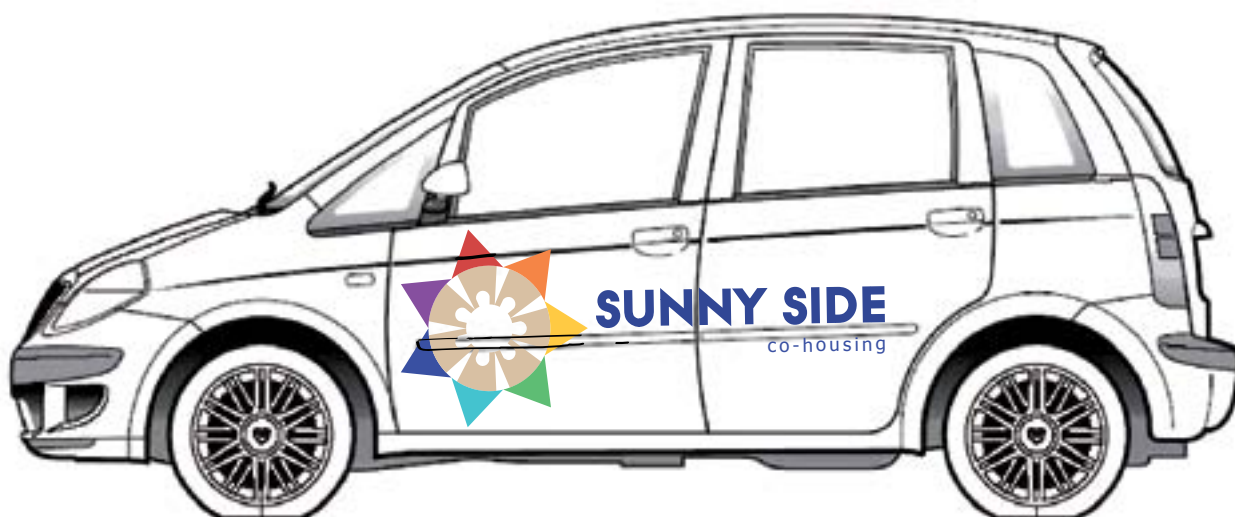
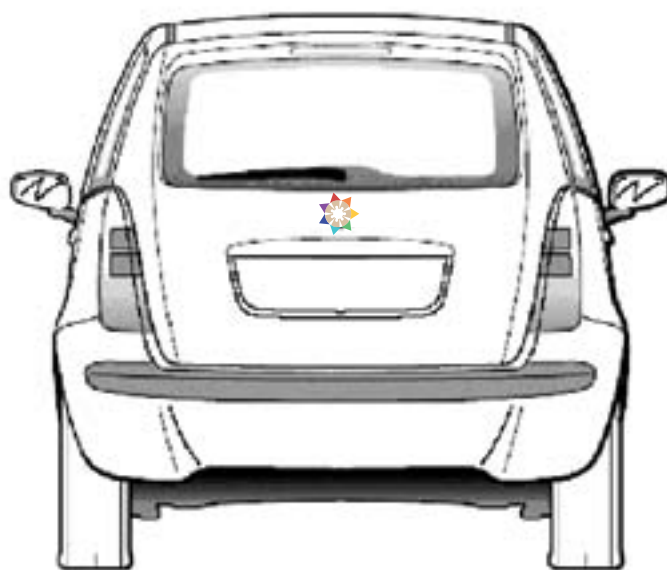
Motorino

I motorini messi a disposizione in forma di carsharing agli inquilini dei co-housing Sunny Side presentano il logo nella sua configurazione a icona sullo scudo frontale in alto a sinistre e su entrambi i lati.



Automobile

Le automobili messe a disposizione in forma di carsharing agli inquilini dei co-housing Sunny Side presentano sulla fiancata il logo nella sua forma completa e la configurazione a icona al centro del retro.



Furgoncino

Il furgoncino, ideale per piccoli traslochi, è caratterizzato dal logo sia in posizione laterale che sul retro, dove si trova nella sua configurazione a icona.



Camion

Il camion, ideale per grandi traslochi, è caratterizzato dal logo disposto lateralmente.

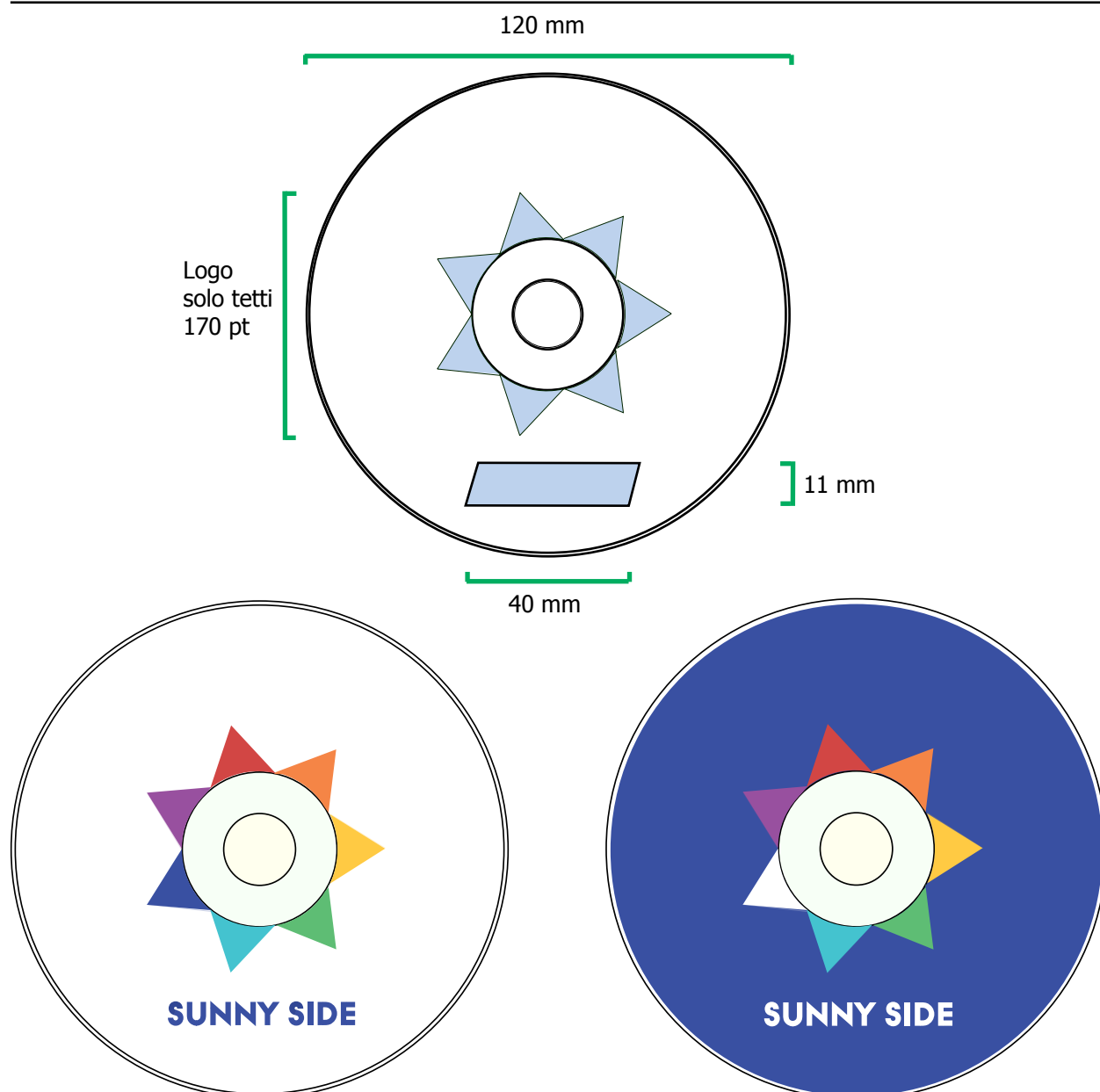


CD - DVD

I CD - DVD possono essere utilizzati per contenere materiale informativo e/o di presentazione riguardo i contenuti e i progetti attivi dell'azienda.

Sono previste due possibili versioni con sfondo rispettivamente bianco o blu istituzionale.

In quest'ultimo caso nel logo utilizzato lo stesso blu istituzionale viene sostituito dal colore bianco.



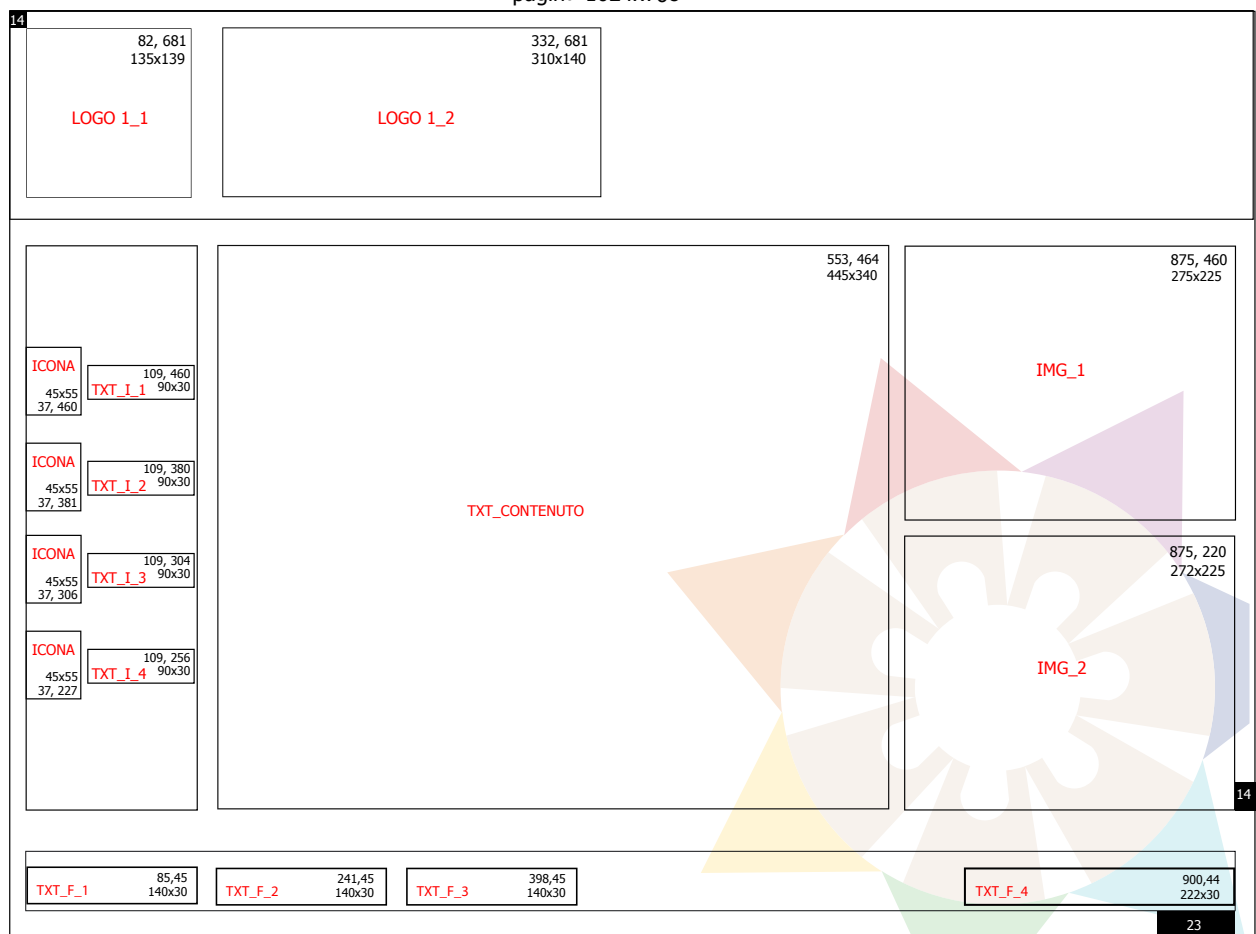
Sito web

La pagina ha una risoluzione minima di 1024x768 px, adattabile tramite CSS a risoluzioni maggiori (con dimensioni espresse in percentuali).

La parte superiore comprende il logo dell'azienda, cliccabile e riconducibile alla home. Il menù a sinistra porta alle varie sezioni del sito e richiama i colori istituzionali del logo. In base alla sezione in cui ci si trova, il pulsante corrispondente resta di colore acceso, mentre gli altri pulsanti vengono rappresentati con una trasparenza pari al

50%. Al centro della pagina è invece lasciato spazio al testo relativo alle informazioni di sezione. In basso il footer riconduce alla mappa del sito, alla policy e mostra informazioni sull'azienda quali la partita iva. Infine sulla destra vendono mostrate due o più immagini esemplificative. Si consiglia di applicare i CSS per impostare box e i font. Utilizzare il font Tahoma, la cui dimensione deve essere impostata nel CSS.

pagina 1024x768





SUNNY SIDE

co-housing



Chi siamo

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit. Praesent ipsum nibh, laoreet et euismod eget, varius et tortor. Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Curabitur urna mauris, vestibulum non malesuada eget, dictum quis enim. Praesent nec nibh dolor, non dapibus libero. Vestibulum consequat quam eget nunc tempor lobortis. Integer lacinia mauris at urna sagittis dapibus. Praesent id urna in purus tincidunt interdum. Nam leo ligula, tempor a hendrerit sit amet, vestibulum vitae mauris. Mauris porta, enim nec aliquet tincidunt, justo felis ultricies urna, id egestas ipsum tellus eu felis. Cras gravida, ligula sed pellentesque ultrices, nisl erat sagittis urna, at sodales sem massa ac nisi. Nullam posuere, felis nec tincidunt ultricies, purus tortor porta mauris, ac eleifend eros sapien et erat. Vestibulum sit amet mauris dui, ultrices venenatis massa. Vivamus id orci neque.

Sed sem diam, cursus sit amet lobortis nec, sodales eget orci. Maecenas dignissim lacus convallis dolor mollis fermentum. Aliquam vel faucibus nunc. Curabitur non nunc a nisl auctor pulvinar. Suspendisse quis nibh nisl. Aenean auctor malesuada cursus. Cum sociis natoque penatibus et magnis dis parturient montes, nascetur ridiculus mus. Ut nec gravida mauris.

Vestibulum ante ipsum primis in faucibus orci luctus et ultrices posuere cubilia Curae; Nam laculis consequat lectus, eget auctor odio accumsan a. Vivamus cursus ligula eu nibh semper ac pulvinar metus volutpat. Curabitur tortor risus, ultrices non rhoncus eget, volutpat dapibus elit. Morbi ac convallis enim. Proin auctor semper augue a venenatis. Sed et mi diam. Suspendisse tempor sagittis metus sed condimentum. Donec malesuada, quam eu dapibus ultrices, nunc libero aliquam odio, ornare tristique lacus leo non enim. Praesent eget ipsum urna, id sodales ante. Donec quis velit velit. Pellentesque



Home

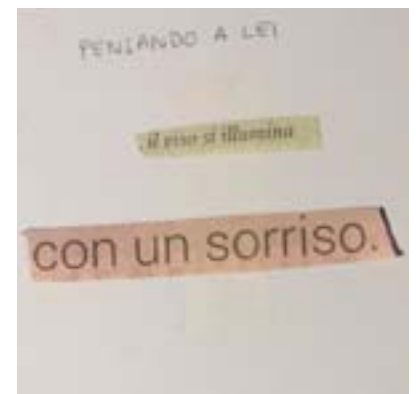
Progetti

Chi siamo

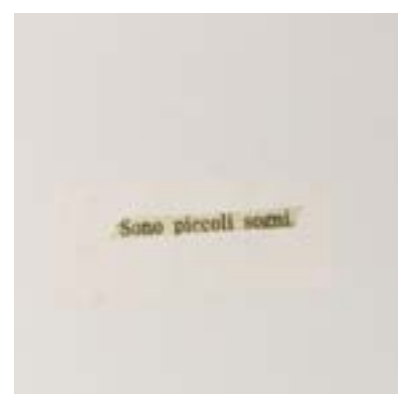
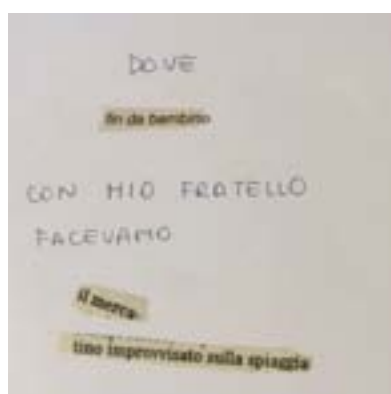
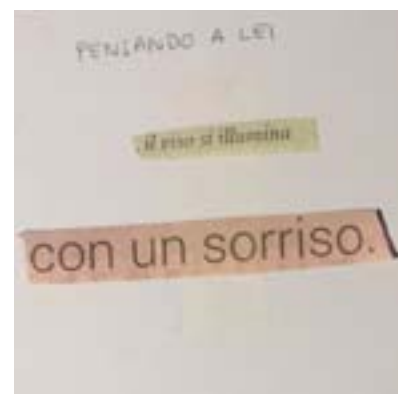
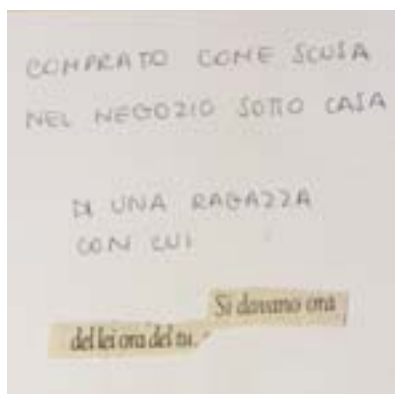
Contatti

Fase 1 - prima e dopo

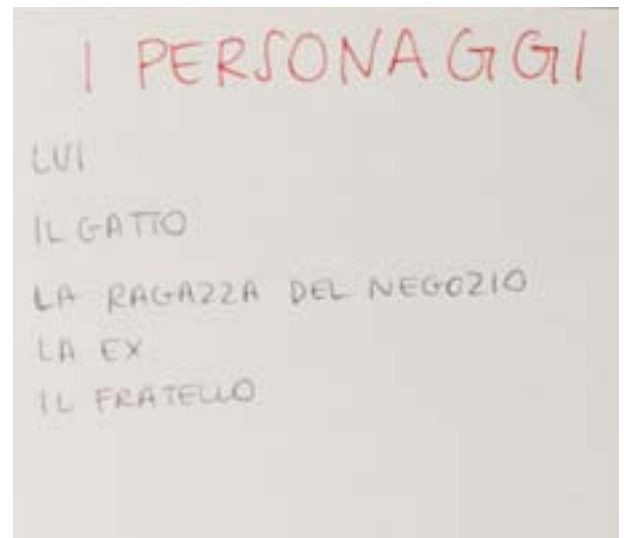
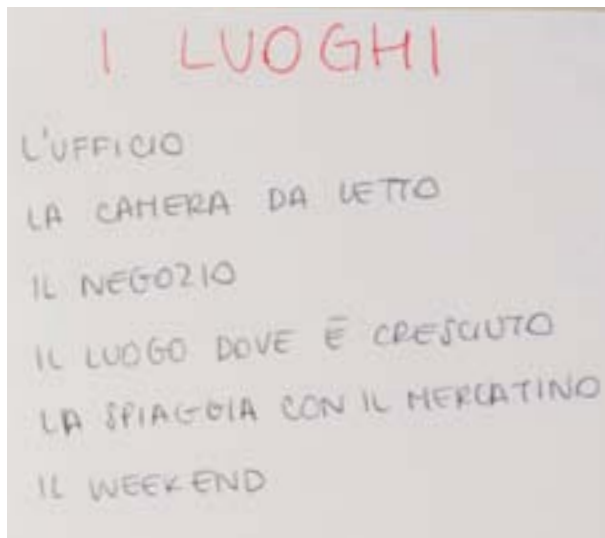
Per la campagna pubblicitaria
abbiamo scelto di utilizzare il
metodo del "narrative design".



Fase 2 - dettagli



Fase 3 - personaggi e luoghi



Fase 4 - narrative journey map

Richiamo all'avventura

Il nostro personaggio si sente solo, sente il bisogno di compagnia e non riesce a trovare una dimensione sociale adatta a sé. È giovane e vive da solo e il rapporto con gli amici non basta a colmare il suo bisogno di compagnia nella quotidianità.
È un ragazzo timido, non soddisfatto del suo stile di vita.
Non si trova bene nella società individualista. Si sente a disagio in un contesto in cui i vicini di casa a malapena si salutano e in cui ognuno sembra essere chiuso nel suo mondo e pensa solo a se stesso.

La caduta nel mondo parallelo

Sente i vicini della casa affianco che cenano insieme, ridendo, scherzando e aiutandosi, come una grande famiglia che si vuole bene.
Sogna anche lui un giorno di unirsi ai suoi vicini.

Prove e fallimenti

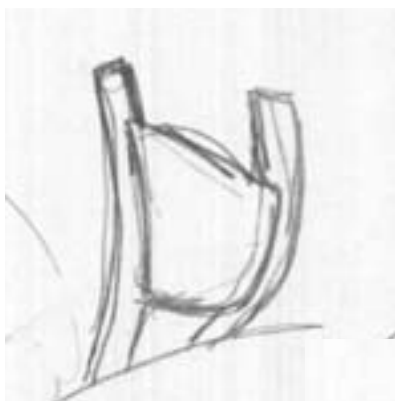
Ogni tanto la sera prova ad andare a bussare alla loro porta per chiedere di cenare insieme ma, causa la sua timidezza, non trova mai il coraggio per farlo e torna a casa scoraggiato.

Prova suprema

Una sera trova la porta socchiusa che gli permette di sbirciare l'interno, vedendo una tavola apparecchiata e tante facce amichevoli e allegre, trova il coraggio di bussare e presentarsi come il vicino, viene accolto a braccia aperte.

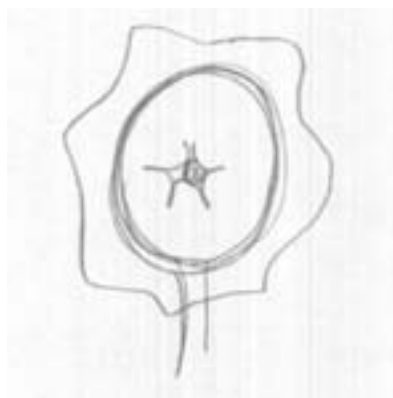
Fase 5 - costruzione del fotogramma: sviluppo della personalità delle sedie

Per conferire più dinamicità e personalità alle sedie, che incuriosite si voltano verso il nuovo arrivato, abbiamo studiato come esse si possono inclinare e girarsi, in modo da mantenerne la struttura e allo stesso tempo conferirgli un tipo movimento umano.



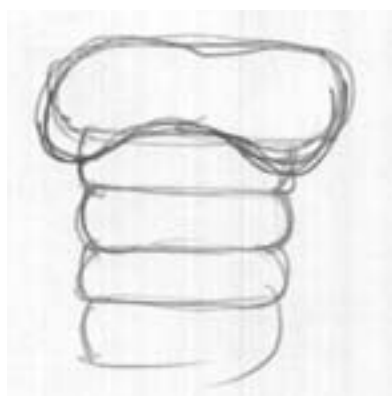
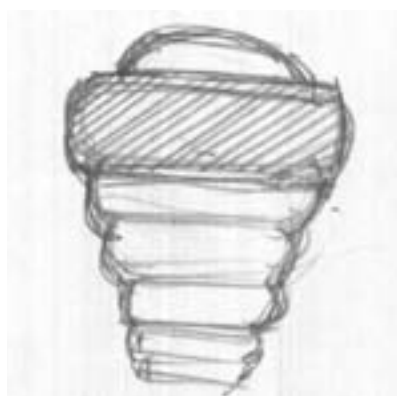
Fase 5 - costruzione del fotogramma: sviluppo della personalità delle sedie

Schizzi delle sedie con personalità femminile.



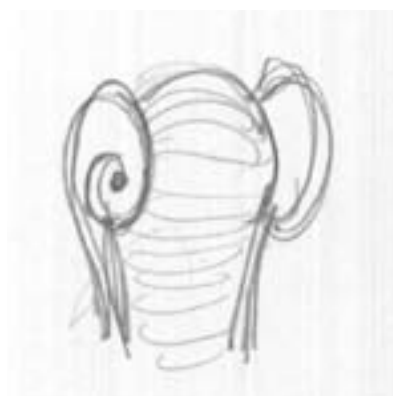
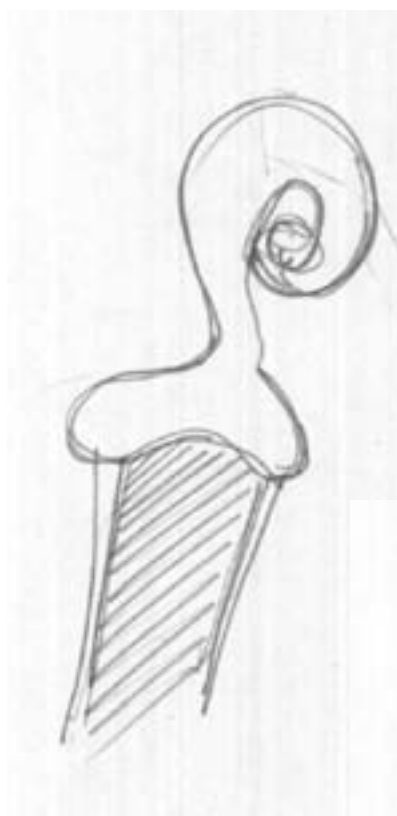
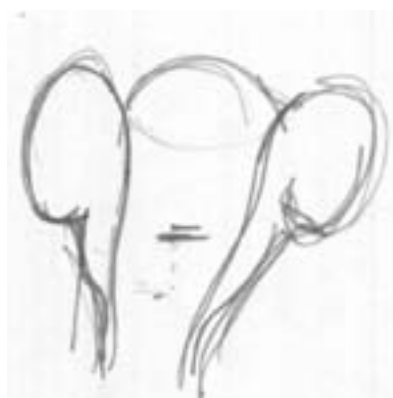
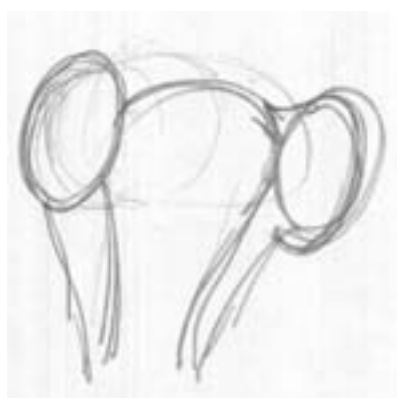
Fase 5 - costruzione del fotogramma: sviluppo della personalità delle sedie

Studio e sviluppo di una delle sedie.



Fase 5 - costruzione del fotogramma: sviluppo della personalità delle sedie

Studio e sviluppo della sedia col ricciolo.



Fase 6 - scelta del fotogramma finale



Formato 6x3



Formato 6x6



Cabina telefonica





Tram Carrelli



Autobus 120x70





Digital Metro



Mupi



Metropolitana



Aeroporto



Pensilina Foster innovative

La pensilina si illumina grazie ad un sensore al passaggio delle persone.

Il logo è stato volutamente fatto ruotare per fare in modo che la casetta con il tetto giallo punti al logotipo blu al fine di preservare la dinamicità della composizione.



Monitor LCD

È stato realizzato anche un video di 5 secondi a 25 fps da visualizzare su supporto verticale con rapporto di forma 9:16 e risoluzione Full HD 1080 x 1920, di seguito trovate lo storyboard.



1
Inizio: sfondo nero, alcune casette in grigio disposte casualmente e prospetticamente nella metà superiore dello schermo.



4
Il logo viene scalato finché non esce dallo schermo. Mentre sta uscendo entra traslando da sinistra la scritta "SUNNY SIDE" in bianco, mentre da destra appare la scritta "co-housing" in bianco.



2
7 casette si muovono verso la metà superiore. Esse subiscono una progressiva scalatura, rotazione, traslazione e incremento della saturazione fino a creare il logo.



5
Le due scritte si fermano quando sono centrate a metà schermo.



3
Le 7 casette formano il logo.



6
Intorno alle scritte appaiono gradatamente diversi loghi di varie dimensioni e gradi di opacità. Appaiono prima quelli più grandi e poi quelli più piccoli.

L'edificio

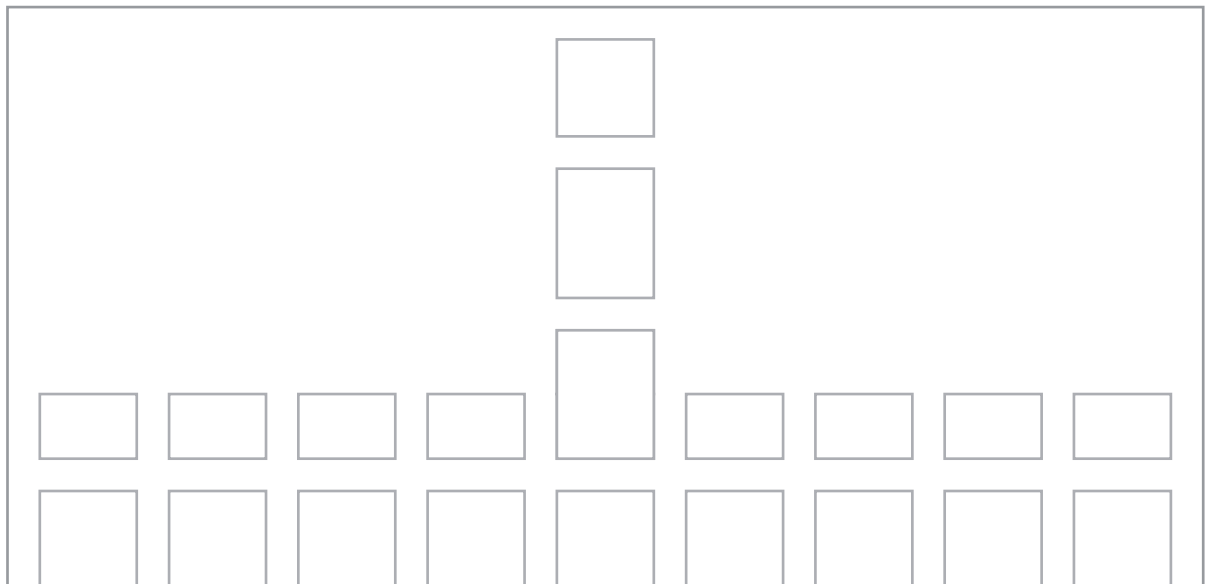
La proiezione viene eseguita sulla facciata dell'edificio "Galerie der Gegenwart" (Galleria dell'Arte Contemporanea) di Amburgo, opera dell'architetto tedesco O. M. Ungers del 1995.

Ungers è un architetto noto per il suo stile razionalista e per il suo uso delle forme cubiche.

La facciata è molto geometrica e semplice, e si basa sulla ripetizione di un unico modulo, il quadrato. Finestre e porte, ad esempio, sono suddivise in quadrati (3x3 per le porte, 2x3, 3x3 o 3x4 per le finestre) e le

colonne che le dividono sono larghe un modulo.

L'altezza della facciata misura 9 moduli mentre la base ne misura 37, dunque uno in più del doppio dell'altezza, per conferire simmetria all'edificio.



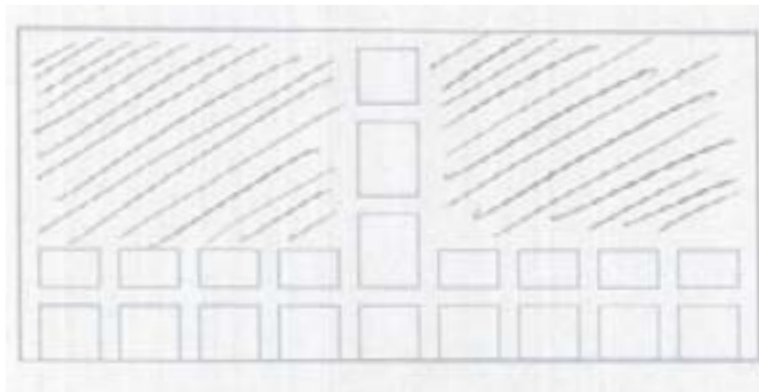
Storyboard

La proiezione ha una durata di 1 minuto e 54 secondi.

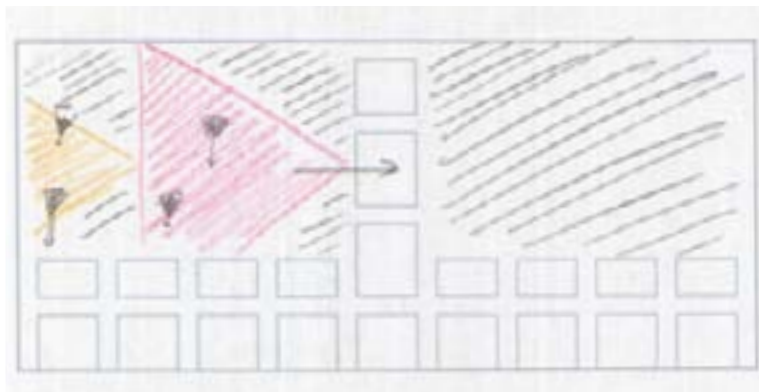
Essa si svolge la sera o comunque con l'assenza della luce solare.

La musica è tratta dal brano "Le Cultivateur" del gruppo Amg Wuro.

La proiezione si articola sostanzialmente in 3 fasi in modo da creare un crescendo di dinamicità e complessità, seguite dalla musica che cresce dal punto di vista ritmico e del numero di strumenti presenti.

PARTE I (0 - 0:32)

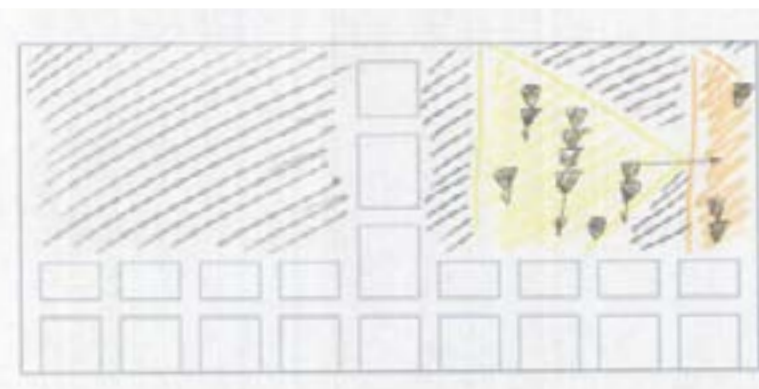
Inizio: tutto nero

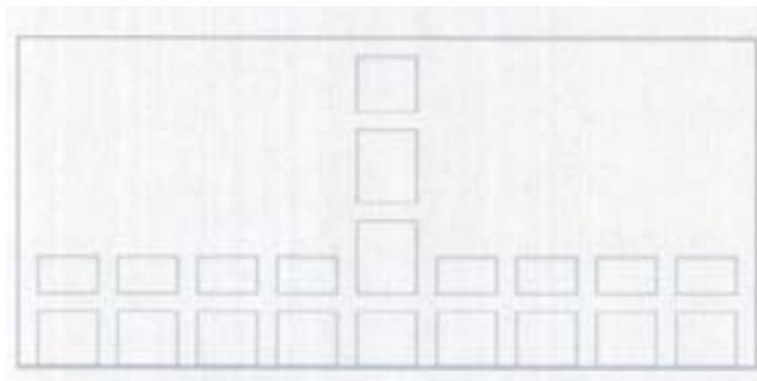


Sfondo nero.

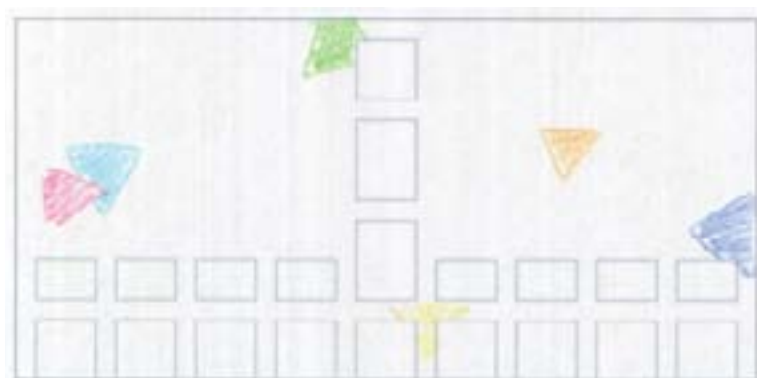
4 triangoli grandi colorati: passano lentamente (viola, rosso, arancione, giallo).

Triangoli piccoli neri: scendono singoli o a gruppi, con varie velocità (prima pochi, poi sempre di più).



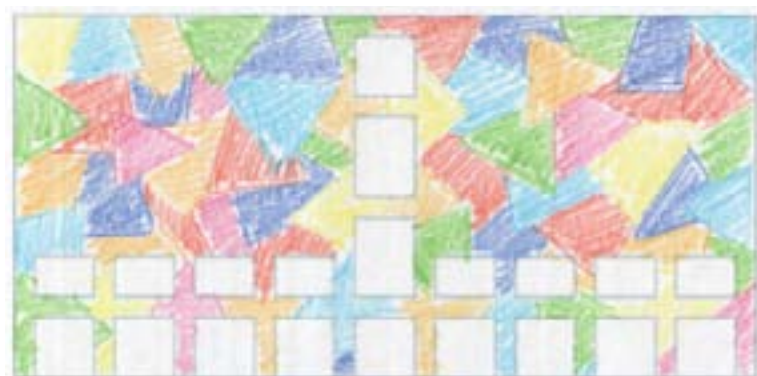


Quando tutti i triangoli sono passati e torna tutto nero, progressivo schiarimento.



PARTE II (0:32 - 1:04)

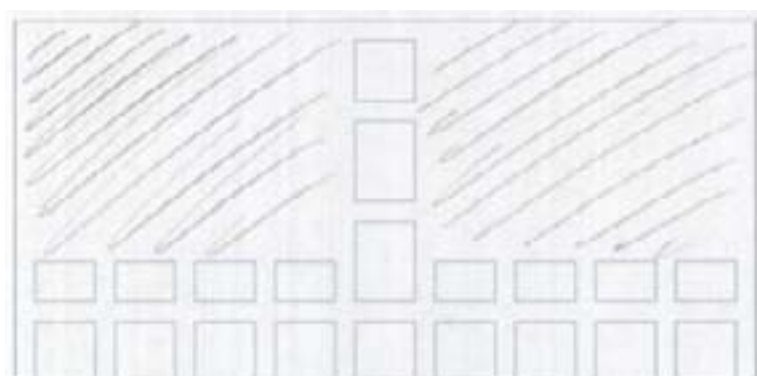
Appaiono dei triangoli colorati in modo casuale (7 colori istituzionali, varie inclinazioni).
bordi non netti (come pezze di stoffa).



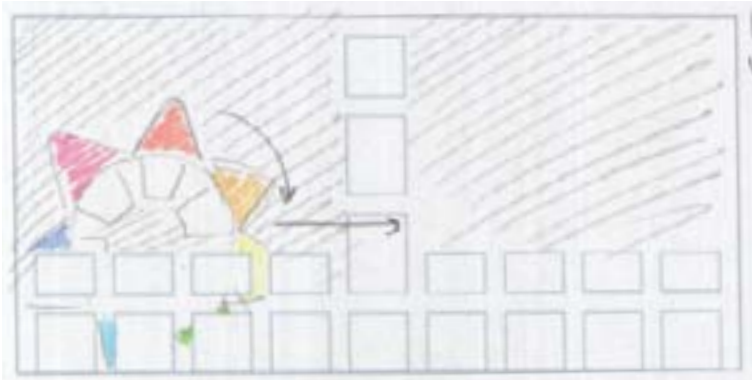
... finchè ricoprono tutto.
Poi cambiano colore tutti insieme.



Dall'angolo in alto a destra scompaiono lasciando nero.

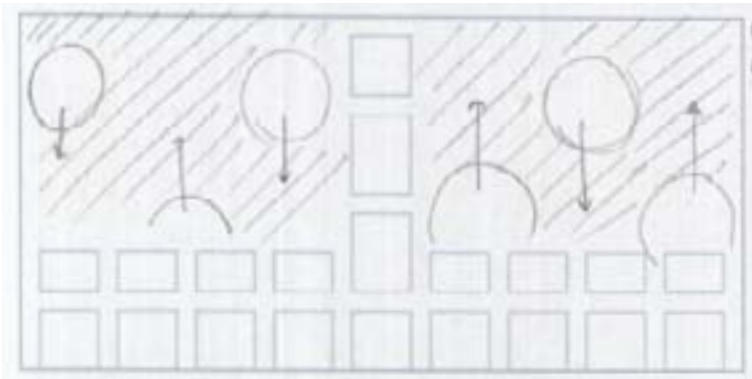


La facciata torna completamente nera.

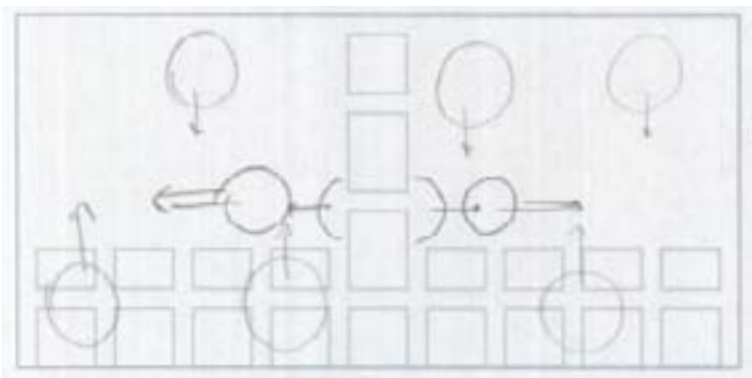


PARTE III (1:02 - 1:54)

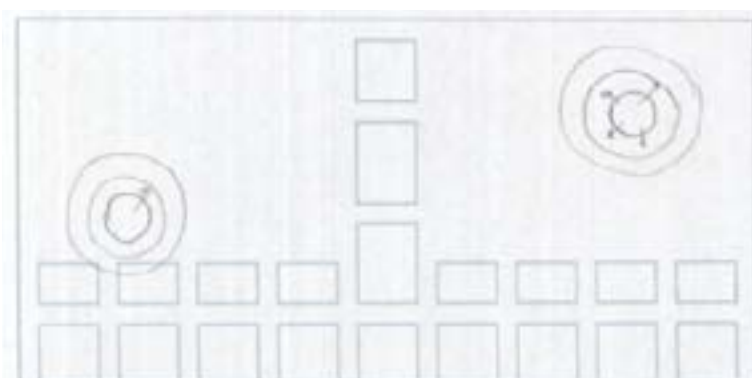
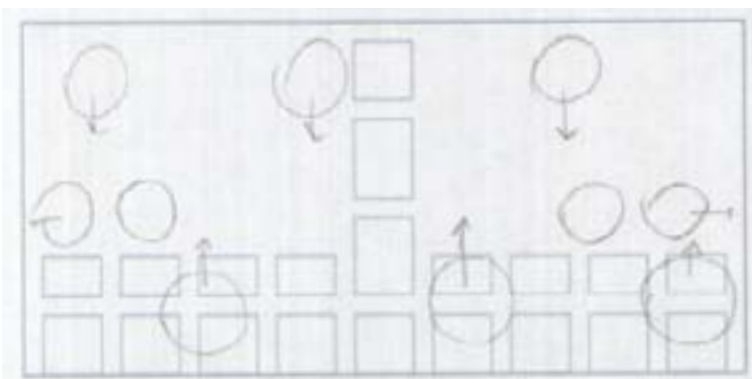
Logo grande rotola verso destra.



Quando passa è come se aprisse un sipario.
6 loghi piccoli vanno su e giù alternati.



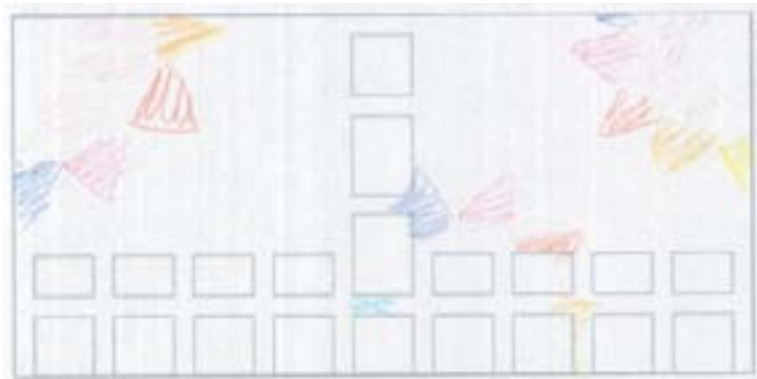
Appena il logo grande ha finito di rotolare ed è uscito, nascono dei loghi piccoli dalle finestre centrali e rotolano a destra e sinistra simmetricamente. 8 loghi per parte.



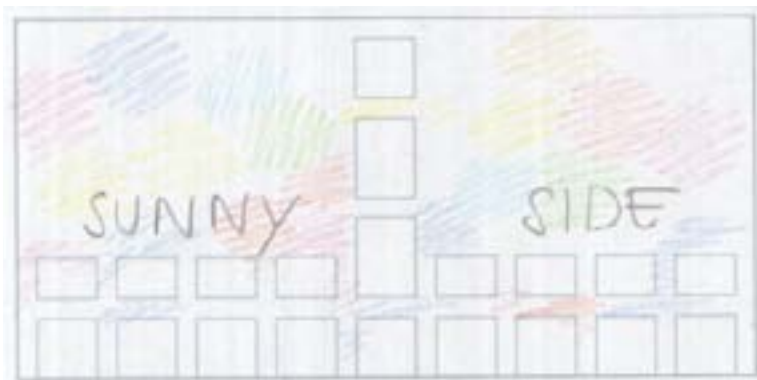
Loghi si ingrandiscono e si rimpiccioliscono (trasparente > opaco alla massima grandezza > trasparente), come fuochi d'artificio.



Intanto ne nasce uno in centro-basso. La sua dimensione aumenta finchè esce.



Appaiono gradatamente vari loghi con dimensioni e ipacità diverse.



Appare SUNNY SIDE in nero.