



ImprontaZen

P R I N T T O I M P R E S S

Indice

- 0. **Introduzione**
- 1. **Identità**
 - Archetipi
 - Naming
 - Logotipo e marchio
 - Payoff
 - CBC
- 2. **Elementi visivi**
 - Palette
 - Font
 - Impaginato
 - Moodboard
- 3. **Tono di Voce**
- 4. **Media**





Introduzione

ImprontaZen offre un servizio trasparente per il cliente e per l'ambiente con soluzioni di stampa, grafica e assistenza, certificate Canon.

Guidata da valori profondamente umani e green, l'azienda si impegna a creare un equilibrio tra tecnologia all'avanguardia e rispetto per l'ambiente, permettendo ai propri clienti di lavorare con consapevolezza e responsabilità.

ImprontaZen crede in un modo di lavorare più smart e sostenibile, dove tecnologia e rispetto per l'ambiente vanno di pari passo.

Identità



Archetipi

INTRODUZIONE

Secondo Jung gli archetipi sono **12 figure ancestrali** e universali, impresse nella mente di ognuno di noi e collegabili a 4 fondamentali motivazioni umane: stabilità, indipendenza, cambiamento e appartenenza. **I brand**, così come le persone, **possono essere identificati in più archetipi**, così da poter definire **l'identità aziendale** in maniera efficace, chiara e unica.

ARCHETIPI



PAGINA 05

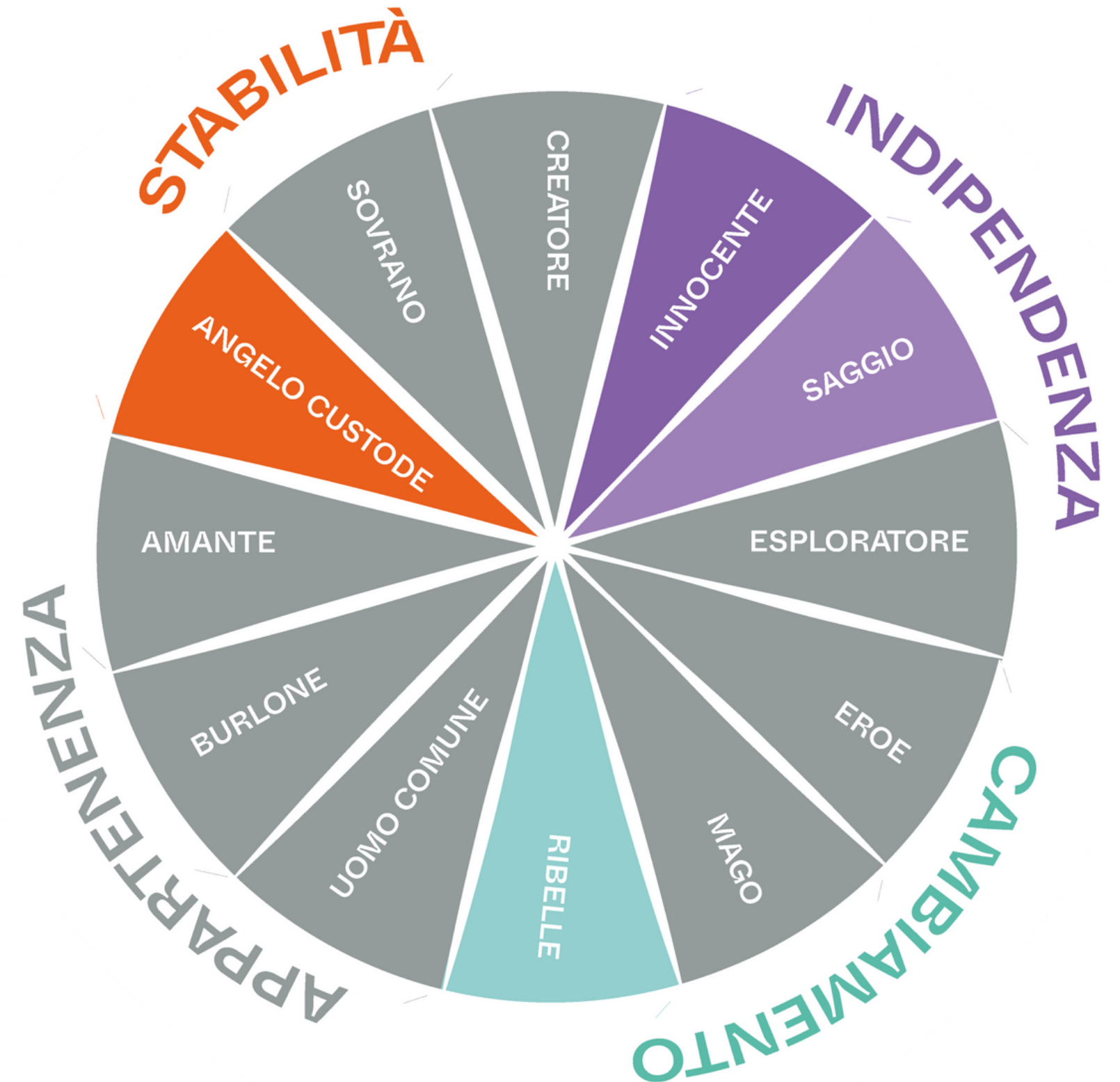


Archetipi

ARCHETIPI DI IMPRONTA ZEN

ImprontaZen si collega prevalentemente alle **aree dell'indipendenza** con il Saggio e della **stabilità** con l'Angelo custode. Ciò significa che è un brand molto solido ed è un **punto di riferimento** per i propri clienti. L'archetipo minore del Ribelle svecchia il brand rendendolo **innovativo rispetto al settore**, mentre l'Innocente lo rende ancora più autonomo, ma con una **nota sognante ed utopica**.

ARCHETIPI



PAGINA 06



SAGGIO

In qualità di saggio, l'azienda è ricca di competenze, ha una conoscenza profonda del settore e **sa come muoversi nel territorio**. Il saggio si esprime visivamente e concettualmente attraverso un **uso metodico della tecnologia**, mentre utilizza un tono di voce esperto, competente.

ANGELO CUSTODE

In qualità di angelo custode, l'azienda ha un **approccio umano** non solo verso il cliente ma anche verso il Pianeta. **Si prende cura delle persone**, anche dei suoi dipendenti, e grazie alla sua attitudine protettiva tende a prendersi la responsabilità di ogni problema, fornendo soluzioni. A livello visivo l'angelo custode **comunica** in maniera **semplice e diretta**, pulita, senza fronzoli, e anche il tono di voce è loquace ma asciutto, senza giri di parole che renderebbero il tutto meno chiaro.



Archetipi minori

INNOCENTE

L'innocente vuole un mondo migliore, vuole fare del bene e **amplifica il lato di ingenuità dell'angelo custode** facendolo volare un pochino più in alto e rendendolo un po' più utopico. È un archetipo che vuole avere un **impatto positivo nel mondo** e riflette molto bene l'anima di Canon.

RIBELLE

Il ribelle va contro il “si è sempre fatto così” che in alcuni settori diventa uno stigma mortale rendendo l'azienda troppo statica e monolitica.

Questo archetipo invece porta **movimento, dinamicità, alleggerisce il TOV esperto e inclusivo** rendendolo un po' più frizzante, a lievi tratti provocatorio.

Anche a livello visivo il ribelle porta nuovi orizzonti, **palette e font poco usati nel settore**, ma che grazie ai primi due archetipi, vengono contestualizzati bene.



INTRODUZIONE

Un buon naming è un connubio strategico di archetipi, scelta del target e obiettivi di comunicazione. Spesso non è possibile toccare tutti i punti desiderati con una sola parola, per questo motivo si aggiunge anche il payoff: un piccolo slogan che completa il concetto da raccontare.

AREE DA COMUNICARE

- **Archetipo del saggio**

Consapevolezze, valori, esperienza

- **Archetipo dell'angelo custode**

Connessioni, umanità, empatia

- **Legame con Canon**

Per valori o per assonanza

- **Ecosostenibilità**

- **Legame col territorio**

Torino e l'Italia

Naming

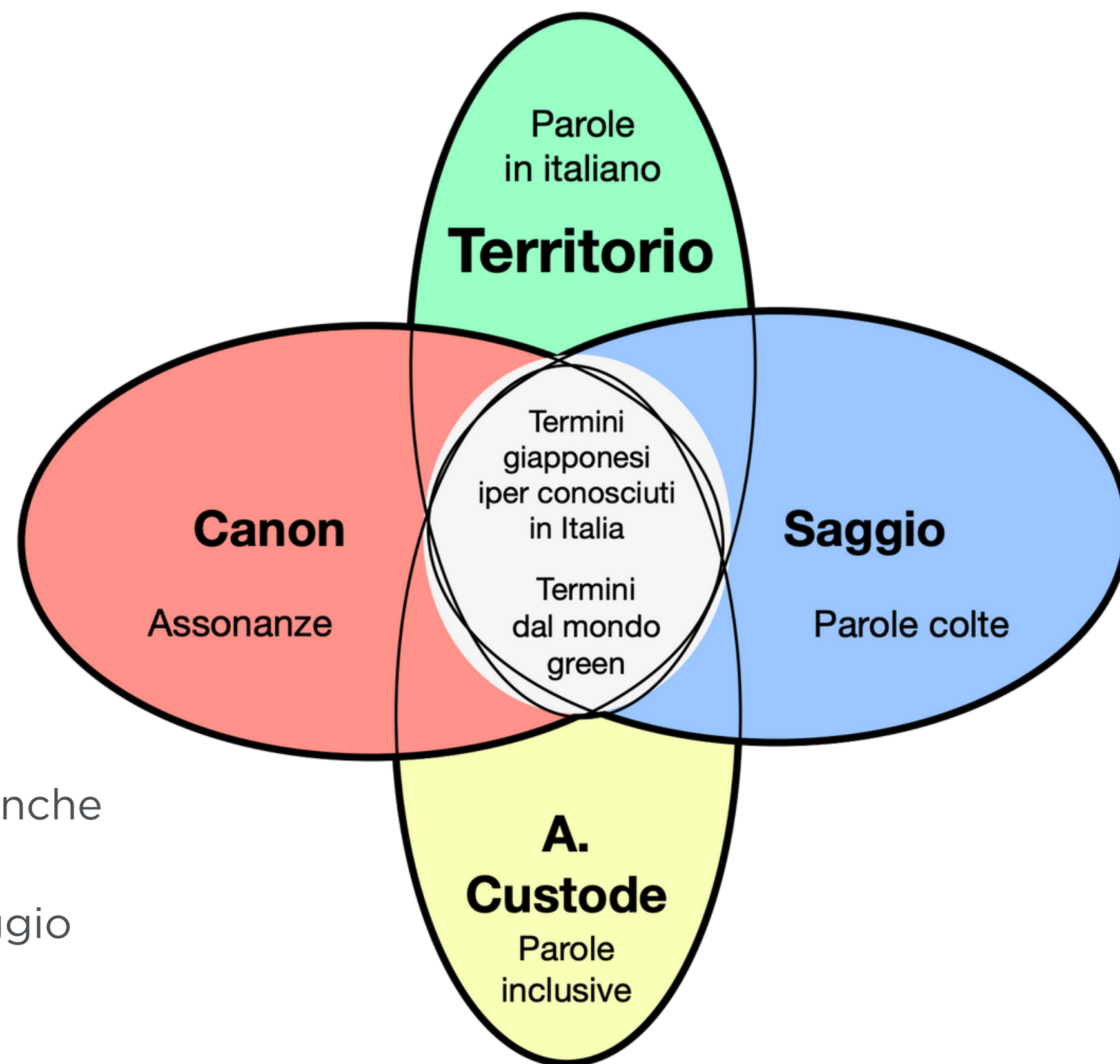
Zen

Termine che riprende la saggezza giapponese, l'equilibrio e la stabilità a cui mira qualsiasi monaco buddhista. Un equilibrio che si applica non solo a se stessi, ma anche verso gli altri e verso la natura, rispettandola e prendendosene cura.

Impronta

Termine che deriva dalla stampa, dall'imprinting ma anche dal mondo green "l'impronta ecologica".

Un'impronta è qualcosa che lascia il segno del passaggio degli umani, è la nostra orma, ciò che ci distingue.



The Canon logo is displayed in white on a solid red rectangular background. The word "Canon" is written in its characteristic sans-serif typeface, with a distinctive slanted 'C' and a stylized 'o'.The ImprontaZen logo features the word "ImprontaZen" in a dark grey, clean sans-serif font. A small red circular icon, resembling a stylized fingerprint or a spiral, is positioned between the 'r' and 'o' of "Impronta".The word "Logotipo" is written in a bold, dark grey sans-serif font. To its left is a large, light grey circular graphic with concentric, slightly irregular lines, giving it a hand-drawn or fingerprint-like appearance.

Il font di ImprontaZen è un font bastoni semplice e pulito che riprende il taglio delle lettere di Canon, pur mantenendo una propria personalità.



Marchio

Il marchio racchiude in una forma grafica sia il cerchio zen, sia l'icona dell'impronta. Le linee sono volutamente indefinite come se fossero tracciate da un pennello per raccontare **l'umanità del brand**. È studiato per mantenere la leggibilità anche in un formato molto piccolo, grazie allo spessore delle linee.

ImprontaZen

PRINT TO IMPRESS

Payoff

Il marchio racchiude in una forma grafica sia il cerchio zen, sia l'icona dell'impronta. Le linee sono volutamente indefinite come se fossero tracciate da un pennello per raccontare **l'umanità del brand**. È studiato per mantenere la leggibilità anche in un formato molto piccolo, grazie allo spessore delle linee.

ImprontaZen

PRINT TO IMPRESS





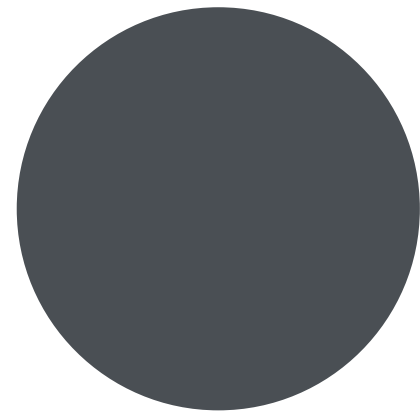
ImprontaZen è partner ufficiale Canon. Il marchio CBC viene utilizzato quando possibile da solo, mentre in formati cartacei viene affiancato al marchio ImprontaZen.



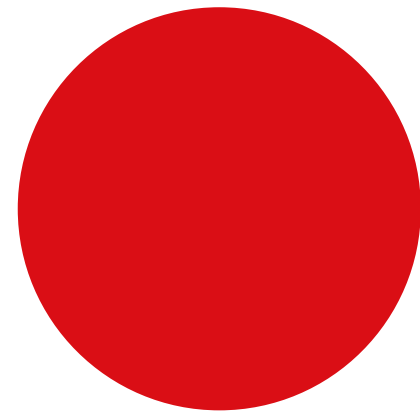
ImprontaZen è partner ufficiale Canon. Il marchio CBC viene utilizzato quando possibile da solo, mentre in formati cartacei viene affiancato al marchio ImprontaZen.

Elementi visivi

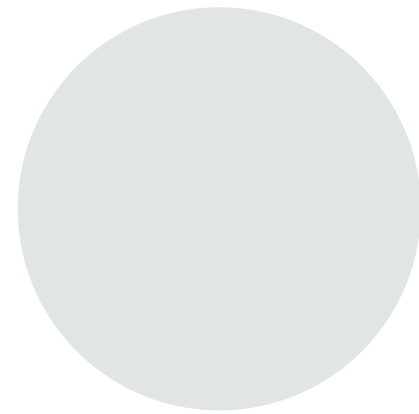
Palette colori



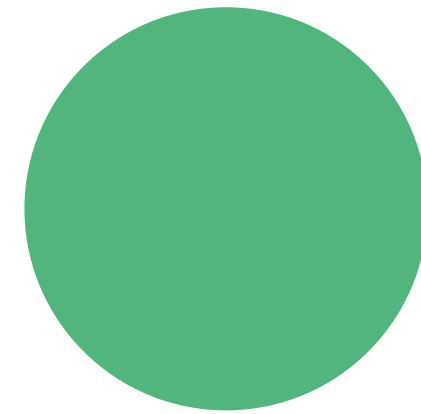
4A4F5A



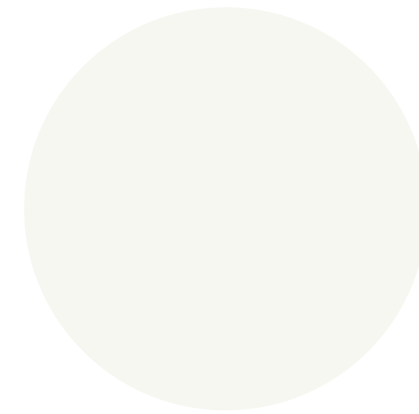
DA0E15



E2E5E5



51B57D



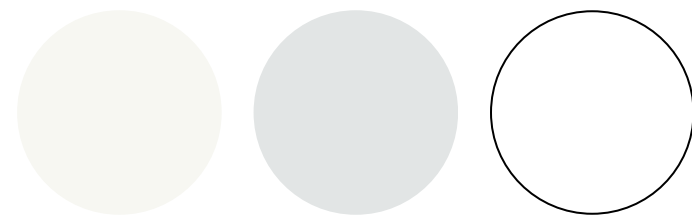
F7F7F2

La palette è stata studiata a partire dai colori di Canon, inserendo tra questi il verde che si collega alla sostenibilità ambientale e un bianco polvere che riflette l'anima zen dell'azienda.

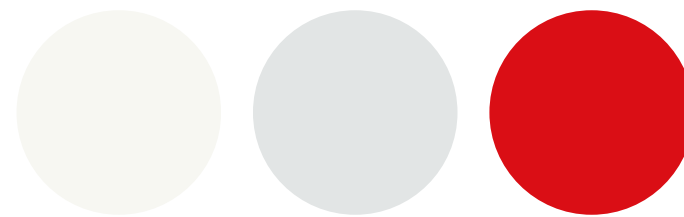
Testi



Sfondi



Sfondi speciali



Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation

Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation

Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation

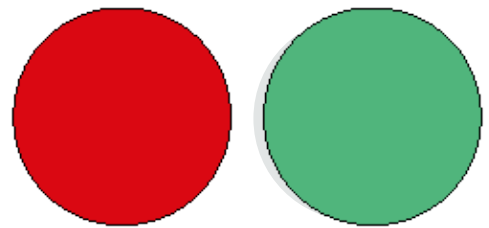
Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation

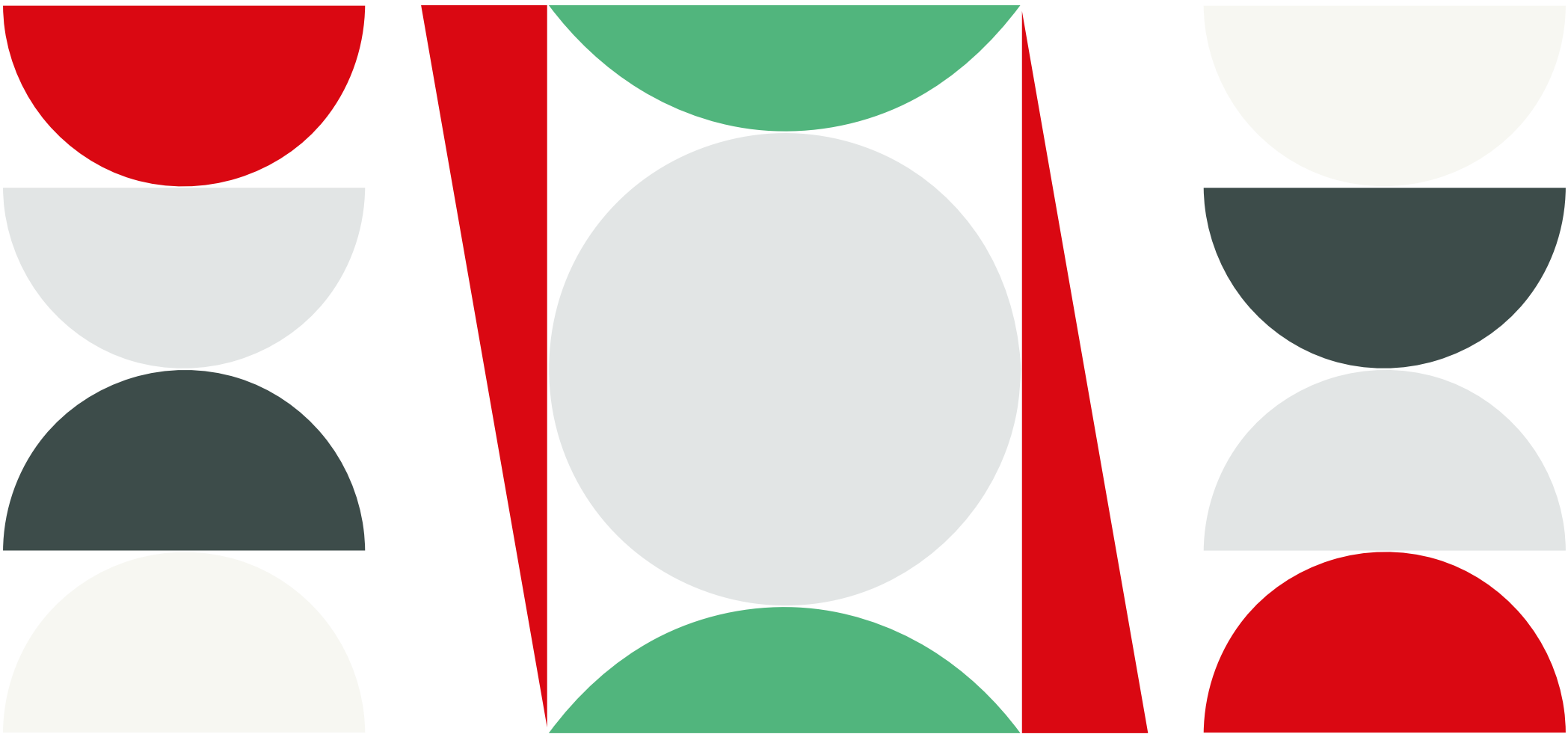
Lorem ipsum

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation

Elementi speciali



Illustrazioni



ImprontaZen
PRINT TO IMPRESS

ImprontaZen
PRINT TO IMPRESS

ImprontaZen
PRINT TO IMPRESS

Rapporto naming

Questi sono gli unici sfondi
permessi quando vi è l'utilizzo
di logotipo e payoff.



Il font utilizzato per il naming viene usato soltanto in quel contesto. In tutti gli altri casi, payoff compreso, si opta per il Gotham, font istituzionale di Canon.

Naming

Reem Kufi

Payoff e copy

Gotham

Rapporto

Title Bold

Body copy regular

La stampa che lascia il segno

Soluzioni di stampa sostenibili e flessibili, con l'affidabilità Canon e un servizio sempre su misura per il cliente.



Lascia la tua impronta

Offriamo un servizio trasparente per il cliente e per l'ambiente con soluzioni di stampa, grafica e assistenza, certificate Canon.

IMPAGINATO

Impaginato

Si predilige l'impaginato centrato dei testi e delle immagini. Per interrompere la narrazione visiva si può optare per i copy a bandiera a sinistra.

PAGINA 25

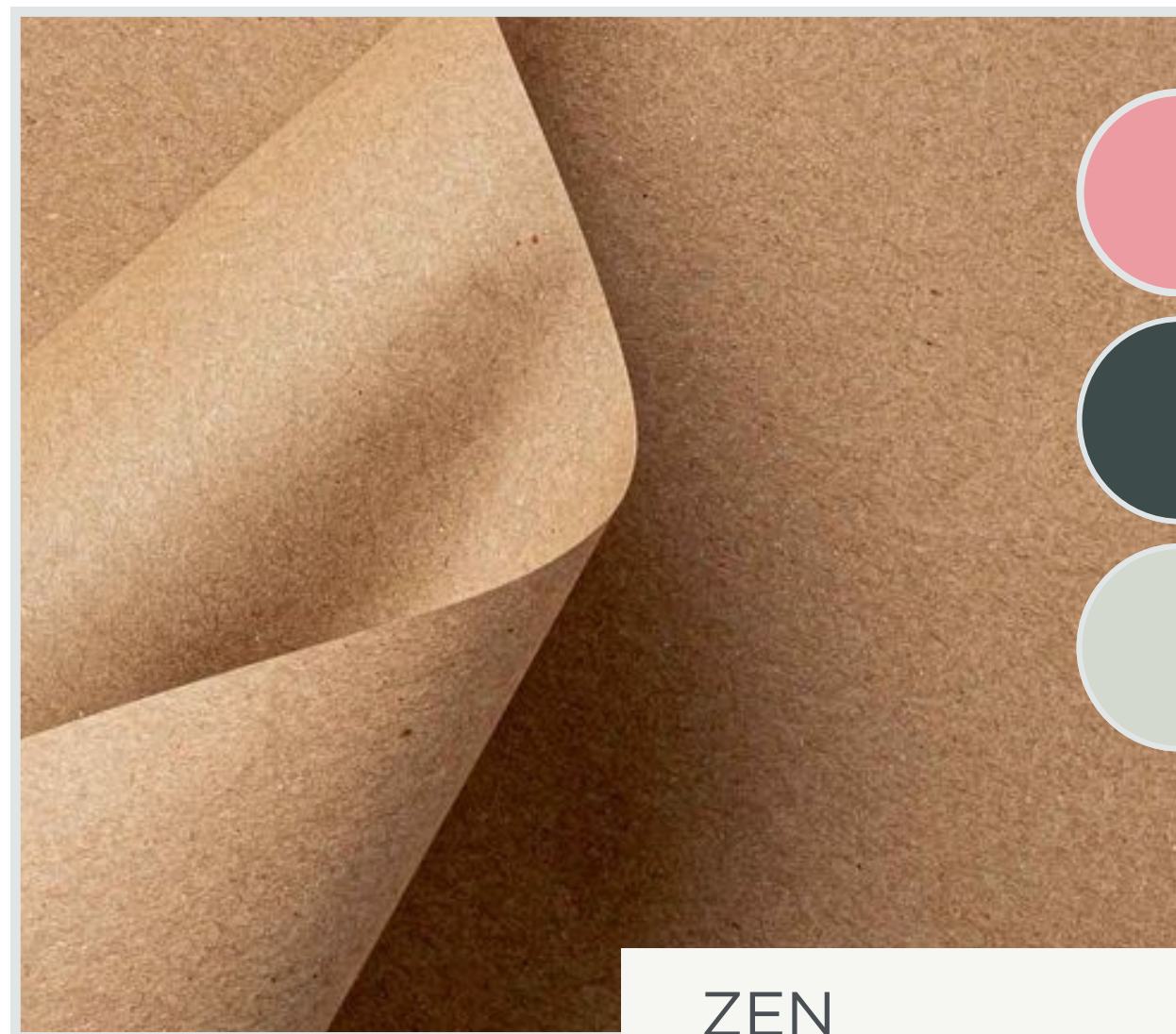


Le immagini cercano di essere sempre valoriali, a parte quando si parla specificatamente di un prodotto Canon. Piuttosto che raffigurare la persona per intero, si prediligono cut out e zoom in di parti del corpo quali per esempio mani e occhi.

Soggetti:

Sì: Natura rigogliosa, alberi, cascate, ruscelli, colori vivi e accesi. Giardini zen, acqua calma, mood positivo e rilassante.

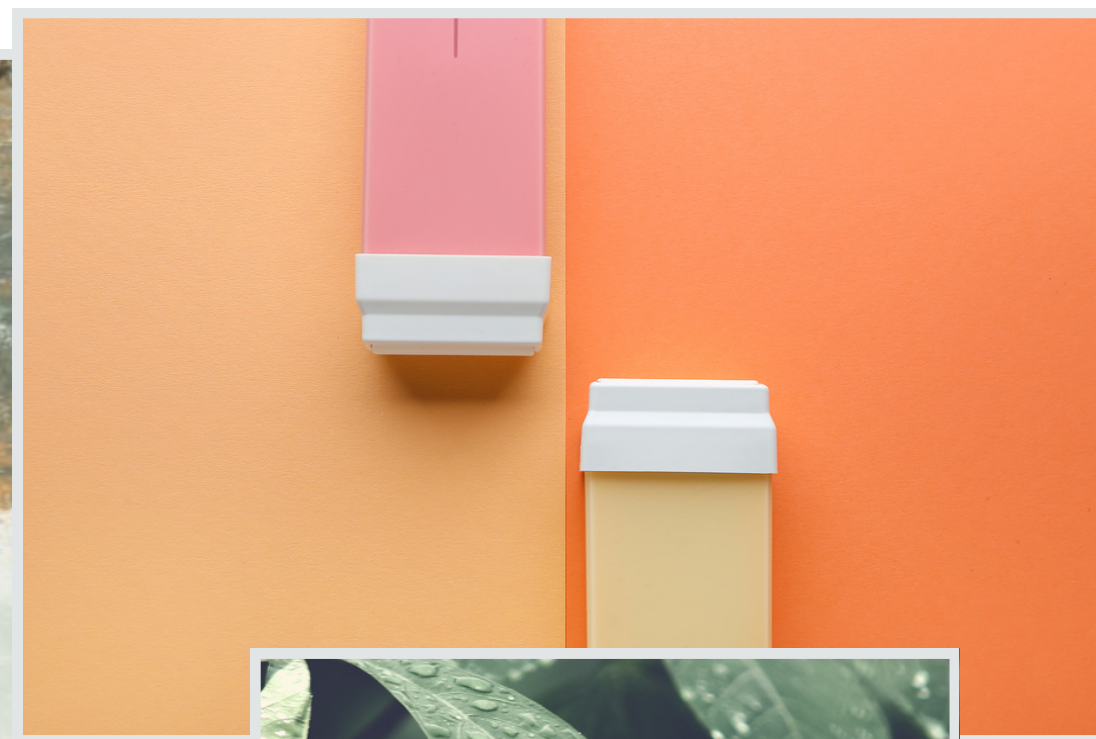
No: Ambienti urbani, colori spenti, paesaggio invernale, attori in pose poco naturali e dai lineamenti non mediterranei.

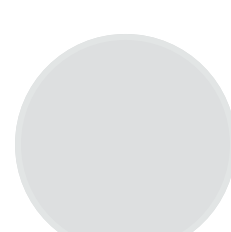
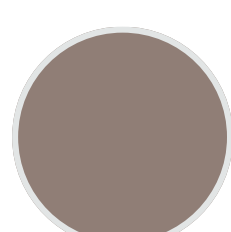
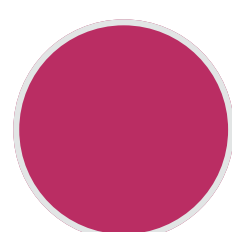
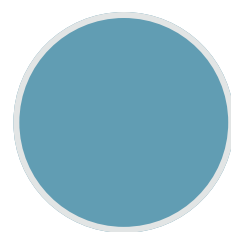
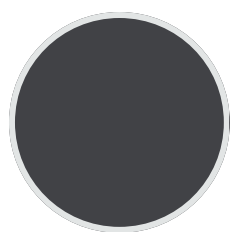


ZEN

NATURA

COLORE

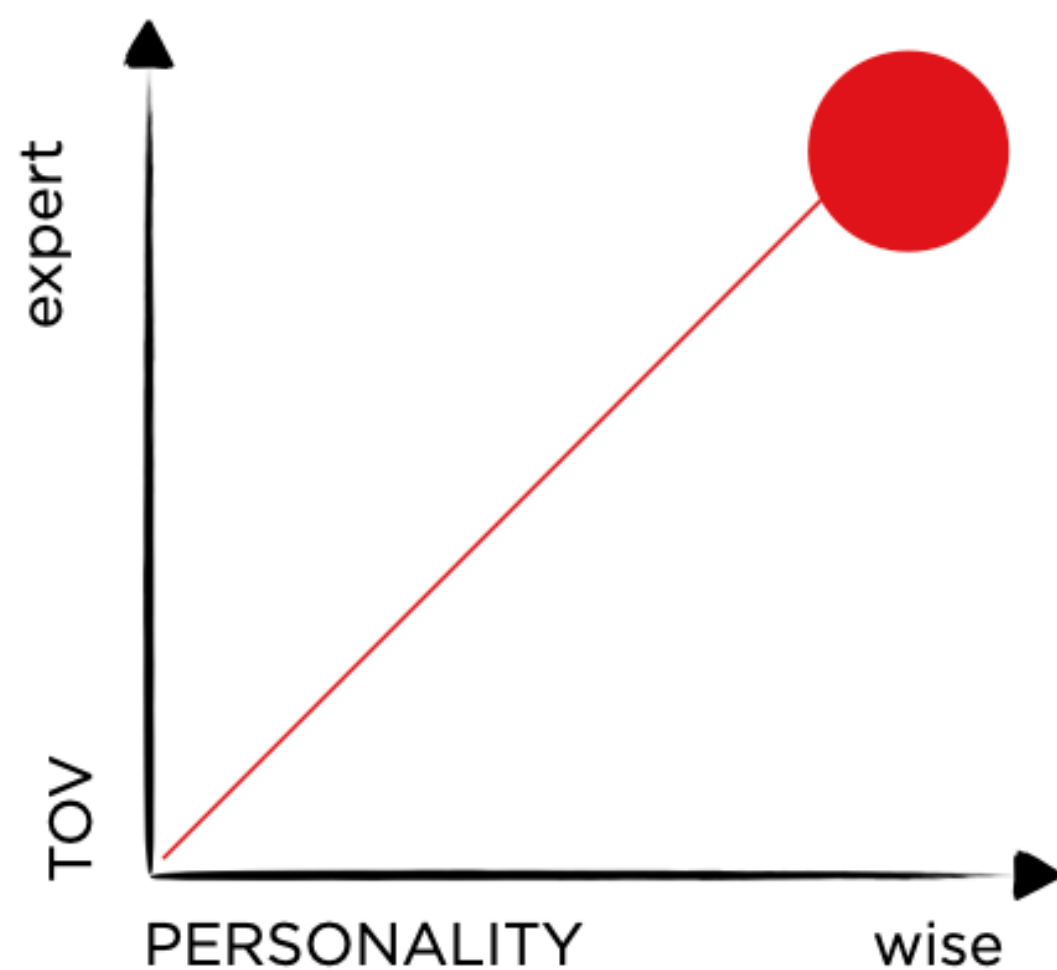




MOODBOARD

PAGINA 28

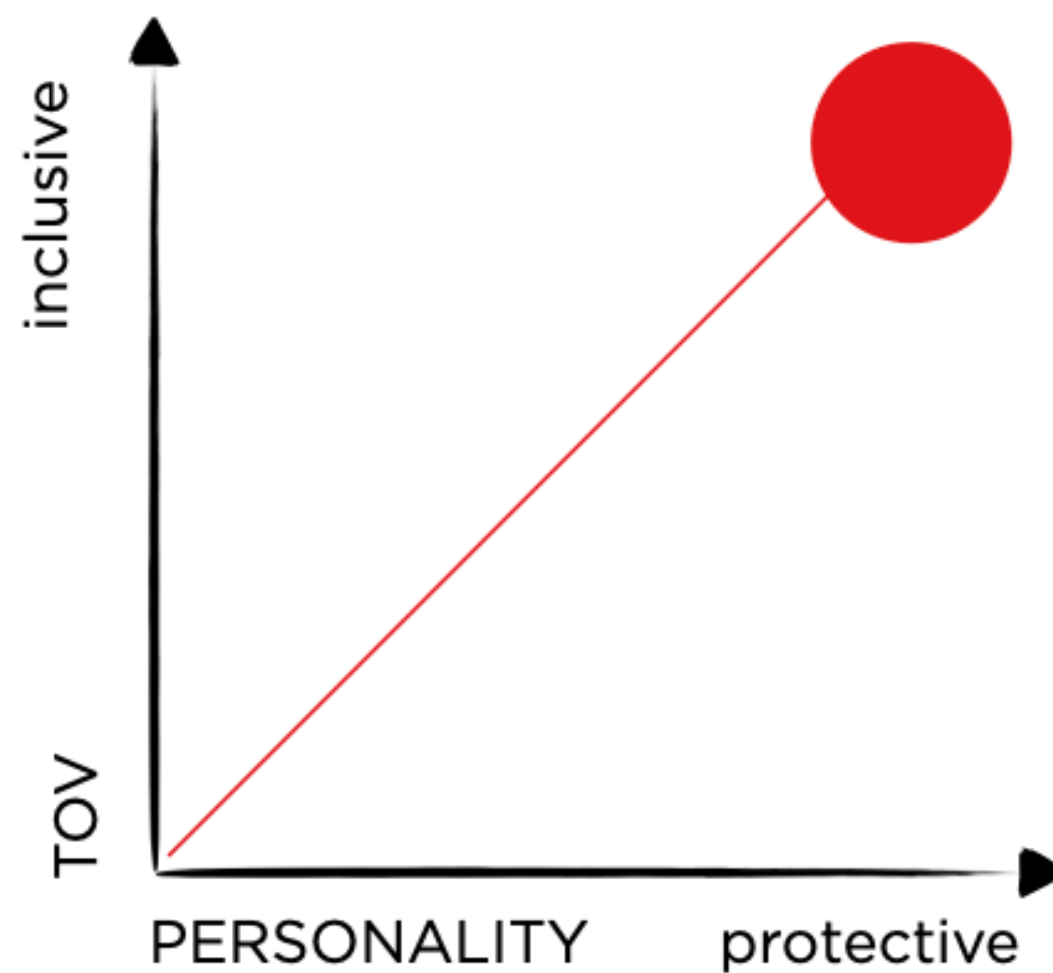
Tono di Voce



Dalla figura del saggio

L'azienda conosce ogni aspetto del settore e per questo si appoggia a Canon, leader mondiale con una storia da insegnare.

Il tono di voce che ne deriva è un linguaggio tecnico, esperto, che tuttavia se non viene smorzato, rischia di essere per pochi e troppo professionale (poco comprensibile come la ricetta di un medico).



Dalla figura dell'angelo custode

L'angelo custode smorza il linguaggio tecnico del saggio rendendolo estremamente inclusivo. Infatti un modo per prendersi cura degli altri è essere comprensibili, così da poterli mettere a proprio agio.

In generale:

Tecnicismi:

Da utilizzare q.b. cercando di inserirli in frasi brevi, concise, con poca punteggiatura.

Per il resto si cerca di favorire un linguaggio semplice, con parole di tutti i giorni, evitando tuttavia l'effetto “parla come mangi” (cioè scurrile e grezzo).

Anglicismi:

Da utilizzare solo in ambito tecnico per parole del settore

Es. editing, plotter, scan, print etc.

Evitare anglicismi da tono di voce più giovane.

Es. Sì sostenibilità, no green

Punteggiatura:

Da utilizzare sempre, esclusi i titoli che vanno senza punto fermo.

Ambito relazionale:

Tono di voce:

Innocente: è una sfumatura, un modo di relazionarsi delicato, pulito e che vuole sempre essere risolutivo, mai polemico.

Comunicazione al cliente:

Parliamo in terza persona

Es. Offriamo un servizio ai nostri clienti

Apertura e firma:

Incipit: Buongiorno/Buonasera <nomecliente>,

Firma:

Formale: ImprontaZen

Personale: Sergio Bianchini di ImprontaZen

Ambito social:

Tono di voce:

Ribelle: è una sfumatura, un modo di scrivere o di impaginare che stimoli la riflessione.

Comunicazione al cliente:

Diamo sempre del tu.

Frase ricorrenti

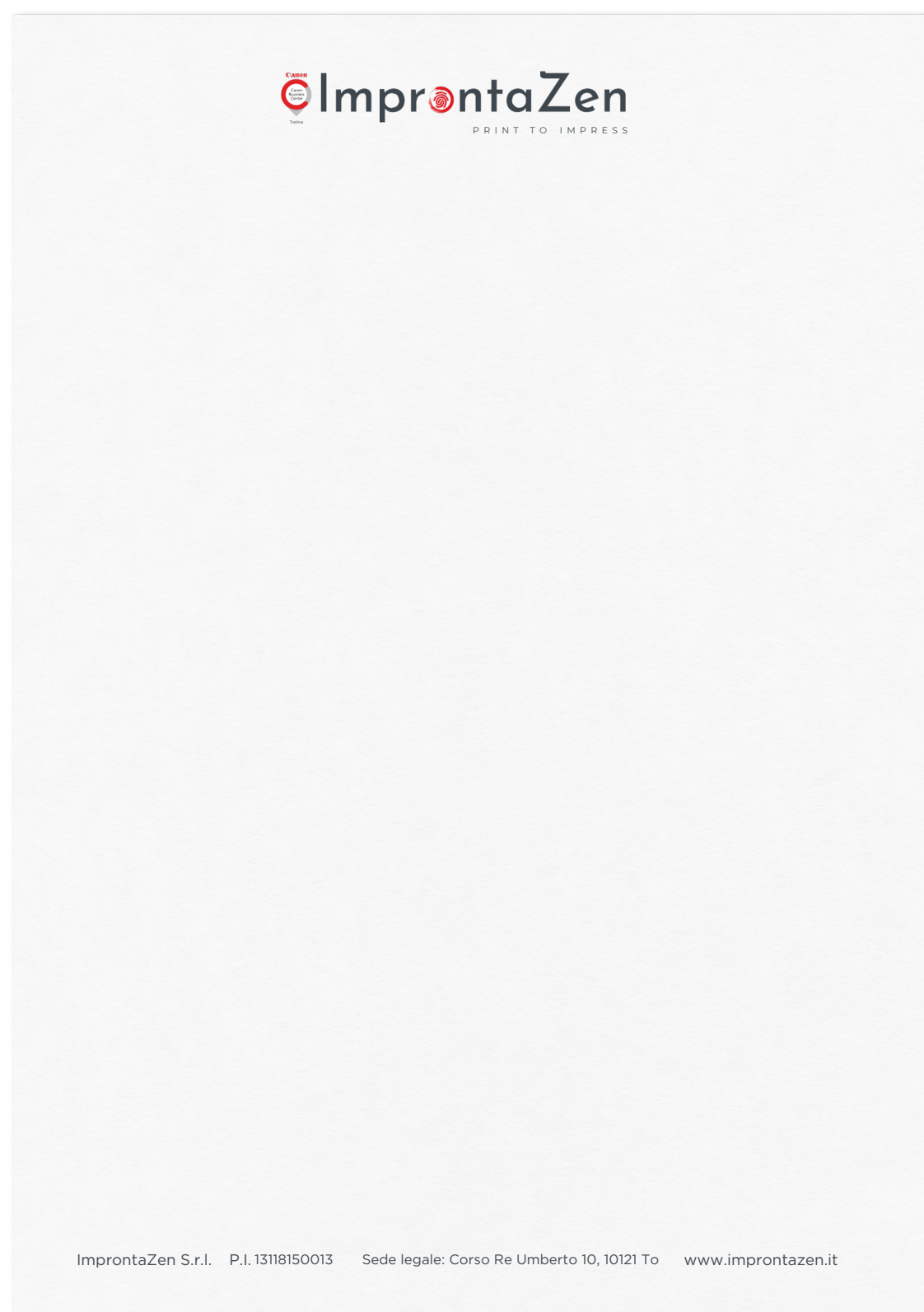
Value proposition

Offriamo un servizio trasparente per il cliente e per l'ambiente con soluzioni di stampa, grafica e assistenza, certificate Canon.

Offerta

- **Office Printing:** Fornitura hardware, soluzioni di stampa, assistenza pre e post vendita.
- **Large Format:** Soluzioni avanzate per la stampa di alta qualità e per la produzione su larga scala.
- **ICT Service:** Reti, centralini, cablaggi, wifi, cloud, cyber security, supporto diretto, da remoto e help desk.
- **Customer Portal:** Servizio di e-maintenance per interventi rapidi e proattivi nella fornitura di materiali di consumo.

Media



Carta intestata

Nel caso della carta intestata si predilige l'impaginato centrato, con logotipo compreso di marchio CBC (Canon Business Center).



ImprontaZen S.r.l.
P.IVA 13118150013
Corso Re Umberto 10, 10121 To
improntazen.it

Timbro

Nel caso del timbro si predilige il marchio di ImprontaZen così da essere visivamente più efficienti e rapidi.



+39 3282311078
sergio.bianchini@improntazen.it



ImprontaZen S.r.l.
P.IVA 13118150013
Corso Vigevano 48 - 10155 To
improntazen.it

Biglietti da visita

Nel caso dei biglietti da visita il formato è quello classico (8.5cm x 5.5cm) dove si propone il logotipo con marchio CBC per un racconto completo del brand. Sul retro le informazioni possono essere gestite giocando con i colori della palette per il marchio dell'impronta.



 **Sergio Bianchini**
Amministratore Delegato

+39 3282311078
sergio.bianchini@improntazen.it

 **ImprontaZen** | ImprontaZen S.r.l.
P.IVA 13118150013
Corso Vigevano 48 - 10155 To
improntazen.it
PRINT TO IMPRESS

 **Sergio Bianchini**
Amministratore Delegato

+39 3282311078
sergio.bianchini@improntazen.it

 **ImprontaZen** | ImprontaZen S.r.l.
P.IVA 13118150013
Corso Vigevano 48 - 10155 To
improntazen.it
PRINT TO IMPRESS

Grazie