

# BRAND PURPOSE & DESIGN GUIDELINES

Garantire coerenza al marchio WEGG



WE ARE WEGG: il contributo di tutti è fondamentale.

Dato che WEGG è fatta di persone,  
la sua personalità rischia di assumere  
**molte forme.**

Per aiutare le nostre persone a creare contenuti che entrino in contatto correttamente con clienti, prospect e il mondo là fuori, abbiamo riassunto la nostra personalità di brand in questo documento facile da consultare.

Per qualsiasi dubbio o difficoltà, non esitate a contattare il **team Marketing** ([marketing@wegg.it](mailto:marketing@wegg.it))





# Indice

- 4 Chi è WEGG  
Brand purpose, personalità, tono di voce e valori di WEGG.
- 9 Marchio  
Concept, utilizzo, do/don't e colori istituzionali.
- 21 Tipografia  
Font da usare, come comporre i testi.
- 25 Brand in action  
Template e risorse pro.
- 29 I'm a Wegger  
Materiali per far parte del Team.



# Chi è WEGG.

Modalità espressive di WEGG: ricordati chi è quando la comunichi.



# Brand Purpose

Cosa ci guida



## Mettiamo le Persone al centro della trasformazione digitale.

Siamo **l'Impact Factory** che ha lo scopo di realizzare la **piena trasformazione digitale**: mettiamo le Persone nelle condizioni di lavorare ovunque e in sicurezza, adeguiamo e valorizziamo le risorse IT alle loro necessità e rendiamo fruibili le **funzioni aziendali** tramite servizi digitali, guidandole dritte ai loro **obiettivi**.

**FORNIAMO SOLUZIONI UNICHE PER RENDERE LE AZIENDE  
E LE LORO PERSONE PIÙ AGILI E PRODUTTIVE.**

Vai al [Corporate Profile](#) per sapere di più!

# La nostra personalità

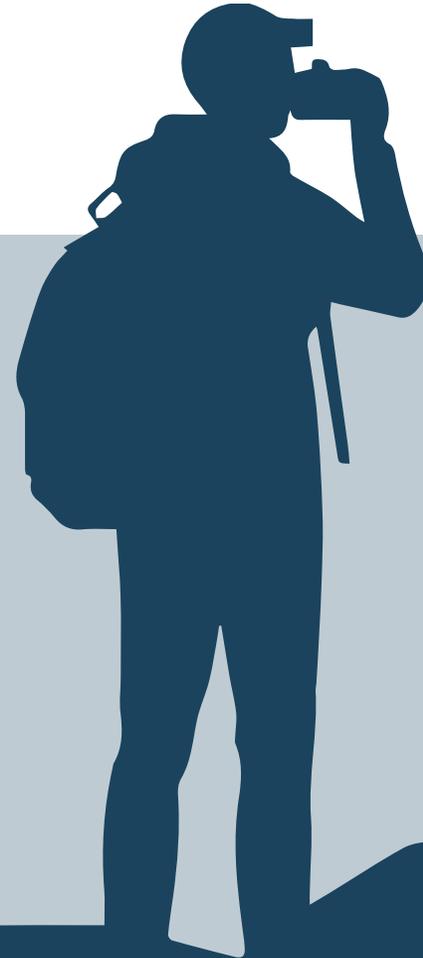
Secondo gli archetipi di Jung



Il modo in cui si rivolge al pubblico, il suo tone of voice, il suo carattere. Anche i brand hanno **una personalità**, proprio come le persone!

Quali sono **gli attributi «umani»** di WEGG, che denotano il suo carattere peculiare?

WEGG è saggio ed esploratore.



SAGGIO + ESPLORATORE:  
INNOVAZIONE BASATA SU  
**COMPETENZA ED ESPERIENZA**

Guidiamo i nostri clienti lungo il percorso dell'innovazione.

Mettiamo a frutto **la nostra esperienza ventennale** in ambito tecnologico per ricercare la soluzione migliore.

Non abbiamo timore di sperimentare, ma non lo facciamo sulla pelle dei nostri clienti. Ogni nostra proposta è **perfettamente ponderata e calibrata** sulle loro esigenze.

# Il nostro tono di voce

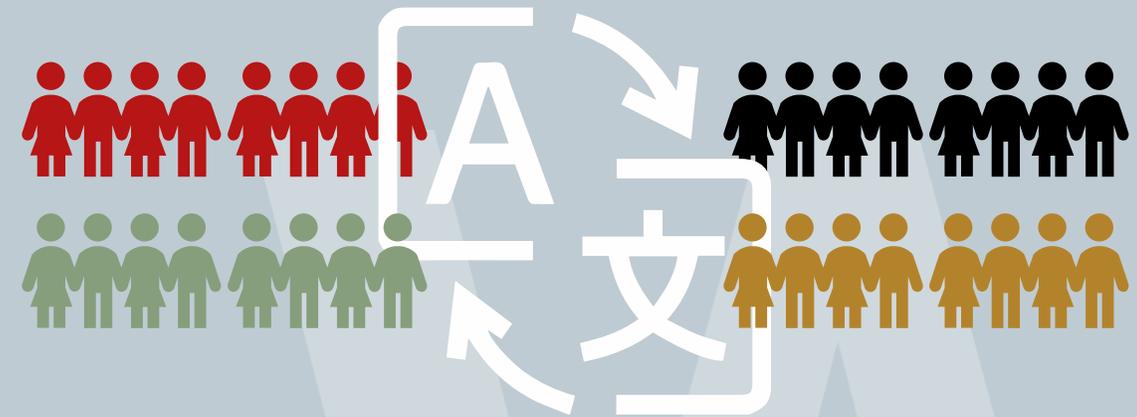
Trasferire conoscenza senza arroganza.



Andiamo sempre dritti al punto.

Il nostro linguaggio deve essere  
**diretto ed accessibile a tutti.**

Non possiamo perderci in tecnicismi, sigle o parole d'ordine, la nostra priorità è comunicare il **valore**. E dobbiamo farlo senza arroganza alcuna, qualunque sia il nostro **interlocutore aziendale**, perché il nostro obiettivo è **mettere al centro le Persone**. Sempre.



# I nostri valori

Come vogliamo essere ogni giorno



Promuoviamo una cultura per obiettivi, dove il fine principale è la crescita dell'azienda e delle sue persone attraverso **un confronto costruttivo e intelligente.**



## ATTENZIONE

Ci prendiamo cura dei nostri clienti, fornitori e collaboratori ascoltandoli con passione. Creiamo relazioni positive e ambienti di lavoro caratterizzati dalla convivialità e dalla qualità della vita.



## COMPETENZA

La preparazione, l'impegno e il continuo aggiornamento sono i fondamenti della nostra identità aziendale. La curiosità di ognuno di noi e gli investimenti sulla nostra crescita determinano il valore delle nostre proposte.



## INTEGRITÀ

La genuinità, la lealtà, la sincerità e il rispetto caratterizzano la nostra cultura aziendale e le nostre relazioni. La riservatezza e la deontologia sostanziano il nostro operato, definiscono la nostra reputazione e definiscono la base per la soddisfazione dei nostri clienti e collaboratori.



## CO-CREAZIONE

La valorizzazione delle differenze, il confronto, il sostegno e l'entusiasmo del lavorare insieme, ciascuno con le proprie competenze ed esperienze, sono caratteristiche fondamentali del nostro agire quotidiano.



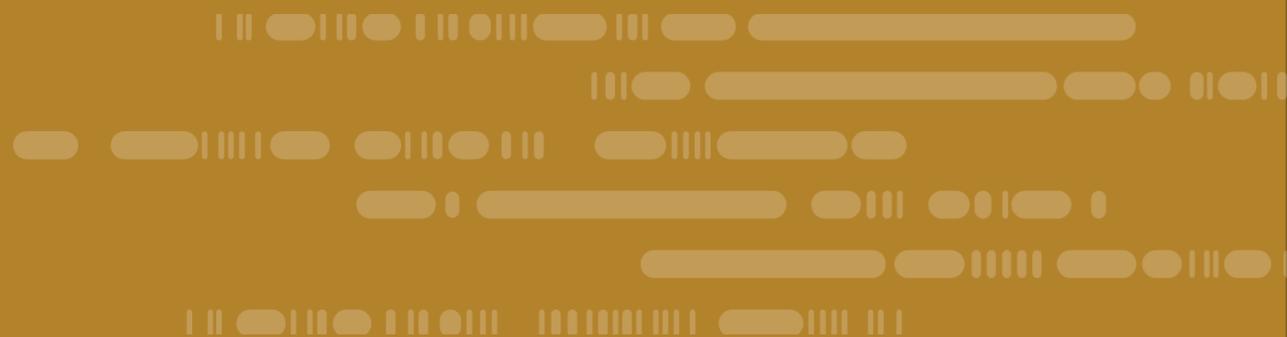
## TRASFORMAZIONE

Guardiamo avanti senza pregiudizi, stimolati dal cambiamento come ingrediente necessario al miglioramento continuo della nostra professionalità, del nostro modo di lavorare, delle nostre proposte e del risultato del nostro operato.



# Marchio.

I segni distintivi che ci rappresentano al mondo.



# Come si scrive e come si pronuncia

WEGG in maiuscolo e alla tedesca



È buona pratica scrivere WEGG in maiuscolo quando presente nel testo. Questo ci permette di dare ancora più risalto al nostro marchio.

# WEGG

Ricordiamo inoltre che **WEGG** si pronuncia «VEGG» e non «UEGG».

**WEGG** è un nomen omen. Nel nome sta il nostro destino: dalla parola tedesca **WEG** (percorso), accompagniamo i nostri clienti lungo l'erto e spesso difficile **percorso di innovazione**. E nella crasi con **Egg**, ricordiamo l'uovo di Colombo e la soluzione di sfide **apparentemente impossibili**.

# Brand Mark 1/2

Elementi dell'immagine WEGG



MARCHIO



Dietro la realizzazione del logo, emerge la nostra volontà di connotarci come **un'azienda di consulenza dinamica e innovativa**, dove si può trovare competenza, disponibilità e affidabilità.



PATTERN

L'isotipo e il pattern richiamano il **DNA umano**, che si ricombina in infinite possibilità per creare nuova vita.

# Brand Mark 2/2

Le scelte nel dettaglio



## 1. VALORE / COMPETENZA

La nostra Brand Identity è caratterizzata da una composizione leggibile al primo contatto, dai colori stabili.

## 2. FIDUCIA / RASSICURAZIONE / AFFIDABILITÀ

Il nostro logotipo è leggibile e non aggressivo, stabile e non di tendenza.

## 3. DINAMISMO / INNOVAZIONE

La lettura è facile e immediata, ma sono presenti dettagli inusuali, moderni. Gli elementi dell'isotipo sono dinamici.

## 5. RISULTATO / SODDISFAZIONE

Il colpo d'occhio complessivo cattura tutti gli elementi senza aver bisogno di fermarsi ad interpretare. Dà la sensazione di avere tutto sotto controllo.

## 4. APERTURA / ASCOLTO / CONVIVIALITÀ

Non è tutto maiuscolo, impositivo, supponente.

# Palette colori

I COLORI ISTITUZIONALI

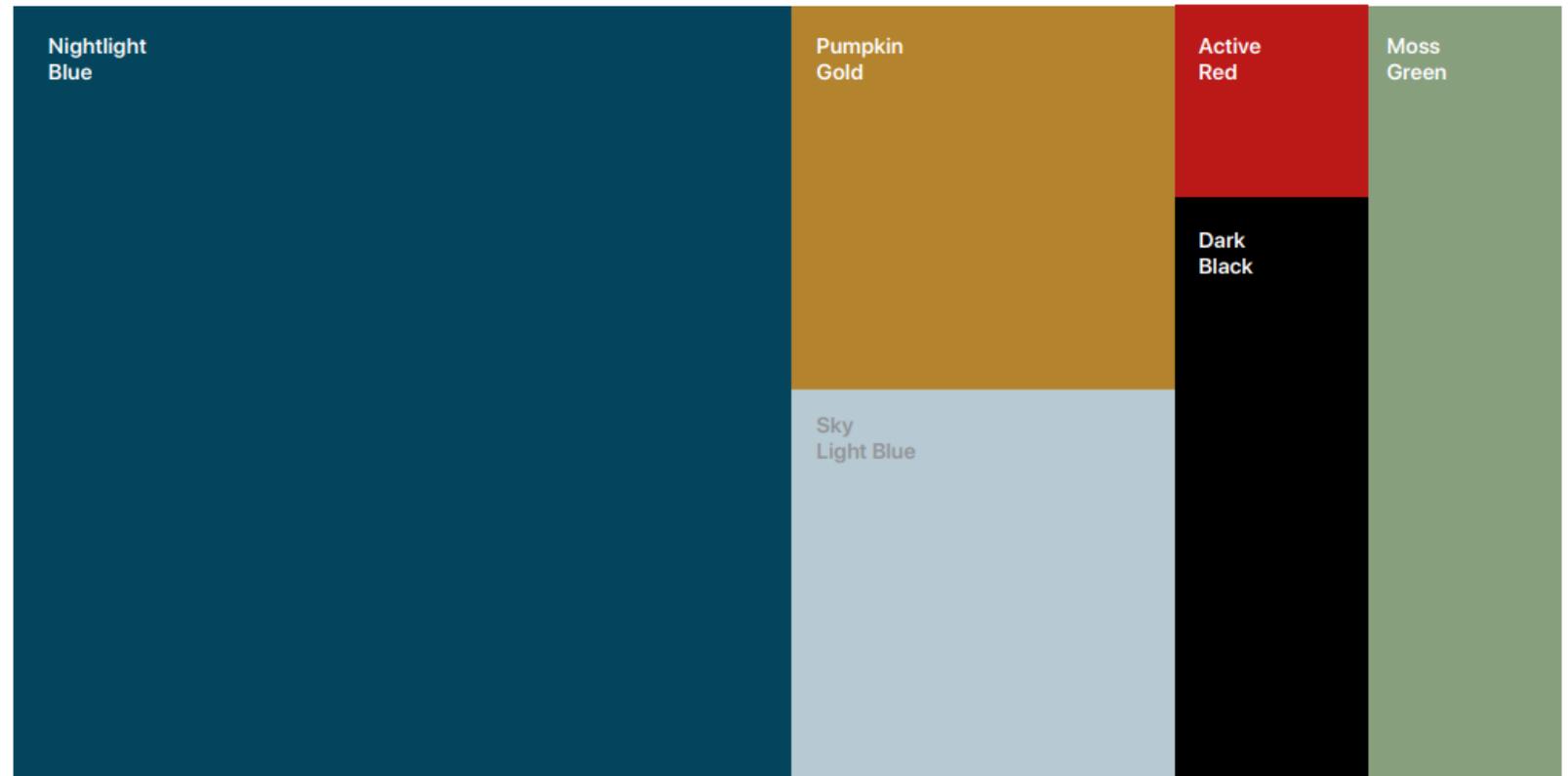


Il mercato del software e della consulenza IT è pieno di **marchi blu, verde e nero**. Più è dirompente la novità, più i colori sono accesi.

Noi stiamo adottando **un altro approccio**.

Facciamo un uso ponderato di questi colori, perché vogliamo offrire stabilità in un mondo che si evolve continuamente.

Una **stabilità dinamica**.



# Riferimenti colore

Scale di identificazione



Utilizzare sempre questi riferimenti nelle varie scale colore.

Per utilizzi su materiali diversi (plastiche, metalli stoffe, ecc), chiedere i riferimenti PANTONE o RAL a [marketing@wegg.it](mailto:marketing@wegg.it)



## WEGG NightLight Blue

HEX: #04455D  
RGB: 4,69,93  
CMYK: 096, 026, 000, 064



## WEGG Pumpkins Gold

HEX: #B3832C  
RGB: 179,131,44  
CMYK: 000, 027, 075, 030



## WEGG Light Blue

HEX: #BFCBD2  
RGB: 191,203,210  
CMYK: 009, 003, 000, 018



## WEGG Dark Black

HEX: #000000  
RGB: 0,0,0  
CMYK: 000, 000, 000, 100



## WEGG Active Red

HEX: #B61615  
RGB: 182,22,21  
CMYK: 000, 088, 088, 029



## WEGG Moss Green

HEX: #879E7D  
RGB: 135,158,125  
CMYK: 015, 000, 021, 038

# Bianco e nero

Il marchio monocoloro



Versioni bianco e nero del marchio possono essere utilizzate solo dove l'uso dei colori istituzionali non sia possibile o su immagini con fondi multicolor.

Questo può verificarsi per assenza di colore o nel caso in cui l'insieme del layout cromatico richieda **l'uso del monocoloro nero o bianco** per creare conformità con altri elementi.



Il monocromatico può essere solo bianco o nero.



Ricordati di rispettare lo spazio di rispetto (vedi pagina successiva)



→ Potete trovare i loghi monocromatici su  
**Utenti WEGG >Template di Marketing**

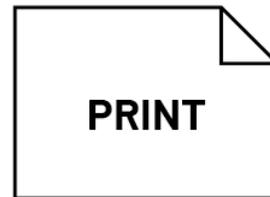
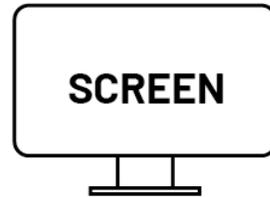


# Utilizzo del marchio

Leggibilità e dimensioni minime



Per mantenere la leggibilità del marchio e del payoff anche nelle piccole dimensioni, dobbiamo utilizzarlo garantendo questi ingombri minimi.



Marchio  
con payoff



Marchio  
senza payoff



Solo  
isotipo



→ Su **Utenti WEGG >Template di Marketing** sono disponibili delle cartelle con due diverse tipologie di esecutivi del marchio, preparati per le due diverse destinazioni d'uso (DIGITAL, PRINT)

# Utilizzo del marchio

usi scorretti



Non utilizzare il marchio in modo improprio.  
Alcuni esempi di uso scorretto:



Non modificare  
le proporzioni del logo.



*(usa lo SHIFT per mantenere le  
proporzioni originali quando  
ingrandisci o rimpicciolisci il logo)*



Non usare il logo con colori  
o pattern non approvati.



Non modificare la posizione  
degli elementi.



Mantieni  
la posizione orizzontale.



Evita ombreggiature  
o sottolineature.



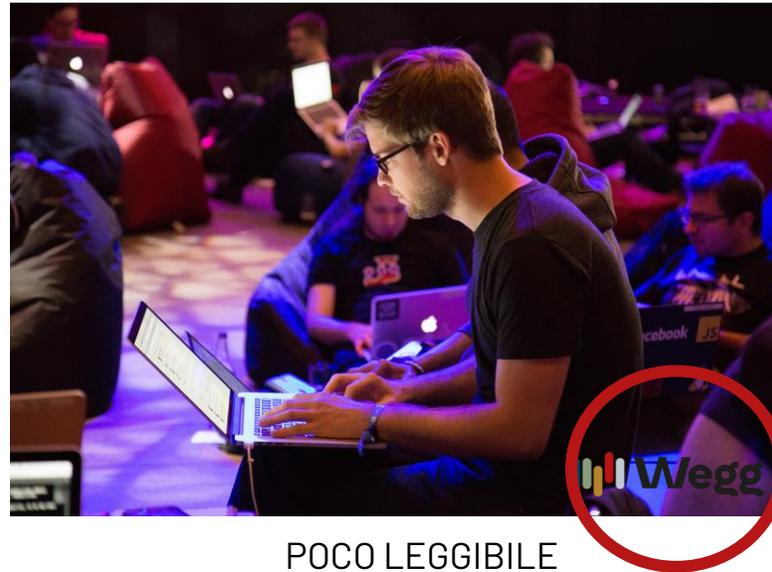
# Uso su fondo fotografico 1/2

Alcuni Tips



L'applicazione del logo è consentita solo su aree uniformi e con un buon contrasto cromatico, che garantiscano una buona leggibilità.

A questo [link](#) si trova una raccolta di fotografie - in formato orizzontale e verticale - coerenti con l'immagine di WEGG.



POCO LEGGIBILE

**Tip 1.** Cerca immagine dove è garantita la leggibilità del logo.



ATTENZIONE ALL'AZZURRO SU AZZURRO DELL'ISOTIPO

**Tip 2.** Valuta uno sfondo dove si può applicare il logo monocromatico positivo (fondo bianco o chiaro) o negativo (assenza di colore)

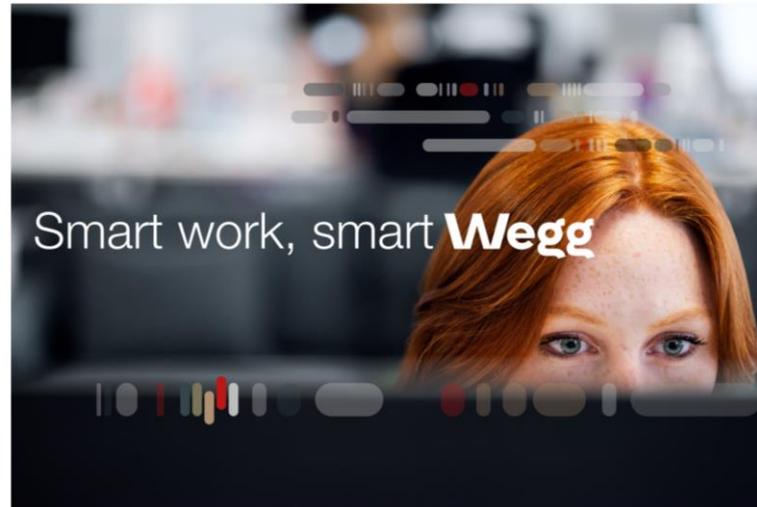
→ Ricorda che se ti serve il logo salvato con **sfondo trasparente** il formato è in **.png** o in alternativa in **vettoriale** (come .ai, .eps)

# Uso su fondo fotografico 2/2

Ricordiamoci il nostro messaggio



Le fotografie usate nei materiali WEGG devono richiamare la palette colori e i valori che trasmette. Devono essere ispiranti ed emotivamente risonanti.



→ Ricordatevi il copyright nell'usare fotografie prese dal web: **assicuratevi che l'uso sia consentito.**

Esistono banche dati di immagini a cui ricorrere: noi ne abbiamo una ([Freepik](#)).

Se le immagini fornite non dovessero essere sufficienti, scrivete a [marketing@wegg.it](mailto:marketing@wegg.it) per ottenere il download dell'immagine che vi serve su Freepik.



# Tipografia.

L'insieme dei tratti che supportano il design.



# Font

Il Barlow in diversi stili e pesi



Il font di WEGG è **Barlow**, un carattere moderno e altamente leggibile, che condivide le sue qualità con i segnali stradali. A questo [link](#) puoi scaricarlo.

## Barlow

Aa Bb Cc Dd Ee Ff

Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm

Nn Oo Pp Qq Rr Ss

Tt Uu Vv Ww Xx Yy

Zz 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

# & ! @ + \* = + - / ( ) €

→ Nel caso non sia possibile disponibile Barlow, si chiede di utilizzare **ARIAL** quale sostituzione di default.

# Pesi tipografici

Il Barlow in diversi stili e pesi



Questi sono i pesi disponibili di Barlow.  
Di ognuno esiste anche la versione Italic.

Si consiglia di non utilizzare i pesi troppo leggeri (Thin, ExtraLight) e quelli troppo pesanti (Extrabold, Black).

Per il testo normale usare

**Barlow Light**

per le evidenziazioni in grassetto usare  
**Barlow Semibold.**

In situazioni di poco spazio orizzontale,  
si può considerare di utilizzare la  
versione CONDENSED di Barlow.

Barlow Thin	✘	Nei limiti consentiti, questo software può essere utilizzato per la che della anche si possa riproduzione di materiale e vi viene concesso in licenza solo
Barlow ExtraLight	✘	Nei limiti consentiti, questo software può essere utilizzato per la che della anche si possa riproduzione di materiale e vi viene concesso in licenza solo
Barlow Light	♥	Nei limiti consentiti, questo software può essere utilizzato per la che della anche si possa riproduzione di materiale e vi viene concesso in licenza solo
Barlow Regular	✓	Nei limiti consentiti, questo software può essere utilizzato per la che della anche si possa riproduzione di materiale e vi viene concesso in licenza solo
Barlow Medium	✓	Nei limiti consentiti, questo software può essere utilizzato per la che della anche si possa riproduzione di materiale e vi viene concesso in licenza solo
Barlow Semibold	♥	<b>Nei limiti consentiti, questo software può essere utilizzato per la che della anche si possa riproduzione di materiale e vi viene concesso in licenza solo</b>
Barlow Bold	✓	<b>Nei limiti consentiti, questo software può essere utilizzato per la che della anche si possa riproduzione di materiale e vi viene concesso in licenza solo</b>
Barlow Extrabold	✘	<b>Nei limiti consentiti, questo software può essere utilizzato per la che della anche si possa riproduzione di materiale e vi viene concesso in licenza solo</b>
Barlow Black	✘	<b>Nei limiti consentiti, questo software può essere utilizzato per la che della anche si possa riproduzione di materiale e vi viene concesso in licenza solo</b>



Esempio di impaginazione per un corretto utilizzo dei pesi tipografici.

Barlow Semibold

## Termini di contratto per licenza d'uso del software disponibile.

Barlow Light

L'uso dei prodotti software o hardware si basa sulla licenza software e su altri termini e condizioni in vigore per il prodotto al momento acquisto. Per installare o utilizzare il prodotto è licenza consultabile qui. Leggi della attentamente i termini applicabili prima di installare il software o utilizzare il prodotto che poi anche in una prossima delegazione.

Barlow Light

Visualizza i contratti di licenza software per i prodotti attualmente in commercio sotto.

Nei limiti consentiti, questo software può essere utilizzato per la che della anche si possa riproduzione di materiale e Vi viene concesso in licenza solo per la riproduzione di materiale non coperto da copyright.

Barlow Semibold

### **INSTALLAZIONI SECONDARIE.**

Barlow Light

Diritti di proprietà o la cui riproduzione è stata legalmente autorizzata della si conoscono i limiti concessi nella copia del materiale, contattare anche.

### **SISTEMA OPERATIVO.**

Se non si conoscono i limiti concessi nella copia del materiale, si prega di contattare il proprio assistente gestionale.



# Template 1/2

Usate i template forniti per realizzare presentazioni aziendali



Per garantire coerenza nelle presentazioni aziendali, si raccomanda di usare come base i template forniti dall'azienda.

Li trovate all'interno della cartella Sharepoint TUTTI GLI UTENTI WEGG (ci si può arrivare dalla pagina Sharepoint HR)

The screenshot shows a SharePoint interface. On the left, under the 'Team' header, there is a list of teams: Marketing Team, Turni, SALES, Customer Experience, INNOVATION, and Utenti WEGG. Below this is a 'Generale' section with a grid of service tiles: Dolibarr, Tutti gli Utenti Wegg, Managed Services, TeamWork, 3CX, and IT. On the right, the 'Generale' document library is shown in a grid view. It contains several folders, all created by Jary Busato:

Nome	Data/ora modifica	Modificato da
Attestati partecipazione corsi	4 maggio 2022	Jary Busato
Materiale per tutti	21 aprile 2022	Jary Busato
Template amministrativi	21 aprile 2022	Jary Busato
Template commerciali	20 aprile 2022	Jary Busato
Template di marketing	21 aprile 2022	Jary Busato
Template generali	20 aprile 2022	Jary Busato
Template HR	21 aprile 2022	Jary Busato
Template tecnici	20 aprile 2022	Jary Busato



## Formazione del personale

netcomsrl.sharepoint.com

Perchè WEGG ci tiene tanto alla formazione dei propri dipendenti?

# Template 2/2

Diversi tipi di template a seconda degli usi



Trovate diversi template a seconda della loro destinazione (*presentazioni commerciali, presentazioni tecniche, usi amministrativi, documenti per l'onboarding ecc.*)

## Si raccomanda di:

- rispettare l'utilizzo dei template forniti secondo il loro scopo
- rispettare il layout delle slide master e degli elementi grafici precompilati
- utilizzare i template forniti e la carta intestata per ogni comunicazione verso l'esterno

Se avete necessità di modifiche ai template forniti o avete delle esigenze in particolare, scrivete a [marketing@wegg.it](mailto:marketing@wegg.it)! Siamo qui per voi 😊

# Icone

In fondo alle presentazioni aziendali trovate delle icone a vostro uso



→ Se vi dovessero servire altre icone, ricordate di usarle in modo coerente all'interno delle presentazioni, senza differire per tipologia, spessore, grafica ecc.



# I'm a Wegger.

Materiali per far parte del team WEGG.



# La tua firma, le tue call

Richiami alla nostra identità visiva



## FIRMA MAIL

È gestita in modo centralizzato: non la vedete (se non dopo l'invio) ma viene apposta automaticamente.

Sotto potrete trovare dei banner a uso marketing.



**Michele BANDIERA**  
Consultant

mobile +39 3358754856  
michele.bandiera@wegg.it



WEGG srl

**Padova** Via Arnaldo Fusinato 42, 35137  
**Milano** Viale Enrico Forlanini 23, 20134  
**Roma** Viale Giorgio Ribotta 11, 00144

tel: +39 049 8809910  
info@wegg.it  
www.wegg.it



## SFONDI TEAMS

Le videocall occupano la gran parte del nostro tempo lavorativo: usare uno sfondo WEGG ci assicura la riconoscibilità anche in presenza di esterni.



→ Gli sfondi Teams li trovate su **Utenti WEGG > Materiali per tutti**

# Il tuo profilo LinkedIn

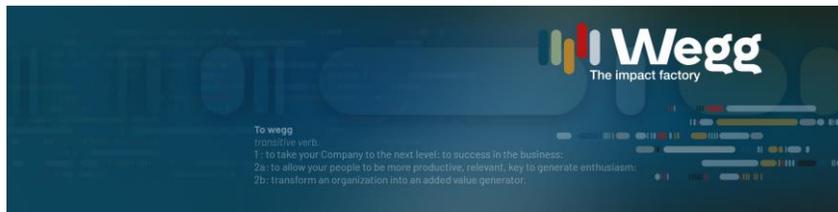
Richiami alla nostra identità visiva



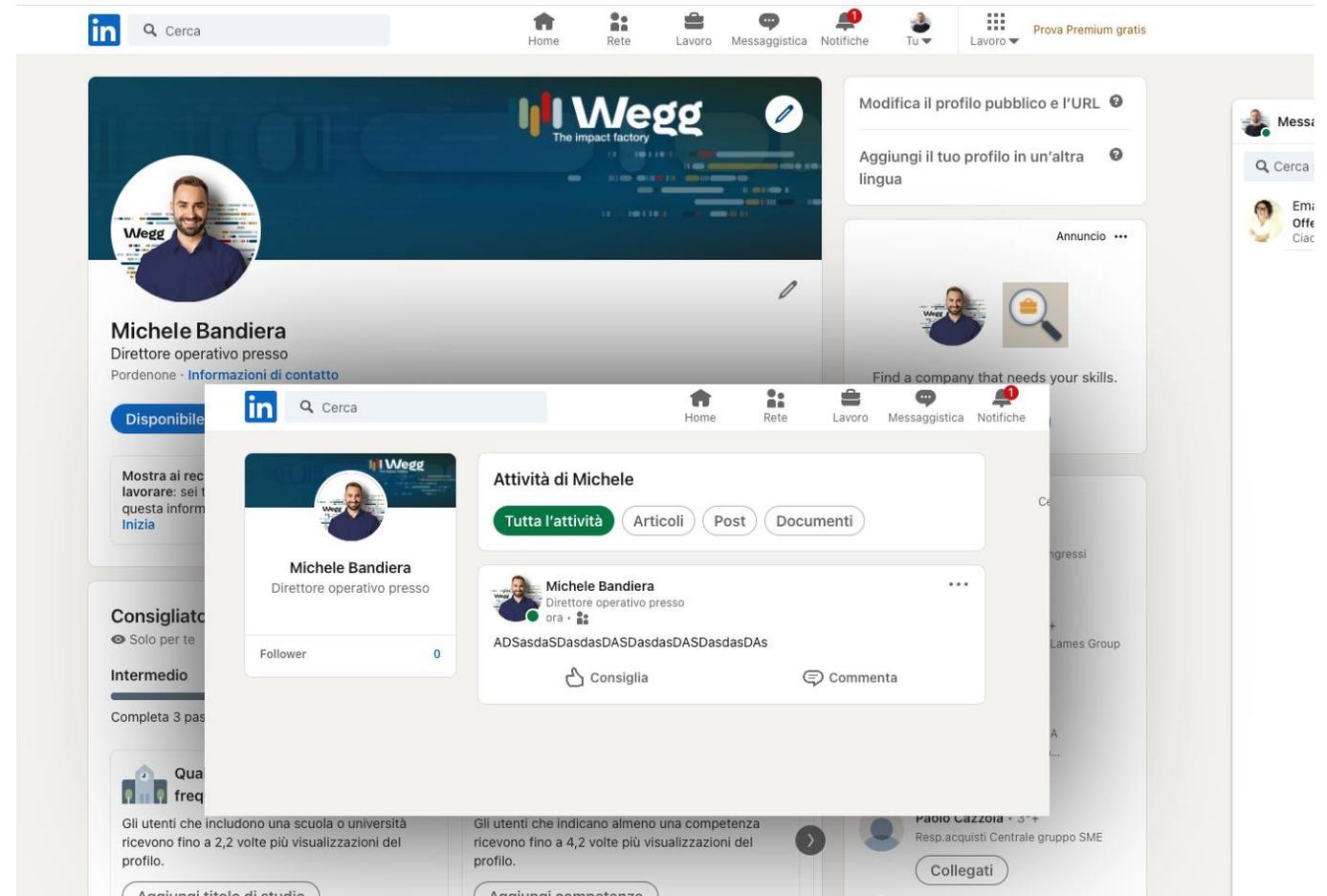
## PROFILO LINKEDIN

È importante che anche la presenza sui social professionali sia coerente con l'immagine aziendale. Vi verrà scattata una foto che verrà personalizzata con il pattern WEGG. Sarà vostra cura poi caricarla sul vostro profilo unitamente alla copertina.

A vostra disposizione anche una serie di sfondi utilizzabili per la testata del profilo.



→ I materiali LinkedIn li trovate su **Utenti WEGG > Materiali per tutti**



# Il badge

Un altro elemento di riconoscibilità

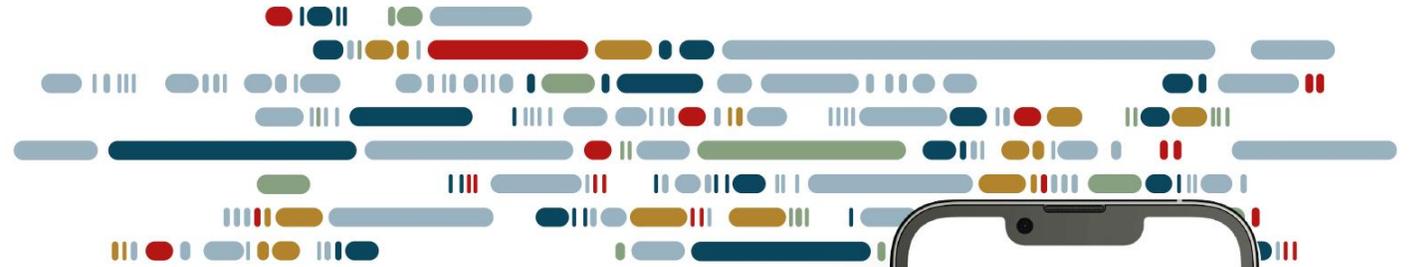


## BADGE

I clienti potrebbero chiedere se siete davvero di WEGG. Per questo vi verrà fornito anche il badge aziendale.

Non assolutamente da intendersi come un timbro con cui segnare ingressi e presenze, bensì come un «distintivo» da mostrare se vi viene chiesto di provare la vostra appartenenza a WEGG.

**Abbiate cura di non perderlo e di averlo sempre con voi.**



### To wegg

*transitive verb.*

1: to take your Company to the next level: to success in the business;

2a: to allow your people to be more productive, relevant, key to generate enthusiasm;

2b: transform an organization into an added value generator.



# Welcome Kit

Zaino + Felpa



All'ingresso in azienda riceverai un **WELCOME KIT**.  
Il materiale al suo interno è in costante evoluzione  
ma una cosa è certa: sii orgoglioso di portare in giro  
il merchandising WEGG.



# Utilizzi del logo

La policy da seguire



Qualsiasi utilizzo del logo e del brand WEGG **non specificato** dalla presente guida va autorizzato dal Marketing.

**I casi possono essere molteplici:** ad esempio la partecipazione a eventi come speaker WEGG.

**Il brand è di tutti e potete farne uso,** ma verificate sempre con il Marketing se l'utilizzo è in linea con i valori e l'identità WEGG.

# Per qualsiasi richiesta

scrivi al Marketing alla mail [marketing@wegg.it](mailto:marketing@wegg.it).

