



bulldado[©]

Bulloneria e viteria dal 1979

Il processo di nascita della nuova Visual Identity

Le criticità della precedente Visual identity:

- Logo troppo elaborato
- Colori che non comunicano e non sono pertinenti rispetto al settore in cui opera Bulldado Srl, oltre ad averne mixati troppi
- Datato a livello di design
- Poco riconoscibile e memorabile
- Il monogramma è difficile da declinare e da rendere flat

Il risultato finale è un logo che nelle sue varie declinazioni risulta **datato** e fa molto **stile windows primi anni 2000**.

La palette colori della vecchia identità, in genere **il verde e le sue sfumature** comunicano sostenibilità, ecologia, natura, chimica e viene **usato molto in ambito medico e green**, tutte caratteristiche che **non rispecchiano il settore in cui opera Bulldado S.r.l.**



Partiamo dal concetto base: chi è Bulldado S.r.l.?

Una realtà che opera nel settore della bulloneria e viteria dal 1979, con decenni di esperienza nel settore che la rendono una realtà solida.

Le parole e le caratteristiche che compogono il Brand individuate sono:

- **Solidità** (come azienda e come materiali che produce)
- **Forza e resistenza** (caratteristiche fondamentali per viti e bulloni che devono garantire la tenuta meccanica)
- **Edilizia e lavorazioni meccaniche** (contesti in cui vengono usati i prodotti)
- **Fiducia e autorevolezza** (qualità che eliminano le frizioni di acquisto dei potenziali clienti)

La peculiarità si trova anche nel nome del Brand, in cui si può **giocare sull'assonanza tra la parola Italiana "bulloneria" e quella Inglese "bull"**, che vuol dire toro e che **esprime a piano il concetto di solidità, di forza, di resistenza...**

Da questi concetti sono partito a sviluppare il logotipo.

Il marchio combinato e l'integrazione del Payoff

Il pittogramma

Per la creazione del pittogramma ho voluto sviluppare una **sintesi formale** e creare una sorta di logo **isotipo**:

Tecnica di Gestalt (fusione morfologica), il principio della psicologia della forma.

Ho isolato l'elemento più riconoscibile di un **toro (le corna)**, l'ho trattato come se fosse la **testa di una vite a brugola o bombata** e ho **sostituito il muso del toro con il gambo filettato**. Il cervello non vede due oggetti sovrapposti, ma un "nuovo oggetto" coerente, questo crea **un'entità unica**.



Il carattere tipografico

Ho usato il font **Kumbh Sans** nei suoi vari pesi, per creare **contrasto** fra essi ed ottenere **autorità e leggibilità**.

Il peso **Extra Bold** di Bulldado è **massiccio e comunica solidità**, la **rotondità** delle lettere (le "u", le "d", le "a", le "o") **richiama la forma circolare** delle rondelle e delle teste dei bulloni, creando una **coerenza perfetta con il prodotto**.

Il **payoff** sotto è **sottile** e arioso, questo serve a far "**respirare**" il logo e dare un tocco di **eleganza e precisione tecnica**.

Il tutto serve a dare a Bulldado S.r.l. un **aspetto "corporate"** e non da piccola bottega locale.

bulldado -> Kumbh Sans Extra Bold

Bulloneria e viteria dal 1979 -> Kumbh Sans Extra Light



Palette colori del Brand

La combinazione tripartita

Credo che questa combinazione bilanci perfettamente asprezza meccanica e visibilità commerciale.



Espressione e comunicazione dei colori

1. **Il grigio antracite:** Non è un nero assoluto, è un grigio scurissimo "fumo di Londra" o "canna di fucile".

Significato: Esprime **materia prima**. Richiama il ferro, l'acciaio trattato e il carbonio.

Nel contesto: Dà al brand un tono meno "cupo" del nero e più "tecnico". Comunica che l'azienda affonda le radici nella lavorazione dei metalli. È il colore della **stabilità e della longevità**.

2. **L'Arancione Bruciato (L'Azione):** Questa tonalità di arancione, quasi ruggine ma vibrante, è il fulcro della palette.

Significato: È il colore del calore, della **forgia** e dell'**energia**. È un colore che **attira l'attenzione** senza essere fastidioso come un giallo fluo.

Nel contesto: Rappresenta il "Bull" (il Toro). È la **forza** vitale che muove la viteria. È anche il colore della **sicurezza**: dice al cliente "qui c'è un prodotto su cui puoi fare **affidamento** in cantiere".

3. **Il Bianco Ottico (La Precisione):** Il bianco funge da "collegamento" e punto di luce.

Significato: **Purezza, ordine e chiarezza** progettuale.

Nel contesto: È ciò che rende leggibile il payoff e definisce i dettagli della filettatura nel pittogramma.

Senza il bianco, il logo risulterebbe troppo pesante; il bianco aggiunge la **componente "ingegneristica"** al mix.





I vantaggi pratici della scelta della palette colori

Perché questa palette "funziona" tecnicamente?

Gerarchia Visiva: L'occhio cade sull'arancione (**il brand**), si poggia sul grigio (**la solidità**) e legge le informazioni nel bianco (**la funzione**).

Versatilità: È una palette che funziona ovunque. Sul web è **moderna**, sulle scatole di cartone avana dei bulloni l'arancione **spicca tantissimo**, e sulle tute da lavoro il grigio nasconde le macchie di grasso mantenendo un **aspetto professionale**.

Contrasto Meccanico: Richiama il contrasto che vedi in un'officina: il **metallo scuro** delle macchine, le **linee di sicurezza arancioni** a terra e i **disegni tecnici** bianchi.

Il tocco finale: Questa palette dice: "**Siamo solidi come il metallo, energici come un toro e precisi come un disegno tecnico**".





Logo e declinazioni

Logo Combianto



Pittogramma





Uso dei colori e dei pesi del carattere tipografico

Palette colori



Direttive per applicazione della palette colori del Brand

Bianco neutro (colore primario): il bianco è il colore principale, il letto sul quale appoggiano la maggior parte dei contenuti della comunicazione del Brand, in modo da avere il massimo **contrasto** e di conseguenza, la massima **leggibilità**.

Grigio Antracite (colore secondario): il colore negativo, che in genere fa da sfondo e dona **stacco ai contenuti**, serve nei contesti dove, appunto, c'è bisogno di uno sfondo scuro, ma anche a creare sezioni o contenuti da mettere in evidenza, alternarlo al bianco dona al Brand quella **dinamicità visiva** di cui ha bisogno.

Aracione Bruciato (colore terziario): il tratto distintivo per eccellenza del Brand, ma il colore che va usato con parsimonia e in percentuale minore rispetto ai colori primario e secondario. Serve per **evidenziare contenuti** e dare **energia** ai colori piatti.

Pesi e contesti del carattere tipografico

– **Titoli – Kumbh Sans Extra Bold o Black**

– **Sottotitoli – Kumbh Sans Semibold**

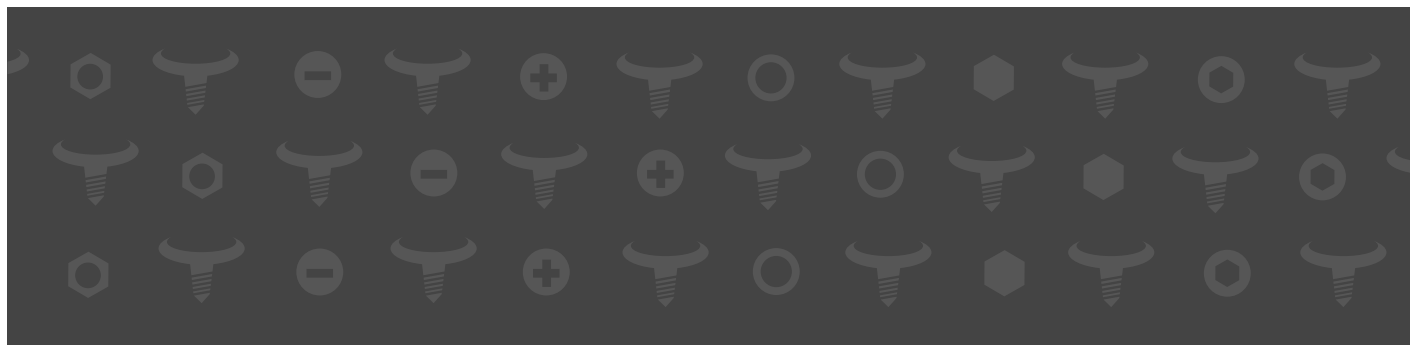
– Testi – Kumbh Sans Light o regular

– Testi evidenziati – Kumbh Sans Semibold





Pattern di Brand



Applicativi dell'identità visuale

Nelle prossime pagine, ci sono esempi di come il logo e i colori del Brand convivono all'interno di contesti e materiali aziendali.

Sono da considerarsi esempi e non materiale ufficiale dell'azienda.





bulldado®

Bulloneria e viteria dal 1979



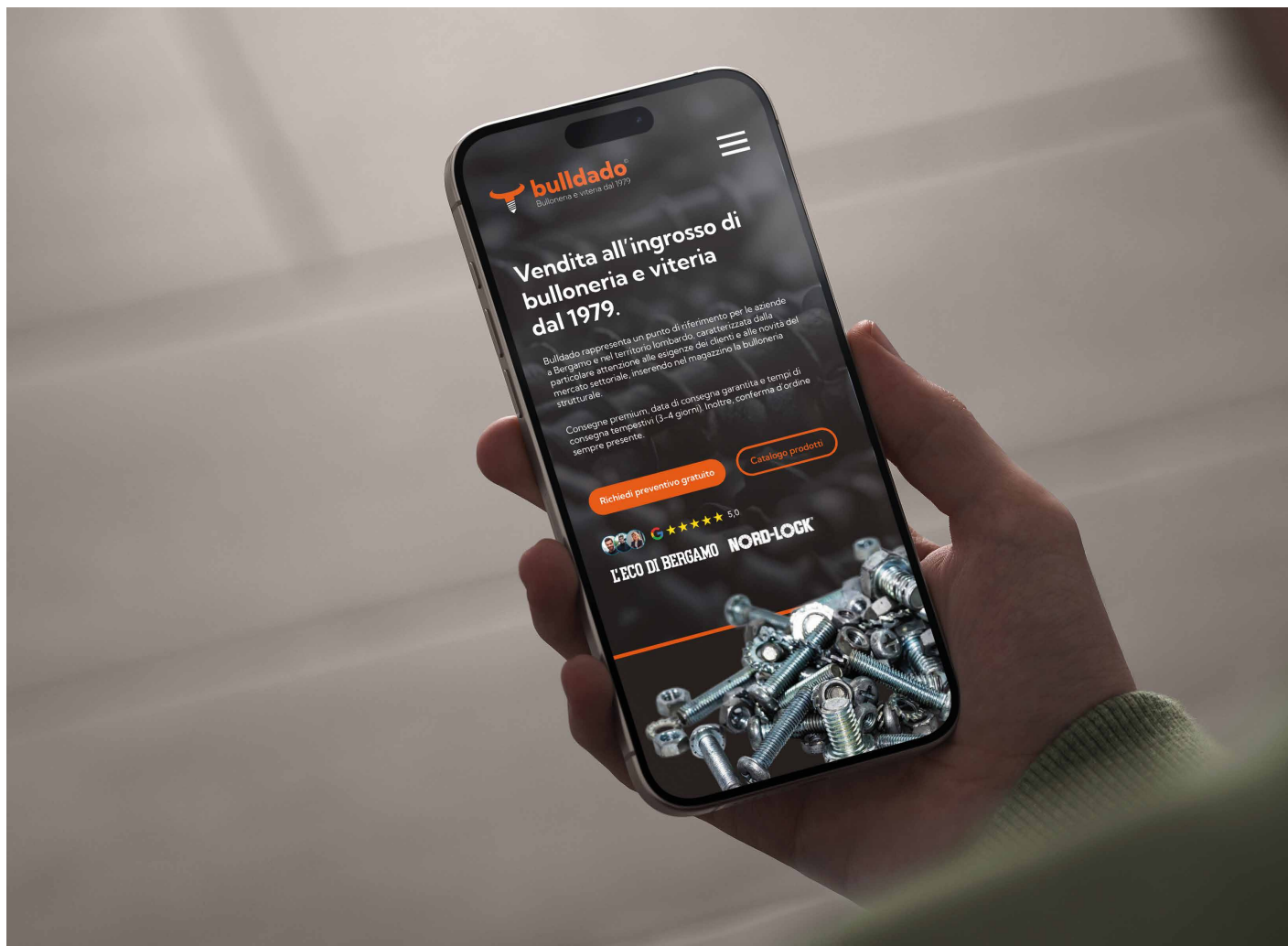




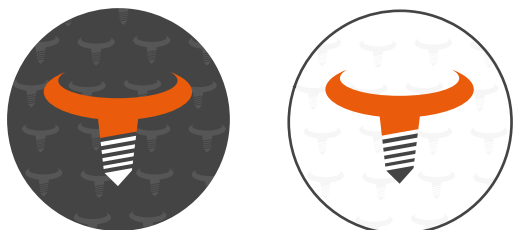








Immagine profilo social network



Linked in®



Bulldado S.r.l. ✓

Vendita all'ingrosso di viteria e bulloneria. Da oltre 45 anni, Bulldado è sinonimo di tradizione, qualità e innovazione.

Vendita all'ingrosso Osio Sopra, Bergamo 138 follower 2-10 dipendenti.

5.443 follower • **2.556 collegamenti**

+ Segui

Invia messaggio



Home

Chi siamo

Post

Lavoro

Persone





Firme per e-mail con sfondo chiaro



Administrative Accountant

Lara Rizzoli

- +39 035 505245 (Tel.)
- +39 035 505245 (Whatsapp)
- info@bulldado.it
- www.bulldado.it
- Via dei Gelsi, 10 – 24040 Osio Sopra (BG)

Firme per e-mail con sfondo scuro



Administrative Accountant

Lara Rizzoli

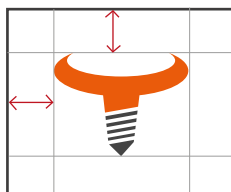
- +39 035 505245 (Tel.)
- +39 035 505245 (Whatsapp)
- info@bulldado.it
- www.bulldado.it
- Via dei Gelsi, 10 – 24040 Osio Sopra (BG)





Linee guida usabilità logo

Spaziatura minima



Scalabilità stampa minima



Scalabilità web minima



Nota bene:

Questo è qualcosa che compete al graphic designer di rifermineto, queste misure sono linee guida generiche, ma per ogni progetto che richiede l'applicazione del logo (in cui non è presente il graphic designer) è importante chiedere alla figura di riferimento.





Uso improprio dell'immagine e del logo

Non distorcere le dimensioni del logo



Non modificare font e/o colori del logo



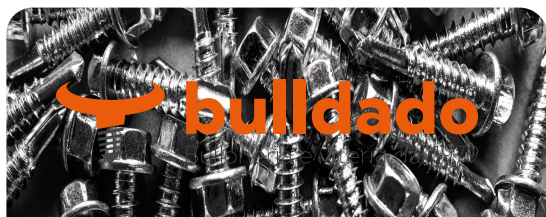
Non utilizzare il logo con pezzi mancanti



Non utilizzare il logo su sfondi non presenti in questa guida



Non utilizzare il logo su sfondi in cui diventa illeggibile o invisibile





Joseph Greco
Web Design & Marketing

Grazie per l'attenzione