

# BRAND MANUAL

SOFIA VIVALDO

ACCADEMIA DI BELLE ARTI  
SANTA GIULIA

REBRANDING:  
ALMO NATURE  
FONDAZIONE CAPELLINO  
LINEA ARCOBALENO

RELATORE: PROF. MARCO SCUTO

# SOMMARIO



INTRODUCTION	3
BRAND TOOLKIT - ALMO NATURE	5
BRAND TOOLKIT - FONDAZIONE CAPELLINO	14
POWER POINT	23
STATIONERY	26
DIGITAL	36
BRAND TOOLKIT - LINEA ARCOBALENO	45
BRAND TOOLKIT - LINEE	54
MOCKUP	63

# INTRODUCTION

# STATEMENT



Almo Nature essendo un brand complesso ha la necessità di esser rappresentato in maniera tale che possa esprimere al meglio i suoi valori.

L'idea di partenza fu quella di realizzare tre cerchi concentrici capaci di esprimere tre emozioni ricollegabili ad Almo Nature.

L'emozione principale da esprimere è ALMO, ovvero AMORE, questa emozione doveva necessariamente stare al centro del logo. Le altre emozioni da rappresentare erano vita, intesa anche come crescita e benessere e infine luce. La luce garantisce vita, riscalda e permette alla natura di fiorire. La natura stessa poi attraverso le sue mille sfaccettature garantisce benessere.

L'intuizione fu: l'amore per Almo Nature è rappresentato dagli animali, dal loro benessere. Animali per Almo Nature significano Amore e Natura e dunque sono il centro. Infine c'è la luce che irradia e da ragione di vita a tutto ciò che illumina.

Il focus di Almo Nature è quello di portare benessere e longevità all'animale, prendendosi cura della sua salute. Per fare ciò utilizza prodotto Premium, prodotti biologici e naturali classificati HFC.

Essendo questo un valore importante, è allo stesso tem-

po importante comunicarlo nella maniera più corretta possibile.

I colori sono uno degli elementi chiave, insieme al visual e alla comunicazione.

Dunque per comunicare un brand con i valori di Almo Nature i più adatti sono appunto quelli naturali, tinte facilmente riconoscibili e riconducibili ad alimenti presenti in natura, sia che siano lavorati sia che siano nella loro purezza originaria.

Uno dei principali punti di forza di Almo Nature è sicuramente il suo profondo universo culturale. La qualità della vita degli animali, le loro esigenze. La cultura verso l'attenzione e la cura degli animali oggi in Europa è molto sentita. Vengono protetti i diritti degli animali. Tutto ciò oggi è possibile perché il nostro momento storico lo permette. Un altro punto di forza sicuramente è la sua familiarità, la sicurezza che questo food sia la miglior scelta per i nostri animali.

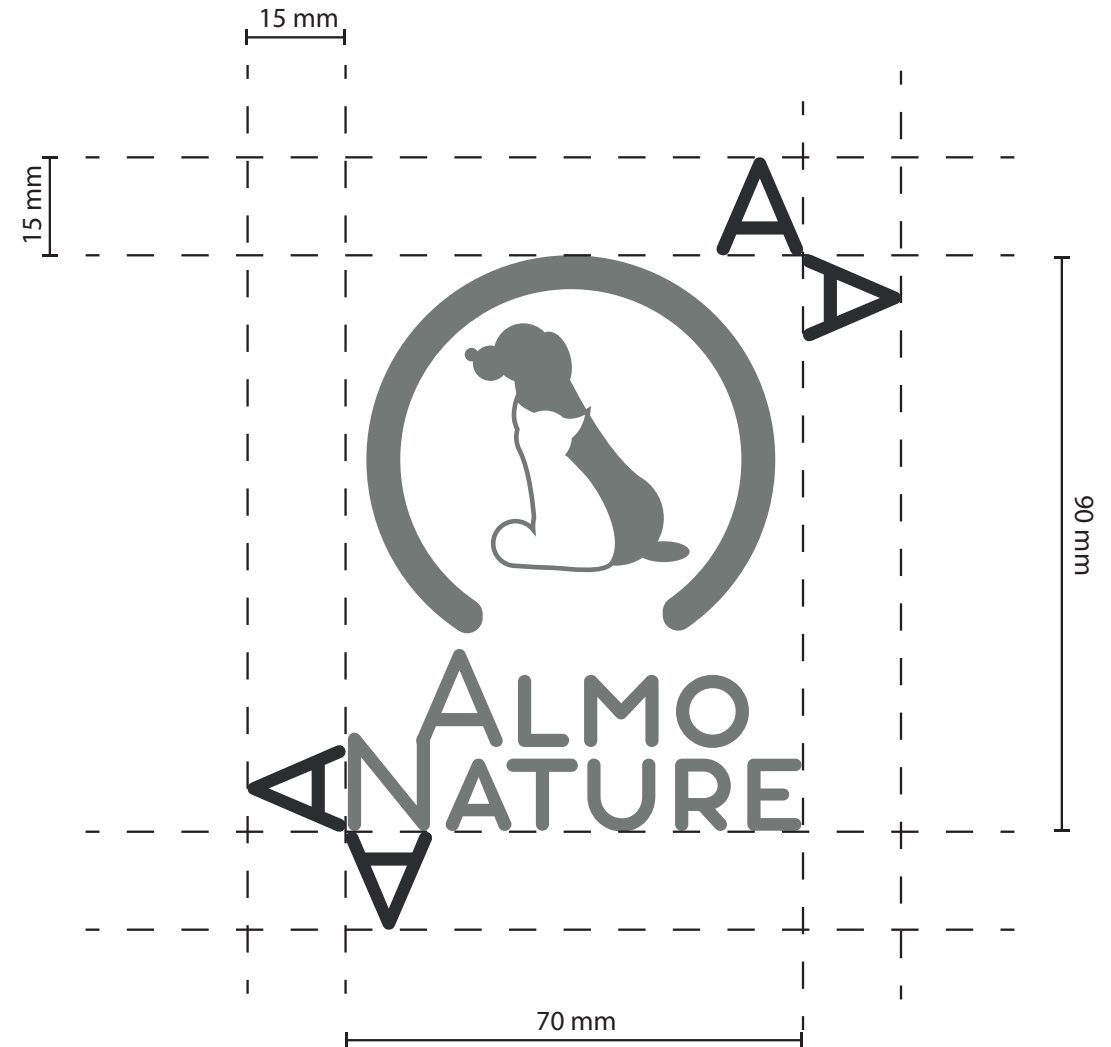
# BRAND TOOLKIT

ALMO NATURE



# LOGO EXCLUSION ZONE

Logo exclusion zone.  
Spazio di esclusione, ovvero lo spazio minimo da rispettare come distanza per disporre oggetti, testi o elementi attorno al logo.  
In proporzione corrisponde all'altezza della lettera "A" di Almo Nature nel suo font.



# NEGATIVE

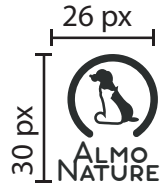
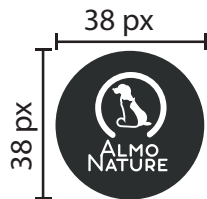
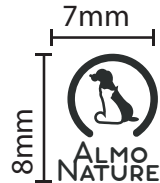
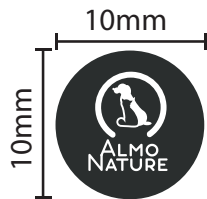


Il logo di Almo Nature può essere rappresentato anche in negativo, non solo per quanto riguarda la versione del grigio e bianco e nero, ma anche per tutte le declinazioni monocromatiche colorate. L'unica regola è quella che la composizione rimanga dello stesso colore più il bianco.



# MINIMAL SIZE

---



La minimal size, è la riduzione del logo, ovvero il modo e le dimensioni in cui ridurlo.

È importante rispettare le dimensioni minime possibili di riduzione illustrate.

Mentre per quanto riguarda le dimensioni massime non ci sono. Il logo può esser ingrandito a piacimento purchè rispetti proporzioni e logo exclusion zone.

# CORRECT USE: LOGO



Conoscere i corretti utilizzi, e gli sbagli da non fare è molto importante per non incappare nell'errore di essere poco comunicativi e continui. Per inserire il logo dove si vuole è necessario sapere nel dettaglio cosa fare e cosa non poter fare con il logo in se.

# CORRECT USE: BAKGROUND



Conoscere i modi corretti e scorretti per l'utilizzo del logo su un determinato background è essenziale. È importante per garantire continuità chiarezza e valori. Almo Nature è nato come monocromatico, dunque non potrà mai essere di colore diverso rispetto al suo sfondo. In positivo su sfondo bianco può essere dei colori già illustrati in precedenza, mentre su sfondo colorato deve essere necessariamente bianco.

# COLOR PALETTE



C:69 M:58 Y:58 K:66  
R:51 G:52 B:50  
#333432



C:28 M:71 Y:74 K:24  
R:156 G:80 B:58  
#9c503a



C:12 M:33 Y:66 K:2  
R:224 G:175 B:102  
#e0af66



C:58 M:26 Y:100 K:9  
R:120 G:144 B:41  
#789029



C:72 M:47 Y:17 K:2  
R:85 G:121 B:166  
#5579a6

# FONT



ARISTOTELICA SMALL CAPS - REGULAR

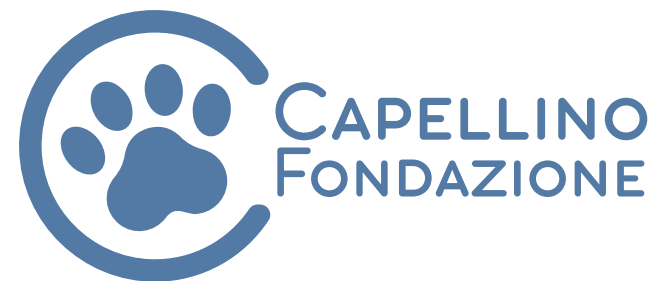
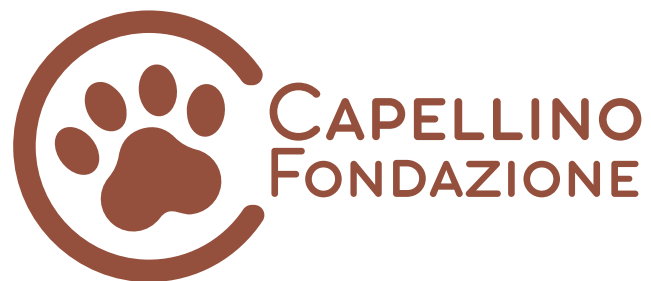
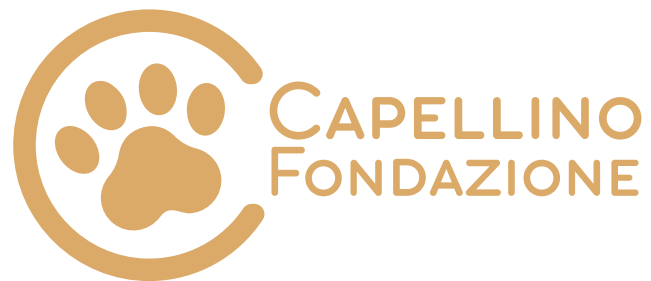
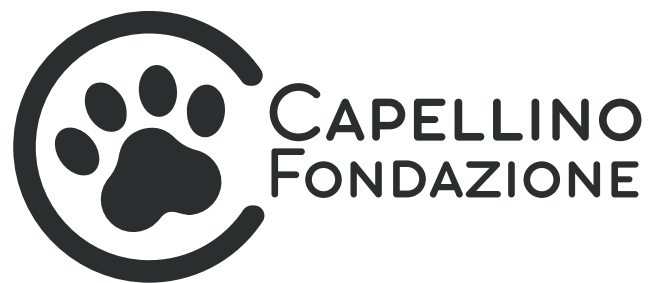
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh

Arial Rounded MT Bold - regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh  
0123456789

# BRAND TOOLKIT

FONDAZIONE CAPELLINO



# LOGO EXCLUSION ZONE

Logo exclusion zone.  
Spazio di esclusione, ovvero lo spazio minimo da rispettare come distanza per disporre oggetti, testi o elementi attorno al logo.  
In proporzione corrisponde all'altezza della lettera "C" di Capellino nel suo font.

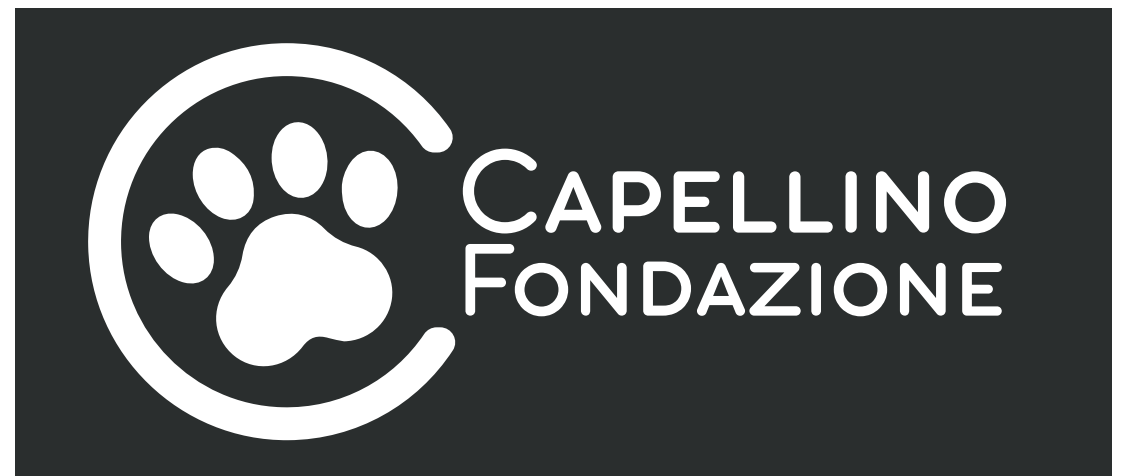
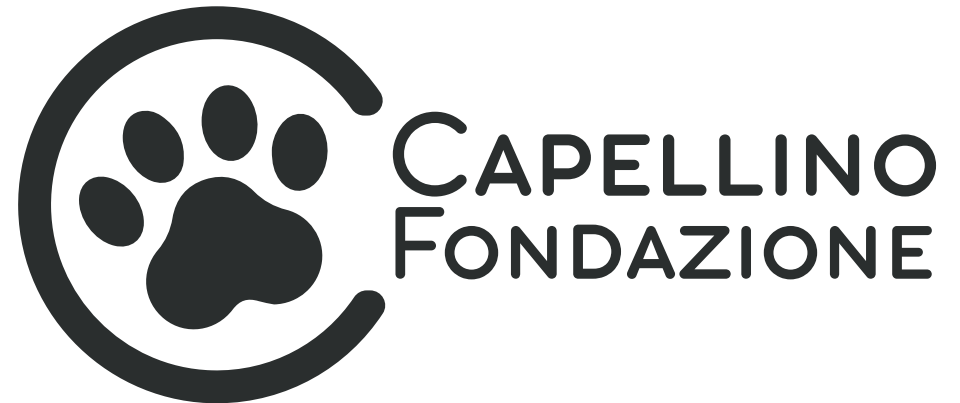




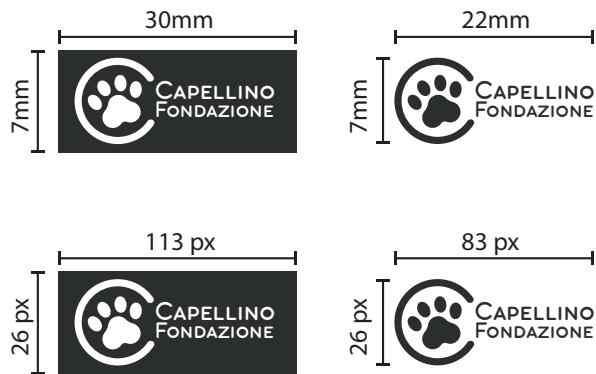
# NEGATIVE



Il logo di Fondazione Capellino può essere rappresentato anche in negativo, non solo per quanto riguarda la versione del grigio, bianco e nero ma anche per tutte le declinazioni monocromatiche colorate. L'unica regola è quella che la composizione rimanga dello stesso colore più il bianco.



# MINIMAL SIZE

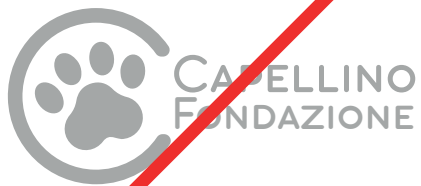
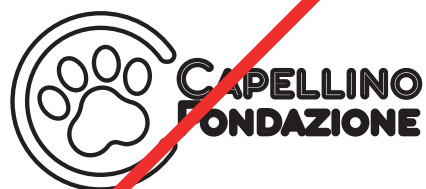


La minimal size, è la riduzione del logo, ovvero il modo e le dimensioni in cui ridurlo.

È importante rispettare le dimensioni minime possibili di riduzione illustrate.

Mentre per quanto riguarda le dimensioni massime non ci sono. Il logo può esser ingrandito a piacimento purchè rispetti proporzioni e logo exclusion zone.

# CORRECT USE: LOGO



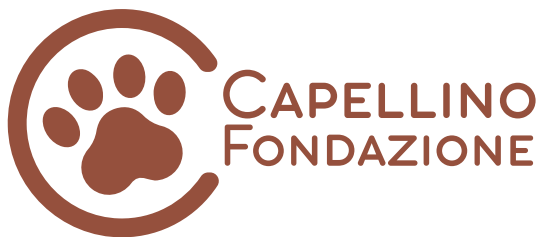
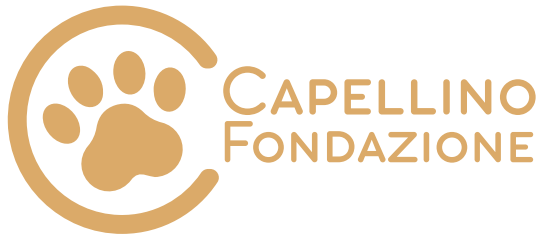
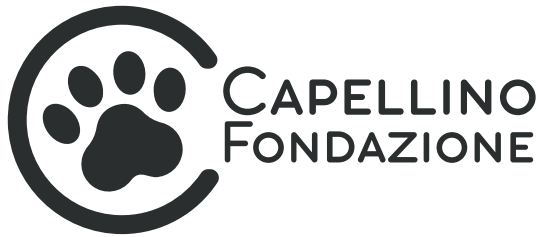
Conoscere i corretti utilizzi, e gli sbagli da non fare è molto importante per non incappare nell'errore di essere poco comunicativi e continui. Per inserire il logo dove si vuole è necessario sapere nel dettaglio cosa fare e cosa non poter fare con il logo in se.

# CORRECT USE: BAKGROUND



Conoscere i modi corretti e scorretti per l'utilizzo del logo su un determinato background è essenziale. È importante per garantire continuità chiarezza e valori. Fondazione Capellino è nato come monocromatico, dunque non potrà mai essere di colore diverso rispetto al suo sfondo. In positivo su sfondo bianco può essere dei colori già illustrati in precedenza, mentre su sfondo colorato deve essere necessariamente bianco.

# COLOR PALETTE



C:69 M:58 Y:58 K:66  
R:51 G:52 B:50  
#333432



C:28 M:71 Y:74 K:24  
R:156 G:80 B:58  
#9c503a



C:12 M:33 Y:66 K:2  
R:224 G:175 B:102  
#e0af66

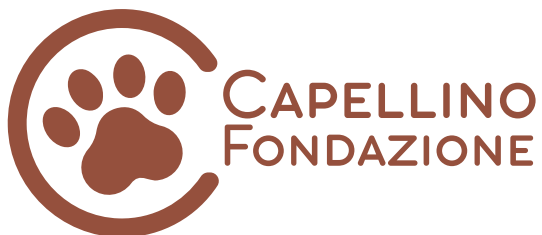
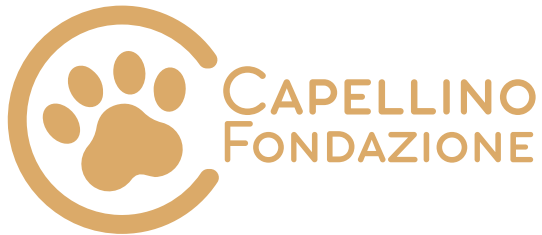
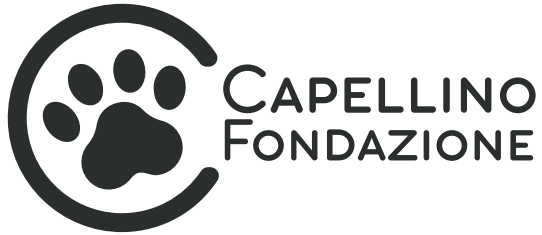


C:58 M:26 Y:100 K:9  
R:120 G:144 B:41  
#789029



C:72 M:47 Y:17 K:2  
R:85 G:121 B:166  
#5579a6

# FONT



ARISTOTELICA SMALL CAPS - REGULAR

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh

Arial Rounded MT Bold - regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh  
0123456789

**POWER POINT**

# POWER POINT TEMPLATE - 4:3



Il template per ipotetici power point utilizzabili per delle presentazioni di eventi, programmi o promozioni. Studiati in modo tale da ricordare visivamente l'immagine coordinata del o dei brand.

Entrambi in formato 4:3, quello sopra per Almo Nature mentre quello sotto più istituzionale per Fondazione Capellino



# POWER POINT TEMPLATE - 16:9

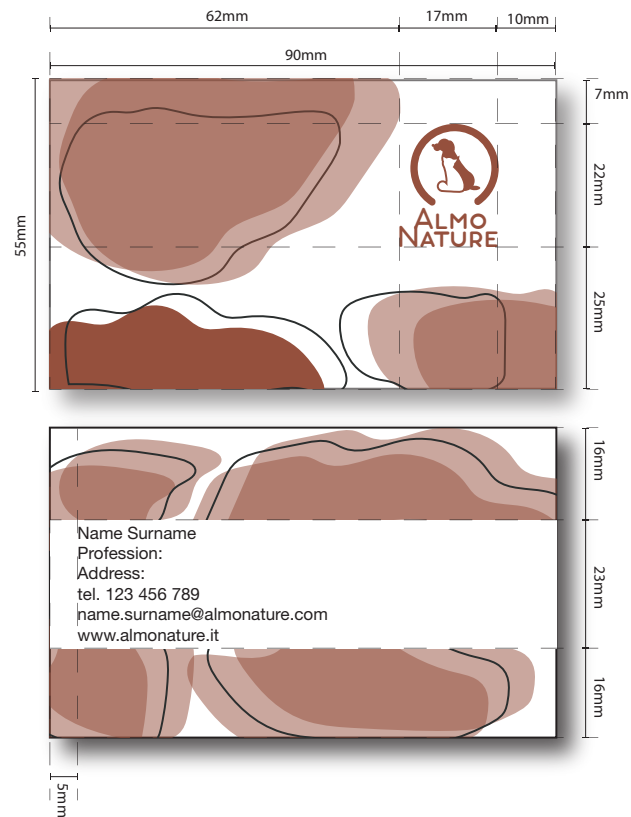


Il template per ipotetici power point utilizzabili per delle presentazioni di eventi, programmi o promozioni. Studiati in modo tale da ricordare visivamente l'immagine coordinata del o dei brand.

Entrambi in formato 16:9, quello sopra per Almo Nature mentre quello sotto più istituzionale per Fondazione Capellino

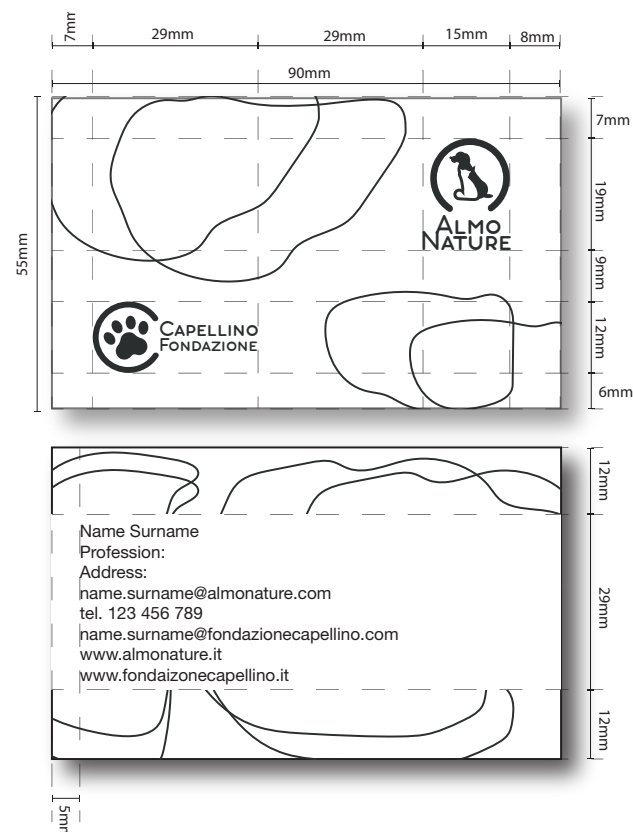
**STATIONERY**

# COORDINATE IMAGE - BUISNESS CARD



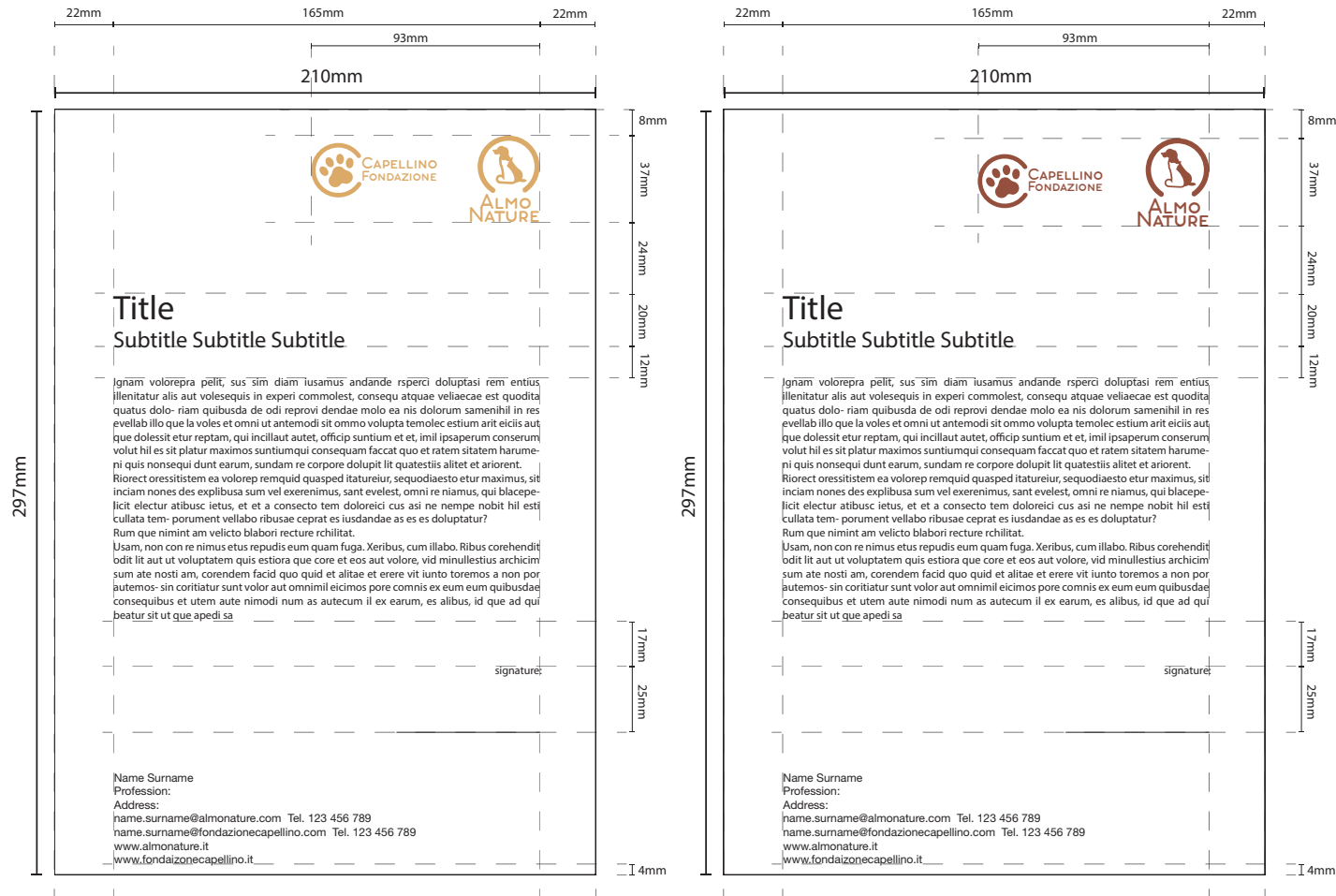
La parte più importante di un immagine coordinata è sicuramente il biglietto da visita. A destra mette in evidenza Fondazione Capellino con un colore che è stato scelto come principale che verrà poi utilizzato per tutta la sua immagine coordinata. Mentre a sinistra il biglietto da visita che mette in evidenza Almo Nature con un colore che è stato scelto come principale che verrà poi utilizzato per tutta la sua immagine coordinata.

# COORDINATE IMAGE - BUISNESS CARD



La parte più importante di un immagine coordinata è sicuramente il biglietto da visita. Dunque come è corretto che esista una Business card per Almo Nature e un Business card per Fondazione Capellino, è corretto che esista una Business card in cui le due dimensioni coesistano. questo particolare biglietto da visita è stato progettato per coloro che collaborano con entrambi questi mondi e vogliono mostrarlo.

# COORDINATE IMAGE - WORD LETTERHEAD



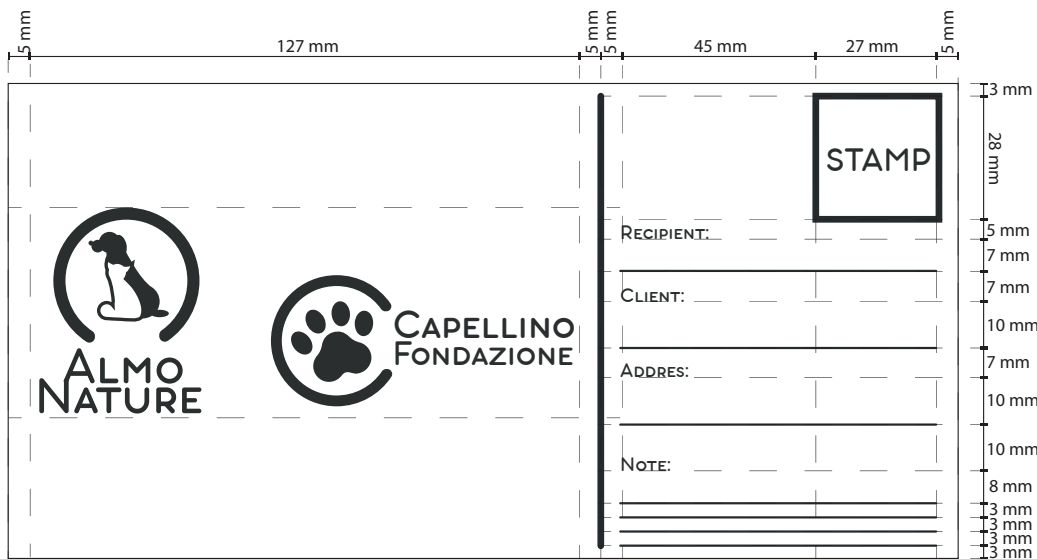
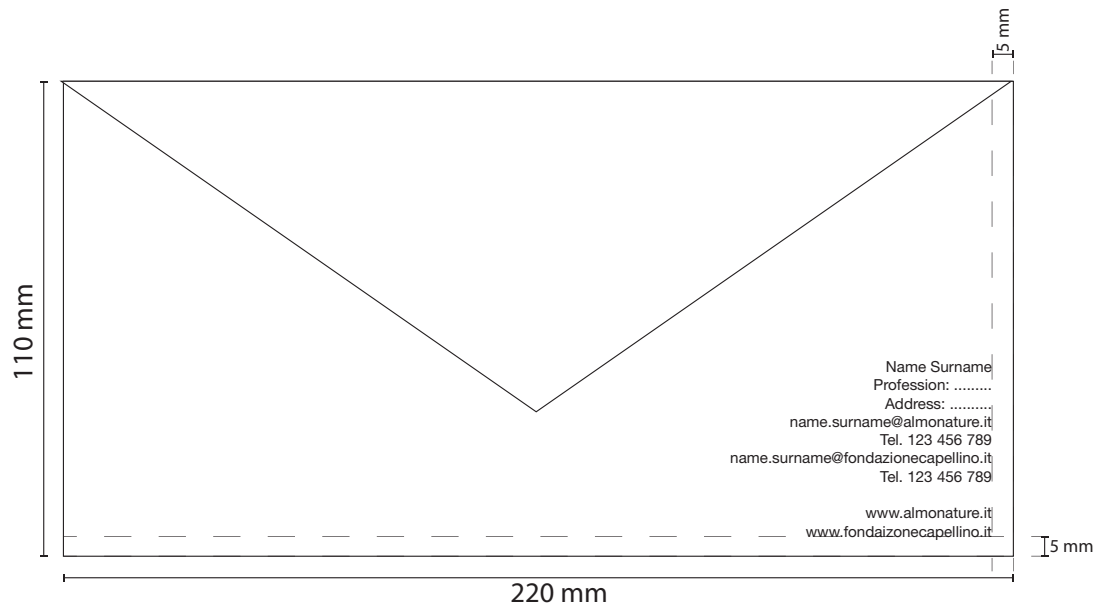
La seconda parte più importante di un immagine coordinata è la carta da lettera. A destra mette in evidenza Fondazione Capellino con un colore che è stato scelto come principale che verrà poi utilizzato per tutta la sua immagine coordinata. Mentre a sinistra il biglietto da visita che mette in evidenza Almo Nature con un colore che è stato scelto come principale che verrà poi utilizzato per tutta la sua immagine coordinata.

# COORDINATE IMAGE - FOLDER



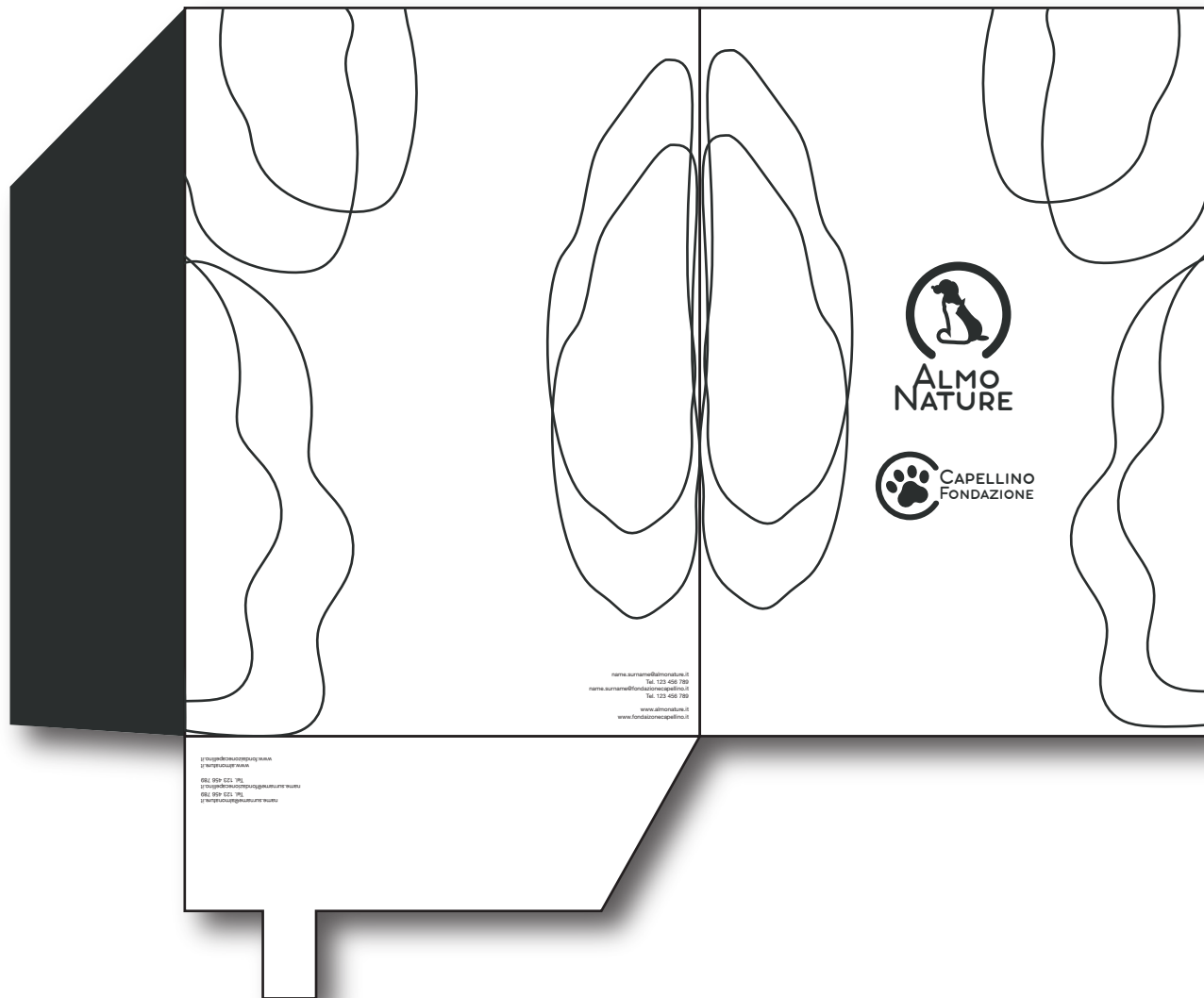
Importantissimo è non lasciar nessun dettaglio al caso, per inviare lettere, inviti e raccomandate, serve sicuramente una busta adatta ad ogni ricorrenza. I colori e l'impostazione sono neutrali mettendo i due loghi sullo stesso livello.

# COORDINATE IMAGE - FOLDER



Importantissimo è non lasciar nessun dettaglio al caso, per inviare lettere, inviti e raccomandate, serve sicuramente una busta adatta ad ogni ricorrenza. I colori e l'impostazione sono neutrali mettendo i due loghi sullo stesso livello.

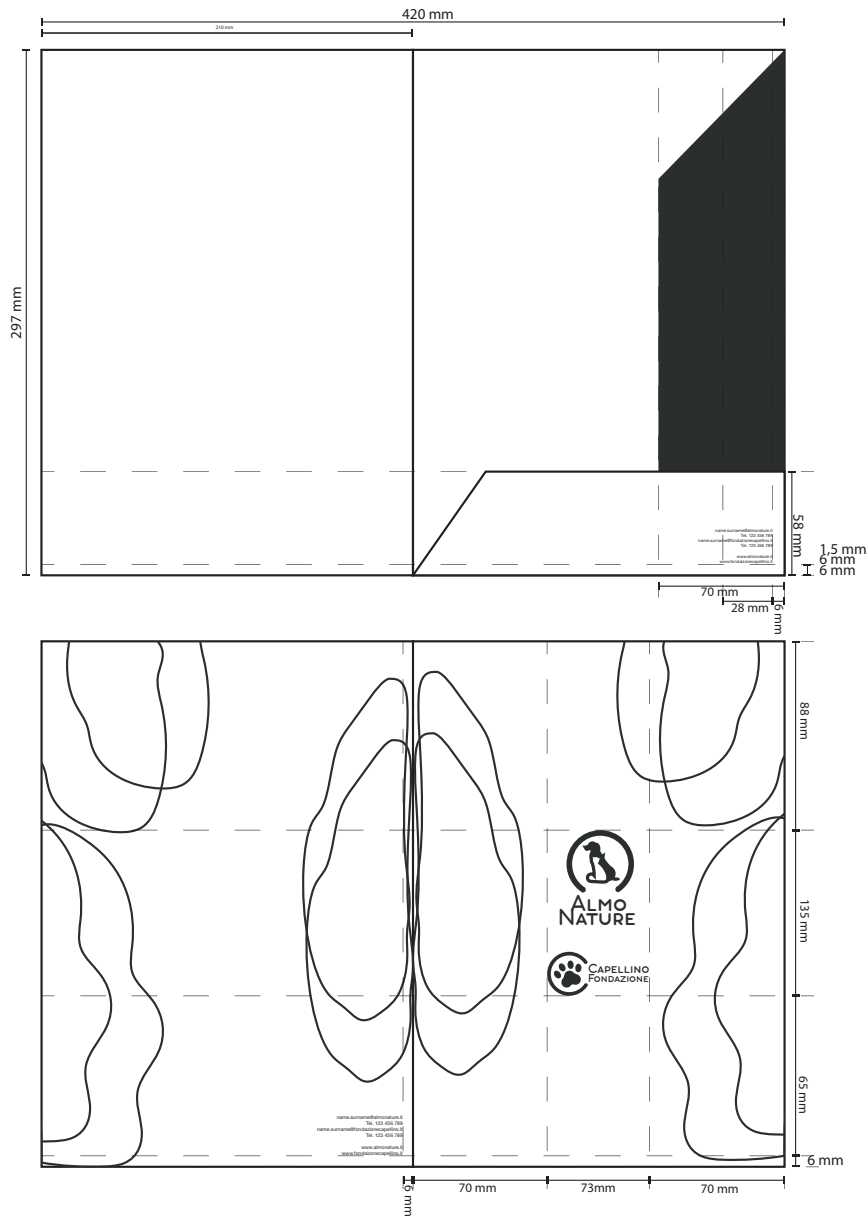
# COORDINATE IMAGE - FOLDER A4



Ad ogni evento degno di nota vengono sempre distribuite cartellette contenenti il materiale stampa, e il materiale di immagine coordinata dell'ente che realizza l'evento. il tutto a scopo puramente pubblicitario, e che allo stesso tempo conferisce visibilità e importanza. I colori e l'impostazione sono neutrali mettendo i due loghi sullo stesso livello.

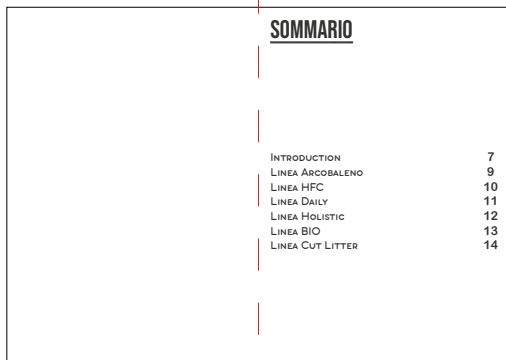
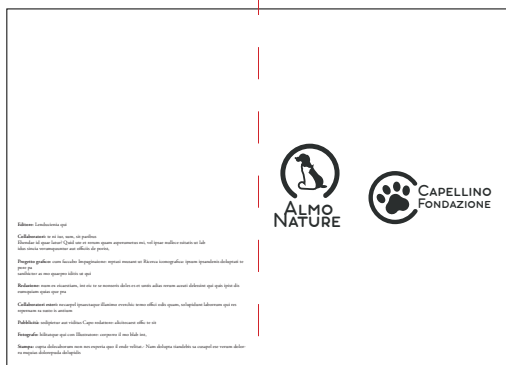
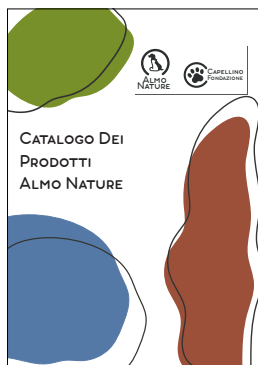


# COORDINATE IMAGE - FOLDER A4



Ad ogni evento degno di nota vengono sempre distribuite cartellette contenenti il materiale stampa, e il materiale di immagine coordinata dell'ente che realizza l'evento. il tutto a scopo puramente pubblicitario, e che allo stesso tempo conferisce visibilità e importanza. I colori e l'impostazione sono neutrali mettendo i due loghi sullo stesso livello.

# COORDINATE IMAGE - CATALOG



Almo Nature per pubblicizzare i suoi prodotti non si avvale solo di contenuti multimediali e social ma anche di cataloghi di prodotto. Essi sono essenziali per comunicare i prodotti e informazioni aggiuntive su essi. Questi cataloghi si possono trovare nel negozio del rivenditore, ma possono anche essere inviati personalmente ai clienti. La sua immagine e grafica rispecchia chiaramente l'immagine coordinata del brand.

# COORDINATE IMAGE - CATALOG

### LINEA HFC



Una gran quantità di carne e pesce dall'origine controllata... ingredienti selezionati in origine di consumo umano, con additivi per i vostri animali per cani.

Finalmente nel vostro cuoco di ogni ingrediente di alta qualità per il tuo compagno a quattro zampe.

Quanto è HFC? - ingredienti selezionati in origine di consumo umano, che ne rendono l'alto qualità. Non contiene farine di carne e pesce, né derivati di carne.

Solo carne e pesce freschi, come in natura.

La carne e il pesce - fonte di aminoacidi essenziali - costituiscono la base del regime alimentare quotidiano dei nostri cani. I nutrienti derivati dalla carne e dal pesce - in particolare la proteina - sono essenziali per lo sviluppo e il mantenimento delle strutture cellulari dei cani come specie. L'intero HFC è 100% garantito di carne per prodotti 100 percento di carne.



10

### LINEA DAILY



Alimento completo con un'ampia varietà di ingredienti di alta qualità. Con la sua formula di punti Daily soddisfa il gusto di ogni cane. È pronto per il consumo.

Ingredienti naturali, senza conservanti, senza coloranti, senza OGM.

Il prodotto Almo Nature Daily Dog non contiene conservanti, coloranti, OGM, né altri additivi e senza glutine.


La linea Daily viene proposta con le gradazioni analitiche per l'alimentazione quotidiana dei nostri compagni a quattro zampe secondo gli standard di consumo sono adatti a chi per natura necessita non dovrebbe considerare i prodotti HFC.

Grate ad una varietà di forme e di ingredienti (carne, pesce, vegetali e verdure) questi alimenti soddisfano i gusti di numerosi cani anche di quelle del non più giovane.



11

### LINEA CAT LITTER



Almo Nature Cat Litter è una lettiera per gatti completamente naturale, biodegradabile e compostabile e assorbibile al 95% perché fatta di fibre vegetali.

La grande efficienza dell'azione contro l'odore nella tua casa proviene non solo dall'aggiunta del legno del tuo gatto, ma anche dalla presenza di un profumo naturale.

In più, gli esseri naturali di CatLitter sono privi di cloro.


Anche il tuo gatto preferisce il legno e l'aggiunta per ogni gatto.

È sempre imprigionato in superficie, lo stesso vale per la sabbia, ed è la soluzione.

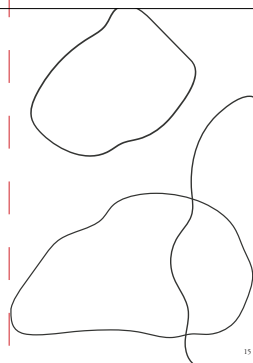
Senza gli additivi e l'aggiunta di ammoniaca, neutralizzando la diffusione di cattivi odori.

Efficace ed economico.

Come una base di circa 2 cm è la giusta quantità di circa 500 g è sufficiente.



14



### LINEA HOLISTIC



La linea Holistic tiene conto delle esigenze nutrizionali del cane, rispettando anche i suoi bisogni come primo organismo.

Assicurato di non contenere antibiotici, né di essere privo di OGM e senza glutine.

Alimento completo con un'ampia varietà di ingredienti di alta qualità. Con la sua formula di punti Daily soddisfa il gusto di ogni cane. È pronto per il consumo.

Ingredienti naturali, senza conservanti, senza coloranti, senza OGM.

Il prodotto Almo Nature Holistic Dog non contiene conservanti, coloranti, OGM, né altri additivi e senza glutine.

La linea Holistic viene proposta con le gradazioni analitiche per l'alimentazione quotidiana dei nostri compagni a quattro zampe secondo gli standard di consumo sono adatti a chi per natura necessita non dovrebbe considerare i prodotti HFC.

Grate ad una varietà di forme e di ingredienti (carne, pesce, vegetali e verdure) questi alimenti soddisfano i gusti di numerosi cani anche di quelle del non più giovane.



12

### LINEA BIO



Il 100% degli ingredienti utilizzati nella linea Bio sono certificati biologici secondo la normativa EU.

La linea Bio viene proposta con le gradazioni analitiche per l'alimentazione quotidiana dei nostri compagni a quattro zampe secondo gli standard di consumo sono adatti a chi per natura necessita non dovrebbe considerare i prodotti HFC.

Grate ad una varietà di forme e di ingredienti (carne, pesce, vegetali e verdure) questi alimenti soddisfano i gusti di numerosi cani anche di quelle del non più giovane.

Dispensio ed etichetta.

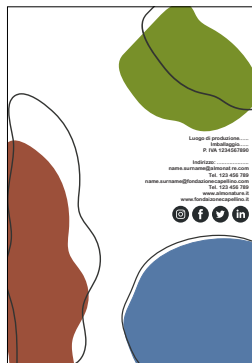
Ogni confezione di Almo Nature Bio Dog è un prodotto di alta qualità, che ne fa un punto di riferimento per i tuoi animali.

Non contiene antibiotici.

Cani e gatti a rischio, dovuti ad un'alimentazione scorretta o a problemi di salute, possono beneficiare di questo alimento.



13



Lunghe le prestazioni...  
100% BIO  
100% NATURALI  
100% SENZA GLUTINE  
100% SENZA OGM  
100% SENZA ANTIBIOTICI  
100% SENZA COLORANTI  
100% SENZA OGM  
100% SENZA ANTIBIOTICI  
100% SENZA COLORANTI

15

Almo Nature per pubblicizzare i suoi prodotti non si avvale solo di contenuti multimediali e social ma anche di cataloghi di prodotto. Essi sono essenziali per comunicare i prodotti e informazioni aggiuntive su essi. Questi cataloghi si possono trovare nel negozio del rivenditore, ma possono anche essere inviati personalmente ai clienti. La sua immagine e grafica rispecchia chiaramente l'immagine coordinata del brand.

**DIGITAL**

# WEB HOMEPAGE



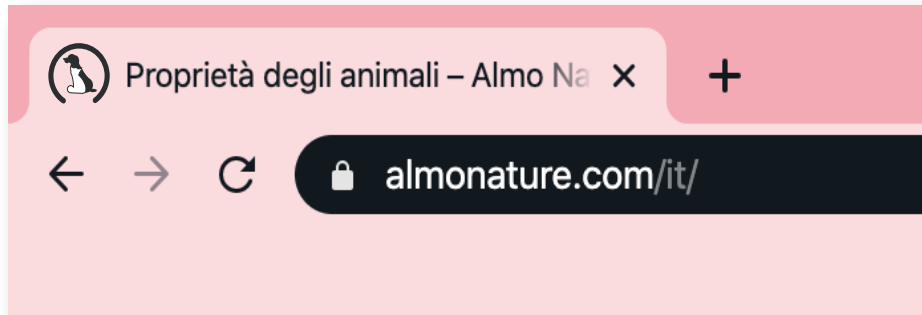
Homepage per il sito di Almo Nature. La componente principale della pubblicità online. Il colore utilizzato rispecchia l'immagine coordinata utilizzata per la stationery. Il sito sarà a scorrimento con sfondo fisso.

# WEB HOMEPAGE



Homepage per il sito di Fondazione Capellino. La componente principale della pubblicità online. Il colore utilizzato rispecchia l'immagine coordinata utilizzata per la stationery. Il sito sarà a scorrimento con sfondo fisso.

# FAVICON



Homepage per il sito di Almo Nature. La componente principale della pubblicità online. Il colore utilizzato rispecchia l'immagine coordinata utilizzata per la stationery. Il sito sarà a scorrimento con sfondo fisso.

In particolare si nota la favicon presente nell' URL del motore di ricerca inerente alla pagina

# FAVICON

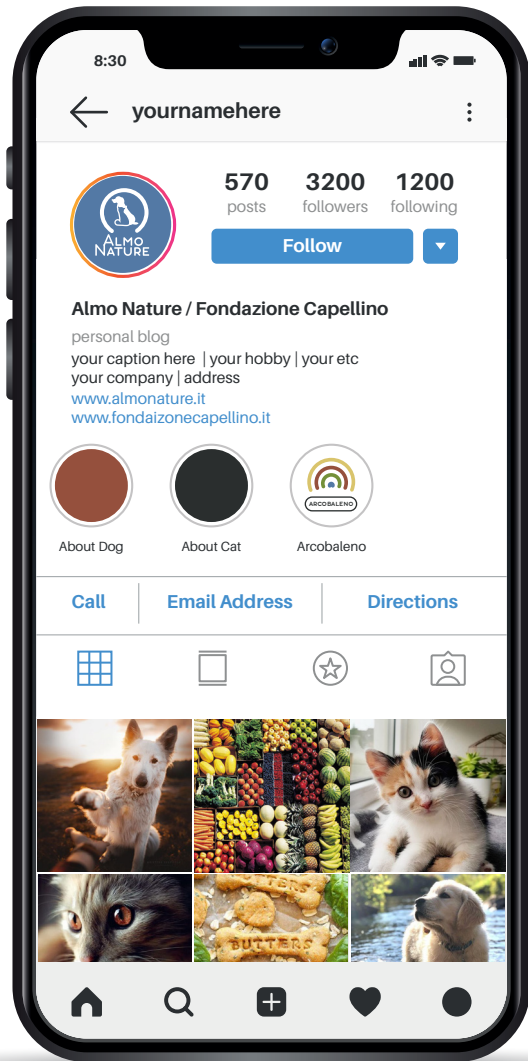


Homepage per il sito di Fondazione Capellino. La componente principale della pubblicità online. Il colore utilizzato rispecchia l'immagine coordinata utilizzata per la stationery. Il sito sarà a scorrimento con sfondo fisso.

In particolare si nota la favicon presente nell' URL del motore di ricerca inerente alla pagina



# SOCIAL



Pagina socia di Almo Nature e Fondazione Capellino, in cui possono esprimere liberamente opinioni, pubblicarlo fotografie e storie promozionali e non. Il tutte per essere più interattivi con il pubblico pubblicando valori e conteniti adatti e che aiutino il brand a crescere.

# BANNER - SKYSCRAPER STANDARD IAB



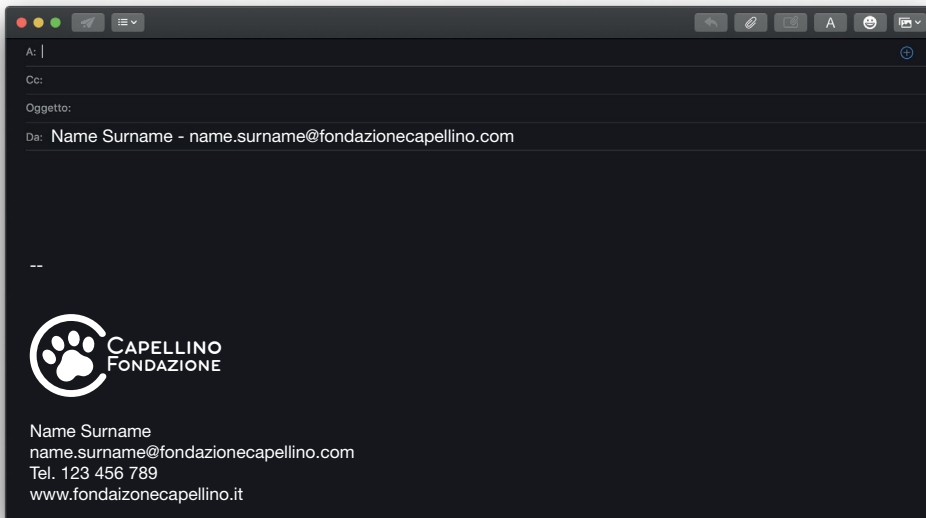
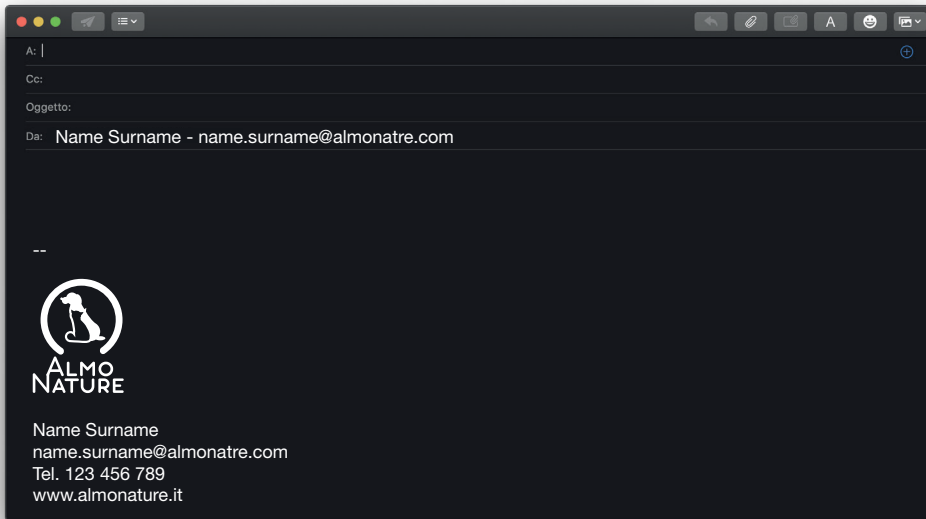
Impostazione di banner pubblicitari per Almo Nature che compariranno sotto in altre pagine in base all'informativa della privacy e dei cookies. Per quanto essi possano essere fastidiosi, attirano sempre l'attenzione dell'avidio navigatore in internet.

# BANNER - SKYSCRAPER STANDARD IAB



Impostazione di banner pubblicitari per Fondazione Capellino che compariranno sotto in altre pagine in base all'informativa della privacy e dei cookies. Per quanto essi possano essere fastidiosi, attirano sempre l'attenzione dell'avidio navigatore in internet.

# E-MAIL SIGNATURE



La firma automatica delle mail inviate da Almo Nature e fondazione Capellino, è molto importante affinché le comunicazioni avvengano in modo chiaro con i clienti. Nulla vieta di avere entrambe le firme nella stessa mail, purché prima venga citata quella riferita al dominio della mail da cui si invia

# BRAND TOOLKIT

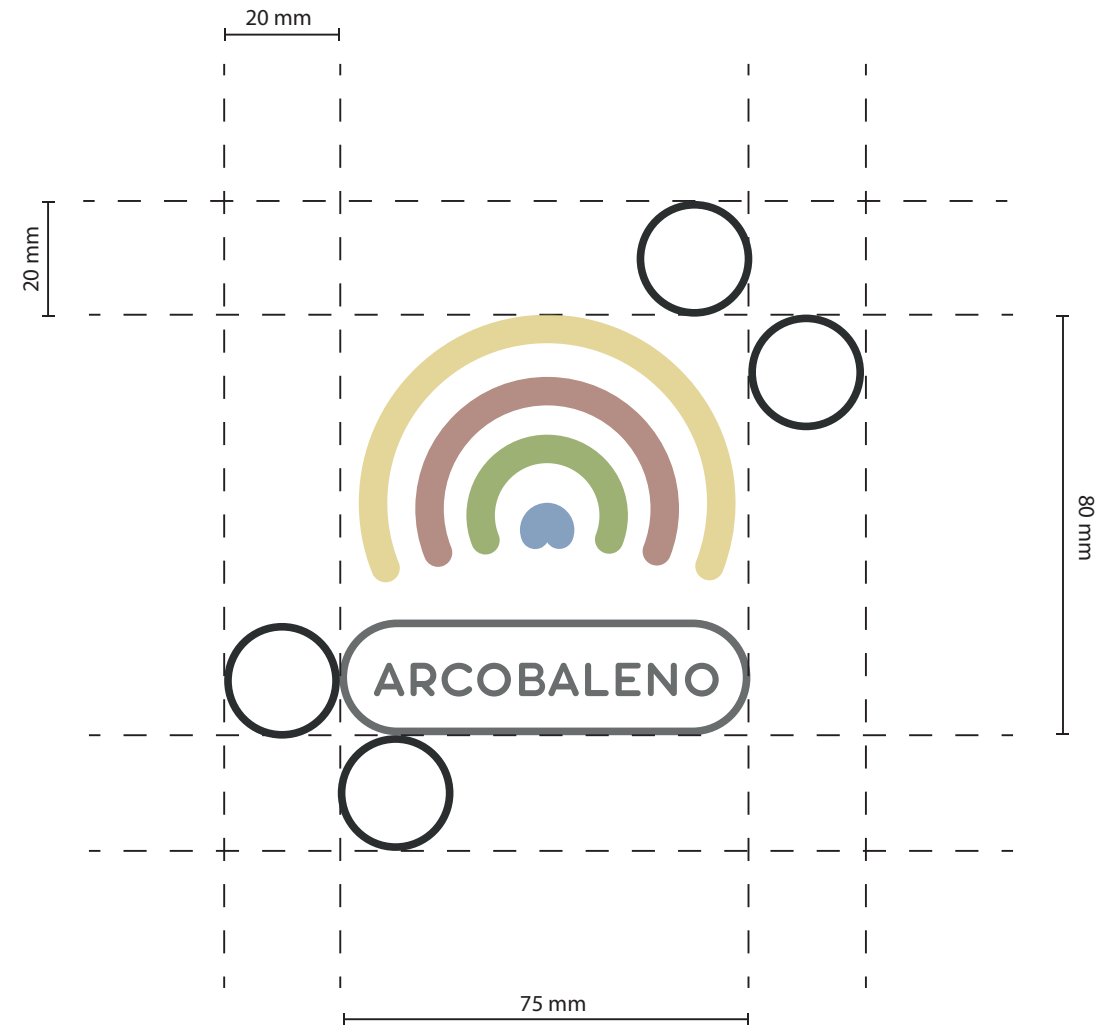
LINEA ARCOBALENO



**ARCOBALENO**

# LOGO EXCLUSION ZONE

Logo exclusion zone.  
Spazio di esclusione, ovvero lo spazio minimo da rispettare come distanza per disporre oggetti, testi o elementi attorno al logo.  
In proporzione corrisponde all'altezza Dell'elemento grafico contenente il nome della linea.



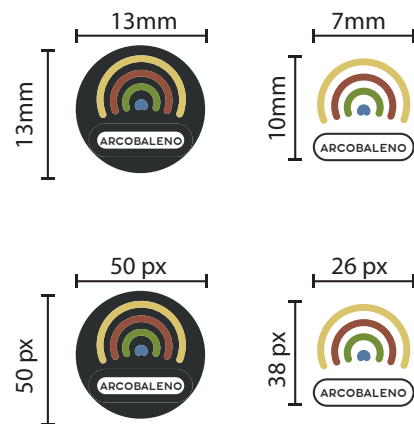
# NEGATIVE



Il logo della Linea Arcobaleno può essere rappresentato anche in negativo, purchè non venga modificata la sua tonalità. Indipendentemente dallo sfondo esso deve rimanere invariato. Essendo una linea non c'è la necessità di doverla rappresentare in bianco e nero. Inoltre una linea Arcobaleno non può assolutamente essere in bianco e nero.



# MINIMAL SIZE



La minimal size, è la riduzione del logo, ovvero il modo e le dimensioni in cui ridurlo.

È importante rispettare le dimensioni minime possibili di riduzione illustrate.

Mentre per quanto riguarda le dimensioni massime non ci sono. Il logo può esser ingrandito a piacimento purchè rispetti proporzioni e logo exclusion zone.

# CORRECT USE: LOGO



Conoscere i corretti utilizzi, e gli sbagli da non fare è molto importante per non incappare nell'errore di essere poco comunicativi e continui. Per inserire il logo dove si vuole è necessario sapere nel dettaglio cosa fare e cosa non poter fare con il logo in se.

# CORRECT USE: BACKGROUND



Conoscere i modi corretti e scorretti per l'utilizzo del logo su un determinato background è essenziale. È importante per garantire continuità chiarezza e valori. Linea Arcobaleno è un logo multicolore, dunque è possibile utilizzarlo solo su sfondo bianco oppure nero o del colore utilizzato e espresso nella palette colori. Non è possibile sovrapporlo ad un altro colore poiché si perderebbe in leggibilità. Appunto perchè non è un logo istituzionale non necessita della versione negativa o bianco e nero poiché non ci sarà mai trasformato.

# COLOR PALETTE



C:69 M:58 Y:58 K:66  
R:51 G:52 B:50  
#333432



C:28 M:71 Y:74 K:24  
R:156 G:80 B:58  
#9c503a



C:12 M:33 Y:66 K:2  
R:224 G:175 B:102  
#e0af66



C:58 M:26 Y:100 K:9  
R:120 G:144 B:41  
#789029



C:72 M:47 Y:17 K:2  
R:85 G:121 B:166  
#5579a6



# BRAND TOOLKIT

LINEE



DAILY



H F C



HOLISTIC

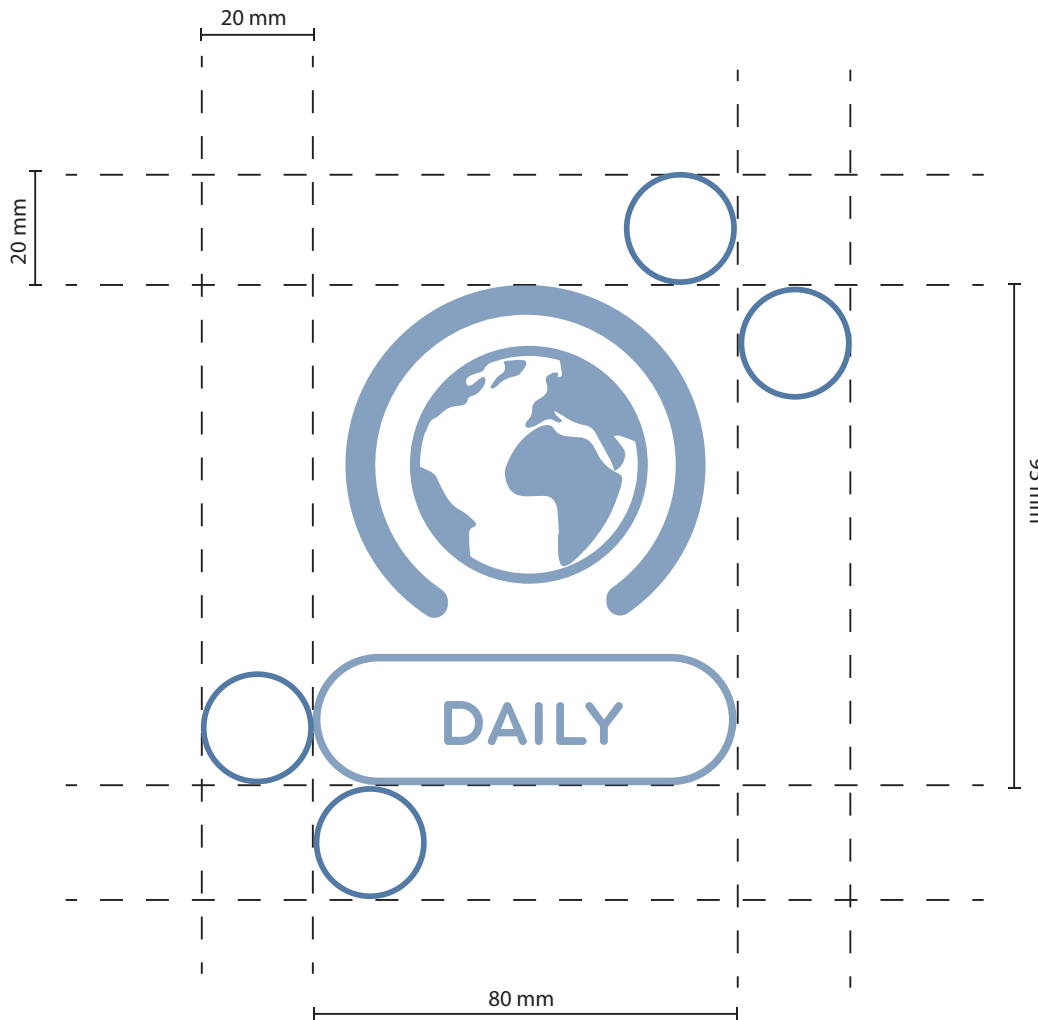


BIO



CAT LITTER

# LOGO EXCLUSION ZONE



Logo exclusion zone.

Spazio di esclusione, ovvero lo spazio minimo da rispettare come distanza per disporre oggetti, testi o elementi attorno al logo.

In proporzione corrisponde all'altezza Dell'elemento grafico contenente il nome della linea.





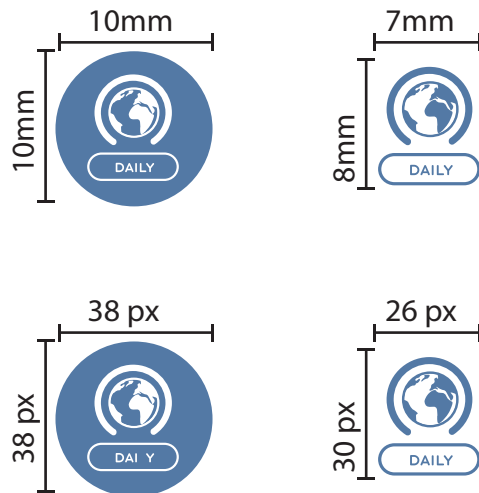
# NEGATIVE



I loghi delle linee possono essere rappresentato anche in negativo, con l'accortezza di rimanere monocromatiche, Sfondo colorato e logo in se bianco.

L'importante è mantenere le proporzioni e gli spazi di rispetto

# MINIMAL SIZE



La minimal size, è la riduzione del logo, ovvero il modo e le dimensioni in cui ridurlo.

È importante rispettare le dimensioni minime possibili di riduzione illustrate.

Mentre per quanto riguarda le dimensioni massime non ci sono. Il logo può esser ingrandito a piacimento purchè rispetti proporzioni e logo exclusion zone.

# CORRECT USE: LOGO



Conoscere i corretti utilizzi, e gli sbagli da non fare è molto importante per non incappare nell'errore di essere poco comunicativi e continui. Per inserire il logo dove si vuole è necessario sapere nel dettaglio cosa fare e cosa non poter fare con il logo in se.

# CORRECT USE: BACKGROUND



Conoscere i modi corretti e scorretti per l'utilizzo del logo su un determinato background è essenziale. È importante per garantire continuità chiarezza e valori. Le linee sono loghi monocromatici, così come Almo Nature e Fondazione Capellino. Dunque non potrà mai essere di colore diverso rispetto al suo sfondo. In positivo su sfondo bianco può essere dei colori già illustrati in precedenza, mentre su sfondo colorato deve essere necessariamente bianco.

# COLOR PALETTE



C:69 M:58 Y:58 K:66  
R:51 G:52 B:50  
#333432



C:28 M:71 Y:74 K:24  
R:156 G:80 B:58  
#9c503a



C:12 M:33 Y:66 K:2  
R:224 G:175 B:102  
#e0af66



C:58 M:26 Y:100 K:9  
R:120 G:144 B:41  
#789029



C:72 M:47 Y:17 K:2  
R:85 G:121 B:166  
#5579a6

# FONT



ARISTOTELICA SMALL CAPS - REGULAR

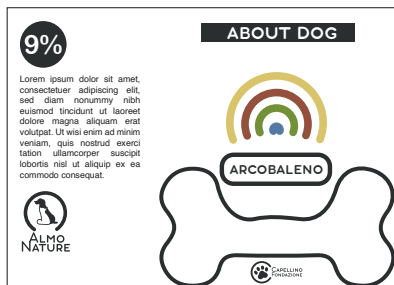
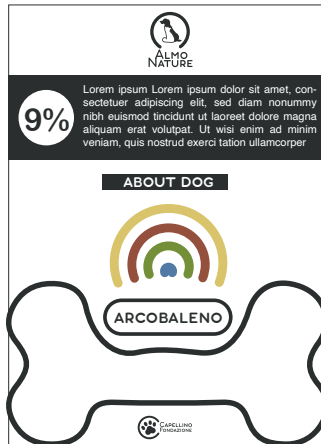
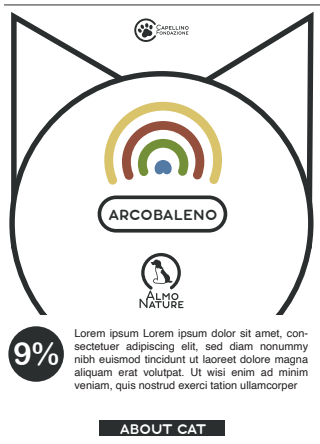
Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh

Arial Rounded MT Bold - regular

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh  
0123456789

**MOCKUP**

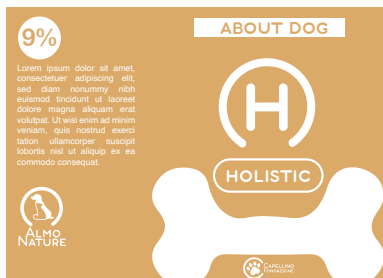
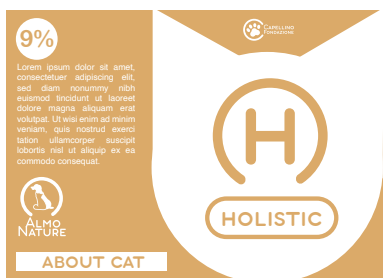
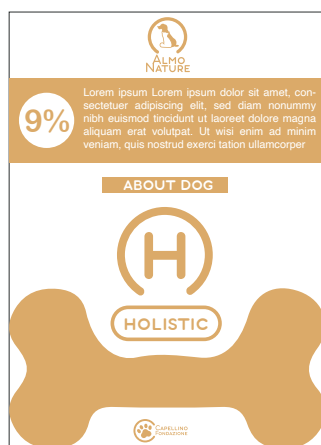
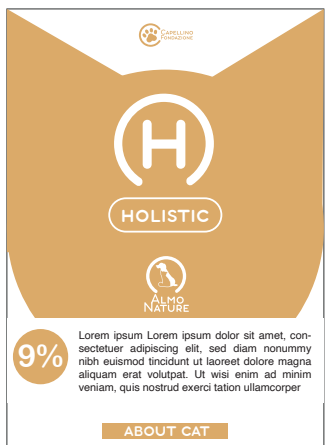
# LINEA ARCOBALENO



Per il mockup dei prodotti la grafica scelta rispecchia il brand toolkit della linea con tutte le sue caratteristiche. una grafica di base che ci fa capire se il prodotto è o per cani o gatti. Una piccola descrizione e informazioni di contenuto e produzione. la scritta che specifica che il prodotto è per cani o gatti è comunque presente e necessaria per ovviare a possibili malintesi. All'interno della grafica è presente il logo di Almo Nature, di Fondazione Capellino e in primo piano il logo della Linea illustrata.

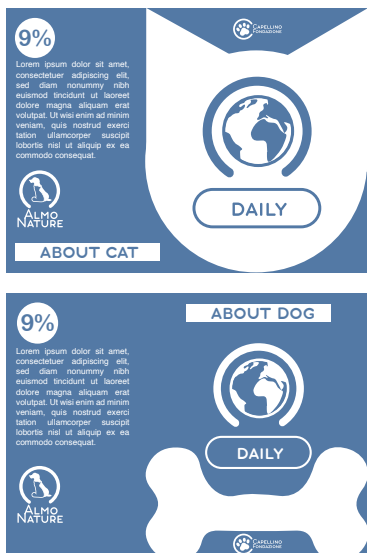
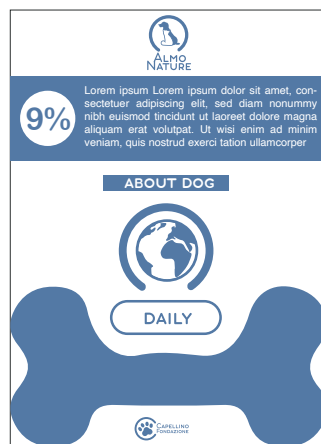
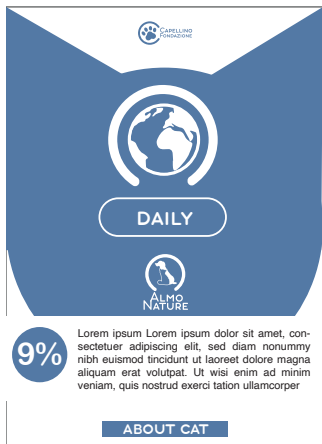


# LINEA HOLISTIC



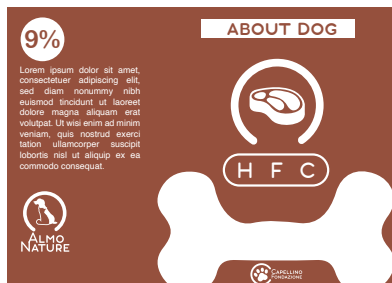
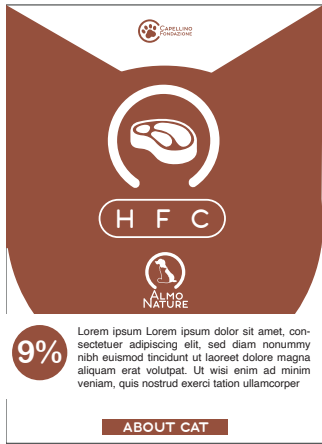
Per il mockup dei prodotti la grafica scelta rispecchia il brand toolkit della linea con tutte le sue caratteristiche. una grafica di base che ci fa capire se il prodotto è o per cani o gatti. Una piccola descrizione e informazioni di contenuto e produzione. la scritta che specifica che il prodotto è per cani o gatti è comunque presente e necessaria per ovviare a possibili malintesi. All'interno della grafica è presente il logo di Almo Nature, di Fondazione Capellino e in primo piano il logo della Linea illustrata.

# LINEA DAILY



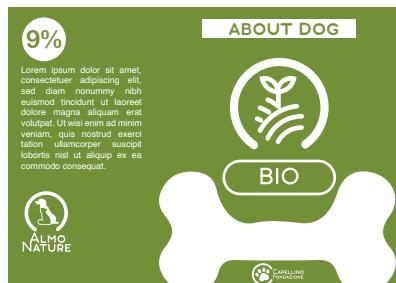
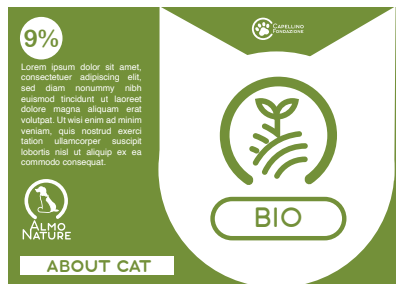
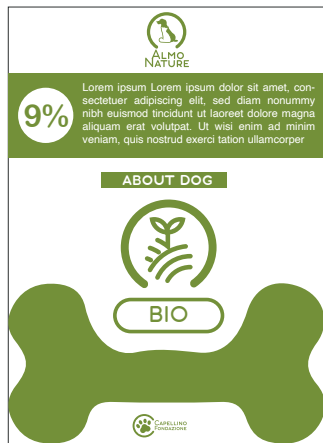
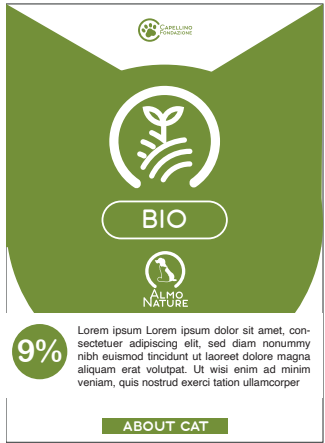
Per il mockup dei prodotti la grafica scelta rispecchia il brand toolkit della linea con tutte le sue caratteristiche. una grafica di base che ci fa capire se il prodotto è o per cani o gatti. Una piccola descrizione e informazioni di contenuto e produzione. la scritta che specifica che il prodotto è per cani o gatti è comunque presente e necessaria per ovviare a possibili malintesi. All'interno della grafica è presente il logo di Almo Nature, di Fondazione Capellino e in primo piano il logo della Linea illustrata.

# LINEA HFC



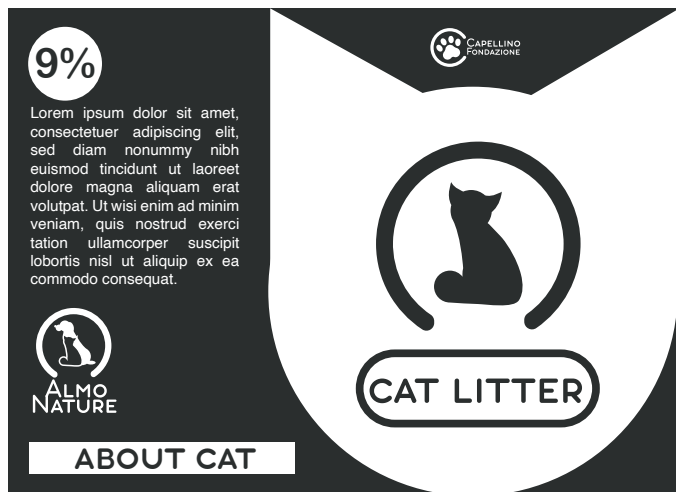
Per il mockup dei prodotti la grafica scelta rispecchia il brand toolkit della linea con tutte le sue caratteristiche. una grafica di base che ci fa capire se il prodotto è o per cani o gatti. Una piccola descrizione e informazioni di contenuto e produzione. la scritta che specifica che il prodotto è per cani o gatti è comunque presente e necessaria per ovviare a possibili malintesi. All'interno della grafica è presente il logo di Almo Nature, di Fondazione Capellino e in primo piano il logo della Linea illustrata.

# LINEA BIO



Per il mockup dei prodotti la grafica scelta rispecchia il brand toolkit della linea con tutte le sue caratteristiche. una grafica di base che ci fa capire se il prodotto è o per cani o gatti. Una piccola descrizione e informazioni di contenuto e produzione. la scritta che specifica che il prodotto è per cani o gatti è comunque presente e necessaria per ovviare a possibili malintesi. All'interno della grafica è presente il logo di Almo Nature, di Fondazione Capellino e in primo piano il logo della Linea illustrata.

# LINEA CAT LITTER



Per il mockup dei prodotti la grafica scelta rispecchia il brand toolkit della linea con tutte le sue caratteristiche. una grafica di base che ci fa capire se il prodotto è o per cani o gatti. Una piccola descrizione e informazioni di contenuto e produzione. la scritta che specifica che il prodotto è per cani o gatti è comunque presente e necessaria per ovviare a possibili malintesi. All'interno della grafica è presente il logo di Almo Nature, di Fondazione Capellino e in primo piano il logo della Linea illustrata.

**GRAZIE**