



CORPORATE IDENTITY MANUAL





RADICIGROUP è oggi una tra le realtà italiane più attive a livello internazionale. I suoi campi d'attività spaziano dalla chimica alla plastica, alle fibre sintetiche.

Considerate la complessità e le dimensioni del Gruppo, presentarsi in maniera omogenea è un elemento strategico di notevole importanza.

L'immagine coordinata unifica infatti, dal punto di vista visivo, le attività produttive ed organizzative dell'industria nella quale il Gruppo opera.

Permette inoltre di mantenere l'uniformità essenziale per una maggiore funzionalità, economia, e linearità di presentazione delle aziende.

Il manuale di Corporate Identity contiene le norme e le istruzioni operative per garantire una corretta applicazione dei principi che sono stati ritenuti indispensabili nel trattamento dell'immagine di RADICIGROUP.

E' uno strumento di riferimento destinato in primo luogo ai collaboratori che costruiscono ogni giorno l'immagine dell'azienda attraverso l'elaborazione di cataloghi, inserti pubblicitari, presentazioni, siti internet, e di tutti i tipi di supporti comunicativi in cui compare l'immagine di RADICIGROUP.

RADICIGROUP is one of Italy's leading groups, a diversified business specializing in chemicals, plastics and synthetic fibres.

Considering the Group's complexity and the variety of its activities, a homogenous presentation standard has become a crucial strategic element.

The coordinated image serves as the permanent and unified visual vehicle for the whole range of productive and organizational activities of the Group within the industry. It has to maintain a basic and essential uniformity for greater functionality, economy, and consistency in company presentations.

The corporate identity manual gives instructions for operating in a style that guarantees the correct application of the principles which are considered as crucial while dealing with RADICIGROUP's image. It is a reference instrument primarily designed for the collaborators who, together with the Group's employees, build the everyday image of the company drafting and elaborating catalogues, public files, presentations, websites, and all kind of communication supports where the image of RADICIGROUP appears.





TAVOLA 1 - TABLE 1

IL BRAND DI PRODOTTO

REGOLE GENERALI D USO

PRODUCT BRAND

GENERAL RULES OF USING



Per l'area di business RADICIGROUP DORIX è stato individuato il seguente brand di prodotto: dorix®.

Sul marchio registrato, ogni suo utilizzo è pertanto soggetto a regole e autorizzazioni stabilite da RADICIGROUP.

The following product brand have been identified in the RADICIGROUP DORIX business area: dorix®.

It is a registered trademark, its use is therefore regulated by permissions established by RADICIGROUP.



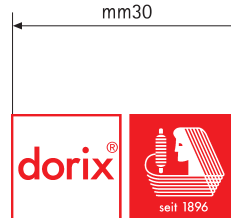
In caso di fondo nero è prevista, per il brand di prodotto dorix®, la medesima versione prevista su fondo bianco.

Questa regola si applica anche in caso di fondi colorati, ad esempio pannelli o pareti di stand fieristici sui quali i brand sono applicati come adesivi o adesivi prespaziati.

No special version of product brand dorix® has been designed in case it has to be reproduced on a black background. This rule applies also in case of coloured backgrounds, such as panels or stand walls where the brands are applied as adhesives.



misure minime/minimum size
mm30



Nella riproduzione del brand di prodotto dorix® su ogni genere di documento vanno seguite rigorosamente le indicazioni Pantone, CMYK, RGB, Web Color e RAL, sulla base del supporto utilizzato.

The graphic design of all documents containing the product brand dorix® has to strictly follow indications of Pantone, CMYK, RGB, Web Color and RAL, according to the chosen communication support.

