

# Idealservice Brand Identity Guidelines 2025



Idealservice è un'organizzazione che ha saputo evolversi nel tempo, affrontando con determinazione i cambiamenti del contesto sociale ed economico. In questo percorso, i nostri valori fondanti sono rimasti saldi, diventando il vero motore della nostra crescita.

Oggi, più che mai, è essenziale che questi valori si riflettano in modo chiaro e coerente nella nostra comunicazione. Una brand identity forte e coordinata non è solo una questione estetica: **è il modo in cui raccontiamo chi siamo, cosa rappresentiamo e come vogliamo essere percepiti, dentro e fuori la nostra Cooperativa.**

Il logo, i colori, il linguaggio visivo e testuale sono strumenti potenti che parlano di noi. Per questo è fondamentale che vengano utilizzati con attenzione e rispetto, seguendo linee guida condivise e vincolanti. Solo così possiamo garantire coerenza, riconoscibilità e autorevolezza in ogni nostra interazione.

La collaborazione di tutti – soci, dipendenti e partner – è la chiave per costruire un'immagine solida e autentica. Insieme, possiamo fare in modo che Idealservice continui a distinguersi, con orgoglio, per ciò che è e per ciò che rappresenta.

**Marco Riboli - Presidente Idealservice**

# Contenuti

01	<b>Intro</b>	Pagina 4
	Comunicare il brand	5
02	<b>Logotipo</b>	8
	Colori	11
	Applicazioni	12
03	<b>Elementi grafici</b>	15
	Icone divisionali	16
04	<b>Tipografia</b>	17
	Carattere alternativo	18
05	<b>Materiali</b>	19
	Materiali identità	20
	Fiere ed eventi	44
	Sedi operative	48

# 01 Introduzione

In una realtà cooperativa come Idealservice, con divisioni operative che spaziano dal facility management ai servizi ambientali, fino agli impianti e servizi speciali, la **coerenza comunicativa è un pilastro fondamentale**.

Essere presenti su tutto il territorio nazionale rende ancora più cruciale il bisogno di parlare con una voce unica, riconoscibile e allineata ai nostri valori.

Seguire il brand visual – *colori, font, loghi, stile grafico* – non è solo una questione estetica: è un modo per trasmettere professionalità, affidabilità e coesione.

**Per i nostri clienti**, significa riconoscere Idealservice in ogni comunicazione, in ogni documento, in ogni interazione.

**Per i nostri addetti**, significa sentirsi parte di un progetto comune, contribuendo a rafforzare l'identità dell'organizzazione attraverso ogni gesto comunicativo.

Una comunicazione coordinata, che rispetta le linee guida del brand, aiuta a costruire fiducia, a semplificare i processi e a valorizzare il lavoro di ogni divisione. È il filo che unisce le nostre persone, i nostri servizi e la nostra missione cooperativa, rendendoci più forti e più riconoscibili, ovunque operiamo.

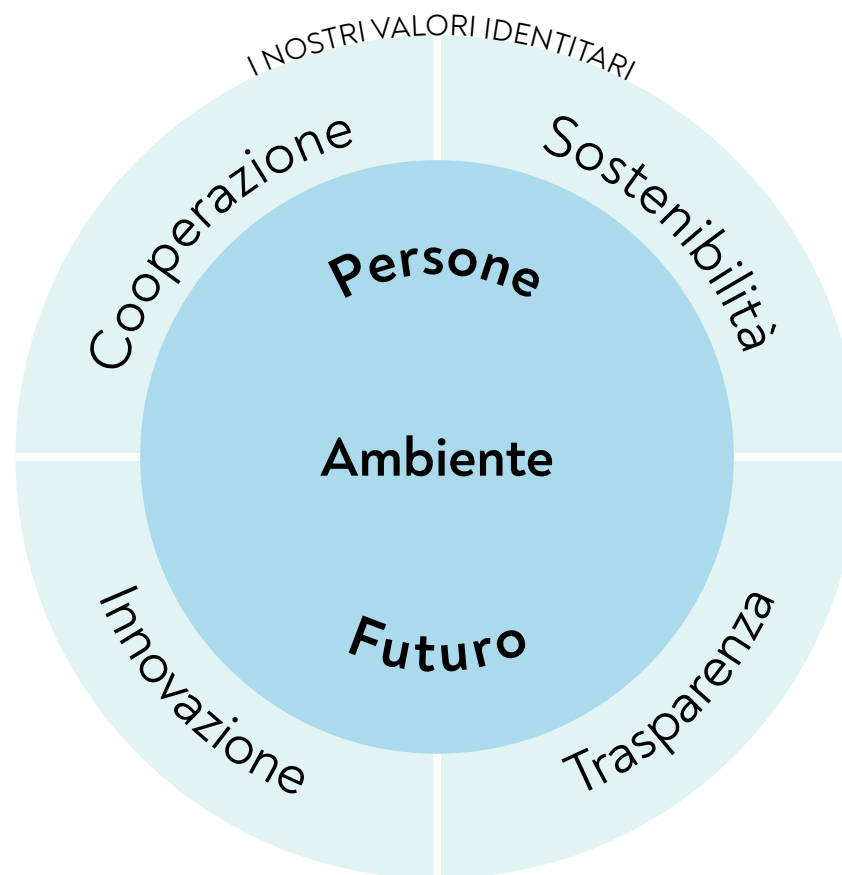
# 01 I valori del brand

## Cooperazione

La cooperazione è il nostro modo di essere. Non è solo una forma giuridica, ma un principio che guida ogni nostra scelta. Essere una società cooperativa significa avere a cuore le persone, le famiglie e le comunità, promuovendo un'economia che genera valore condiviso. Idealservice contribuisce allo sviluppo dei territori, alla tutela dell'ambiente e all'inclusione sociale, mettendo al centro le persone e il benessere collettivo.

## Innovazione

In un contesto instabile e in continua evoluzione, affrontiamo il cambiamento con apertura e spirito propositivo. In Idealservice, l'innovazione è un comportamento concreto: significa anticipare i bisogni, migliorare i processi e generare valore condiviso, oggi e per le generazioni future. È così che trasformiamo le sfide in opportunità di crescita sostenibile.



## Sostenibilità

Siamo una cooperativa orientata ai bisogni delle persone, alla centralità del lavoro e al benessere delle comunità.

Agiamo con responsabilità, inclusione e attenzione al territorio, perché per noi lo sviluppo sostenibile non è solo un obiettivo, ma un percorso condiviso e parte del nostro business.

Essere partner del cambiamento significa mettere in pratica ogni giorno i nostri valori: cooperazione, trasparenza, rispetto e impegno sociale.

## Trasparenza

In Idealservice agiamo con chiarezza, apertura e coerenza, perché crediamo che la fiducia si costruisca ogni giorno, attraverso comportamenti autentici.

Essere trasparenti significa condividere informazioni in modo responsabile e rendere visibili le scelte, i processi e i risultati, dentro e fuori l'organizzazione.

# 01 Tone of voice

Il **tone of voice aziendale** è il modo in cui un'azienda comunica, sia all'interno che all'esterno.

Comprende lo *stile*, il *linguaggio* e l'*attitudine* con cui si esprime nei testi scritti, nei contenuti visivi e nelle interazioni. Riflette la personalità, i valori e la cultura dell'organizzazione, contribuendo a renderla riconoscibile, coerente e autentica in ogni messaggio.



## Il nostro modo di comunicare

**Autentico**, perché raccontiamo chi siamo con trasparenza, mettendo al centro la nostra storia cooperativa, i valori condivisi e il legame con il territorio.

**Collaborativo**, perché crediamo nella forza del lavoro di squadra, nel rispetto reciproco e nella partecipazione attiva di tutti i soci e collaboratori.

**Competente**, perché operiamo con professionalità, serietà e attenzione, offrendo servizi di qualità e soluzioni concrete ai nostri clienti.

**Accessibile**, perché il nostro modo di comunicare è chiaro, positivo e inclusivo. Usiamo un linguaggio semplice e comprensibile, per dialogare con tutti: colleghi, clienti, istituzioni e comunità.

*Nella comunicazione interna ricordiamo che una parte importante dei nostri colleghi non ha origini italiane (circa il 20%): per questo ci impegniamo a rendere ogni messaggio facile da capire, per favorire la partecipazione e il senso di appartenenza.*

## Tone of voice

**Parliamo in prima persona plurale** - Come cooperativa formata da persone, la nostra comunicazione deve riflettere ciò che siamo: una comunità viva, partecipata, autentica.

Utilizzare un tone of voice in prima persona plurale, “noi” e “ci” stabilisce una connessione diretta con gli ascoltatori e i lettori, facendoli sentire parte di qualcosa, inoltre ci permette di parlare con voce diretta, inclusiva e trasparente, rafforzando il senso di appartenenza e vicinanza.

**Non raccontiamo l'azienda, raccontiamo noi stessi:** il nostro impegno, i nostri valori, la nostra visione condivisa. Questo approccio rende la narrazione più umana, più credibile e più coerente con il nostro modello cooperativo, dove **ogni persona-socio è parte attiva e protagonista.**

# 01 Mission, Vision e i nostri Valori

Conoscere **Mission, Vision e Valori** aziendali è fondamentale per **lavorare con consapevolezza, coerenza e motivazione**.  
Ci aiutano a capire dove stiamo andando, perché lo facciamo e come vogliamo farlo.  
Sono la bussola che guida ogni nostra scelta e azione.

## Mission

- 1** *Garantire* ai soci la **continuità dell'occupazione lavorativa e le migliori condizioni economiche, sociali e professionali**.
- 2** *Rappresentare* gli interessi e i valori dei soci, garantendo la loro **partecipazione attiva alla vita della Cooperativa**, la massima efficienza imprenditoriale e la remunerazione del capitale investito.
- 3** *Garantire* il requisito della **mutualità** prevalente della Cooperativa attraverso il **principio della porta aperta**.
- 4** *Garantire* ai soci e a tutti i suoi interlocutori la **massima trasparenza** delle scelte, delle procedure, dei contratti e della gestione, facendo di ciò - assieme ai principi di autonomia, competenza e miglioramento continuo - il tratto caratterizzante di Idealservice.
- 5** *Contribuire* allo **sviluppo e al rafforzamento del Movimento Cooperativo**.

## Vision

In Idealservice **lavoriamo per cambiare il mondo**, non per lamentarci di come lo abbiamo trovato.  
E lo dimostriamo **con i fatti ogni giorno**, con **passione e dedizione**, a partire da noi stessi, perché sono i nostri piccoli gesti quotidiani a fare la vera differenza.  
Essere socialmente responsabile per noi significa **assumerci piena responsabilità dell'impatto della nostra attività sull'ambiente circostante**, inteso nel senso più ampio del termine, e considerare nella definizione della nostra strategia, nella declinazione delle politiche interne e nei comportamenti quotidiani, gli interessi di tutti non solo a livello economico, ma anche sociale ed ambientale.

## Valori

*Crediamo* nella **sostenibilità**, nel rispetto di **standard di lavoro equi e sicuri**, nella **trasparenza**, nella **salvaguardia dell'ambiente**.

*Crediamo* nel **coraggio**, nell'**innovazione**, nella **passione** che da sempre contagiano ogni nostra azione.

*Crediamo* nel **valore degli esseri umani e dei loro diritti**, nello sviluppo personale, **nella diversità come risorsa** da tutelare, nella **sostenibilità come stile di vita**.

*Condividiamo* i nostri valori e obiettivi con gli stakeholder attraverso un **rapporto di fiducia e reciprocità**.

## 02 Logotipo

Il logo aziendale non è solo un segno grafico: è il simbolo della nostra identità, dei valori che ci uniscono e della visione che ci guida. Riconoscersi in esso significa sentirsi parte di una storia condivisa, fatta di impegno, passione e crescita.





## 02 Logotipo Restyling



Il nuovo **logotipo Idealservice** rappresenta un'evoluzione coerente e rispettosa della versione precedente, mantenendo saldi i riferimenti visivi e cromatici che ne hanno definito l'identità nel tempo.



Il **pittogramma dell'airone**, soggetto iconico del marchio, è stato sottoposto a un **restyling grafico non invasivo**, volto a migliorarne la resa visiva e l'equilibrio formale. L'airone è **iscritto in una circonferenza rossa**, simbolo del **sole**, elemento già presente nella versione storica del logo, a testimonianza della volontà di continuità e riconoscibilità.



La **palette cromatica istituzionale rosso/blu** è stata mantenuta, rafforzando il legame con l'identità visiva consolidata del brand.



Il **logotipo tipografico** presenta una **font leggermente più spaziata**, scelta per garantire una maggiore leggibilità in ogni formato e applicazione. Il cambiamento più significativo è rappresentato dall'adozione dei **caratteri minuscoli**, che contribuiscono a un **miglior bilanciamento grafico** con il nuovo pittogramma, conferendo al marchio un tono più moderno, accessibile e armonico.

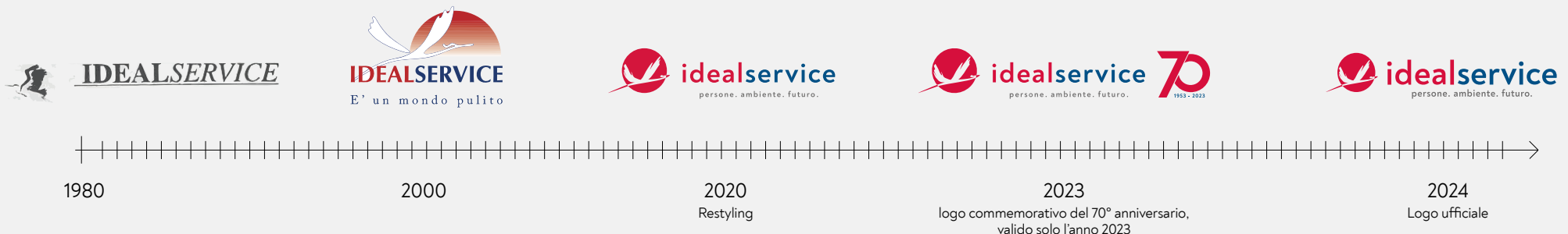


I loghi precedenti al 2024 non sono più in linea con l'identità visiva attuale e non devono essere utilizzati.

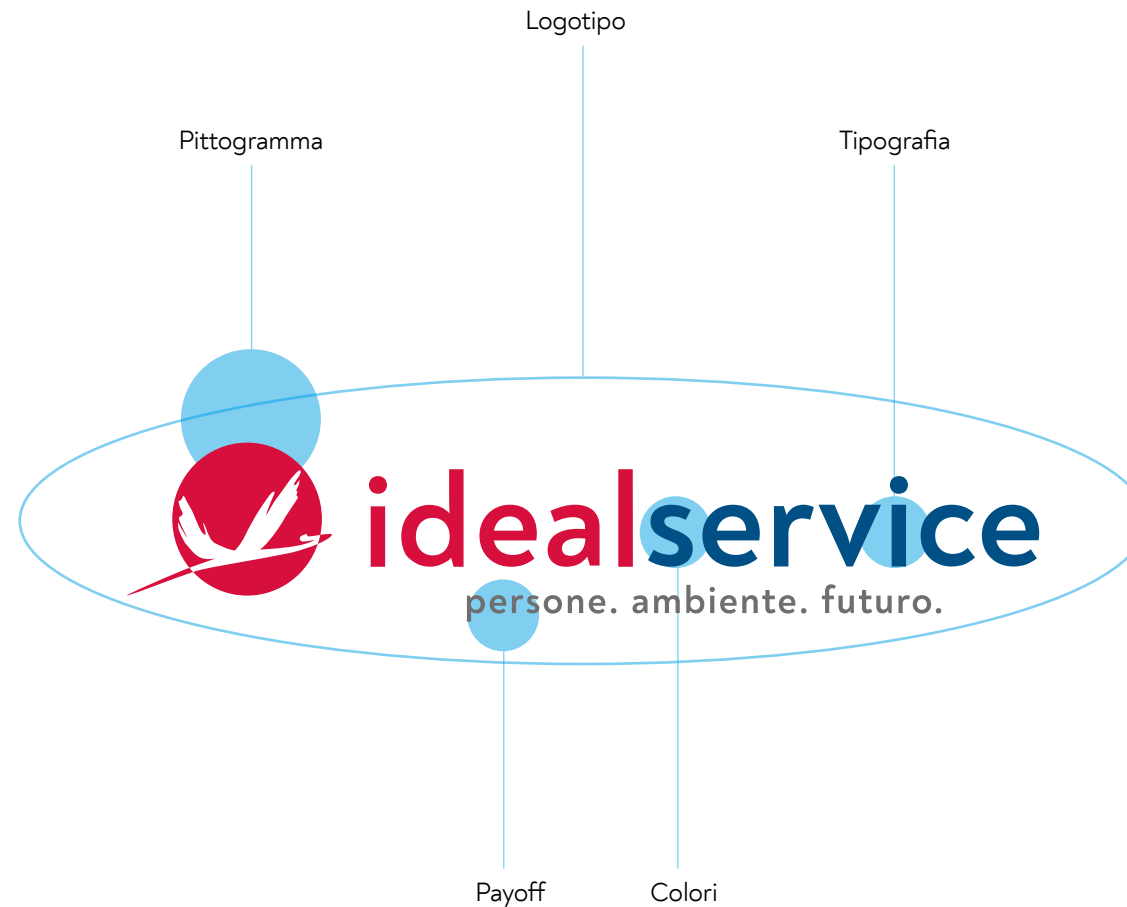
È valida esclusivamente la versione aggiornata e approvata.

**In caso di materiali contenenti loghi obsoleti, vi chiediamo di procedere con la loro rimozione o sostituzione.**

Qualora non fosse possibile intervenire direttamente, vi invitiamo a segnalarlo all'indirizzo [marketing@idealservice.it](mailto:marketing@idealservice.it).



## 02 Logotipo Idealservice



Il pacchetto loghi è disponibile all'interno della **pagina Identità** sul nostro portale intranet

## 02 Logotipo Il Payoff

**Pensare sostenibile, agire responsabile:**  
**questa è la filosofia della nostra Cooperativa.**

E noi lo vogliamo ricordare ogni giorno, attraverso il nostro payoff.

**persone. ambiente. futuro.**

**Persone.** perché i nostri soci, lavoratori e clienti sono il centro di ogni nostra azione.

**Ambiente.** perché il nostro obiettivo è proteggere e migliorare il nostro mondo.

**Futuro.** perché vogliamo un futuro vivibile e sostenibile per le prossime generazioni.



## 02 Logotipo Il Pittogramma

**Il nostro pittogramma aziendale è un airone, simbolo di potere, equilibrio e trasformazione.**

L'airone incarna la connessione tra cielo e terra, rappresentando un ponte tra mondi diversi e scandendo i cicli del cambiamento con grazia e saggezza.

È emblema di indipendenza, forza e stabilità, qualità che riflettono la nostra visione aziendale.

Come l'airone, **affrontiamo ogni percorso con equilibrio**: se una strada si chiude, ne apriamo un'altra, guidati dalla fiducia nel cambiamento e nella nostra capacità di adattarci e crescere.



## 02 Logotipo Colori

### Riferimenti cromatici



C 10 M 100 Y 70 K 0

Pantone 206C

#d60f3c

RGB 214 - 15 - 60



C 100 M 65 Y 20 K 10

Pantone 2945C

#005086

RGB 0 - 80 - 134



C 0 M 0 Y 0 K 70

Nero 70%

#706f6f

RGB 112 - 111 - 111

### Varianti colore



#### POSITIVO



#### NEGATIVO



## 02 Logotipo Applicazioni

L'**area di rispetto** indica lo spazio vuoto che deve essere previsto attorno al marchio per una corretta leggibilità.

### Area di rispetto

---



Le **proporzioni** sono fondamentali per mantenere inalterata l'efficacia di lettura dei vari elementi che compongono il marchio.

### Proporzioni

---



## 02 Logotipo Applicazioni

Rispettare il limite di riduzione è fondamentale per garantire una perfetta leggibilità del marchio nelle piccole dimensioni.

Il marchio deve sempre mantenere la costruzione e proporzione indicata nel brand manual. È vietato ruotarlo, rifletterlo, distorcerlo ecc.

### Riduzione minima con pay-off



50 mm | 142 px

### Riduzione minima senza pay-off



25 mm | 71 px

Se la larghezza del marchio  
è inferiore a 50 millimetri / 142 pixel,  
va eliminato il pay-off

### Utilizzo errato del marchio

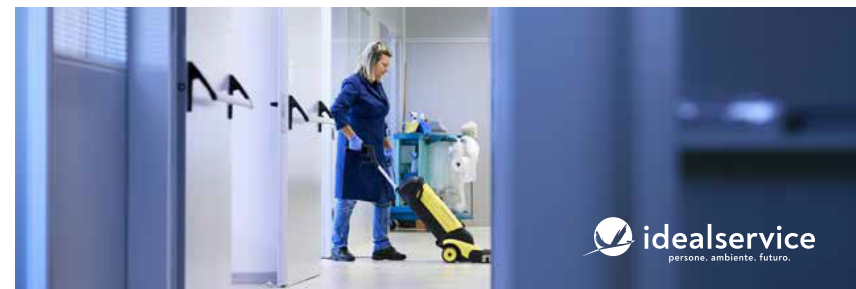


## 02 Logotipo Applicazioni

Il marchio può essere inserito anche su sfondo fotografico.

Il contrasto tra la foto e il marchio deve essere elevato così da garantirne la perfetta leggibilità.

*Nel caso di esigenze particolari o per valutazione di problemi di leggibilità, si prega di fare richiesta a [marketing@idealservice.it](mailto:marketing@idealservice.it)*





## 03 Elementi grafici

Il pittogramma può essere utilizzato come elemento grafico decorativo per arricchire impaginati e materiali di comunicazione, contribuendo a rafforzare l'identità visiva del brand.

Va impiegato in modo discreto e non invasivo, senza mai sostituire il logotipo, che deve essere sempre presente e correttamente posizionato.



## 04 Tipografia

Noah è la font ufficiale del brand. Moderna, versatile e dal design geometrico, rappresenta perfettamente i valori di innovazione, chiarezza e professionalità. La sua struttura pulita e bilanciata garantisce un'eccellente leggibilità, sia in formato digitale che cartaceo.

### Contesto d'Uso:

- Materiale di comunicazione ufficiale (brochure, cataloghi, presentazioni)
- Sito web e contenuti digitali
- Campagne pubblicitarie
- Presentazioni PowerPoint, se interne o esportate in pdf
- Packaging e branding visivo

È possibile utilizzare le varianti Regular e Bold di Noah per differenziare gerarchie testuali e dare ritmo alla comunicazione, mantenendo sempre coerenza stilistica.

### Noah Regular NOAH REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789,.:!/?&%()

Dimensione 11pt

Dimensione 11pt

### Noah Bold NOAH BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789,.:!/?&%()



La font noah è disponibili all'interno della **pagina Identità** sul nostro portale intranet

## 04 Tipografia Alternativa

La font **Aptos** viene utilizzata come alternativa di sistema nei casi in cui la font primaria del brand non sia disponibile. È una scelta funzionale che garantisce leggibilità, compatibilità e coerenza visiva su tutti i dispositivi.

### Contesto d'Uso:

- Documenti Word, se condivisi all'esterno
- Presentazioni PowerPoint, se condivise all'esterno
- Comunicazioni dove non è possibile utilizzare la font ufficiale del brand

### Aptos Regular ARIAL REGULAR

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789,.:!?'&%()

### Aptos Bold ARIAL BOLD

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz 0123456789,.:!?'&%()



La font Aptos è preinstallata in tutti i computer

Questo manuale offre una panoramica degli strumenti di comunicazione e dell'identità aziendale.

Per richieste, modifiche o personalizzazioni, è sempre necessario contattare l'Ufficio Marketing.

**[marketing@idealservice.it](mailto:marketing@idealservice.it)**

Grazie a tutti per la collaborazione!