

# LEEXÈ BRAND GUIDELINES



01 IL NOSTRO NOME	02 IL MARCHIO	03 LA PALETTE COLORI	04 GLI USI SCORRETTI	05 LE DIMENSIONI MINIME
-------------------	---------------	----------------------	----------------------	-------------------------

06 L'AREA DI RISPETTO	07 I PATTERNS	08 LA TIPOGRAFIA	09 LA COMUNICAZIONE VISIVA - LE IMMAGINI
-----------------------	---------------	------------------	--

## 01 IL NOSTRO NOME



Leexè è innanzitutto un acronimo, la sintesi di due parole semplici e dirette che raccontano il nostro progetto, la nostra storia, la nostra cultura.

### Legal Expertise.

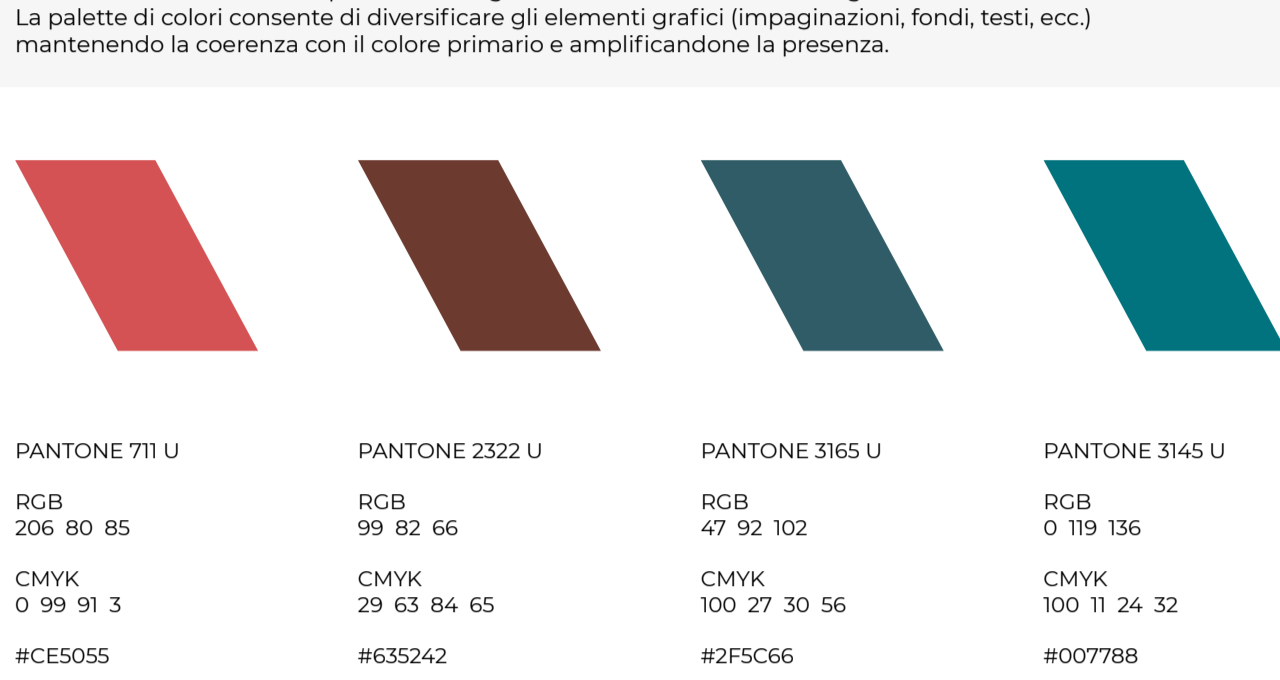
Una nuova realtà nata da una solida esperienza, ispirata dalla passione e da una interpretazione della consulenza legale in sintonia con la cultura delle imprese.

Un nome sintetico e innovativo, in linea con le tendenze della comunicazione digitale.

## 02 IL MARCHIO



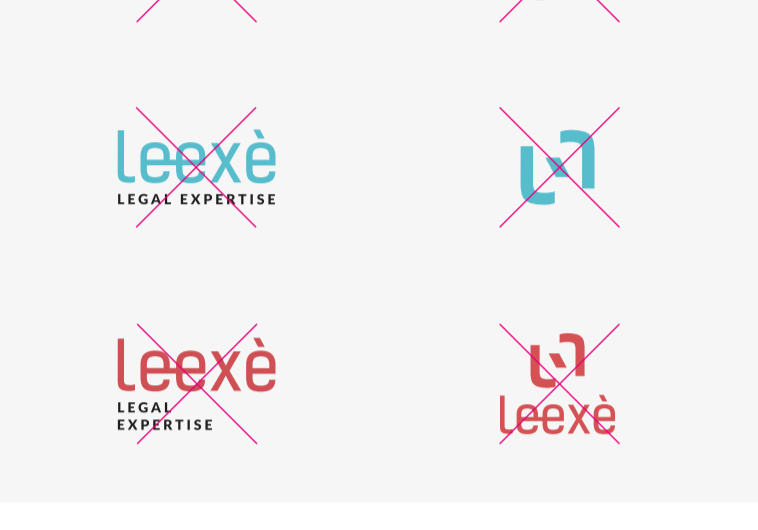
## 03 LA PALETTE COLORI



PANTONE 711 U	PANTONE 2322 U	PANTONE 3165 U	PANTONE 3145 U
RGB 206 80 85	RGB 99 82 66	RGB 47 92 102	RGB 0 119 136
CMYK 0 99 91 3	CMYK 29 63 84 65	CMYK 100 27 30 56	CMYK 100 11 24 32
#CE5055	#635242	#2F5C66	#007788

Il PANTONE 711 U è il colore primario e tra gli elementi distintivi dell'immagine Leexè. La palette di colori consente di diversificare gli elementi grafici (impaginazioni, fondi, testi, ecc.) mantenendo la coerenza con il colore primario e amplificandone la presenza.

## 04 GLI USI SCORRETTI

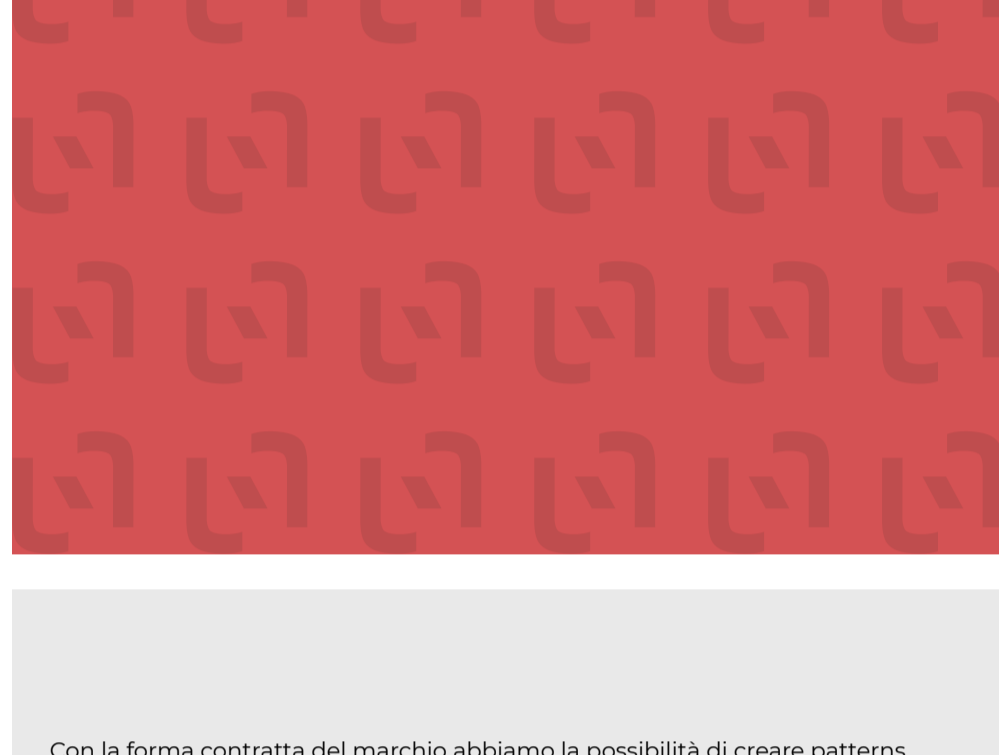


## 05 LE DIMENSIONI MINIME



Per consentire un'adeguata leggibilità, oltre alle dimensioni minime di applicazione è stata anche codificata un'area di rispetto, uno spazio minimo in cui non può essere presente nessun elemento grafico o testuale. Questa corrisponde al perimetro esterno, ottenuto riportando l'altezza dell'ascendente sopra al corpo degli altri caratteri ai quattro angoli del marchio.

## 07 I PATTERNS

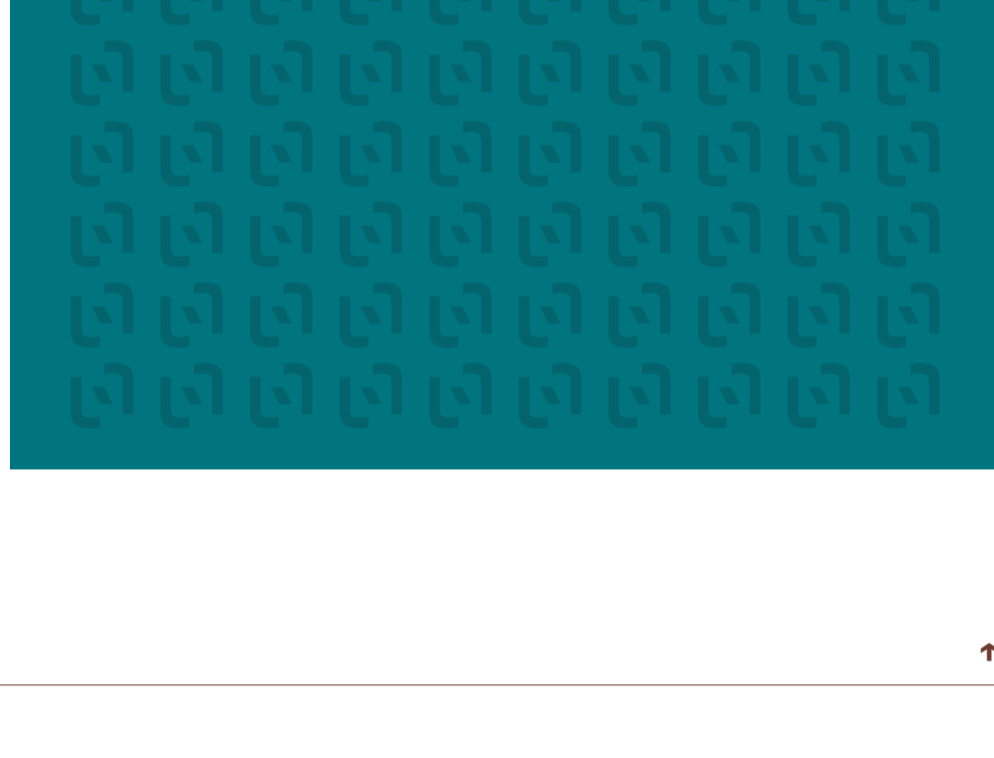


Con la forma contratta del marchio abbiamo la possibilità di creare patterns che vadano ad ampliare e rafforzare l'identità visiva del brand.

I modelli possono avere colorazioni differenti, rispettando la palette cromatica istituzionale ed il marchio deve essere sempre applicato tono su tono.

Non è possibile deformare o cambiare le proporzioni del marchio o creare nuovi modelli.

Il marchio può essere scalato, ritagliato, a patto che non venga a mancare la riconoscibilità dello stesso.



## 08 LA TIPOGRAFIA

LA FONT PRIMARIA

**Lato**  
Google Fonts

Aa

<b>Bold</b>	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Ll Kk Mm Nn
	Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
	£ % & ? () 01 02 03 04 05 06 07 08 09
<b>Regular</b>	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Ll Kk Mm Nn
	Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
	£ % & ? () 01 02 03 04 05 06 07 08 09
<b>Light</b>	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Ll Kk Mm Nn
	Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
	£ % & ? () 01 02 03 04 05 06 07 08 09

LA FONT SECONDARIA

**Merriweather**  
Google Fonts

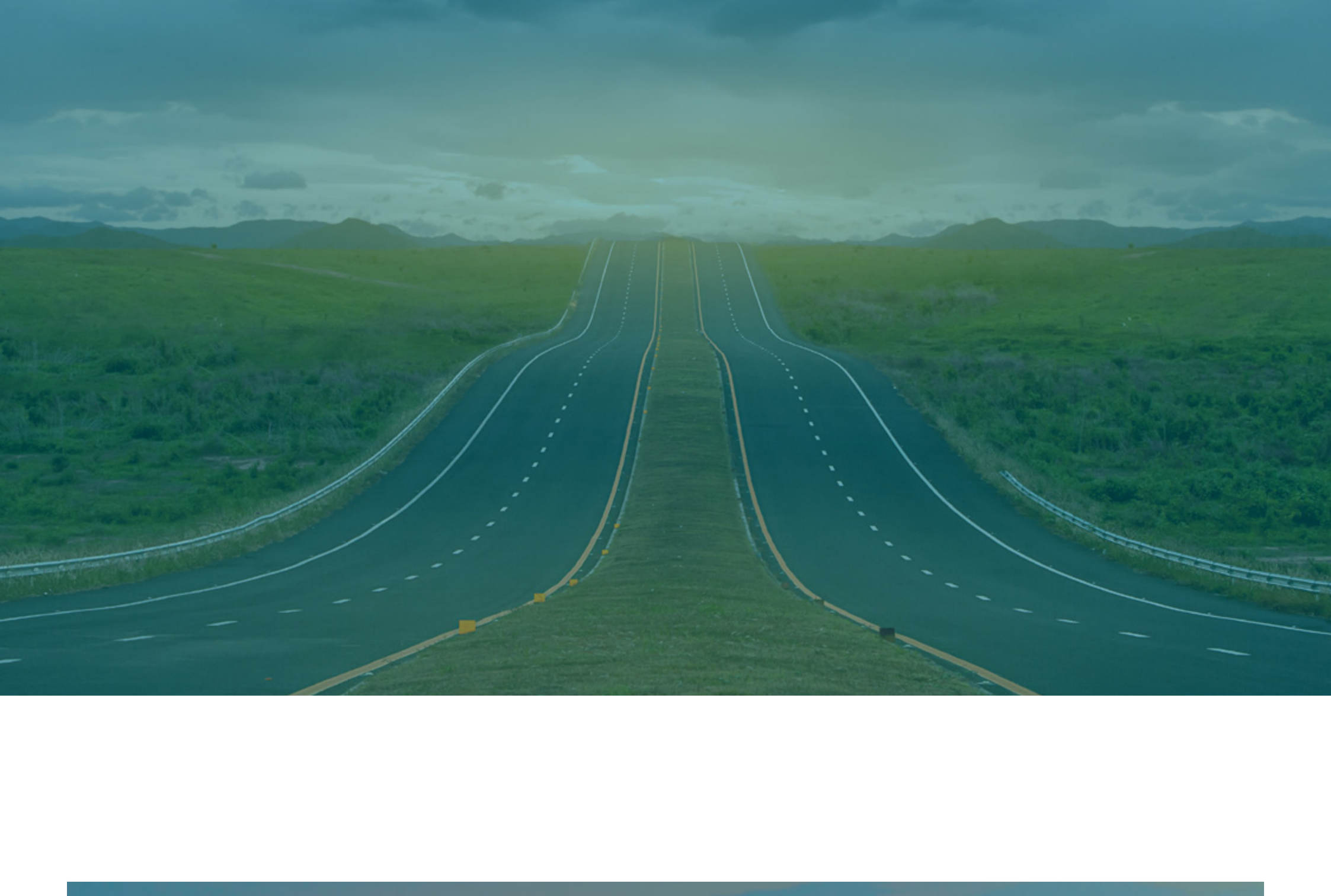
Aa

<b>Bold</b>	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Ll Kk Mm Nn
	Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
	£ % & ? () 01 02 03 04 05 06 07 08 09
<b>Regular</b>	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Ll Kk Mm Nn
	Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
	£ % & ? () 01 02 03 04 05 06 07 08 09
<b>Light</b>	Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Ll Kk Mm Nn
	Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz
	£ % & ? () 01 02 03 04 05 06 07 08 09

## 09 LA COMUNICAZIONE VISIVA - LE IMMAGINI

### La doppia "e"

Il concetto di "doppio" come capacità di visione multidisciplinare, di sintesi tra competenze differenti, ma sinergiche, di applicazione di diversi modelli interpretativi.



TORNA ALL'INDICE ↑