



Havant

BRAND GUIDELINES

Tavola dei contenuti

01 Naming & Logo

- / Concept
- / Rationale del naming
- / Genesi del logo
- / Costruzione
- / Prima & Dopo
- / Area di rispetto
- / Leggibilità & Contrasto

02 Brand Architecture

- / Griglia di costruzione
- / Sinottico

03 Colori

- / Palette
- / Varianti cromatiche
- / Prove colore

04 Tipografia

- / Font principali
- / Alternative

05 Immagini

06 Declinazioni

- / Sito web
- / Biglietto da visita
- / Carta intestata & Offerta economica
- / Presentazione
- / Brochure

01.

Naming & Logo

CONCEPT

Havant nasce dall'unione del verbo avere, *to have*, con la parola *avant*. In senso lato, possedere l'avanguardia, fare propria la spinta del futuro, è la vocazione di questo naming che ci rappresenta la tecnologia come un fronte capace di interpretare, orientare e governare la trasformazione.

Essere “davanti” significa per *Havant* abitare il futuro con consapevolezza e visione, trasformando l'innovazione in un vantaggio concreto per le aziende e le persone.

^(a) Il naming echeggia la parola “Avanti” ma è anche la radice della parola “Avanguardia”: l’essere al forefront come filosofia di vita.

^(b) Il payoff rafforza il naming con una dichiarazione d’intenti: Shaping Innovation indica gesto di chi prepara, orienta, dà forma all’innovazione. È ciò che crea le condizioni affinché la tecnologia aderisca alla realtà, duri nel tempo e diventi valore condiviso.

^(a) NAMING

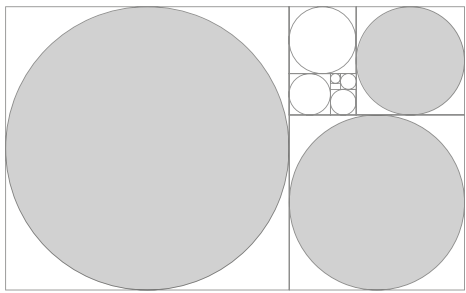
Havant

^(b) PAYOFF

Shaping Innovation

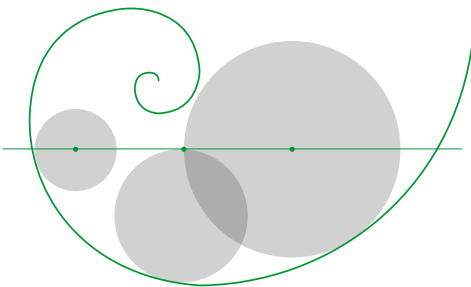
Il logo si fonda sui concetti di evoluzione e avanzamento, già richiamati dal naming. La costruzione segue proporzioni e disposizioni auree, mantenendo il cerchio

come forma elementare in continuità con il logo precedente, ma adottando una sintesi formale più adatta al contesto attuale e alle diverse applicazioni del marchio.



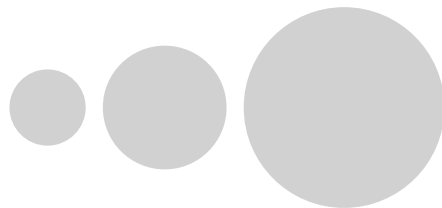
GOLDEN RATIO
PROPORTIONS

+



GOLDEN RATIO
DISPOSITION

+



EVOLUTION

+

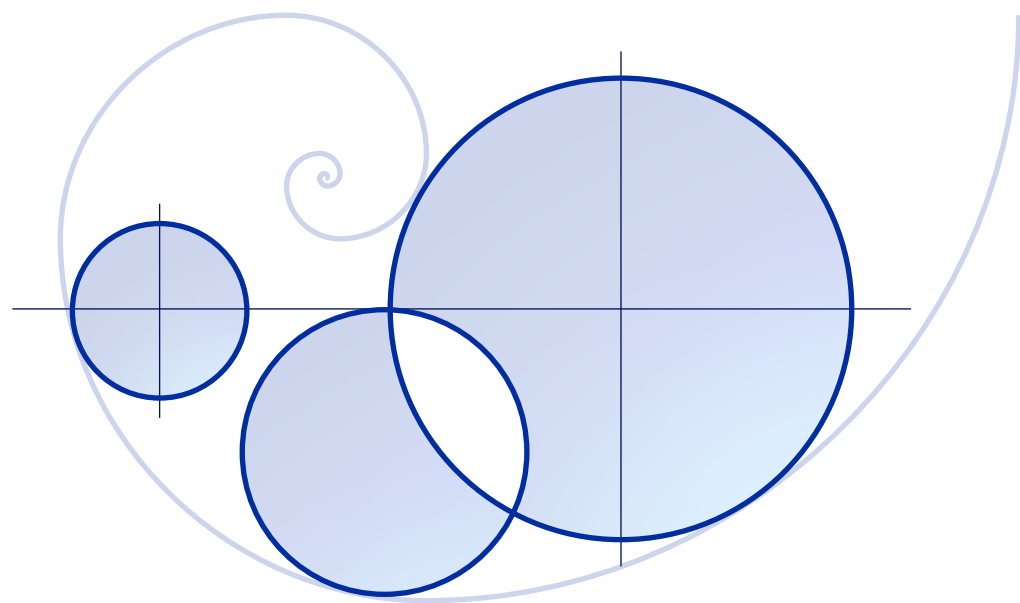


ADVANCE

^(a) Il pittogramma è composto da tre cerchi dimensionati secondo una progressione basata sul rapporto aureo di Fibonacci e disposti lungo una curva aurea che ne guida l'allineamento. La porzione generata dalla sovrapposizione delle forme è stata

svuotata per alleggerire il segno e garantirne l'equilibrio nelle diverse applicazioni.
^(b) L'accostamento al testo è studiato tenendo conto del bilanciamento complessivo e delle compensazioni ottiche tipiche delle forme circolari.

(a)



(b)



Nell'evoluzione del logo permane un richiamo alle origini, con il cerchio come elemento centrale. Il numero di cerchi viene ridotto, mentre l'incremento dimensionale risulta più deciso. La spirale non si sviluppa verso l'interno, ma tende verso l'alto, a rappresentare un percorso di evoluzione. La componente testuale acquista maggiore rilevanza, bilanciandosi in modo più efficace con il pittogramma.

PRIMA

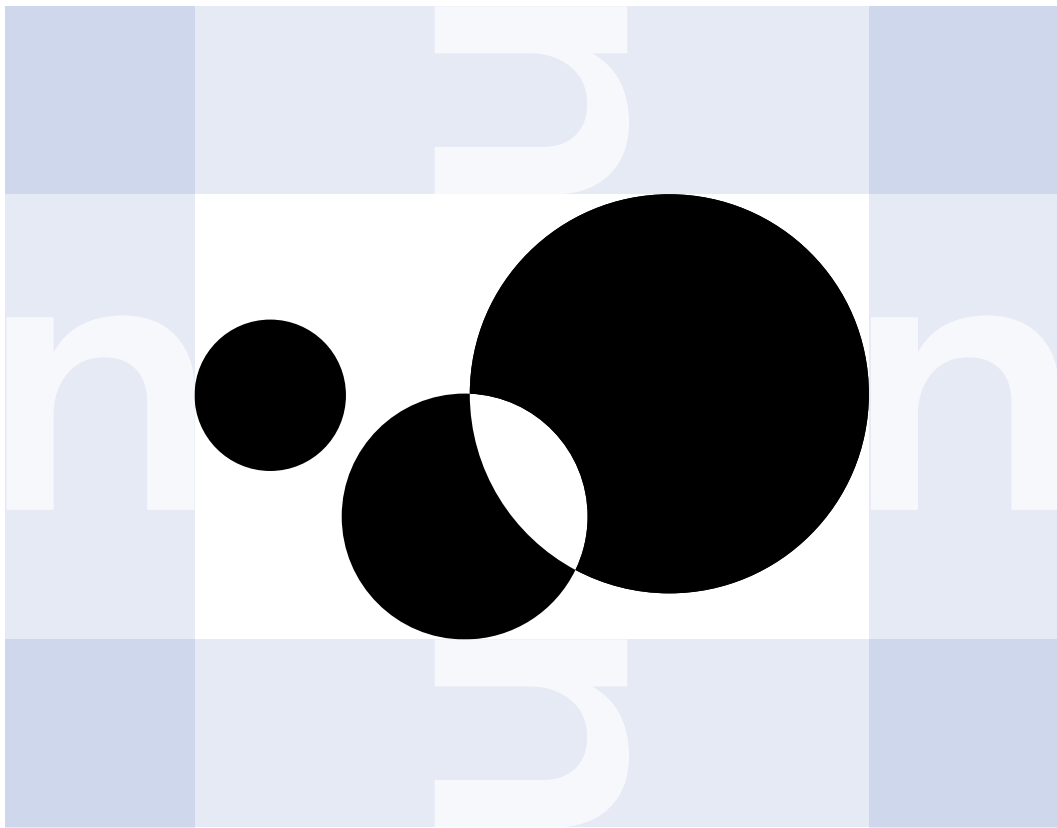


DOPO



L'area di rispetto del marchio è definita per garantire la corretta leggibilità in ogni applicazione. Questa zona, libera da elementi grafici, testi o immagini, tutela

l'integrità visiva del logo e garantisce il giusto respiro. L'ampiezza dell'area è calcolata proporzionalmente alla dimensione del marchio e corrisponde alla larghezza della "n".



Le caratteristiche e gli accorgimenti descritti restituiscono una composizione pulita, in cui il rapporto tra pieni e vuoti

contribuisce a definire un marchio equilibrato e facilmente leggibile, sia in versione positiva che negativa.

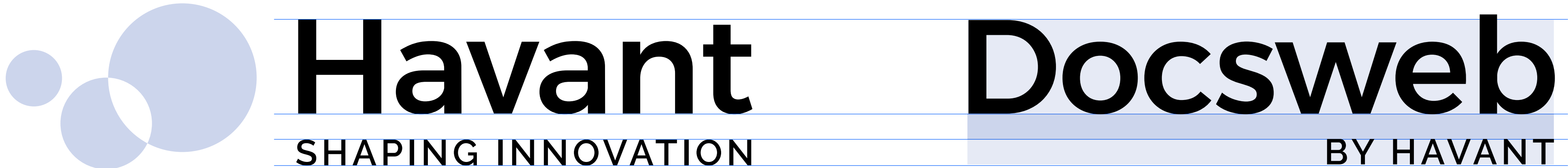


02.

Brand Architecture

La brand architecture si basa su un sistema di sub-brand che ereditano dal brand principale font, proporzioni e allineamenti. I sub-brand sono sviluppati come logotipi, senza pittogramma, per garantire uniformità e riconoscibilità all'interno del sistema.

La griglia di costruzione del logo evolve in due varianti, consentendo la realizzazione di logotipi senza discendenti e con discendenti. Questo approccio assicura flessibilità mantenendo una struttura visiva coerente.



x
x



1,8x
x

Tutti i sub-brand utilizzano l’endorsement del brand principale, con le specifiche viste prima. Nella versione a colori, per mantenere la coerenza con la palette del logo principale, il naming dei sub-brand è impostato in blu, mentre la specifica è in nero.

LOGO HAVANT



LOGHI SUB-BRAND



03.

Colori

La palette del brand combina blu profondi e luminosi per creare un sistema visivo coerente e distintivo. Il “Pulse Blue” definisce l’identità attuale, mentre il “Root Blue”, conservato dal brand precedente, ne rappresenta le fondamenta: il brand evolve, ma resta riconoscibile. Gli altri blu e i gradienti completano la gamma, assicurando equilibrio e flessibilità in ogni applicazione.

Pulse Blue
RGB 0, 45, 160
CMYK 100, 85, 0, 0
HEX #002DA
PANTONE 286 C

Midnight Blue
RGB 0, 20, 80
CMYK 100, 85, 0, 60
HEX #001450
PANTONE 281 C

Root Blue
RGB 6, 93, 168
CMYK 95, 60, 0, 0
HEX #065DA8
PANTONE 641 C

Polar Blue
RGB 0, 212, 255
CMYK 70, 0, 5, 0
HEX #00D4FF
PANTONE 306 C

Gradient WH

Gradient BL

Gradient BK

^(a) Il gradiente è utilizzato nella versione principale del logo per introdurre un senso di evoluzione e dinamismo, in linea con il posizionamento innovativo del brand.
^(b) Tuttavia è prevista una versione a colore

pieno per tutte le applicazioni in cui il gradiente non risulta utilizzabile o efficace, come stampe monocromatiche, materiali istituzionali, supporti tecnici o formati di ridotte dimensioni.

(a) GRADIENTE



(b) COLORE PIENO





04.

Tipografia

Tra le font istituzionali troviamo “Area Extended”, la variante allargata del font neo-grotesque “Area”. Ideale per titoli e intestazioni grazie alla sua geometria moderna e linee pulite, offre forte presenza

visiva e ottima leggibilità. Sviluppata da Blaze Type, è disponibile su [Adobe Fonts](#). Si consiglia di non superare il peso Extrabold per evitare che il testo risulti troppo pesante, soprattutto a dimensioni grandi.

Area

Extended
Semibold

Area

Extended
Bold

Area

Extended
Extrabold

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz .,:;! ? 0123

Alexandria è un font sans-serif moderno e versatile perfetto per paragrafi e contenuti editoriali grazie alla buona leggibilità e alle proporzioni equilibrate. Con la sua struttura lineare e pulita, si adatta bene a testi di lungo formato. È disponibile su [Google Font](#),

con licenza open source. Per una convivenza armonica tra pesi e una lettura più confortevole, si consiglia di scegliere un peso leggermente inferiore: ad esempio Light per il testo corrente e Semibold per i grassetti.

Alexandria

Light

Alexandria

Regular

Alexandria

Semibold

Aa Bb Cc Dd Ee

Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll

Mm Nn Oo Pp Qq

Rr Ss Tt Uu Vv Ww

Xx Yy Zz .,:;! ? 0123

Area Ext Extrabold

Area Ext Regular

Questo è un titolo

EVENTUALE SOTTOTITOLO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim.

Alexandria Light

Per documenti aziendali (Word, PowerPoint, ecc.) e per garantire facilità di utilizzo, in alternativa ad Area Extended è possibile utilizzare il Google Font “[Prompt](#)” per titoli e intestazioni, affiancato a Raleway per il corpo testo.

Prompt è un sans-serif contemporaneo dalle forme pulite e ben bilanciate. La sua costruzione solida e il carattere deciso lo rendono una valida alternativa ad Area, con cui condivide una presenza visiva forte e un’impostazione moderna e professionale.

Aa Bb Cc Dd Ee
Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq
Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz .,:;! ? 0123

Prompt

Light

Prompt

Medium

Prompt

Semibold

[Raleway](#) è un sans-serif moderno e leggibile, disponibile come Google Font, ideale per testi continui e contenuti descrittivi. Grazie alle proporzioni equilibrate e alla buona resa sia su schermo che in stampa, garantisce una

lettura fluida e ordinata. Come alternativa a Raleway, è possibile utilizzare Aptos, font di default delle applicazioni Microsoft, che offre caratteristiche simili in termini di chiarezza e comfort di lettura.

Aa Bb Cc Dd Ee

Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll

Mm Nn Oo Pp Qq

Rr Ss Tt Uu Vv Ww

Xx Yy Zz .,:;! ? 0123

Raleway

Light

Raleway

Regular

Raleway

Semibold

Prompt Semibold

Prompt Light

Questo è un titolo

EVENTUALE SOTTOTITOLO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed do eiusmod tempor incididunt ut labore et dolore magna aliqua. Ut enim ad minim veniam, quis nostrud exercitation ullamco laboris nisi ut aliquip ex ea commodo consequat.

Duis aute irure dolor in reprehenderit in voluptate velit esse cillum dolore eu fugiat nulla pariatur. Excepteur sint occaecat cupidatat non proident, sunt in culpa qui officia deserunt mollit anim.

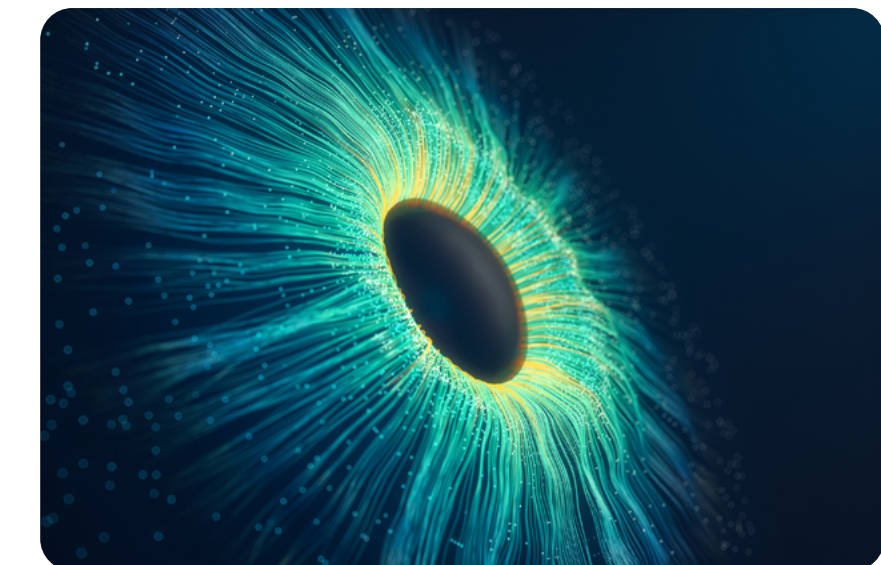
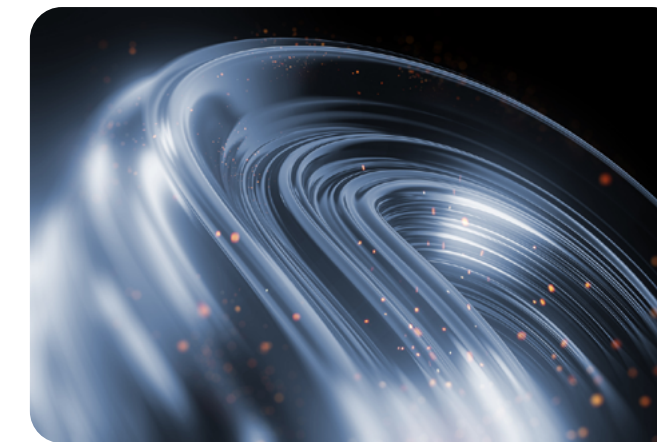
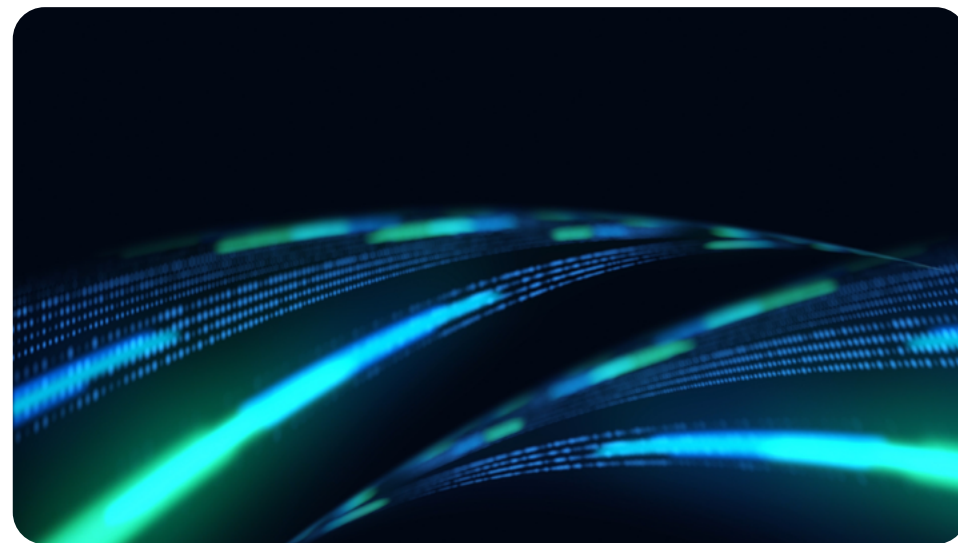
Raleway Regular

05.

Immagini

Le immagini dovrebbero trasmettere autenticità e professionalità: ritratti realistici, team in collaborazione e situazioni quotidiane. Dove non è possibile usare fotografie reali, si consigliano

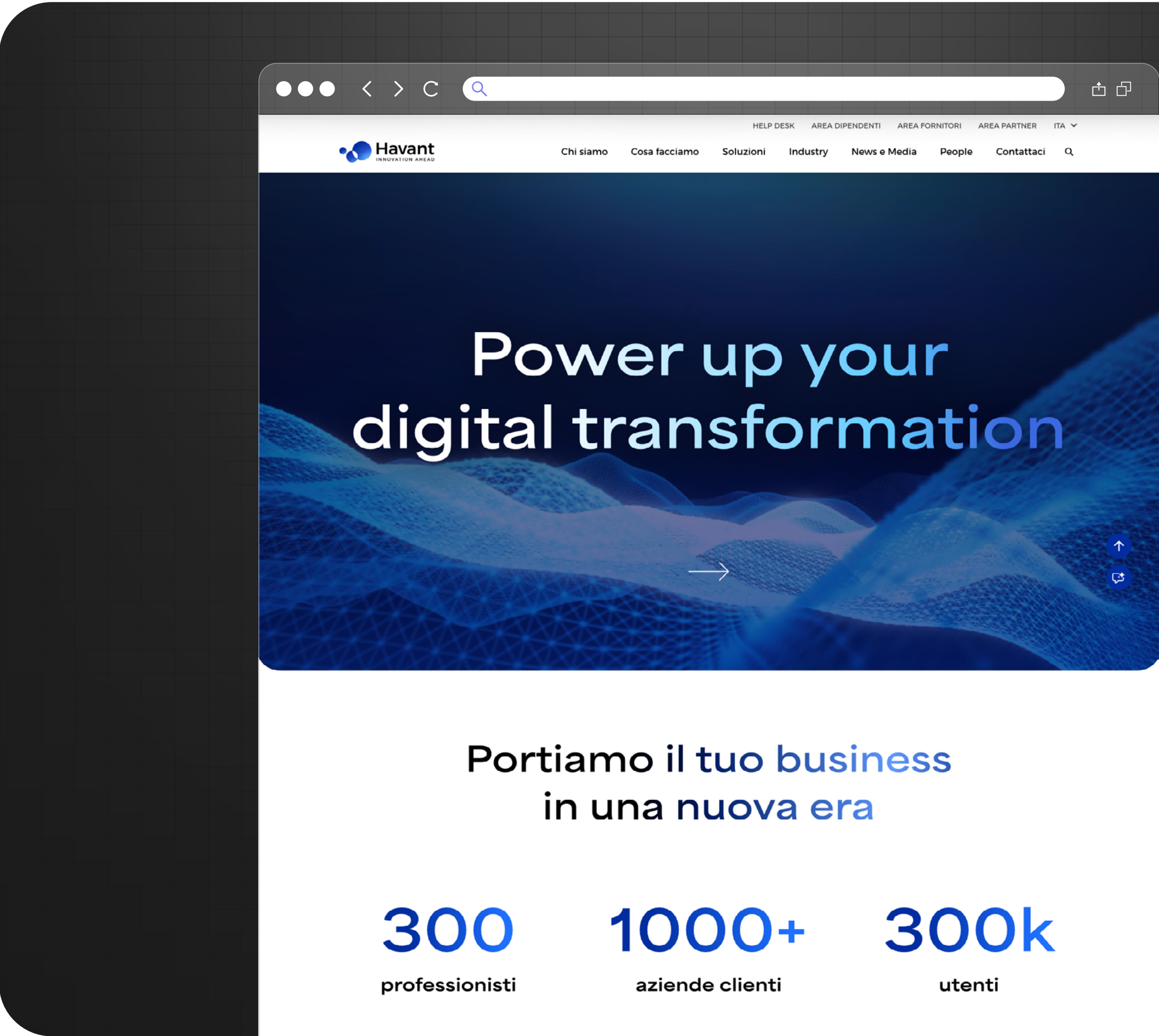
immagini astratte di alta qualità, evitando rappresentazioni troppo concettuali o artificiali. L'obiettivo è creare una narrazione visiva coerente con l'identità digital dell'azienda.



06.

Declinazioni

Layout pulito e modulare che valorizza i contenuti e guida la navigazione in modo chiaro e progressivo. La struttura gerarchica, supportata da ampi spazi e tipografia leggibile, accompagna l'utente tra soluzioni, prodotti e casi reali. Un'esperienza solida e contemporanea che comunica affidabilità, innovazione e visione tecnologica.



Layout essenziale che esalta il logo su gradiente blu: fronte elegante e carismatico, retro chiaro e leggibile. Una sintesi di rigore e stile che trasmette un'identità solida e moderna.





Impaginazione minimal e bilanciata che comunica professionalità e rigore. Il design pulito ma incisivo valorizza dati e contenuti, garantendo leggibilità e coerenza con l'identità del brand.

Layout chiaro e strutturato che valorizza contenuti e messaggi chiave. Fondi blu, tipografia leggibile e immagini selezionate rafforzano il posizionamento tecnologico, mentre la gerarchia visiva guida la lettura in modo ordinato. Un supporto coerente e solido, pensato per comunicare affidabilità e visione.



Un pieghevole dal look & feel contemporaneo: una cover bold in linea con la nuova identità, infografiche per una lettura immediata accanto a frasi incisive e body copy descrittivi. Il racconto di expertise e know-how ventennali con ritmo e forza visiva.



