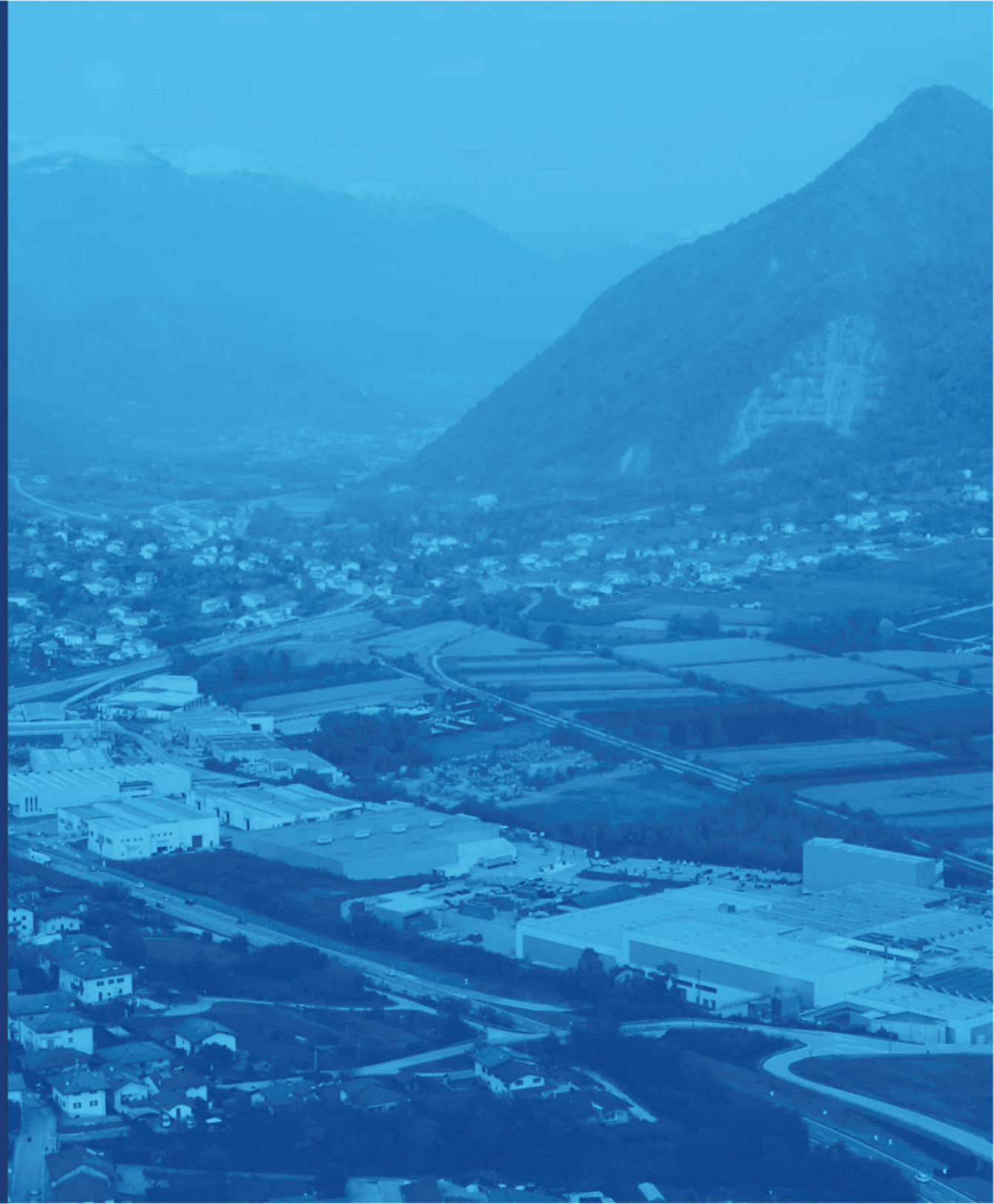
MENZ&
GASSER
1935

BRAND GUIDELINES

Le competenze di un dinamico team di ricerca e sviluppo, unite all'impiego di tecnologie altamente innovative, permettono di trasformare frutta e verdura per creare prodotti finiti o semi-lavorati capaci di soddisfare le richieste dei clienti più esigenti in diversi settori: **Grande Distribuzione Organizzata, Ho.Re.Ca., Pasticceria, Gelateria, Industria.**

Grazie al know-how acquisito in **oltre 80 anni di storia**, mettiamo a disposizione la nostra conoscenza delle materie prime e dei processi produttivi, per supportare il cliente nella creazione e realizzazione di **prodotti su misura di elevata qualità**.

L'ascolto e **la comprensione delle esigenze**, la massima disponibilità alla co-creazione, **la flessibilità** e la velocità di risposta hanno premiato l'azienda che, negli anni, ha registrato un incremento continuo sia dei volumi che del fatturato.



Indice

1 VISUAL IDENTITY

1.1 LOGO

1.1.1 Versione principale

1.1.2 Versioni monocromatiche

1.1.3 Versione con payoff

1.1.4 Utilizzo corporate

1.1.5 Esempi di utilizzo

2 PORTFOLIO PRODOTTI

2.1 Mappa dei prodotti

2.2 Mappa GDO e retail

2.3 Mappa HO.RE.CA.

2.4 Mappa Pasticceria

3 TOUCH POINT

3.1 PACKAGING DESIGN

3.1.1 Utilizzo del logo

3.1.2 GDO e retail

3.1.3 H0.RE.CA. e Pasticceria

3.1.4 Comunicazione

1

VISUAL IDENTITY

1

1.1 LOGO

1

LOGO

1.1 Versione principale

Il nuovo logo **M&G** è il risultato dell'aggiornamento della storica insegna.

Per ottenere maggiore contemporaneità, è stata migliorata la tipografia, pur conservandone l'impatto e la semplicità.

L'aggiunta della **data di fondazione, 1935, sottolinea la lunga tradizione** di oltre **80 anni di storia dell'azienda**.

PANTONE®	CMYK	RGB	PANTONE®	CMYK	RGB
10127 C	C 25 M 35 Y 75 K 0	R 203 G 165 B 82	287 C	C 100 M 75 Y 0 K 18	R 3 G 63 B 133

1.2 **Versioni monocromatiche**

Queste versioni possono essere usate **solo ed esclusivamente in presenza di limitazioni** nell'utilizzo dei colori indicati nella versione principale.

Le limitazioni possono essere di tipo tecnico come l'impossibilità ad usare il secondo colore di stampa ma anche precise scelte di design, in casi in cui sia richiesta uniformità estetica in contesti di comunicazione di terze parti.

PANTONE®
287 C

Background
scuro generico

PANTONE®
287 C

1.3 Versione con payoff

Questa versione del logo prevede l'utilizzo con l'associazione del pay-off ***«Smart food, happy people»*** sempre in lingua inglese.

Può essere usata solo in contesti istituzionali, come ad esempio **tutti i materiali di corporate identity**.

La proporzione e la distanza tra il pay-off e il logo non può essere alterata.

La font utilizzata per il pay-off è **Rephone Alternate One**.
Il colore da utilizzare sempre per logo e testi è il **Pantone 287 C**.

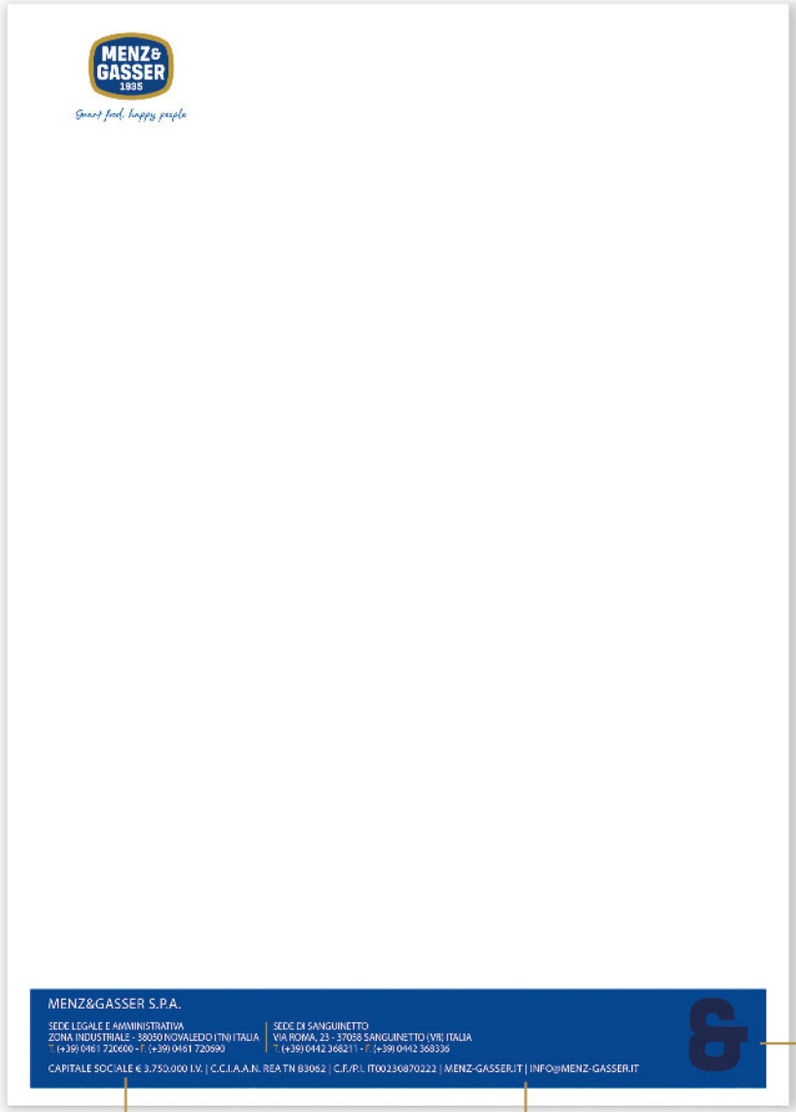
Font pay-off "Rephone Alternate One" — Smart food, happy people

Fascia Pantone 287 C

1.4 Utilizzo corporate

Carta intestata

Esempi di corretto utilizzo su materiali di **corporate identity.**



Pagina ridotta del 50%

1.4 Utilizzo corporate

Biglietto da visita

Esempi di corretto utilizzo su materiali di **corporate identity.**

1.4 Utilizzo corporate

Busta da lettera

Esempi di corretto utilizzo su materiali di **corporate identity.**

Font testi "Myriad Pro"

Colore testi blu Pantone 287 C e Pantone metallico 10127 C

Pantone 287 C

Pagina ridotta del 50%

1.4 Utilizzo corporate

Cartelletta

Esempi di corretto utilizzo su materiali di **corporate identity.**

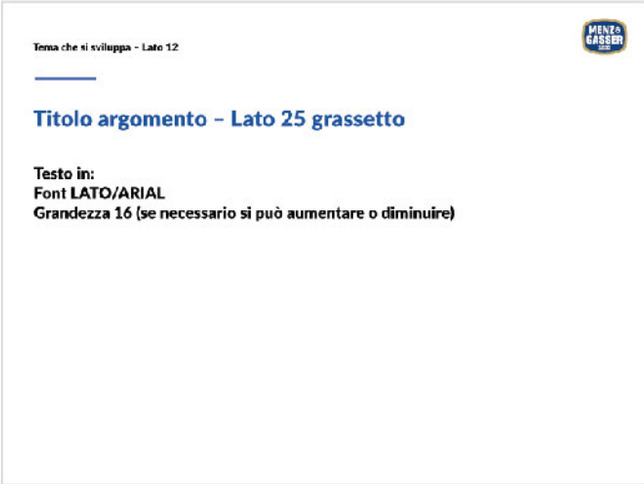
Font testi "Myriad Pro"

Colore testi blu Pantone 287 C e Pantone metallico 10127 C

Pagina ridotta del 65%

1.5 Esempi di utilizzo

Presentazioni



esempio di presentazione

1.5 **Esempi di utilizzo**

Slogan per ogni canale

Food Service	*Pasticceria*	*GDO*	*Industria*
La felicità di una colazione perfetta.	La competenza che semplifica la vita.	La differenza è a scaffale.	Al tuo fianco in ogni progetto.
RAL 5019	RAL 1011	RAL 1004	RAL 7025

1.5 Esempi di utilizzo

Esempio roll up

Comunicazione corporate

Area di riferimento corretta blu

Logo posizionato sempre in alto al centro

Font pay-off "Rephone Alternate One"

Fascia Pantone 287 C

Area sito in basso a sinistra

Area sito in basso a destra

Comunicazione linea e prodotto

Area di riferimento corretta marrone

Logo posizionato sempre al centro

Font utilizzato per il claim "Avant Garde Book"

Fascia Pantone 10127 C

Area sito in basso a sinistra

Area social in basso a destra

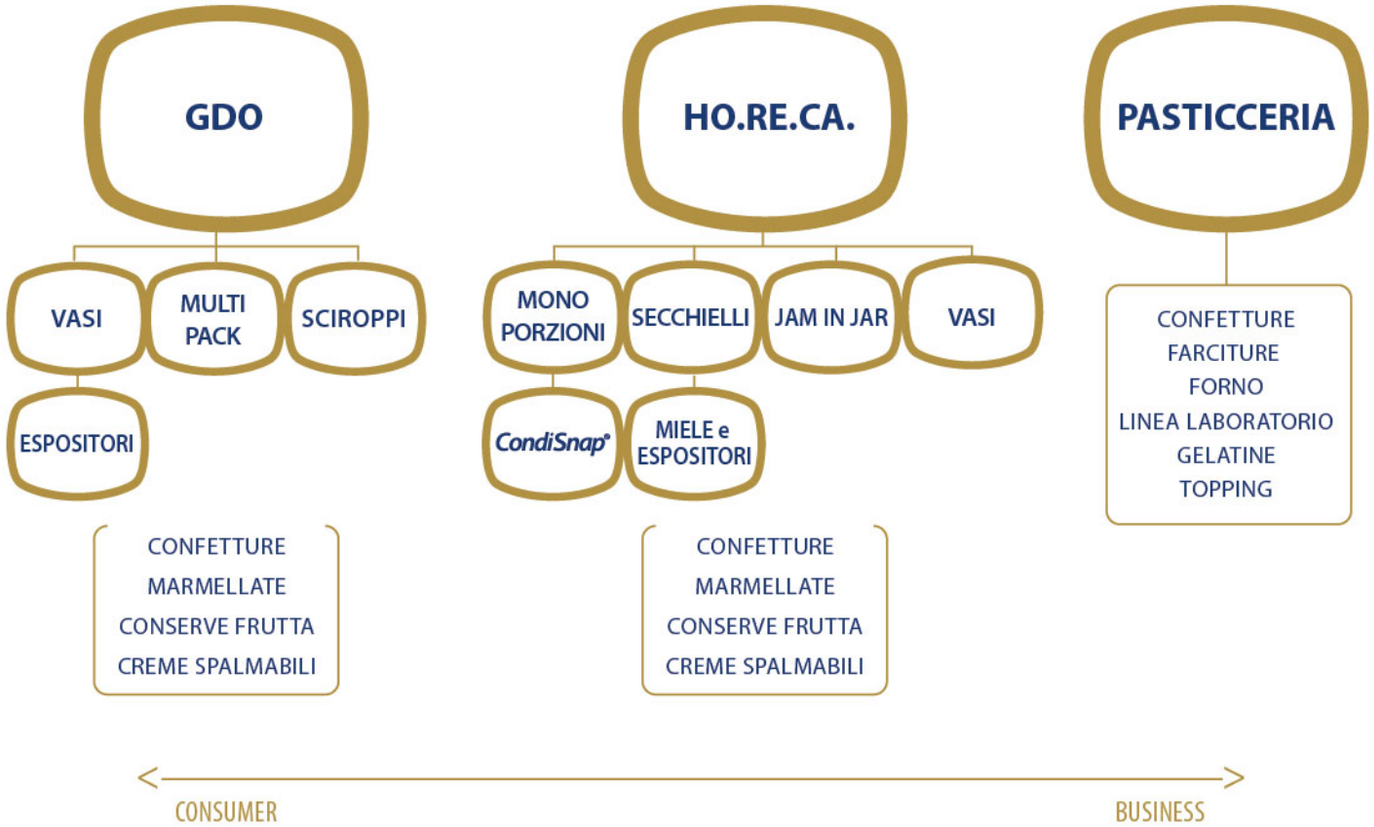
2

PORTFOLIO PRODOTTI

2.1 Mappa dei prodotti

I prodotti **M&G** sono attualmente classificabili in tre diversi canali di distribuzione: **GDO, HO.RE.CA. e PASTICCERIA.**

Tra i canali c'è una forte trasversalità e interscambio di prodotti, in cui è il formato del confezionamento a fare la differenza.



2.2 Mappa GDO e retail

Confetture, marmellate e conserve di frutta in pratici vasi di vetro di diverse dimensioni, vasi di confettura extra formato famiglia.

I multipack (stick e astucci) racchiudono monoporzioni assortite.

Gli sciroppi sono disponibili in tre diversi formati: le classiche bottiglie in vetro da 750 ml e 1.500 ml per il consumo in famiglia e al bar e le pratiche taniche da 5 litri per utilizzi più importanti.

CONFETTURE
MARMELLATE
CONSERVE FRUTTA
CREME SPALMABILI

2.3 Mappa HO.RE.CA.

Marmellate e confetture monodose, conserve di frutta tradizionali, biologiche o light, miele, crema di nocciole e burro d'arachidi compongono l'offerta.

Per rispondere alle esigenze di comunità di grandi dimensioni *(hotel, navi da crociera o altre strutture di accoglienza)*, tutti i prodotti sono disponibili in secchielli di vari formati.

HO.RE.CA.

MONO PORZIONI

SECCHIELLI

JAM IN JAR

VASI

ESPOSITORI

CONFETTURE
MARMELLATE
CONSERVE FRUTTA
CREME SPALMABILI

2.4 Mappa PASTICCERIA

Una gamma completa di prodotti e semilavorati per la pasticceria e la gelateria, studiati e realizzati per soddisfare le esigenze dei professionisti del settore.

PASTICCERIA

CONFETTURE EXTRA

FARCITURA

FORNO

GELATINE

TOPPING

JAM IN JAR

3

TOUCH POINT

3.1 PACKAGING DESIGN

- 3.1.1 UTILIZZO DEL LOGO
- 3.1.2 GDO E RETAIL
- 3.1.3 HO.RE.CA. E PASTICCERIA
- 3.1.4 COMUNICAZIONE

3.1.1 Utilizzo del logo

Design, linee guida

La veste grafica dei prodotti **M&G** sta attraversando una fase di **revisione**, con l'obiettivo di riposizionare il marchio, aggiornare **e migliorarne** qualitativamente l'immagine, oltre che **razionalizzare** le linee, rendendole più **coerenti** rispetto alla marca.

Le tendenze generali del restyling sono:

- Una grafica più **pulita e contemporanea**

- Il **bianco** come colore di sfondo principale abbinato a **colori brillanti/contrastanti**

- Un graduale processo di **regolamentazione nell'uso del logo**

- Fondo opaco, **no lucido**

- **Linee nette** (non ci sono più onde o sfumature)

3

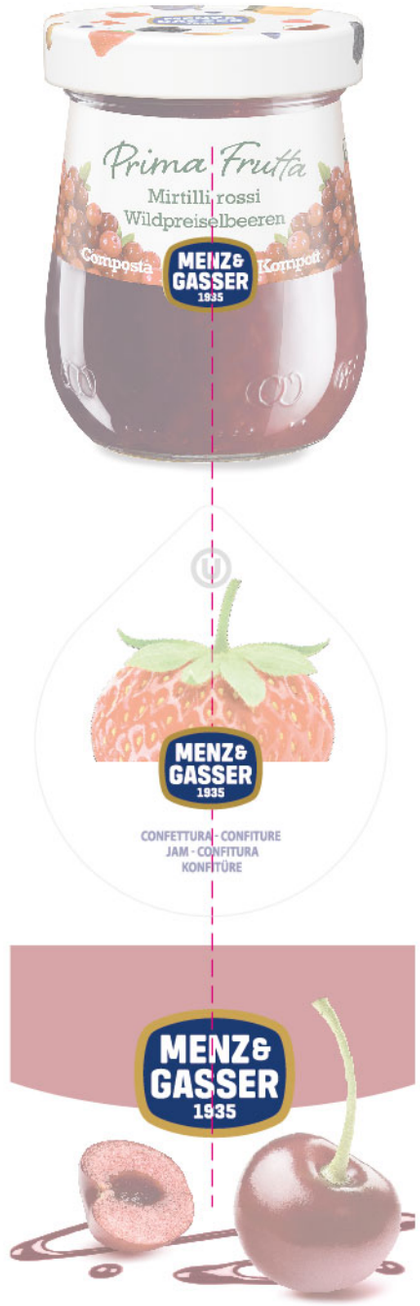
TOUCH POINT

3.1.1 Utilizzo del logo

Centratura

Una tendenza generale nell'**uso del logo nel packaging** è quella della **centratura** rispetto al design.

È importante seguire questa tendenza per ottenere un'immagine di prodotto più possibile uniforme e valorizzare il logo.

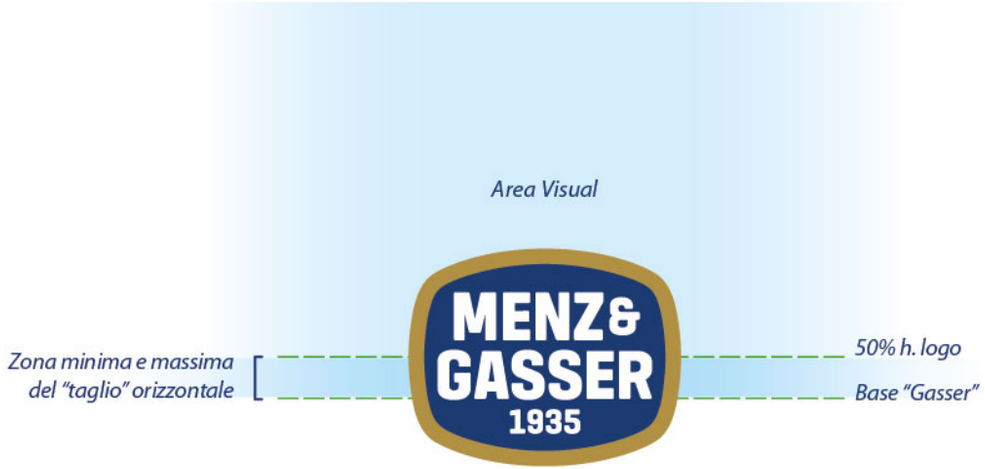


3.1.1 Utilizzo del logo

Format per il logo

Una caratteristica presente in tanti dei prodotti più rappresentativi è quella del **"taglio" orizzontale** nell'impaginazione del logo; una *sovrapposizione parziale* del logo con l'elemento visuale, che fa sporgere il logo stesso sullo sfondo bianco *(topping, monoporzioni),* oppure sui bordi della fustellatura *(PrimaFrutta, 100daFrutta).*

In vista di una graduale creazione di un **format** per la gestione del logo sui prodotti, questa caratteristica va tenuta in considerazione, ampliata e regolamentata nell'utilizzo, come qui suggerito.



3.1.1 Immagini: autenticità

In questa fase di aggiornamento del packaging design, gioca un ruolo importante anche la scelta delle immagini, siano esse fotografie oppure illustrazioni.

Lo stile verso il quale tendere deve essere contemporaneo, fresco e verosimile; in una sola parola: **autentico.**

Nell'**appendice 1** è possibile trovare l'elenco completo delle immagini da utilizzare per l'estensione di gusti delle varie linee.

3

3.1.2 GDO E RETAIL

3.1.2 **GDO e retail**

Linee Guida Vaso EDEL

Confettura extra al 55% di frutta di alta qualità IQF (frutta lavata, tagliata e surgelata individualmente), ricca di pezzi, soddisfa anche i palati più esigenti.

La pienezza del gusto è racchiusa e **valorizzata dall'elegante vaso**.

3

TOUCH POINT

3.1.2 GDO e retail

Linee Guida Fazzoletto EDEL

Un'eccezione per il logo **M&G** rispetto a quanto indicato a **pagina 7** è che in questo caso **prende sempre il colore del gusto di riferimento**.

3.1.2 **GDO**

Linee Guida Vaso 100daFrutta

Spalmabile di **frutta al 100% dolcificato unicamente con zucchero d'uva**, da gustare sul pane o aggiunto allo yogurt. Ricco di profumi e sapori vanta un ridotto contenuto calorico (all'incirca il 47% di calorie in meno rispetto alla confettura extra PrimaFrutta).

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

3.1.2 **GDO**

Linee Guida Vaso Prima Frutta Premium Quality

Confettura **extra al 50%**, prodotta esclusivamente **con frutta di alta qualità IQF** (frutta lavata, tagliata e surgelata individualmente) e confezionata nel caratteristico vaso **M&G**, che consente di **gustare tutto il contenuto, senza sprechi**.

Dimensioni logo principale: 15,6 x 12 mm

3.1.2 **GDO**

Linee Guida Vaso Prima Frutta Cremig

Confettura extra vellutata al 50%, prodotta **con frutta di alta qualità IQF** (frutta lavata, tagliata e surgelata individualmente) setacciata a freddo per mantenere intatti gusto e colore del frutto caratterizzante.

Una confettura dalla consistenza cremosa, **priva di pezzi e semi**, adatta ai bambini più esigenti, da 0 a 99 anni.

Dimensioni logo principale: 15,6 x12 mm

3.1.2 **GDO**

Linee Guida Vaso
La Extra

Confettura extra al 45% di frutta, ideale per **abbondanti colazioni o per farcire dolci casalinghi**.
La Extra unisce tutta la **qualità e il gusto delle confetture** ad un formato più capiente e pratico, adatto a chi ama preparare i dolci in casa.

Dimensioni logo principale: 17,2 x 13,7 mm

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

Pagina ridotta del 30%

3.1.2 **GDO**

Linee Guida Nocciolino

Golosa **crema a base di nocciole di origine prevalentemente italiana, provenienti da Lazio e Campania.** Le nocciole sgusciate vengono tostate, miscelate con il cacao e raffinate con un'**avanzata tecnologia, che dona una consistenza morbida da spalmare ed esalta il sapore del frutto.**

Dimensioni logo principale: 9,7 x7,55 mm

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

3.1.2 **GDO**

Linee Guida Astuccio 3x28g

La bontà della **confettura extra al 50% di frutta** racchiusa in un elegante astuccio da **3 vasetti in vetro**: un'ottima idea per un **regalo alternativo**.

Colori bandiera Italiana:
Rosso: C=5 M=100 Y=80 K=0
Verde: C=50 M=20 Y=100 K=0

3.1.2 **GDO**

Linee Guida Astuccio Bio

4 monoporzioni assortite di confettura extra **Bio-Fairtrade®** in un pack pratico, leggero e flessibile. La soluzione migliore per chi è **attento all'ambiente anche nel fuori casa**.

3.1.2 **GDO**

Linee Guida Astuccio EXTRA To Go

Tanti pezzi, gusto e benessere in una nuova **confezione in cartone da 8 monporzioni EXTRA assortite**.

3.1.2 **GDO**

Linee Guida Sciroppi

Dall'antica **tradizione sudtirolese**, **sciroppi ricchi di frutta e fiori**, confezionati in bottiglia di vetro con **pratico tappo salva goccia**, per un dosaggio perfetto e nessuno spreco.

Dimensioni logo principale: 22 x17,6 mm

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

Dimensioni logo principale: 12 x 9,6 mm

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

Pagina ridotta del 10%

3

3.1.3 HO.RE.CA.
- Monoporzioni

3.1.3 **Monoporzioni**

Master info

Tutte le monoporzioni hanno delle regole ben precise in comune da seguire.

1. La dimensione del logo minima di tutte le monoporzioni è **14 mm x 11,2 mm**

2. Il font che viene usato per indicare il prodotto è il "**Myriad Pro**"

3. Colore di fondo bianco ad eccezione delle monoporzioni Bio

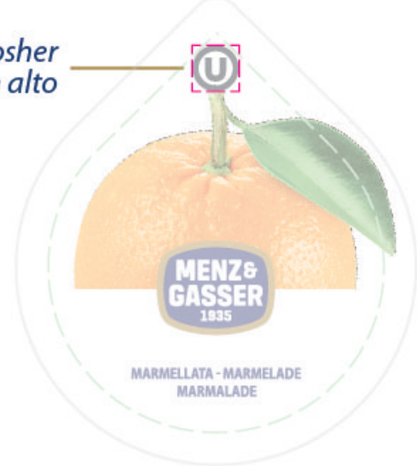
4. Utilizzo di **immagine in taglio del frutto** in primo piano dove possibile

5. Certificazione **Kosher** seguendo il corretto posizionamento Ⓤ

6. Colore **Kosher: C=0 M=0 Y=0 K=40**

Font "Myriad Pro"

Nelle referenze tonde Kosher posizionamento in alto



Nelle referenze quadrate Kosher posizionamento laterale

3.1.3 **Monoporzioni**

Linee Guida monoporzioni classiche

Oltre alle precedenti indicazioni sulle linee guida generali del utilizzo del marchio sul packaging entriamo più nello specifico.

Le linee guida da seguire sulle **monoporzioni classiche HO.RE.CA.** sono:

- La **distanza tra il logo e la descrizione prodotto** è sempre di 4 mm

- **Colore bianco sfondo** predominate

- Il **font che viene usato** per indicare il prodotto (come indicato dal riquadro) è il "**Myriad Pro"** e il colore da utilizzare è il **Pantone 287 C**.

3.1.3 Monoporzioni

Cartoni monoporzioni classiche

Cyan	Yellow	PANTONE 287 C
Magenta	Black	PANTONE 10127 C

Lato cartone

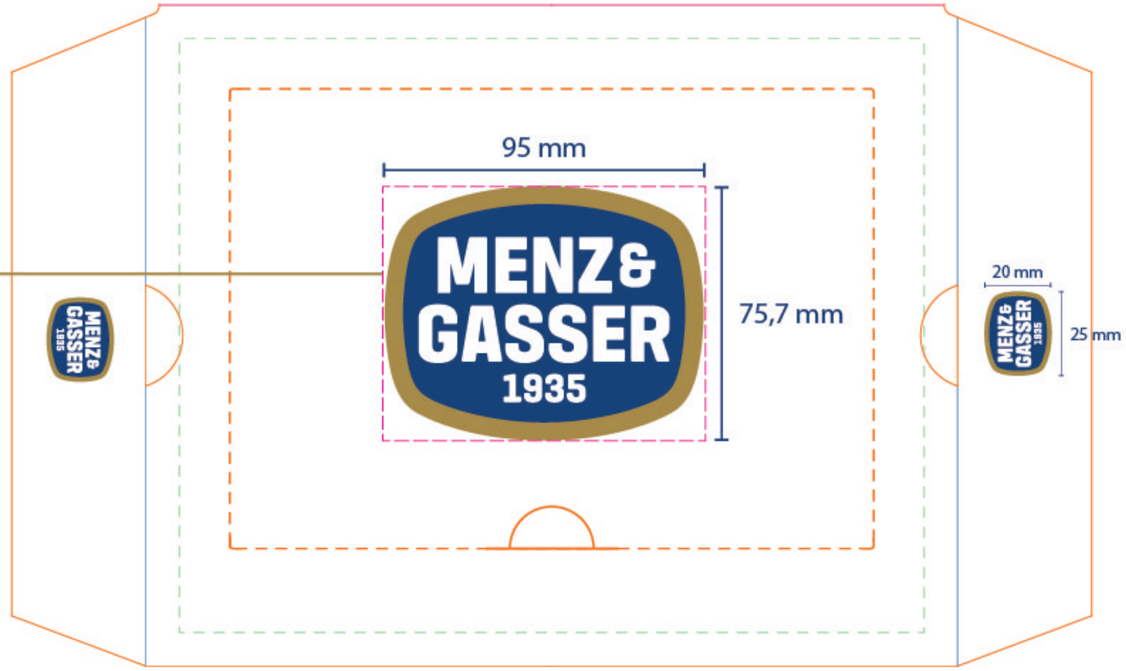
Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

Logo sostenibilità

L'altro lato del cartone è duplicato nello stesso modo ma con i testi in inglese

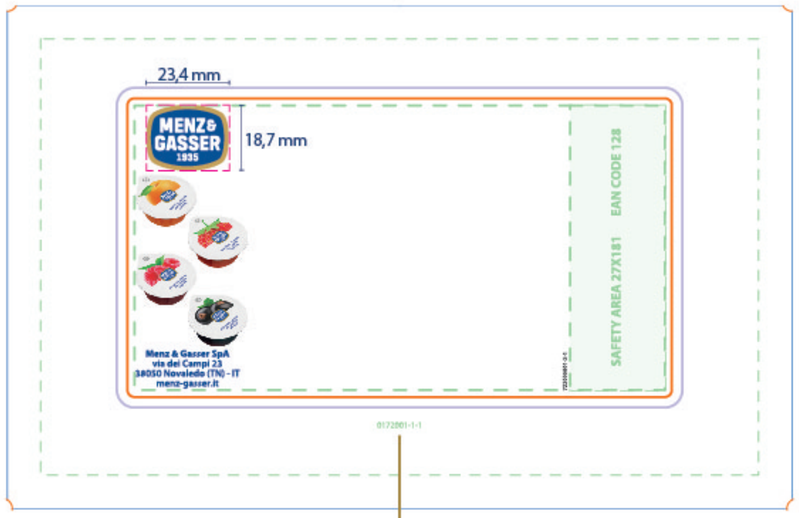
Top cartone

Logo versione principale



Pagina ridotta del 60%

Parte frontale cartone



Etichetta applicata

3.1.3 Monoporzioni

Linee Guida confettura EXTRA

Le monoporzioni EXTRA sono declinate in **due varianti**, a seconda delle esigenze dei mercati riguardo il trattamento dei testi legali.

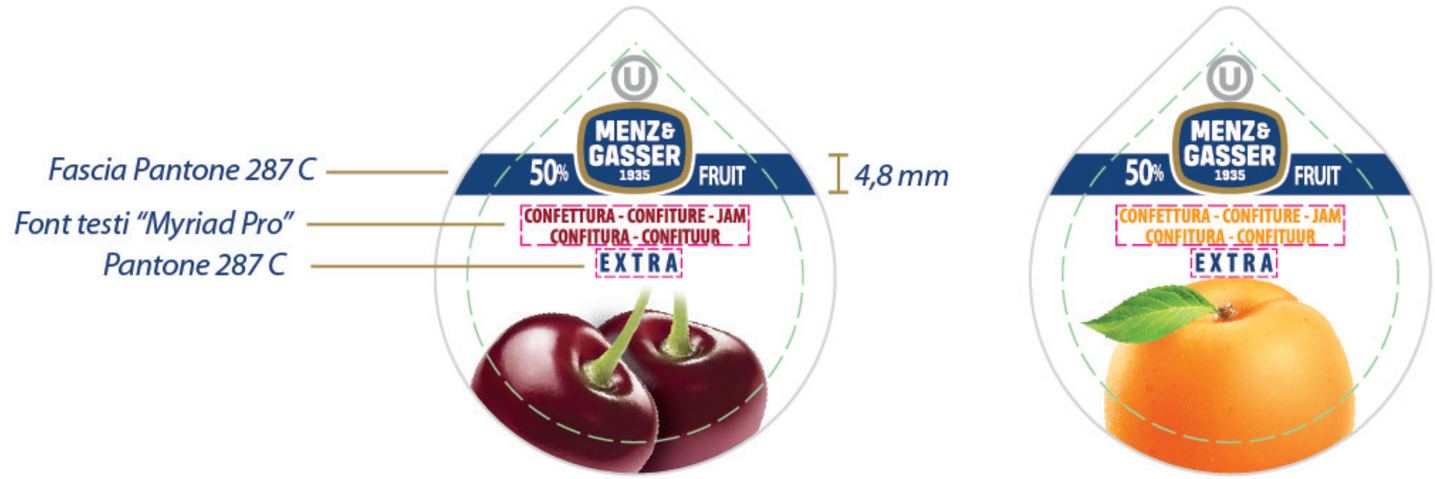
Le linee guida da seguire sulle **monoporzioni EXTRA HO.RE.CA.** sono:

- **Colore bianco sfondo** predominate

- Il **font che viene usato** per indicare il prodotto (come indicato dal riquadro) è il "**Myriad Pro"**

- **Tassello blu** che identifica la **percentuale di frutta** del colore **Pantone 287 C**

Linea monoporzioni internazionali



Linea monoporzioni bilingue

3.1.3 **Monoporzioni**

Colori testi dei gusti

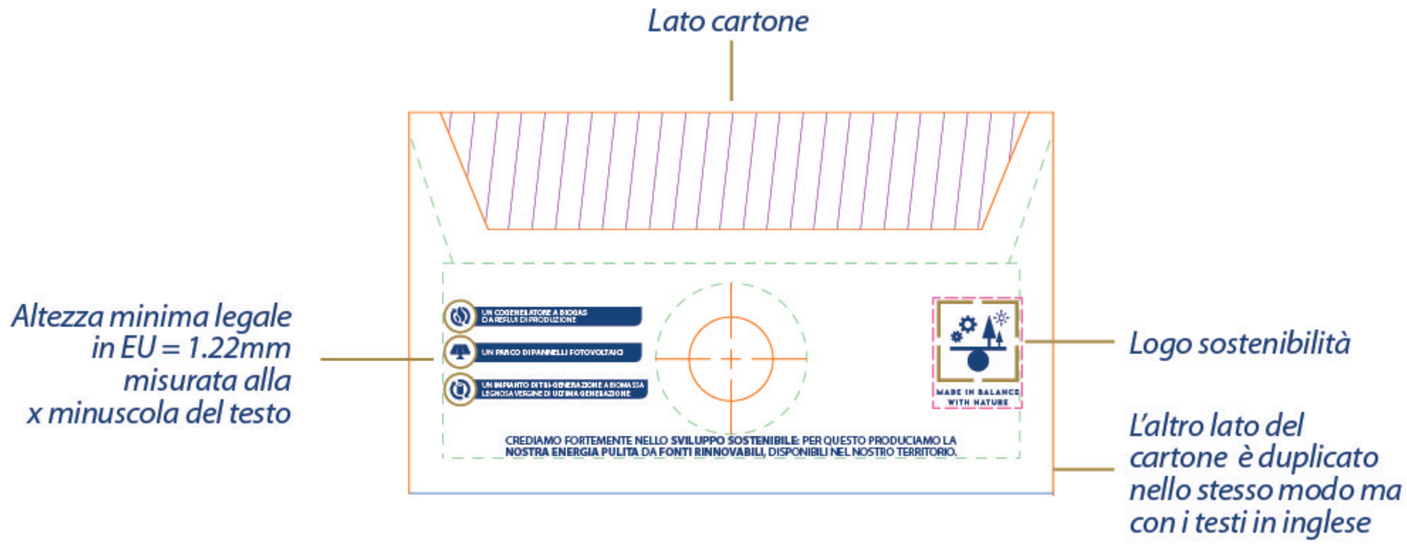
Il **colore del testo** che indica il gusto di ogni confettura **varia in base al gusto stesso**.

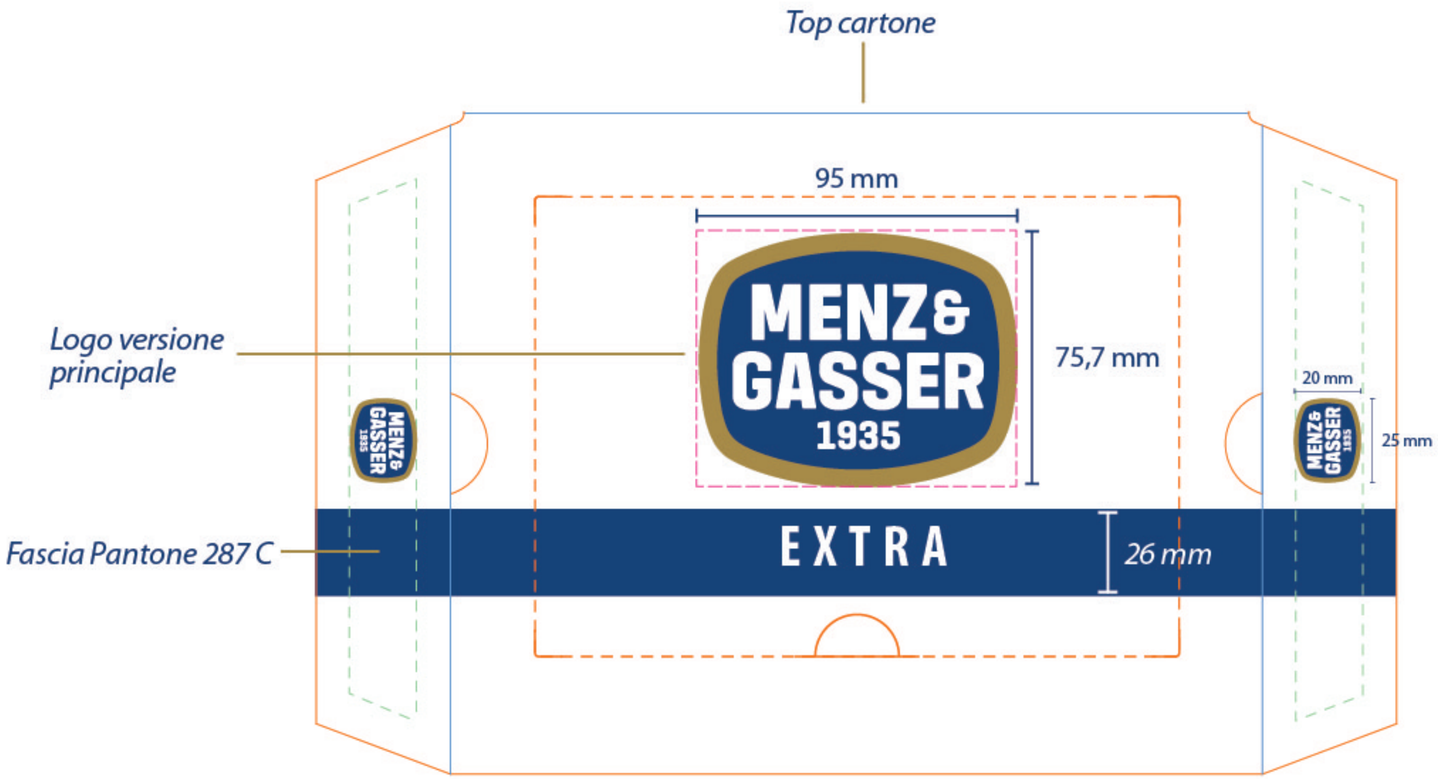
- *Albicocca*: ***C=0 M=47 Y=100 K=0***
- *Pesca*: ***C=0 M=60 Y=75 K=0***
- *Amarena*: ***Pantone 7427 C***
- *Fragola*: ***C=0 M=100 Y=100 K=0***
- *Lampone*: ***C=0 M=80 Y=40 K=0***
- *Frutti di bosco*: ***Pantone 2105 C***
- *Mirtillo nero*: ***Pantone 534 C***
- *Ribes nero*: ***Pantone 539 C***
- *Ribes rosso*: ***Pantone 201 C***
- *Ciliegia*: ***C=0 M=93 Y=74 K=0***

3.1.3 Monoporzioni

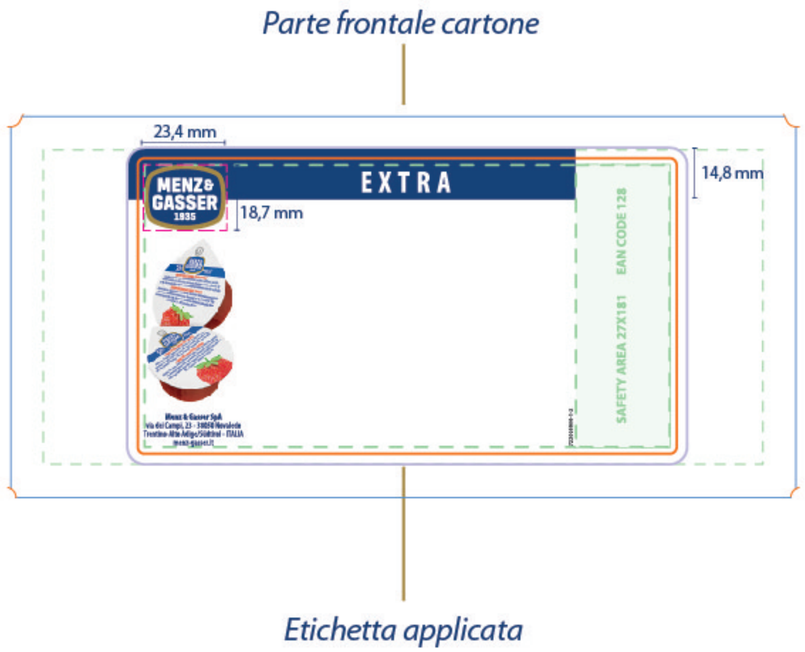
Cartoni confettura EXTRA

Cyan	Yellow	PANTONE 287 C
Magenta	Black	PANTONE 10127 C





Pagina ridotta del 60%



3.1.3 **Monoporzioni**

Linee Guida
Cremig

Le linee guida da seguire sulle **monoporzioni cremig** sono:

- **Colore bianco sfondo** predominate

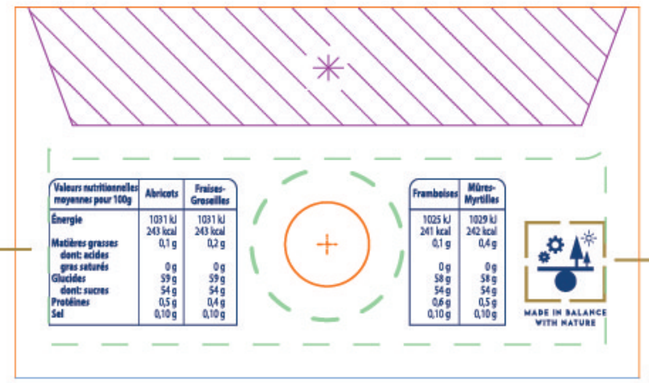
- Il **font che viene usato** per indicare il prodotto (come indicato dal riquadro) è il "**Myriad Pro"**del colore **Pantone 287 C**

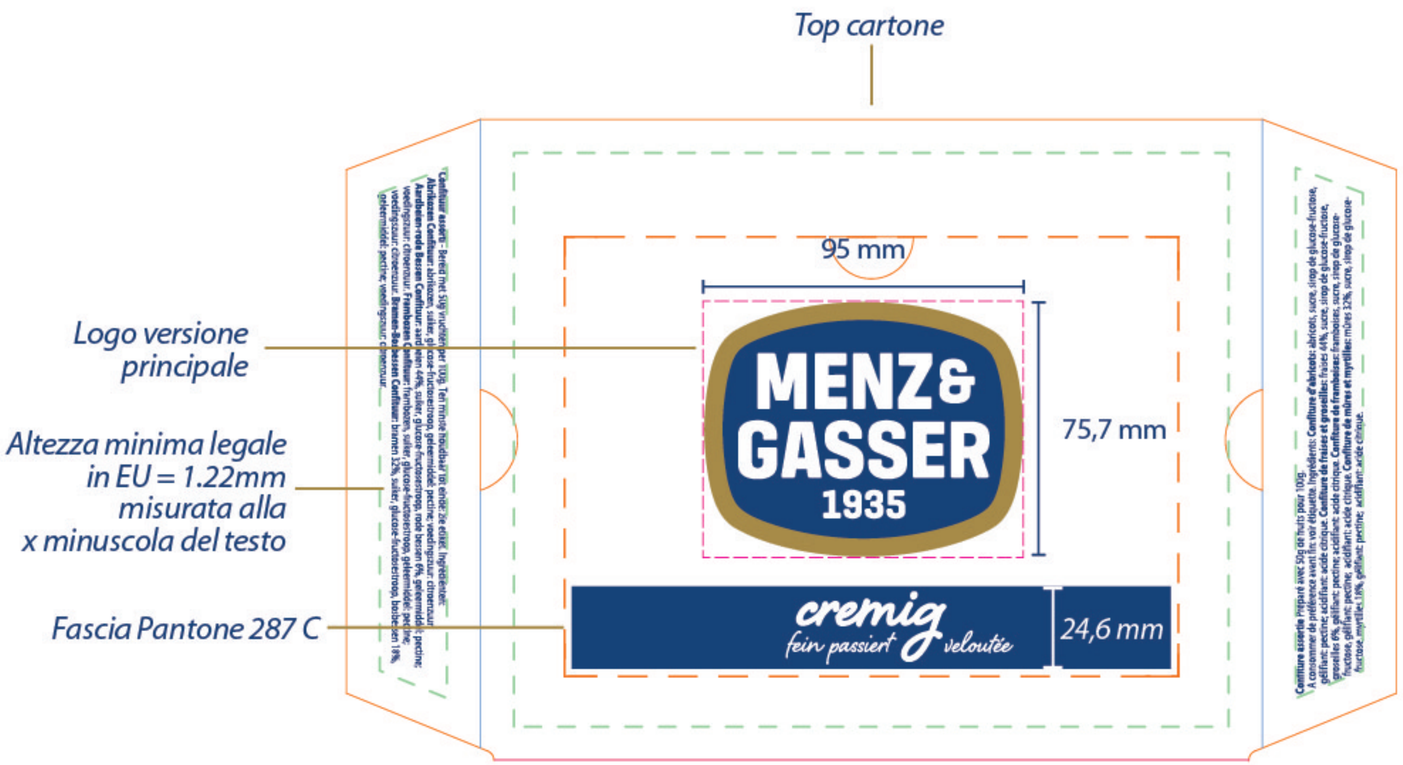
- Il **font** che viene usato per indicare il nome dell **linea Cremig è il "Shelby"** racchiuso in un **tassello blu, del colore Pantone 287 C**

3.1.3 Monoporzioni

Cartoni monoporzioni Cremig

Cyan	Yellow	PANTONE 287 C
Magenta	Black	PANTONE 10127 C





Pagina ridotta del 60%

3.1.3 **Monoporzioni**

Linee Guida
LIGHT

Le linee guida da seguire sulle **monoporzioni LIGHT** sono:

- **Colore bianco sfondo** predominate

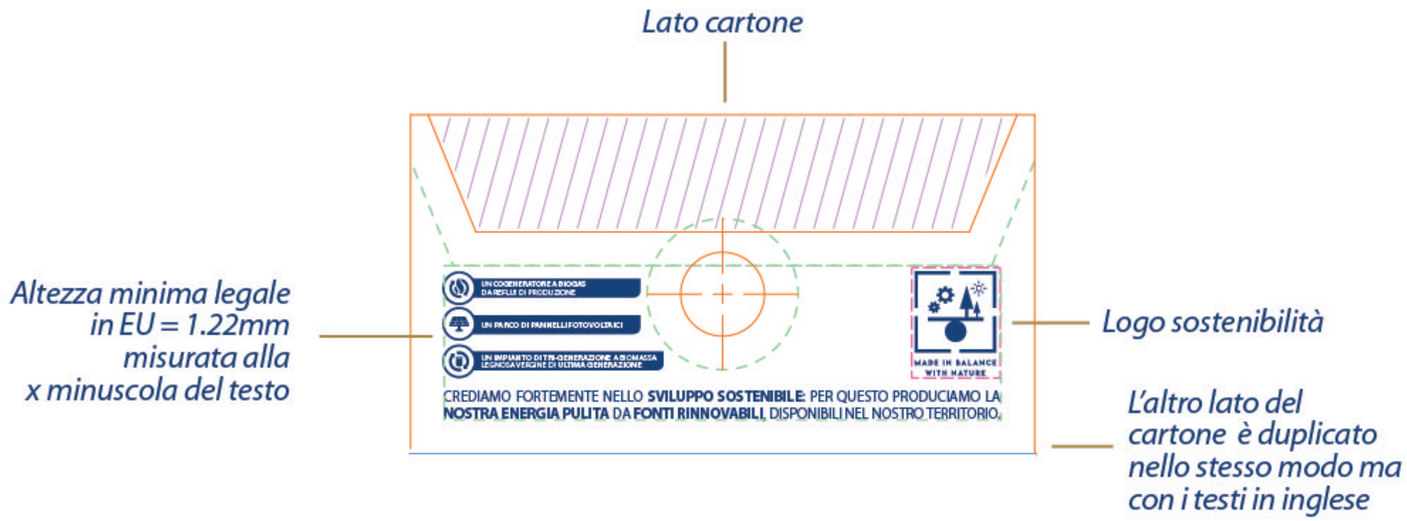
- Il **font che viene usato** per indicare il prodotto (come indicato dal riquadro) è il "**Myriad Pro"**del colore **Pantone 287 C**

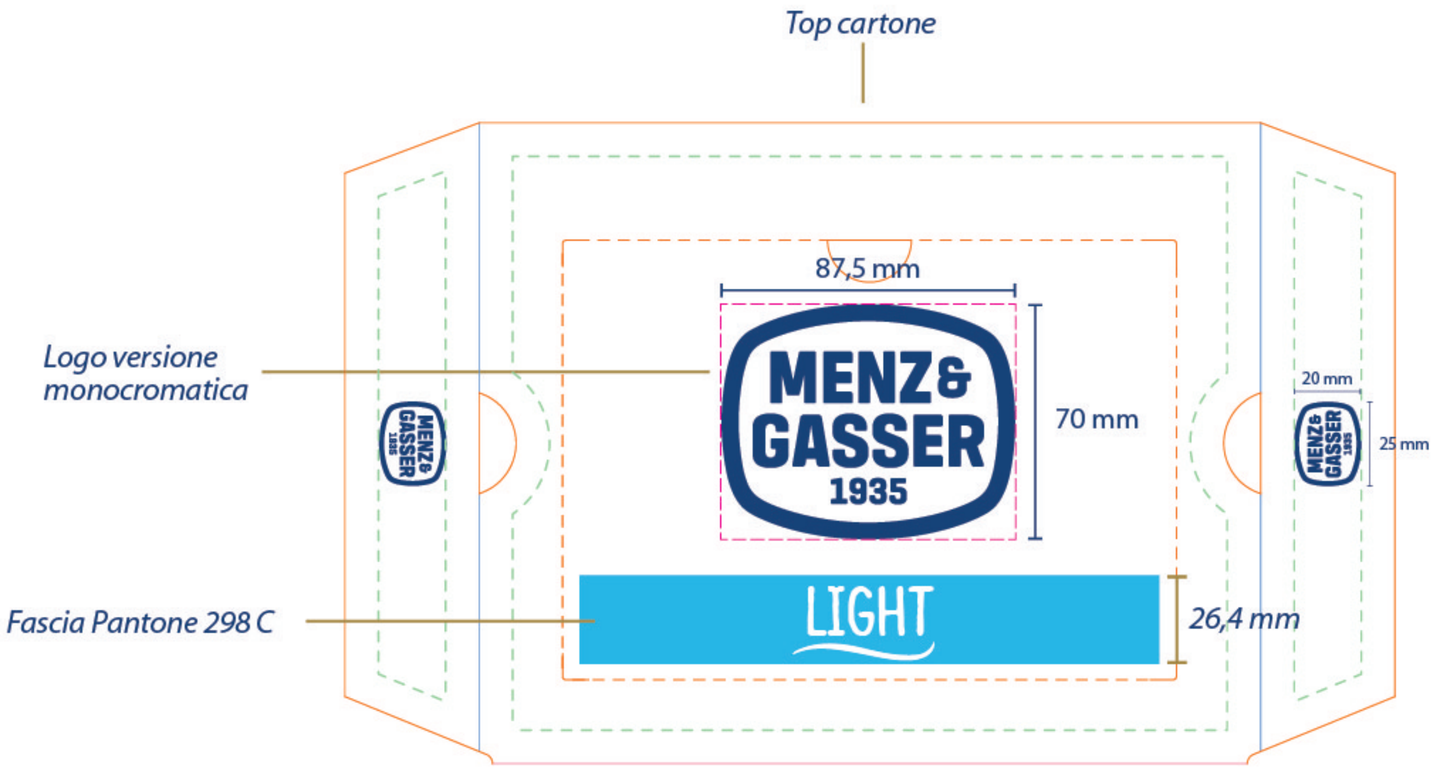
- Il **font** che viene usato per indicare il nome dell **linea Light è il "Lazing on a sunny afternoon"** racchiuso in un tassello azzurro, del colore **Pantone 298 C**

3.1.3 Monoporzioni

Cartoni monoporzioni LIGHT

Cyan	Yellow	PANTONE 298 C
Magenta	Black	PANTONE 287 C





Pagina ridotta del 60%

3.1.3 **Monoporzioni**

Linee Guida
LIGHT con STEVIA

Le linee guida da seguire sulle **monoporzioni LIGHT con STEVIA** sono:

- **Colore bianco sfondo** predominate

- Il **font che viene usato** per indicare il prodotto (come indicato dal riquadro) è il "**Myriad Pro"** del colore **Pantone 287 C**

- Il **font** che viene usato per indicare il nome dell **linea Light Stevia è il "Lazing on a sunny afternoon"** racchiuso in un tassello verde, del colore **Pantone 2269 C**

Font testi "Myriad Pro" Pantone 287 C

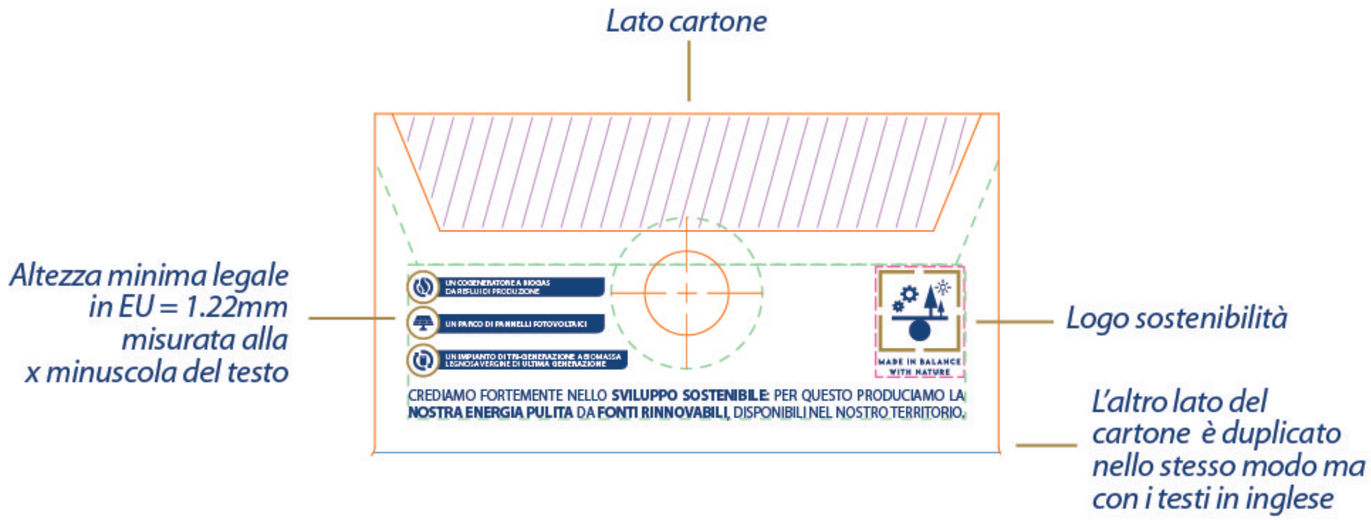
Font LIGHT STEVIA "Lazing on a sunny afternoon"

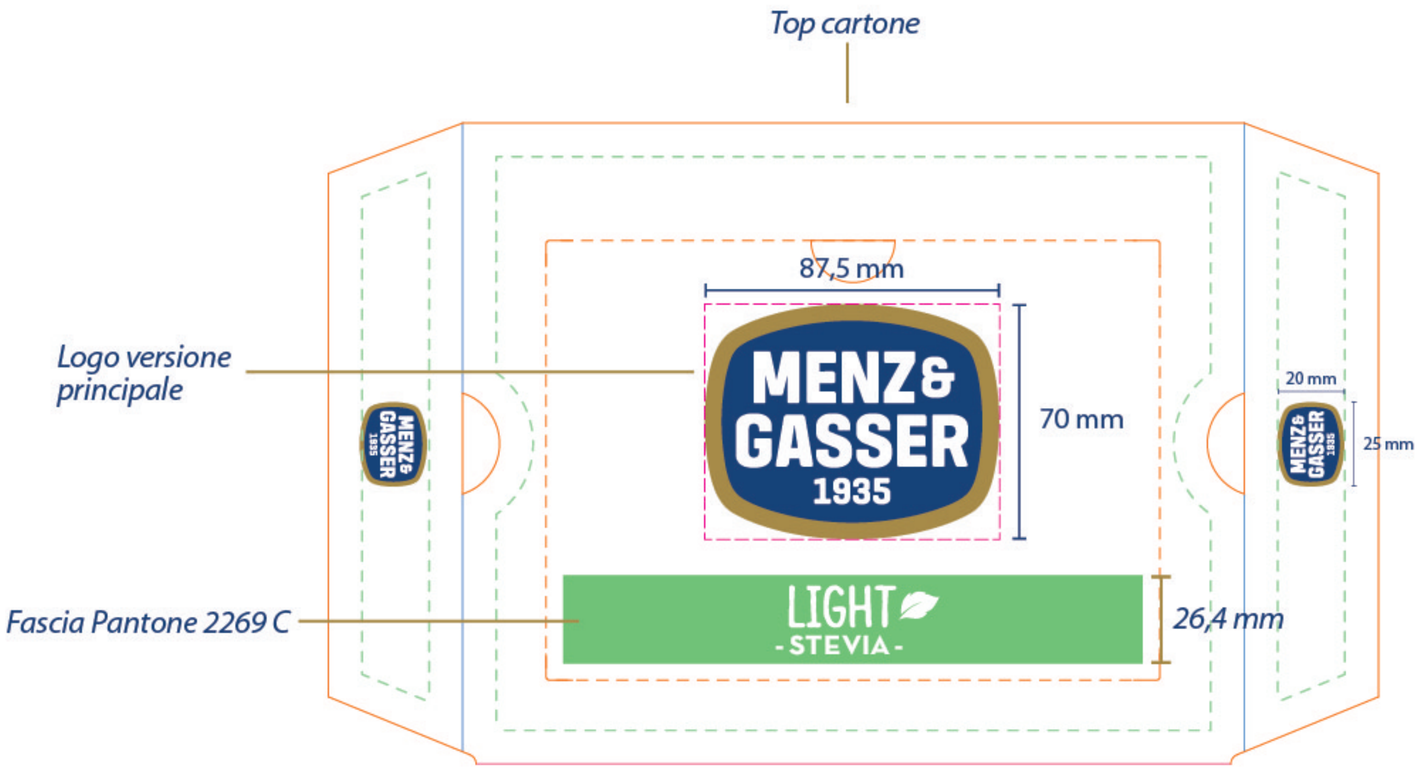
Fascia Pantone 2269 C

3.1.3 Monoporzioni

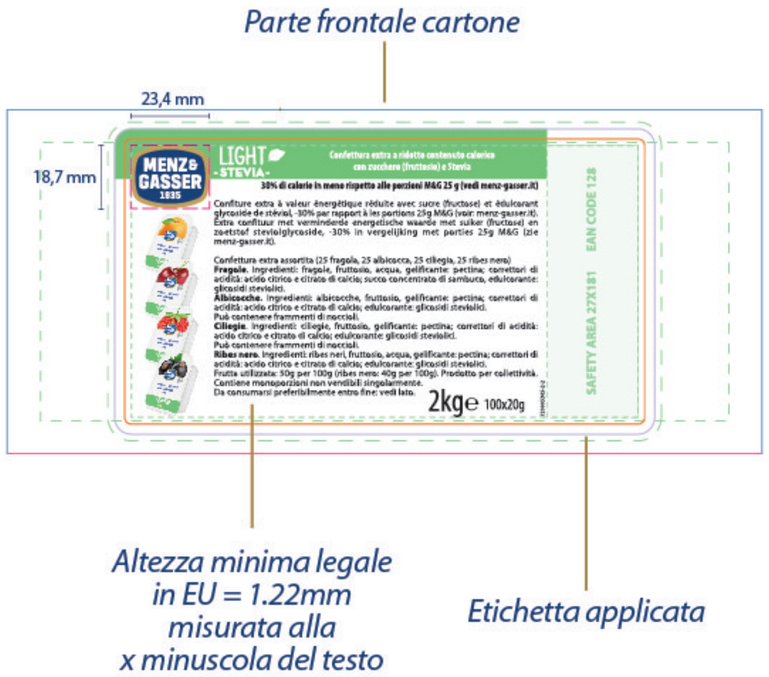
Cartoni monoporzioni LIGHT con STEVIA

Cyan	Yellow	PANTONE 2269 C
Magenta	Black	PANTONE 287 C





Pagina ridotta del 60%



3.1.3 **Monoporzioni**

Linee Guida monoporzioni Bio

Le linee guida da seguire sulle **monoporzioni Bio** sono:

- **Colore verdino di fondo a strisce**

- Il **font che viene usato** per indicare il prodotto (come indicato dal riquadro) è il "**Myriad Pro"** del colore **Pantone 7733C**

- Nella parte inferiore del pack viene inserita l'**illustrazione del frutto** con le varie certificazioni bio

- Un' eccezione per il **logo Fairtrade** rispetto a quanto indicato nell'appendice a pagina 95 è che in questo caso l'**area di rispetto** del logo viene annullata per mancanza di poco spazio

Righe fondo Pantone 365 U abbassato al 50%

Fondo chiaro Pantone 365 U abbassato al 25%

Font testi"Myriad Pro" Pantone 7733 C

3.1.3 Monoporzioni

Cartoni monoporzioni Bio

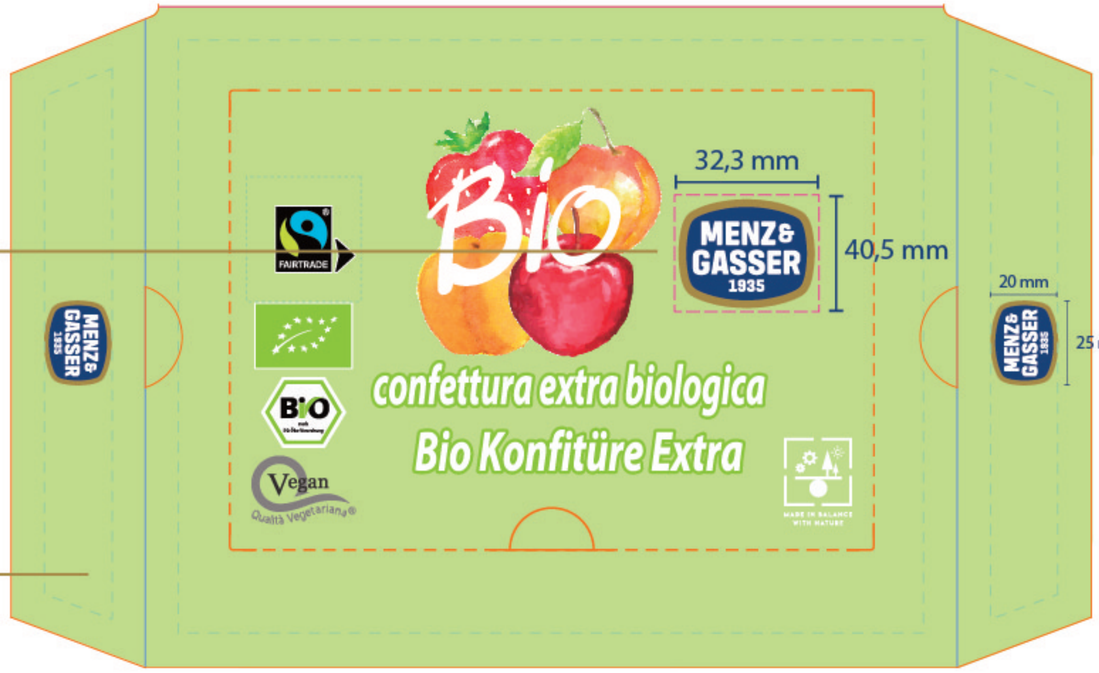
Cyan	Yellow	PANTONE 7731
Magenta	PANTONE Black	PANTONE 365

Lato cartone

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

L'altro lato del cartone è duplicato nello stesso modo ma con i testi in inglese

Top cartone



Logo versione principale

Fondo Pantone 365 C

Pagina ridotta del 60%

Parte frontale cartone

Colore testi Pantone 7731 C

Fondo Pantone 365 C al 25%

Righe fondo Pantone 365 C al 50%

3.1.3 **Monoporzioni**

Le monoporzioni SNAP & SQUEEZE sono declinate in **tre varianti**, a seconda delle esigenze dei mercati riguardo il trattamento dei testi legali.

Le linee guida da seguire sulle **monoporzioni SNAP & SQUEEZE** sono:

- **Colore bianco sfondo predominate**

- Il **font che viene usato** per indicare il prodotto (come indicato dal riquadro) è il "**Myriad Pro"**del colore **Pantone 287C**

- Nella parte sotto il tassello blu, del colore **Pantone 287 C** indica l'illustrazione con **l'ultilizzo di applicazione**

SNAP & SQUEEZE Internazionale

SNAP & SQUEEZE Monolingua

SNAP & SQUEEZE 3 lingue

3.1.3 **Monoporzioni**

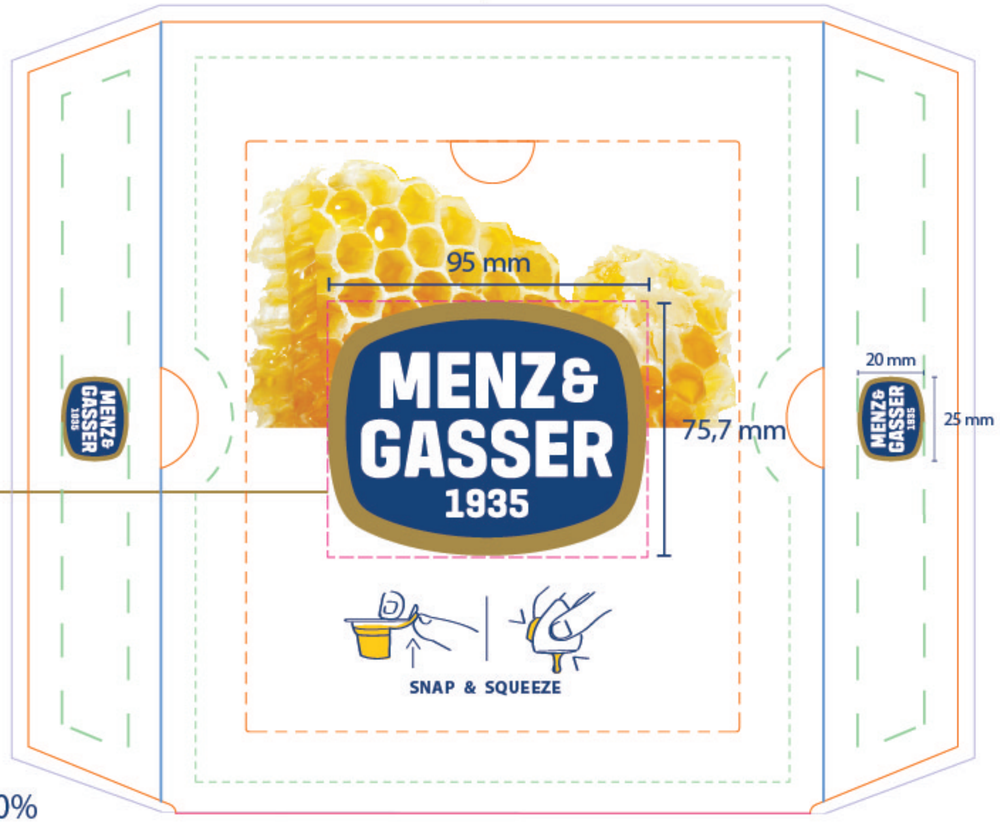
Cartoni
SNAP & SQUEEZE

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

Logo sostenibilità

L'altro lato del cartone è duplicato nello stesso modo ma con i testi in inglese

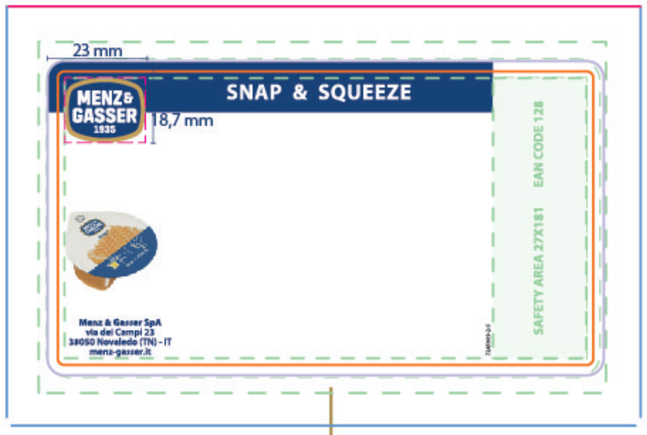
Top cartone



Logo versione principale

Pagina ridotta del 60%

Parte frontale cartone



Etichetta applicata

3.1.3 **Monoporzioni**

Linee Guida monoporzioni Nocciolino

Golosa **crema a base di nocciole di origine prevalentemente italiana, provenienti da Lazio e Campania.** Le nocciole sgusciate vengono tostate, miscelate con il cacao e raffinate con un'avanzata **tecnologia che dona una consistenza cremosa ed esalta il sapore del frutto**.

Dimensioni logo principale: 14 x 11mm

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

61,5 mm

71,5 mm

Fondo Pantone Black C

3.1.3 **Monoporzioni**

Cartoni Nocciolino

Parte laterale cartone

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

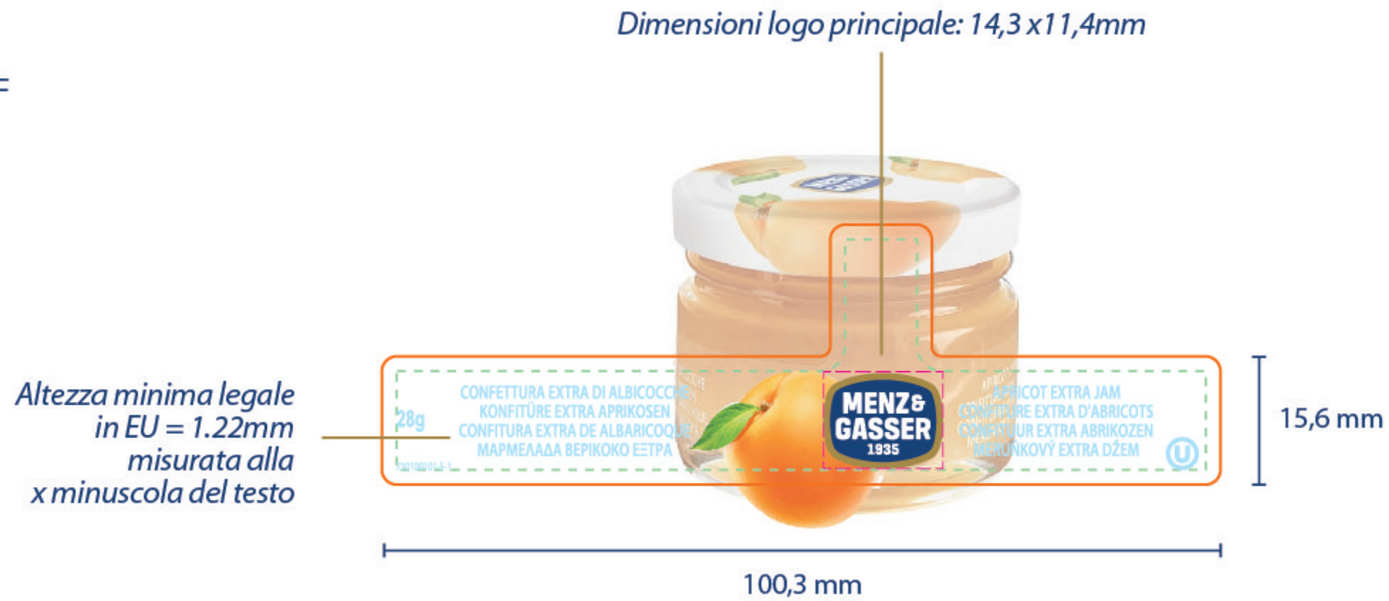
Top cartone

Pagina ridotta del 60%

3.1.3 **Monoporzioni**

Vasetto in vetro

La confettura extra, prodotta esclusivamente con frutta di alta qualità IQF e il miele di fiori, in eleganti vasetti di vetro.



3.1.3 **Monoporzioni salate**

Linea *CondiSnap®*

Semplice, veloce e versatile, ***CondiSnap®*** è l'innovativa gamma di condimenti monodose (olio extravergine di oliva, aceto balsamico di Modena IGP, aceto di vino bianco e salsa di soia) ideale per mense, ristoranti, bar e asporto.

La tecnologia di ***CondiSnap®*** consente di aprire la confezione con un solo dito, per poi versare facilmente il suo contenuto senza sforzi, senza sprechi e senza sporcare!

Font testi "Myriad Pro"

16 mm

3.1.3 Monoporzioni

Cartoni *CondiSnap®*

Cyan	Yellow	PANTONE 287 C
Magenta	Black	PANTONE 10127 C

Lato cartone

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

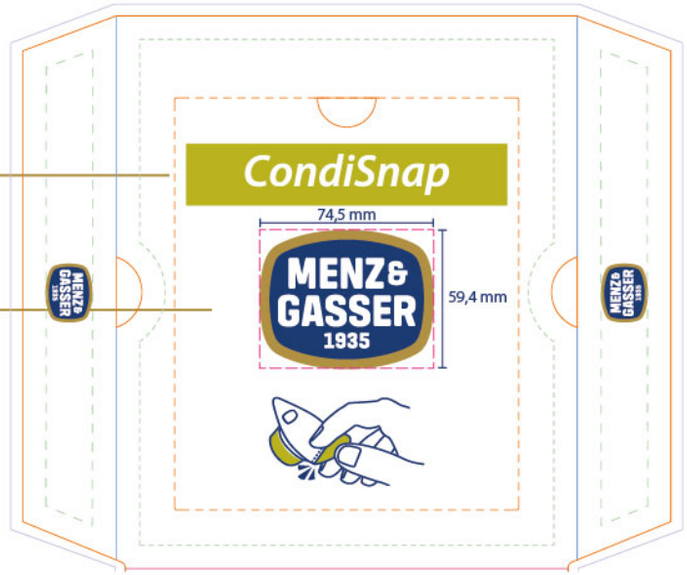
Logo sostenibilità

L'altro lato del cartone è duplicato nello stesso modo ma con i testi in olandese

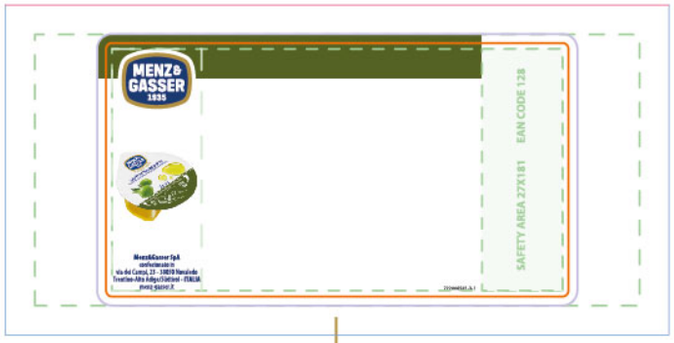
Top cartone

Fascia Pantone 7765 C

Logo versione principale



Parte frontale cartone



Etichetta applicata

Pagina ridotta del 60%

3

3.1.3 HO.RE.CA.
- Grandi formati

3.1.3 **Grandi formati**

Linee Guida Secchielli

Le linee guida da seguire sui **secchielli HO.RE.CA.** sono:

- **Logo centrale sempre in basso** in proporzione all'etichetta intera

- La **misura massima del logo è 25mm x 19,8 mm**

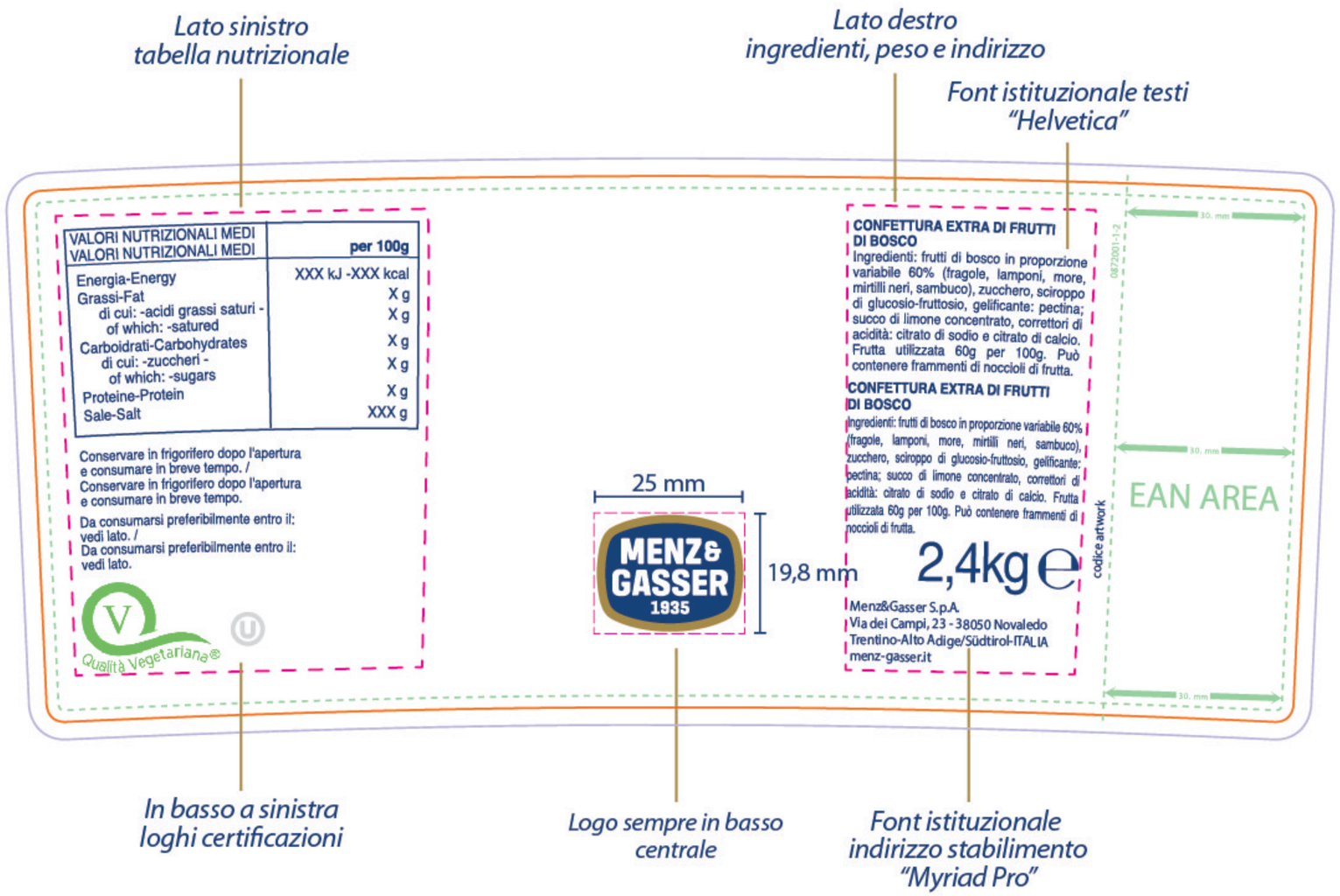
- **Il font istituzionale** per i secchi utilizzato per indicare i testi legali è **"Helvetica Regular e Bold"**

- **Testi legali** e **tabella nutrizionali** si svilupperanno sulla parte sinistra dell'etichetta

- **Ingredienti** e **indirizzo** si svilupperanno sulla parte destra dell'etichetta

- **Le certificazioni** si svilupperanno in basso sulla parte sinistra dell'etichetta

Etichetta ridotta del 20%



3.1.3 Grandi formati

Linee guida secchiello Chef Professional

Preparato di **alta qualità al 50% di frutta**, studiato per l'**utilizzo in forno**, è estremamente stabile alla cottura e ottimo come farcitura.

Sviluppato specificatamente per hotel con produzione di pasticceria interna, **piccoli laboratori professionali o appassionati di dolci**.

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

Dimensioni logo principale: 21,7 x17,3 mm

Fondo Pantone Black C

220,3 mm

Etichetta ridotta del 10%

3.1.3 Grandi formati

Linee guida secchiello Bio-Fairtrade®

Confettura extra al 45% di frutta, certificata Bio-Fairtrade®, pensata per le **grandi strutture attente all'ambiente** che sul banco da colazione vantano l'angolo bio.

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

Dimensioni logo principale: 21,7 x 17,3 mm

220,3 mm

3.1.3 **Grandi formati**

Linee guida secchiello PrimaFrutta Premium Quality

Confettura extra al 50% prodotta esclusivamente con **frutta di alta qualità IQF** (frutta lavata, tagliata e surgelata individualmente).

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

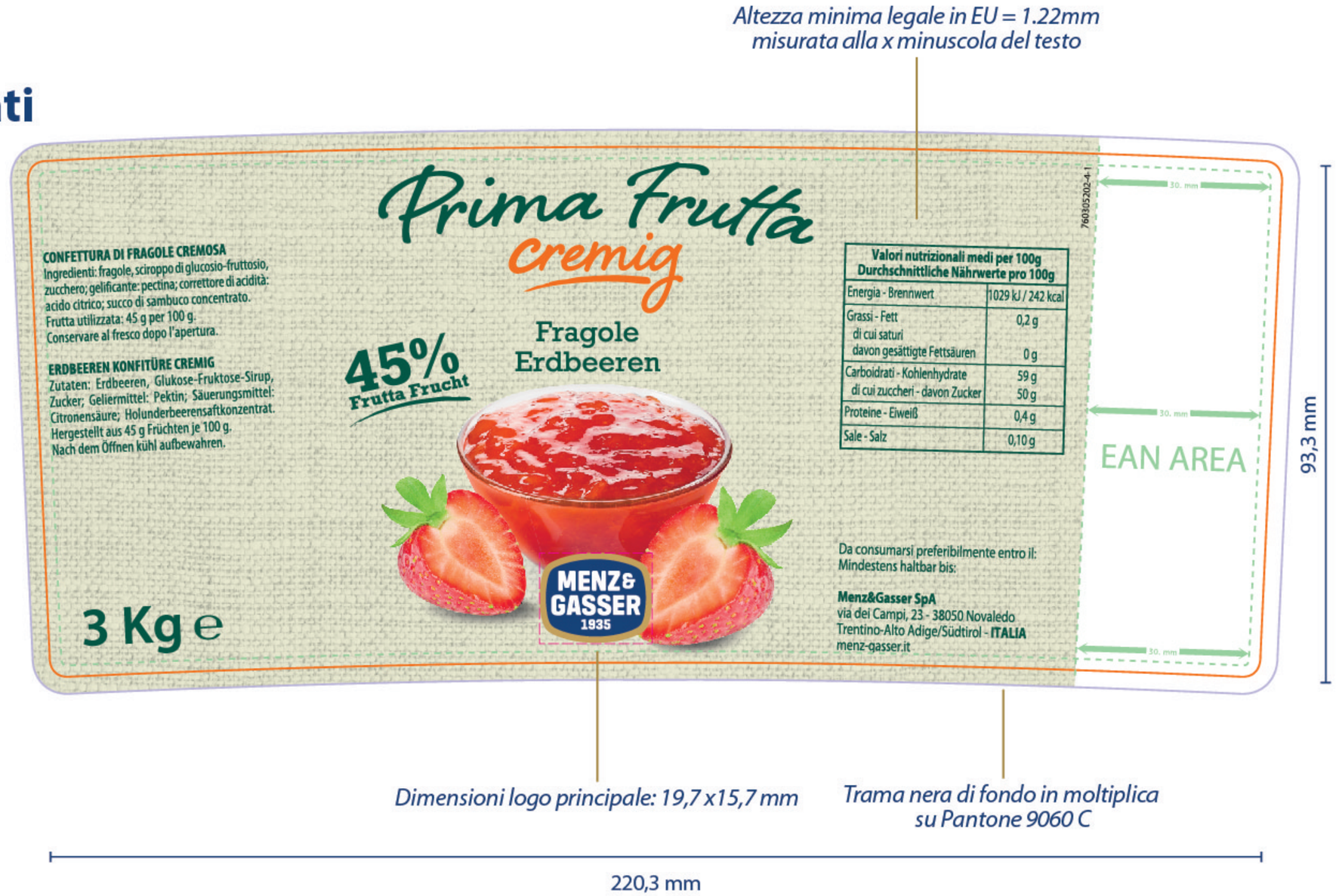
Etichetta ridotta del 10%

3.1.3 **Grandi formati**

Linee guida secchiello PrimaFrutta Premium Quality

La **confettura extra vellutata al 50%**, prodotta esclusivamente con **frutta di alta qualità IQF** (frutta lavata, tagliata e surgelata individualmente).

Setacciata a freddo, per non alterare gusto e colore, risulta **cremosa**, **priva di pezzi e semini**. Pensata per i bambini più esigenti, da 0 a 99 anni. In secchielli da 3 kg.



Etichetta ridotta del 10%

3.1.3 Grandi formati

Linee guida secchiello Miele di Fiori

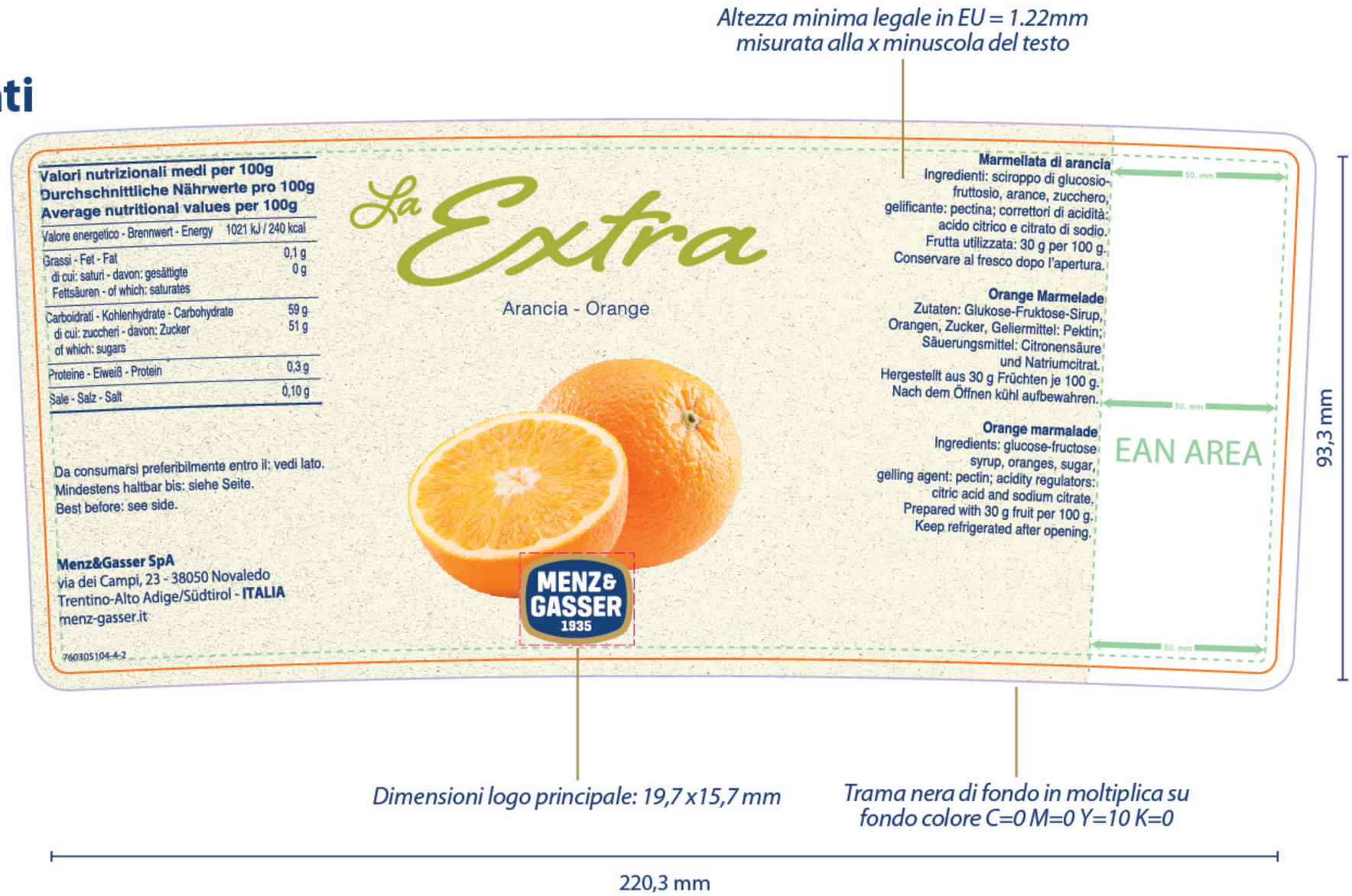
Il nostro **Miele di Fiori** è disponibile anche in comodi secchielli da 2,7 kg: una **deliziosa fonte di energia** per affrontare al meglio la vostra giornata.

Etichetta ridotta del 10%

3.1.3 **Grandi formati**

Linee guida secchiello La Extra

Confettura **Extra al 45% di frutta di alta qualità IQF** (frutta lavata, tagliata e surgelata individualmente) **disponibile in un ampio assortimento di gusti**.



Etichetta ridotta del 10%

3.1.3 **Grandi formati**

Linee guida secchiello Light

Confettura extra al 50% di frutta, con tanto gusto e **ridotto contenuto calorico** grazie all'uso di **dolcificanti vegetali**, naturalmente presenti nella **pianta della Stevia**.

Dedicata a chi è attento alla linea, la confettura Light **contiene il 36% di calorie in meno rispetto alla confettura La Extra**.

Etichetta ridotta del 10%

3.1.3 Grandi formati

Linee guida secchiello Nocciolino

Golosa crema **a base di nocciole di origine prevalentemente italiana, provenienti da Lazio e Campania.**

Le nocciole sgusciate vengono **tostate**, **miscelate con il cacao** e **raffinate con un'avanzata tecnologia**, che dona una consistenza cremosa ed **esalta il sapore del frutto**.

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

Dimensioni logo principale: 24,5 x 19,5 mm

Fondo Pantone Black C

220,3 mm

3.1.3 Grandi formati

Linee Guida
Vaso EDEL

Confettura extra al 55% di frutta di alta qualità IQF (frutta lavata, tagliata e surgelata individualmente), **ricca di pezzi**, soddisfa anche i palati più esigenti.

La pienezza del gusto è **racchiusa e valorizzata dall'elegante vaso**.

Per le specifiche del fazzoletto vedere **pagina 27**.

Font utilizzata "Savoye LET Plain:1.0"

3.1.3 JAM in JAR

Descrizione prodotto

Il dispenser JAM in JAR è un prodotto pensato per i canali **HO.RE.CA. e PASTICCERIA.**

Nell'utilizzo della dicitura "**JAM in JAR**" **deve essere sempre rispettato il formato maiuscolo-minuscolo-maiuscolo**.

A completamento del logo, questo può essere accompagnato dal claim:
"**La rivoluzione in vetro**", da tradurre a seconda della lingua:
EN: "Innovation in Glass" per la lingua inglese
DE: "Die Revolution im Glas" per la lingua tedesca

- Il **font che viene usato** per indicare il claim principale è il "**Myriad Pro Bold"**del colore **Pantone 10127 C**

- Il **font che viene usato** per indicare il claim secondario è il "**Myriad Pro Semibold Italic"**del colore **Pantone 287 C**

La Rivoluzione in vetro

Qualità trasparente & rispetto dell'ambiente

Font claim principale "Myriad Pro Bold" Pantone 10127 C

Font claim secondario "Myriad Pro Semibold Italic" Pantone 287 C

3.1.3 JAM in JAR

Utilizzo del logo

Una tendenza generale nell'**uso del logo JAM in JAR** per i vari materiali è quella di essere **sempre** in presenza del logo Menz&Gasser.

Il **logo Menz&Gasser** sarà **sempre in una posizione introduttiva rispetto al JAM in JAR** e con dimensioni pari o superiori al logo JAM in JAR.

È importante seguire questa tendenza per ottenere un'immagine di prodotto più possibile uniforme e **valorizzare il logo**.

- Il **font che viene usato** per il testo **JAM** maiuscolo è "**Engraver's Gothic"**del colore **Pantone 287 C**

- Il **font che viene usato** per il testo "**in"** minuscolo è "**Autumn Chant"**del colore **Pantone 287 C**

3.1.3 JAM in JAR

Il Dispenser

Il dispenser JAM in JAR presenta una **struttura solida** e al tempo stesso **compatta** in grado quindi di sfruttare al meglio gli spazi sul buffet della colazione.

Il **design sviluppato in Italia è minimalista e funzionale**, per adattarsi agli ambienti più diversi; la cura dei dettagli, lo studio dell'ergonomia e i materiali impiegati trasmettono all'utilizzatore un'elevata sensazione di qualità.

La struttura in acciaio e il ridotto numero di componenti garantiscono **stabilità, facilità d'uso e durata nel tempo**.

3.1.3 JAM in JAR

Linee Guida
Vaso

Le linee guida da seguire sul **vaso JAM in JAR** sono:

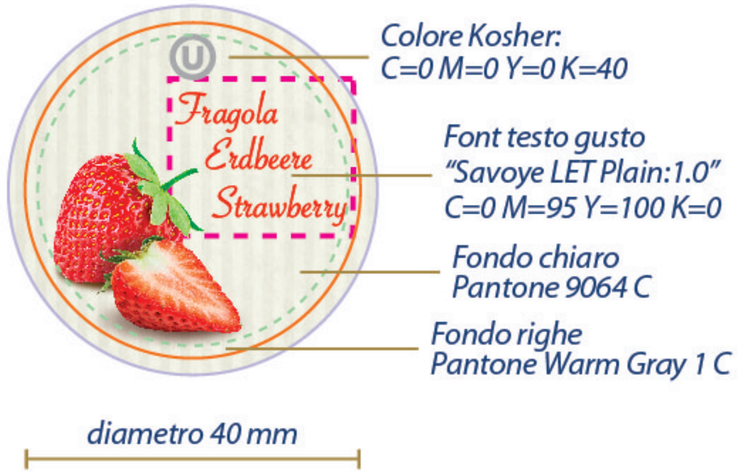
- **L'etichetta** identificativa del gusto **è sempre posizionata sulla base del vaso.** Il suo diametro è 40 mm

- **Fondo a righe** chiaro del **Pantone 9064 C**

- Visual prodotto ben visibile

- Il font che viene usato per indicare il **gusto di prodotto** è il **"Savoye LET Plain:1.0"**

- Colore **Kosher: C=0 M=0 Y=0 K=40 posizionato in alto**



3.1.3 JAM in JAR

Colori testi dei gusti

Il **colore del testo** che indica il gusto di ogni confettura **varia in base al gusto stesso**.

Frutti di bosco: ***C=30 M=100 Y=0 K=20***

Ciliegia: ***C=7 M=100 Y=82 K=26***

Fragola: ***C=0 M=95 Y=100 K=0***

Albicocca: ***C=0 M=60 Y=100 K=0***

Pesca: ***C=0 M=62 Y=72 K=0***

Miele: ***C=0 M=38 Y=100 K=0***

Arancia: ***Pantone 3588 C***

3

3.1.3 PASTICCERIA

3.1.3 **PASTICCERIA**

Linee Guida Secchiello SINE

Adattamento della grafica all'80%

Le linee guida da seguire sul **secchiello SINE** sono:

- **Logo centrale sempre in alto**

- **Il font istituzionale** per i secchi utilizzato per indicare i testi legali è **"Helvetica Regular e Bold"**

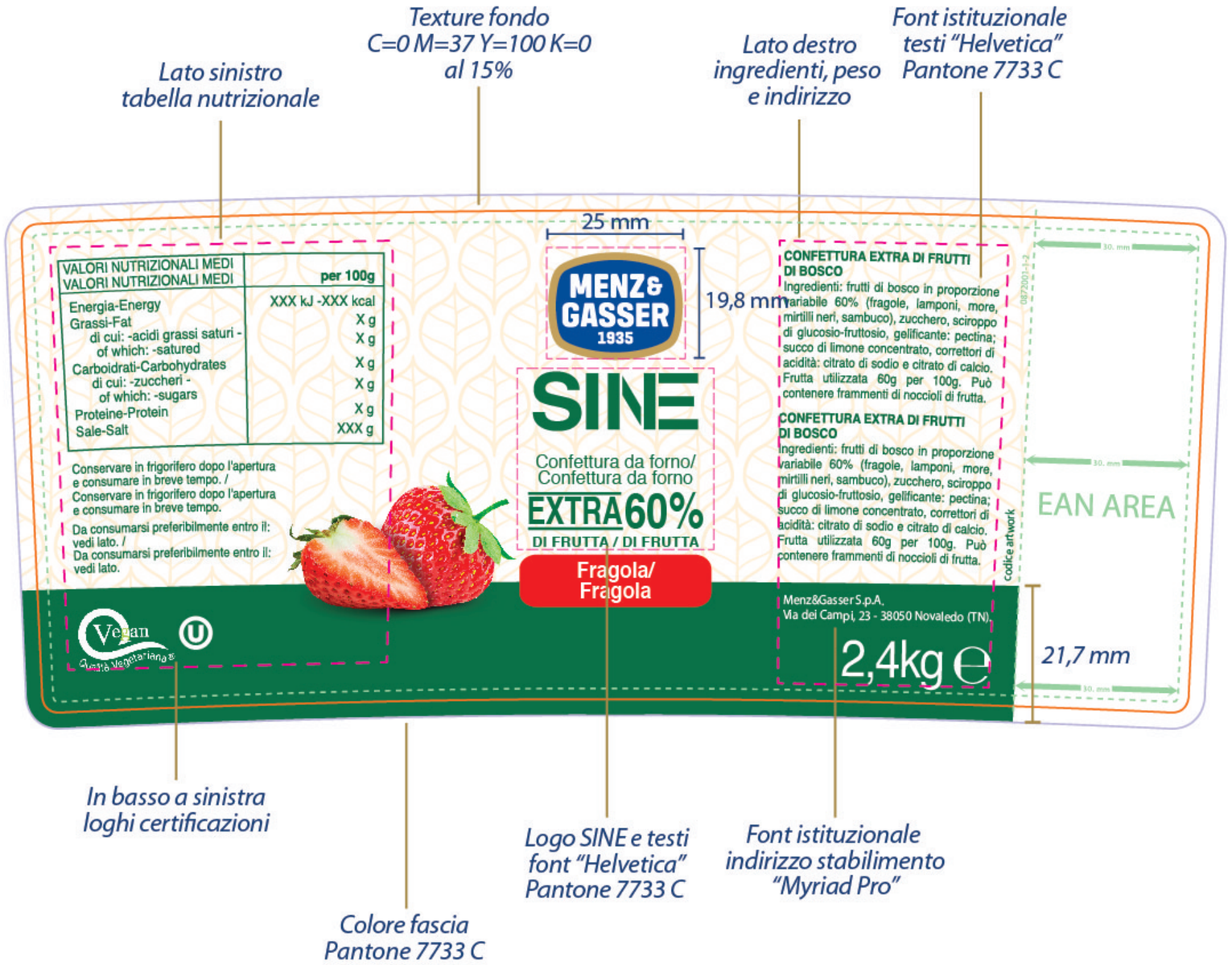
- La **misura massima del logo è 25mm x 19,8 mm**

- **Testi legali** e **tabella nutrizionali** si svilupperanno sulla parte sinistra dell'etichetta

- **Gli Ingredienti** si svilupperanno sulla parte destra dell'etichetta

- **L'indirizzo e le certificazioni** si svilupperanno in basso all'interno della banda colore

Etichetta ridotta del 20%



3.1.3 PASTICCERIA

Colori tasselli dei gusti per SINE

Il **colore del tassello** che indica il gusto di ogni confettura **varia in base al gusto stesso**.

Pesca & Maracuja: ***C=0 M=36 Y=95 K=0***

Mora: ***C=91 M=80 Y=0 K=0***

Albicocca: ***C=0 M=60 Y=100 K=0***

Frutti di bosco: ***C=80 M=80 Y=40 K=21***

Fragola: ***C=0 M=100 Y=100 K=0***

Ciliegia: ***C=0 M=90 Y=70 K=0***

3.1.3 PASTICCERIA

Linee Guida Farcitura

Semilavorati di frutta senza pezzi, dalla consistenza morbida e spatolabile. **Ideali per farciture post forno**.

Etichetta ridotta del 10%

3.1.3 PASTICCERIA

Linee Guida Forno

Semilavorati con alto contenuto di frutta (fino a 180g di frutta per 100g di prodotto finito) **sviluppati specificamente per l'utilizzo in forno**.

Costanza nella qualità, ampiezza di gamma e un'**ottima tenuta alle alte temperature** caratterizzano questa linea.

Etichetta ridotta del 10%

3.1.3 PASTICCERIA

Linee Guida NOVAGEL

Novagel, la **linea di gelatine a caldo**, è stata sviluppata per **donare brillantezza a dolci e crostate ed esaltare l'aspetto della frutta**.

Etichetta ridotta del 10%

3.1.3 PASTICCERIA

Linee Guida
ICY COLD

Una **gelatina in pasta**, pronta all'uso, dal sapore neutro, che **si mantiene lucida e trasparente** anche a temperature negative.

Ottima per preparazione di **coperture a specchio** per torte e monoporzioni; farciture di semifreddi, mousse in vaschetta, in combinazione con variegati di frutta, creme e frutta fresca; copertura di frutta fresca in torte e macedonie.

Altezza minima legale in EU = 1.22mm misurata alla x minuscola del testo

Dimensioni logo principale: 18,7 x 14,9 mm

220,3 mm

Etichetta ridotta del 10%

3.1.3 **PASTICCERIA**

Linee Guida
TOPPING

Per **decorare coppe di gelato, torte e semifreddi**, adatto anche a basse temperature, privi di azoto e stabili alle basse temperature.

Sono disponibili nelle comode bottiglie in plastica da 1 kg, con pratico tappo salvagoccia.

3.1.3 **PASTICCERIA**

Linee Guida
TOPPING

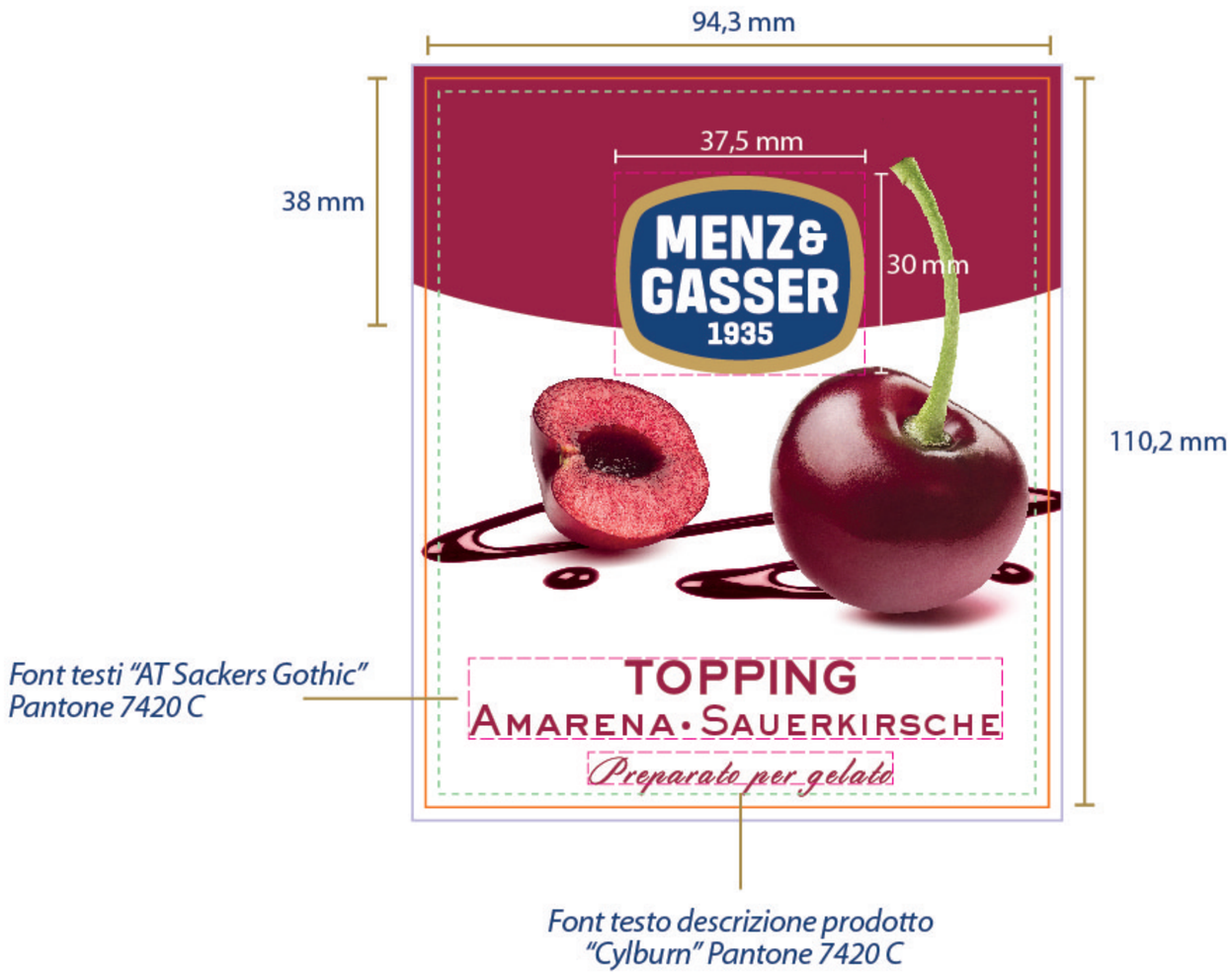
Le linee guida da seguire sui **TOPPING** sono:

- **Immagine gustosa del frutto** predominate nella parte centrale dell'etichetta

- **Fascia colorata** nella parte superiore dell'etichetta che definisce il colore del gusto

- **Il font che viene usato** per indicare la **linea TOPPING** e il suo gusto di riferimento è il **"AT Sackers Gothic"**che prende il colore della fascia in alto

- **Il font** che viene usato per indicare la descrizione del prodotto è il **"Cylburn"** che prende il colore della fascia in alto



Etichetta ridotta del 20%

3.1.3 PASTICCERIA

Colori tasselli dei gusti

Il **colore del testo** che indica il gusto di ogni confettura **varia in base al gusto** stesso.

- *Amarena*: ***Pantone 7420 C***
- *Fragola*: ***Pantone 7621 C***
- *Caffè*: ***Pantone 168 C***
- *Caramello*: ***Pantone 7580 C***
- *Frutti di bosco*: ***Pantone 7658 C***
- *Kiwi*: ***Pantone 364 C***
- *Lampone*: ***Pantone 2047 C***
- *Mirtillo nero*: ***Pantone 2118 C***
- *Cacao*: ***Pantone 732 C***

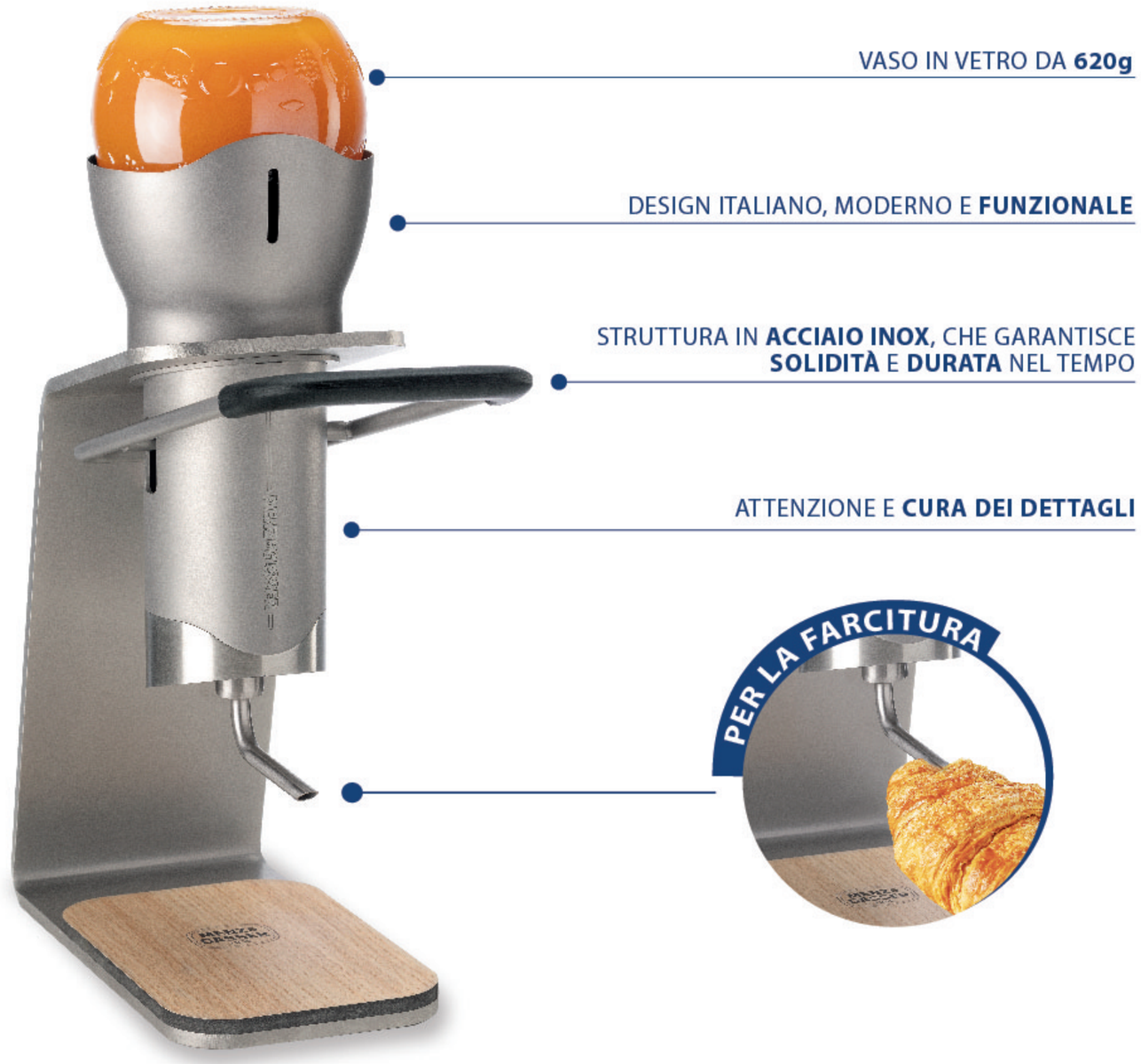
3

TOUCH POINT

3.1.3 JAM in JAR

Il Dispenser

Grazie a un **beccuccio opzionale**, **JAM in JAR** permette **di farcire brioche e croissant in maniera facile**, pulita e calibrata.



3

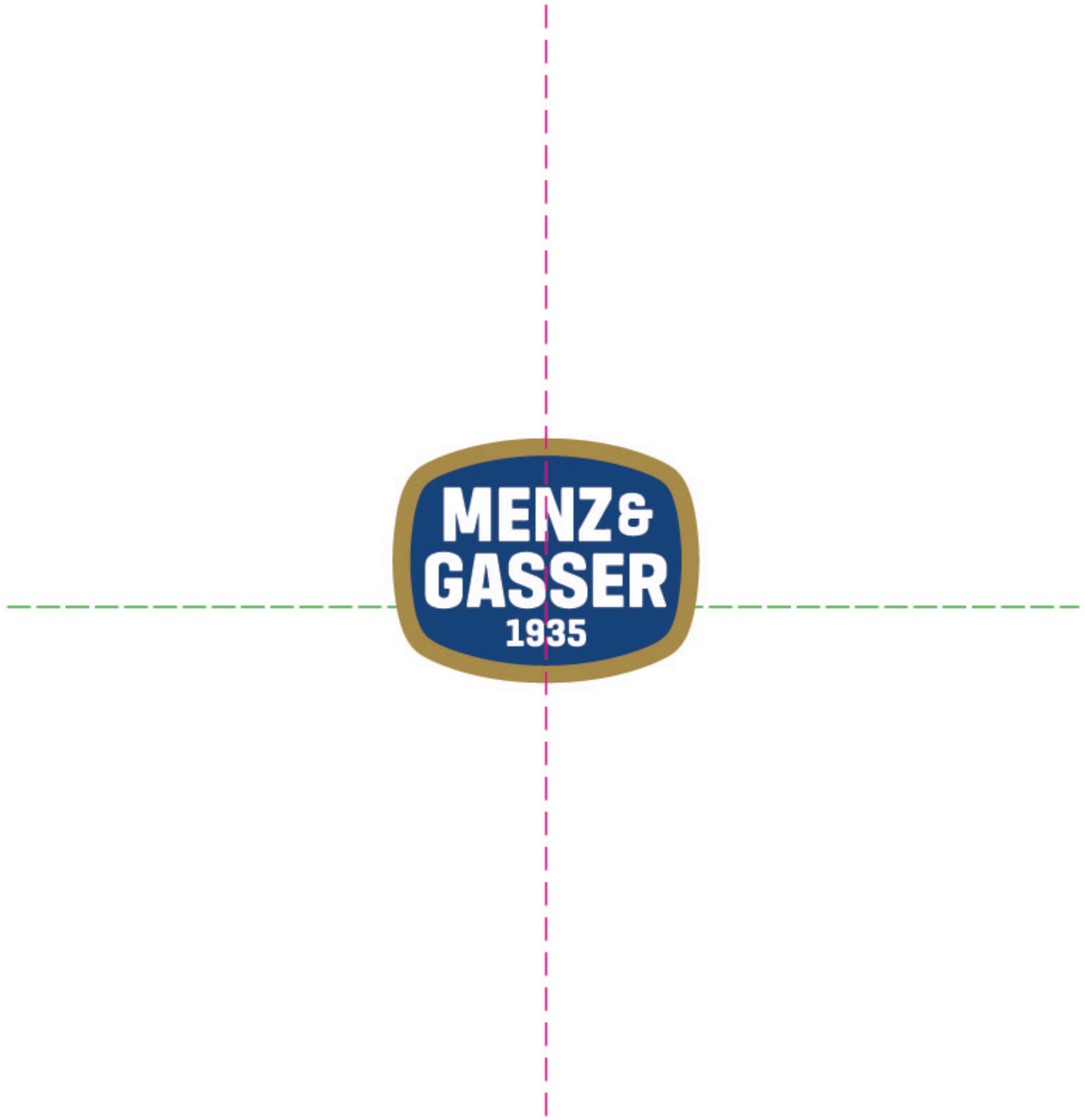
3.1.4 COMUNICAZIONE

3.1.4 **Linee guida generali**

Il format del **"taglio" orizzontale** che caratterizza il packaging, è utilizzato anche nella comunicazione aziendale.

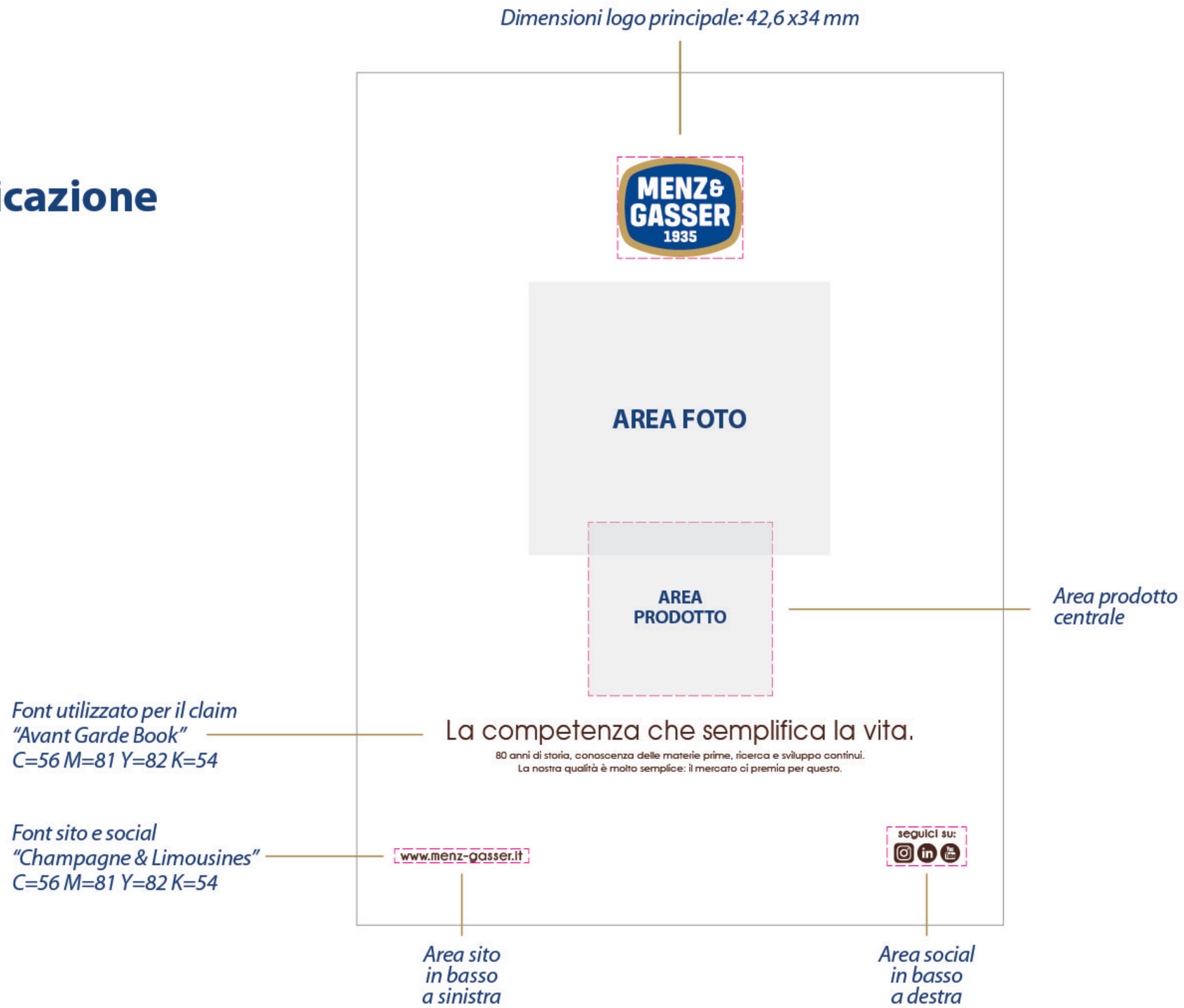
Altra tendenza consolidata - già descritta nel capitolo precedente è quella della **centratura** rispetto al design.

Nel contesto di un graduale processo di **regolamentazione della marca,** è importante consolidare queste due tendenze per arrivare a una comunicazione più **qualitativa e omogenea.**



3.1.4 **Comunicazione**

Pagina HO.RE.CA.



Pagina ridotta del 50%

3.1.4 Comunicazione

Pagina PASTICCERIA

Dimensioni logo principale: 18,94 x18,69 mm

Area prodotto centrale

PAGINA ADV ORIZZONTALE

PAGINA ADV VERTICALE

Dimensioni logo principale: 42,6 x34 mm

Foto frutta nel secchiello

Area prodotto centrale

Font utilizzato per il claim "Avant Garde Book" C=56 M=81 Y=82 K=54

Area sito in basso a sinistra

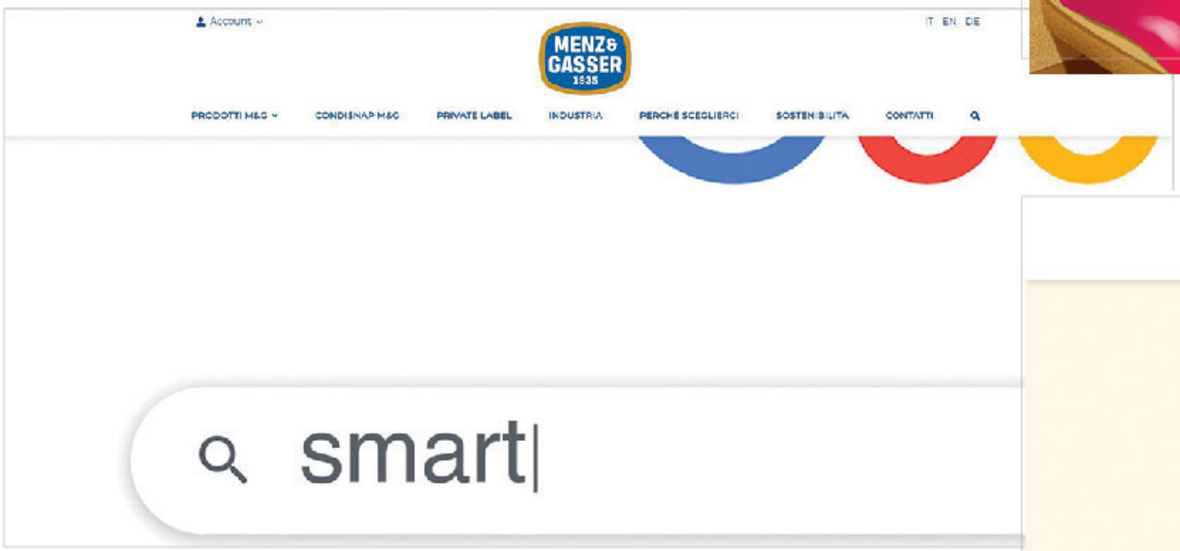
Area social in basso a destra

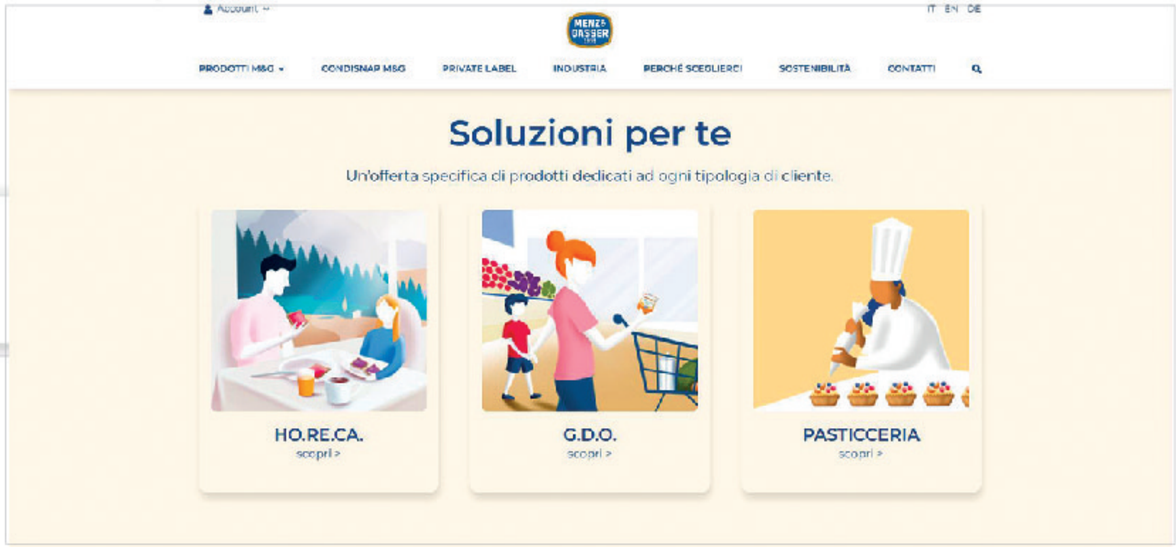
Pagina ridotta del 50%

3.1.4 **Comunicazione Sito M&G**

Home page

Sito di riferimento: **www.menz-gasser.it**





3.1.4 **Comunicazione JAM in JAR**

Landing page

Sito di riferimento: **http://www.jaminjar.it**

Font titolo "Myriad Pro Bold"

Font testi "Myriad Pro" Pantone 287 C

3.1.4 **Comunicazione JAM in JAR**

Pieghevole e Pagina

Pieghevole

Font claim "Myriad Pro Bold"

Pagina

Font testi "Myriad Pro"

Area sito in basso a sinistra

Area social in basso a destra

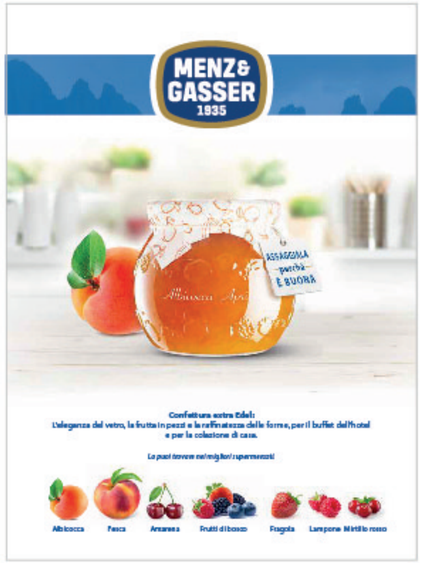
3.1.4 **Comunicazione consumer**

Nella comunicazione del settore *consumer*, è prevista una gestione del marchio con un **format dedicato** che allude al territorio di provenienza dell'azienda, alle sue montagne, incorniciando il logo stesso.

La proporzione tra il marchio e l'altezza della fascia blu con le montagne, **è fissa** e non va alterata.

L' estensione in larghezza della fascia **può essere modulata e tagliata** a seconda della larghezza del formato.

Anche in ambito consumer, il **bianco** è il colore principale che offre contrasto e luminosità alla comunicazione.



3.1.4 **Pubblicazioni**

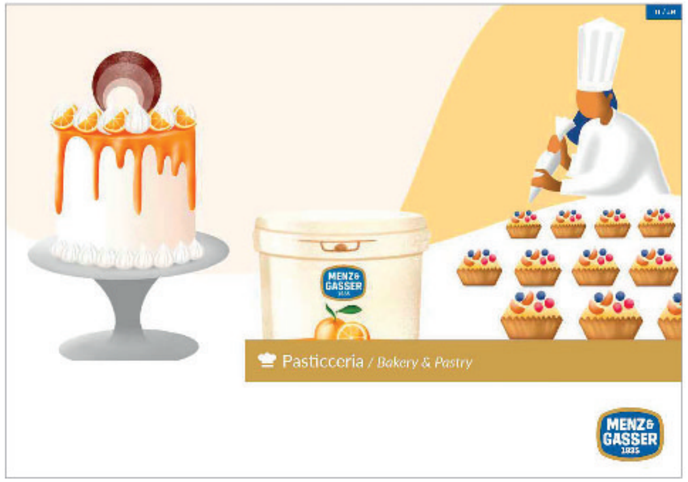
Le pubblicazioni aziendali come brochure e cataloghi di prodotto seguono le linee guida per la gestione del marchio, l'approccio alla fotografia e l'impaginazione.

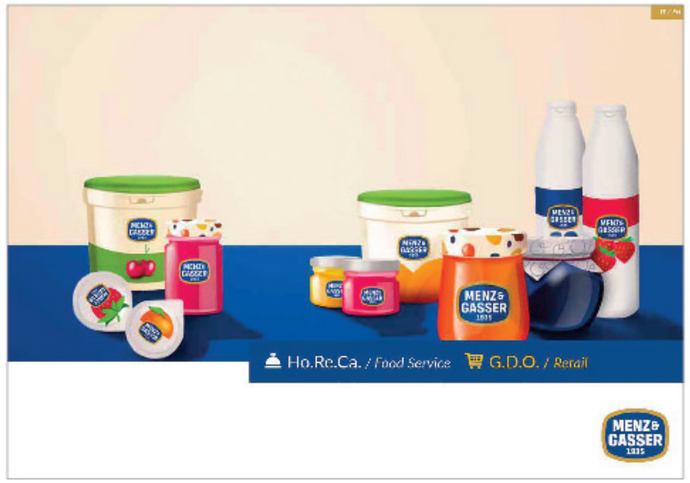
La tendenza è sempre quella di uniformare lo stile di tutte le pubblicazioni con uno schema unico e flessibile in grado di soddisfare tutte le esigenze.

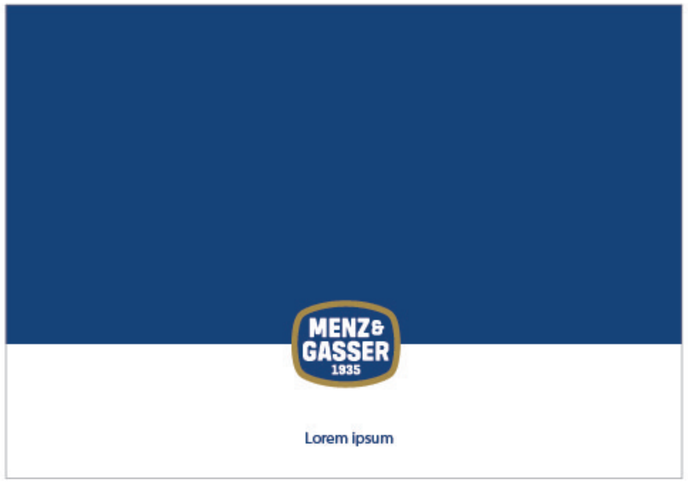
Valutazione generale per la comunicazione (ADV, cataloghi., ...)

La comunicazione business e consumer può essere soggetta a variazione nel corso degli anni.

Cataloghi prodotto







Appendice 1

Immagini utilizzate

Albicocca

da cliente

Albicocca con fetta

205158694

Ciliegia

433070575

Amarena

290256998

Amarena aperta

296042414

Fragola

515237146

Fragola aperta

388134370

Pesca fetta

244189471

Pesca

Adobe Stock
180818289

Arancia

1043100190

Maracuja

421015393

Kiwi

468008540

Kiwi aperto

468008540

Lampone

615905192

Fava cacao

136787684

Appendice 2

Immagini utilizzate

Mirtillo nero

678632176

Mirtillo nero singolo

649394470

Mora

1502787677

Ribes nero

613879640

Aceto balsamico

1059788024 *1562528731*

Salsa soia

da cliente

Prugna

546493690

Frutti di bosco

245275903

Ribes rosso

1008814165

Sambuco

754975036

Aceto di vino bianco

108778658 *446474614*

Chicchi caffè

562127497
551271226

Miele

1331977910

Miele

da cliente

Caramello

238039342

Olio extravergine di oliva

768182494 *232598011*

Appendice 2

Certificazioni

Versione principale

24,2 mm

31 mm

MADE IN BALANCE WITH NATURE

Versione monocromatica

MADE IN BALANCE WITH NATURE

Versione bianca su fondo colorato

MADE IN BALANCE WITH NATURE

PANTONE® 10127 C

PANTONE® 287 C

PANTONE® 287 C

Versione principale

18 mm

12 mm

Versione su fondo colorato

Versione monocromatica

Kosher Versione principale

C=0 M=0 Y=0 K=40

Kosher Versione su fondo colorato

Versione principale

ORGANISMO DI CONTROLLO AUTORIZZATO DAL MIPAAFT

IT BIO 006

Agricoltura UE/non UE
EU-/nicht-EU Landwirtschaft

Dimensione minima

13,5 mm

9 mm

Versione principale

FAIRTRADE

Area di rispetto

½X

X

½X

FAIRTRADE

ROSES

MENZ&
GASSER
1935