

# brand book.

IDENTITY & GUIDELINES

2023

entrain  
gloco

18-19 NOVEMBRE 2023  
SUPERSTUDIO MAXI

**SUPERSTUDIO**

**RCS**  
MEDIAGROUP

**SFERA**  
MEDIA  
GROUP

Ludo Labo



**Gioco  
per  
sempre.**



# indice dei contenuti.



## brand

Cos'è EntrainGioco  
Partner e collaborazioni  
Mercato e stakeholder  
Tone of voice e pay-off  
L'importanza del colore

01

08  
09  
10  
12  
14

## logo e grafica

Il logo EntrainGioco  
Utilizzo del logo  
Logo safezone

02

18  
21  
24

## aspetti grafici

Segni e componenti grafiche  
Carattere tipografico

03

28  
30

## applicazioni

Immagine coordinata cartacea  
Immagine coordinata digital  
Comunicazione  
Packaging  
Merchandising

04

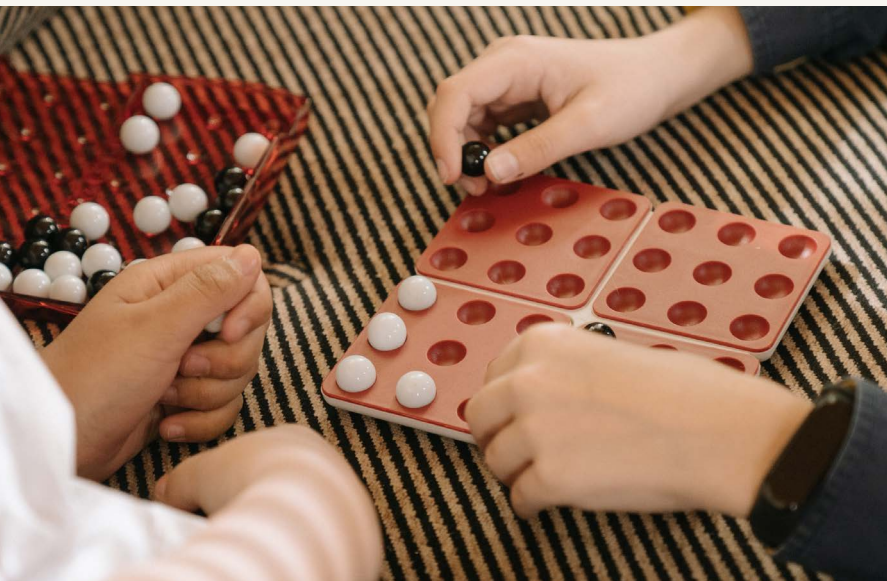
34  
40  
44  
48  
52



## Cos'è EntrainGioco

- EntrainGioco è un nuovo evento che si terrà a Milano – al SUPERSTUDIO MAXI – il 18 e 19 novembre 2023: si tratta di una manifestazione rivolta al pubblico e destinata unicamente ai settori giochi da tavolo e prodotti assimilabili come puzzle, rompicapo, giochi educativi, e molti altri.

Sul mercato sono presenti già numerose manifestazioni assimilabili, ma con un forte contenuto legato al mondo della fumettistica e del cosplay; il pubblico a cui si rivolgono è di conseguenza quello di ragazzi e giovani appassionati e meno ai bambini e alle famiglie. L'obiettivo di EntrainGioco è invece sviluppare una cultura del gioco per il bene del mercato e in totale armonia con il progetto «Gioco per sempre» di Assogiocattoli. L'evento stesso nasce infatti da una fruttuosa collaborazione tra Il Salone Internazionale del Giocattolo e Assogiocattoli che ha annunciato la prima edizione della manifestazione.



Per la prima volta Milano diventerà la capitale del gioco da tavolo e si farà portavoce di un messaggio che Assogiocattoli porta avanti da anni con la campagna «Gioco per sempre»: sostenere e diffondere la cultura del gioco per celebrarne l'universalità. E quale miglior mezzo per farlo se non con i giochi in scatola? Sono uno strumento a tutti gli effetti per imparare sin da piccoli a rispettare le regole, a gestire le emozioni dopo una sconfitta o una vittoria e a rispettare l'avversario. I benefici per tutte le età sono numerosissime e arrivano a comprendere anche la riduzione dello stress e il miglioramento del livello di attenzione.

## Partner e collaborazioni

- EntrainGioco nasce dall'iniziativa «Gioco per sempre» di Assogiocattoli che trova il supporto de Il Salone Internazionale del Giocattolo. L'evento prende forma grazie ad alcune collaborazioni: *Superstudio*, *RCS MediaGroup*, *Sfera MediaGroup*, *Gdg Pr*, *Ludo Labo*, *Design for Kids & Toys Poli Design* e *The Playful Living*.



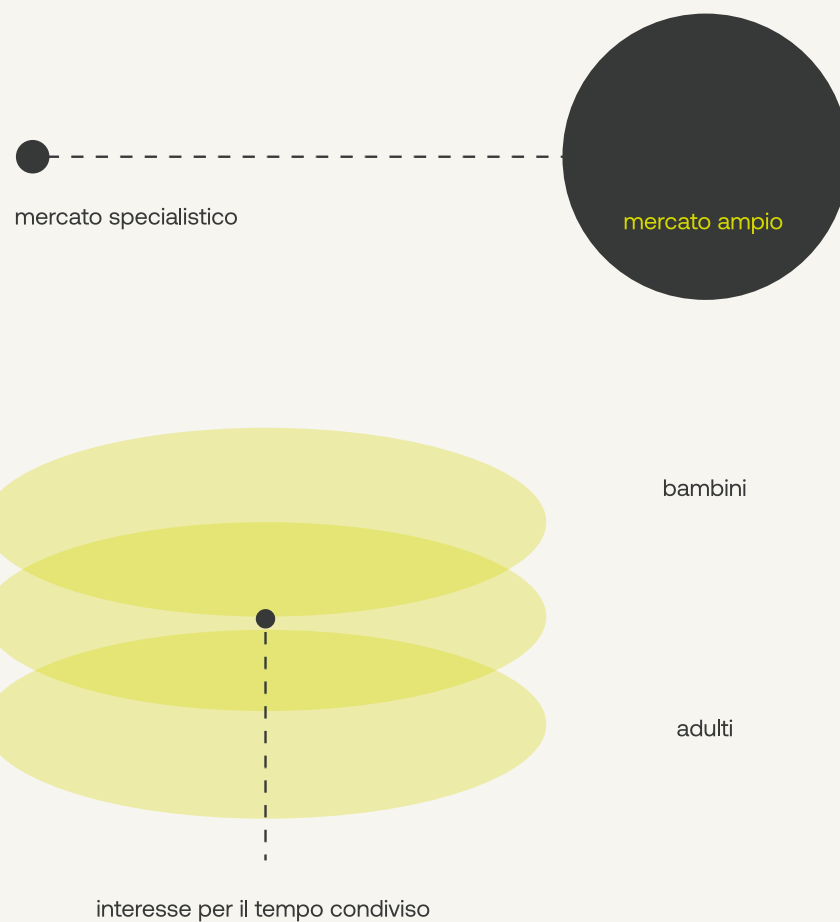
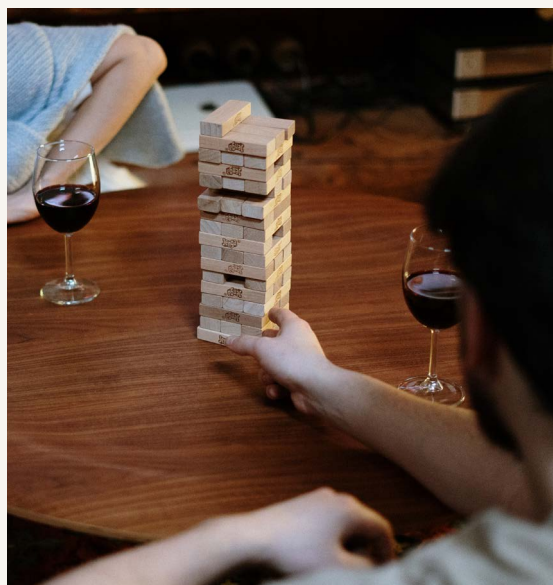
## Mercato e stakeholder

- L'evento rappresenterà il mercato dei giochi in scatola in tre macro-gruppi: giochi per bambini, giochi per famiglia e amici e giochi per appassionati.

L'evento si focalizzerà su tutte queste aree, con un'attenzione particolare alla fascia centrale destinata alle famiglie e agli amici – la più ampia per numero e per interesse del mercato – e quella dei bambini e delle nuove generazioni che rappresentano il futuro.

Gamer appassionati, avranno uno spazio importante ma non centrale nel posizionamento di EntrainGioco, essendo già ampiamente rappresentati da altre manifestazioni, evitando sovrapposizioni e paragoni.

L'obiettivo primario del progetto è allargare il più possibile il mercato di gioco attraverso contenuti sociali e culturali che spingano le persone a giocare.



↑ Da mercato settoriale fatto di appassionati, EntrainGioco si sposta verso un mercato più ampio, allargandosi a due livelli che si intersecano. Le nuove generazioni incontrano gli adulti, entrambi spinti dall'interesse per il tempo di qualità condiviso.

Divertimento  
in scatola.

## Tone of voice e pay-off

- EntrainGioco è essenziale, divertente e alla portata di tutti. L'evento parla con il linguaggio del divertimento e del gioco in maniera chiara, efficace e coinvolgente e il tone of voice del brand è caldo, informale e che mette a proprio agio, creando uno spazio – fisico e concettuale – adatto al dialogo, all'incontro e alla condivisione.

Per comunicare al meglio l'animo dell'evento, il pay-off «divertimento in scatola» abbraccia l'idea che la cultura del gioco non ha limiti prestabiliti, ma può essere costruita su misura per chiunque abbia il desiderio di partecipare e di condividere: è il contenitore a creare momenti di divertimento, svago e passatempo.



↑ Le caratteristiche/linguaggio del brand.

← Il pay-off di EntrainGioco in veste grafica.



## L'importanza del colore

→ Il colore è inestricabilmente legato al design del brand e diventa un punto di riferimento, riflettendone la forza. Alla semplicità ed essenzialità di tinte neutre e scure, si sposano colori vibranti e luminosi che raccontano una storia di allegria, divertimento e curiosità.

↓ Le quattro varianti cromatiche della palette di EntrainGioco con i rispettivi codici colori in CMYK, RGB e il campione PANTONE.



**MAIN COLOR**  
CMYK 68 58 55 63  
RGB 56 56 56  
PANTONE 447 C



**MAIN COLOR**  
CMYK 45 25 16 59  
RGB 84 97 108  
PANTONE 431 C



**MAIN COLOR**  
CMYK 25 0 98 0  
RGB 204 255 23  
PANTONE 381 C



**ACCENT COLOR**  
CMYK 2 84 89 0  
RGB 229 68 38  
PANTONE 1788 C

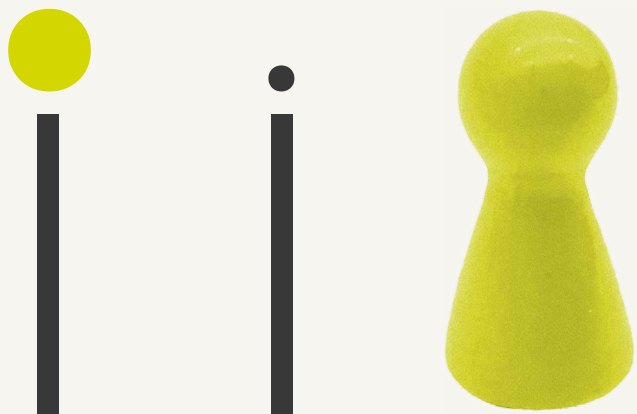


02 logo  
e grafica.

## Il logo EntrainGioco

- Il logo del brand è stato immaginato come l'unione di linee pulite ed essenziali, senza però rinunciare ad elementi di eleganza e di particolarità.

Il gioco visivo, grazie anche al puntino della lettera "i" reso volutamente spropositato, mima le pedine utilizzate nei tradizionali giochi da tavolo. Tale elemento grafico rende chiaro al fruitore dei prodotti il settore in cui il brand si inserisce. L'unione del logo con il pay-off risulta quasi naturale a livello di percezione visiva, creando un interessante gioco di incastri tra lettere e parole. Il logotipo è anche in parte dato dal gioco di contrasto tra le tonalità cromatiche scelte.



↑ Da pedina di gioco a componente del logo.

→ Griglia del logotipo per guida alla costruzione, incastro tra logo e pay-off e lettering del pay-off.









# DIVERTIMENTO IN SCATOLA



## Utilizzo del logo

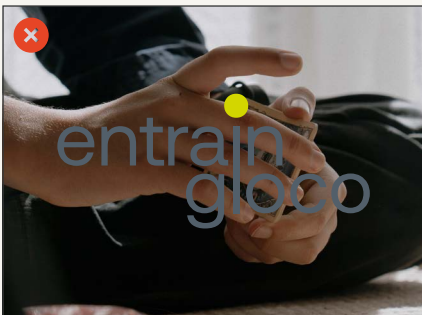
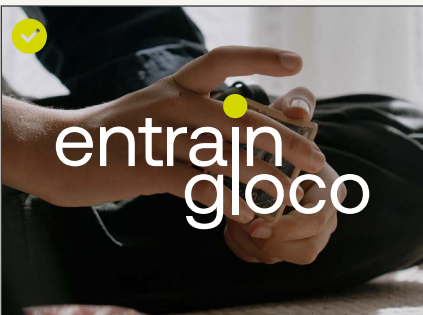
- La semplicità del logo, lo rende molto versatile, tuttavia, è doveroso applicare piccoli accorgimenti per garantirne la corretta leggibilità e fruizione. È preferibile integrare il logo con il pay-off quando il primo è in una dimensione tale che lo permette, evitando l'integrazione nel caso dell'applicazione del logo in dimensioni ridotte o minime.

Per quanto riguarda le cromie, il logo può essere impiegato in monocromia, o nelle varianti cromatiche ufficiali (RGB 84 97 108 - RGB 255 255 255, RGB 84 97 108 - RGB 204 255 23 e RGB 255 255 255 - RGB 204 255 23) su sfondi che ne garantiscano la corretta leggibilità e visibilità.

	+		RGB 84 97 108 RGB 204 255 23
	+		RGB 56 56 56 RGB 204 255 23
	+		RGB 255 255 255 RGB 204 255 23

	Stampa 10-12 mm
	Digital 38-45 px

↑ Varianti cromatiche ufficiali da utilizzare per il logotipo (coppie di colori e monocromia) e dimensioni minime del logo.



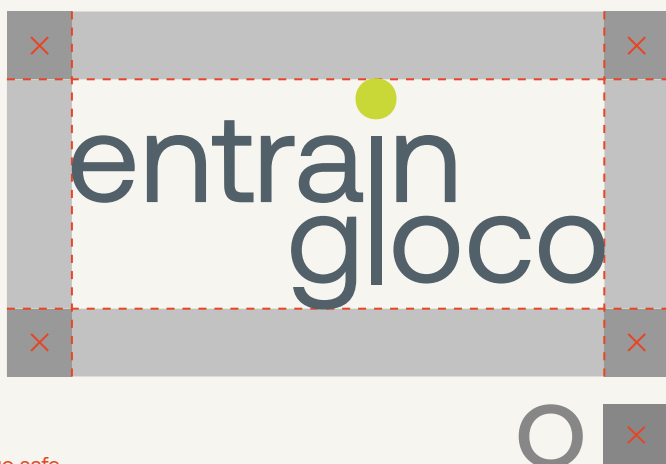
↑ DO's: logo in monocromia, secondo le coppie cromatiche ufficiali e in versione chiara su immagine sicura e viceversa.

↑ DONT's: coppie cromatiche a bassa leggibilità/non ufficiali, modifica di elementi/colori del logo, scarsa leggibilità su immagini.



## Logo safezone

- Per garantire un corretto utilizzo del logo soprattutto se inserito in lay-out o in composizioni con differenti elementi, è necessario mantenere un margine adeguato. A tal fine è stata sviluppata una safe-zone.



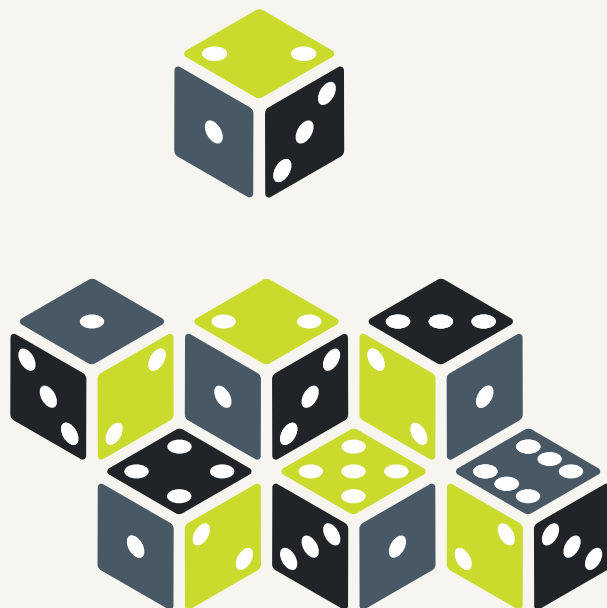
↕ Schema della logo safezone e relativa applicazione.



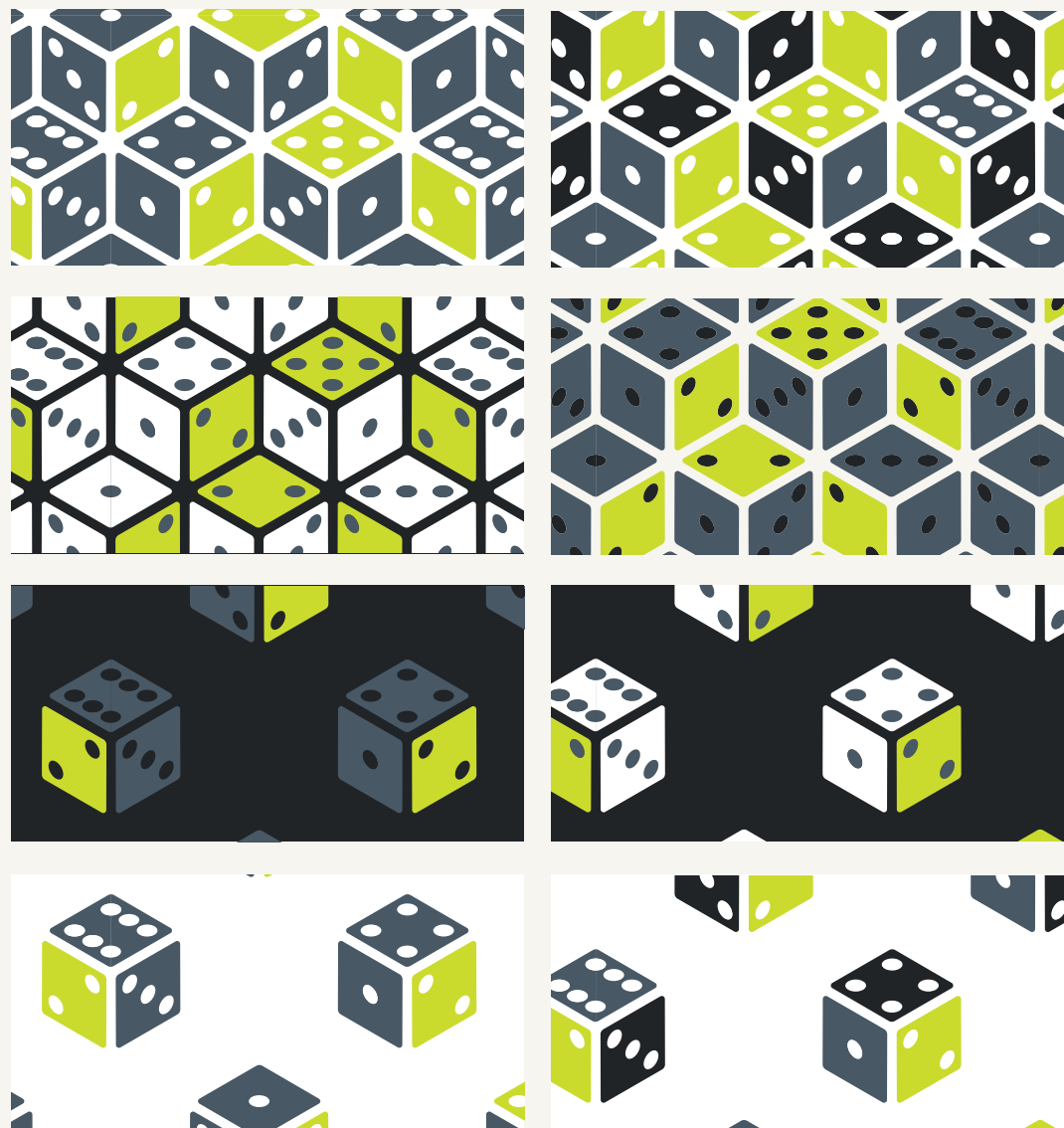


## Segni e componenti grafiche

- Data la linearità, dal logo del piccolo elemento grafico costituito dal cerchio colorato, si è optato per definire alcuni aspetti grafici che potessero conferire un carattere aggiuntivo all'identità del progetto: la possibilità di integrare un pittogramma che nasce dalla semplificazione di un dado, altro elemento chiave nel gioco da tavola. Il dado diventa tratto distintivo di EntrainGioco, diventando co-protagonista dell'immagine coordinata sotto forma di pattern o simbolo.



entrain  
gioco  
DIVERTIMENTO IN SCATOLA



↑ Pattern in tre varianti cromatiche in cui l'elemento circolare distintivo diviene una faccia del dado.

↖ L'elemento grafico del dado e la declinazione del marchio con lettering e pittogramma.



Carattere tipografico

→ Il carattere tipografico del brand EntrainGioco è Aeonik, un font bastone strutturato e dalle linee semplici. Le sue forme modulari gli donano rigore, ma allo stesso tempo sinuosità, dando il giusto equilibrio tra informalità e precisione, valori portati avanti dal brand stesso.

Aeonik mantiene la rigidità ed essenzialità attraverso rigidi terminali perpendicolari: si notano in particolare le “a”, le “t”, le “f” e le “j”. A questi si contrappone la natura geometrica e più morbida di “c”, “e”, “o” e “y”. L’attenzione ai dettagli nelle grandi dimensioni rende il font ideale per il suo utilizzo sia nel logo logotipo sia anche per un’identità di marca senza tempo.

Aeonik

Medium	<i>Italic</i>
Regular	<i>Italic</i>
Light	<i>Italic</i>

↑ Le tra varianti utilizzante del font: Medium, Regular e Light

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y  
Z a b c d e f g h i j k l m n  
o p q r s t u v w x y z 0 1 2  
3 4 5 6 7 8 9

A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y  
Z a b c d e f g h i j k l m n  
o p q r s t u v w x y z 0 1 2  
3 4 5 6 7 8 9

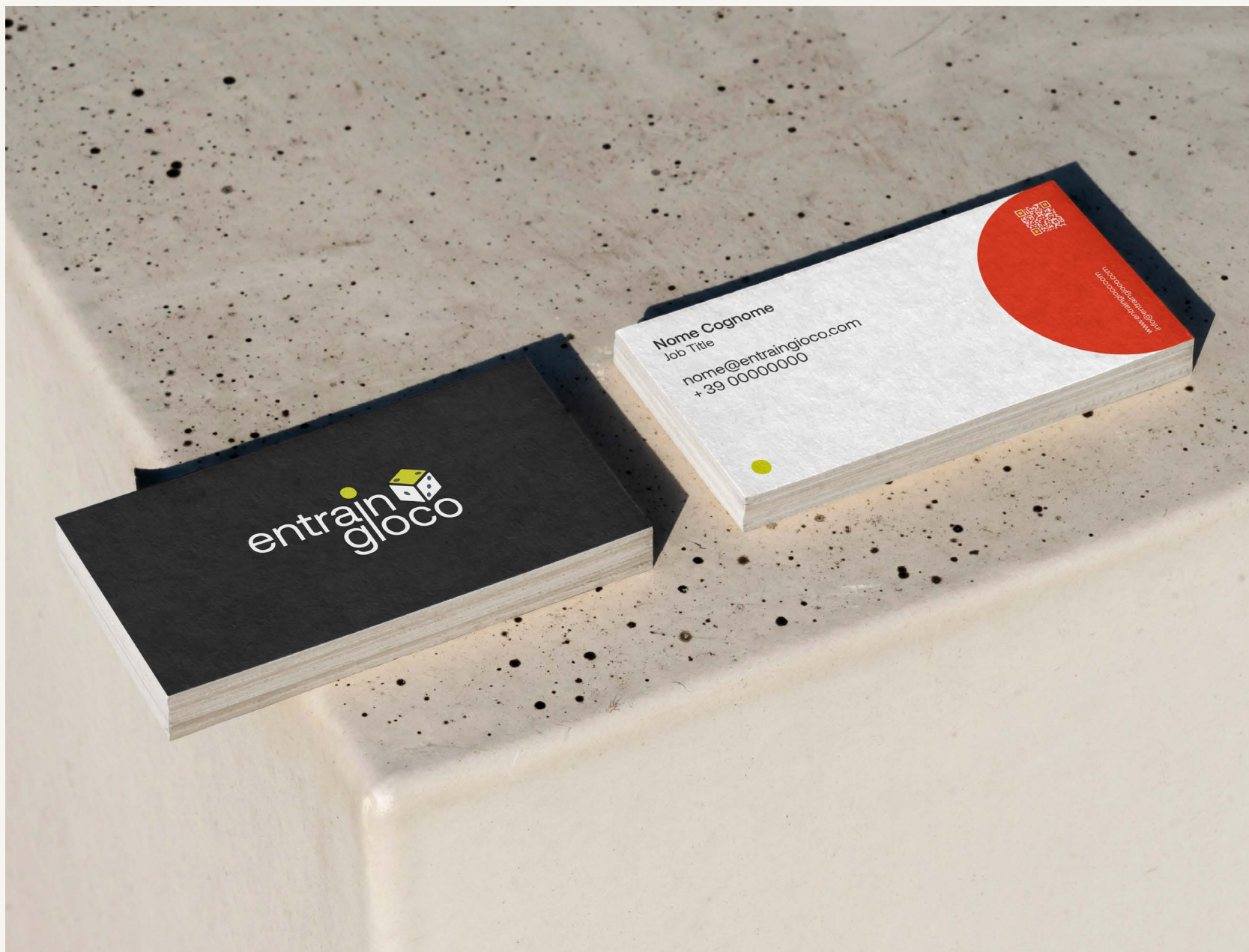
A B C D E F G H I J K L M  
N O P Q R S T U V W X Y  
Z a b c d e f g h i j k l m n  
o p q r s t u v w x y z 0 1 2  
3 4 5 6 7 8 9



04 applicazioni.

## Immagine coordinata cartacea

→ Biglietti da visita



→ Fronte e retro del biglietto da visita brandizzato. Il fronte rimane pulito, donando visibilità al logo, mentre sul retro vengono inserite le informazioni utili e i contatti.



Immagine coordinata cartacea

→ Carta intestata



→ La carta intestata di EntrainGioco rimane essenziale, pur non rinunciando a piccoli elementi grafici e tocchi di colore.



## Immagine coordinata cartacea

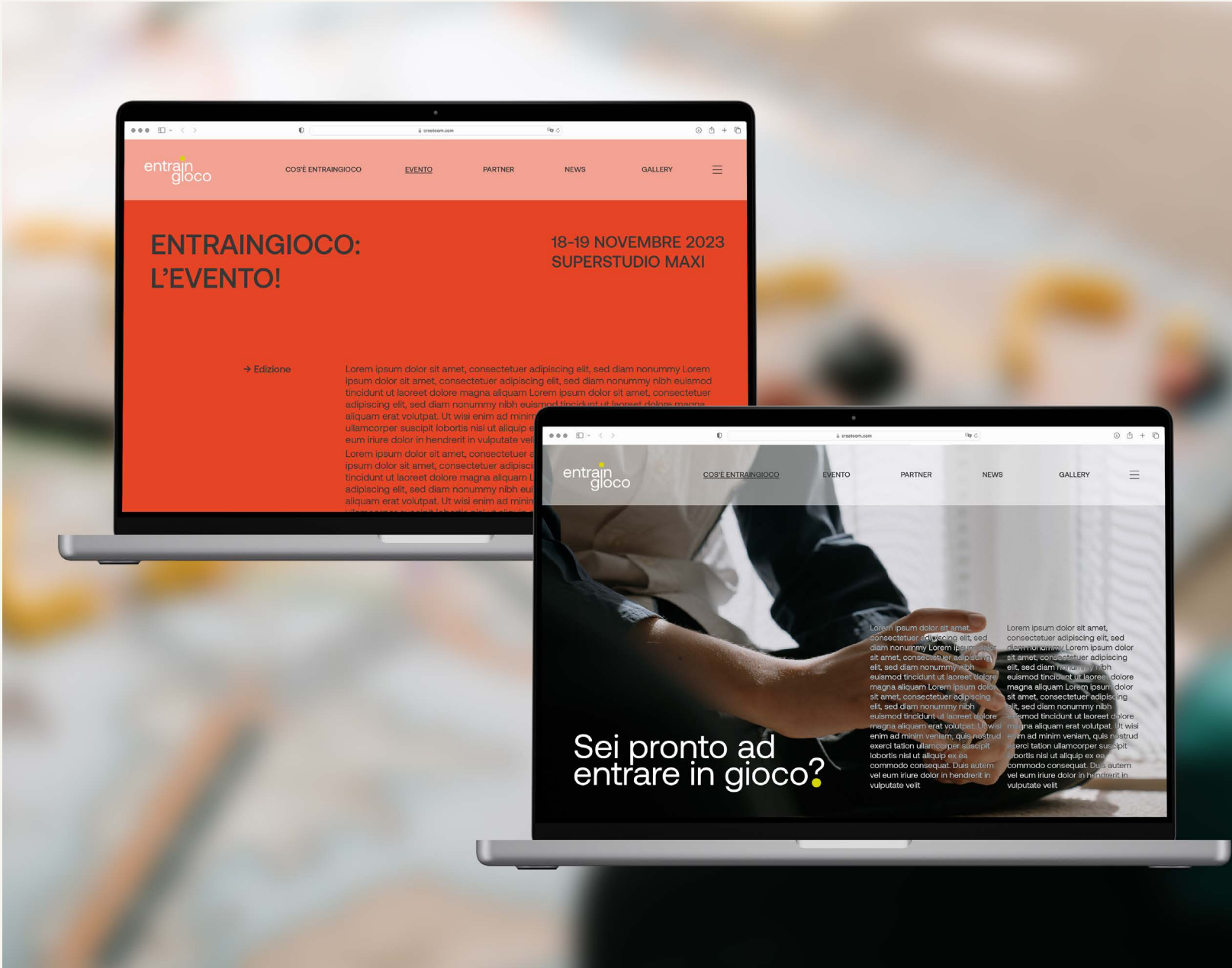
→ Cartolina brochure



→ Cartolina fotografica per la comunicazione dell'evento e del brand.

Immagine coordinata digital

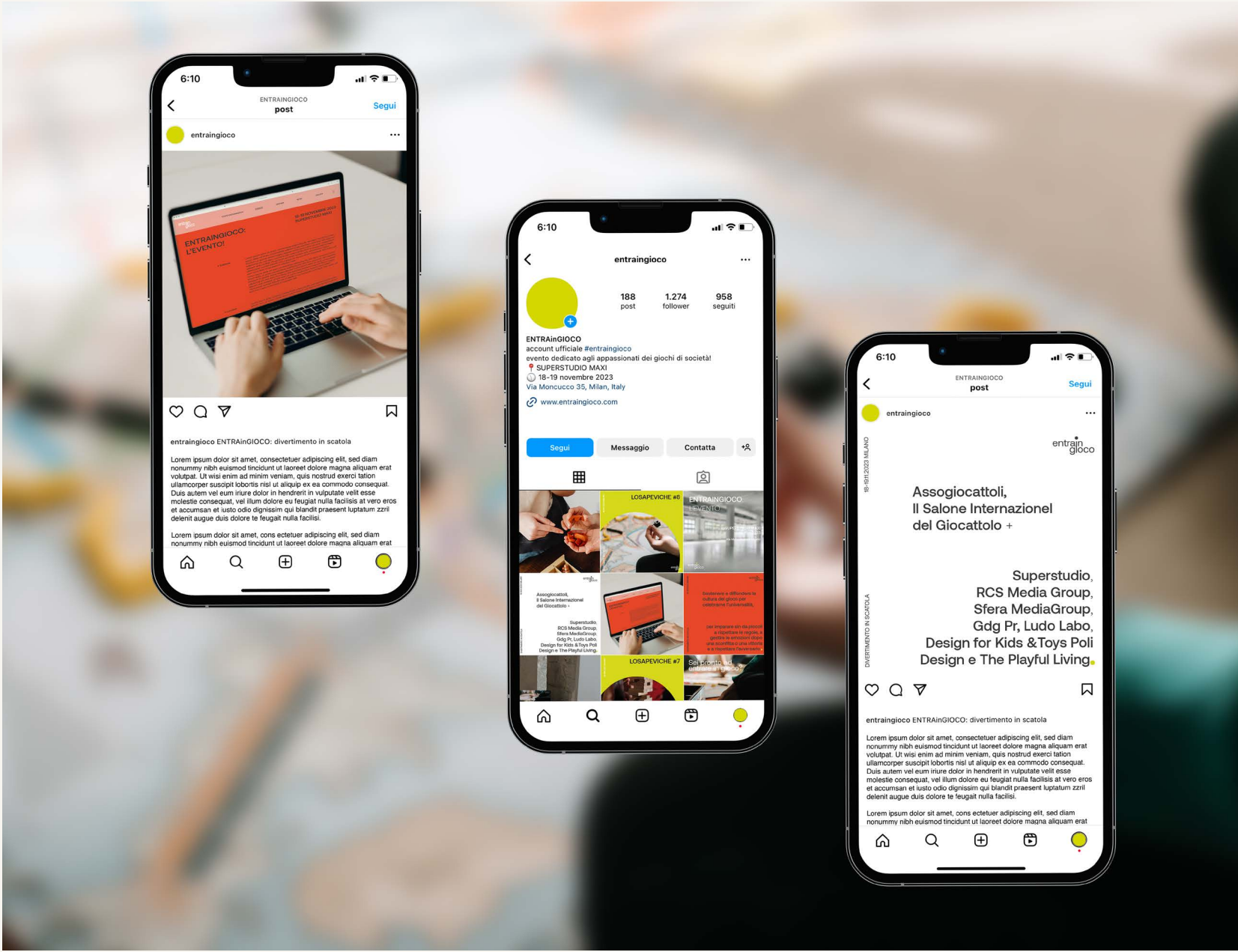
→ Sito web



→ Due pagine web – Cos'è EntrainGioco e Evento – del sito web del brand.

Immagine coordinata digital

→ Social media



→ Contenuti social per il profilo Instagram di EntrainGioco. L'ipotesi è di un profilo informativo e giocoso, con la possibilità di comunicare agli utenti il progetto e iniziare a diffondere la cultura del gioco.



Comunicazione

→ Cartellonistica e adv OOH



→ Manifesti di EntrainGioco in variante fotografica e grafica/ tipografica.



Comunicazione

→ Comunicazione ambientale e way-finding



→ Way-finding per l'evento di EntrainGioco.

Packaging

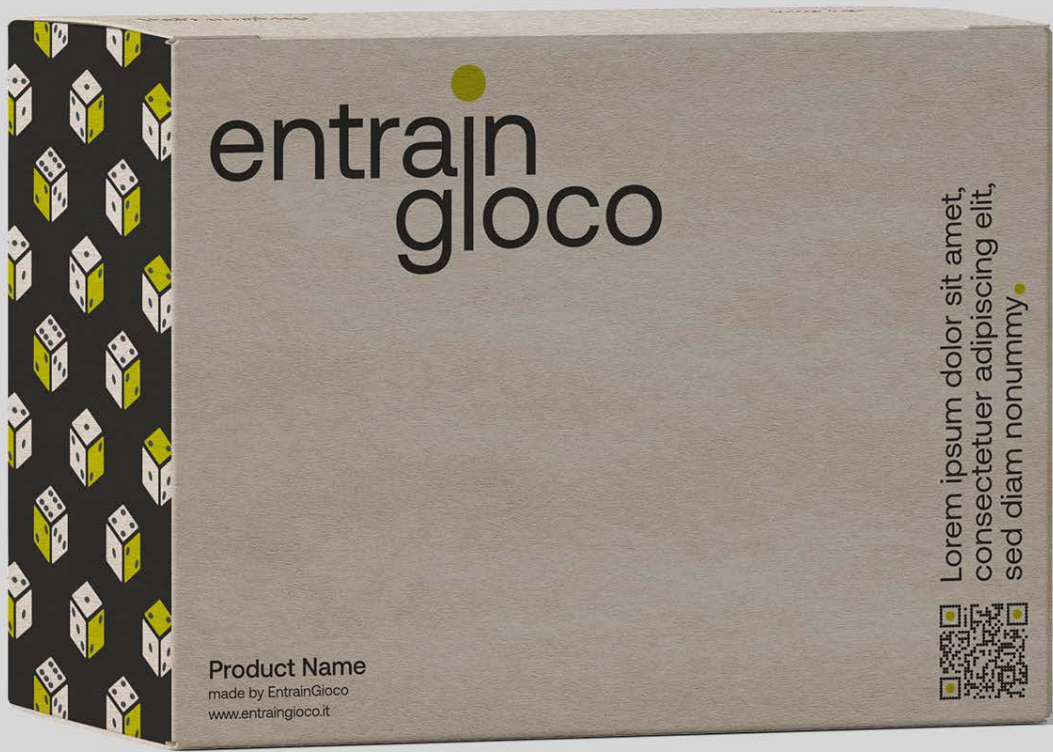
→ Proposta #1



→ Variante di packaging per prodotti di piccole dimensioni in cartoncino bianco.

Packaging

→ Proposta #2



→ Variante di packaging per prodotti di medio-grandi dimensioni in cartoncino naturale.



Merchandising

→ Proposta #1



→ T-shirt brandizzata  
EntrainGioco.

Merchandising

→ Proposta #2



→ Tre varianti di tazze brandizzate EntrainGioco.



Merchandising

→ Proposta #3



→ Tote bag brandizzata  
EntrainGioco.