BRAND BOOK GLOBALE 2021



Benvenuti!

I framework, gli strumenti e le linee guida contenute in questo Brand book globale ci aiuteranno a lavorare insieme per creare una strategia coerente, solida e differenziata in grado di promuovere la nostra visione del cambiamento dei sistemi economici.

2021 ® Tutti i diritti riservati

INDICE

	Benvenuti	2
Il nostro brand	Il nostro brand	4
	Introduzione	5
	Teoria del cambiamento	6
	Cosa facciamo	7
	Esempi di cosa facciamo	8
	Posizionamento	9
	Visione di B Global Network	10
	Cosa rappresenta la “B”?	11
Comunicazione di brand	Comunicazione del brand	12
	Messaggio principale	13
	Narrazione	14
	Manifesto	15
	Dichiarazione di interdipendenza B Corp	16
	Tono di voce	17
	Tagline	18
	Definizioni principali	19
	Definizioni principali (cont.)	20
Identità visiva	Identità visiva	21
	Toolkit del brand	22
	Architettura globale del brand, di Audience	23
	Modello regionale dell’architettura di brand	24
	Portfolio dei marchi	25
	Elementi dei marchi - Panoramica	26
	• Il “Cerchio B”	27
	Marchio principale - Panoramica	28
	• Uso errato	29
	Simbolo di certificazione - Panoramica	30
	• Dimensioni	31
	• Uso errato	32
	• Versioni internazionali	33
	• Utilizzo da parte di entità non B Corp	34
	• Linee guida di utilizzo: aziende con più marchi ed entità collegate	35
	• Applicazione per il packaging	36
	• Applicazione per la stampa	37
	• Applicazione per il digitale	38
	• Applicazione con colori	39
	Servizi per aziende	
	• Panoramica	40
	• Applicazione con colori	41
	Strumenti - Panoramica	42
	• Applicazione con colori	43
	Iniziative e campagne	
	• Marchi illustrati	44
	• Marchi di solo testo	45
	Simboli dei marchi registrati	46
Risorse visive	Risorse visive	47
	Cerchio e barra	48
	Illustrazioni	49
	Diagrammi	50
	Iconografia	51
	Gamma di colori	52
	Fotografia	53
	Tipografia	54
Applicazioni	Applicazioni	55
	Modello di Google Presentazioni	56
	Contatti principali	57

2021 ® Tutti i diritti riservati



Il nostro brand

Un brand è molto più di un logo.
È una serie di convinzioni fondamentali.
È una visione. Una promessa.
Cattura con il tono e con la voce.
Ed è al contempo ispirato e limitato da
principi guida che pervadono le nostre
azioni e le nostre comunicazioni.

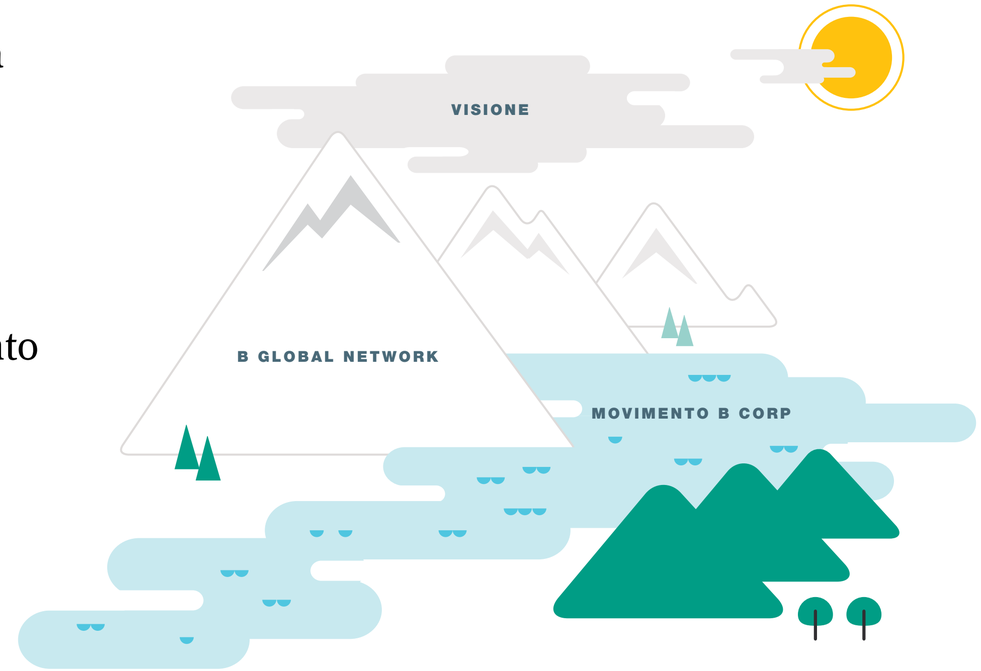
2021 ® Tutti i diritti riservati

Visione + Rete + Movimento

L’attuale sistema economico, che include il business tra i suoi fattori fondamentali, non sta realizzando la sua enorme promessa di generare un impatto positivo, creando invece un impatto notevolmente negativo.

B Lab è una rete non profit che sta trasformando l’economia globale a beneficio di tutte le persone, le comunità e il pianeta. La nostra rete internazionale di aziende promuove un cambiamento nei sistemi economici a sostegno della nostra visione collettiva di un’economia inclusiva, equa e rigenerativa.

Stiamo sviluppando il movimento B Corp per cambiare il nostro sistema economico, e per farlo dobbiamo cambiare le regole del gioco. Creiamo standard, politiche, strumenti e programmi che modificano i comportamenti, la cultura e la struttura del capitalismo. Mobilizziamo la comunità B Corp per dare vita a un’azione collettiva che affronti le sfide più difficili della società.



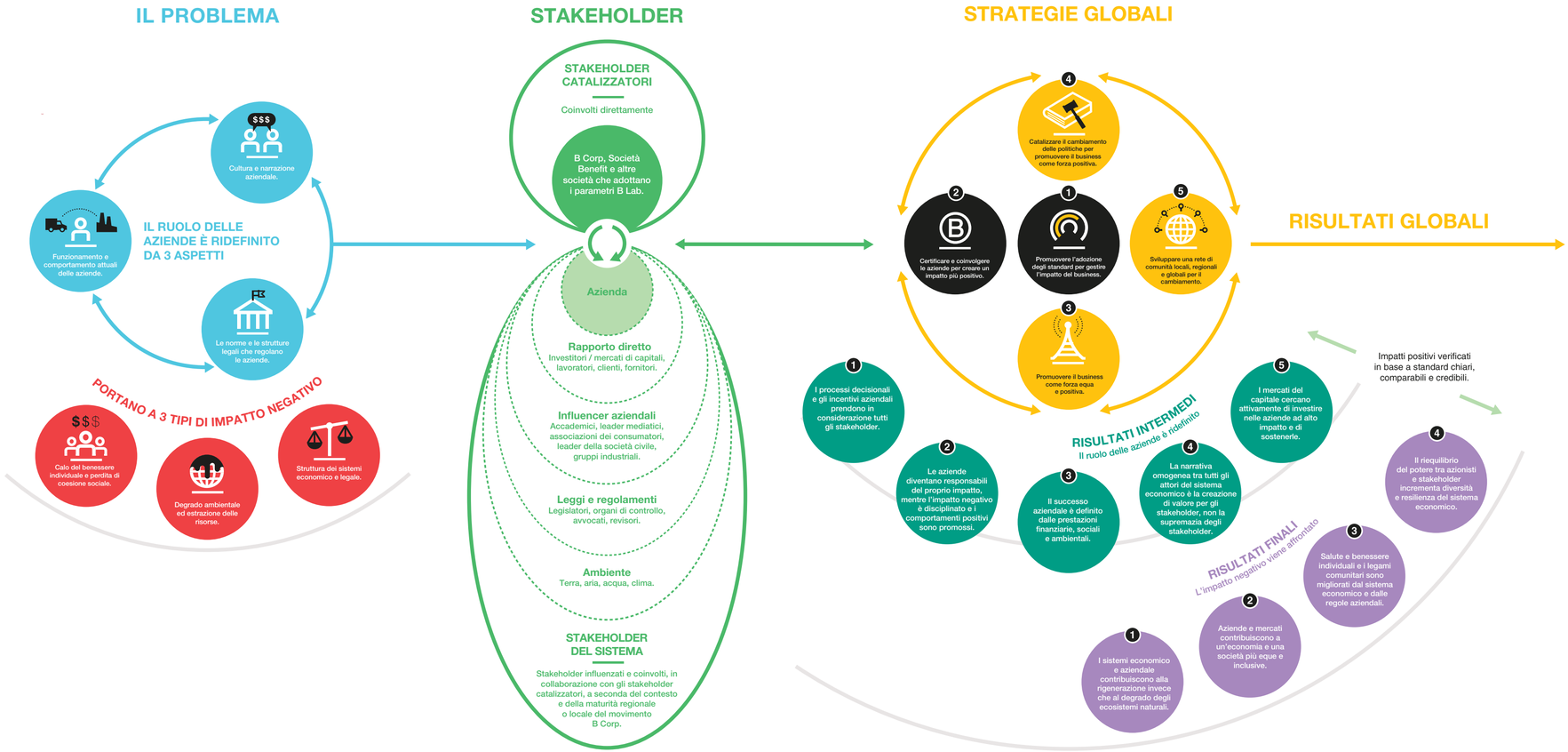
2021 ® Tutti i diritti riservati

Il problema

L'attuale sistema economico, che include il business tra i suoi fattori fondamentali, non sta realizzando la sua enorme promessa di generare un impatto positivo, creando invece un impatto notevolmente negativo.

La nostra visione del cambiamento

Un sistema economico inclusivo, equo e rigenerativo per tutte le persone e il pianeta.

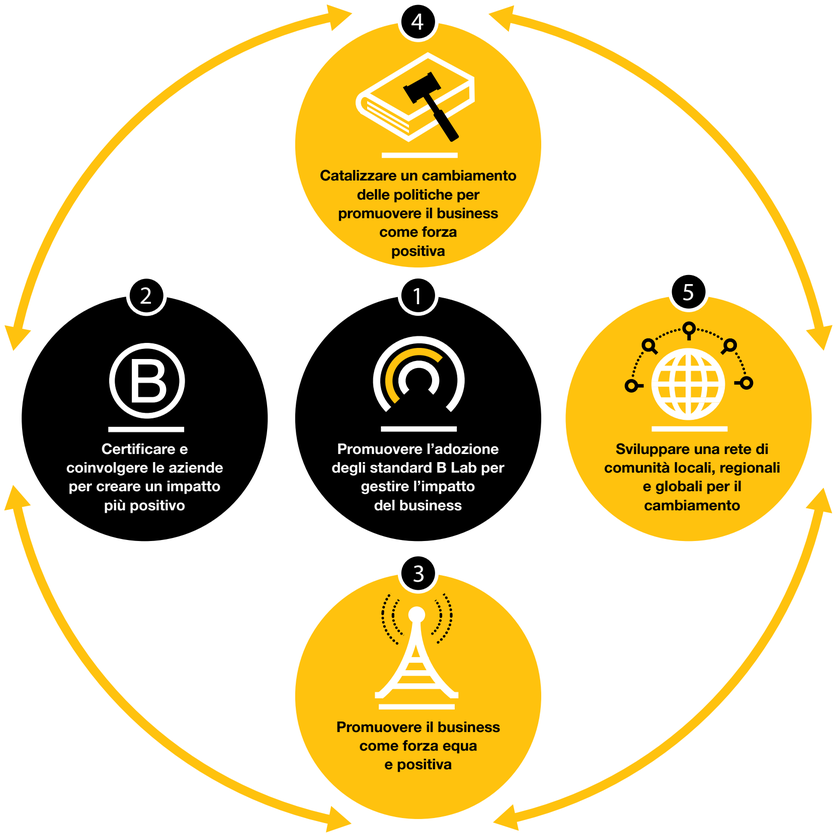


2021 ® Tutti i diritti riservati

IL NOSTRO BRAND - **COSA FACCIAMO**

Concentriamo il nostro impegno su cinque strategie globali a sostegno della nostra visione:

1. Promuovere l'adozione di standard per l'impatto
2. Certificare e coinvolgere le aziende per creare un impatto più positivo
3. Promuovere il business come forza equa e positiva
4. Catalizzare il cambiamento delle politiche
5. Sviluppare una rete di comunità per il cambiamento



2021 ® Tutti i diritti riservati

IL NOSTRO BRAND - **ESEMPI DI COSA FACCIAMO**

Lavoriamo a livello globale e regionale per sviluppare e implementare una solida gamma di prodotti, programmi, campagne e iniziative al servizio delle nostre strategie globali.

Prodotti
Innovazioni e servizi progettati per risolvere le sfide dei clienti o del mercato.

Programmi
Una serie di attività coordinate concepite per implementare le strategie organizzative.

Campagne
Marketing tempestivo o discreto, comunicazione e attività di engagement per promuovere la consapevolezza di programmi, prodotti e iniziative specifici.

	Promuovere l'adozione degli standard B Lab per gestire l'impatto del business	Certificare e coinvolgere le aziende per creare un impatto più positivo	Promuovere il business come forza equa e positiva	Catalizzare un cambiamento delle politiche per promuovere il business come forza positiva	Sviluppare una rete di comunità locali, regionali e globali per il cambiamento
PRODOTTI GLOBALI	B Impact Assessment SDG Action Manager	Certificazione B Corp			
PROGRAMMI GLOBALI	Gestione dell'impatto	Certificazione B Corp MNC Pathway [incluso B Movement Builders]	Modifica della narrazione	Politiche globali	
CAMPAGNE (GLOBALI E REGIONALI)	Best For The World SDG B Corp Month	Best For The World B Corp Month	Net Zero 2030 B Corp Month Best For The World SDG Action Manager Best for Africa (Africa orientale)	Better Business Act (UK) From Shareholder Primacy to Stakeholder Capitalism (USA/ Canada)	
INIZIATIVE REGIONALI				White House Coalition on Inclusive Growth (USA e Canada) Coalizione di interdipendenza (Europa) Business for Good: programma Good for Business in Aotearoa New Zealand (Australia/Nuova Zelanda) Gruppo di lavoro internazionale per la riattivazione economica dell'impatto [GITRE] (America Latina)	Champions Retreat B Hive B the Change Reimagining Business B Inspired Empresa +B B Corp Way Net Zero 2030 Desafío 10x We the Change Cities Can B / Ciudades + B B Academics

2021 ® Tutti i diritti riservati

IL NOSTRO BRAND - **POSIZIONAMENTO**

Dichiarazione di posizionamento: Siamo la rete non profit che sta trasformando l'economia globale a beneficio di tutte le persone, le comunità e il pianeta.

Nome del brand: B Lab

Nome dell'organizzazione principale: B Lab Global

Nomi delle organizzazioni partner:

B Lab Australia and New Zealand

B Lab Europe:
- B Lab France
- B Lab Germany
- B Lab Spain
- B Lab Switzerland

- Altri partner
  B Lab europei:
  Benelux (Belgio, Paesi Bassi e Lussemburgo), Italy, Nordics (Danimarca, Svezia, Finlandia, Islanda, Norvegia e Groenlandia), Poland, Portugal

B Lab East Africa:
- B Lab Mauritius
- B Lab South Africa

B Lab Hong Kong / Macau

B Lab Korea

B Lab Taiwan

B Lab United Kingdom

B Lab US & Canada

B Corp in Cina

Sistema B Internacional:
- Sistema B Argentina
- Sistema B Brasil
- Sistema B Chile
- Sistema B Colombia
- Sistema B Ecuador
- Sistema B México
- Sistema B Paraguay
- Sistema B Perú
- Sistema B Uruguay
- Sistema B Central América & Caribe

B Market Builder Japan

B Market Builder Singapore & Malaysia

Nome della rete: B Global Network

Nome del movimento: Movimento B Corp

Nome della comunità: Comunità B Corp

2021 ® Tutti i diritti riservati

La nostra visione globale è di un sistema economico inclusivo, equo e rigenerativo per tutte le persone e il pianeta.



2021 ® Tutti i diritti riservati

IL NOSTRO BRAND - **COSA RAPPRESENTA LA “B”?**

La B significa **Benefit for all (benefici per tutti).** Vogliamo mobilitare il movimento B Corp per cambiare il nostro sistema economico e generare un impatto positivo per tutti gli stakeholder: lavoratori, comunità, clienti e il pianeta.



2021 ® Tutti i diritti riservati

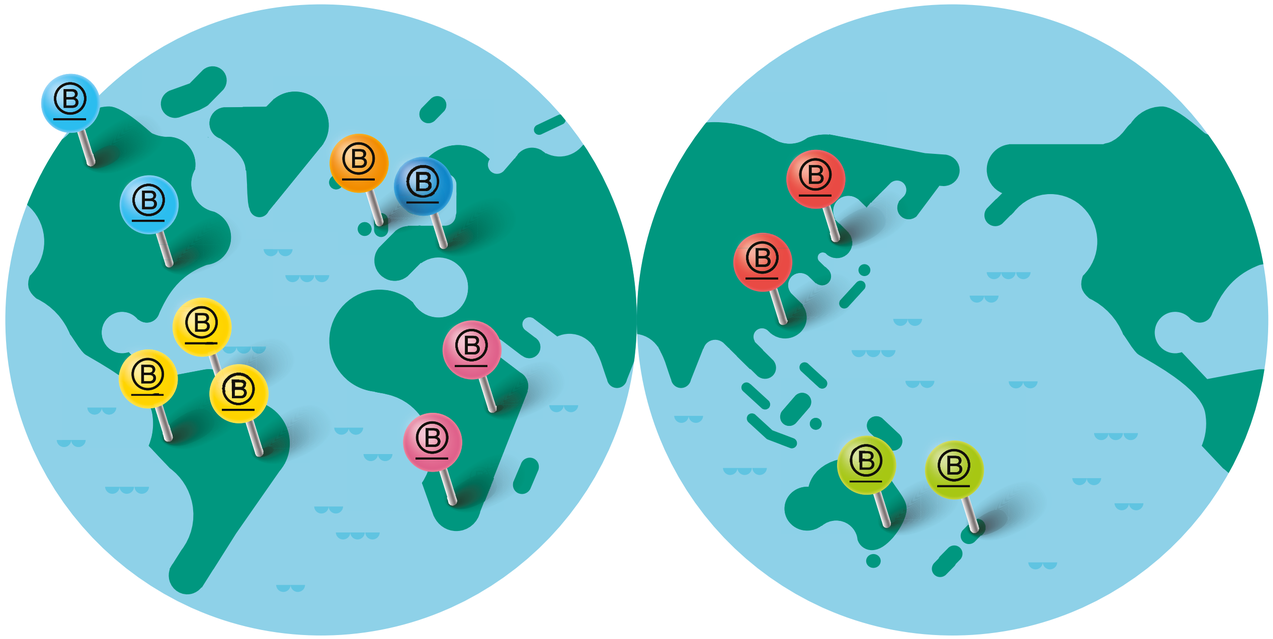


Comunicazione di brand

Le parole che usiamo contano. Il modo in cui parliamo di noi stessi, delle nostre idee e del nostro movimento globale ha un impatto profondo su come veniamo percepiti dalle persone. Queste linee guida ci aiuteranno a comunicare in modo efficace e coerente.

2021 ® Tutti i diritti riservati

Stiamo trasformando l'economia globale a **beneficio di tutte le persone, le comunità e il pianeta.** Leader nel cambiamento dei sistemi economici, la nostra rete internazionale crea standard, politiche, strumenti e programmi aziendali, e noi certifichiamo le aziende, note come B Corp, che si schierano in prima linea per questo cambiamento.



2021 ® Tutti i diritti riservati

B Lab è la rete non profit che sta trasformando l'economia globale a beneficio di tutte le persone, le comunità e il pianeta. La nostra rete internazionale di aziende promuove un cambiamento nei sistemi economici a sostegno della nostra visione collettiva di un'economia inclusiva, equa e rigenerativa.

Siamo nati nel 2006, convinti che un'idea diversa di economia non solo è possibile, ma necessaria, e che le aziende possono fare da guida verso un nuovo modello basato sugli stakeholder. Siamo saliti alla ribalta per la certificazione delle B Corporation, cioè le aziende che soddisfano gli standard più elevati di prestazioni sociali e ambientali, responsabilità e trasparenza.

Ma facciamo molto più di questo. Stiamo sviluppando il movimento delle B Corp per cambiare il nostro sistema economico, e per farlo dobbiamo cambiare le regole del gioco. B Lab crea standard, politiche, strumenti e programmi che modificano i comportamenti, la cultura e la struttura del capitalismo. Mobilizziamo la comunità B Corp per dare vita a un'azione collettiva che affronti le sfide più difficili della società.

Sfruttando il potere del business, B Lab genera un impatto positivo in 150 settori di 74 paesi, contribuendo a bilanciare il profitto con il purpose. Insieme, stiamo modificando il nostro sistema economico, passando dal beneficio di pochi a quello di tutti, dalla concentrazione della ricchezza e del potere all'equità, dall'estrazione alla rigenerazione e dall'individualismo all'interdipendenza.

E non ci fermeremo finché **tutte** le aziende saranno una forza positiva.

2021 ® Tutti i diritti riservati

Insieme, trasformiamo l’economia globale a beneficio di tutte le persone, le comunità e il pianeta.

Insieme, guidiamo il cambiamento dei sistemi economici che realizzeranno la nostra visione di un’economia inclusiva, equa e rigenerativa.

Insieme, creiamo standard, politiche, strumenti e programmi che modificano i comportamenti, la cultura e la struttura del capitalismo.

Insieme, stiamo sviluppando un movimento di persone che usano il business come forza positiva.

Insieme, non ci fermeremo finché tutte le aziende saranno una forza positiva.

Insieme, stiamo cambiando le regole del gioco, affinché tutte le aziende trovino un equilibrio tra profitto e purpose.



2021 ® Tutti i diritti riservati

La nostra visione è di un'economia globale che usa il business come forza positiva. Questa economia comprende una nuova forma di azienda, la B Corporation, che ha uno scopo più alto e che crea benefici per tutti i portatori d'interesse, non solo per gli azionisti. Come B Corporation e leader di questa nuova economia emergente, crediamo che:

Dobbiamo **essere il cambiamento** che vogliamo vedere nel mondo.

Tutte le aziende dovrebbero essere gestite in modo da creare benessere **per le persone e per il pianeta.**

Le aziende, attraverso i propri prodotti, servizi, pratiche e profitti, dovrebbero ambire **a non causare danni, e a creare benefici per tutti.**

Per riuscirci dobbiamo agire avendo compreso che siamo tutti dipendenti gli uni dagli altri e perciò responsabili **gli uni verso gli altri e verso le generazioni future.**

2021 ® Tutti i diritti riservati

La voce del brand B Lab è **positiva, inclusiva** e **credibile.**

È una **voce collettiva**, che ci connette alle nostre audience articolando concetti complessi come il cambiamento dei sistemi senza diluizione o condiscendenza.

Siamo chiari e accessibili. Raccontiamo storie basate sui dati, condividendo soluzioni e progressi, senza rifuggire dalla verità.



2021 ® Tutti i diritti riservati

Stiamo trasformando l'economia globale **a beneficio di tutte le persone, le comunità e il pianeta.**



2021 ® Tutti i diritti riservati

B Corporation Certificata

Le B Corporation Certificate, o B Corp, sono aziende verificate da B Lab che soddisfano gli standard più elevati di prestazioni sociali e ambientali, responsabilità e trasparenza.

Movimento B Corp

Il movimento B Corp è un movimento globale di persone che utilizzano il business come forza positiva. Insieme, stiamo modificando il nostro sistema economico, passando dal beneficio di pochi a quello di tutti, dalla concentrazione della ricchezza e del potere all'equità, dall'estrazione alla rigenerazione e dall'individualismo all'interdipendenza.

B Lab

B Lab è una rete non profit che sta trasformando l'economia globale a beneficio di tutte le persone, le comunità e il pianeta. B Lab crea standard, politiche, strumenti e programmi che modificano i comportamenti, la cultura e la struttura del capitalismo. Mobilizziamo la comunità B Corp globale per un'azione collettiva che affronti le sfide più difficili della società, e collaboriamo con i governi, il settore accademico, le coalizioni e altri istituti per promuovere il cambiamento dei sistemi economici.

B Global Network

B Global Network, che agisce in associazione al brand B Lab ed è costituito da B Lab Global e dai partner globali, comprende un gruppo unitario di organizzazioni nazionali, regionali e globali presenti su sei continenti. La nostra rete internazionale di aziende promuove un cambiamento nei sistemi economici a sostegno della nostra visione collettiva di un'economia inclusiva, equa e rigenerativa.

B Lab Global

B Lab Global coordina B Global Network al fine di sviluppare il movimento B Corp, anche gestendo la pianificazione strategica, assicurandosi che la rete sia allineata agli obiettivi e ai risultati condivisi per promuovere il cambiamento dei sistemi economici. B Lab Global facilita la comunicazione e la collaborazione tra le regioni e tra i team; sviluppa, gestisce e verifica gli standard B Corp; implementa politiche globali; e sviluppa nuovi programmi e prodotti.

Partner globali

I partner globali rafforzano e promuovono il movimento B Corp a livello locale in tutto il mondo. Sviluppano, coinvolgono e mobilizzano le rispettive comunità, ecosistemi e collaborazioni B Corp regionali, che a loro volta rendono le economie locali più inclusive, eque e rigenerative. I partner globali realizzano la nostra teoria globale del cambiamento promuovendo i cambiamenti delle politiche presso i rispettivi governi, dando voce alle storie di business come forza positiva, e modificando il comportamento delle aziende nelle loro regioni.

> Il nostro partner globale in American Latina è **Sistema B**, un'organizzazione non profit che crede che governi, organizzazioni della società civile, movimenti sociali, cittadini e responsabilità sociale delle aziende, tutti insieme, non siano abbastanza per risolvere gli attuali problemi sociali e ambientali. Promuove le B Corp e altri attori economici in America Latina per costruire una nuova economia, dove il successo e i vantaggi economici includano il benessere sociale e ambientale.

Standard B Lab

Gli standard sociali e ambientali di B Lab definiscono il modo in cui le aziende possono essere una forza positiva. Basati sul contributo degli stakeholder, la ricerca e best practice comprovate, questi standard costituiscono le fondamenta dei requisiti per la certificazione B Corp e degli strumenti per la gestione dell'impatto di B Lab, oltre che dei programmi e delle iniziative di azione collettiva della rete. Supervisionati dallo Standards Advisory Council indipendente di B Lab, gli standard aiutano le aziende a migliorare, misurare e gestire il proprio impatto sulle persone e il pianeta.

Governance multistakeholder

La governance multistakeholder, o multipartecipativa, è una pratica che valorizza gli stakeholder di un'azienda, cioè coloro su cui si ripercuotono le attività dell'azienda, tanto quanto i suoi azionisti. Le aziende fondate su questo principio misurano il successo sulla base del valore generato per tutti i portatori d'interesse e credono in un'economia che incentivi le aziende e gli investimenti in grado di realizzare valore sociale e ambientale, riconoscendo l'interdipendenza tra persone, pianeta ed economia.

2021 ® Tutti i diritti riservati

Società Benefit

La Società Benefit è una struttura legale che consente alle aziende di creare solide fondamenta per l'allineamento della mission aziendale a lungo termine e la creazione di valore per gli stakeholder. Non si tratta di una certificazione ed è disponibile sono nei paesi che riconoscono per legge questo tipo di società. Per diventare una Società Benefit, l'azienda deve essere costituita come tale in uno dei paesi in cui questo modello è riconosciuto. Alcune aziende sono sia B Corp Certificate che Società Benefit, e la struttura della Società Benefit soddisfa i requisiti legali di responsabilità della Certificazione B Corp.

Antirazzismo

L'antirazzismo va oltre l'atto di non essere razzista: include infatti un'opposizione attiva al razzismo e l'impegno a smantellare il razzismo sistemico. Questa è la posizione di B Lab in merito all'antirazzismo: "Come organizzazione, ci opponiamo al razzismo contro le persone di colore e a tutte le forme di oppressione, inclusi transfobia, classismo, sessismo e xenofobia. Ci impegniamo ad agire per smantellare sistemi, politiche, pratiche e ideologie razziste tra di noi e nella nostra rete. Mentre non smetteremo mai di imparare in merito all'ingiustizia, desideriamo riorientare radicalmente le nostre coscienze ascoltando le voci delle persone di colore, degli indigenti e degli emarginati per generare risultati equi per tutti."

Giustizia, equità, diversità e inclusione

Giustizia: un concetto che esprime relazioni giuste ed eque tra persone e società. Smantellare le barriere alle risorse e alle opportunità della società affinché tutte le persone e le comunità possano condurre una vita piena e dignitosa.

Equità: allocare le risorse affinché tutti abbiano accesso alle stesse opportunità. L'equità riconosce l'esistenza sia dei benefici che delle barriere, e mira a rimuovere ed eliminare gli ostacoli che impediscono la piena partecipazione dei gruppi rilevanti. Il principio di equità riconosce che esistono gruppi demografici storicamente sottorappresentati e vulnerabili, e che occorre affrontare queste condizioni di disparità.

Diversità: differenze psicologiche, fisiche e sociali tra le persone, tra cui ad es. in materia di razza, etnia, nazionalità, religione, condizione socioeconomica, istruzione, stato civile, lingua, età, genere, orientamento sessuale, capacità fisiche o mentali e stili di apprendimento. La diversità non riguarda solamente le differenze razziali.

Inclusione: promuovere un senso di appartenenza dando valore e amplificando voci, punti di vista e stili di coloro che devono affrontare più ostacoli a causa della loro identità. L'atto di creare ambienti dove persone o gruppi di persone possano essere e sentirsi accolti, rispettati, sostenuti e apprezzati. Un ambiente accogliente e inclusivo abbraccia le differenze e offre rispetto a tutti con parole, azioni e pensieri.

Giustizia climatica

La giustizia climatica riconosce che coloro che sono meno responsabili per il cambio climatico, alla fine sono quelli che ne subiscono le peggiori conseguenze. La giustizia climatica mette in primo piano le esigenze, le voci e la leadership di coloro che subiscono il maggiore impatto, ponendo al centro dell'azione per il clima persone ed equità.

B Impact Assessment (BIA)

Il B Impact Assessment (BIA) è una piattaforma riservata e gratuita progettata per aiutare a misurare e gestire l'impatto positivo dell'azienda su lavoratori, comunità, clienti e ambiente.

SDG Action Manager

Sviluppato da B Lab e dal Global Compact delle Nazioni Unite, l'SDG Action Manager è uno strumento per la gestione dell'impatto che permette alle aziende di pianificare misure concrete per il raggiungimento degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG) entro il 2030.

SDG Action Manager consente di svolgere autovalutazione e benchmarking dinamici, e di migliorare grazie a una serie di domande, linee guida e punteggi sulle prestazioni correlati agli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile nel campo dei diritti umani, lavoro, ambiente e anticorruzione. È uno strumento di autovalutazione riservato, gratuito e di semplice utilizzo per tutti i tipi di aziende.

2021 ® Tutti i diritti riservati



Identità visiva

Qui abbiamo raccolto linee guida dettagliate su come utilizzare correttamente i nostri marchi. Applicare attentamente gli standard di brand garantirà la coerenza della nostra comunicazione a livello globale.

2021 ® Tutti i diritti riservati

IDENTITÀ VISIVA - **TOOLKIT DEL BRAND**


ICONOGRAFIA



MARCHIO



DIAGRAMMI


FOTOGRAFIA / PAESAGGI


GAMMA DI COLORI


RAPPRESENTAZIONE CONCETTUALE

Now is the moment

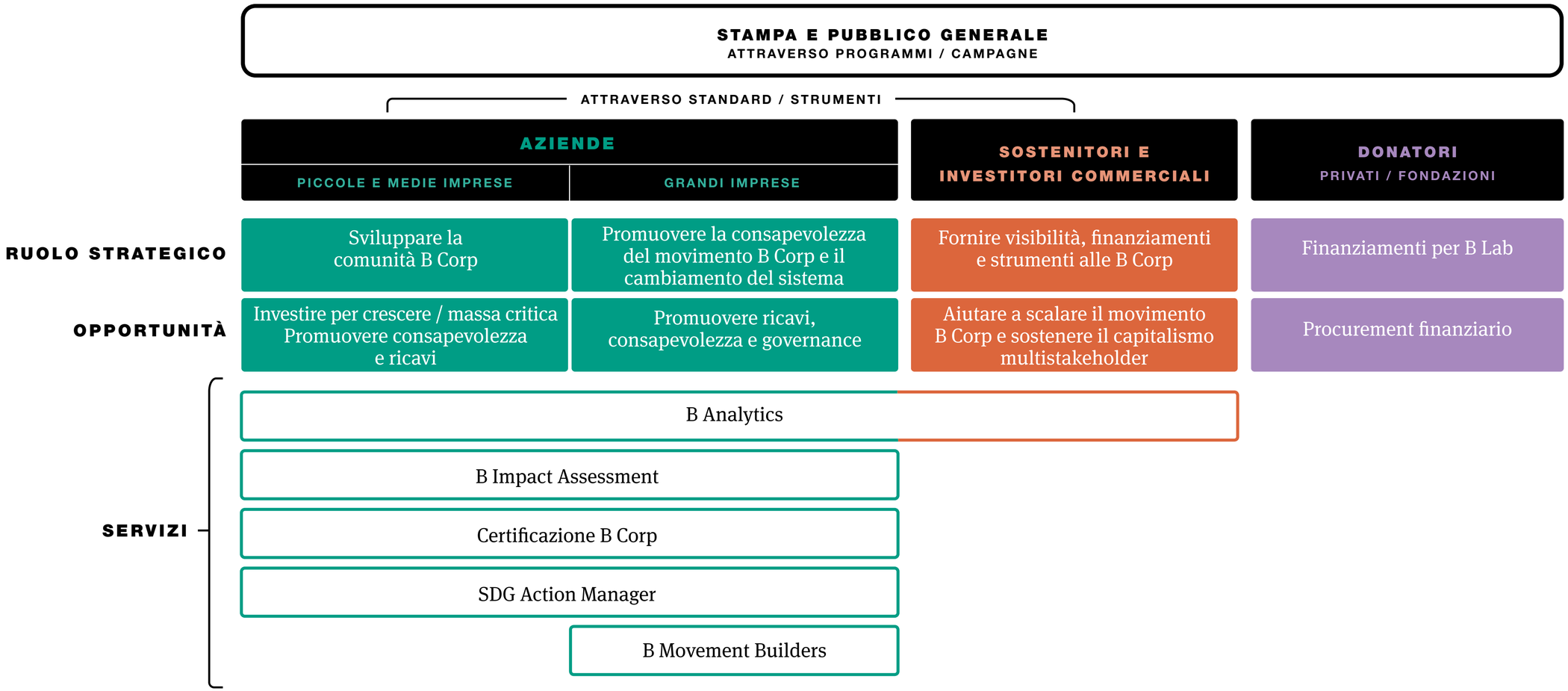
to accelerate our core strategies and steer a movement at scale.

TIPOGRAFIA


FOTOGRAFIA / PERSONE

2021 ® Tutti i diritti riservati

IDENTITÀ VISIVA - **ARCHITETTURA GLOBALE DEL BRAND, DI AUDIENCE**



2021 ® Tutti i diritti riservati

IDENTITÀ VISIVA - **MODELLO REGIONALE DELL'ARCHITETTURA DI BRAND**

STAMPA E PUBBLICO GENERALE
ATTRAVERSO PROGRAMMI / CAMPAGNE

ATTRAVERSO STANDARD / STRUMENTI

	AZIENDE		SOSTENITORI E INVESTITORI COMMERCIALI	DONATORI PRIVATI / FONDAZIONI
	PICCOLE E MEDIE IMPRESE	GRANDI IMPRESE		
RUOLO STRATEGICO	Sviluppare la comunità B Corp	Promuovere la consapevolezza del movimento B Corp e il cambiamento del sistema	Fornire visibilità, finanziamenti e strumenti alle B Corp	Finanziamenti per B Lab
OPPORTUNITÀ	Investire per crescere / massa critica Promuovere consapevolezza e ricavi	Promuovere ricavi, consapevolezza e governance	Aiutare a scalare il movimento B Corp e sostenere il capitalismo multistakeholder	Procurement finanziario
SERVIZI				

2021 ® Tutti i diritti riservati

IDENTITÀ VISIVA - **PORTFOLIO DEI MARCHI**

MARCHIO PRINCIPALE

B Lab

B Lab Global

PARTNER NAZIONALI E GLOBALI

B Lab United States & Canada

B Lab United Kingdom

B Lab Europe

B Lab East Africa

Sistema B

Sistema B América Central y Caribe

Sistema B Argentina

Sistema B Brasil

B Market Builder Singapore/Malaysia

SERVIZI

CERTIFICAZIONE

Certified B Corporation

Empresa B Certificada

AZIENDE

B Impact Assessment™

B Analytics®

B Movement Builders™

PARTNERSHIP

SDG ACTION MANAGER

Developed by B Lab

STRUMENTI

PER LE B CORP

B Hive™

B Work™

B Local® Mid Atlantic

BLOG

B The Change™

INIZIATIVE / CAMPAGNE

Best for the World® 2021

Academia B

STGO + B

CITIESCAN CIUDADES+ B

2021 ® Tutti i diritti riservati

Panoramica

Tutti i nostri marchi sono costituiti da 4 elementi fondamentali, che possono essere combinati in modi diversi a seconda del ruolo o del pubblico.

La “B”, che rappresenta la visione di fondo dell’organizzazione, deve essere sempre utilizzata con il “Cerchio”.

Il “Cerchio” può essere utilizzato con altri elementi fondamentali o da solo come cornice per le immagini.

La “Barra” può essere utilizzata insieme ad altri elementi fondamentali o da sola come elemento divisorio o di sottolineatura.

Il font Helvetica Bold può essere adeguato per comunicare il nome o il tema del marchio. Se usato con il “Cerchio B”, deve essere utilizzato lo stile per i titoli.

1. La “B”
2. Il “Cerchio”
3. La “Barra”
4. Il font Helvetica









2021 ® Tutti i diritti riservati

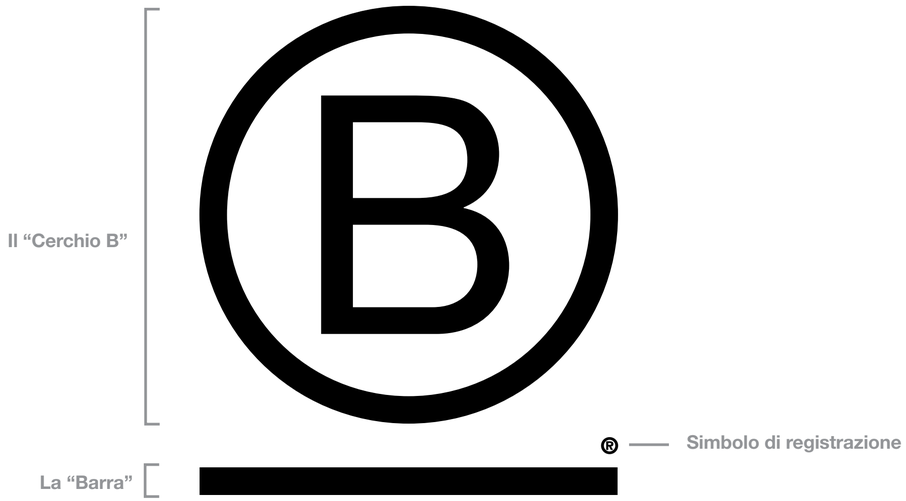
Il “Cerchio B”

Il marchio “Cerchio B” ricopre un ruolo importante, poiché è la rappresentazione visiva della nostra visione generale.

È incluso in ogni marchio per unificare il nostro portfolio. Può anche essere utilizzato da solo per rappresentare l’organizzazione nella sua globalità.

Non può mai essere utilizzato senza la barra.

Non può mai essere utilizzato senza il simbolo di registrazione.

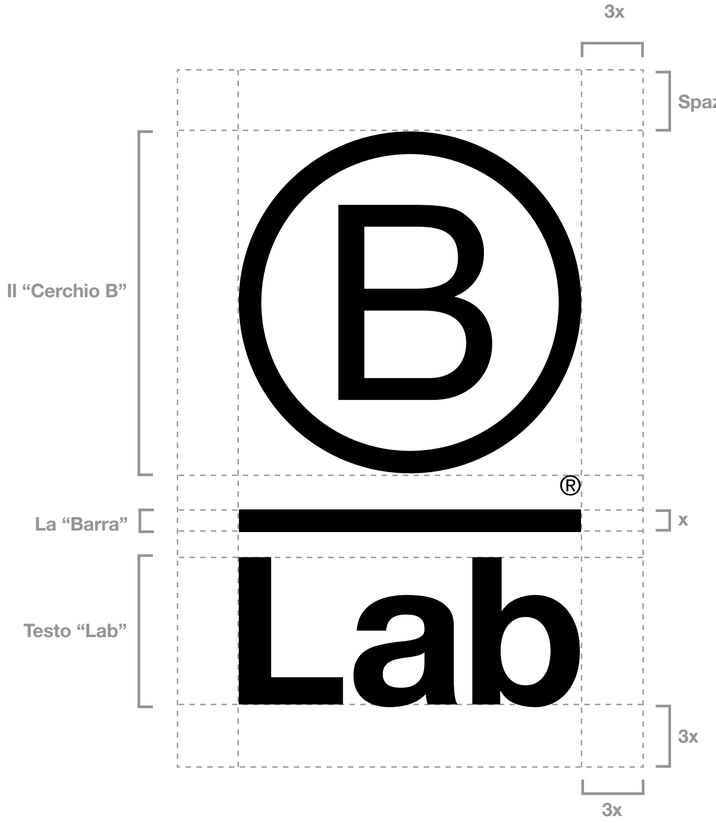


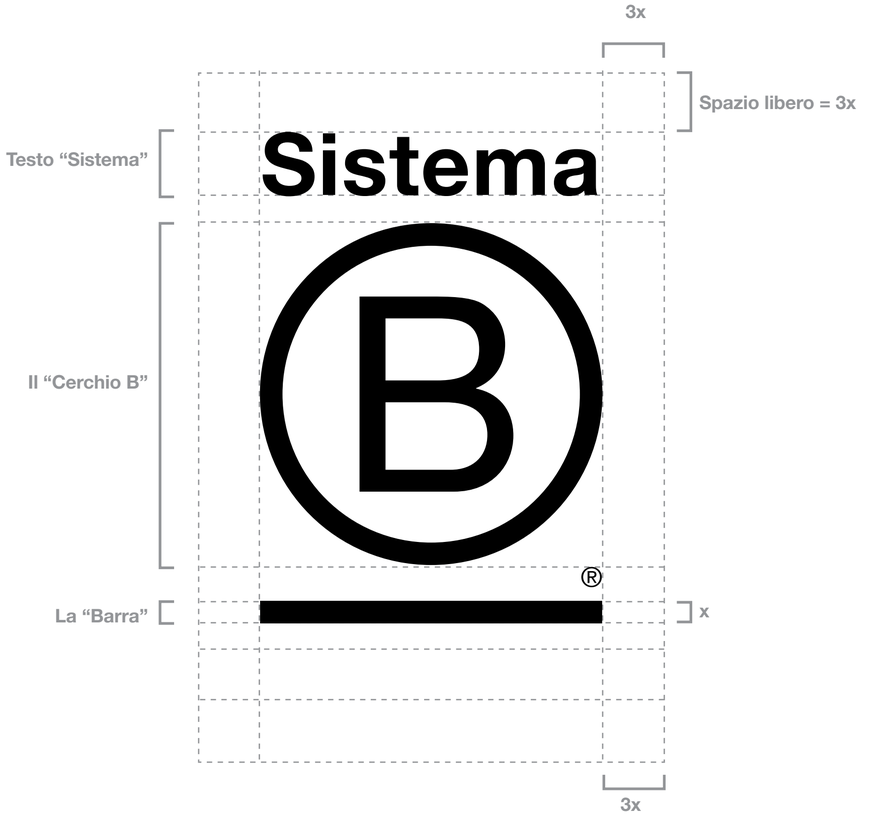
2021 ® Tutti i diritti riservati

Panoramica

Il nostro marchio principale rappresenta la nostra organizzazione, B Lab Global Network, che comprende partner globali e nazionali in tutto il mondo.

Per garantirne la leggibilità, occorre mantenere uno spazio libero minimo attorno al marchio. Questo spazio isola il marchio da elementi grafici concorrenti che potrebbero entrare in conflitto con il marchio, creare sovraffollamento o diminuire l'impatto del marchio.



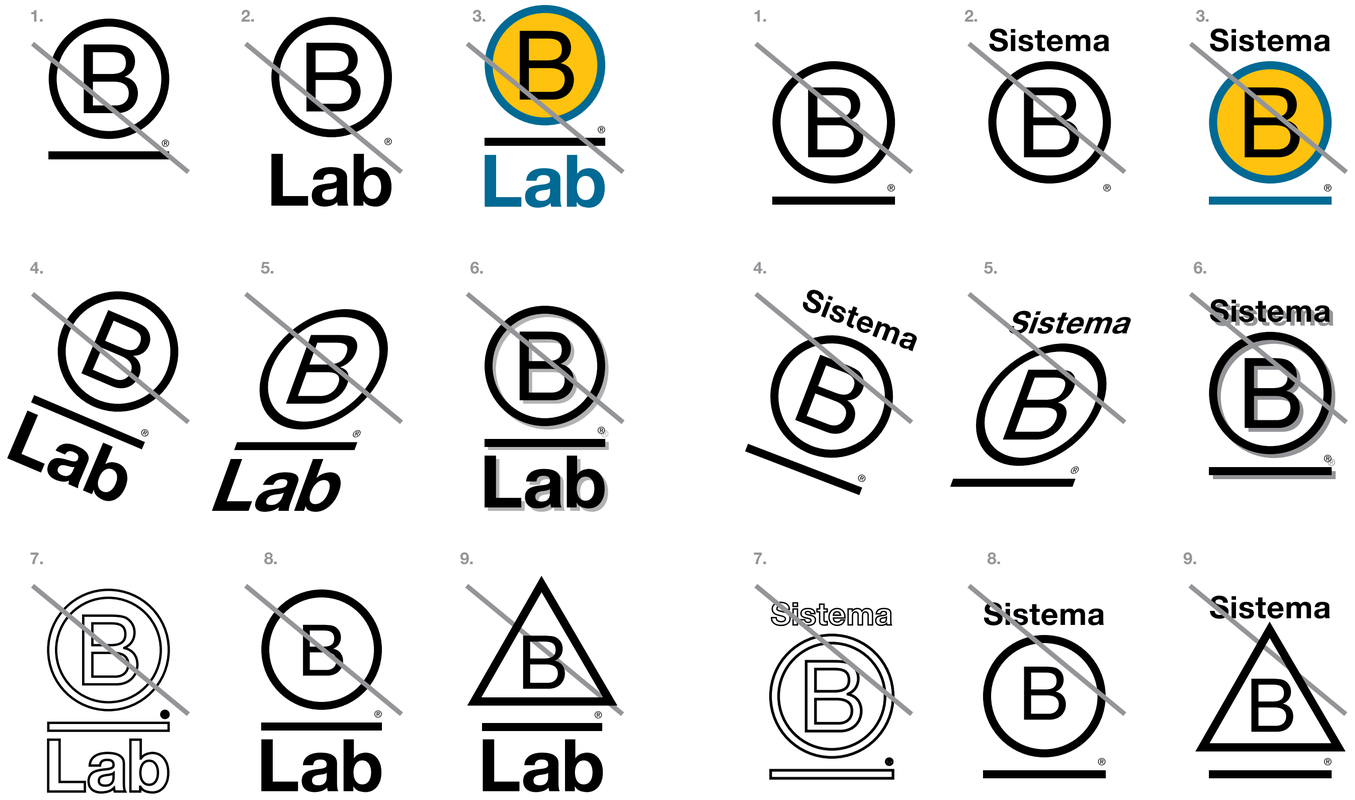


2021 ® Tutti i diritti riservati

Uso errato

Per costruire una solida identità visiva per B Lab e Sistema B è fondamentale usare i nostri marchi in modo corretto e coerente. Ecco alcuni esempi di uso errato dei marchi B Lab e Sistema B. Le incoerenze nell'aspetto visivo del brand ne indebolirebbero il valore.

Non rimuovere MAI il simbolo di registrazione. Non combinare il marchio con altri elementi, come loghi, parole, grafici, foto, slogan o simboli che potrebbero creare l'impressione di un logo ibrido.



1. Questo marchio è riservato per uso esclusivo di B Global Network.
2. Non rimuovere la barra dal marchio.
3. Non modificare i colori dei singoli elementi del marchio.
4. Non ruotare o cambiare l'angolazione del marchio.
5. Non distorcere o alterare il marchio in nessun modo.
6. Non utilizzare ombre discendenti, bordi smussati o effetti grafici di altro tipo.
7. Non usare il marchio in modalità contorno. (Nessuna linea attorno ai caratteri)
8. Non alterare la dimensione di nessun elemento.
9. Non alterare la forma di nessun elemento.

2021 ® Tutti i diritti riservati

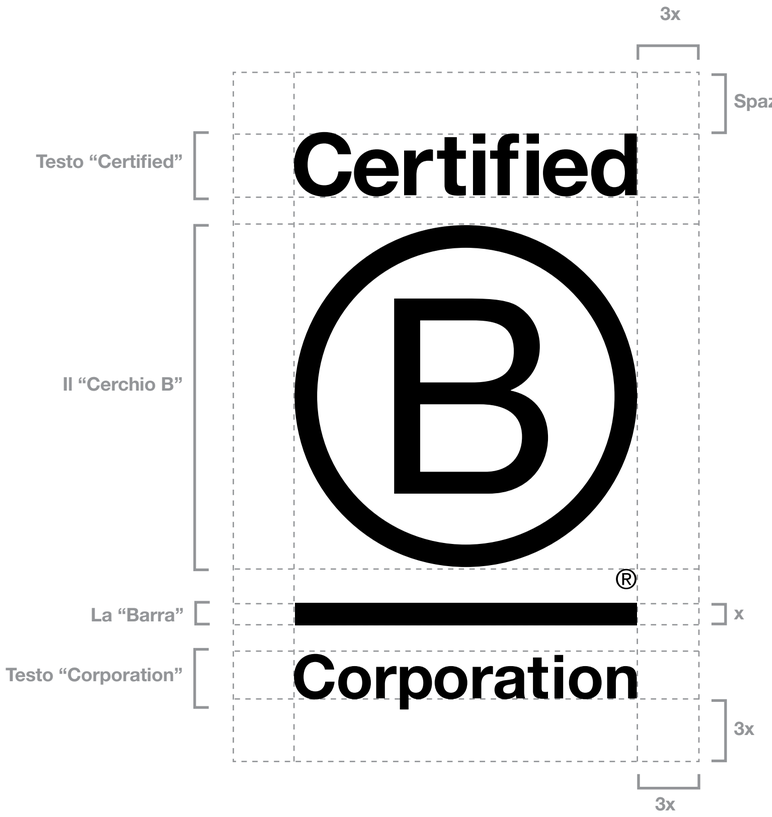
Panoramica

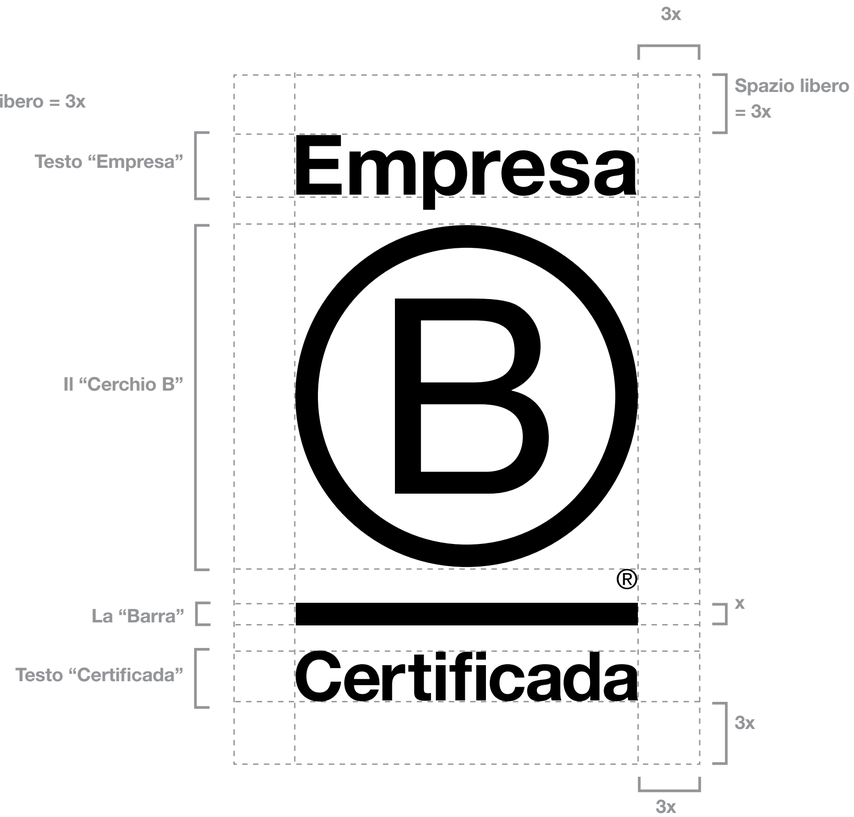
Il marchio B Corp, che rappresenta visivamente un percorso di verifica, trasparenza e responsabilità, può essere utilizzato unicamente dalle aziende certificate da B Lab. Le B Corp, e i rispettivi marchi, che sono state verificate e approvate da B Lab possono utilizzare il marchio sui loro siti web, il packaging, la pubblicità e nelle attività di marketing.*

Il marchio B Corp è costituito da 4 elementi:
- il “Cerchio B”
- la “Barra”
- il testo “Certified”
- il testo “Corporation”

Dovrebbe sempre apparire in questo formato. Nessun testo o elemento grafico dovrebbe invadere lo spazio libero intorno al logo.

* Le aziende con più marchi o entità associate devono fare riferimento alle linee guida per l’uso del brand di B Lab, che riceveranno durante la procedure di verifica.





2021 ® Tutti i diritti riservati

Dimensioni

Per standardizzare l'utilizzo del marchio, sono previste 4 misure standard per la maggior parte dei casi: 50 pixel di altezza per banner nei siti web e intestazioni di email, 72 pixel di altezza per le pagine web, un minimo di 8 mm di larghezza e 11 di altezza per materiali stampati.

Occorre sempre mantenere la forma e le proporzioni per garantire un uso coerente e accurato. Non alterare, ruotare, ornare o cercare di ricreare il marchio.

Mantenere sempre lo spazio libero minimo, anche quando si ridimensiona proporzionalmente il logo.

Dimensione minima

8 mm



Dimensione minima raccomandata

11 mm



Dimensioni minime per materiale stampato:

Utilizzo del marchio da 8 o 11 mm per:
poster
brochure
cartoline/ self-mailer
packaging di prodotto

50 px



72 px



Dimensioni minime per la visione su uno schermo:

il logo a 50 pixel si usa per:
newsletter email
piè di pagina di presentazioni
web banner

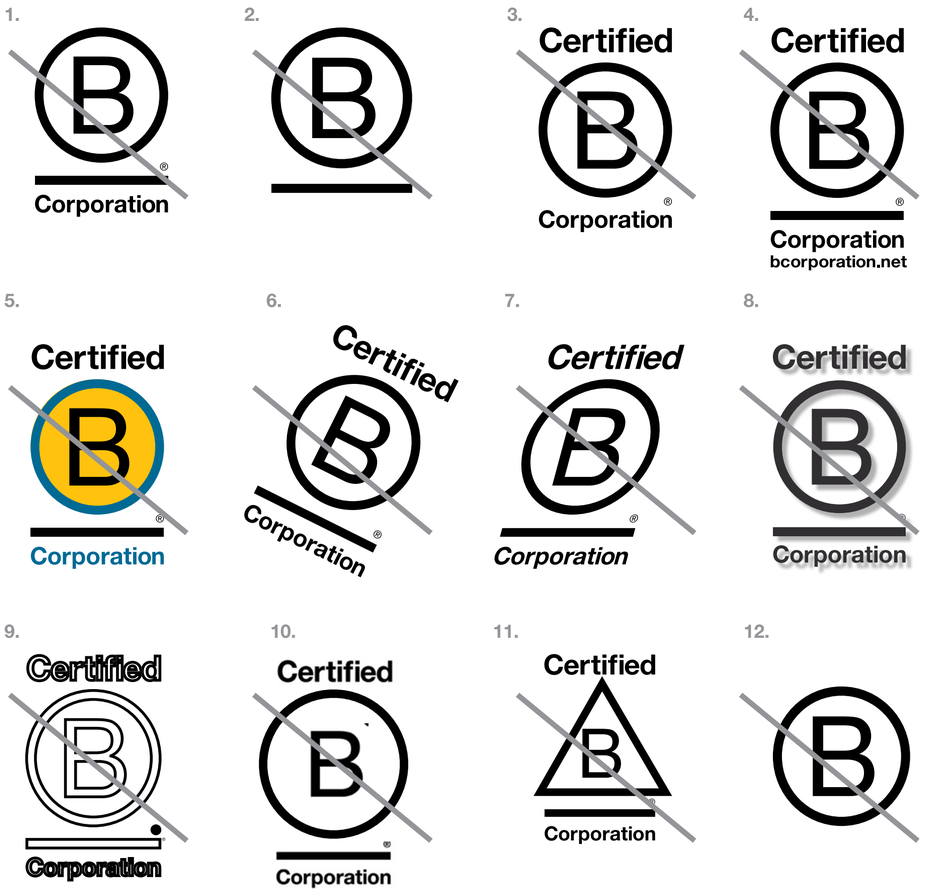
il logo a 72 pixel si usa per:
pagine web

2021 ® Tutti i diritti riservati

Uso errato

Con l'obiettivo di costruire una solida identità visiva per le B Corporation Certificate, è necessario usare il marchio B Corp in modo corretto e coerente. Ecco alcuni esempi di uso errato del marchio B Corporation. Le incoerenze nell'aspetto visivo del brand ne indebolirebbero il valore.

Non rimuovere MAI il simbolo di registrazione. Non combinare il marchio con altri elementi, come loghi, parole, grafici, foto, slogan o simboli che potrebbero creare l'impressione di un logo ibrido.



1. Non rimuovere "Certified" dal marchio.
2. Questo marchio è riservato per uso esclusivo di B Global Network, non delle B Corporation Certificate.
3. Non rimuovere la barra dal marchio.
4. Non usare il logo con "bcorporation.net" sotto la linea di orizzonte.
5. Non modificare i colori dei singoli elementi del marchio.
6. Non ruotare o cambiare l'angolazione del marchio.
7. Non distorcere o alterare il marchio in nessun modo.
8. Non utilizzare ombre discendenti, bordi smussati o effetti grafici di altro tipo.
9. Non usare il marchio in modalità contorno. (Nessuna linea attorno ai caratteri)
10. Non alterare la dimensione di nessun elemento.
11. Non alterare la forma di nessun elemento.
12. Non rimuovere il testo o la linea sottostante dal marchio.

2021 ® Tutti i diritti riservati

Versioni ufficiali internazionali

1.



2.



3.



4.



5.



6.



1. Inglese
2. Francese
3. Francese del Canada*
4. Italiano
5. Tedesco
6. Spagnolo / Portoghese

* L'uso del marchio francese del Canada è limitato al mercato canadese.

2021 ® Tutti i diritti riservati

Utilizzo da parte di aziende non B Corp

Queste linee guida si applicano alle aziende che non sono B Corp ma che vorrebbero utilizzare il marchio della Certificazione B Corp per promuovere la consapevolezza delle B Corp presso il loro pubblico.

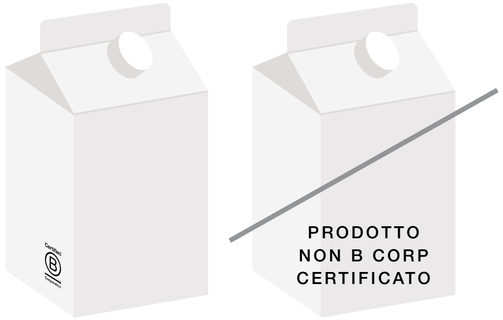
Esempi includono, tra gli altri, la promozione di una collaborazione o di un evento con una B Corp o un gruppo di B Corp, un'esperienza retail pop-up che include prodotti e servizi B Corp, una "corsia B Corp" presso un supermercato o un retailer online.

Le aziende non B Corp interessate a utilizzare il logo B Corp che hanno ancora domande o dubbi dopo aver visionato questa pagina possono contattare: GlobalCommunications@bcorporation.net

1.

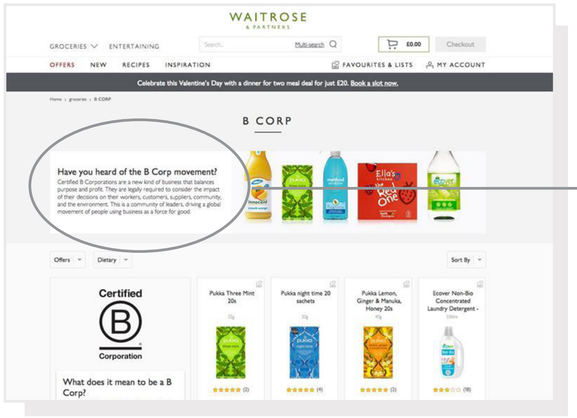


2.



1. Il marchio di certificazione non può essere collocato accanto a un logo, denominazione o altre informazioni di identificazione di un'azienda non B Corp.
2. Il marchio di certificazione può essere utilizzato unicamente per descrivere marchi e prodotti B Corp effettivi.
3. Il testo utilizzato per descrivere la promozione deve menzionare esplicitamente che l'azienda non B Corp titolare della promozione non è una B Corp Certificata.
4. Il testo deve includere la definizione di B Corp Certificata.

4.



Avete sentito parlare del movimento B Corp?
Le B Corporation Certificate sono un nuovo tipo aziende che bilanciano profitto e purpose. Hanno l'obbligo giuridico di prendere in considerazione l'impatto delle loro decisioni su lavoratori, clienti, fornitori, comunità e ambiente. È una comunità di leader alla guida di un movimento globale di persone che utilizzano il business come forza positiva.

2021 ® Tutti i diritti riservati

Azienda indipendente certificata con un solo brand:
• Può utilizzar e il logo B Corp in conformità alle linee guida del brand e riferirsi a se stessa come una B Corporation Certificata / B Corp Certificata / B Corp / B Corporation.
Affiliata certificata di un'azienda capogruppo non certificata:
Aziende certificate che sono affiliate con una denominazione diversa o in una diversa località rispetto alla capogruppo non certificata che ha soddisfatto i requisiti legali o di certificazione.
• Può utilizzare il logo B Corp in conformità alle linee guida del brand e riferirsi a se stessa come una B Corporation Certificata / B Corp Certificata / B Corp / B Corporation.
Brand e affiliate con una denominazione diversa dalla capogruppo certificata:
Per i brand che hanno ottenuto un punteggio BIA verificato di almeno 80 punti indipendentemente da una capogruppo certificata:
• Qualsiasi brand di una capogruppo certificata che ottenga un punteggio verificato pari a 80 e soddisfi i requisiti di trasparenza per la certificazione della capogruppo certificata, avrà pieno accesso alla proprietà intellettuale B Corp.
• Le comunicazioni del brand dovrebbero includere il collegamento al profilo B Corp (sulla Directory B Corp) della capogruppo certificata, da cui risulti chiaramente la relazione tra brand e capogruppo.
• È previsto un costo aggiuntivo per ogni singola pagina di profilo per le affiliate che sono valutate separatamente.
Per i brand che non hanno ottenuto un punteggio BIA verificato di almeno 80 punti indipendentemente da una capogruppo certificata:
• Questi brand non possono utilizzare il logo B Corp.
• Questi brand possono comunicare a parole di essere un'affiliata di una capogruppo certificata, ad es.: "Il brand affiliato X è orgoglioso di fare parte del brand capogruppo Y, una B Corporation Certificata."
Licenziatari o relazioni di co-branding:
• I brand licenziatari di una capogruppo certificata non possono utilizzare il logo B Corp, né essere inclusi in alcun modo dalla capogruppo certificata nelle comunicazioni in cui quest'ultima fa riferimento o include il logo B Corp.

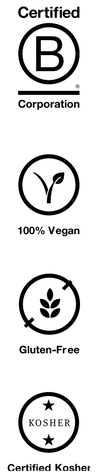
2021 ® Tutti i diritti riservati

Applicazione per il packaging

La posizione ideale del marchio è sul fronte della confezione in linea con la brand story principale.

Una posizione alternativa potrebbe essere vicino alla tabella dei valori nutrizionali.

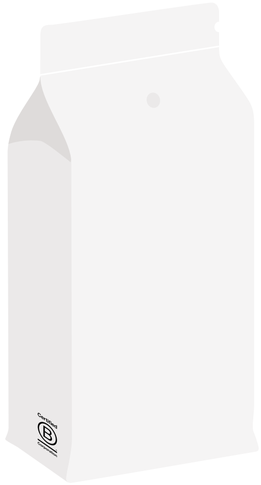
1.



2.



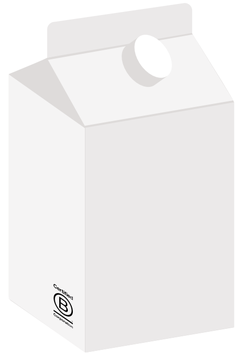
3.



4.



5.



6.



7.



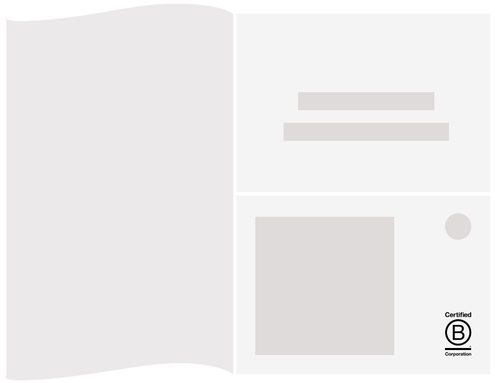
1. Loghi di certificazione in fila verticale
2. Buste sigillate
3. Caffè, te, buste sigillate
4. Etichette
5. Cartoni, contenitori per liquidi
6. Cartoni cilindrici
7. Prodotti inscatolati accatastabili in verticale

2021 ® Tutti i diritti riservati

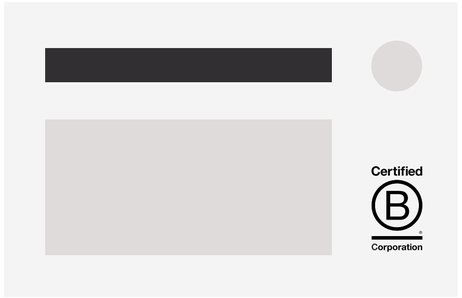
Applicazione per la stampa

Se usato nelle immediate vicinanze, il marchio B Corp deve essere di dimensioni uguali o inferiori al marchio di brand. Posizionare il logo B Corp vicino a quello del brand rafforza la certificazione.

1.



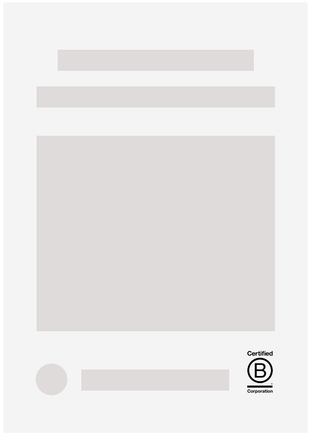
2.



3.



4.



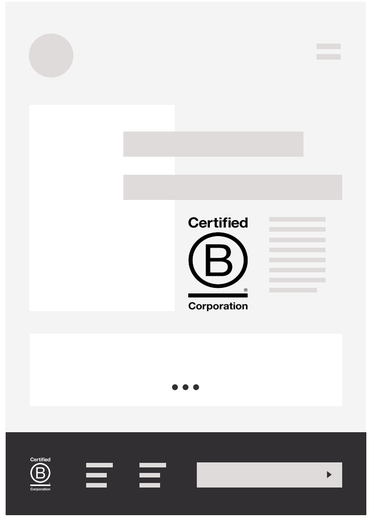
1. Direct mail
2. Pubblicità stampate
3. Etichetta promozionale da scaffale
4. Poster promozionali

2021 ® Tutti i diritti riservati

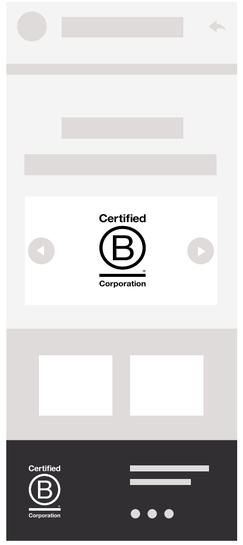
Applicazione per il digitale

Se usato nelle immediate vicinanze, il marchio B Corp deve essere di dimensioni uguali o inferiori al marchio di brand. Sarebbe opportuno rendere lo status di B Corp un elemento principale della propria comunicazione digitale, e/o allineare il logo al resto delle informazioni standard a piè di pagina.

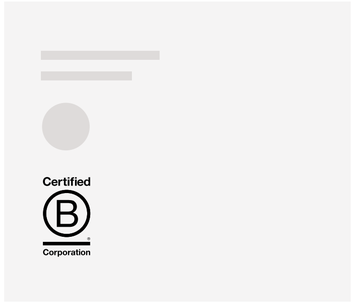
1.



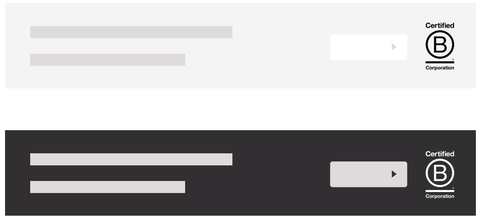
2.



3.



4.

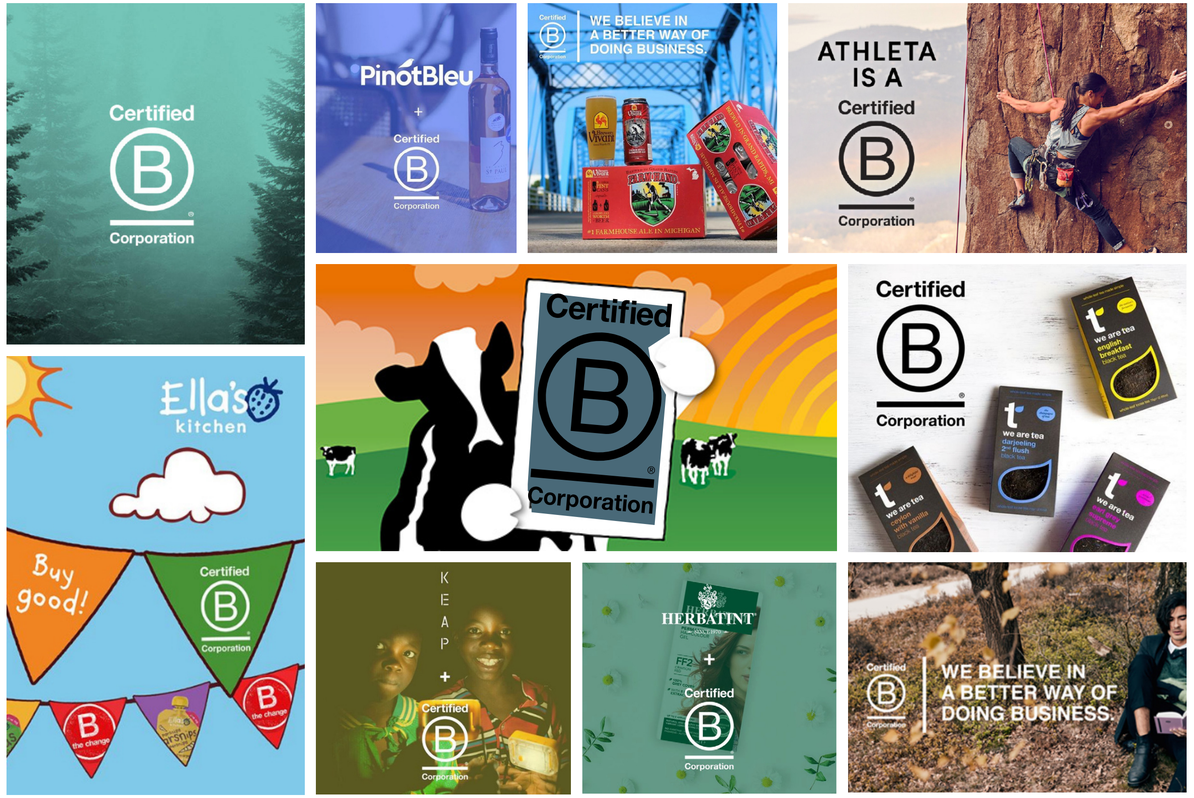


1. Piè di pagina web
2. Piè di pagina email
3. Firma email
4. Banner online

2021 ® Tutti i diritti riservati

Applicazione con colori

Per assicurare un’integrazione armoniosa con il proprio brand e omogeneità in tutte le comunicazioni, sia la versione bianca del marchio B Corp che quella in nero può apparire su qualsiasi sfondo, motivo o immagine fotografica.



2021 ® Tutti i diritti riservati

Panoramica

Se è prevista solo una riga di testo, la lettera maiuscola deve avere le stesse dimensioni e linea base del marchio “Cerchio B”.

Dovrebbe sempre apparire in questo formato. Nessun testo o elemento grafico dovrebbe invadere lo spazio libero intorno al logo.

Esempio con due parole:



Altro esempio con due parole:



Esempio con una sola parola:



2021 ® Tutti i diritti riservati

Applicazione con colori

Il marchio di prodotto B2B può apparire solo in nero o invertito in bianco.

Lo sfondo può essere nero, bianco o uno dei colori della gamma di colori secondaria.

Se è utilizzato uno sfondo nero o colorato, lo spazio bianco intorno al logo aumenta di 3 volte dopo il nome dello strumento.

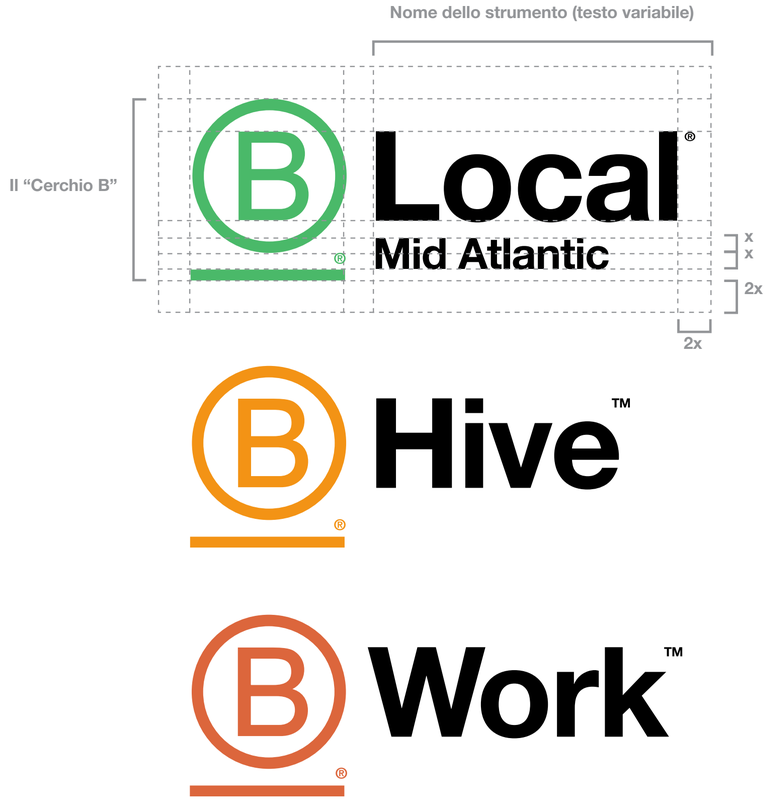


2021 ® Tutti i diritti riservati

Panoramica

Il marchio dello strumento è costituito da tre o quattro elementi:
- il “Cerchio B”
- la “Barra”
- il nome dello strumento
- il nome della regione (facoltativo)

Dovrebbe sempre apparire in questo formato. Nessun testo o elemento grafico dovrebbe invadere lo spazio libero intorno al logo.



2021 ® Tutti i diritti riservati

Applicazione con colori

Il marchio “Cerchio B” può essere utilizzato a colori, utilizzando uno dei colori della gamma secondaria.

Il nome dello strumento/della regione può essere o in nero o in bianco se invertito su sfondo colorato.

Il colore dello sfondo può essere nero, bianco o il colore del “Cerchio B” assegnato allo specifico strumento.

Se è utilizzato uno sfondo colorato, lo spazio bianco intorno al logo aumenta di 3 volte dopo il nome dello strumento.

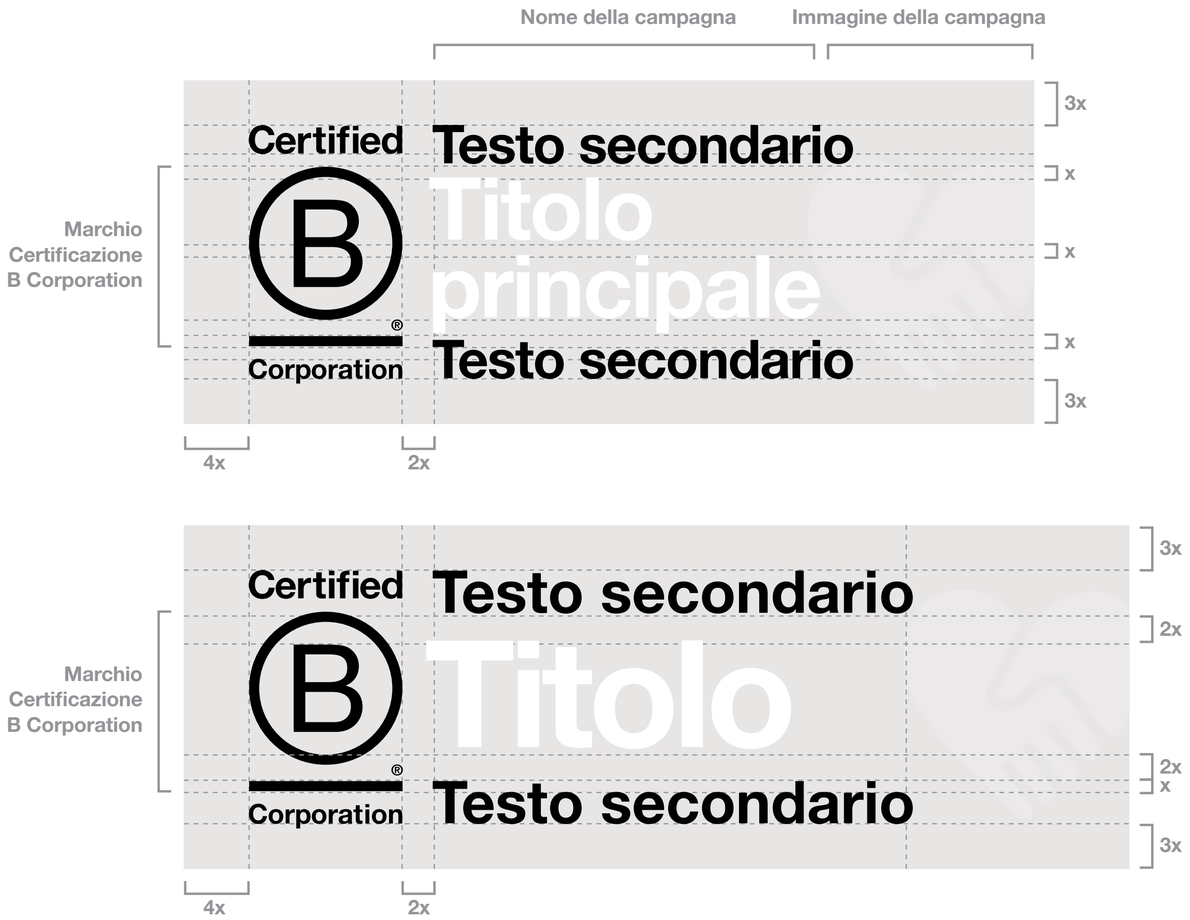


2021 ® Tutti i diritti riservati

Marchi illustrati

Abbiamo sviluppato un modello che garantirà un aspetto omogeneo a tutte le nostre iniziative e campagne, pur consentendone la personalizzazione.

Dopo aver popolato il modello con il contenuto, la disposizione del testo deve essere regolata per ottenere un aspetto bilanciato.



ELEMENTI FISSI

- il marchio “Cerchio B”
- la “Barra”
- il font Helvetica
- testo solo nero o bianco

ELEMENTI FLESSIBILI

- messaggi
- il testo secondario può essere collocato sopra o sotto il testo principale
- colore dello sfondo
- contenuto/colore dell’illustrazione

ESEMPI

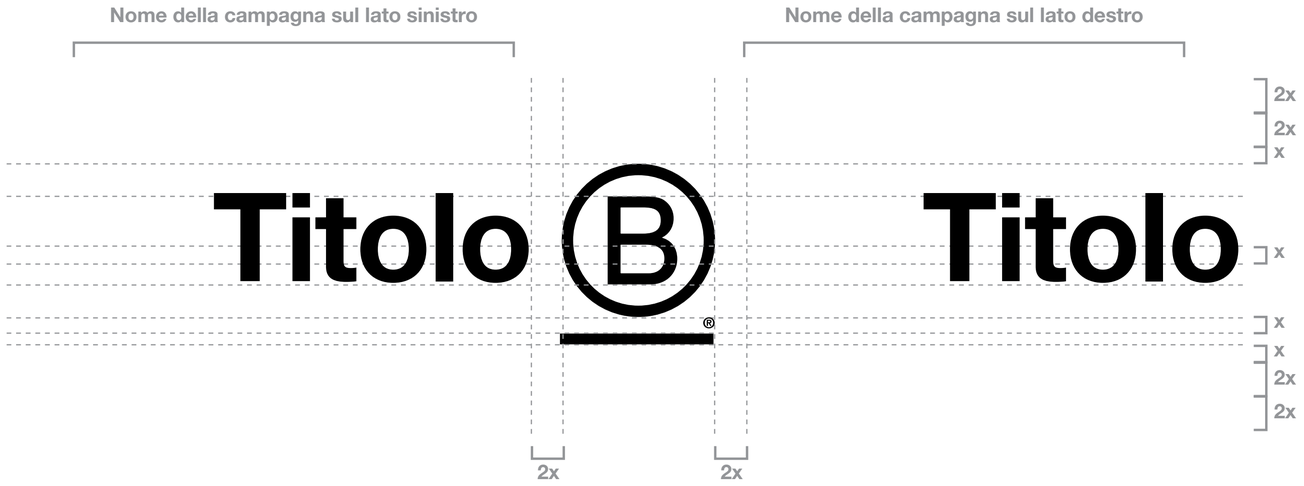




2021 ® Tutti i diritti riservati

Marchi di solo testo

Abbiamo sviluppato un modello che garantirà un aspetto omogeneo a tutte le nostre iniziative e campagne, pur consentendone la personalizzazione.



ELEMENTI FISSI

- il marchio “Cerchio B”
- la “Barra”
- il font Helvetica

ELEMENTI FLESSIBILI

- messaggio
- se il messaggio è a sinistra o a destra del “Cerchio B”
- colore del messaggio
- stile del testo (tutto maiuscolo, stile titolo ecc.)

ESEMPI

Academia B

STGO + B

B NET ZERO 2030

CIUDADES+ B

CITIESCAN CIUDADES+ B

2021 ® Tutti i diritti riservati

IDENTITÀ VISIVA - **SIMBOLI DEI MARCHI REGISTRATI**

È necessario includere il simbolo ™ al primo utilizzo delle frasi seguenti, sia nei titoli che nel testo.

B Lab ----------> ™

Certified B Corporation ----------> ™

B Corp ----------> ™

Empresa B Certificada ----------> ™

People Using Business as a Force for Good ----------> ™

People Using Business as a Force for Good ----------> ®

People Using Business as a Force por Good è un marchio registrato, pertanto può essere utilizzato il simbolo ® .
B Lab detiene la registrazione del marchio “People using business as a force for good.” Quindi è possibile utilizzare il simbolo di marchio registrato per l’intera tagline. Se si utilizza una tagline più corta, è opportuno usare il simbolo TM.

2021 ® Tutti i diritti riservati



Risorse visive

Qui abbiamo raccolto istruzioni dettagliate su come utilizzare in modo adeguato le nostre principali risorse visive, come tipografia, gamma di colori, iconografia e immagini. Applicare attentamente gli standard di brand garantirà la coerenza della nostra comunicazione a livello globale.

2021 ® Tutti i diritti riservati

RISORSE VISIVE - **CERCHIO E BARRA**

Il Cerchio e la Barra possono essere utilizzati per incorniciare illustrazioni o fotografie, per creare enfasi e focus.



2021 ® Tutti i diritti riservati

RISORSE VISIVE - **ILLUSTRAZIONI**

Per spiegare attività e dare vita a concetti astratti si possono utilizzare delle illustrazioni.

Un database completo di immagini è disponibile qui: [2021 Illustration Library]

Se si desidera creare dei grafici, questi dovrebbero avere lo stesso stile e utilizzare gli stessi colori delle nostre gamme di colori primaria, secondaria e complementare.

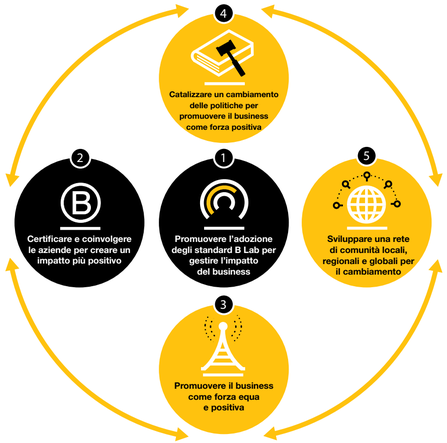


2021 ® Tutti i diritti riservati

RISORSE VISIVE - **DIAGRAMMI**

I diagrammi possono contribuire a comunicare un sistema o un concetto.

Si possono includere risorse come il “Cerchio” e la “Barra” per creare un aspetto coerente.





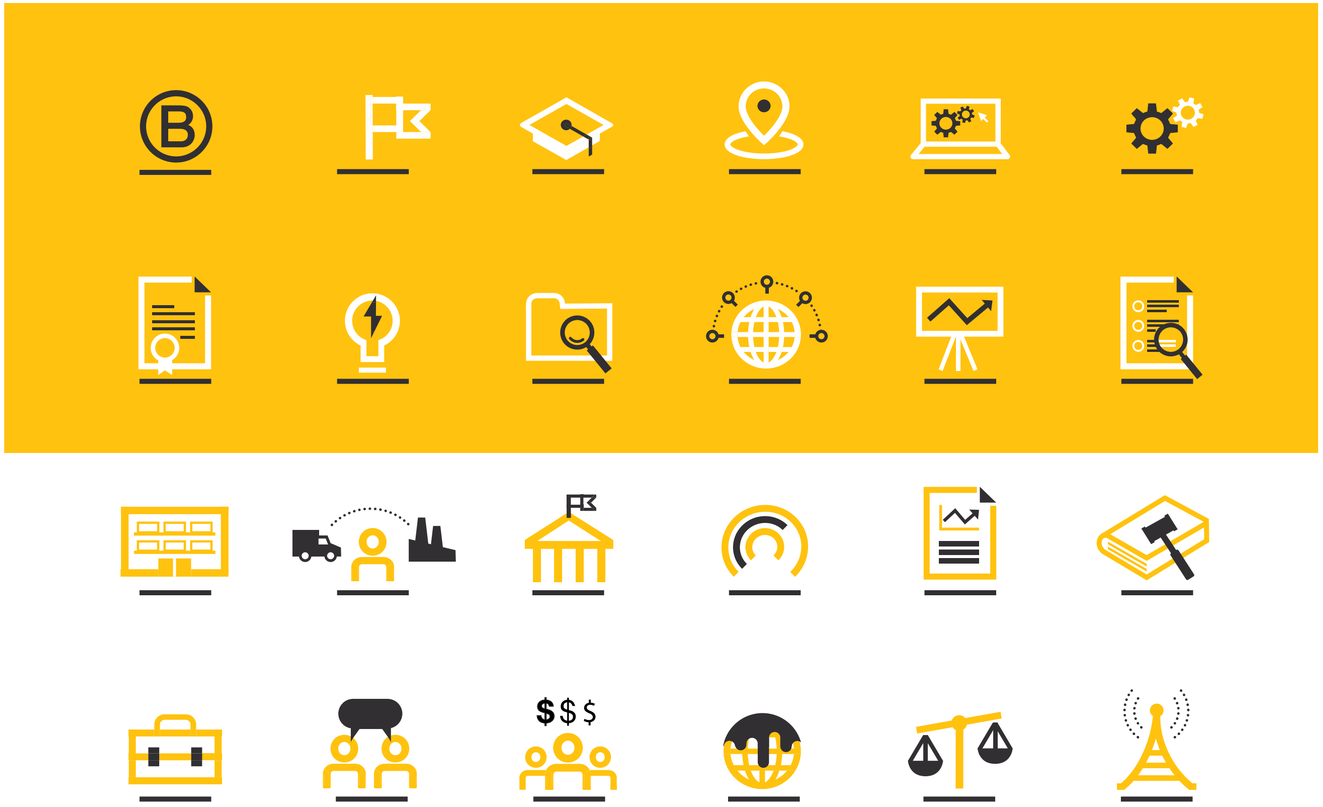


2021 ® Tutti i diritti riservati

RISORSE VISIVE - **ICONOGRAFIA**

Le icone sono importanti per comunicare a livello visivo un concetto o un processo.

Se è necessario creare nuove icone, queste devono seguire uno stile coerente. Occorre utilizzare le icone esistenti, mostrate qui a destra, come una guida per sviluppare icone semplici con lo stesso stile e tipografia.



2021 ® Tutti i diritti riservati

RISORSE VISIVE - **GAMMA DI COLORI**

Il colore è parte integrante dell'identità di brand. L'uso coerente della gamma di colori non solo rafforzerà l'omogeneità del brand, ma ogni colore comunicherà anche una specifica emozione al proprio pubblico.

FISSA

Occorre utilizzare queste gamme di colori, che non possono essere modificati in alcun modo.

BRAND PRINCIPALE

NERO
CMYK 00.00.00.100
RBG 247.148.29
#f7941D

BIANCO
CMYK 00.00.00.00
RBG 137.208.200
#89d0c8

SDG ACTION MANAGER

Le specifiche complete dei colori sono disponibili qui.



B IMPACT ASSESSMENT

Le specifiche complete dei colori sono disponibili qui.



COLORI APP

COLORI AREE D'IMPATTO

FLESSIBILE

Queste gamme di colori sono disponibili per tutte le entità B Lab.

B LAB GLOBAL

VERDE OTTANO
CMYK 85.15.60.00
RBG 0.157.133
#009d85

VERDE
CMYK 00.70.80.00
RBG 74.185.105
#4ab969

VERDE CHIARO
CMYK 30.00.40.00
RBG 182.220.174
#b6dcae

ROSSO SCURO
CMYK 15.100.90.05
RBG 190.30.45
#be1e2d

ROSSO
CMYK 00.90.75.00
RBG 239.64.68
#ef4044

ARANCIONE
CMYK 00.70.80.10
RBG 220.102.60
#dc663c

GIALLO SCURO
CMYK 00.50.95.00
RBG 247.148.40
#f79428

GIALLO
CMYK 00.25.100.00
RBG 255.194.14
#ffc20e

BLU SCURO
CMYK 90.50.25.05
RBG 7.110.149
#076e95

BLU
CMYK 75.30.00.00
RBG 43.147.209
#2b93d1

AZZURRO
CMYK 60.00.10.00
RBG 79.198.224
#4fc6e0

VIOLA
CMYK 00.35.50.00
RBG 167.136.190
#a788be

ROSA
CMYK 00.20.05.00
RBG 251.212.218
#fbd4da

LIBERA

I partner globali sono liberi di creare la propria gamma di colori.

PARTNER GLOBALI

NOME DEL COLORE
CMYK 00.00.00.00
RBG 00.00.00
#000000

2021 ® Tutti i diritti riservati

RISORSE VISIVE - **FOTOGRAFIA**

La fotografia contribuisce a sostenere la nostra comunicazione catturando l'attenzione del pubblico e rappresentando concetti e idee in modo immediato.

Se desiderato, si possono utilizzare il "Cerchio" e la "Barra" per incorniciare l'intera immagine o per evidenziarne una parte.













IL QUADRO GENERALE

I DETTAGLI

I RITRATTI

2021 ® Tutti i diritti riservati

I titoli principali sono sempre in Helvetica Neue Bold.

A volte, si può utilizzare anche Helvetica Neue Black per dare maggiore enfasi.

Il testo è scritto con Meta Serif Pro Book. Utilizzare solo Meta Serif Pro Book e Bold. Non utilizzare Meta Serif Pro più piccolo di 8 pt.

Il grassetto può essere alternato allo stile normale per dare enfasi a parole o righe importanti.

Da utilizzare per i titoli

Helvetica Neue Black
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

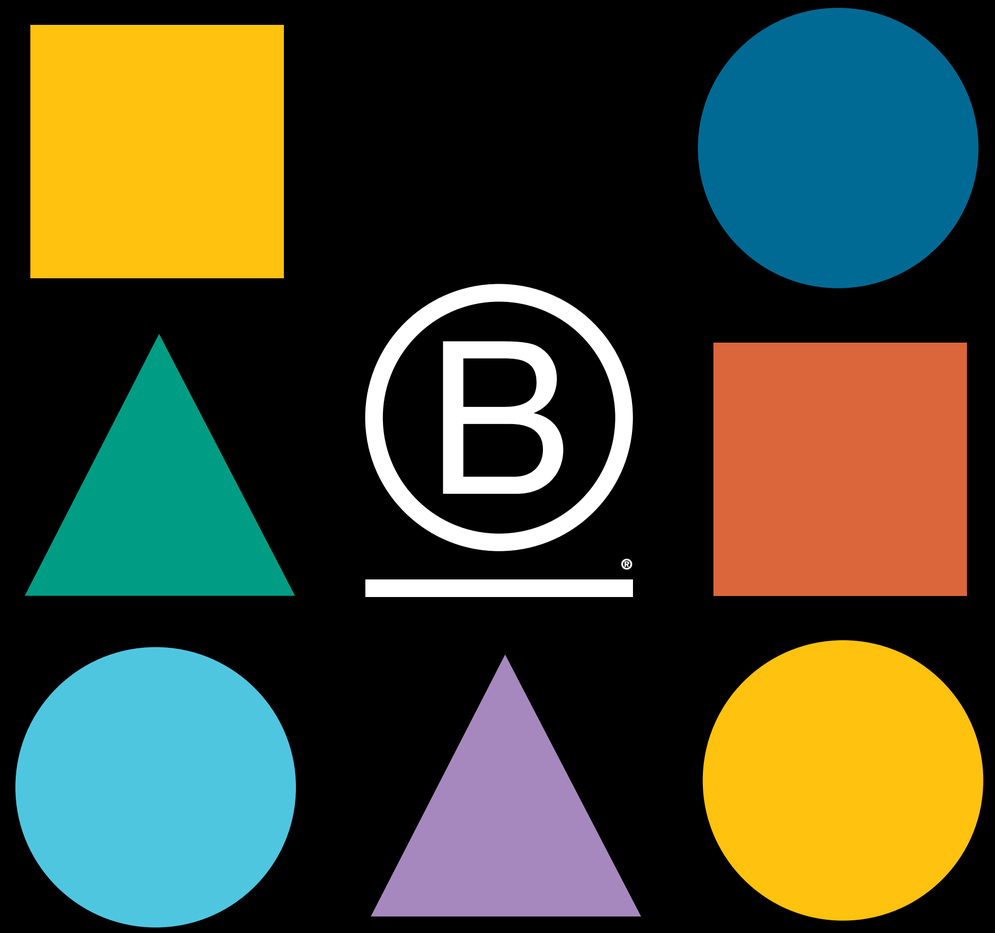
Da utilizzare per i titoli

Helvetica Neue Bold
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

Da utilizzare per il testo

Meta Serif Web Pro Book
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

2021 ® Tutti i diritti riservati



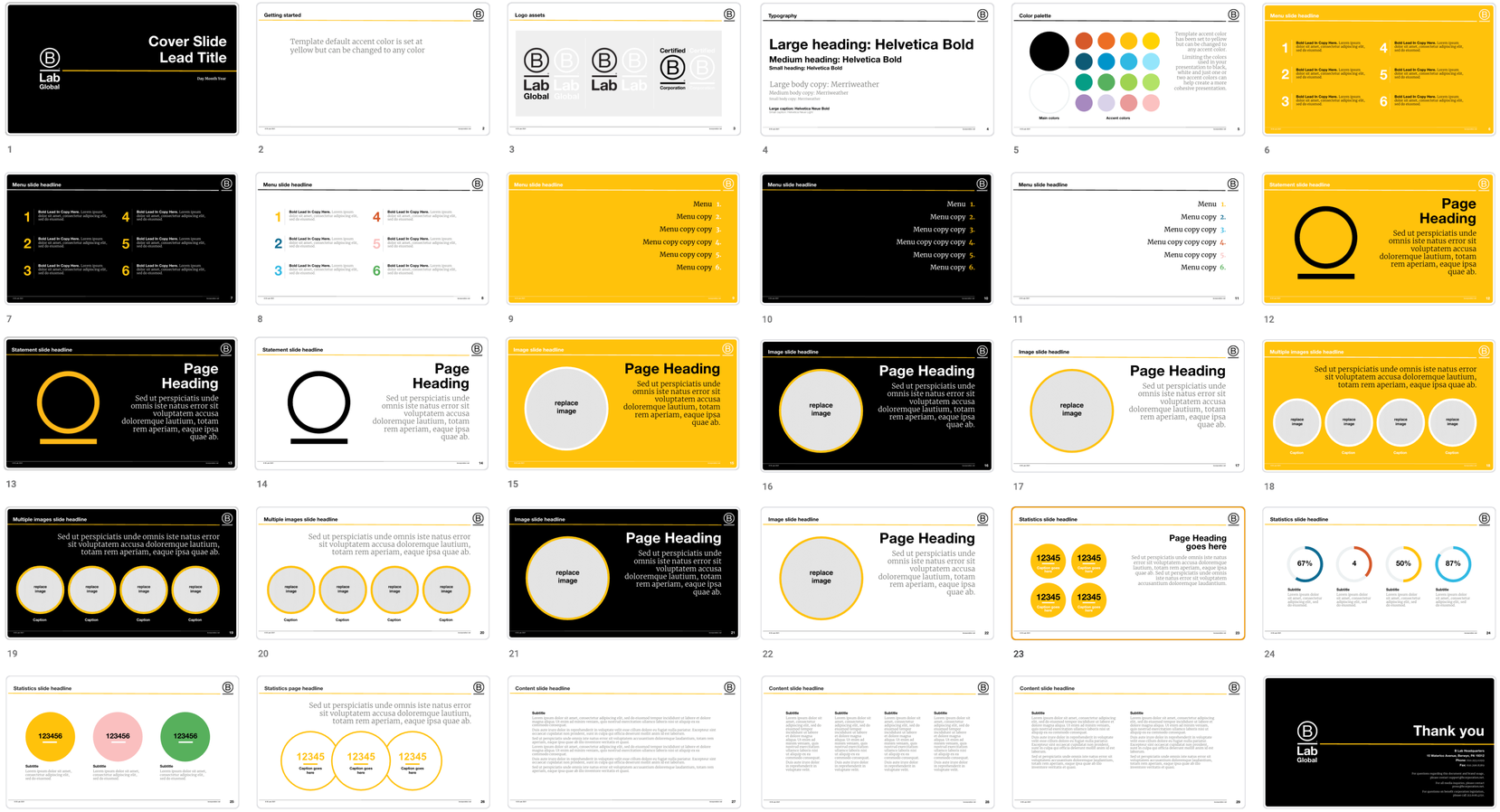
Applicazioni

Ecco alcuni esempi per mostrare come l’utilizzo combinato di marchi e risorse visive fornisce un linguaggio di brand coeso e coerente, oltre ad alcuni modelli per la corretta applicazione delle risorse.

2021 ® Tutti i diritti riservati

APPLICAZIONI - **MODELLO DI GOOGLE PRESENTAZIONI**

Per dare omogeneità a tutte le nostre presentazioni, abbiamo creato un modello di Google Presentazioni scaricabile qui.



2021 ® Tutti i diritti riservati

CONTATTI PRINCIPALI

Per domande sull’utilizzo corretto di queste linee guida, non esitate a contattare le persone elencate qui di seguito.

Per branding, marketing e comunicazione rivolgersi a:

Hannah Munger
Director of Global Communications & Marketing
B Lab Global
hmunger@bcorporation.net

Per proprietà intellettuale e questioni legali:

Susan Cori
Chief Operating Officer
B Lab Global
scori@bcorporation.net

2021 ® Tutti i diritti riservati

GRAZIE!