

Regenera

Brand guidelines

Introduzione

Queste indicazioni ti guideranno nell'esprimere al meglio l'identità di Regenera. Qui troverai la nostra strategia di brand, l'identità verbale e visiva — e come applicarle per garantire che ogni progetto comunichi in modo coerente e autentico il mondo di Regenera.

01 Il brand Regenera

Manifesto	4
Slogan	5
Vision & Mission	6

Manifesto

Il brand Regenera

Ogni casa custodisce una storia.
Alcune sono sospese nel tempo, altre aspettano solo di rinascere.

Noi di Regenera crediamo che ogni spazio meriti una seconda possibilità: una nuova luce, nuove energie, nuove vite da accogliere.

Trasformiamo muri e stanze in emozioni, restituiamo valore ai luoghi e fiducia alle persone.
Perché rigenerare non significa solo ristrutturare: significa ridare anima agli spazi e futuro a chi li abiterà.

il nuovo dal passato

Vision & Mission

Il brand Regenera

Vision

Diventare il punto di riferimento nella rigenerazione immobiliare, creando abitazioni moderne e sostenibili che migliorano la qualità della vita delle persone e delle città.

Mission

Uniamo competenza tecnica, attenzione al design e trasparenza, per offrire soluzioni abitative affidabili e durature.

La sezione unisce due elementi fondamentali: la vision, che descrive l'obiettivo a lungo termine, l'ideale a cui Regenera mira ad arrivare. La mission, che spiega il modo concreto e quotidiano con cui l'azienda traduce quella visione in azioni reali.

Insieme raccontano direzione e metodo, sogno e pratica.

02 Comunicazione

Tone of Voice	8
Canali	9
Dos & don'ts	10

Tone of Voice

Comunicazione

Empatico

Professionale ma vicino alle persone

Trasparente

Chiaro e diretto, senza tecnicismi superflui

Ispirazionale

Positivo, rassicurante, costruttivo

Questa parte definisce il tono e lo stile con cui il brand si esprime. Il tone of voice orienta il linguaggio scritto e parlato, specificando lessico e approccio narrativo. Serve per garantire che ogni comunicazione mantenga coerenza e trasmetta la stessa personalità su ogni c

Sito Web

Vetrina principale con servizi, progetti, filosofia e contatti.

Instagram

Mostrare trasformazioni prima/dopo e lifestyle

Far incuriosire sull'approccio.

Mostrare risultati.

Linkedin

Credibilità e networking con professionisti del settore.

Trovare contatti utili allo sviluppo del business e rimarcare la propria autorità nel settore.

Dos & don'ts

Comunicazione



Narrativo

Umano

Evocativo

Emotivo

Ispirazionale

Reale

Caldo



Tecnico

Burocratico

Numerico

Distante

Secco

Complesso

Impersonale

Una raccolta di buone pratiche e di errori da evitare. Da un lato i comportamenti e gli approcci comunicativi che rafforzano l'identità del brand, dall'altro gli stili e le scelte che rischiano di indebolirla o contraddirla. L'obiettivo è rendere chiara e riconoscibile la voce di Regenera.

03 Logo

Il nostro logo	12
Versioni	13
Clear-space	16

Il nostro logo

Logo

regener^Δ

Versioni

Logo

Logo primario

regenerA

Versioni

Logo

Brandmark



Illustrazione delle varianti ufficiali del logo, dalle applicazioni principali a quelle secondarie. Ogni versione ha un contesto d'uso preciso.

Versioni

Logo

Logo e Payoff

regenera 
IL NUOVO DAL PASSATO

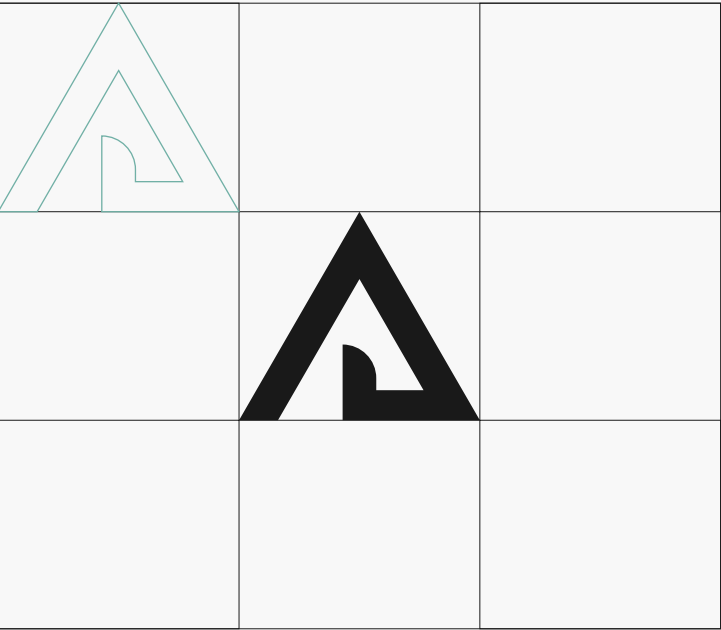
Clear-space

Logo

Primario



Brandmark



Logo e Payoff



Definizione dello spazio minimo da rispettare attorno al logo per garantirne leggibilità e impatto visivo. Questa parte stabilisce regole pratiche per evitare usi scorretti e preservare l'integrità del marchio.

04 Colori

Palette colori	18
Abbinamenti	19
Logo e colori	20

Palette colori

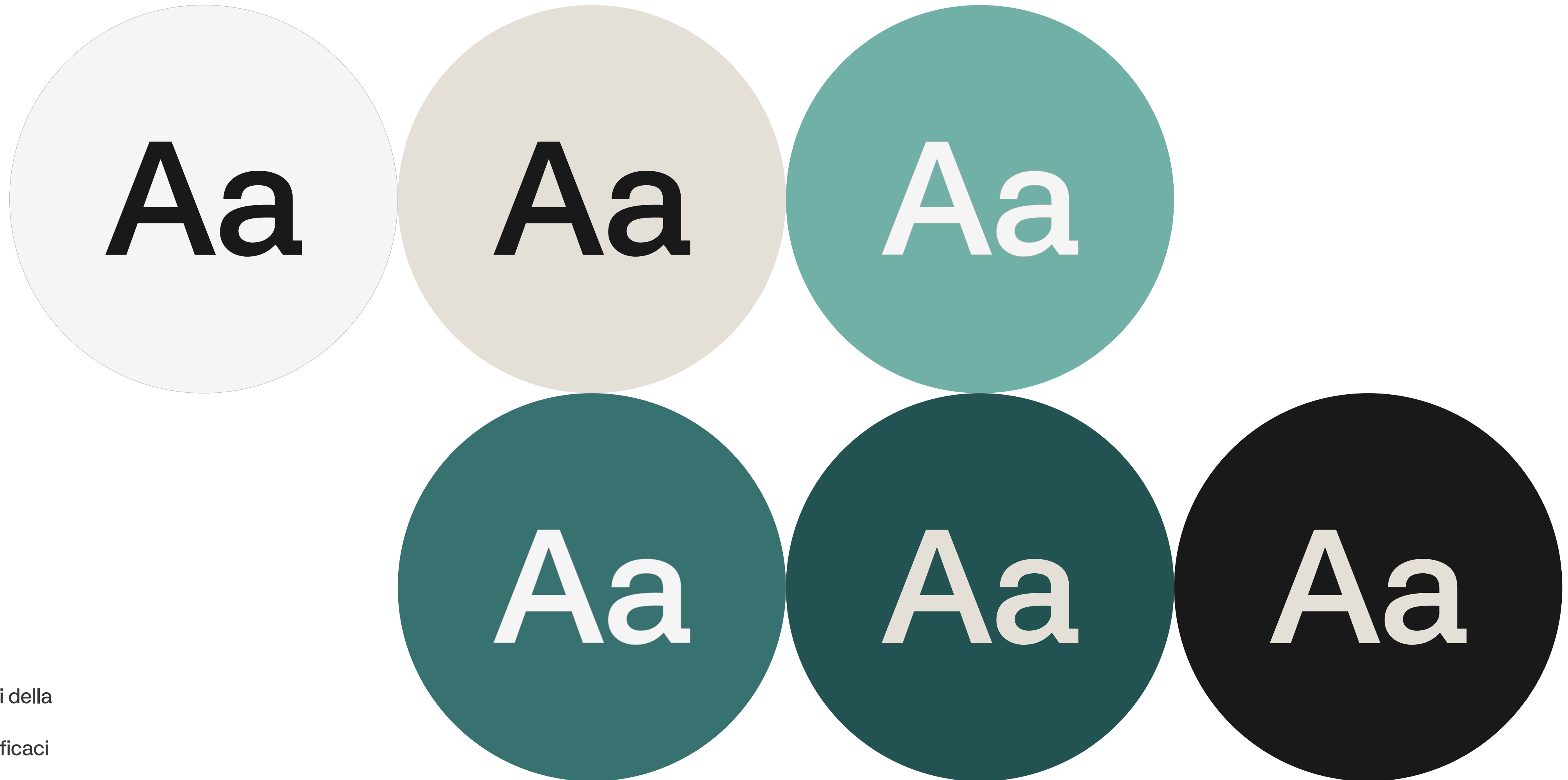
Colori

Descrizione della gamma cromatica. Ogni colore ha un codice identificativo e un ruolo preciso: insieme formano un linguaggio visivo capace di esprimere valori e atmosfera del brand.

			</		

Abbinamenti

Colori



Logo e colori

Colori

regenerA

regenerA



Indicazioni pratiche su come il logo interagisce con la palette cromatica: varianti su sfondi chiari o scuri, versioni monocromatiche e casi particolari. L'obiettivo è mantenere la riconoscibilità.

05 Tipografia

Font	22
Pesi	23
Gerarchia	24

Font

Tipografia

APK Galeria

APK Type Foundry

Light
Regular
Medium
Semi-bold

Display Title

Regular | 150 px

H1 Headline

Bold | 100 px

H2 Headline

Semi-Bold | 75 px

H3 Headline

Semi-Bold | 60 px

H4 Headline

Bold | 36 px

Paragraph

Regular | 28 px

Caption

Bold | 20 px

06 Applicazioni

Biglietti da visita	26
Personalizzazione van	27
Apparel	28
Social Media	29









un nuovo
abitare



una nuova vita
per vecchi spazi.



ancora
casa.

07 File e documenti

SCARICARE I FILE

Tutti gli asset presentati sono archiviati in una cartella Google Drive chiamata “REGENERA BRAND”.

I file saranno organizzati in sottocartelle per mantenere l’ordine e facilitare la ricerca degli elementi corretti.

La cartella è condivisa con chiunque abbia il link, con permesso di sola visualizzazione.

Il link per accedere alla cartella è: https://drive.google.com/drive/folders/*****

regenera 
IL NUOVO DAL PASSATO