

Brand Guidelines

Brand & Visual Identity

quBi

INTRODUZIONE

**Benvenuto nelle linee guida del brand QuBi.
Queste indicazioni sono pensate per aiutarti a
dare vita all'identità di QuBi. Continua a leggere
per scoprire la nostra strategia di brand, l'identità
verbale e visiva — e come utilizzarle per
assicurarci che ogni cosa che si crea trasmetta
appieno il mondo di QuBi.**

Contenuti

1 Il brand QuBi	4	4 Colori	22	7 Applicazioni	41
· Manifesto	5	· Libreria Colori	23	· Business Cards	42
· Il nostro goal	6	· Colori e Logo	24	· Newsletter Template	43
· Visual overview	7	· Combinazioni consigliate	25	· Stickers	44
2 Identità Verbale	8	5 Typography	26	8 Documentazione	45
· Payoff & Tagline	9	· Meet your Type	27		
· Tone of Voice	10	· Font Secondario	28		
· Valori	11	· Caratteri e Pesi	29		
		· Utilizzo e combinazioni	40		
3 Logo	12	6 Packaging	31		
· Il nostro Logo	13	· Packaging attuale	32		
· Significati	14	· Layout e composizione	34		
· Costruzione	15	· Ecosistema ed espansione	35		
· Versioni	16				
· Clear Space	19				

II brand QUBi

Manifesto

QuBi è l'olio che si usa come si deve

Non troppo, non troppo poco.
Quanto basta.
In bottiglia squeeze, perché siamo
nel 2025, non nel Medioevo.

È olio extravergine,
italiano e buono — ma
con una testa nuova.
Niente sprechi o
gocciolamenti sulla
tovaglia della nonna.

QuBi è l'olio di chi cucina
con gusto e con criterio.
Di chi sa che un filo d'olio
può cambiare tutto.

Il nostro goal

Vision

Rendere l'olio extravergine italiano alla portata di tutti, eliminando il cliché del prodotto elitario.

Mission

Ridisegniamo l'esperienza d'uso dell'olio EVO, per adattarla ai nuovi stili di vita. Con un packaging innovativo e un tono anticonvenzionale, rendiamo facile scegliere la qualità, ogni giorno.

BRAND IDEA

Useful is Beautiful

Visual Overview

QuBi è un olio che si distingue a colpo d'occhio. Il sistema visivo è stato progettato per essere immediatamente riconoscibile, giocoso ma strutturato, accessibile ma distintivo. Colori saturi, forme modulari e lettering geometrico costruiscono un linguaggio visivo contemporaneo e pop, capace di comunicare qualità senza doverlo dichiarare esplicitamente.

La bottiglia, la palette e gli elementi grafici dialogano tra loro per creare un ecosistema coerente e memorabile, pensato per emergere sia sullo scaffale che nella comunicazione digitale. Tutto parte da un'idea semplice, ma forte: fare le cose per bene, con leggerezza.

QuBi



Identità Verbale

Tagline & Payoff

Una marca che sa dosare anche le parole.

Il linguaggio di QuBi è immediato, ironico e funzionale, proprio come il prodotto.

Ogni frase qui sotto non è solo uno slogan, ma una dichiarazione di intenti: racconta un olio che si presenta con leggerezza ma non per questo rinuncia alla qualità, che dosa il gusto con precisione e il tono con carattere.

“Quanto basta” diventa un manifesto di semplicità consapevole: una misura giusta, umana, che parla a chi cerca equilibrio tra piacere e praticità.

La struttura adattabile delle tagline crea un sistema aperto, da usare in base alle esigenze su pack, landing page o contenuti digitali. Il risultato è sempre coerente con il tono del brand: disinvolto, contemporaneo, chiaro.

L'olio che si dà un contegno
Quanto basta. Quando serve.
Extravergine, extrapratico
Giusto, senza sbrodolare
Per chi dosa, e chi osa

Tone of Voice

Il tono di voce è il modo in cui il brand si esprime.
Non è solo cosa il brand comunica, ma come lo comunica.
Serve a far riconoscere, a trasmettere la personalità e a creare un legame autentico con chi ci legge.

Risultare unico e poter essere paragonato alla personalità del brand stesso, rendendolo quindi un elemento di distinguibilità e una leva strategica per il rafforzamento della marca.

Ironico ma credibile

Il linguaggio deve avere sempre un sorriso intelligente. Il tono deve risultare leggero, ma non superficiale, per essere ironico senza mai risultare stupido, e senza aver paura di giocare con le parole.

L'ironia è importante per rendere accessibili anche i contenuti più complessi, senza rinunciare alla chiarezza.

Obiettivo? Intrattenere, ma informando.

Chi legge deve sentire che dietro ogni battuta c'è sostanza.

Diretto, mai rozzo

La comunicazione deve andare dritta al punto, parlando in modo chiaro, semplice, senza giri di parole inutili. Allo stesso tempo, non bisogna risultare brutali: è importante dosare ritmo e pause, tono e intensità.

Da evitare il gergo e le frasi fatte, per donare novità in tutto l'ecosistema del brand. Va rimarcato che bisogna comunicare le cose come stanno, con rispetto e onestà, parlando del prodotto, della storia, delle caratteristiche.

La voce del brand è umana, concreta, e non finge.

Intelligente, non serio

Il brand deve avere un tono sveglio, senza risultare snob. L'obiettivo è far capire che si utilizza la testa ma senza prendere tutto troppo sul serio. La comunicazione deve solleticare la curiosità, stimolare chi legge, senza risultare ridondante e pesante.

L'uso dell'umorismo serve per alleggerire, la cultura per approfondire.

Il tono è brillante, mai pesante. Perché chi sa fare, sa capire.

Valori

I valori di QuBi non sono solo principi astratti: guidano il modo in cui progettiamo, comunichiamo e ci presentiamo.

Abbiamo scelto parole semplici per restare chiari, e valori concreti per restare coerenti.

Ogni elemento comunicativo, dalla bottiglia al linguaggio, nasce da qui: da una visione che unisce cura, leggerezza e funzionalità.

Qualità senza compromessi

L'olio è serio, il tono no. Ma il prodotto resta eccellente: italiano, selezionato, controllato.

Leggerezza

Prendiamo sul serio il contenuto, ma mai troppo sul serio noi stessi.

Tradizione con spirito nuovo

Rispettiamo l'origine dell'olio EVO, ma lo portiamo nel presente, dove serve, come serve.

Funzionalità intelligente

Tutto quello che facciamo deve servire davvero: formato, utilizzo, comunicazione.

Design per la vita vera

Le nostre scelte partono dalla cucina reale, non dai set fotografici.

Logo

Il nostro logo

Il logo di QuBi è stato progettato per essere funzionale, distintivo e memorabile.

Nasce da un equilibrio tra geometria e irregolarità: un'immagine solida, che richiama l'adattabilità del prodotto ma conserva una voce propria e unica.

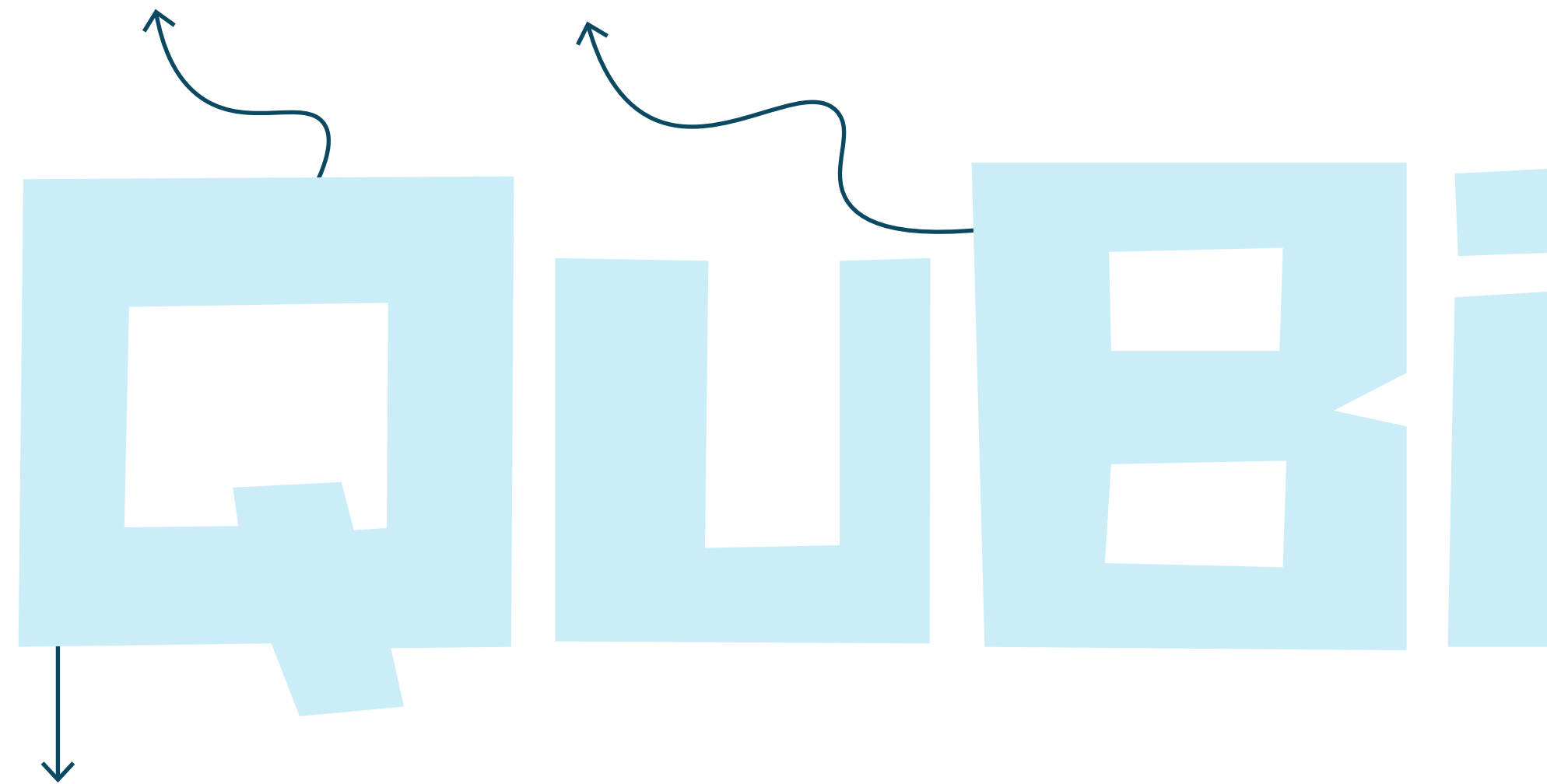
Le lettere riflettono l'identità del brand: amichevole ma non banale, giocosa ma ben strutturata.

È un logo che funziona in piccolo e in grande, su stampa e su schermo, sempre riconoscibile, sempre QuBi.

A large, stylized version of the QuBi logo in a dark blue color. The letters are bold and geometric, with some irregularities that give it a hand-drawn or playful feel. The 'Q' has a thick, slightly irregular tail. The 'u' is simple and blocky. The 'B' has a thick, slightly irregular shape. The 'i' has a thick, slightly irregular stem and a small, slightly irregular dot.

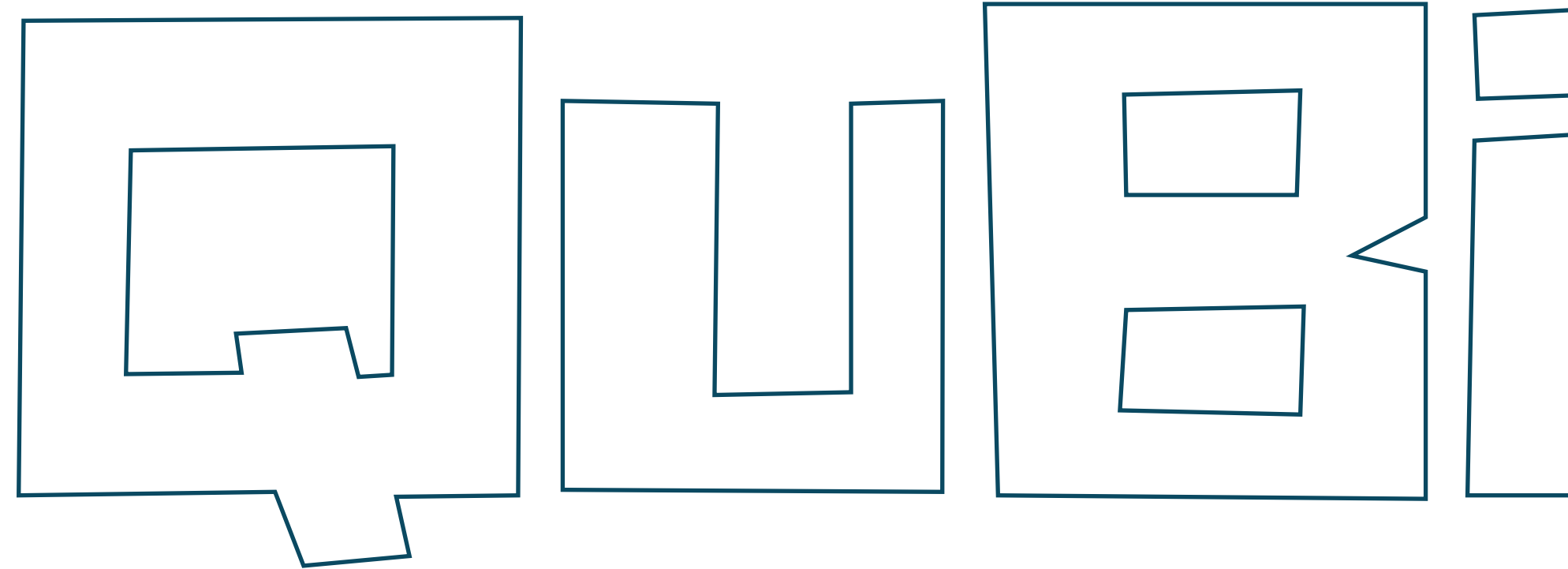
Significati

“Quanto Basta”



**Precisione del dosaggio
data dal cubo (forme nette)**

Costruzione



Lettere provenienti dal font Hitchcut
Spaziatura tra le lettere rivisitata
Q / B maiuscole - u / i minuscole

Versioni

Logo primario

Da utilizzare per garantire chiarezza, leggibilità e spazio sufficiente. È pensato per rappresentare in modo coerente l'identità del brand in tutti i contesti: prodotto, visuale, commerciale.

QUBi

Versioni

Logo esteso

La versione estesa del logo è pensata per contesti più descrittivi o comunicativi, in cui è importante rendere chiaro fin da subito cosa fa il brand, rendendolo subito riconoscibile.

L’inserimento dei termini “OLIO” ed “EVO” esplicita la natura del prodotto, mantenendo la stessa struttura modulare e coerente con l’identità visiva.



Versioni

Monogramma

La versione monogramma del logo, composta dalle sole lettere “Q” e “B”, è pensata per spazi ridotti, foto profilo o contesti informali, dove serve un richiamo compatto ma riconoscibile al brand.

Grazie a questa applicazione, il monogramma mantiene coerenza visiva con il logo primario, anche se semplificato e ridotto.



Clear Space

Per garantire la massima leggibilità e impatto visivo, il logo deve sempre essere circondato da uno spazio libero da altri elementi grafici o testuali. Questa distanza minima è definita dalla dimensione del quadrato interno alla lettera “Q”, che funge da unità per calcolare il margine su ogni lato.

Il clear space protegge l’identità del logo e ne preserva l’efficacia in qualsiasi applicazione: stampa, digitale, packaging o merchandising.



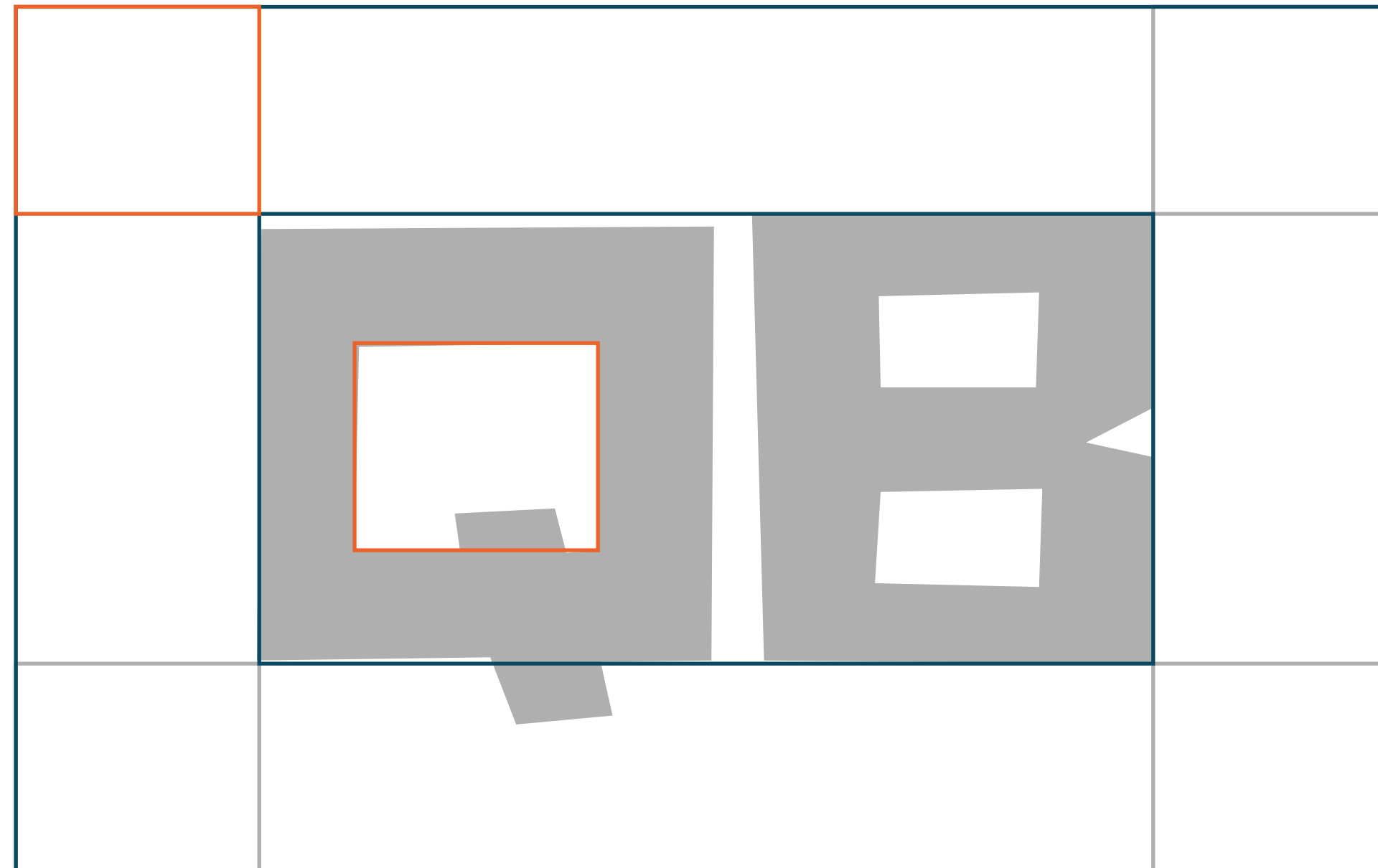
Clear Space

Allo stasso modo, il clear space viene applicato anche al logo esteso, mantenendo la proporzione secondo le stesse regole e dinamiche.



Clear Space

Anche per il monogramma, il clear space viene applicato mantenendo la proporzione.



Colori

Libreria Colori

La palette colori di QuBi è stata progettata per esprimere al meglio la sua identità: pop, fresca e funzionale.
La libreria si articola in tre livelli cromatici (Dark, Core, Light) per offrire massima flessibilità e coerenza in ogni applicazione.

Dark

I colori scuri servono come base visiva solida per titoli, contrasti e sfondi tecnici.
Garantiscono leggibilità e autorevolezza, senza rinunciare alla personalità del brand.

Core

La palette core è il cuore pulsante dell'identità visiva.
Tonalità vivide e riconoscibili, pensate per comunicare energia, funzionalità e freschezza.

Light

Le tinte chiare sono pensate per alleggerire, bilanciare e ampliare il sistema visivo.
Supportano la leggibilità e introducono sfumature più morbide, senza spegnere l'impatto del colore principale.

DARK					
#6B5716 R107 G87 B22 C45 M49 Y99 K44	#671F0B R103 G31 B11 C35 M92 Y98 K54	#06672F R6 G103 B47 C89 M33 Y100 K25	#0A4961 R10 G73 B97 C94 M60 Y40 K32		
CORE					
GIALLO	ROSSO	VERDE	BLU	BIANCO	NERO
#FBC122 R251 G193 B34 C1 M27 Y89 K0	#EB632B R235 G99 B43 C1 M71 Y87 K0	#82C07C R130 G192 B124 C55 M0 Y64 K0	#54BFED R84 G191 B237 C62 M4 Y0 K0	#FCFCFC R252 G252 B252 C1 M1 Y1 K0	#0C0C0C R12 G12 B12 C82 M72 Y62 K91
LIGHT					
#FFE5A4 R255 G229 B164 C0 M10 Y43 K0	#ED805A R237 G128 B90 C1 M60 Y64 K0	#A4DD9E R164 G221 B158 C42 M0 Y49 K0	#CBEDF7 R203 G237 B247 C24 M0 Y4 K0	23	

4 Colori

Colori e Logo

Il logo QuBi si adatta a tutta la palette cromatica mantenendo sempre leggibilità e coerenza.
Ogni combinazione è studiata per garantire contrasto visivo e riconoscibilità, su tutti i canali e supporti.

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

QuBi

4 Colori

Combinazioni Consigliate

Le seguenti combinazioni di colori, sono le quattro principali che caratterizzano l'identità visiva del brand.

QuBi

QuBi



**OLIO
EVO**

QuB

Tipografia

Meet your Type

Hitchcut è il carattere principale del brand QuBi: geometrico, modulare, con un tocco pop e irregolare. Perfettamente in linea con l'identità visiva, trasmette energia e originalità mantenendo forte leggibilità.

È usato per titoli, headline e comunicazioni ad alto impatto.

HITCHCUT

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Font Secondario

Founders Grotesk è il carattere secondario del brand: neutro, solido, versatile. Bilancia lo stile più espressivo del font primario, mantenendo coerenza e chiarezza.

È usato per testi lunghi, sottotitoli, paragrafi descrittivi e applicazioni digitali, dove serve leggibilità e rigore tipografico.

Founders Grotesk

abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ

1234567890

Pesi e Dimensioni

Il sistema tipografico di QuBi si basa su una gerarchia chiara e leggibile.

Ogni peso ha una funzione precisa: dai titoli bold ad alto impatto, ai testi lunghi in regular e light, fino agli usi digitali o editoriali.

La scala di dimensini suggerita garantisce coerenza visiva su tutti i formati e mantiene l'identità grafica solida e riconoscibile.

Founders Grotesk Light
Founders Grotesk Regular
Founders Grotesk Medium
Founders Grotesk Semibold
Founders Grotesk Bold

FOUNDERS GROTESK BOLD
100 PTS.

Questo è un titolo

FOUNDERS GROTESK SEMIBOLD
80 PTS.

Questo è un titolo

FOUNDERS GROTESK MEDIUM
80 PTS.

Metti un titolo qui

FOUNDERS GROTESK REGULAR
22 PTS.

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

FOUNDERS GROTESK LIGHT
72 PTS.

Lorem ipsum dolor sit amet

Utilizzo e combinazioni

Esempi pratici di utilizzo dei due font.

QUBi

OLIO EVO

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

**Extravergine
extrapratico**

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat.

**Quanto
Basta.**

VIVA L'ITALIA

**100%
ITALIANO**

Derivante solo da olive
coltivate in uliveti italiani



Lorem ipsum dolor sit
amet, consectetur
adipiscing elit.

Packaging

Packaging attuale

Il packaging unisce funzionalità e identità visiva.

La bottiglia squeeze da 500 ml è pensata per un uso pratico e controllato, ideale per l'ambiente domestico.

La grafica è costruita su moduli cromatici e tipografici che riflettono la personalità del brand: giocosa, pop, immediata, unica.

Ogni elemento, dal font alla palette colori, è pensato per rendere il prodotto riconoscibile, accessibile e fuori dagli schemi tradizionali dell'olio EVO.

QUBi



Packaging attuale

L’etichetta di QuBi è progettata per equilibrare impatto visivo e informazioni obbligatorie. Colori e forme richiamano il sistema visivo del brand, mentre i contenuti tecnici sono organizzati in modo chiaro e leggibile, senza rinunciare al tono distintivo.

Ogni area, dal claim “Quanto. Basta.” alle tabelle nutrizionali, è stata posizionata con logica funzionale, seguendo la normativa, ma mantenendo coerenza grafica e riconoscibilità.



Composizione



Ecosistema ed espansione

Il sistema grafico di QuBi è stato progettato per evolversi insieme alla gamma di prodotti.

Colori, forme e layout seguono una struttura modulare che permette di declinare il packaging in base alla tipologia o variante (monocultura, aromatizzato, edizione limitata) senza perdere coerenza visiva.

Ogni nuova etichetta mantiene riconoscibilità e stile, ma introduce sfumature uniche che aiutano a distinguere il prodotto, rafforzando al tempo stesso l'identità del brand.

Monocultura

QuBi



Ecosistema ed espansione

Il sistema grafico di QuBi è stato progettato per evolversi insieme alla gamma di prodotti.

Colori, forme e layout seguono una struttura modulare che permette di declinare il packaging in base alla tipologia o variante (monocultura, aromatizzato, edizione limitata) senza perdere coerenza visiva.

Ogni nuova etichetta mantiene riconoscibilità e stile, ma introduce sfumature uniche che aiutano a distinguere il prodotto, rafforzando al tempo stesso l'identità del brand.

Monocultura

QuBi



Ecosistema ed espansione

Il sistema di QuBi è pensato per accogliere varianti di prodotto senza perdere coerenza.

In questo caso, la linea “Olio piccante” adotta una combinazione cromatica più audace, mantenendo struttura, font e linguaggio del brand.

Olio piccante

QuBi



Ecosistema ed espansione

Il sistema di QuBi è pensato per accogliere varianti di prodotto senza perdere coerenza.
In questo caso, la linea “Olio piccante” adotta una combinazione cromatica più audace, mantenendo struttura, font e linguaggio del brand.

Olio piccante

QuBi



Ecosistema ed espansione

Il sistema di QuBi riesce ad accogliere varianti di prodotti profondamente diverse.

In questo caso, la linea “Olio al Tartufo” adotta una combinazione cromatica più naturale, con richiami alla terra e a colori della natura, per facilitare la percezione e la comprensione da parte delle persone.

Olio al tartufo

QuBi



Ecosistema ed espansione

Il sistema di QuBi riesce ad accogliere varianti di prodotti profondamente diverse.
In questo caso, la linea “Olio al Tartufo” adotta una combinazione cromatica più naturale, con richiami alla terra e a colori della natura, per facilitare la percezione e la comprensione da parte delle persone.

Olio al tartufo

QuBi



Applicazioni

Biglietti da visita

Anche nel formato più piccolo, QuBi resta riconoscibile. I biglietti da visita traducono l'identità visiva in modo diretto ed efficace, combinando colori, tipografia e layout in una composizione compatta ma distintiva. Sono pensati per lasciare il segno, proprio come il brand.



SoMe Template

I template social mantengono intatta l'identità visiva del brand, adattandosi ai diversi formati con coerenza e flessibilità.

La combinazione di colori, font e layout garantisce riconoscibilità immediata e continuità visiva tra le piattaforme.



Adesivi

Gli adesivi estendono l'identità visiva del brand in modo giocoso e versatile.

Perfetti per confezioni, spedizioni, punti vendita o materiali promozionali, mantengono coerenza visiva e rafforzano la riconoscibilità del marchio in ogni contesto.



Documentazione

Scarica i file

Tutti gli asset presentati sono archiviati in una cartella Google Drive chiamata “QUBI 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/1C79AvjgXPORUilKg-vKBJfVOXIWblbRO?usp=sharing>

Supporto

Per qualsiasi problema, domanda o dubbio relativo al brand e agli asset presentati, puoi fare riferimento a: hello@fromword.com | www.fromword.com

QUBI

FromWord®