

zapp

Energy drink a base di arance spremute. Questo libro raccoglie le regole visive del brand: logo, colore, tipografia, packaging, movimento, fotografia e tono di voce.

01 l'idea 02 logo 03 colore 04 tipografia 05 packaging
06 movimento 07 fotografia 08 voce 09 social



la carica si vede.

Tutti gli energy drink promettono energia. zapp la mostra. Il tubetto nasce vuoto, ridotto a una linea, e si riempie davanti a chi guarda, spremuta dopo spremuta. Il prodotto finito è la prova di quello che c'è dentro.

dalla linea al pieno

Il segno base del brand è il contorno. Il colore arriva solo con il succo: niente etichette piene, niente decorazioni.

un frutto, un colore

L'arancio non è una scelta di stile, è il prodotto. Tutto il resto, dal blu cobalto al bianco, serve a farlo risaltare.

minuscolo e diretto

zapp parla piano e scrive in minuscolo. La forza la mettono il colore e il gesto, non il volume.

un segno compatto, non una parola.

Il logotipo è disegnato in minuscolo su base Helvetica Neue Bold, con le lettere strette a -65 di spaziatura finché "zapp" diventa un blocco unico. Sul tubetto corre in verticale e si legge dal basso verso l'alto.

versione orizzontale · primaria per comunicazione

zapp

versione verticale · packaging

zapp

area di rispetto



Intorno al logo resta sempre libero uno spazio pari all'altezza della "a". Nessun altro elemento entra in quell'area.

dimensione minima

zapp zapp

Digitale: 72 px di larghezza. **Stampa:** 18 mm. Sotto queste misure le lettere si chiudono e il segno si impasta.

costruzione

base · Helvetica Neue Bold
cassa · solo minuscolo
spaziatura · -65 / 1000 em
rotazione packaging · -90°
descrittore · Helvetica Neue Regular, +15

Il logo è un file vettoriale: non va mai riscritto da tastiera, si usa sempre il file master.



Non in maiuscolo. Il logo esiste solo in minuscolo.



Non deformare. Mai stretchare o schiacciare il segno.



Niente gradienti né ombre. I colori sono sempre pieni.



Niente colori fuori palette. Solo cobalto, bianco, crema o succo.

blu che accende l'arancio.

Cobalto e arancio sono complementari: messi vicini si spingono a vicenda. Il blu è il campo, l'arancio è il prodotto. La crema disegna le linee, il bianco porta il logo.

primario · sfondi, campo visivo

cobalto

HEX #2B47C9
RGB 43 71 201

primario · il succo, il prodotto

succo

HEX #FF8A1F
RGB 255 138 31

profondità, testi su chiaro

cobalto notte

HEX #18298A
RGB 24 41 138

luce del liquido

polpa

HEX #FFB04A
RGB 255 176 74

ombra del liquido

buccia

HEX #E8650C
RGB 232 101 12

linee, contorni

crema

HEX #FFE7B0
RGB 255 231 176

60 cobalto

22 succo

10 bianco

5

Proporzioni indicative in ogni composizione: il cobalto domina, l'arancio arriva sempre come protagonista, il bianco resta per il logo e per i testi. Il bianco sul succo ha un contrasto basso: va usato solo per il logo in grande formato, mai per testi.

una famiglia, due pesi.

Il brand usa la stessa famiglia del logo: Helvetica Neue in Bold per i titoli e in Regular per i testi. Per il digitale, dove Helvetica non è disponibile, si usa Hanken Grotesk.

titoli · bold, minuscolo, -3,5%

aa

Helvetica Neue Bold · web: Hanken Grotesk ExtraBold. Sempre in minuscolo, spaziatura stretta, interlinea 1,0.

testi · regular, minuscolo/maiuscolo

aa

Helvetica Neue Regular · web: Hanken Grotesk Regular. Testi brevi, interlinea 1,5, mai giustificati.

display · 96

squeeze the day.

titolo · 56

100% arancia. 100% carica.

sottotitolo · 22

spremuta ad alta tensione.

testo · 17

Solo arance spremute, zero scuse. La carica che ti serve, nel formato che ti segue ovunque.

dettaglio · 13
mono

energy · 30 ml · arancia 100%

vuoto è un disegno. pieno è un prodotto.

Il tubetto è trasparente e tracciato da una sola linea crema. Le lettere sono solo un contorno finché il succo non le riempie: allora diventano bianche e il logo compare.



stato 1 · la linea



stato 2 · pieno

- a ghiera rigata**
Resta sempre a contorno, anche a tubetto pieno. Segna il punto da cui entra il succo.
- b corpo trasparente**
Forma rastremata verso il basso, contorno crema da 4 pt.
- c logo verticale**
Si legge dal basso verso l'alto. Contorno a vuoto, bianco pieno a contatto con il succo.
- d descrittore**
"energy" in Regular, piccolo e centrato sotto il logo.
- e tappo**
Quattro righe orizzontali come unico dettaglio. Si riempie per primo.

mockup · 2160 × 3840

Otto scene di prodotto: eroe, macro, trio di edizioni, flat lay, orizzontale, pattern, edizione cobalto e versione a linea.



si riempie a scatti, come una mano che spreme.

Il riempimento non è mai fluido e continuo. Segue il ritmo reale di chi sprema: un primo getto, una pausa con qualche goccia, poi spinte brevi fino all'orlo. È la firma animata del brand, la stessa del tubetto in copertina.



camera ferma

Niente zoom né movimenti di macchina. Si muovono solo la mano e il succo: il tubetto resta fermo al centro.

pause vere

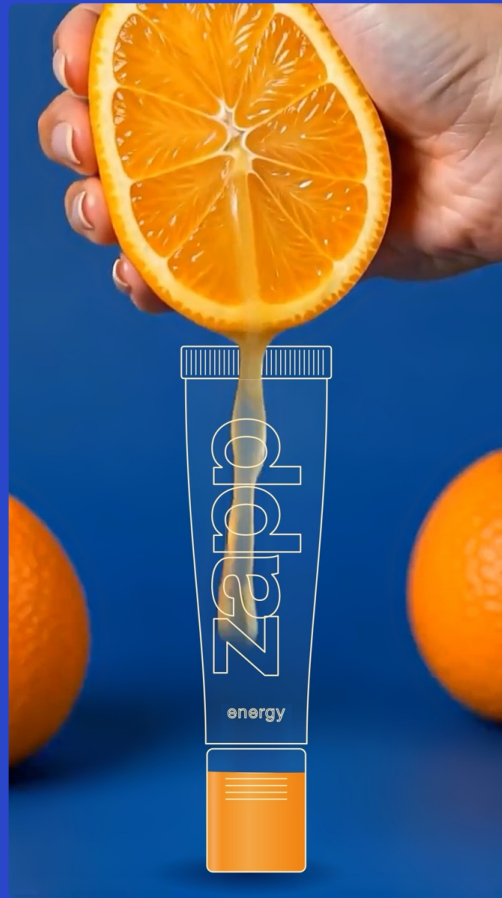
Ogni spinta finisce con una piccola sosta. Senza pause il riempimento sembra un effetto, con le pause sembra un gesto.

loop pulito

La sequenza inizia e finisce con il tubetto vuoto, così il reel si ripete senza stacchi.

arance vere, fondo continuo.

Le immagini sono reali e tattili: la buccia, la polpa, il succo che cola. Il cobalto è un fondale continuo, senza tavoli né oggetti di scena. Il tubetto disegnato entra solo in post-produzione.



il gesto · inizio



la carica · metà



il prodotto · pieno

sì

- Fondale cobalto continuo, luce morbida e laterale
- Arance intere e tagliate ai lati, sfocate in secondo piano
- Mano naturale, manicure nude, nessun gioiello
- Inquadratura verticale, getto di succo sempre al centro

no

- Tavoli in legno, cucine, ambienti riconoscibili
- Altri agrumi o frutti, ghiaccio, bicchieri
- Filtri colorati che spostano il blu verso il viola o il verde
- Testi o adesivi sopra il getto di succo

**poche parole,
tutte in
minuscolo.**

zapp parla come un amico sveglio alle sette del mattino: corto, diretto, con un pizzico di ironia. Mai urlato, mai tecnico.

squeeze the day.

100% arancia. 100% carica.

spremuta ad alta tensione.

**when life gives you oranges...
zapp it.**

parole sì

spremi

carica

pieno

vero

sveglia

succo

parole no

boost

estremo

formula

potenza

!!!

Regole: tutto in minuscolo, anche il nome del brand. Frasi sotto le otto parole. Un solo punto esclamativo è già troppo.

il reel è il prodotto.



Ogni contenuto verticale segue la stessa struttura: il gesto, la pausa, il pieno. La copertina mostra il tubetto pieno con una sola frase al centro.

formato	9:16, 1080 × 1920, H.264, 7-10 secondi in loop
copertina	Fotogramma del tubetto pieno, leggermente scurito. Una frase in minuscolo, bianco, centrata.
area sicura	Testi e logo dentro la fascia centrale 4:5, così si leggono anche nella griglia del profilo.
audio	Suono reale della spremuta in primo piano, musica bassa sotto.
caption	Minuscolo, una riga di gancio, massimo tre righe di testo.