



BRAND IDENTITY DOCUMENT

Il Marchio.

Identità, Processo e Significato

Studio Zamboni — Consulenze Sardegna

01	Lettera del Fondatore	03
	<i>La voce di chi ha costruito lo studio</i>	
02	L'Identità Prima del Logo	04
	<i>Chi è Studio Zamboni: valori, missione, posizionamento</i>	
03	Il Territorio come Matrice	05
	<i>La Sardegna come radice identitaria del marchio</i>	
04	Il Processo Progettuale	06
	<i>Dalla prima idea alle direzioni creative esplorate</i>	
05	La Svolta: Il Sigillo	07
	<i>Il concept definitivo e il suo significato profondo</i>	
06	La Geometria del Marchio	08
	<i>Costruzione, proporzioni e architettura visiva</i>	
07	Il Sistema Tipografico	09
	<i>Cormorant Garamond, Raleway e la logica della scelta</i>	
08	La Palette Cromatica	10
	<i>Navy, oro e avorio: psicologia e significato</i>	
09	Le Versioni del Marchio	11
	<i>Full color, reverse e applicazioni principali</i>	
10	Il Marchio Come Promessa	12
	<i>Il valore trasmesso a clienti e stakeholder</i>	

La voce di chi ha costruito.

Sassari, maggio 2026

Un marchio non nasce in un pomeriggio. Nasce da un percorso. E il percorso, nel mio caso, attraversa molti luoghi, molti settori, molte culture del lavoro.

Sono nato a Milano. Ho costruito la mia esperienza professionale sul campo — nell'industria tecnica, nella GDO, nel turismo, in realtà commerciali nazionali e internazionali, in strutture multinazionali di primo piano. Ho vissuto e lavorato in Inghilterra, in Grecia, alle Maldive, a Torino, a Bologna. Ogni contesto ha lasciato qualcosa: un modo diverso di leggere i problemi, di costruire relazioni professionali, di stare dentro le organizzazioni e capire le persone che le animano.

Nel 2008 ho scelto la Sardegna. Non per convenienza, non per caso: per amore e per famiglia. È una scelta che ha cambiato la mia vita — e che ha dato origine a Studio Zamboni. Da quel momento ho messo a disposizione del tessuto produttivo sardo tutto quello che avevo imparato stando dentro realtà molto diverse tra loro.

Il mio percorso professionale conta oggi oltre 25 anni. Sono anni che precedono e includono Studio Zamboni — anni in cui ho imparato che **la multidisciplinarietà non è una debolezza, è il più grande vantaggio competitivo che un consulente possa avere.**

Questo documento racconta il processo che ha dato forma all'identità visiva dello studio. Non solo il risultato finale, ma il percorso: le domande, le direzioni esplorate, le scelte fatte e quelle scartate. Perché un logo che non ha una storia non vale nulla. Il nostro ne ha una.

Davide Pasquale Zamboni

Fondatore — Studio Zamboni, Consulenze Sardegna

Chi è Studio Zamboni.

IL POSIZIONAMENTO

Prima di disegnare qualsiasi cosa, è necessario capire con precisione cosa si sta rappresentando. Studio Zamboni non è uno studio generalista. È un **interlocutore specializzato** che opera all'intersezione tra finanza d'impresa, compliance normativa, sviluppo strategico e innovazione tecnologica — con un'unica caratteristica distintiva: fa tutto questo **su misura**, per imprese di qualsiasi dimensione, nel territorio sardo con proiezione nazionale.

La struttura è intenzionalmente snella: chi prende il mandato è chi lavora sul mandato, dalla prima analisi alla consegna finale. Nessun intermediario. Presidio diretto.

I VALORI FONDATIVI

Competenza costruita sul campo

Oltre 25 anni di percorso professionale in contesti esigenti: industria tecnica, GDO, turismo, realtà commerciali nazionali e internazionali, strutture multinazionali di primo piano. Non consulenza accademica: sensibilità maturata stando dentro le organizzazioni, capendo le persone che le animano.

Multidisciplinarietà come vantaggio

Settori diversi, culture aziendali diverse, persone diverse — in Italia e all'estero. È questa varietà di esperienze ad aver forgiato un bagaglio che oggi viene messo a disposizione delle PMI sarde non come schema da applicare, ma come capacità di lettura profonda.

Radicamento scelto

Dal 2008 Davide Pasquale Zamboni vive stabilmente in Sardegna. Una scelta fatta per amore e per famiglia — che ha trasformato un territorio in una casa, e una casa in un impegno professionale duraturo.

Approccio su misura

Nessun pacchetto preconfezionato. Il metodo di Studio Zamboni si articola in tre momenti: Analizzare in profondità, Progettare piani operativi misurabili, Accompagnare nell'esecuzione.

Accessibilità reale

Ogni impresa — indipendentemente dalla dimensione — merita lo stesso rigore analitico e la stessa profondità strategica riservati alla grande consulenza. Portare questo livello nel tessuto produttivo sardo è il motivo per cui Studio Zamboni esiste.

"Il logo di Studio Zamboni non rappresenta un'impresa. Rappresenta un percorso."

Radici locali, visione globale.

C'è una differenza tra chi appartiene a un luogo per nascita e chi lo sceglie dopo aver visto altro. Davide Pasquale Zamboni è nato a Milano. Ha costruito la propria esperienza professionale in più paesi e più città italiane. Nel 2008 ha scelto la Sardegna — **per amore e per famiglia**. È una scelta personale diventata professionale: il territorio scelto è diventato il territorio conosciuto, e il territorio conosciuto è diventato il territorio servito.

— RADICI LOCALI, VISIONE GLOBALE

La formula che guida Studio Zamboni — *radici locali, visione globale* — non è uno slogan. È la sintesi biografica del suo fondatore. Chi ha lavorato nell'industria tecnica, nella GDO, nel turismo, in realtà multinazionali, in contesti italiani ed europei diversi, porta con sé una capacità di lettura che non appartiene a chi ha operato in un solo settore o in un solo luogo.

Questa visione non viene imposta al territorio sardo: viene **applicata al suo servizio**. Le metodologie della grande consulenza, tradotte in strategie esecutive per le PMI locali. Il rigore analitico dei mercati internazionali, adattato alla specificità delle imprese sarde.

— CONSULENZE SARDEGNA: UNA DICHIARAZIONE

Il claim **CONSULENZE SARDEGNA** nel marchio è una scelta precisa. In un'epoca in cui molti studi cercano nomi neutri per proiettarsi verso mercati nazionali, Studio Zamboni ha scelto di dichiarare l'appartenenza. Sardegna non è una limitazione geografica: è una specializzazione. Significa conoscere il tessuto produttivo locale, i meccanismi di finanziamento regionali, i tempi e i modi con cui le imprese sarde si muovono.

Abbinata a una visione costruita in anni di esperienze diverse — italiane e internazionali — questa specializzazione diventa un vantaggio difficile da replicare: **competenza globale con presidio locale**.

— L'AVORIO SARDO NEL SISTEMA VISIVO

Il terzo colore della palette — l'Avorio Sardo — è il contributo più diretto del territorio al sistema di identità visiva. Non è bianco: è il colore della luce pomeridiana sul granito, del calcare dei Tacchi, dei muri a secco dell'Ogliastra. Questo colore è emerso nel processo progettuale come scelta naturale: su quel fondo, la tipografia navy e gli accenti dorati trovano la loro risonanza massima.

Dall'idea alle direzioni esplorate.

Il processo di costruzione di un'identità visiva professionale non è lineare. È fatto di ipotesi, verifiche, scarti e intuizioni. Documentare questo processo — anche nelle sue direzioni fallite — è essenziale per comprendere perché il risultato finale è necessario, non arbitrario.

— FASE 1 — IL BRIEF STRATEGICO

Prima di aprire qualsiasi software di grafica, il lavoro è stato di scrittura. Un brief che rispondesse con precisione a tre domande: **chi siamo** (come realtà documentabile), **a chi parliamo** (il profilo del cliente ideale) e **cosa vogliamo trasmettere al primo sguardo**. La risposta alla terza domanda ha guidato tutto: *affidabilità senza freddezza, competenza senza arroganza, radici senza provincialismo*.

— FASE 2 — LE QUATTRO DIREZIONI ESPLORATE

A

Wordmark puro

Un logotipo tipografico basato esclusivamente sul nome STUDIO ZAMBONI. Elegante, moderno, immediato. Scartato perché troppo simile a centinaia di studi professionali europei. Nessuna differenziazione reale.

B

Monogramma SZ

Un monogramma seguendo la tradizione delle sigle bancarie. Autorevole, sintetico. Scartato perché la sigla risultava ambigua in contesti digitali e non portava il territorio dentro di sé.

C

Simbolo culturale sardo

Un simbolo geometrico ispirato alla cultura materiale sarda: nuraghe, mufone, stella di Astarte. Interessante sul piano culturale, problematico su quello professionale. Il rischio del folklore era troppo alto.

D

Il sigillo circolare

■ DIREZIONE SCELTA

Il concept vincente. La forma del sigillo professionale applicata con rigore tipografico moderno. Istituzionale senza essere freddo. Sardo senza essere folkloristico.

Il concept definitivo.

Il momento in cui una direzione progettuale si rivela giusta ha una qualità precisa: smette di sembrare una scelta tra opzioni e diventa l'unica risposta possibile. È successo con il sigillo.

Il sigillo — nella sua accezione storica — è uno strumento di autenticazione. Viene apposto su un documento per certificarne l'origine, la validità, l'integrità. È l'atto con cui un'autorità dice: **questo è autentico, io ne rispondo**. Dalla ceralacca medievale al timbro notarile contemporaneo, questa funzione non è mai cambiata.

CINQUE RAGIONI PER CUI IL SIGILLO ERA LA RISPOSTA GIUSTA

Il sigillo è **universalmente riconoscibile come simbolo di autorità e garanzia** — in qualsiasi cultura, in qualsiasi settore professionale. Non richiede spiegazioni.

La forma circolare è **la più stabile geometricamente**: non ha orientamento preferenziale, funziona identicamente su qualsiasi supporto, in qualsiasi dimensione.

Il sigillo **porta dentro di sé una narrativa**: chi lo appone si assume una responsabilità. Studio Zamboni non si limita a presentarsi — si impegna.

La struttura concentrica permette di **stratificare le informazioni in modo gerarchico**: identità principale, specificazione territoriale, simbolo fondativo al centro.

Il sigillo è **intramontabile**. Non appartiene a nessuna tendenza grafica contemporanea. Era riconoscibile mille anni fa ed è riconoscibile oggi.

"Un sigillo non descrive. Garantisce. Ed è questa la differenza tra avere un logo e avere un marchio."

Costruzione e proporzioni.

L'ARCHITETTURA DEL CERCHIO

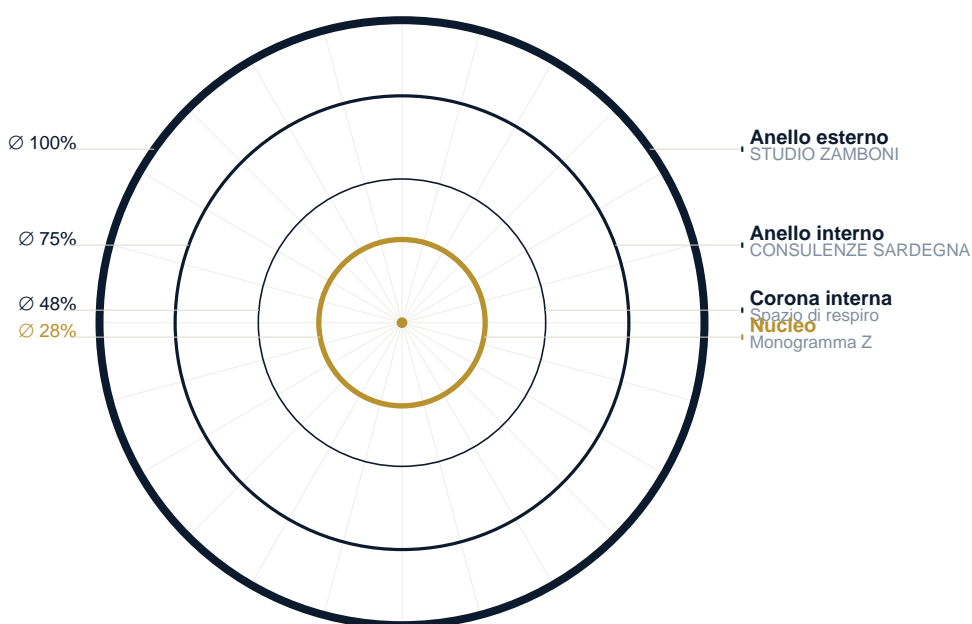
Il marchio è costruito su **quattro cerchi concentrici** con rapporti proporzionali precisi. Non arbitrari: derivati da una griglia modulare in cui ogni elemento trova la propria posizione attraverso un sistema di proporzioni coerente.

L'anello esterno — il più spesso, il più visibile — è il portatore del nome principale. Il suo peso visivo maggiore stabilisce la gerarchia: **il nome prima di tutto**. L'anello intermedio porta il claim territoriale in posizione subordinata ma non marginale.

Il nucleo centrale — delimitato dall'anello dorato — è il punto di massima densità simbolica. È lì che risiede la firma del fondatore, la **Z** come lettera generatrice dell'intera identità visiva.

IL RAPPORTO CON IL VUOTO E LA SCALABILITÀ

Lo spazio bianco tra il nucleo e l'anello intermedio non è spazio residuo: è **respiro necessario**. Permette al simbolo centrale di emergere senza saturare la composizione. Ogni elemento è stato testato alle dimensioni minime: a 16mm di diametro tutti i livelli devono essere distinguibili.



Schema costruttivo · Cerchi concentrici con rapporti proporzionali modulari

Cormorant Garamond e Raleway.

La tipografia non è decorazione. È architettura del pensiero. Ogni carattere porta con sé una storia culturale, un'associazione inconscia, una promessa implicita. La scelta di Cormorant Garamond e Raleway come coppia tipografica istituzionale è stata il risultato di una ricerca che ha confrontato oltre quaranta famiglie tipografiche.

— CORMORANT GARAMOND — LA VOCE DELLA TRADIZIONE

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg

Studio Zamboni — Consulenze Sardegna · Sassari · Sardegna · Italia

Cormorant Garamond · Regular · Italic · Medium · SemiBold · Bold

Cormorant Garamond è una reinterpretazione contemporanea del Garamond cinquecentesco, uno dei caratteri più influenti nella storia della tipografia occidentale. La sua scelta risponde a tre esigenze: **credibilità storica** (il Garamond è il carattere dell'Europa colta, delle istituzioni di valore), **eleganza formale** (le grazie sottili comunicano raffinatezza senza ostentazione) e **presenza nei titoli** (a grandi dimensioni sviluppa un'identità grafica straordinaria).

— RALEWAY — LA VOCE DELLA CONTEMPORANEITÀ

STUDIO ZAMBONI

CONSULENZE SARDEGNA · SASSARI · SARDEGNA · ITALIA

Raleway · Regular · SemiBold · Bold · ExtraBold

Raleway è un sans-serif geometrico di origine inglese, eccezionalmente leggibile sugli schermi a qualsiasi dimensione. Nel sistema visivo di Studio Zamboni svolge una funzione precisa: **portare il futuro accanto alla tradizione**. Dove Cormorant Garamond evoca profondità e storia, Raleway porta chiarezza, modernità e accessibilità digitale. La coesistenza dei due caratteri non è un compromesso: è una dichiarazione.

Navy, oro e avorio.

Il colore è il livello più immediato della comunicazione visiva. Prima della forma, prima del testo — il colore parla. E parla in modo involontario, diretto, quasi biologico. La palette di Studio Zamboni è stata costruita per parlare esattamente quella lingua che il posizionamento richiede.

Navy Profondo

#0C1A2E

COLORE PRIMARIO

Il colore istituzionale dello studio. Blu notte, non nero: il blu notte porta con sé profondità, riflessione, autorità senza aggressività. È il colore delle grandi istituzioni finanziarie europee, delle università di eccellenza. Studio Zamboni entra in questo codice visivo con cognizione di causa: ogni documento su carta intestata navy dichiara un posizionamento preciso prima ancora che venga letta una parola.

#B8922E

COLORE SECONDARIO

L'oro di Studio Zamboni non è lo champagne dei brand di lusso né il giallo-ocra di certi studi legali. È oro ambrato, caldo, quasi brunito: il colore dell'oro fisico visto in luce naturale. Questa scelta è deliberata. L'oro brillante comunica ostentazione. L'oro ambrato comunica **valore reale, competenza conquistata nel tempo, solidità non negoziabile.**

Avorio Sardo

#F2EDE4

COLORE DI SUPPORTO

Il colore del supporto. Nasce dall'osservazione della luce sarda — quella luce meridionale che colora le pietre con una tonalità irriducibile al bianco e al beige. Nel sistema visivo, l'avorio sardo sostituisce il bianco puro come colore di fondo. Il bianco è asettico, freddo. L'avorio accoglie, respira, appartiene al territorio.

Full Color, White e applicazioni.

Un sistema di identità visiva non è un singolo logo: è un **ecosistema di versioni coordinate**, ciascuna ottimizzata per uno specifico contesto di utilizzo. Il marchio di Studio Zamboni prevede due versioni principali con precise regole di applicazione.



REGOLE DI UTILIZZO

Spazio di rispetto: Intorno al marchio deve sempre esistere uno spazio libero di almeno il 20% del diametro del sigillo. Nessun elemento deve invadere questa zona.

Dimensione minima: La versione completa non deve essere riprodotta sotto i 16mm di diametro. Al di sotto, utilizzare il solo simbolo circolare o il logotipo testuale.

Proporzioni: Il marchio non deve mai essere deformato, ruotato o ridimensionato non proporzionalmente. La forma circolare è inscindibile dall'identità.

Sfondi: Full Color su sfondi bianchi, avorio e grigi chiari. White Reverse su sfondi navy, antracite e blu scuri.

Il valore che il logo trasmette.

Un logo non è mai solo un'immagine. È l'involucro visibile di una promessa. E la promessa vale esattamente quanto chi la fa è in grado di mantenerla. Per questo la costruzione di un'identità visiva seria non si può separare dalla costruzione dell'identità reale dello studio che rappresenta.

— COSA VEDE UN CLIENTE AL PRIMO SGUARDO

Quando un imprenditore sardo incontra per la prima volta il marchio di Studio Zamboni, riceve in meno di un secondo una serie di messaggi inconsci che possono aprire o chiudere la relazione professionale.

■ Solidità

Il peso visivo del navy, la precisione geometrica del sigillo, l'equilibrio tra pieni e vuoti comunicano una presenza stabile nel tempo.

■ Professionalità

La qualità tipografica, la coerenza del sistema, la cura dei dettagli comunicano standard elevati applicati in tutto ciò che si fa.

■ Accessibilità

L'oro caldo, l'avorio, la forma rotonda: tutto comunica che questo studio è serio ma non intimidatorio. È per tutti, senza soglie d'accesso.

■ Appartenenza

Il claim CONSULENZE SARDEGNA dice: siamo qui, conosciamo questo territorio, non siamo consulenti calati dall'esterno.

— COSA VEDE UNO STAKEHOLDER ISTITUZIONALE

Quando il marchio appare su un documento per una banca, per un ente regionale, per un istituto di credito, il sigillo diventa quello che storicamente è stato: **una certificazione di identità e responsabilità**. Chi appone un sigillo si assume una responsabilità. Studio Zamboni lo fa in ogni documento, in ogni analisi, in ogni raccomandazione professionale.

"Ogni volta che il nostro logo appare su un documento, stiamo dicendo la stessa cosa: questo è autentico, e noi ne rispondiamo."



STUDIO ZAMBONI

CONSULENZE SARDEGNA

consulenzesardegna.com

direzione@consulenzesardegna.com

+39 392 031 3500

Via Perantoni Gavino Satta 14 - 07100 Sassari (SS) - P.IVA IT03065200903

© 2026 Studio Zamboni - Tutti i diritti riservati - Rating Financial Audit® è marchio registrato

Documento riservato ad uso istituzionale - Riproduzione vietata senza autorizzazione scritta