

Rinnovarsi è bene
TRInnovarsi è meglio

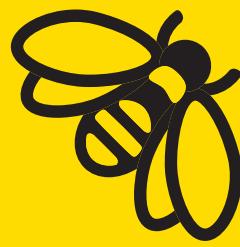
Innovation is good **THREE**nnovation is better



TILE WITH STYLE



EVOLUTION TILE



TILES FULL OF LIFE

COOPERATIVA

C E R A M I C A

IMOLA - DAL 1874



UN NUOVO MODO DI ESSERE E DI PRESENTARSI / BEING DIFFERENT, LOOKING DIFFERENT

"COMPLICARE È FACILE, SEMPLIFICARE È DIFFICILE.
PER COMPLICARE BASTA AGGIUNGERE TUTTO QUELLO
CHE SI VUOLE: COLORI, FORME, AZIONI, DECORAZIONI,
PERSONAGGI, AMBIENTI PIENI DI COSE.

TUTTI SONO CAPACI DI COMPLICARE. POCHE SONO
CAPACI DI SEMPLIFICARE. PER SEMPLIFICARE BISOGNA
TOGLIERE, BISOGNA SAPERE CHE COSA TOGLIERE.

LA SEMPLIFICAZIONE È IL SEGNO DELL'INTELLIGENZA."

COMPLICATING THINGS IS EASY, SIMPLIFYING THEM IS
DIFFICULT.

TO COMPLICATE ALL YOU HAVE TO DO IS ADD STUFF:
COLOURS, SHAPES, ACTIONS, DECORATIONS, PEOPLE,
ROOMS FULL OF CLUTTER.

ANYONE CAN COMPLICATE THINGS.
BUT ONLY A FEW CAN SIMPLIFY.

BECAUSE SIMPLIFYING MEANS REMOVING THINGS, AND
TO DO THAT YOU HAVE TO KNOW WHAT TO TAKE AWAY.
SIMPLIFYING IS A MARK OF INTELLIGENCE.



GIALLO
YELLOW

DALLA RADICE INDOEUROPEA
"GHEL", CHE SIGNIFICA
"GRIDARE".
LA CAPACITÀ DEL GIALLO
APPARE EVIDENTE,
CONFERMATA DALLA PAROLA
IN INGLESE - "YELLOW" -
DERIVANTE DAL VERBO "TO
YELL" TRADUCIBILE CON
URLARE: QUELLA CIOÈ DI SAPER
EVIDENZIARE QUALCOSA

YELLOW COMES FROM THE
INDOEUROPEAN ROOT "GHEL",
OR "YELL", WHICH INDICATES THIS
COLOUR'S ABILITY TO ATTRACT
ATTENTION

COLOR



PANTONE
109

IL GIALLO PURO,
COLORE DELLA LUCE
SOLARE,
ALLEGRIA, FRESCHEZZA,
ENERGIA,
CAPACITÀ DI ATTRARRE
ATTENZIONE

PURE YELLOW,
THE COLOUR OF SUNLIGHT,
HAPPINESS, FRESHNESS,
ENERGY,
ABILITY TO ATTRACT
ATTENTION

•



imola
TILES FULL OF LIFE

INTERNAZIONALIZZAZIONE,
TIPOLOGIA MERCEOLOGICA,
VITALITÀ. RAPPRESENTAZIONE
DELLO SPIRITO AZIENDALE
E DELLA SUA PRODUZIONE

INTERNATIONALISATION,
PRODUCT TYPE, VITALITY.
REPRESENTATIVE OF
THE COMPANY'S SPIRIT
AND PRODUCTION

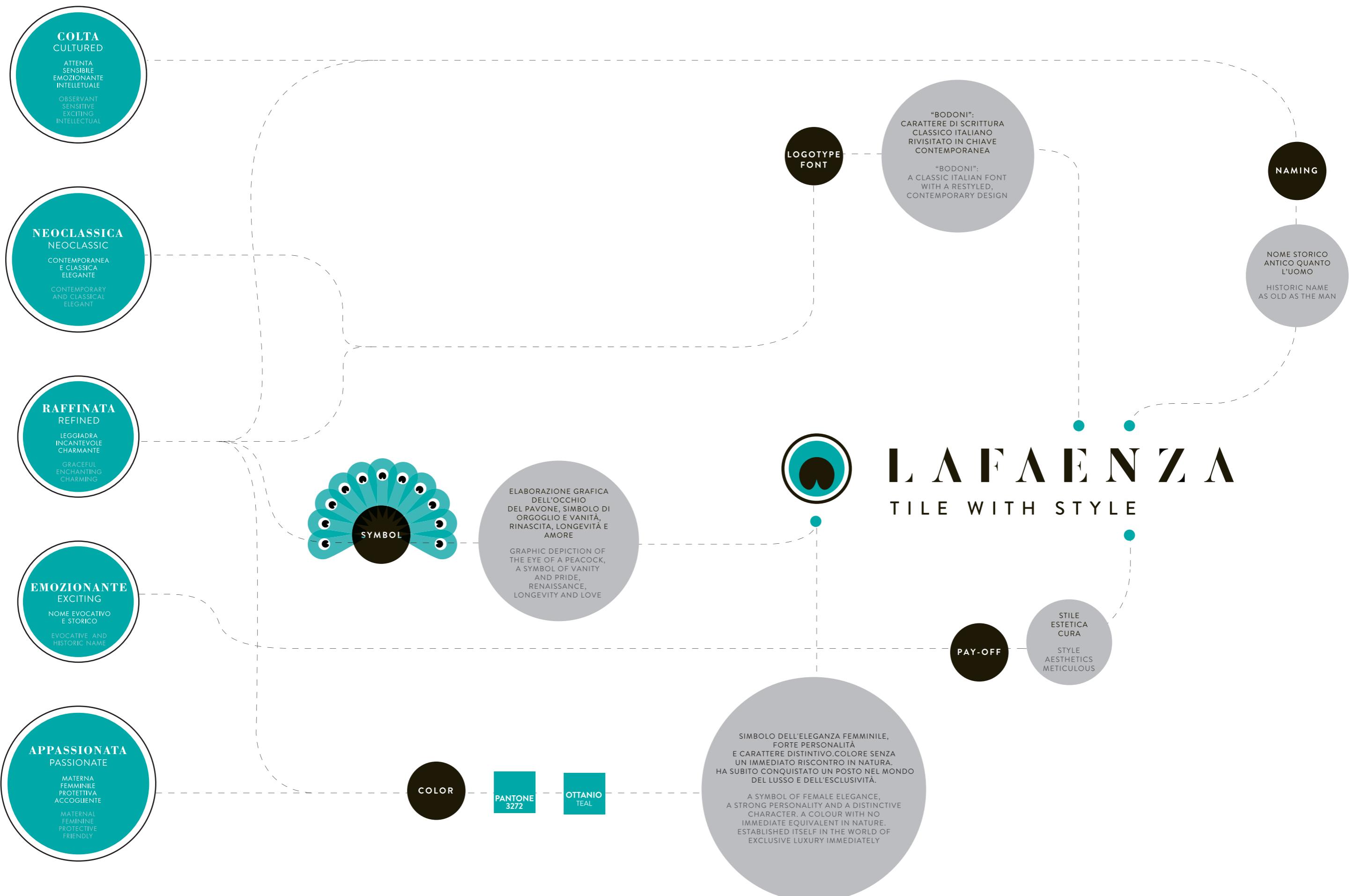
PAY-OFF

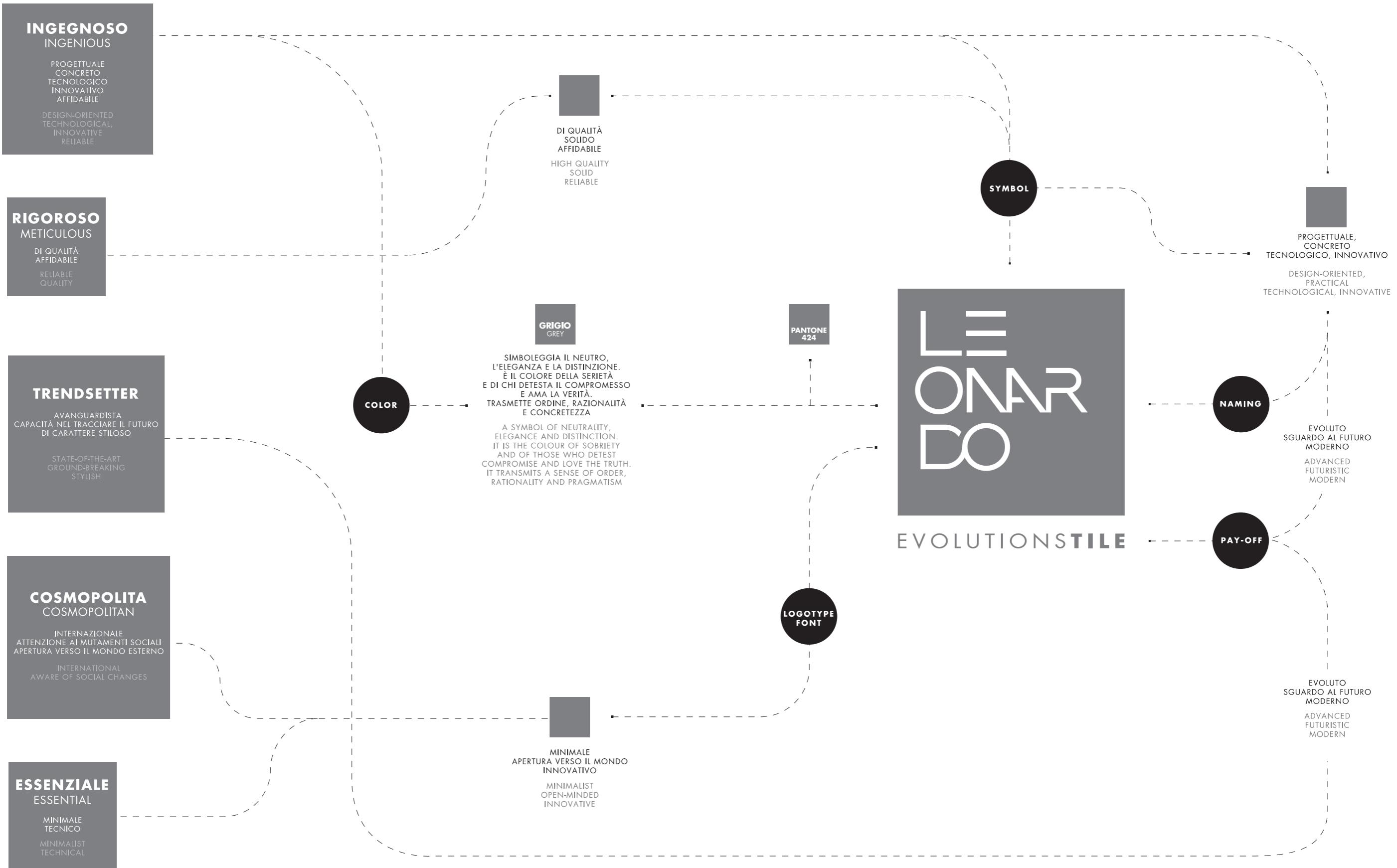
SYMBOL

LOGO
RESTYLING

RESTYLING
MARCHIO FIGURATO
TRASFORMAZIONE
GRAFICA
DEL MARCHIO
TRADIZIONALE
IN UN SEGNO
CONTEMPORANEO

CONTEMPORARY
GRAPHIC RESTYLING
OF TRADITIONAL
TRADEMARK







BRANDS OF:

COOPERATIVA
CERAMICA

IMOLA - DAL 1874

IMOLA, FAENZA E LEONARDO, 3 ANIME PRECISE ED UNITE DA UN UNICO MARCHIO DI FABBRICA.

CAPACITÀ PRODUTTIVA, STORICITÀ ED ESPERIENZA UNITE IN UN LOGOTIPO CAPACE DI TRASMETTERE SOLIDITÀ, AFFIDABILITÀ E VITALITÀ.

LA PAROLA CERAMICA, RIMARCATA DALLA CAMPITURA GIALLA, EVIDENZIA IL SETTORE MERCEOLOGICO IN CUI L'AZIENDA OPERA, PRIVILEGIANDO COSÌ LA SUA ANIMA INDUSTRIALE ED IMPRENDITORIALE.

IMOLA, FAENZA AND LEONARDO ARE 3 DIFFERENT SPIRITS UNITED BY ONE TRADEMARK.

PRODUCTION CAPACITY, HERITAGE AND EXPERIENCE ARE ALL COMBINED IN A SINGLE LOGO THAT TRANSMITS A POWERFUL SENSE OF EXPERIENCE, RELIABILITY AND VITALITY.

THE WORD 'CERAMICA', UNDERLINED BY THE YELLOW BACKGROUND, HIGHLIGHTS THE PRODUCT SECTOR THE COMPANY OPERATES IN WHILE ALSO EMPHASIZING ITS INDUSTRIAL AND ENTREPRENEURIAL SPIRIT.



A BRANDS OF
COOPERATIVA CERAMICA D'IMOLA S.p.A.