



1. Overview

1.1 Carta di identità

1.2 Brand Purpose

Radar Consulting

PERSONALITY

Much like people, brands also have character, an attitude, a style, a way of behaving, positioning themselves and relating to the people and things around them

Autorevole, col sorriso - Efficaci - Ingegnosi - Ricettivi - Al passo con i tempi

VALUES

They are the foundations and final conditions of the company and brand's behaviours and actions

Concretezza - Meritocrazia - Benessere comune - Empatia

BRANDBELIEF(BELIEVESIN)

This is the deep belief that animates the brand and on which it builds its Purpose

Il lavoro è una parte fondamentale della nostra vita e della costruzione della nostra identità

BRANDPURPOSE(EXISTSTO)

Why do I exist? The BP answers this question and guides everything the brand achieves like a beacon

- 1) Far incontrare aziende e persone per realizzare insieme la crescita sana dell'individuo, del business e della collettività.
- 2) Far incontrare aziende e persone per realizzare insieme in modo etico e sostenibile la crescita delle persone e delle aziende.

REASONSTOBELIEVE

The tangible and intangible reasons allowing us to carry out our Mission

Selezione di aziende di valore - Capillarità - Garanzia placement - Corpo Docenti fatto di professionisti - Metodo Radar

Il nostro talento.

In Radar crediamo che il lavoro sia una parte fondamentale della vita delle persone e che contribuisca a costruire la loro identità. Per questo la nostra missione è quella di far incontrare aziende di valore e persone di talento per realizzare insieme una crescita sana di individuo, business e collettività, con un approccio che non dimentica l'etica e la sostenibilità.

2. Brand Elements

- 2.1 Logo
- 2.2 Logo academy e recruiting
- 2.3 Loghi executive e attraction
- 2.4 Photography style
- 2.5 Typography
- 2.6 Icon system
- 2.7 Infographics

Introduzione

Le pagine seguenti forniscono un manuale completo per tutte le parti interessate, volto a ispirare, spiegare, facilitare e moderare la comunicazione dell'identità del marchio Radar attraverso tutti i punti di contatto.

Logo



Costruzione



marchio

inclinazione

Positivo



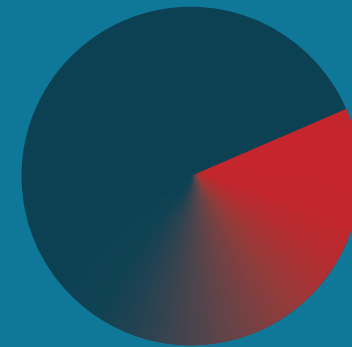
Negativo



Questa alternativa va concordata con l'azienda.



Logo solo pittogramma e con pay off



Dove il talento incontra l'opportunità.



Dove il talento incontra l'opportunità.

Area di rispetto



Dimensioni minime

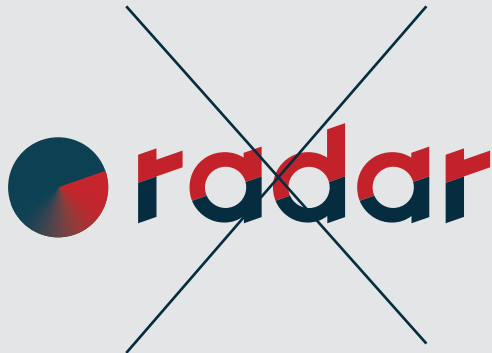
print
5 mm



digital
15 px



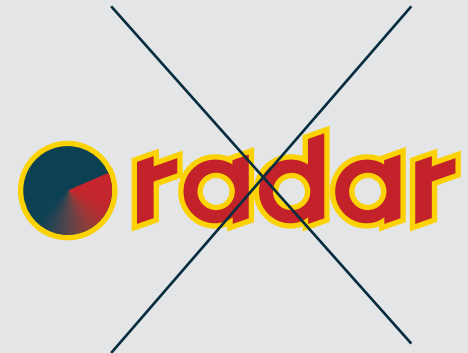
Logo Usage: Don'ts



Non distorcere la composizione del logo



Non distorcere la composizione del logo



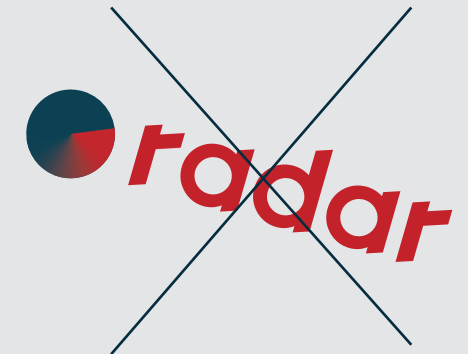
Non distorcere la composizione del logo



Non distorcere la composizione del logo



Non distorcere la composizione del logo



Non distorcere la composizione del logo

Colori Primari e Secondari

Colori Primari

BLU_1

CMYK 96 / 60 / 40 / 40
RGB 4 / 66 / 85
HEX #044255
PANTONE 548C

BLU_2

CMYK 100 / 75 / 45 / 50
RGB 11 / 45 / 68
HEX #0b2d44
PANTONE 302C

ROSSO

CMYK 16 / 100 / 95 / 6
RGB 195 / 26 / 30
HEX #C4171D
PANTONE P 53-8 C

Colori Secondari

GRIGIO

CMYK 0 / 0 / 0 / 11
RGB 235 / 235 / 235
HEX #ebebeb
PANTONE P 179-2 U

BIANCO

CMYK 0 / 0 / 0 / 0
RGB 255 / 255 / 255
HEX #ffffff

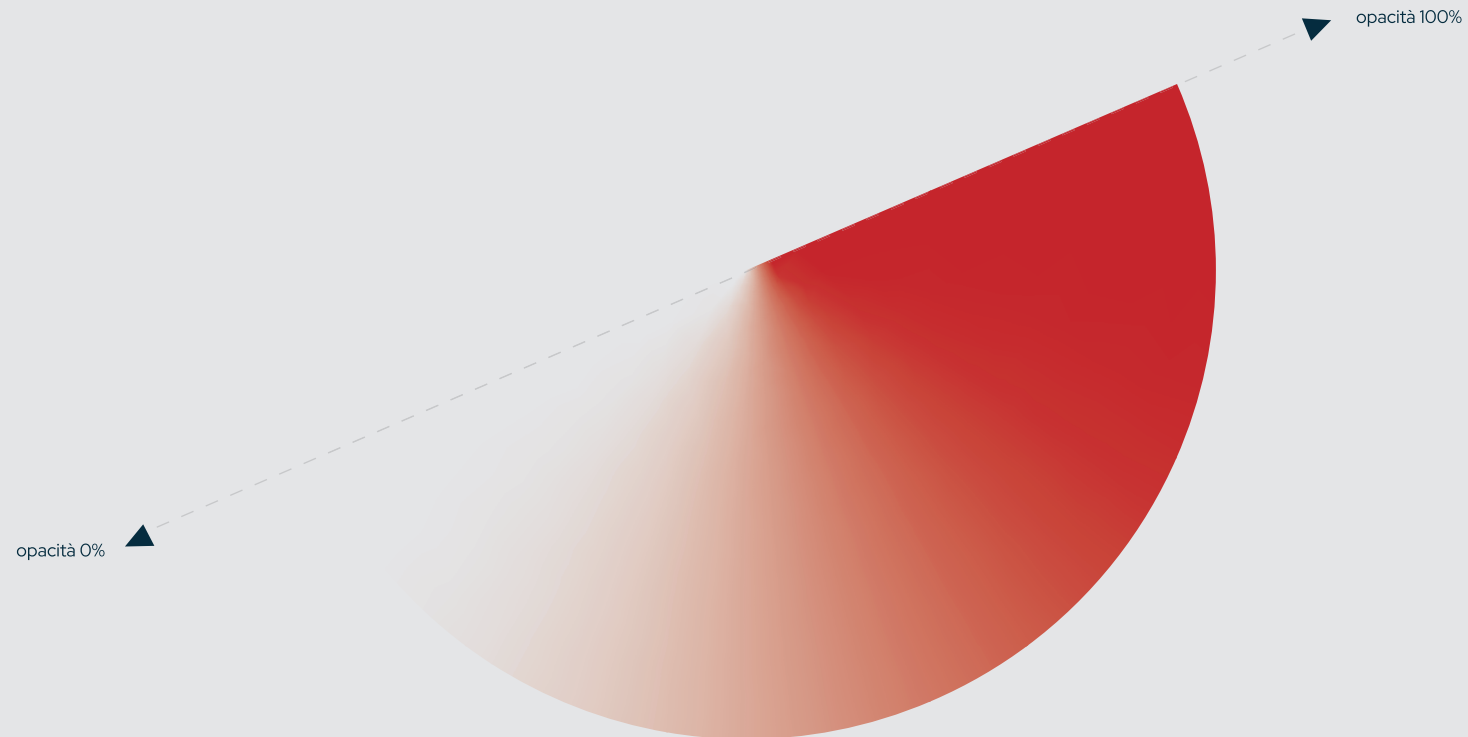
BLU_3

CMYK 86 / 40 / 25 / 9
RGB 1 / 117 / 153
HEX #017599
PANTONE 7461C

BLU_4

CMYK 90 / 52 / 35 / 22
RGB 20 / 89 / 116
HEX #145974
PANTONE 7469C

Gradiente: Costruzione



Gradiente: Utilizzo



versione 1

versione 2

versione 3

Logo Radar academy

Positivo



Negativo



Logo Radar recruiting

Positivo

Negativo



Logo Radar executive e Radar attraction

Positivo



Negativo



Logo Radar campus e Radar awar

Positivo



Negativo



Fotografia

Il trattamento fotografica di Radar dovrà essere luminoso e solare, con persone ritratte in situazioni reali, con espressioni positive e rilassate.

È consigliato prediligere scatti spontanei di momenti di vita, in contesti positivi e rilassati. È consentito l'utilizzo di persone o composizioni scontornate.

L'intenzione della fotografia è di trasmettere autenticità, relazioni, un forte legame con la realtà e i valori espressi dal brand.

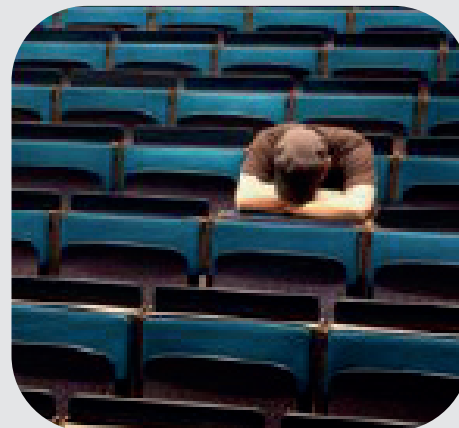


Fotografia: Dont's

Il trattamento fotografica di Radar non dovrà mai essere contrastato, scuro, con luci predominanti e ombre troppo accentuate.

È consigliato prediligere scatti non rivolti in camera, per mantenere un maggiore realismo e spontaneità dei momenti di vita.

L'intenzione delle persone ritratte non dovrà mai essere negativa, pessimista, o in composizioni innaturali e non spontanee.



Font primario: Red Hat Display

Red Hat Display Light

Red Hat Display Regular

Red Hat Display Medium

Red Hat Display SemiBold

Red Hat Display Bold

Red Hat Display ExtraBold

Red Hat Display Black

Font secondario: Red Hat Display Italic

Red Hat Display Light Italic

Red Hat Display Regular Italic

Red Hat Display Medium Italic

Red Hat Display SemiBold Italic

Red Hat Display Bold Italic

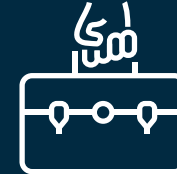
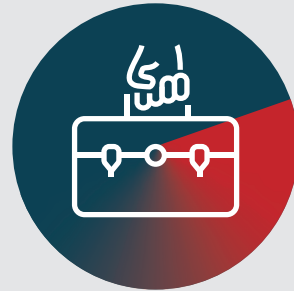
Red Hat Display ExtraBold Italic

Red Hat Display Black Italic

Icon Style

Le icone presentano un trattamento outline con punto quadrato.

Possono essere utilizzate sia inserite nel gradiente Radar, sia singolarmente su sfondi monocromatici o fotografici.

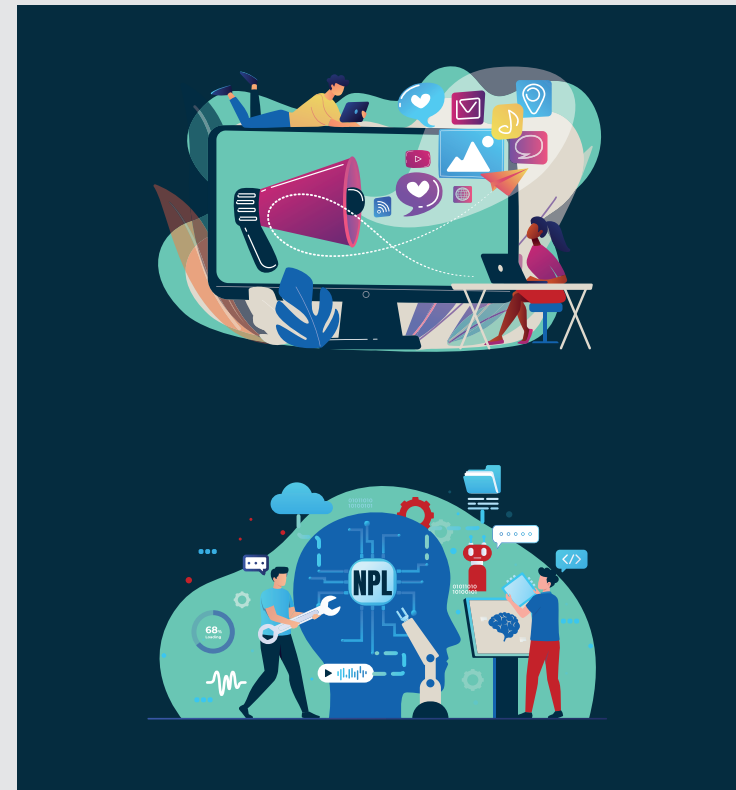


Infographic Style

Le infografiche devono seguire uno stile flat design ma con un trattamento anche metaforico per supportare i vari.

Touch point e materiali del brand.

2.2 Colour Palette, virando le cromie sulla base dei codici colori.



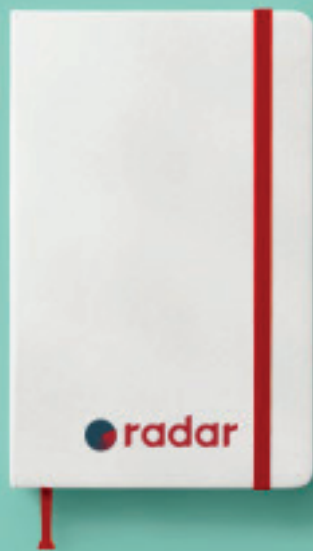
3. Applications

A large, abstract graphic element on the right side of the slide. It consists of a solid red area at the top right, which transitions into a lighter orange and yellow gradient towards the bottom left, creating a sense of depth and movement.

Introduzione

Le pagine seguenti forniscono un manuale completo per tutte le parti interessate, volto a ispirare, spiegare, facilitare e moderare la comunicazione dell'identità del marchio Radar attraverso tutti i punti di contatto.

Merchandising



Special Day



Ragno



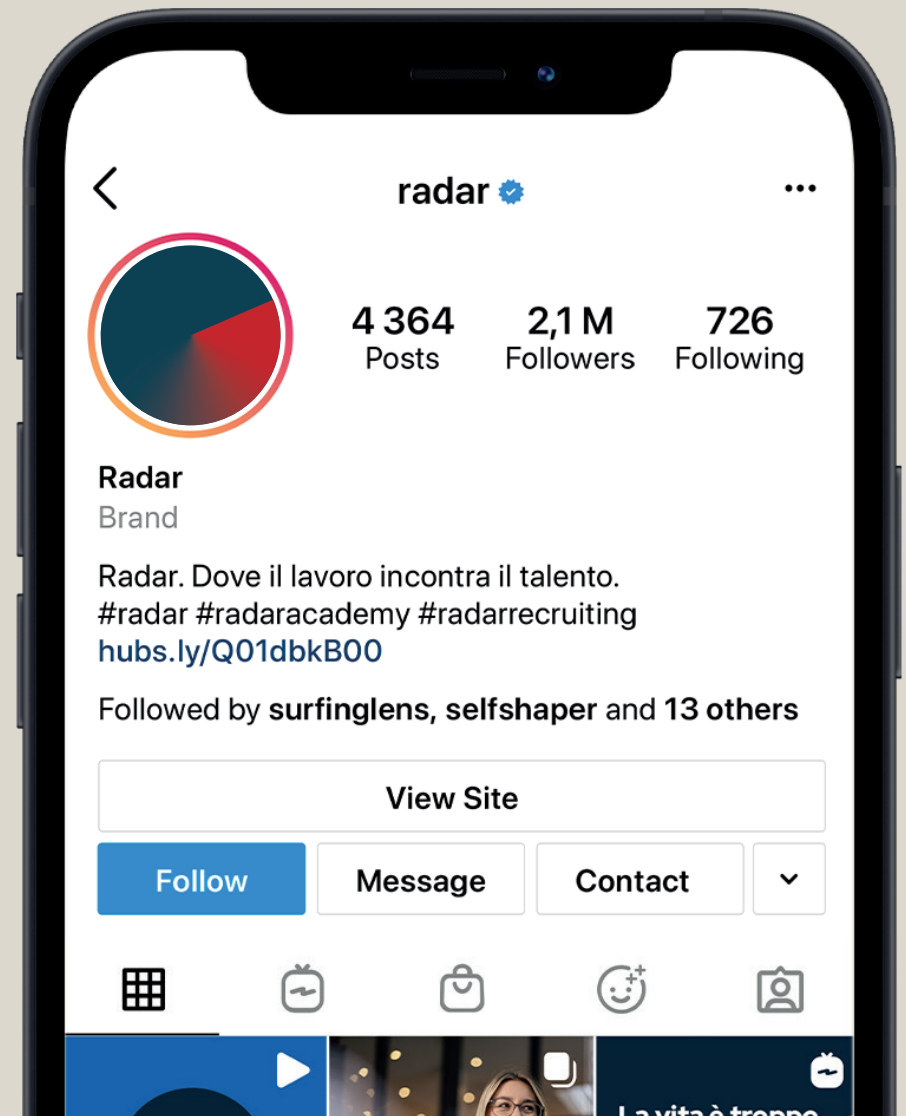
4. Social



Introduzione

Le pagine seguenti forniscono un manuale completo per tutte le parti interessate, volto a ispirare, spiegare, facilitare e moderare la comunicazione dell'identità del marchio Radar attraverso tutti i punti di contatto.

Immagine profilo



Post: RADAR TALK e SKILL IN PILLS



RADAR TALK

60minuti
per...

usare LinkedIn
come **leva per la tua carriera**



Con **Mattia Farci**,
Global HR Manager
Prada Group - Marchesi 1824

 18 novembre ore 18:00



Post: WELCOME DAY

WELCOME DAY 2025

Con i **Master** inizia
un nuovo capitolo
della vostra vita.
Il vostro futuro.

OSPITE SPECIALE

Valentina Marini
Blogger e Autrice
Linkedin Top Voice Lavoro

 **radar**
academy



WELCOME DAY 2025

Con i **Master** inizia
un nuovo capitolo
della vostra vita.
Il vostro futuro.

OSPITE SPECIALE

Valentina Marini
Blogger e Autrice
Linkedin Top Voice Lavoro

 **radar**
academy



Post: Ingresso in Stage e Radar for Talent



Post: ADV

**MASTER in
ARTIFICIAL INTELLIGENCE
& INNOVATION MANAGEMENT**

Fai carriera nel campo dell'**Intelligenza Artificiale**, guidando
il **cambiamento** e sostenendo la **trasformazione digitale**



 **Online**

 **Durata 6 MESI**

 **Con stage retribuito**



**MASTER in
ARTIFICIAL
INTELLIGENCE
& INNOVATION
MANAGEMENT**

 **Online**

 **Durata 6 MESI**

 **Con stage retribuito**





4. Off line

Introduzione

Le pagine seguenti forniscono un manuale completo per tutte le parti interessate, volto a ispirare, spiegare, facilitare e moderare la comunicazione dell'identità del marchio Radar attraverso tutti i punti di contatto.

Attestato

ATTESTATO DI FREQUENZA



MASTER

in

Sales & Marketing Management

Mario Rossi

Ha dimostrato durante le sessioni teoriche e le esercitazioni di avere acquisito le necessarie abilità e competenze.

Live Streaming, 12 ottobre 2024 - 11 maggio 2025

Milano, 22 aprile 2025

Il Legale Rappresentante



Il Responsabile Didattico



Organizzazione con sistema di qualità certificato ISO 9001:2015

Manifesti

