

2026



# HEART BOOK



# INDICE



- 1. Il viaggio di AmorSì
- 2. Logo
- 3. Palette
- 4. Tipografia
- 5. Fotografia
- 6. Comunicazione
- 7. Target
- 8. Prodotti
- 9. Contatti

# 1. IL VIAGGIO DI AMORSÍ...



## ATTO I: LE RADICI

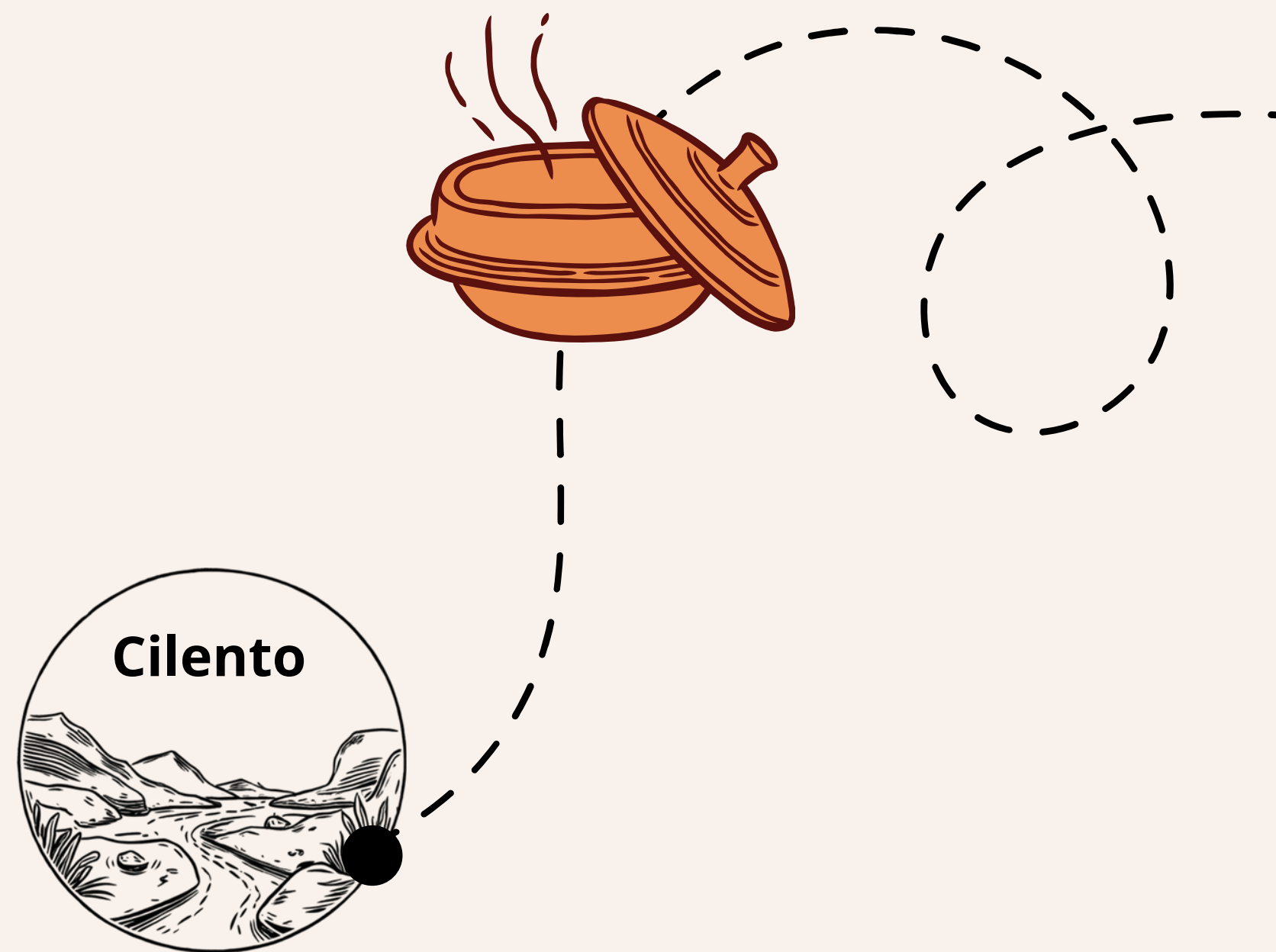
Tutto comincia in un sentiero del Cilento, dove il tempo sembra essersi fermato. Qui, tra ulivi secolari e il profumo del rosmarino selvatico.

Il pasto non è mai stato solo "cibo".

È sempre stato un rito: il vapore che sale dalla pentola, il sapore della terra, la lentezza di una tradizione che nutre l'anima, mentre il mondo fuori dal Cilento ha iniziato a correre.

Abbiamo visto studenti sui libri e lavoratori alle scrivanie sacrificare quel rito per un panino freddo o un pasto veloce senza identità.

Ci siamo chiesti: è possibile portare quel calore ovunque, senza tradire la natura? ■



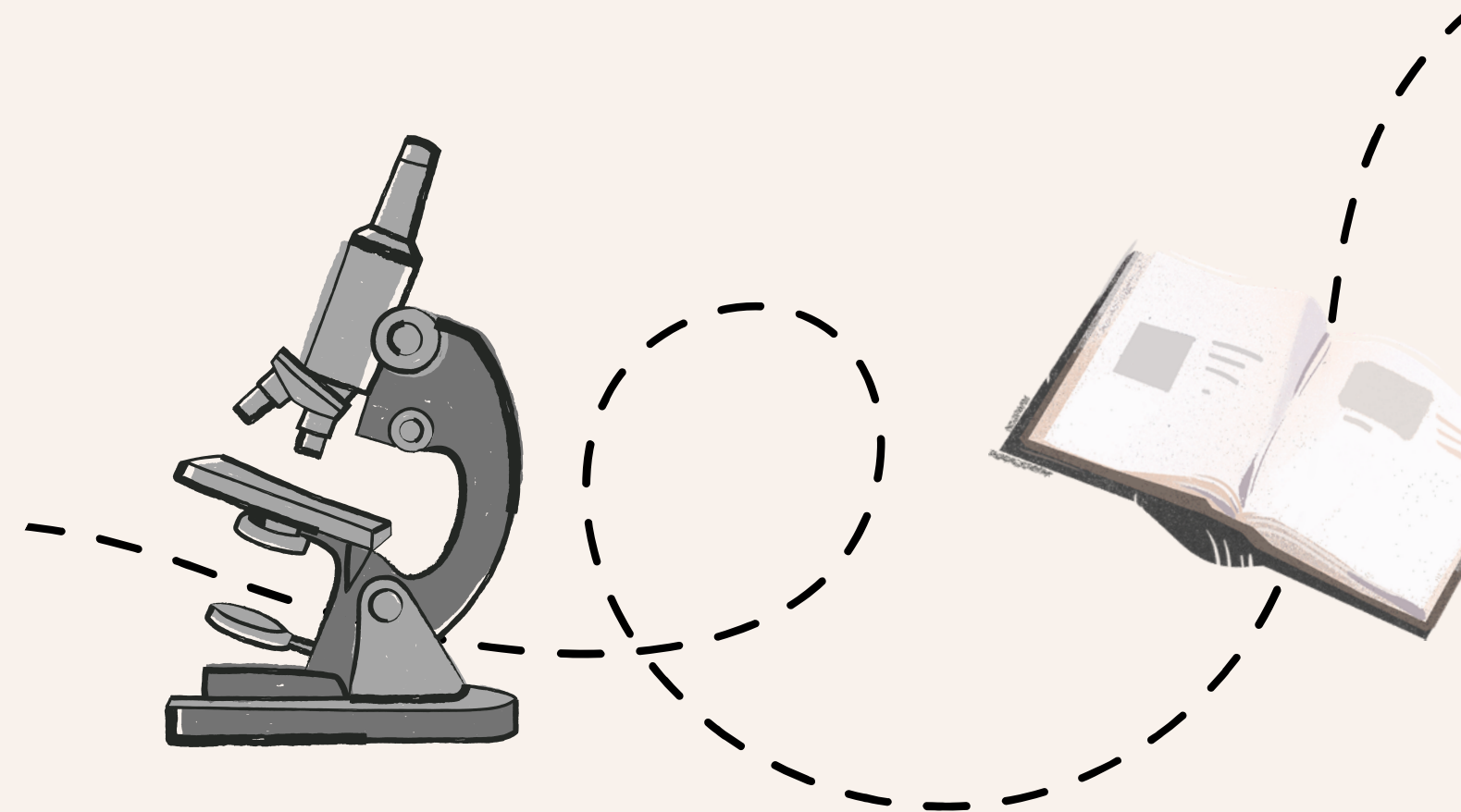
# 1. IL VIAGGIO DI AMORSÌ...

La risposta è nata dall'unione tra la sapienza contadina e l'innovazione scientifica. Abbiamo racchiuso le ricette della tradizione in uno scrigno tecnologico. Non volevamo microonde, non volevamo cavi elettrici. Volevamo la libertà pura.

Così è nato il packaging di AmorSì. Una reazione naturale, un semplice gesto, e in pochi minuti il vapore sprigiona i profumi di casa. Abbiamo selezionato gli ingredienti migliori, quelli che seguono il ritmo delle stagioni, e creato linee che rispettano ogni scelta: dal vegano al gluten-free, perché il calore del Cilento deve essere per tutti.



## ATTO II: LA SCINTILLA



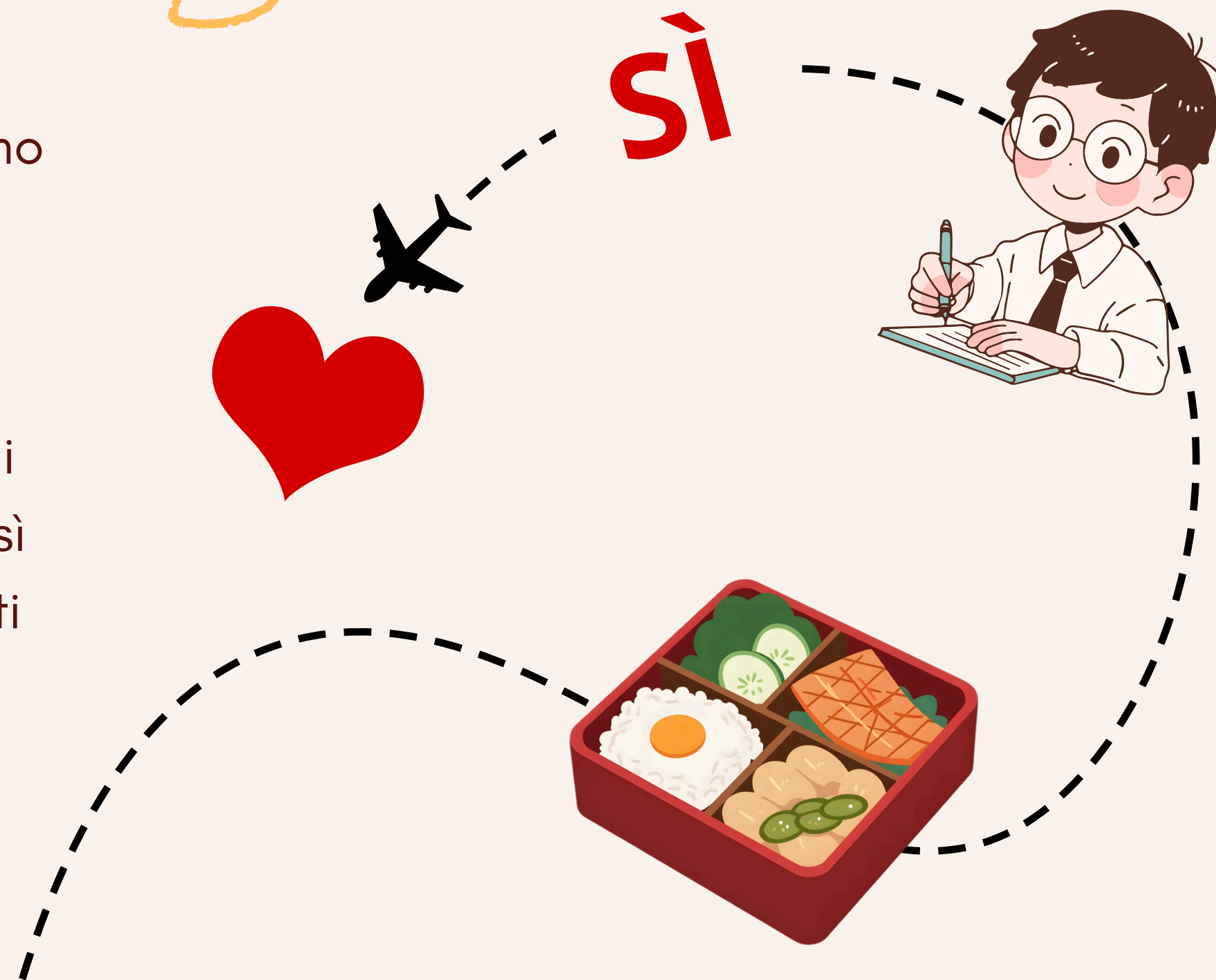
# 1. IL VIAGGIO DI AMORSÌ...



## ATTO III: LA LIBERTÀ

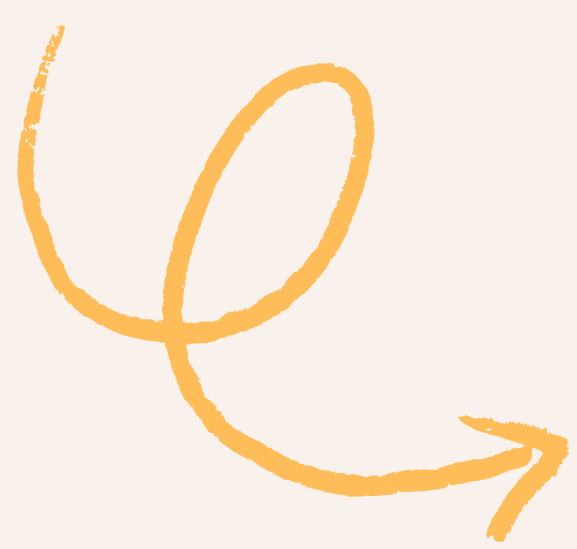
Oggi, AmorSì è con lo studente che ripassa per l'ultimo esame, con il professionista che non rinuncia alla qualità tra una call e l'altra, e con l'escursionista che guarda il tramonto da una vetta.

Non vendiamo solo pasti pronti. Vendiamo il potere di dire "Sì" a se stessi. Sì alla qualità, sì alla tradizione, sì alla praticità: ovunque tu sia, nel momento in cui gusti AmorSì, sei a casa!



Un amore preso 'a morsi'





# MISSION



Portare l'eccellenza e la biodiversità del Cilento nelle giornate frenetiche di studenti, lavoratori e avventurieri, attraverso un sistema di confezionamento rivoluzionario che trasforma un pasto pronto in un'esperienza gourmet calda e nutriente, nel totale rispetto della stagionalità e delle diverse esigenze alimentari.

I pilastri della Mission:

- **Accessibilità:** Soluzioni per chi ha poco tempo.
- **Tecnologia:** Il packaging esoergonico come facilitatore di esperienza.
- **Inclusività:** Un'offerta che abbraccia le linee Vegan, Gluten-free e Traditional.
- **Territorialità:** Ingredienti a km zero e alta qualità.





# VISION

Vogliamo essere il *punto d'incontro universale* tra **il ritmo della vita moderna** e il **calore della tradizione gastronomica italiana**, rendendo il benessere di un pasto caldo un diritto *accessibile* a chiunque, ovunque e senza compromessi.

## PERCHÈ QUESTA VISION?

La visione proietta l'azienda nel futuro.

Non parla solo di cibo, ma di **libertà**: la libertà di non essere vincolati a una cucina (grazie al packaging autoriscaldante) pur mantenendo lo standard qualitativo della Dieta Mediterranea, di cui il Cilento è culla.

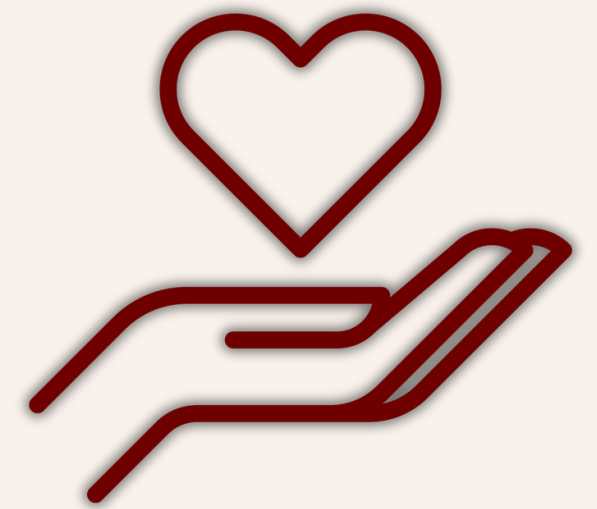


# VALORI

## **Innovazione Sostenibile dell'Amore:**

Il nome stesso suggerisce un atto d'amore *verso se stessi* (Amor-Sì) mangiando bene e l'amore *verso il buon cibo tradizionale* (a-Morsi), veloce ma sano.

- **Il Calore del Comfort:** un pasto caldo non solo come una necessità biologica, ma come un conforto psicologico. La nostra tecnologia non serve a "velocizzare" il consumo, ma a "restituire dignità" alla pausa pranzo.
- **Rispetto per la Terra:** Utilizziamo il Cilento non come un semplice fornitore, ma come una guida etica. Seguiamo il ritmo delle stagioni perché la natura sa cosa serve al corpo in ogni periodo dell'anno.
- **Scienza al servizio del Gusto:** Sfruttiamo le reazioni naturali (processi esoergonici) per eliminare la dipendenza dall'elettricità, rendendo il cibo libero di viaggiare dalle biblioteche alle vette delle montagne.



Il gusto di casa, ovunque tu sia.



AMORSÌ

## 02. LOGO



Il logo di Amorsì rappresenta visivamente i valori fondamentali del brand: **tradizione**, **passione** e **autenticità** della cucina italiana.

Il logotipo è caratterizzato dal nome "AmorSi", in cui la LETTERA "O" è sostituita da un cuore stilizzato che evoca **l'amore** per il buon cibo e per se stessi.

Ciò che rende il logo davvero riconoscibile è il simbolo della FORCHETTA che accompagna un boccone di SPAGHETTI, un gesto quotidiano, semplice e universale, con un tipico pasto della tradizione italiana.

- Il MANICO ricurvo della forchetta da una sensazione di dinamicità e richiama la **rapidità** e la **praticità** di preparazione del piatto.

Nel complesso, il logo esprime un'identità **calda**, **familiare** e **accessibile**, capace di trasmettere **fiducia**, **genuinità** e **amore** per la buona cucina.

# 02. LOGO

## DIMENSIONI

### AREA DI RISPETTO DEL LOGO PRINCIPALE

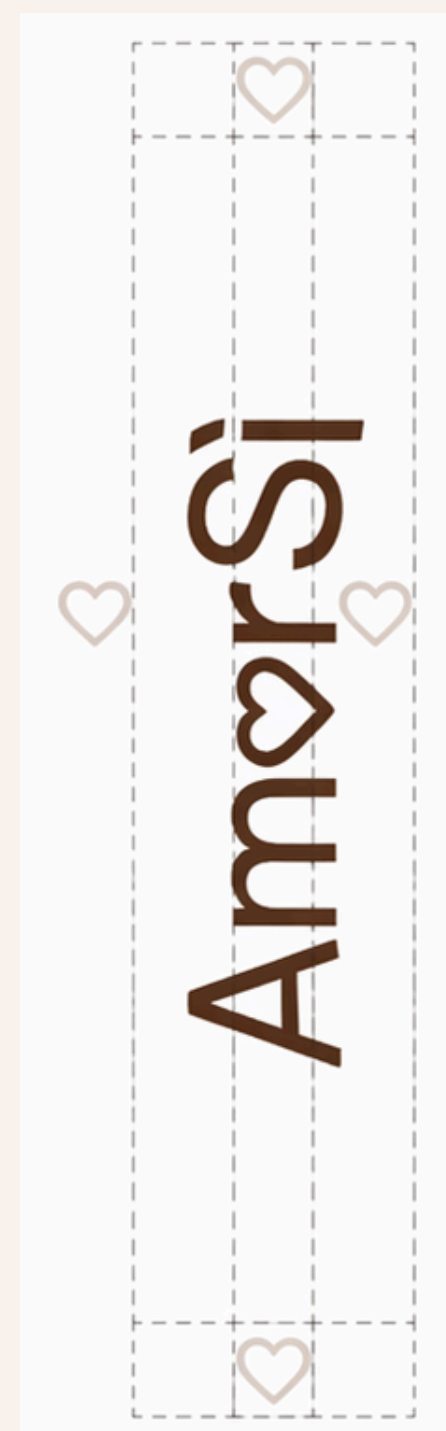
25% della larghezza del cuore



### DIMENSIONE MINIMA

Per stampa: 25.0mm

Per web: 120pixel



### AREA DI RISPETTO DEL WORDMARK

25% della larghezza della 'S'

### DIMENSIONE MINIMA

Per stampa: 20.0mm

Per web: 70 pixel

Per la riconoscibilità del logo,  
questa dimensione minima  
non deve essere superata.

al di sotto di queste misure  
sconsigliamo l'utilizzo del logo  
e del wordmark.

# 02. LOGO

## LINEE DI APPLICAZIONE

NON È CONSENTITO:

- alterare i colori ufficiali
- modificare le proporzioni o deformare il logo
- ruotare o inclinare il marchio
- applicare effetti grafici non previsti
- cambiare il font o gli elementi grafici
- utilizzare il logo in condizioni di scarsa leggibilità



Il rispetto di queste regole garantisce coerenza e riconoscibilità in tutte le applicazioni del brand.

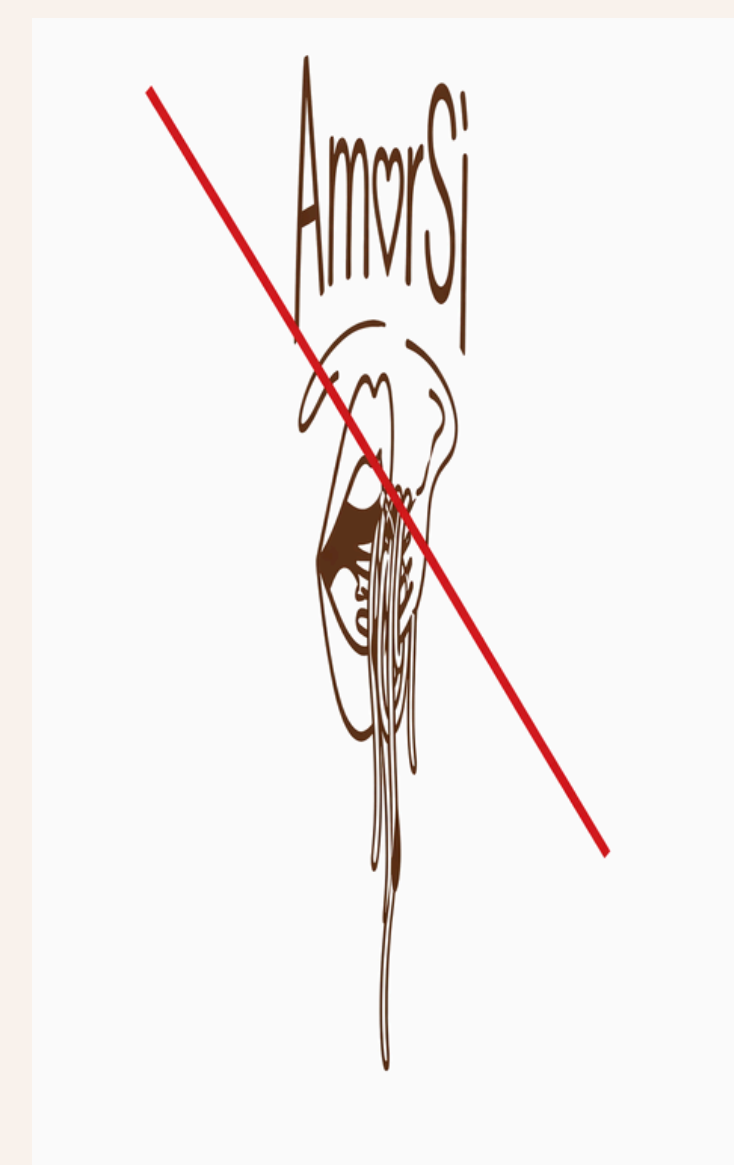
# 02. LOGO

## LINEE DI APPLICAZIONE

CORRETTO



SCORRETTO



# 03. PALETTE COLORI



## PRIMARI

#E6C69E

#576B20

#FFE366

#963326

Il **beige caldo** (#E6C69E) richiama la terra, i cereali e le materie prime genuine, trasmettendo autenticità e semplicità.

Il **verde oliva** (#576B20) è il colore più direttamente legato al territorio cilentano e alla sua anima agricola, evocando uliveti, natura e biologico.

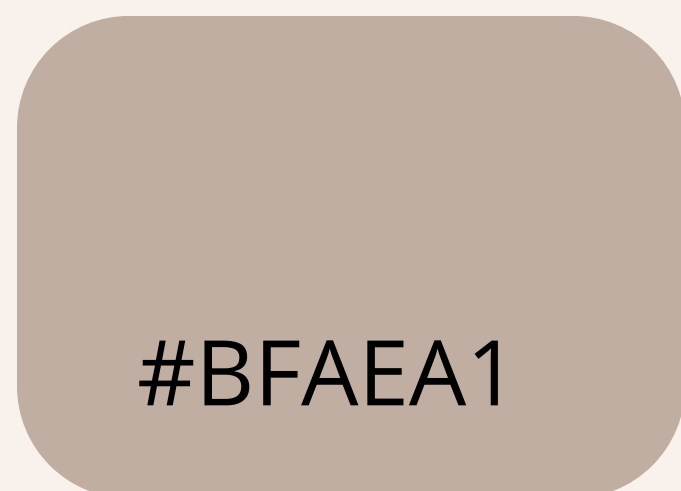
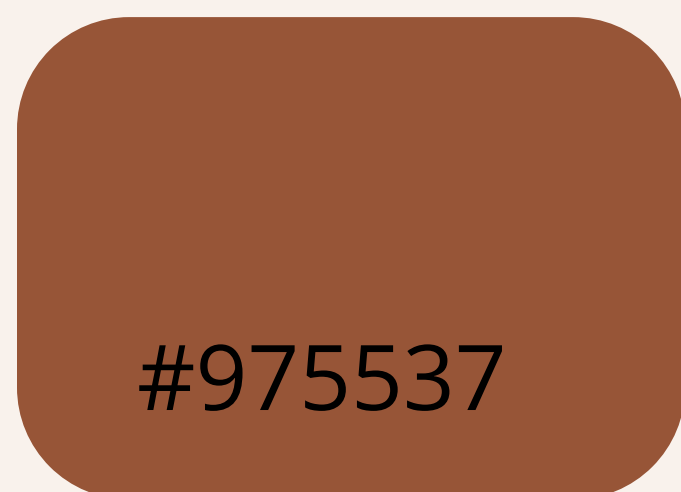
Il **giallo intenso** (#FFE366) porta energia e calore mediterraneo, suggerendo pasta, grano e sapori solari.

■ Il **rosso bruno** (#963326) aggiunge profondità e carattere, richiamando sughi ricchi, tradizione culinaria e cotture lente.

Nel complesso, la palette bilancia freschezza naturale e gusto tradizionale, comunicando un cibo sano ma anche pieno di sapore e identità territoriale.

# 03. PALETTE COLORI

## DI ACCENTO



I colori che avvolgono le nostre confezioni, sono un richiamo alla genuinità dei prodotti e i paesaggi cilentani.

Le **tonalità del marrone** e della terra evocano i campi coltivati e la dimensione agricola autentica, mentre le **nuance sabbia e crema** richiamano la semplicità degli ingredienti biologici e dei gesti lenti della cucina mediterranea.

Il **grigio chiaro** aggiunge un tocco contemporaneo, bilanciando tradizione e modernità.

L'insieme trasmette un senso di naturalezza, accoglienza e verità del prodotto.

Mettiamo cuore in tutto ciò che facciamo



# 04. TIPOGRAFIA



## FONT

Per il nostro sistema di identità visiva abbiamo scelto “**Quicksand**”.

Questo carattere geometrico sans-serif è stato selezionato per il suo **aspetto amichevole**, la sua **leggibilità eccellente** e le sue **forme arrotondate**, che riflettono perfettamente i valori del nostro brand: **calore, modernità e accoglienza**.

Per garantire coerenza in tutti i materiali (digitali e stampati), utilizziamo la seguente scala tipografica:

ELEMENTO	FONT WEIGHT	DIMENSIONE	SPAZIATURA
H1 (headline)	Bold	48px/48pt	1.2x
H2 (Sub-headline)	Bold	32px/32pt	1.3x
H3 (sezioni)	Semi Bold	24px/24pt	1.3x
Body (testo)	Regular	16px/16pt	1.5x
Caption (note)	Light	12px/12px	1.4x

# 04. TIPOGRAFIA

- Quicksand Bold: Da utilizzare esclusivamente per **titoli, headline e call-to-action** (CTA). Serve a catturare l'attenzione e creare contrasto visivo.
- Quicksand Regular: È il pilastro della nostra comunicazione. Va utilizzato per tutto il **testo di corpo, paragrafi e descrizioni estese**. Garantisce massima leggibilità.
- Quicksand Light: Da riservare a **testi secondari, note a piè di pagina o didascalie**. Non utilizzare mai per testi lunghi o importanti, poiché perde leggibilità su schermi piccoli.

## USO DEI DIVERSI FONT:



# 04. TIPOGRAFIA

## REGOLE D'ORO

- **Non stringere troppo:** Quicksand ha forme geometriche larghe. Assicurati che l'interlinea non sia mai inferiore a 1.4x per il corpo del testo; in caso contrario, il testo risulterà "soffocato".
- **Contrasto:** Assicurati sempre che ci sia un contrasto elevato tra il colore del font e lo sfondo. Evita testi colorati su sfondi troppo carichi.
- **Niente giustificato estremo:** Evita l'allineamento giustificato se questo crea "fiumi" di spazi bianchi tra le parole. Quicksand rende meglio con un allineamento a bandiera (a sinistra).
- **Mai distorcere:** Non deformare mai il font (non schiacciarlo orizzontalmente/verticalmente).
- Tipografia **utilizzata in modo 'arioso'**: lasciare spazio bianco è essenziale per trasmettere il senso di *comfort* e *relax* che il nostro brand rappresenta.



# 05. FOTOGRAFIA

Come emerge dai nostri canali social o sito web, lo stile fotografico di Amorsì è pensato per evocare calore, autenticità e desiderio, mettendo il prodotto al centro dell'esperienza visiva.

Le immagini devono trasmettere la sensazione di un pasto buono, semplice e rassicurante.



## CARATTERISTICHE VISIVE:

- **Illuminazione naturale:** esaltare i colori reali del cibo e creare un'atmosfera accogliente
- **Tonalità calde:** in armonia con la palette del brand (beige, marroni, toni terra)
- **Focus sul prodotto:** il piatto è sempre protagonista, valorizzato attraverso close-up e dettagli
- **Texture evidenti:** sughii, consistenze e ingredienti devono risultare visivamente ricchi e invitanti
- **Composizione semplice:** pulita, equilibrata, mai sovraccarica

# 05. FOTOGRAFIA



**Convivialità, autenticità e benessere:**  
persone sorridenti che condividono i prodotti AmorSi trasmettono un'esperienza semplice, gustosa e "come a casa", capace di unire qualità e momenti felici quotidiani.

Per mantenere coerenza visiva, le immagini devono provenire da fonti selezionate e allineate ai valori del brand. Si privilegiano scatti originali (shooting proprietari). In alternativa, è possibile utilizzare immagini da stock di alta qualità (es. piattaforme come banche immagini premium).

# 06. COMUNICAZIONE

Il brand parla come un "**Compagno di Avventure Consapevole**".

È professionale ma caloroso, rassicurante, come una ricetta della nonna, ma dinamico come una start-up tech. Non è mai distaccato o puramente tecnico, né eccessivamente goliardico.

## VOCE E TONO

### EMPATICO

Capisce lo stress della giornata lavorativa o la fatica di una scalata.

### TRASPARENTE

Spiega l'innovazione in modo semplice e naturale.

### FIERO

Orgoglioso delle radici cilentane.



# 06. COMUNICAZIONE

CALORE - LIBERTÀ- AMORE

"Libera il tuo tempo"

"Calore istantaneo"

"Cuore caldo del Cilento"

"Pronto a scaldarti"

## PAROLE E FRASI DA USARE

"Eccellenza mediterranea"

"Senza vincoli"

"Abbraccio di gusto"

# 06. COMUNICAZIONE

## PAROLE E FRASI DA EVITARE



### **Termini industriali:**

"Cibo precotto", "Processato", "Sintetico", "Scatola", "Additivi".



**Linguaggio freddo:** "Reazione chimica esoergonica" (meglio usare: "Calore naturale"), "Unità di riscaldamento".



**Messaggi ansiogeni sulla fretta:** "Mangia in un secondo",  
"Non perdere tempo", "Fast food".

(AmorSì ottimizza il tempo, non lo mette sotto stress).



**Slang eccessivo:** Evitare linguaggi troppo giovanilistici o "meme-style" che sminuirebbero il valore del prodotto di alta qualità.

# 07. TARGET



Il nostro target è costituito principalmente da **studenti**, **escursionisti** e **lavoratori**, che per *manca*za di tempo tra i propri impegni e le pause, cercano un prodotto semplice, nutriente e veloce.

Questo pubblico è attento alle tendenze, rispettano l'ambiente prestando comunque attenzione al prezzo.



# 08. PRODOTTI

La gamma dei prodotti AmorSì, grazie all'ampia scelta di ricette, permette di soddisfare ogni esigenza e desiderio. Tenendo conto anche delle richieste di prodotti gluten-free e vegani.

L'innovazione della nostra azienda permette di consumare i nostri prodotti in pochi minuti grazie alla tecnologia esoergonica che sfrutta il potere autoriscaldante della calce viva alimentare, comoda e sicura.



# 08. PRODOTTI



- Fico Bianco del Cilento DOP
- Olio evo colline salernitane DOP
- Cecidi Cicerale (P.A.T-SLOWFOOD)
- Alici di Meniaca (SLOW FOOD)
- Carciofo di Paestum IGP
- Mozzarella di bufala campana DOP
- Pomodorino del Cilento (PAT)
- Pomodoro Rosso di Rofrano (SLOW FOOD)
- Pomodoro di Pertosa (SLOW FOOD)

e tanto altro ancora ... ♡



[Chi Siamo](#) · [Piatti Pronti](#) · [Ordina Ora](#) · [Contatti](#)

# Tradizione Italiana da Gustare

Piatti pronti con il vero sapore d'Italia per gustare il —  
nostro amore per la tradizione culinaria, ovunque tu sia.

[ORDINA ORA](#)

[www.amorsi.it](http://www.amorsi.it)



# 09. CONTATTI

*Hai voglia di AmorSi?*

Per ordini, informazioni o collaborazioni  
Siamo qui per te!

**info@amorsi.it**

**ordini@amorsi.it**

**+39 333 838 9745**

Via dei Mille 12 – Paestum (SA)

Orari: Lun–Sab 9:00–20:00





**GRAZIE A TUTTI**



[www.amorsi.it](http://www.amorsi.it)