



alessio granello
Brand & Graphic Designer

WHITEPAPER · EDIZIONE 2026

AI Brand System

Come trasformare l'identità di un'azienda in un sistema che le persone e l'intelligenza artificiale usano ogni giorno per produrre.



Cosa trovi in questo documento.

01	Quando la produzione accelera, il brand si rompe	3
02	Che cos'è un AI Brand System	4
	Lo schema: che cosa entra, che cosa esce	5
03	Perché proprio adesso	7
04	I benefici, e perché sono strutturali	8
05	Come si realizza: le quattro fasi	9
06	L'architettura: valori, componenti, versioni	11
07	Il controllo: conformità, qualità, gusto	13
08	Gli strumenti	14
09	Cinque errori che costano mesi	15
10	Sei pronto? Dodici domande	16

A chi serve questo documento. A chi guida il marketing o la comunicazione di un'azienda che pubblica ogni settimana su più canali, e si trova davanti a due problemi insieme: la produzione non sta al passo, e l'intelligenza artificiale è già entrata in azienda senza che nessuno abbia deciso a quali condizioni.

Non serve competenza tecnica per leggerlo. I termini che useremo — token, componenti, versioni — sono spiegati dove compaiono.

Quando la produzione accelera, il brand è la prima cosa che si rompe.

Un'identità visiva nasce quasi sempre bene. Il problema arriva dopo, e arriva sempre dallo stesso punto.

C'è un brand book, ci sono i colori scelti con criterio, c'è qualcuno che ha ragionato sulla gerarchia dei titoli. Poi l'azienda comincia a pubblicare davvero: tre canali social, una newsletter, le slide commerciali, un report annuale, il sito, il materiale per una fiera. E il sistema cede nel momento preciso in cui qualcuno deve produrre in fretta e la regola non è a portata di mano.

Il meccanismo si ripete identico in ogni azienda che ho visto. Una presentazione nasce dal file di un'altra presentazione, che a sua volta era stata adattata da una terza. Il blu viene prelevato da uno screenshot, perché cercare il codice esatto richiede tre minuti che quel pomeriggio non ci sono. Un template viene modificato da chi non sa perché quel margine fosse di ventiquattro pixel, e lo porta a venti.

Nessuno di questi gesti è un errore grave. Sommati su sei mesi producono un'azienda che sembra tre aziende diverse, e un ufficio marketing convinto di avere un problema di risorse quando ha un problema di accesso.

Il brand book non ha colpa

Un documento descrive. Dice che il blu è quello, mostra come non va usato il logo, elenca le combinazioni ammesse. Quello che non può fare è essere presente nel momento in cui il file viene creato. Chiedere a una persona di ricordare sei regole mentre lavora sotto scadenza non ha mai funzionato, e non è ragionevole aspettarsi che cominci adesso.

Fino a qualche anno fa questo era un problema di ordine: fastidioso, gestibile, rimandabile. Oggi è diventato un problema di scala, per una ragione che il capitolo 3 affronta per intero.

Che cos'è un AI Brand System.

L'identità di un'azienda espressa in una forma che gli strumenti possono leggere ed eseguire, invece che interpretare.

In concreto è composto da tre cose. I **valori**: colori, misure tipografiche, spaziature e griglie scritti come dati che i file leggono direttamente, senza che nessuno debba copiarli a mano. I **componenti**: pulsanti, schede, tabelle, moduli già montati, con dentro le proporzioni corrette. Il **contesto**: un documento scritto in modo che un modello di intelligenza artificiale possa applicarlo — regole con un nome, esempi corretti, esempi scartati e il motivo dello scarto.

La differenza con un brand book

IL BRAND BOOK

IL SISTEMA

Descrive il colore corretto.

Fornisce il colore come valore che i file leggono.

Mostra esempi d'uso.

Contiene i componenti già montati e pronti.

Va aperto, letto e ricordato.

È dentro lo strumento in cui si lavora.

Si aggiorna con una nuova edizione.

Si aggiorna con una nuova versione, e ciò che lo usa si allinea.

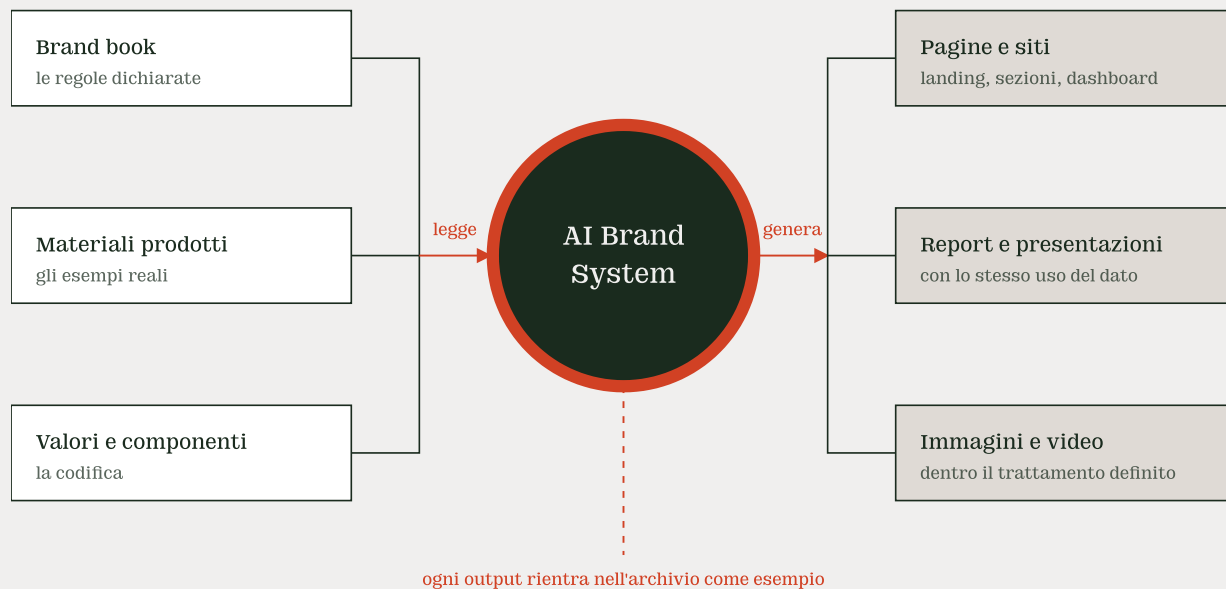
Parla a un designer.

Parla a un designer, a uno sviluppatore e a un modello.

Il brand book resta. Non viene sostituito: diventa la fonte da cui parte il lavoro di codifica. Chi ne ha già una buona parte avvantaggiato, e nella prima fase si vede subito.

Che cosa entra, che cosa esce.

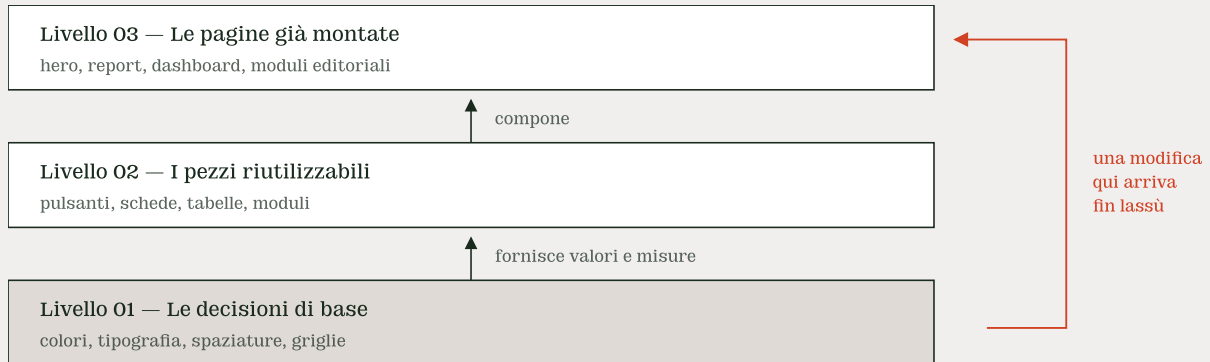
CIÒ CHE ESISTE GIÀ



Il sistema non produce dal nulla: converte il patrimonio che l'azienda ha già in output nuovi, e ogni output approvato torna dentro come esempio per il successivo.

Il dettaglio che cambia il risultato. La freccia tratteggiata è la parte che quasi nessuno implementa. Senza di essa il sistema resta fermo alla qualità del primo giorno; con essa migliora ogni volta che qualcuno approva o scarta qualcosa.

Tre livelli, dal singolo colore alla pagina già montata.



Ogni livello poggia su quello sotto: è la ragione per cui un colore cambiato una volta si aggiorna ovunque.

LIVELLO 01	LIVELLO 02	LIVELLO 03
Decisioni di base Le scelte che definiscono il carattere visivo e non cambiano da un materiale all'altro.	Pezzi riutilizzabili Elementi già costruiti, con dentro le proporzioni e i comportamenti corretti.	Pagine montate Composizioni intere, pronte da riempire con i contenuti reali.
Colori e scale tonali	Pulsanti, tag, schede	Aperture di sito
Tipografia e gerarchie	Tabelle e dati numerici	Report e analisi
Spaziature e griglie	Moduli e campi	Dashboard e tabelle
Icone e grafici	Navigazione e footer	Moduli editoriali

Perché tre livelli e non un elenco di regole

Perché ogni livello poggia su quello sotto. Il pulsante non contiene il proprio colore: contiene il riferimento al valore definito una volta sola nel primo livello. La pagina non contiene le proprie spaziature: usa i componenti, che a loro volta usano la scala. Cambi un valore in cima e si aggiorna tutto quello che lo utilizza, dal sito alle slide, senza rifare niente a mano.

È anche il motivo per cui un sistema così regge più di un marchio: su un progetto agroalimentare con quattro marchi, i temi si ottengono rimappando i valori del primo livello, senza una riga di codice dedicata a ciascuno.

L'intelligenza artificiale è già nella tua azienda. La domanda è a quali condizioni.

Chi scrive contenuti genera immagini. Chi prepara le slide fa riscrivere un paragrafo. Chi sviluppa si fa produrre una pagina intera. Succede già, e quasi mai qualcuno l'ha deciso.

Un modello generativo è bravissimo a produrre qualcosa di plausibile. Lasciato senza vincoli produce il plausibile medio: il carattere più diffuso, il blu più diffuso, la composizione più diffusa, la stessa immagine patinata che stanno generando tutti gli altri. È la ragione per cui il materiale fatto con l'AI senza un sistema si riconosce a colpo d'occhio, e perché somiglia più al materiale dei concorrenti che al proprio.

Un modello lavora bene quando riceve vincoli con un nome. «Usa il blu del brand» non contiene informazione utilizzabile: esistono migliaia di blu e il modello ne sceglierà uno. Un valore dichiarato, un componente già montato e tre esempi scartati con la motivazione dello scarto contengono informazione che il modello può applicare.

A parità di modello, quello che cambia il risultato è la qualità del contesto che riceve. Questo è il punto dell'intero documento, e il resto spiega come si costruisce quel contesto.

Senza sistema l'AI ti porta verso la media del settore.
Con un sistema ti porta verso te stesso.

I benefici, e perché sono strutturali.

Nessuno di questi richiede di credermi sulla parola. Sono conseguenze dirette di come il sistema è fatto.

01 Coerenza che non dipende dalla memoria

Il colore corretto è l'unico disponibile nello strumento. Non serve che qualcuno si ricordi la regola, perché la regola è già dentro il file da cui parte il lavoro.

02 Velocità dove serve davvero

La parte ripetitiva della produzione — impaginare, adattare formati, declinare un contenuto su più canali — smette di richiedere decisioni. Il tempo che si libera torna al lavoro che ne ha bisogno.

03 Autonomia del team

Chi produce contenuti sceglie un blocco già montato, lo riempie e pubblica. Non apre un ticket, non aspetta un fornitore, non rischia di sbagliare perché gli elementi sbagliati non ci sono.

04 Direzione creativa protetta

L'autonomia del team di solito si paga in coerenza. Qui no: più materiale si produce, più si produce dentro le stesse regole, perché i vincoli stanno a monte e non a valle.

05 Un patrimonio che si accumula

Un file consegnato vale una volta. Un componente aggiunto al sistema vale ogni volta che qualcuno lo usa, e il valore cresce con l'uso invece di consumarsi.

06 Meno lavoro sprecato in revisioni

Gran parte dei giri di revisione riguarda cose già decise: margini, pesi tipografici, uso del logo. Quando queste sono vincolate, la revisione torna a occuparsi del contenuto.

Cosa non promette. Un sistema non rende bello un progetto brutto e non sostituisce la direzione creativa. Alza il livello minimo di tutto quello che esce, e libera il tempo per lavorare sulle cose che meritano attenzione vera.

Come si realizza: le quattro fasi.

Nessuna fase obbliga alla successiva. Dopo la prima si può decidere di fermarsi, e quello che resta in mano è comunque utile.



FASE 01 · AUDIT

Raccogliere

Brand book, loghi, brochure, presentazioni, report, sito e prodotti digitali vengono guardati insieme, come un unico patrimonio invece che come file separati. Emerge quasi sempre materiale che l'azienda aveva dimenticato di avere, e almeno una regola che tutti applicano senza che sia scritta da nessuna parte.

FASE 02 · LETTURA

Comprendere

Gerarchie, ricorrenze, tono, composizione, uso del dato diventano principi espliciti e verificabili. È la fase che distingue un sistema costruito sul brand da un sistema generico a cui è stato applicato un logo.

FASE 03 · SISTEMA

Codificare

I principi diventano valori, componenti, griglie, pattern e vincoli. Da qui in avanti la regola smette di essere una cosa da ricordare e diventa una cosa che gli strumenti applicano da soli.

FASE 04 · AI

Attivare

Al sistema si aggiunge il contesto che un modello può leggere: regole con un nome, esempi corretti, esempi scartati con la motivazione, e i criteri con cui si giudica un risultato. È il passaggio che trasforma una libreria in uno strumento di produzione.

L'ordine conta. Saltare la fase di lettura è l'errore più frequente e il più costoso: si finisce con un sistema ordinato che però non somiglia all'azienda, e che il team abbandona dopo tre mesi perché non riconosce come proprio.

Tempi, consegne e cosa serve dall'azienda.

FASE	COSA ESCE	COSA SERVE DA VOI
Audit e lettura 2-3 settimane	Una diagnosi del patrimonio visivo, i principi ricorrenti resi espliciti e una roadmap con priorità e tempi.	L'accesso ai file e circa due ore di chi conosce il brand meglio di tutti.
Costruzione 6-10 settimane	La libreria consultabile, i componenti, i blocchi di pagina, il contesto per l'AI e la rubrica di valutazione.	Una persona di riferimento e circa un'ora a settimana per le revisioni.
Continuità canone mensile	Nuovi componenti e formati, controllo qualità sugli output, aggiornamento dell'archivio delle scelte, affiancamento al team.	Le richieste, quando arrivano. Nessuna riunione fissa.

Perché la terza fase esiste

Un sistema consegnato e lasciato fermo invecchia in fretta. Nascono canali nuovi, formati nuovi, esigenze che al momento della costruzione non c'erano. Senza qualcuno che lo faccia crescere, dopo un anno il team ricomincia a lavorare fuori dal sistema — e si torna esattamente al punto del capitolo 1.

Il lavoro creativo su misura — campagne, identità nuove, progetti unici — resta fuori da questo perimetro e si valuta a parte. Il sistema serve a liberare tempo per quel lavoro, non a sostituirlo.

L'architettura: valori, nomi, componenti.

Questa parte è più tecnica del resto. Serve per capire che cosa si sta comprando, e per fare le domande giuste a chi ve lo costruisce.

I valori hanno un nome, e il nome conta

Il primo passo è dichiarare i valori una volta sola: colori, misure tipografiche, spaziature. Il passo che quasi nessuno fa è dare a quei valori due nomi diversi. Uno descrive il colore in sé. L'altro descrive il ruolo che quel colore svolge: colore d'accento, colore di sfondo scuro, colore dei bordi.

Sembra una sottigliezza e cambia tutto. Se un pulsante è costruito sul nome del colore, per farne una versione per un secondo marchio bisogna riscrivere il pulsante. Se è costruito sul **ruolo**, basta ridefinire quale colore svolge quel ruolo, e ogni componente si adegua senza essere toccato. Su uno dei sistemi che gestisco, questo passaggio ha permesso di ospitare un secondo marchio di prodotto senza una sola eccezione scritta a mano.

Le misure vengono da una scala, non dall'occhio

Spaziature e dimensioni escono da una scala dichiarata, tipicamente a passi di quattro pixel. Nessun margine viene scritto a mano. Il risultato è che materiali prodotti da persone diverse in momenti diversi hanno lo stesso ritmo, e che si riconosce subito quello che è stato fatto fuori dal sistema.

La griglia è uno strumento, non un disegno

Una griglia disegnata in un documento richiede che qualcuno la rispetti a occhio. Una griglia fornita come strumento pronto viene usata perché è la strada più comoda. La differenza tra le due, su un anno di produzione, è l'intera coerenza degli impaginati.

Ordine di grandezza. Uno dei sistemi che gestisco, arrivato alla sua quarta versione, dichiara 123 valori, 60 classi di componente e 8 componenti importabili direttamente nel codice. Non sono numeri da inseguire: servono a dare la misura di che cosa significhi «codificare un'identità».

Una fonte sola, e una versione dichiarata.

Il problema della copia

Quando un sistema viene usato da più progetti, la tentazione è copiarlo dentro ciascuno. Funziona per qualche settimana. Poi qualcuno corregge un valore in un progetto, l'altro resta indietro, e da quel momento esistono due verità che divergono lentamente senza che nessuno se ne accorga finché non è tardi.

È successo anche a me, su due progetti dello stesso cliente. La regola va imposta da subito: i progetti puntano all'unica copia esistente invece di contenerne una propria.

Perché serve un numero di versione

Un sistema vivo cambia. Se cambia sotto i piedi di un progetto già consegnato, quel progetto si rompe. La soluzione è dare al sistema un numero di versione e permettere a ogni progetto di dichiarare quale versione sta usando: il lavoro nuovo parte dall'ultima, il lavoro consegnato resta agganciato alla sua e continua a funzionare com'era il giorno della consegna.

Da qui due conseguenze pratiche: si vede cosa è cambiato e quando, e si torna indietro se una decisione si rivela sbagliata; e il sistema resta consultabile in tutte le sue versioni, il che chiude la discussione su «come era prima».



La differenza si paga tutta insieme il giorno in cui una correzione deve arrivare ovunque.

Il file che l'intelligenza artificiale legge

L'ultimo pezzo dell'architettura sono due documenti gemelli. Uno è scritto per le persone: descrive colori, tipografia, componenti e — soprattutto — le cose da non fare. L'altro contiene le stesse informazioni in una forma strutturata che un programma può leggere senza interpretare.

Quando un modello deve produrre qualcosa per quel brand, riceve questi due file come contesto. È il motivo per cui l'output somiglia all'azienda invece che alla media di internet. Su un brand che seguo il secondo documento pesa circa ventidue kilobyte: è tutto quello che serve a un modello per smettere di improvvisare.

Il controllo: il sistema deve saper dire di no.

Un modello che produce in fretta produce in fretta anche gli errori. Le regole da sole non bastano: serve definire come si giudica un risultato prima che arrivi a un cliente.

01 Conformità — la regola è codice

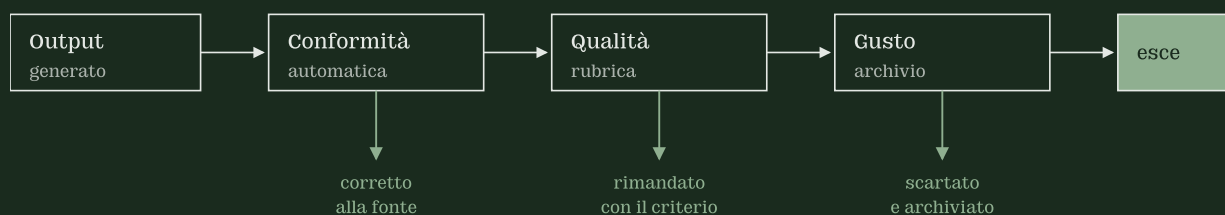
Colori, spaziature e componenti non sono consigli: sono valori e vincoli. Ciò che esce dal sistema si riconosce immediatamente, e si corregge alla fonte invece che su ogni singolo file. È un controllo automatico: non richiede un occhio umano.

02 Qualità — una rubrica esplicita

Gerarchia, leggibilità, equilibrio della composizione, trattamento del dato. Ogni risultato viene valutato su criteri che hanno un nome, non su impressioni. Gli stessi criteri valgono per il designer, per il team interno e per il modello: è ciò che rende la valutazione ripetibile.

03 Gusto — un archivio di scelte

Gli esempi approvati e quelli scartati vengono conservati insieme alla motivazione dello scarto. Il giudizio smette di vivere nella testa di chi era in stanza quel giorno e diventa materiale consultabile — dalle persone e dal modello.



I primi due controlli si possono automatizzare. Il terzo richiede una persona, ed è quello che lascia una traccia utile al successivo.

Perché il terzo livello è il più difficile

I primi due si automatizzano: una regola in codice e una griglia di valutazione bastano. Il terzo richiede una decisione umana ripetuta nel tempo — qualcuno che guardi due versioni e dica quale è migliore, spiegando perché. È lavoro, e non finisce mai. È anche la ragione per cui un sistema costruito bene continua a somigliare a chi lo ha costruito anche quando produce da solo.

Gli strumenti.

Quelli che uso oggi. Cambieranno: la struttura sotto, no.

STRUMENTO	A COSA SERVE NEL SISTEMA
Figma	Disegno e catalogo dei componenti. Resta la fonte per chi lavora visivamente, e il punto da cui i valori vengono estratti.
Valori CSS	I colori, le misure e le spaziature dichiarati una volta sola e letti direttamente da sito, report e dashboard.
File di token	Gli stessi valori per grafici e visualizzazioni, così una dataviz non reinventa la palette.
Libreria consultabile	Un sito interno dove ogni elemento ha l'anteprima dal vivo e il codice da copiare. Lo strumento quotidiano del team.
Git e GitHub	Versioni e storico delle modifiche. È anche il posto in cui il sistema resta di proprietà del cliente.
Pubblicazione automatica	A ogni modifica approvata la libreria online si aggiorna da sola, senza passaggi manuali.
Documento di design	Il file scritto per le persone: regole, comportamenti e soprattutto le cose da non fare.
File strutturato	Lo stesso contenuto in forma leggibile da un programma. È ciò che riceve il modello quando deve produrre.
Agenti AI	Produzione assistita dentro le regole: pagine, report, presentazioni, varianti di formato.
Piattaforme con back office	Siti e prodotti che il cliente aggiorna da solo, senza passare dal fornitore per ogni contenuto.
Master di documento	Per i materiali ricorrenti gestiti da chi non tocca codice: si duplica un master e si sostituiscono i contenuti.
Generazione immagini e video	Produzione visiva dentro il trattamento definito dal sistema: stessa luce, stessa palette, stesso ritmo.

Una precisazione utile in fase di scelta. Nessuno di questi strumenti è il sistema. Il sistema è la struttura: valori dichiarati, componenti costruiti, contesto scritto, criteri di giudizio. Esisteva prima di questi strumenti e sopravvivrà al prossimo che li sostituirà. Diffidate di chi vi vende il contrario.

Cinque errori che costano mesi.

Li ho fatti quasi tutti. Li elenco perché costano molto meno letti qui che scoperti a metà progetto.

01 Copiare il sistema dentro ogni progetto

Sembra più semplice e per un mese lo è. Poi una correzione viene fatta in una copia sola e nascono due verità che divergono in silenzio. I progetti devono puntare all'unica copia esistente, mai contenerne una propria.

02 Legare i componenti al colore invece che al ruolo

Un pulsante che contiene «blu 500» va riscritto per ogni variante di marca. Un pulsante che contiene «colore d'accento» si adatta ridefinendo un solo valore. La differenza si paga tutta insieme il giorno in cui arriva il secondo marchio.

03 Scrivere le misure a mano

Un margine deciso a occhio dentro un componente rompe il ritmo di tutto quello che gli sta intorno, e nessuno capirà perché quella scheda «sembra storta». Le misure escono dalla scala, sempre, anche quando costa un compromesso.

04 Consegnare anteprime invece di componenti veri

Una galleria di immagini di componenti è un catalogo, e un catalogo non si usa: si guarda. Quello che serve al team è l'elemento reale, con l'anteprima dal vivo e il codice accanto pronto da copiare. Su un sistema che avevo già consegnato ho eliminato l'intera sezione di anteprime statiche per questo motivo.

05 Consegnare e sparire

Un sistema fermo invecchia più in fretta di un brand book, perché promette di stare al passo e poi non lo fa. Senza qualcuno che lo faccia crescere, dopo un anno il team ha ricominciato a lavorare fuori.

Un errore che non è un errore. Partire imperfetti. Un sistema che copre bene i tre materiali più frequenti vale più di un sistema completo che arriva tra un anno. Si sceglie un tipo di output, si chiude il ciclo per intero, poi si estende.

Sei pronto? Dodici domande.

Rispondere sì a sette o più significa che un sistema vi restituirebbe l'investimento in fretta. Sotto le quattro, probabilmente vi serve altro prima.

-
- ☐ Pubblicate qualcosa almeno una volta a settimana.
 - ☐ Siete presenti su più di due canali, con formati diversi.
 - ☐ Dentro l'azienda c'è almeno una persona che produce materiali.
 - ☐ Esiste un'identità visiva, anche imperfetta, da cui partire.
 - ☐ Vi è capitato di vedere due materiali vostri che sembravano di aziende diverse.
 - ☐ Qualcuno in azienda ha già usato l'AI per produrre testi o immagini.
 - ☐ Il risultato di quell'uso non vi somigliava.
 - ☐ Aspettate un fornitore esterno anche per modifiche minime.
 - ☐ Le stesse correzioni tornano a ogni giro di revisione.
 - ☐ Avete un brand book che quasi nessuno apre.
 - ☐ La produzione grafica è un collo di bottiglia per il marketing.
 - ☐ Prevedete di aumentare la quantità di materiale nei prossimi dodici mesi.
-

Da 7 a 12. La quantità di produzione giustifica il lavoro di codifica. Il tempo che recuperate sulla parte ripetitiva ripaga la costruzione, e l'uso dell'AI smette di essere un rischio per il brand.

Da 0 a 4. Con volumi bassi un sistema completo è sovradimensionato. Ha più senso partire da un audit e da due o tre template ben fatti, e rivalutare quando la produzione cresce.

Questa idea non è nata a tavolino.

Ho passato dieci anni dentro una software company. È lì che ho visto il problema da vicino, molto prima di incontrarlo dai clienti.

Dall'interno di un'azienda ti accorgi di una cosa che da fuori non si vede: l'identità visiva non si perde tutta in una volta. Si perde un pezzo per volta, e quasi sempre per ragioni ragionevoli.

Il brand book viene consegnato, tutti lo approvano, e per qualche mese funziona. Poi qualcuno prepara una presentazione per un cliente il giorno prima dell'incontro e parte dal file di un collega, perché è la strada più veloce. Il mese dopo un altro collega parte da quella. Dopo un anno le presentazioni che girano in azienda sono quindici, tutte diverse fra loro, e nessuna somiglia a quella approvata.

Con le pagine web succede lo stesso, più in fretta. Una landing viene fatta con uno strumento, la successiva con un altro perché serviva un modulo che il primo non aveva, una terza dall'agenzia che segue la campagna. Ognuna, guardata da sola, è accettabile. Messe una accanto all'altra non sembrano la stessa azienda.

Poi ho iniziato a lavorare da fuori

Con i clienti ho capito che non era un problema di quell'azienda, né di quelle persone. È il modo in cui funzionano quasi tutte: il documento che descrive l'identità sta in un posto, il lavoro si fa in un altro, e nessuno ha il tempo di fare il ponte ogni volta che serve.

L'AI Brand System è la risposta che ho costruito per questo. Non è una teoria messa a punto a tavolino: è il modo in cui lavoro, nato perché mi serviva — prima per me, poi per i brand che seguo.



ALESSIO GRANELLA

Perché lo scrivo qui. Perché se ti riconosci in quelle quindici presentazioni, il resto di questo documento parla di te e non di me. E perché chi ti vende un sistema dovrebbe averlo prima subito come problema.



alessio granella

Brand & Graphic Designer

PARLIAMONE

Il primo passo costa poco e si può fermare lì.

Una call di trenta minuti: guardo il materiale che avete già e vi dico che cosa si può sistematizzare e che cosa, onestamente, non conviene. Se ha senso andare avanti si parte dall'audit, che resta utile anche se decidete di non proseguire.

Alessio Granella — Brand & Graphic Designer

Scrivimi a info@alessiogranella.com

alessiogranella.com

Non è il momento di una call? Mandatemi il link del vostro sito: rispondo con due righe su cosa sistematizzerei per primo.

Al tuo fianco ad ogni passo.