# Storie di Brand

## Come si costruisce il successo partendo da un logo

**Naming e logo rappresentano l'essenza di un'azienda, il primo punto di contatto con i propri clienti. In un mondo quotidianamente bombardato da immagini e slogan bisogna essere capaci di catturare l'attenzione e allo stesso tempo sedimentarsi nell'immaginario comune.**

## Quali caratteristiche devono avere il nome e il logo di un brand per non passare inosservati?

## Naming

- Unico
- Orecchiabile
- Capace di veicolare l'essenza del servizio o del prodotto offerti
- Facile da capire

## Logo

- Originale
- Associato al senso del nome
- In linea con font e colori aziendali
- Professionale, elaborato con stile, misura e un pizzico di creatività

**Esempio:**
**"Instagram" deriva dall'unione di "Instant camera" e "telegram": un nome smart, facile da ricordare, che racchiude il concetto di immagine pubblicata sul momento e inviata ad altre persone come un telegramma. Nel suo logo è presente una fotocamera ricca di colori vivaci.**

## Scopriamo altre storie di successo celate dietro l'evoluzione di loghi e naming popolari!

**Carrefour è una delle più grandi catene di supermercati europee con sede in Francia.**

**Traducibile come "incrocio", deve il suo nome al suo primo punto vendita, inaugurato nel 1960 ad Annecy, proprio all'incrocio tra due strade.**

Carrefour

**Il significato del nome è riportato nel logo non in modo immediatamente percepibile.**

Sconvolgente vero?

Dietro il triangolo e la freccia, che tutti noi crediamo di vedere, si nasconde in negativo una "C" bianca all'interno di un rombo rosso e blu che riprende la bandiera francese.

# Fedex

Il gioco di contrasti che nasconde il vero significato di un logo lo vediamo anche con la società di trasporto express statunitense.

Non salta subito all'occhio ma tra le lettere "E" ed "X" c'è una freccia formata dallo spazio vuoto compreso all'interno delle due lettere.

Il significato del nome è riportato nel logo non in modo immediatamente percepibile.

Questa freccia simboleggia la velocità e la precisione, due principi guida dell'azienda. Per la propria semplicità e genialità, il logo FedEx ha vinto numerosi premi di design.

# Amazon

Inizialmente l'immagine del brand era rappresentata dalla lettera "A", attraversata al centro da una strada bianca che aveva lo scopo di indicare le nuove vie che l'azienda stava imboccando.

Con il passare del tempo e delle versioni, si arriva all'edizione odierna con il nome del brand accompagnato da una freccia arancione.

Questa freccia parte dalla lettera "A" per arrivare alla lettera "Z" non a caso.

La freccia sta a simboleggiare infatti che sul sito si possono trovare tutti i prodotti di cui una persona necessita, dalla "A alla Z" appunto. La freccia trasmette anche positività e amicizia andando a disegnare un bel sorriso.

Un pò come quello sul nostro viso quando suona il corriere con il nostro pacco no?

# Toyota

In principio fu Toyoda da Sakichi Toyoda, fondatore dell'impresa. Nel 49' però la società cambiò nome in Toyota: si riteneva che la consonante opaca "t" suonasse meglio della "d".

Inoltre la parola "Toyota" in giapponese è composta da otto tratti, un numero considerato fortunato dai nipponici. Nel 1959 si decise di scrivere per intero il nome con lettere occidentali per incoraggiare l'espansione al mercato internazionale.

TOYODA
1935-1949

1949 - 1989

TOYOTA
1958 - 1969

TOYOTA
1969 - 1978

TOYOTA
1978 - oggi

TOYOTA
1989 - oggi

Dal 1989 si decise di accompagnare la scritta con il celebre logo che capeggia sulle autovetture del marchio giapponese.

A molti può ricordare la testa di un toro, ma in realtà è formato dall'intreccio delle lettere del nome dell'azienda.

# Canon

La fantasia dei giapponesi è evidente anche nella storia della multinazionale giapponese Canon.

Il nome si ispira a Kwanon, divinità buddista con cento braccia nota anche come dea della misericordia.

La prima uscita dell'azienda vede proprio l'immagine della divinità.

Il nome ed il logo attuale sono frutto di un rimaneggiamento che il mercato ha imposto.

Da qui la scelta di un restyling completo e la trasformazione che ha semplificato il marchio e lo ha reso memorabile.

# Mercedes Benz

Siamo da sempre abituati ad associare la storica azienda automobilistica tedesca al tridente. Ma cosa significa davvero?

Le tre punte della stella indicano le vie della mobilità (aria, terra e mare), mentre la corona d'alloro è il simbolo della vittoria.

Il logo doveva esprimere la capacità della casa automobilistica di produrre motori adatti ad ogni mezzo e venne mantenuto anche dopo la fusione con Daimler-Benz, lasciando il posto al cerchio che oggi rende più semplice ed appetibile il logo al mercato.

**Non è stato lasciato al caso nemmeno il colore del marchio, il grigio argentato del logo richiama ed evidenzia l'evoluzione tecnica, l'eleganza e il comfort, tipici delle vetture Mercedes-Benz.**

# Netflix

Netflix è la combinazione della particella "net" che deriva da"internet" e di "flix", abbreviazione della parola "flicks", sinonimo americano di "film".

Il primo marchio acquisito nel 1997 era evidentemente poco seducente così nel 2000 i designer hanno cambiato stile aggiungendo colori vivaci.

1997 - 2000 | 2000 - 2014 | 2014 - oggi

Il carattere tipografico prende spunto dalle vecchie scritte cinematiche ed in particolare dalla curvatura del formato "cinemascope".

Il rosso si lega al colore del sipario e del celebre "red carpet": non a caso l'iconica "N" sembra srotolarsi quando appare ricordando proprio la famosa passerella delle Star hollywoodiane.

Dal 2014 il logo è mutato invertendo i colori, sottolineando il legame con il rosso, senza rinunciare alla storica curvatura del font.

# Durex

Il marchio più celebre nel mercato del benessere sessuale cela i propri valori a partire dal nome: **DUrable** (resistenza), **REliable** (affidabilità) ed **EXellence** (eccellenza).

Dal punto di vista grafico si tratta di un logotipo racchiuso in una forma rettangolare completamente arrotondata, come se la figura avvolgesse il nome conferendo un **senso di protezione**.

La forma rimanda inoltre ai prodotti per cui l'azienda è più celebre, facendo percepire anche un senso di comfort.

**Il blu è un colore molto comune nell'ambiente farmaceutico e medicale perché a livello psicologico attribuisce un senso di affidabilità, forza e tranquillità, mentre i dettagli bianchi aggiungono un senso di purezza.**

# Adidas

Non tutti sanno che il nome dell'azienda tedesca è un chiaro riferimento al nome del fondatore, Adolf Dassler.

La prima versione del logo (1949) è rappresentata da una scarpa sorretta da due sostegni formati dalle "D", il font utilizzato è uguale a quello odierno. Nel 1972 nasce il logo del "trifoglio" con le 3 foglie che simboleggiano lo spirito olimpico (legato alle tre placche continentali).

1949

1971

1991

Dal 1991 vediamo il logo attuale con le tre strisce parallele che formano una montagna, simbolo di sfide e ostacoli che gli atleti incontrano giorno dopo giorno per superare i propri limiti.

# Barilla

L'evoluzione del logo ha seguito le trasformazioni aziendali: da piccola impresa locale a brand internazionale. La prima icona storica vede un piccolo garzone richiamare con lo sguardo l'attenzione dell'osservatore e contemporaneamente versare un uovo nell'impasto.

Nel dopoguerra, con la crescita dell'alfabetizzazione in Italia, viene scelta come immagine simbolo il logotipo.

1910 - 1918 | 1918 - 1921 | 1924 - 1936 | 1952 - 1954 | 2015 - oggi

Lo stile dei grafemi per vent'anni subisce varie trasformazioni, rispondendo ai gusti estetici contemporanei.
Nel 1954 arriva il logo attuale che nella propria semplicità nasconde il valore per cui è nota l'azienda.

La genuinità della casa si rivede nel collegamento alla materia prima rappresentata dall'ovale che circonda la scritta "Barilla": l'uovo con il suo chiaro e rosso.

a cura della facoltà di Scienze della Comunicazione

UNIVERSITÀ NICCOLO' CUSANO

# Fonti


hiips://smartalks.it/blog/loghi-famosi-storia-miti-e-segreti/

https://www.socialmedialife.it/social-media-news/significati-nascosti-nei-loghi/

hiips://loghi-famosi.com/toyota-logo/

hiips://www.dinamikamente.net/logo-design/loghi-famosi/spiega-zione-logo-fedex/#:~:text=Grazie%20alla%20sua%20semplicit%C3%A0%20e,numerosi%20premi%20di%20design%20grafico.&text=Il%20primo%20logo%20Federal%20Express,del%20logo%2C%20la%20versione%20attuale.

hiip://www.businesspeople.it/Business/Marketing/messaggi-cifrati-dietro-brand-115321

hiips://www.crearelogo.it/7-loghi-famosi-che-hanno-cambiato-la-storia-del-branding/

hiips://www.rundesign.it/la-storia-del-logo-adidas/

hiips://www.brandforum.it/logo_tales/281/barilla