

Il logo

Corso di illustrazione

Docente: Laura Gargiulo

Cos'è un logo?

Ne vediamo tutti i giorni, quasi senza accorgercene oramai, e sono **l'immagine rappresentativa di un'azienda o un prodotto.**

Il logo diventa "**marchio**" quando viene registrato presso un apposito ufficio e diventa identificativo di una e una sola azienda o prodotto particolare.

Esso può essere costituito solo dal **nome** dell'azienda o dal nome e/o uno **slogan** e/o un'**immagine**. Spesso come nel caso della Nike, il logo diventa quasi più famoso del nome, tanto che basta solo il simbolo grafico ad identificare l'azienda.

Esempio:



Come si fa un logo?

Al cliente sembra spesso la cosa più semplice di questo mondo, ma chissà perché spesso è il cliente a chiedere più e più prove fino al raggiungimento dell'obiettivo finale.

Il logo è l'elemento grafico rappresentativo dell'azienda, ecco il perché della sua importanza.

Pertinenza e sinteticità

Il logo deve rispecchiare il **tema**, gli **obiettivi** e il **target** dell'azienda o prodotto, pertanto è sempre bene chiarire tramite un briefing con il cliente tutti questi aspetti e produrre **su carta** le prime bozze e idee. Deve inoltre racchiudere in un simbolo o un'immagine la **missione** dell'azienda o le caratteristiche del prodotto (sinteticità del logo).

Originalità

Il logo non deve essere uguale o simile a nessun altro, tanto meno a quelli di aziende o prodotti concorrenti. Innanzitutto per essere identificato **in modo univoco** e in seconda sede per evitare cause legali con chi abbia già un marchio registrato uguale al vostro.

Sinteticità

Il logo e l'immagine che lo rappresenta devono essere **chiari, leggibili e adattabili** a qualsiasi **destinazione finale**: deve infatti essere distinguibile nei vari formati, dal biglietto da visita al cartellone pubblicitario, dall'immagine per il web al timbro per i documenti cartacei (ecco perché useremo pochi colori, e progetteremo anche una versione bianco e nero per la "timbratura a secco" come vedremo).

E' sempre bene usare **programmi vettoriali** in quanto per le loro caratteristiche di precisione a qualsiasi risoluzione e formato sono gli unici che consentono la qualità migliore di un logo.

Bene, ora che siamo davanti al nostro programma possiamo cominciare, e ricordate che per fare un logo bisogna fare molti tentativi e dare anche diverse proposte al cliente fra le quali scegliere (non troppe però ;)).

Il logo

Corso di illustrazione

Docente: Laura Gargiulo

Consigli

E' bene giocare sulle seguenti tecniche di contrasto, soprattutto quando il logo sia formato da più parole:

- *Contrasto di colore*: usare pochi colori, opposti o complementari. A tal proposito, cercate sempre di usare tinte piatte in quanto le sfumature possono spesso dare problemi in fase di stampa. Se preferite potete optare per una versione "web" personalizzata con sfumature e quant'altro, ma che non si discosti dal logo originale.
- *Contrasto di "peso ottico"*: usare font (caratteri) di diversa grandezza o peso (bold, italic)
- *Contrasto di font*: usare font di famiglie opposte (serif o sans-serif) soprattutto se la differenza è forte, può dare buoni risultati.
- *Contrasto di posizione*: disporre le parole una in orizzontale e una in verticale, o una sopra e una sotto...etc
-etc

Sarà anche divertente provare a modificare qualche lettera, giocare su similitudini con gli oggetti o le immagini che fanno riferimento al prodotto, etc.

Infine per l'immagine che farà parte del logo l'unico consiglio che posso dare è **SEMPLICIFICARE e STILIZZARE**. E' inutile infatti tentare di riprodurre un oggetto nei suoi minimi particolari quando questo finirà anche su stampe di un biglietto da visita 8,5 x 5,5 cm.

Eccovi alcuni esempi:

