



naming

***di beatrice ferrari**
info@beatriceferrari.com

L'eleganza di un naming legato a vino e tradizione

Questo mese una scelta di riferimenti vinicoli ci porta in Toscana, dove la tradizione fa rima con vino e dove i nomi di riferimento, così come le creazioni di alta qualità, sono all'ordine del giorno. Scopriamo quindi i significati nascosti dietro queste etichette, dove i nomi, entrambi presentati in maiuscoli sobri e seri, prendono origine da lessici decisamente diversi. Un viaggio di sensazioni in un mondo di gusto.

L'ultimo nato...

/coèvo/, un nome dal suono dolce e morbido, dominato da una particolare ed elegante dittonga /oe/ che gli dà ritmo e fascino. La consonante iniziale /c/ evoca forza e decisione, mentre la /v/ enfatizza la fluidità della melodia. La doppia /o/ rotonda e piena connota la sonorità in modo maschile e globalmente comunica leggerezza e maestosità. Coevo è una parola del dizionario italiano: si tratta di un aggettivo piuttosto raro e dotto che indica ciò che appartiene alla stessa epoca, allo stesso tempo o secolo; significa quindi ciò che è contemporaneo, che appartiene ad un tempo comune. Nel caso di questo vino presentato di recente dalle Cantine Cecchi, ciò esprime la volontà di rendere trasversale una qualità e uno stile contemporaneo. Il nome è composto da 3 sillabe e 5 lettere ed è quindi breve, facile da leggere e da memorizzare, in



grado di conquistare mercati internazionali per via della facilità di pronuncia. A livello cromatico, la 'E' rossa rappresenta la forza del logo e anche il fulcro visivo dell'etichetta. Essendo l'unico elemento colorato, la sua presenza è quasi appariscente, intensa, e attrae l'attenzione generando curiosità e stupore. Il rosso ardente e profondo richiama il colore del vino ed esprime passione, energia e vitalità. Il nero è invece sinonimo di eleganza, di stile; si tratta di un colore classico intramontabile che comunica sia tradizione che contemporaneità. Il lettering è un graziato maiuscolo, elegante, classico e pulito. Le lettere, piuttosto distanziate, generano un logo raffinato che comunica ricercatezza, tradizione e qualità.

La 'E' ha una posizione centrale sia nel logo che nell'etichetta: vivamente è il punto da cui si espandono e si sviluppano il testo e la composizione grafica. Infine, il trattamento a rilievo dei testi è raffinato e originale. Un nome e un'etichetta in grado di esprimere l'unicità, l'esclusività e la cultura che porta con sé il prodotto.

Tipografia

Il carattere è un graziato maiuscolo, classico, caratterizzato da estremità molto sottili ed esili, che trasmettono eleganza e unicità. La 'A' ha un segno orizzontale ondulato, un po' incerto, che potrebbe essere enfatizzato maggiormente a favorire una maggiore caratterizzazione del marchio. La sottolineatura conferisce importanza e dà un ordine visivo alla composizione grafica. '26 Generazioni' utilizza un carattere corsivo calligrafico, discreto, classico ed elegante, coerente con il mondo del vino.

Semantica

In Italia Antinori rimanda alla famosa casa vinicola di Firenze, che ha visto la luce più di seicento anni fa quando, nel 1385, Giovanni di Piero Antinori entrò a far parte dell'Arte Fiorentina dei Vinattieri. Ancora oggi la società è diretta dal Marchese Piero Antinori, dopo 26 generazioni di dedizione alla produzione di vini di altissima qualità.

Iconografia

La corona è simbolo di regalità, potere, nobiltà e tradizione. Nel marchio la corona sovrasta due rombi, uno pieno e uno vuoto, e sembra volerli riparare, trasferendo una sensazione di protezione. Il simbolo rimanda ad uno stemma araldico della famiglia Antinori e costituisce quindi un marchio-sigillo garante di qualità e serietà.



Cromia

Il verde Antinori ha una tonalità scura, solida, fredda, dal mood un po' inglese. Comunica classicità, tradizione e storia. Il suo legame con la natura gli conferisce caratteristiche di rinnovamento e rigenerazione. È riposante ed equilibrato. L'accostamento con il bianco è raffinato ed elegante.

Fonetica & Morfologia

Un nome lungo che si pronuncia con pacatezza. Un suono tranquillo, esteso, elegante. Le vocali sono piuttosto discrete, con una doppia /i/ che evoca sottigliezza e leggerezza, e una /o/ più ampia sulla quale il ritmo del nome sembra rallentare. Una certa forza emerge però dalle consonanti /t/ decisa e /r/ vibrante. Antinori è un cognome italiano, diffuso soprattutto in centro Italia con una particolare densità nelle Marche. Il cognome deriva dal greco "antenor" che significa "avversario, colui che combatte". Antenor è anche un personaggio della mitologia greca; un anziano saggio troiano, presente nel libro VII dell'Illiade.

*** Beatrice Ferrari** è la voce più significativa del brand naming in Italia. Laureata in semiotica, comincia la sua pratica a Parigi per sbarcare nel 1989 a Milano e fondare la società Nomen Italia, prima realtà italiana completamente dedicata alla creazione di nomi commerciali della quale è socio e amministratore per 16 anni. Dal 2005 opera come professionista indipendente: offre collaborazioni di tipo strategico (brand architecture, global positioning) e creativo (brand naming e renaming). Nel 2008 lancia il brand Synesia®, che identifica un nuovo modo di fare consulenza nel campo del branding. www.beatriceferrari.com - www.synesia.com

il brand del mese