



HOME | ESSERE | SALUTE | ALIMENTAZIONE | AMBIENTE | RADIO |

arte
cultura
spettacoli

» Foto & libri

Arte

Mostre

Teatro

In scena

Cinema

Film

In programmazione

Libri

Ecocultura

Salute

Ambiente

Alimentazione

Consapevolezza

Paesi e Popoli

Psicologia

Filosofia

Il Mondo

In Famiglia

Oriente e discipline

Cucina

Pubblicato il **29-04-2005**

Brand name stories

Béatrice Ferrari, Linda Liguori

» Acquista su Internet Book Shop

Lupetti, 2005

Perché i Mac si chiamano "Apple"? Chi ha battezzato la "Vespa"? Com'è nata la "Nutella"? Sapete che quella marca di valigie ha preso il nome da un eroe biblico, e quella dei telefonini da un piccolo zibellino dal pelo scuro? Raccolte in un libro le storie di 75 marchi celebri. I prodotti che avvolgono sono già famosi. Quel che c'è dietro, meno.

Ogni marchio è presentato come un piccolo romanzo.

C'è la sua storia, che a volte affonda le radici nel pionierismo di un'impresa artigiana, a volte invece nelle ricerche di scienziati e semiologi.

Ci sono i suoi suoni, analizzati con minuziosi appunti fonetici e notazioni linguistiche.

Ci sono i colori, le forme, i segnali che ha lanciato nel corso della storia industriale del nostro Paese, del mondo occidentale, ai cittadini del mondo.

Ci sono le lettere e le parole, che diventano talmente forti da sostituirsi ai nomi comuni originali, tanto che oggi diciamo "passami un kleenex" o "metti lo scotch"...

C'è l'evoluzione del marchio, che rispecchia naturalmente i gusti e la sensibilità dei compratori, in tutte le epoche.

Segue ogni capitolo un'ottima documentazione fotografica (date un'occhiata alla fotogallery), frutto di una ricerca iconografica stabiliente. Sfolgiando le pagine, ritroviamo campagne pubblicitarie della nostra infanzia, prodotti, spot, fotogrammi comparati del film della società.

Si tratta di marchi, e perciò, qualcuno potrebbe arguire, di cose superficiali.

Ciò che sorprende, nel libro, è proprio invece la profondità dell'indagine, degli aspetti esplorati, nascosti nelle pieghe della storia, nelle pagine dei registri, nei risvolti delle intuizioni di grandi industriali e di piccoli inventori - alcuni dei quali non avrebbero mai immaginato di veder proiettati, magari un secolo dopo, il loro nome, il loro

Seleziona

Foto Gallery

Ricerca in Eventi

trova

- Vai alla rubrica**
- Stampa l'articolo**
- Invia ad un amico**
- Contattaci**
- Forum**

Consigliati di oggi

- » [Analisi del ciclo di vita. LCA](#)
- » [Sri Sri Ravi Shànkhar, in Italia: serate di saggezza](#)
- » [Vicenza Jazz: dalla grande madre Africa](#)
- » [Cannes 2005. L'epica di Guerre Stellari... e di Woody Allen](#)
- » [Beauty so difficult](#)
- » [Brand name stories](#)
- » [22 maggio: 1° Maratonina del Lago Maggiore. La 1° a Impatto Zero®](#)
- » [State of the World 2005. Sicurezza globale](#)
- » [50 piccole cose da fare per salvare il mondo e risparmiare denaro](#)

I più letti

- » [La Fiera del Libro di Torino. Quest'anno, un "sogno"](#)
- » [22 maggio: 1° Maratonina del Lago Maggiore. La 1° a Impatto Zero®](#)
- » [Beauty so difficult](#)

marchio, la loro idea... in tutto il mondo.

Ah, "Apple" si chiama così perché la "mela" è una cosa semplice, facile, connessa anche con la tentazione, ed è simbolo di una celebre intuizione: il primo logo raffigurava Newton seduto sotto il famoso melo mentre riflette sulla gravità. E la mela è morsicata perché in inglese morso si dice "bite", omofono di "byte"...

Perché andare in libreria?
Perché le storie di successo insegnano sempre qualcosa. Specialmente se sono raccontate bene.

[Stefano Carnazzi](#)

Forum di LifeGate

Link Consigliati

www.lupetti.com

Foto Gallery

Copyright © 2004 **LifeGate** SpA - LifeGate communication - Contattaci

bibliopoly.it

Sito internazionale. Libri di valore.

[Vendita Telefonini](#)

Novità e occasioni nella sezione Shop del sito Vodafone.

[Libri rari ed antichi](#)

in vendita presso Bookolica negozio virtuale su eBay.it

[Marchi e Brevetti](#)

Registrazione e assistenza legale da personale specializzato.

Annunci Goooooogle