

# Fiberceutic di L'Oréal Professionnel

Stampa

Pubblicato su MyMarketing.Net in: BRANDING il: 06/09/2010

**Fiberceutic** è il nome di prodotto del trattamento *filler* capillare lanciato in questi mesi da **L'Oréal Professionnel**. Oltre al nome che colpisce per la sua complessità – è difficile pure da pronunciare – l'insieme del packaging e dei messaggi che lo completano concorre a comunicare un prodotto altamente scientifico e tecnico.

Ecco cosa emerge dall'analisi della comunicazione verbale presente sul prodotto.

## 1. Struttura nominale

Sul *packaging* è possibile osservare una struttura gerarchica di nomi, la cosiddetta *Struttura Nominale* chiamata anche *naming architecture*, cioè un'organizzazione chiara dei diversi livelli nominali presenti sulla confezione del prodotto. Ciascuno di questi ha una specifica funzione di comunicazione destinata ad ottimizzare la capitalizzazione degli investimenti della marca sui brand name registrati come marchi di proprietà.

### 1. PRIMO LIVELL MARCA GARANZIA

Partendo dall'alto si impone il marchio **L'Oréal Professionnel** con il compito di garante del prodotto, cioè come brand garanzia o parent brand. Questo primo livello riassume il posizionamento e i valori dell'azienda del brand, capitalizzando l'insieme degli investimenti sostenuti in comunicazione.

### 2. SECONDO LIVELL MARCA GAMMA

Al secondo livello si trova il brand **Série Expert**, un nome di gamma che identifica un insieme di prodotti che propongono soluzioni altamente mirate e scientifiche.

### 3. TERZO LIVELL MARCA PRODOTTO

Al terzo livello si trova il brand di prodotto **Fiberceutic**, un nome che identifica la specifica proposta commerciale in coerenza con i precedenti brand. Esso è inoltre pertinente con il prodotto stesso ed esprime una specifica modalità di consumo destinata ad un target di professionisti.

Questi costituiscono i 3 livelli di branding di **Fiberceutic** presenti nella struttura trinominale del prodotto, perché sono 3 nomi di proprietà – cioè nomi regolarmente registrati e protetti come marchi – presenti sul packaging e capaci di capitalizzare gli investimenti nel corso degli anni.

### > L'Oréal Professionnel > Série Expert > Fiberceutic

Questi livelli di capitalizzazione vengono completati da altri livelli di comunicazione: il livello di *product descriptor* che identifica le differenti versioni di prodotto, e il livello di *descrizione generica* che consente di dare un breve riassunto della modalità di uso del prodotto. **Fiberceutic** presenta 3 versioni di prodotti:

- a- il siero riempimento capillare,
- b- la maschera sigillante ricostruttrice,
- c- il conditioner sigillante ricostruttore.

Questi ultimi livelli nominali ricoprono funzioni puramente informative e non costituiscono livelli di *branding*, cioè di capitalizzazione e di personalizzazione del brand.

Ma perché non è stato considerato il nome **Intra-Cylane™**?

### 4. QUARTO LIVELL UN BRAND TRASVERSALE DI TECNOLOGIA

Sotto il nome **Fiberceutic**, compare un altro nome altrettanto particolare: **Intra-Cylane™**. Non è stato contabilizzato nella struttura **Fiberceutic** perché non è un marchio esclusivo di **L'Oréal Professionnel**. Si tratta di un marchio trasversale, che accompagna altri prodotti di altre marche come Kerastase o Redken. **Intra-Cylane™** è un marchio registrato che identifica il brevetto di una tecnologia inventata dai ricercatori del gruppo **L'Oréal**. Viene messo alla disposizione dell'insieme delle marche professionali del gruppo e costituisce sì un livello di *branding*, ma esterno alla struttura nominale specifica ed esclusiva di **L'Oréal professionnel** poiché utilizzato insieme ad altri brand del gruppo come **Kerastase**, **Redken**.

In sintesi la struttura **Fiberceutic** è di tipo trinominale, con un'aggiunta di un quarto livello, **Intra-Cylane™**, un brand di tecnologia definibile come *trasversale*.

## 2. Il Territorio Semantico Fiberceutic

Una buona Strategia Nominale è composta non solo di una Struttura Nominale semplice e chiarificante, ma anche di un Territorio Semantico riconoscibile e coerente. Il Territorio Semantico si riferisce all'insieme di associazioni e connotazioni presenti nei nomi utilizzati da una marca.

Lo studio verbale del pack **Fiberceutic** può essere sintetizzato nel modo seguente:

### a. L'Oréal Professionnel = Esperienza, mondialità, Francese, garanzia, specialità, perizia

Il brand propone due messaggi complementari e rassicuranti, il primo è il riferimento a **L'Oréal**, multinazionale storica specializzata nei prodotti di bellezza, il secondo è il riferimento al *professionista* per differenziare il brand da L'Oréal Paris

destinato al largo consumo.

**b. Série Expert = Francese, Molteplicità, famiglia, gamma, risposte, ricerca, competenza, know-how**

. *Série* annuncia la serie di prodotti, non solo una ma tante risposte per i professionisti

. *Expert* enfatizza il concetto di professionalità attraverso l'idea di perizia e di super specialità

**c. Fiberceutic = Inglese, fibra, essenza, capello, natura, efficacia, farmacia, tecnologia, scienza, ricerca, soluzione**

. anche in questo caso sono 2 i concetti celati in questo neologismo composto da *Fiber*, fibra e *ceutic*, finale anglofona di *farmaceutic/farmaceutico*

. il prefisso *fiber-* si riferisce alla fibra del capello, alla sua essenza, al suo cuore

. il suffisso *-ceutic* ricorda il mondo farmacologico, con il suo contesto di ricerche ed efficacia

**d. Intra-Cylane = tecnologia, ricerca, molecola, esclusività, interno, cuore, penetrare**

. *Intra-* è un prefisso utilizzato per indicare qualcosa 'all'interno, dentro, tra'

. *Cylane* prende origine dalla gaelico *kyle* con il significato di 'dal canale stretto'

**e. Maschera, Siero, Conditioner, Sigillante, Ricostruttore....**

. L'insieme delle parole che spiegano il prodotto arricchiscono il messaggio complessivo con altrettanti vocaboli tecnici prettamente utilizzati dai professionisti del capello.

### 3. Un Fiberceutic più che sicuro!

Una struttura nominale articolata, ricca e completa che supporta una comunicazione verbale estremamente tecnica e professionale; **Fiberceutic** si posiziona quindi come il trattamento dall'efficacia più che sicura, che dà garanzie e rassicurazioni, rivolto esclusivamente ai professionisti 'intenditori'. Il messaggio è quasi monotematico man mano si viaggia nei vari livelli della struttura nominale, al limite del ripetitivo, connotando molto decisamente il prodotto. E' perfettamente in linea con il concetto di 'trattamento d'urto' e di avanguardia tecnologica.

**Fiberceutic**, un nome efficace, che riempie egregiamente il suo compito di comunicazione, e che si situa ben lontano in termine di mood e di stile dal poetico e coinvolgente **Inoa**, altra innovazione recente di **L'Oréal Professionnel**.

Beatrice Ferrari