

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



info@beatriceferrari.com



Design e sogno

L'ULTIMO NATO in casa Manàmanà



Manàmanà è un quadrisillabo facile da pronunciare, che richiama una filastrocca per bambini: è caratterizzato dalla ripetizione di un'unica vocale /a/ molto aperta e piena, e dalle doppie presenze delle /m/ e /n/, consonanti nasali dolci e soffici. Il nome sembra quasi uno scioglilingua poiché coinvolge moltissimo il movimento della labbra, come se fosse un ingrediente da mangiare. Qualcuno può ricordare che nella versione "Mah-nà mah-nà" era il titolo di un brano musicale pop scritto nel 1968 da Piero Umiliani e utilizzato per il "Muppet Show" negli anni '70. In questa veste verde-nera, Manàmanà è invece il nome scelto dal Gruppo Linea Light per identificare il loro nuovo brand eco-sostenibile, che offre prodotti di design per l'illuminazione. Il marchio ha una forma nuova e originale come le lampade della linea a cui dà il nome. Ha un sapore moderno, di design contemporaneo e giovane. Le sue

curve sinuose e la morbidezza dei tratti gli forniscono un carattere disinvolto, flessibile ed estroverso. Il segno 'grande' è la stilizzazione della 'M', mentre il cerchio posto al suo interno, simbolo di perfezione e di universalità, disegna una 'A', lettera predominante del nome. Il colore verde è quello della natura, raffigura la primavera e la giovinezza ed è ovviamente il colore dell'ambiente e di chi lo rispetta. È fresco e rappresenta con coerenza le lampade a basso consumo del brand. Il nome è invece nero, un colore non colore elegante e molto leggibile. Il carattere tipografico è un minuscolo caratterizzato da forme curve e morbide. Una scelta che trasmette gioia e familiarità: è un carattere informale ed amichevole. La ripetizione di caratteri molto simili tende però a rendere più complessa la lettura del nome che può richiedere un attimo di concentrazione per essere decodificato.

Il brand del mese



Tipografia

Il carattere ha un sapore tipico dei primi anni del '900. Ha una grande personalità e comunica tradizione, qualità e artigianalità: valori fondamentali per il brand. La font ha un sapore elegante ed interpreta la bellezza senza tempo, il benessere dell'abitare e la perfezione del made in Italy.

Iconografia

Il marchio è stato disegnato nel 1912, anno di fondazione dell'azienda. Da allora è stato semplificato, ma la sua immagine è rimasta invariata attraverso questo lungo secolo. Il disegno è tipico dello stile Liberty, caratterizzato dall'estetica decorativa e da un linearismo raffinato che trae i suoi segni dalla bellezza della natura. Un marchio classico, elegante, senza tempo, come i prodotti che firma.

Semantica

Dall'etimologia il messaggio emergente è 'poltrona del fabbro', ma è decisamente più affascinante la storia di questo artigiano cagliaritano, Renzo Frau, che iniziò come garzone di bottega per diventare

l'inventore di quella che è stata definita l'icona del confort e il simbolo della poltrona made in Italy.

Cromia

L'arancione è un colore decisamente moderno e dinamico che crea un contrasto interessante con la classicità delle forme. È radioso, caldo, energico e allegro. Testimonia l'innovazione e il design applicati all'arredamento.

Fonetica & Morfologia

Sono cinque le sillabe che compongono il nome Poltrona Frau, piuttosto facile da pronunciare per un pubblico italiano anche se la sonorità non sembra proprio nostrana. /pol-tro-na-fra-u/ propone una melodia molto incisiva e imponente, vibrante, solida e maschile, per via del doppio nesso /tr/ e /fr/ che esalta la forza roboante della consonante 'r'. Il nome è composto da due parole che sembrano appartenere a lingue diverse: un sostantivo femminile italiano 'poltrona' e un sostantivo femminile tedesco 'frau', signora. In realtà, la storia ci dice che 'frau' è un cognome molto diffuso in Sardegna e derivato dal latino faber con il significato di fabbro.