

tutto sul naming

Béatrice 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

Béatrice Ferrari



info@beatriceferrari.com

special design

L'ULTIMO NATO in casa Ésé



Ésés è un nuovo marchio di design fondato nel 2010 a Saint-Étienne (Francia) dall'idea di Valérie Gonot, François Mangeol e Vincent Lemarchands. L'impatto del marchio è visivamente forte e richiama con decisione l'ambito del design moderno e del complemento d'arredo sperimentale. Giovane, alternativo, il segno grafico diventa sigillo. Il simbolo centrale gioca sui piani prospettici e gli assi cartesiani x-y-z, ma ripropone anche la 'E' e la 'S' in modo estremamente stilizzato. Il cerchio, simbolo di perfezione, è rassicurante, esprime qualità, affidabilità e spiega la sigla sintetizzata in alto. Il nome Ésés è un bisillabo composto da tre sole lettere e costruito a partire dalle tre parole Édition Sous Étiquette: una sigla quindi che consente al nome di essere facilmente pronunciabile in numerose lingue. La sua traduzione in italiano

potrebbe essere 'Edizione Sotto l'Etichetta' e si rifà all'etichetta dei tappeti che funge da certificato di autenticità poiché riporta molte indicazioni sul prodotto. La sonorità è discreta e dolce, caratterizzata dalla doppia presenza della vocale /é/ semichiusa e accentata unita al suono /s/ sibilante che richiama il soffio e la leggerezza. Una melodia vicina a un sussurro, semplice e simpatica. Il carattere tipografico utilizzato è maiuscolo e appartiene alla categoria delle font 'dots' o 'spotty', che evocano il mondo digitale e della tecnologia video. È originale e anticonformista, fresco, leggero, moderno e comunica creatività. Il nero, in contrasto con il bianco, è invece aggressivo, maschile e freddo, molto adatto per un brand di design alternativo, ricercato e di tendenza. Il nero è anche elegante, raffinato, comunica sobrietà e competenza.

Il brand del mese



Fonetica

Un nome piuttosto lungo e molto vivace, dal ritmo sostenuto grazie a un accostamento consonanti/vocali ripetitivo e deciso: il livello vocalico viene caratterizzato dalla ripetizione dei suoni /a-i/ che esprimono apertura e simpatia, mentre la parte consonantica /k-l-g-r/ è molto forte e incisiva. Una melodia imponente e di grande personalità.

Morfologia

Un quadrisillabo di origine cognominale che deriva dal tardo latino caligarius con il significato di calzolaio. Si tratta di un cognome italiano reperibile essenzialmente nella regione Friuli e tipico dell'Udinese.

Semantica

Calligaris è il cognome di Antonio, artigiano italiano che nel 1923 avvia un laboratorio per la produzione di sedie impagliate a mano con sede a Manzano, in Friuli. Dall'introduzione dell'impagliatrice automatica al primo catalogo e all'estensione della produzione al mondo dell'arredamento, Calligaris è diventato oggi uno dei protagonisti del successo all'italiana.

Iconografia

Il picchio evoca con immediatezza la natura e gli alberi restituendo un'immagine dell'azienda 'eco-friendly'. Il picchio, lavoratore instancabile, è simbolo della perseveranza e della resistenza; è immagine della passione per il legno ma anche dell'ingegno e della creatività, valori che la marca esprime attraverso i suoi prodotti.

Cromia

Il rosso Calligaris è brillante, estroverso e allegro. La tonalità è radiosa ed esprime dinamismo, energia positiva, vivacità e passione. A livello simbolico il rosso ha un forte legame con l'amore, l'eros e la sensualità. Si associa bene ai prodotti innovativi del brand.

Tipografia

Il carattere è un minuscolo lineare dalle linee morbide e dall'aspetto familiare e simpatico. L'ampiezza dei toni dà grande respiro al logo e comunica un senso di libertà e di serenità. Visivamente la composizione è danzante, pulita e leggera. Carattere giovane e fresco.