

ATTIVITÀ 3 - Progettare il logo

Dopo aver trovato gli utenti ed il nome per la vostra banca del tempo, dovete progettare il Logo. Per l'ideazione del logo seguite i consigli dell'articolo che segue e per la realizzazione del logo utilizzate un semplice programma di elaborazione testo, oppure uno strumento online per la creazione di loghi:

<http://web2.0stylr.com/>

In quest'ultimo caso ricordatevi di salvare il logo che compare alla destra dello schermo cliccando sul logo col tasto destro del mouse e selezionando "salva immagine con nome".

Consigli per progettare il logo di un'azienda

Punta sulla semplicità - Un logo eccessivamente complesso può essere difficile da riprodurre, da applicare a diversi supporti (biglietti da visita, cartelloni pubblicitari, carta intestata, buste commerciali, ecc.) e difficile da ricordare, oltre che da sviluppare.

I loghi illustrati consentono maggiore libertà espressiva e spesso rappresentano il modo migliore per rappresentare, graficamente, alcuni aspetti dell'azienda, ma richiedono notevole abilità nel disegno. In alternativa potresti abbozzare su carta le tue idee per poi farle trasformare in opere d'arte da designer professionali.

Lascia fluire le idee - Il desiderio che il tuo nuovo logo rappresenti graficamente un insieme di qualità dell'azienda potrebbe portarti a spremerti il cervello per trovare più metafore visive possibili. Uno sforzo che potrebbe risultare inutile. A volte un'idea molto elaborata può risultare meno performante di una semplice e apparentemente banale. Non ragionarci troppo e, per iniziare, lascia fluire su carta tutto quello che ti passa per la mente.

Un logo non deve ritrarre necessariamente ciò che fa l'azienda - La tentazione di realizzare un logo che illustra, con disegni verosimili alla realtà, il core business dell'azienda, è forte, ma non è necessario. Gli archi dorati di McDonald's non assomigliano ad un hamburger o a delle patatine fritte, il baffo della Nike, forse uno dei loghi di maggior successo di tutti i tempi, non rappresenta certo un paio di scarpe e tutti sanno che la Apple non vende mele.

Un logo dovrebbe esprimere i valori dell'azienda - Se è vero che graficamente il logo non deve necessariamente ricordare che tipo di attività fa l'azienda, è altrettanto vero che non ci si deve dimenticare quali sensazioni l'azienda vuole trasmettere.

Se una società desidera apparire seria e affidabile, probabilmente sceglierà uno stile diverso da una società che vuole apparire fresca e ironica. Quindi un logo che sarebbe

appropriato per un istituto finanziario probabilmente non lo è per un bar o per un ristorante, e viceversa.

Prima di progettare il logo della tua nuova azienda pensa a quale sistema di valori desidera esprimere.

Le dimensioni del logo fanno la differenza - In realtà, questa è una delle cose più importanti da tenere a mente, se non la più importante.

La maggior parte delle società hanno la necessità di riprodurre il logo in una grande varietà di dimensioni, da molto piccole a molto grandi. Loghi estremamente complessi rischiano quindi di non rendere se riprodotti a immagine molto piccole, soprattutto se inseriti in un sito internet. Allo stesso modo, tieni presente che ci potranno essere situazioni, nel futuro della tua azienda, in cui il marchio verrà riprodotto su mezzi di informazione giganti, come su cartelloni pubblicitari o a lato di un camion. Un logo che sembrava graficamente piacevole, ingrandito può risultare sgradevole.

Dunque prima di progettare il tuo logo pensa a come e dove verrà utilizzato, sia in termini di dimensioni che di supporti.

Le proporzioni tra altezza e larghezza determinano l'aspetto di un logo - Nella progettazione del logo, non trascurare l'importanza che possono avere le dimensioni. Esse ne determinano l'equilibrio grafico e l'applicabilità sui diversi supporti.

Un logo troppo alto e corto, oppure troppo basso e lungo, non sarà visivamente piacevole, inoltre potrà risultare difficile da combinare con altri elementi grafici (ad esempio nei biglietti da visita, nei siti web, ecc), creando problemi nella realizzazione di layout.

Meglio se scritta e simbolo possono essere separabili - Se il logo è formato da una scritta e da un simbolo grafico (logotipo), è consigliabile progettare il marchio dell'azienda affinché questi due elementi possano anche viaggiare da soli, secondo necessità.

Meglio dunque evitare intrecci o sovrapposizioni.

Progetta il tuo nuovo logo per i tuoi clienti - Naturalmente il logo è un simbolo che l'azienda deve sentire adeguato a rappresentarla, ma non dimenticare che il nuovo logo si rivolgerà soprattutto al pubblico cui mira l'azienda, quindi va progettato tenendo presente la sensibilità e le aspettative dei vostri potenziali clienti.

Un marchio che deve catturare velocemente l'attenzione del cliente (insegna di un bar, logo di un prodotto da supermercato, ecc.), deve avere impatto immediato sul cliente, deve essere facile da decifrare e possibilmente da ricordare.

Il colore non è importante nelle prime fasi di progettazione - A meno che non sia parte integrante del concetto che si desidera esprimere, la scelta dei colori non è importante nelle prime fasi della progettazione.

All'inizio è molto più importante il disegno. I colori possono sempre essere modificati in seguito, se non sono già stati determinati da una scelta istituzionale.

Inoltre, i loghi che si basano troppo sull'abbinamento dei colori, per reggere visivamente, rischiano di risultare mediocri quando riprodotti in bianco e nero (ad esempio nei fax).

tratto da: <http://www.logopro.it/>
