

L'importanza dell'immagine nella fase di start-up

Il progetto Rocca d'Orcia

Di fronte all'immagine ben studiata di un'attività o di un prodotto reagiamo in modo positivo e ne veniamo attratti: vogliamo conoscere ciò che ci piace.

Attraverso l'immagine riceviamo un'anticipazione, un racconto di quanto ci viene proposto; la scelta del naming e del simbolo risultano quindi determinanti nella definizione della propria identità di marca.

La brand è parte del prodotto come della propria attività e può determinare la sua affermazione, per questo motivo proprio **nella fase di start-up la cura della propria immagine diventa una scelta strategica.**

Questa scelta diventa ancor più decisiva quando le attività fra loro relazionate sono diverse, con mission distinte. La complessità dei rapporti che agiscono all'interno di un gruppo di brand è stata organizzata da SGA nel recente progetto per **Rocca d'Orcia**, antico borgo medioevale ancora intatto nel cuore della Toscana.



Il progetto è nato dal desiderio dell'imprenditore **Pasquale Forte** di rivitalizzare il borgo che circonda la Rocca di Tentennano; grazie al restauro accurato degli spazi che per secoli avevano ospitato attività artigianali legate alla tradizione, ed al loro rilancio.

In un simile contesto il lavoro di progettazione del brand design non può prescindere dalla ricerca di un linguaggio espressivo in grado di cogliere e valorizzare sia gli elementi tipici dell'attività imprenditoriale, sia i suoi punti distintivi nei confronti del mercato e del contesto nel quale il brand vivrà.



Per questi motivi il lavoro ha comportato un pensiero progettuale organico sia nella scelta del naming che nello studio del segno grafico. L'enoteca è stata battezzata **Perinquà** mentre l'adiacente e comunicante osteria: **Perillà**. Un binomio fonetico di particolare efficacia, facile da ricordare, originato dal dialetto locale. Due luoghi, le cui attività risultano affini, hanno ricevuto un unico lettering ed un unico simbolo, ma sono stati distinti da elementi fonetici che affermano le rispettive identità.



Per l'emporio toscano è stato scelto il nome **Riamà**, che sottolinea una più spiccata autonomia richiamando il tradizionale termine toscano riamà. Termine che identifica l'attività del ricamo, ed evoca la manualità necessaria alla creazione dei prodotti proposti all'interno dell'emporio.

Infine lo spazio espositivo battezzato **Spazio Se**, che ospiterà autori di fama internazionale operanti nell'ambito della ricerca fotografica e che ha aperto la stagione con una mostra dedicata a Francesco Radino.

SGA, oltre ad aver progettato le quattro brand e ad aver svolto la ricerca relativa al naming necessaria per la definizione delle diverse entità "aziendali" ha curato la comunicazione integrata del progetto globale presentato di recente alla cerimonia di inaugurazione.



Il risultato del progetto nel suo complesso è visibile sul sito www.trecerchi.com



S G A

corporate & packaging
design

via Sudorno 44
24129 Bergamo - Italia

Tel. +39 035 26 50 931
Fax +39 035 26 18 95

contact@sgaitalia.it