

PRIMA IL LOGO O PRIMA IL SITO WORDPRESS?

Considerazioni sulla necessità di definire
un corporate identity prima di realizzare un sito internet

Talk a cura di Toni Traglia per Wordpress Meetup Milano

TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN

MI PRESENTO

Graphic-designer italo-svizzero, mi sono formato presso la Schule für Gestaltung di Berna. Esordisco nel 1987. Per 10 anni collaboro full time, e successivamente come freelance, con prestigiose agenzie di comunicazione svizzere, italiane e francesi (Giò Rossi, Design Group Italia, Ard Vevey, Coleman Schmidlin Basilea, Landor Paris, Carré Noir, Lumen, CB'A..)

Progettista indipendente dal 1997, seguo con successo progetti di comunicazione, dando il meglio nel corporate, brand e packaging design. Influenzato da tanti maestri del design "marketing oriented", adotto una creatività analitica e strategica mirata a differenziare ogni progetto con soluzioni grafiche che si distinguono per originalità, fascino, funzionalità, pertinenza e che esaltano le potenzialità seducenti del linguaggio grafico-illustrativo.

Ho avuto modo di trasmettere questo mio approccio creativo insegnando brand e packaging design in due autorevoli scuole Milanesi (NABA e International College of Sciences and Arts).

I miei progetti sono stati premiati con 17 riconoscimenti al Mediastars di Milano: 2 Primi Premi di Categoria, 7 Special Stars e 7 Nominations in short list. I miei lavori di graphic design sono stati pubblicati in prestigiosi libri e riviste di settore.

Attento alle influenze che agiscono nel settore del design, credo nel web fin dal 1997. Da allora creo, realizzo e gestisco online siti, blog, animazioni, banners, landing pages... Considero i nuovi media come parte integrante di un progetto di comunicazione globale. Consapevole dei limiti tecnologici del web, integro in modo coerente la comunicazione tradizionale a quella in rete.

Presente sui più importanti social, sono particolarmente attivo su Facebook dove amministro il gruppo "Io Amo Mangiare".



TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN

ARGOMENTI TRATTATI IN QUESTO TALK

Si può fare un sito senza un logo? Un sito non è fine a se stesso

ASPETTI DA CONSIDERARE PRIMA DI REALIZZARE UN SITO

- *Viene prima il logo o viene prima il sito?*
- *Cosa implica la progettazione di un logo?*
- *Perchè è importante la definizione di un corporate identity?*
- *Cosa contiene un corporate identity?*

CORPORATE AZIENDALE E SITO NOLI

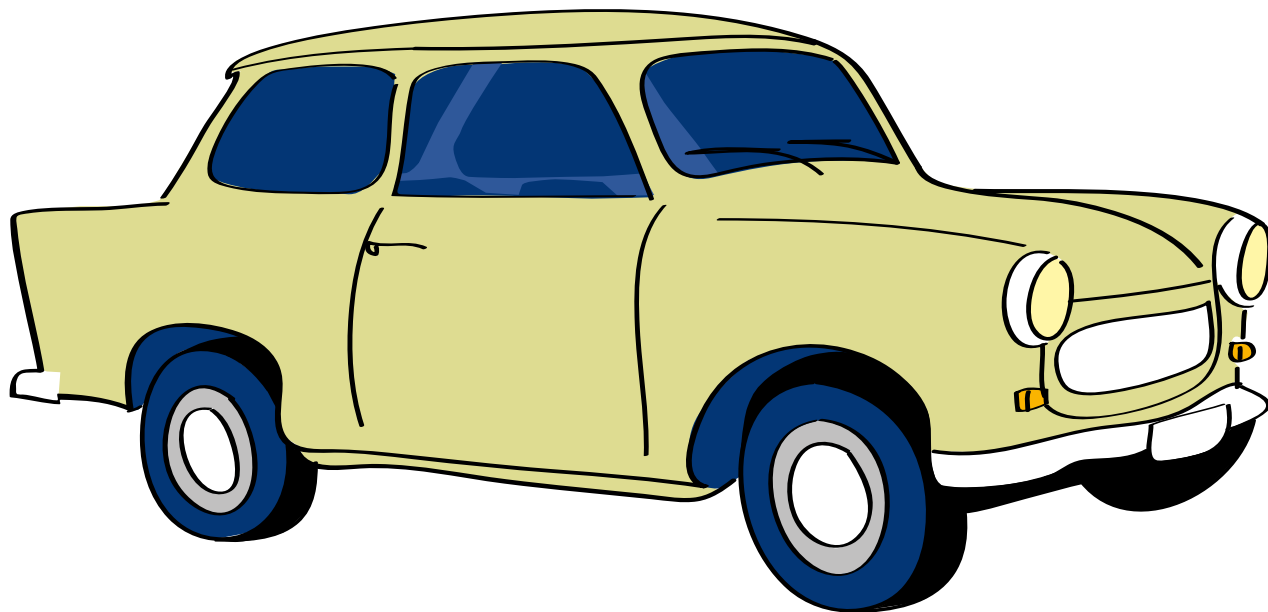
- *Impostazione e realizzazione corporate Noli*
- *Creazione del logotipo e del marchio Noli*
- *Applicazioni del corporate su supporti di comunicazione*
- *Applicazioni del corporate sul sito WordPress*

ALTRI ESEMPI DI SITI BASATI SU UN CORPORATE IDENTITY

- *Sito WP per l'associazione Volontari dell'Adda*
- *Sito Agriovo per un produttore di uova*
- *Sito Toni Traglia Graphic Design*

PRIMA PARTE

ASPETTI DA CONSIDERARE PRIMA DELLA REALIZZAZIONE DI UN SITO



VIENE PRIMA IL LOGO O VIENE PRIMA IL SITO?

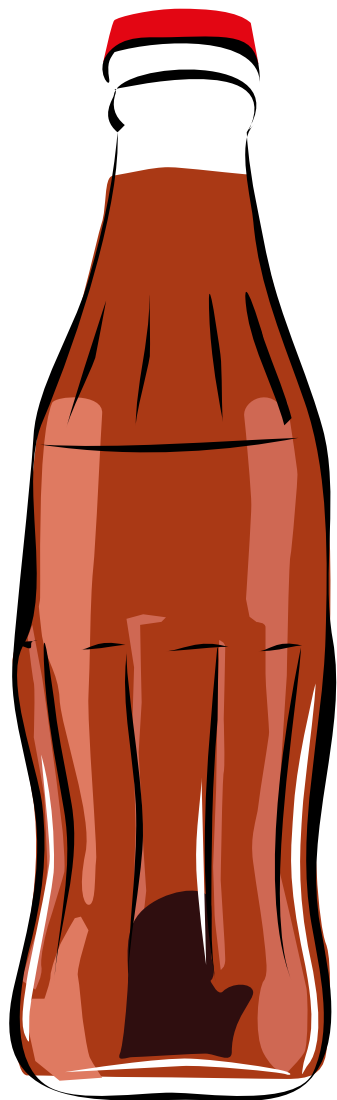
Difficilmente comprereste un'auto senza una carrozzeria accattivante. Ecco perché realizzare un sito internet senza avere definito prima il corporate risulta una decisione sbagliata o comunque incompleta.

In effetti una vettura può circolare anche senza un design convincente, ma le mancherebbe la sua parte identificativa, quella parte caratteristica che vi ha sedotto quando l'avete comprata. Allo stesso modo un sito internet non può funzionare solo con il suo motore e con l'ausilio di qualche accessorio: ha bisogno anche di una sua identità.

COSA IMPLICA LA REALIZZAZIONE DI UN LOGO?

La prima cosa ovvia ma non così scontata è quella di affidarsi a dei professionisti. Come vedremo nella definizione del corporate, il logo fa parte di un sistema visivo, ne suggella la sua identità e i suoi valori, essendone l'elemento fondamentale. Per questo motivo sono necessarie figure competenti che contribuiscono a disegnare questo sistema. Dunque, per realizzare la parte grafica e il logo in particolare, conviene vivamente affidarsi a graphic designer esperti.





PERCHÈ È IMPORTANTE LA DEFINIZIONE DEL CORPORATE IDENTITY?

Chiedetelo ai leaders di mercato come Coca Cola, che ha investito sull'immagine fin dall'inizio della sua gloriosa carriera. La risposta a questa domanda sta nella volontà di essere unici e facilmente identificabili.

Certamente Coca Cola spende miliardi in pubblicità, ma è assolutamente chiaro che prima di comunicare così in grande, la marca abbia costruito una fortissima identità di prodotto. Questo investimento si manifesta ovviamente con la storica bottiglia ma si evidenzia coerentemente anche su tutti i supporti di comunicazione.

COSA CONTIENE UN CORPORATE IDENTITY ?

In sintesi, il corporate identity è un contenitore visivo di valori legati alle brands. Graficamente viene basato su un codice che evidenzia visualmente le caratteristiche di un prodotto o di una marca. Per definire un corporate in modo corretto ed efficace, è necessaria un'attenta analisi per evidenziare le peculiarità che fanno la differenza. Queste, insieme ad altri comportamenti strategicamente definiti, contribuiscono a difondere attitudini coerenti rispetto ai principi della marca. L'insieme di questo sforzo d'immagine dà vita alla brand experience che i consumatori vivono quando sono confrontati con i prodotti. Il lavoro del graphic design serve ad esaltare visivamente questi valori per renderli fortemente riconoscibili ed identificabili. Il dramma è che qualsiasi sito internet, anche se lanciato senza lo studio di un corporate, manifesta comunque un'impressione visiva. Spesso però il riscontro di quelli improvvisati non corrisponde alle aspettative e diffonde un'immagine riduttiva dei prodotti. Non proprio una bella brand experience, insomma.



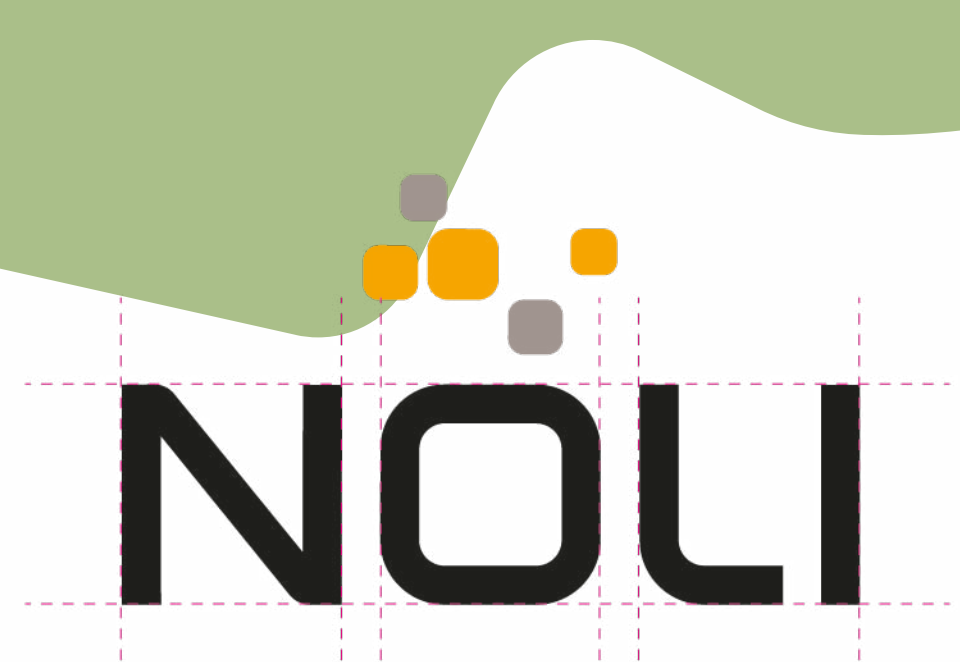
SECONDA PARTE
CORPORATE AZIENDALE
APPLICATO SUL SITO NOLI

IMPOSTAZIONE E REALIZZAZIONE DEL CORPORATE NOLI

Con questo lavoro abbiamo creato e realizzato il corporate identity impostando un sistema visivo per l'inserimento coerente delle diverse applicazioni. E' bene evidenziare il fatto che in questo caso abbiamo deciso di definire prima le base del corporate per poi progettare gli elementi che ne avrebbero fatto parte. Dunque, partendo dal contenitore globale, sono stati poi creati il logo e il simbolo con relativo payoff della Noli. L'azienda si occupa di commercializzare negli Stati Uniti alcune prestigiose marche di cucine made in Italy, la scritta "Italian Kitchen Design" sintetizza perciò l'attività del rivenditore: selezionare cucine di altissimo livello per qualità e design. Il design, infatti, è stato il punto centrale che ha orientato il processo creativo del lavoro.



*base del sistema visivo
del corporate Noli*



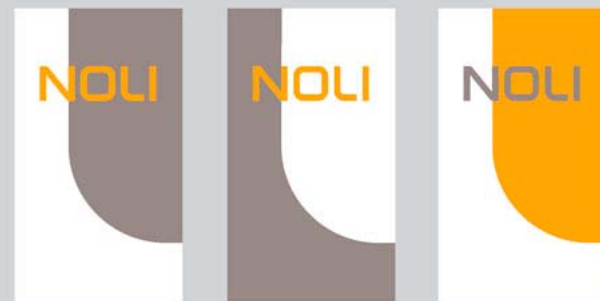
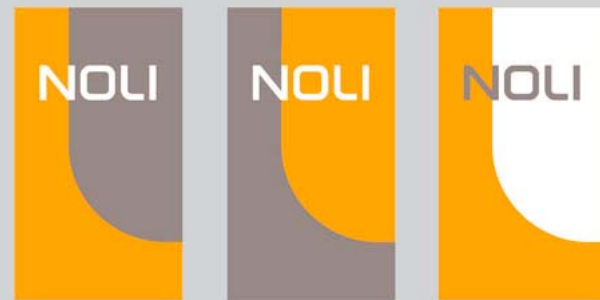
NOLI

CREAZIONE DEL LOGOTIPO E DEL MARCHIO NOLI

Il disegno del logotipo e del suo simbolo si basa sul concetto di modularità delle cucine e sulla libertà di assemblarne i componenti. A questi due punti di riferimento si aggiunge l'esigenza di realizzare un corporate identity dalla forte connotazione di design moderno ed esclusivo. Per raggiungere questi obiettivi, il quadrato è stato scelto come elemento base del lavoro; è servito come struttura per disegnare il logotipo che si articola in 3 quadrati dalla stessa dimensione. Viene ripreso anche nella fisionomia del simbolo che si compone di 5 quadrati. Questo mini-mosaico intende rappresentare i moduli che si uniscono ma anche la libertà nel metterli insieme.

APPLICAZIONI DEL CORPORATE SUI SUPPORTI DI COMUNICAZIONE

Ovviamente non potevano mancare gli adattamenti sulla modulistica, in cui i biglietti da visita hanno ricevuto una considerazione particolare. In effetti abbiamo cercato di applicare il concetto di modularità anche su questi supporti; per questo motivo, i retro hanno usufruito di una combinazione dei diversi colori del sistema visivo. Queste variazioni cromatiche, realizzate sullo stesso tema, offrono la possibilità di differenziare i retro dei biglietti, proponendo una diversità di scelta come succede quando si acquistano gli elementi di una cucina.



*fronte e retro
dei biglietti da visita*

TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN



copertina di una presentazione Powerpoint



*applicazione del logo
sull'insegna*



*modularità applicata sui retro
dei biglietti da visita*

TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN

APPLICAZIONI DEL CORPORATE SUL SITO WORDPRESS

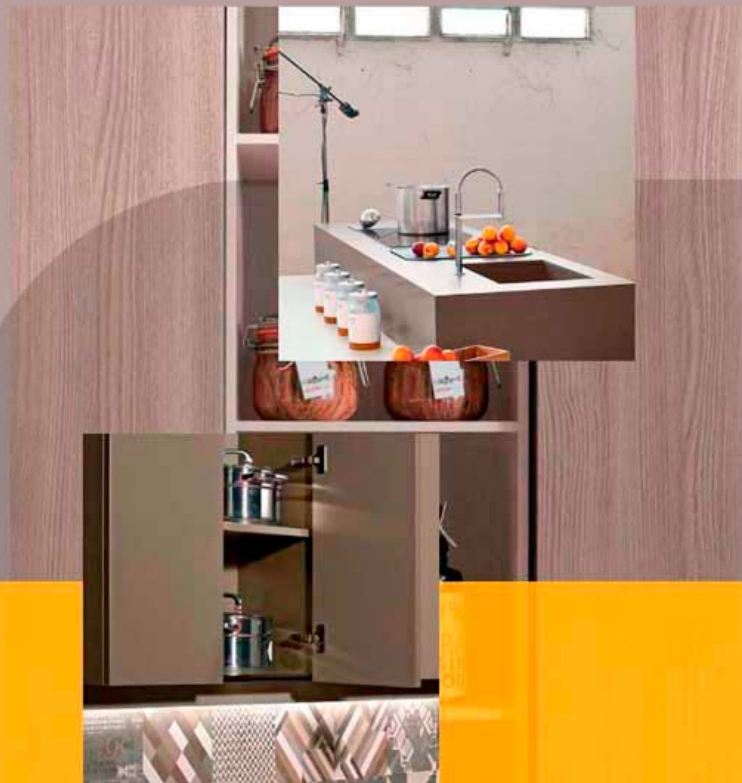
Per la realizzazione del sito NOLI abbiamo voluto utilizzare al meglio i valori definiti nel corporate aziendale, il sito è solo uno dei componenti basato sul sistema visivo. Quello che si vede online è l'adattamento del sistema applicato su questo supporto, rispettandone coerentemente le regole. Certamente le peculiarità del web esigono alcuni limiti e non tutto quello che si realizza su carta può essere ripetuto online, ma l'obiettivo dell'identità globale mira a fissare dei punti chiave che configurano un aspetto comune e identificabile su ogni supporto utilizzato.



*homepage
sito Noli*

TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN

NOLI



NOLI

DESIGN

At NOLI, kitchen design is both collaborative and iterative. We work directly with you or your design team to help create your stunning modern Italian kitchen. We communicate with builders, architects, interior designers, and tradespeople to design, install, and service your kitchen.



The NOLI logo is a yellow square with the word "NOLI" in white, uppercase, sans-serif font. It is positioned in the top left corner of the first website mockup.

NOLI



DESIGN COLLECTION

Our most contemporary kitchens for the Modern Italian lifestyle. Slab doors, disappearing features, purposeful angularity, seamlessly integrated appliances – an architectural feast. Visual minimalism and high functionality. Make your mark.

Altea

link al sito

pagina Collections

pagina dei contatti

The NOLI logo is a yellow square with the word "NOLI" in white, uppercase, sans-serif font. It is positioned in the top left corner of the second website mockup.

NOLI



VITA

Our NOLI family loves to celebrate. Follow us on Instagram, our NOLI Vita Blog and on Facebook.

TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN

TERZA PARTE

**ALTRI ESEMPI DI SITI BASATI
SU UN CORPORATE IDENTITY**



SITO WORDPRESS VOLONTARI DELL'ADDA

I concetti creativi che hanno sostenuto questo progetto si basano sulle caratteristiche legate al territorio e sui valori fondanti dell'associazione. Il fiume Adda diventa il primo spunto a cui attingere per definire l'aspetto del marchio; il secondo si ispira alla solidarietà. La fusione visiva di questi due criteri forma la fisionomia del simbolo. Le onde del fiume che si tengono per mano esprimono l'impegno dell'associazione a servizio delle richieste di intervento, le due mani del simbolo si uniscono per ricordare lo scorrere del fiume che tanto influenza la cultura e la vita intorno all'Adda.

La progettazione ha incluso gli adattamenti del corporate sulla modulistica, ma soprattutto sul sito internet. Il marchio, l'elemento chiave del corporate, viene ripreso anche come sfondo per contestualizzare l'associazione nel suo territorio.

*corporate applicato
sulla targhetta*



*corporate applicato
sulle divise*

TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN



Volontari dell'Adda Onlus

Al vostro servizio con passione

Siamo un'Associazione specializzata nelle telecomunicazioni in emergenza. Ci impegniamo con mezzi e risorse a favore dei cittadini, enti e comunità, nei casi di emergenza prevenzione e soccorso. I volontari addestrati sono sempre disponibili per urgenze ed eventi calamitosi.

Le ultime News



Diventa Volontario

Le nostre Attività

Radiocomunicazioni

homepage sito
Volontari dell'Adda



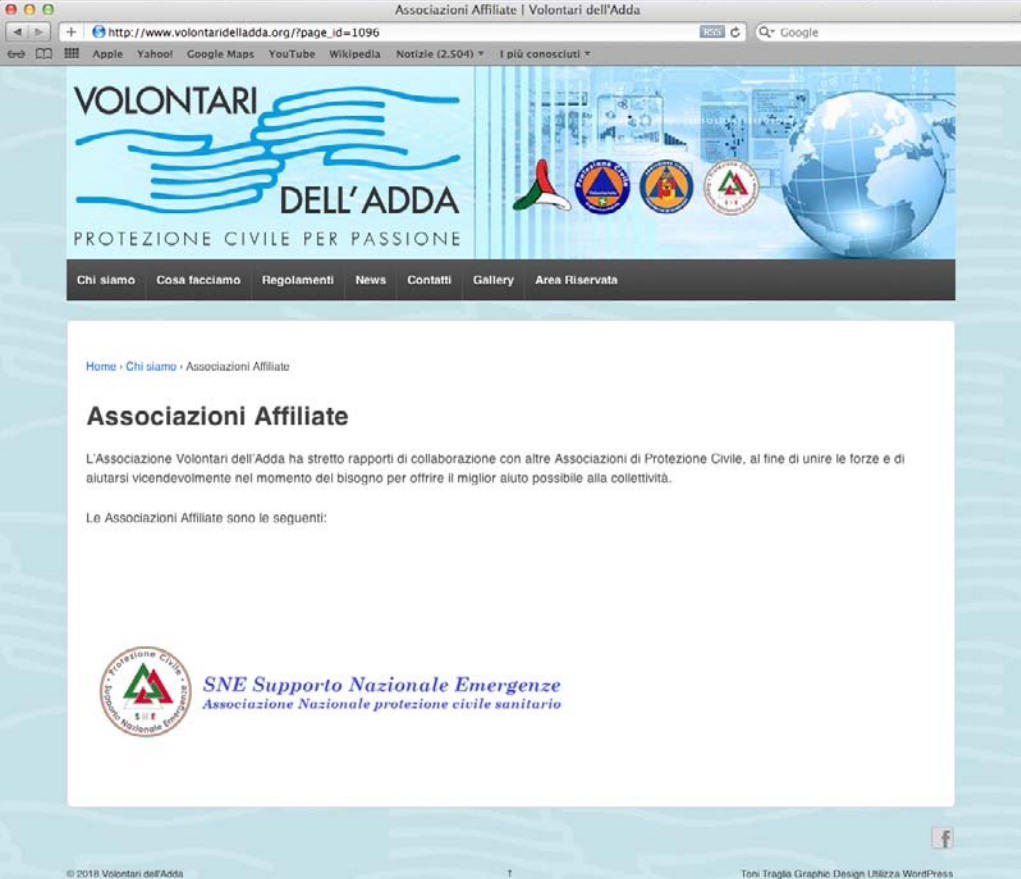
pagina di un articolo

Archivi

- agosto 2018
- novembre 2017
- ottobre 2015
- agosto 2015
- luglio 2015
- luglio 2014
- giugno 2014
- maggio 2014
- aprile 2014
- febbraio 2014
- dicembre 2013
- novembre 2013
- ottobre 2013
- settembre 2013
- settembre 2012
- giugno 2012

TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN

Categorie



pagina delle attività

pagina delle associazioni



link al sito

Home • Attività • Segreteria di Campo

Segreteria di Campo



L'Associazione Volontari dell'Adda in qualità di associazione federata alla FIR CB si occupa anche della gestione della Segreteria da Campo. La segreteria da campo è il centro nevralgico di un campo sia che questo sia di soccorritori che di sfollati. La segreteria di un campo soccorritori ha una funzione essenziale nella gestione di una emergenza / esercitazione al fine di ottenere un coordinamento e un utilizzo ottimale delle risorse sia umane che materiali presenti in un campo e nell'espletamento delle attività burocratica e/o amministrative. La Segreteria viene costituita ogni qual volta un gruppo di soccorritori opera in emergenza o esercitazione, in modo particolare quando la situazione di crisi si protrae nel tempo. Alla Segreteria vengono demandate tutte le attività amministrative, tecniche e logistiche del campo, in modo particolare essa deve mantenere attivo ed aggiornato lo stato delle risorse presenti al campo: uomini, mezzi, apparecchiature.



Gli operatori di segreteria saranno in costante contatto con il DI. MA., o con il per supportarlo nella gestione delle risorse. In definitiva la Segreteria non è il luogo "di gestione delle carte" come qualche ma lo strumento che permette di raggiungere l'obiettivo del soccorso, utilizzando le risorse umane e le attrezzature necessarie al superamento dell'emergenza. Il personale che opera nella Segreteria sarà di volta in volta scelto tra i presenti, con preferenza agli operatori che in altre occasioni abbiano già svolto la mansione. Un'esperienza indispensabile è la conoscenza dell'uso di un Personale Computer e di software dedicati realizzati ad uso dalla federazione italiana ricetrasmittenti (FIR CB).

**TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN**

SITO HTML/FLASH PER AGRIOVO

Questo lavoro parte dal restyling di un corporate già esistente. Per lo studio del nuovo progetto, vengono espresse da parte del committente le esigenze di comunicare in modo più forte concetti di naturalità e genuinità.

Partendo da queste indicazioni, il design elabora una base corporate di grande impatto fondata su dei ciuffi d'erba su cui poggiano un fiore e le uova. Con l'aggiunta di una fascia colorata, si definisce un sistema visivo che risolve due degli aspetti carenti dei precedenti packaging. In effetti, questo corporate disegnato con tinte piatte e vivaci, riesce a suscitare una grande attrattiva cromatica esprimendo genuinità con un codice naturale molto semplice. Infine per rappresentare le uova, queste non vengono raffigurate aperte a metà (attitudine molto in uso da parte della concorrenza) e avendo già un tuorlo nel nostro logotipo, la scelta di adottare solo uova intere risulta più personale. Sono così illustrate tre uova in una composizione che bene si inserisce sulle confezioni; le uova insieme all'erba diventano parte essenziale di un sistema visivo che si propone di diventare corporate identity per l'utilizzo non soltanto sul packaging.

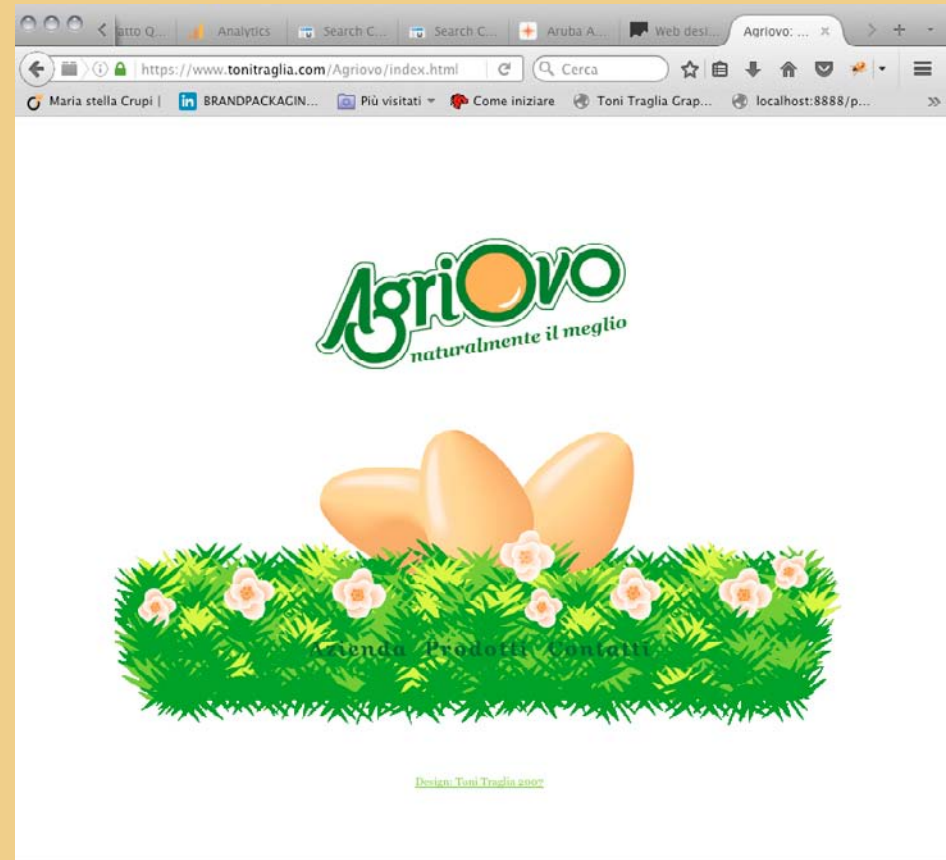


*applicazione del corporate
sui prodotti e sul furgone*



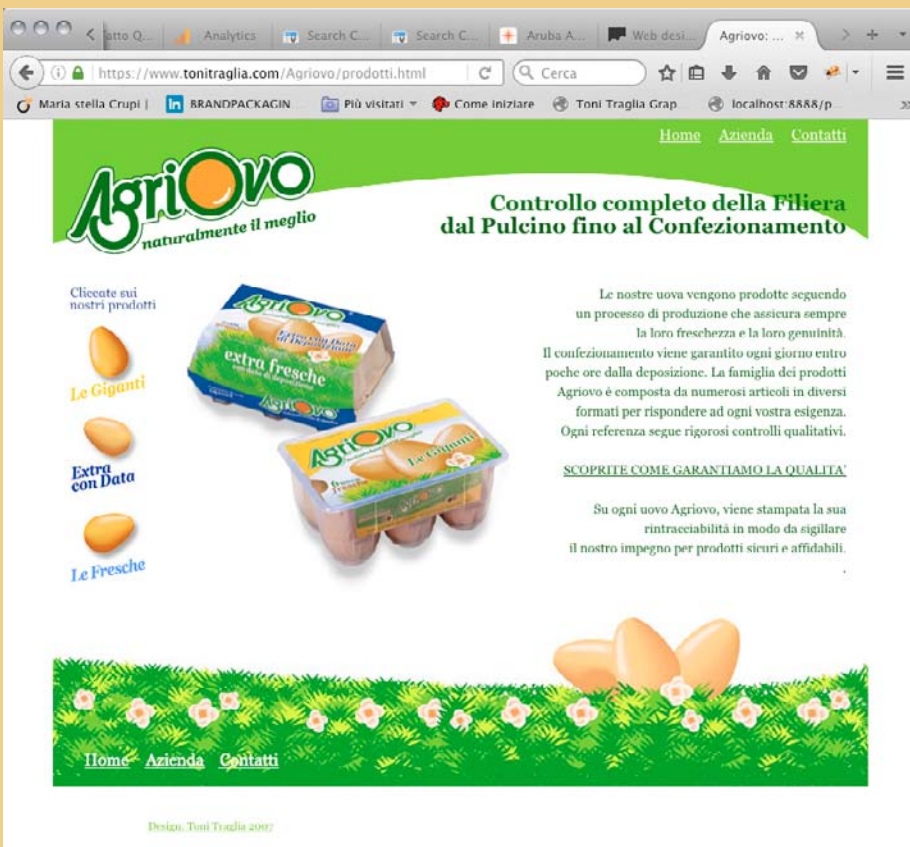
TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN

homepage
sito Agriovo



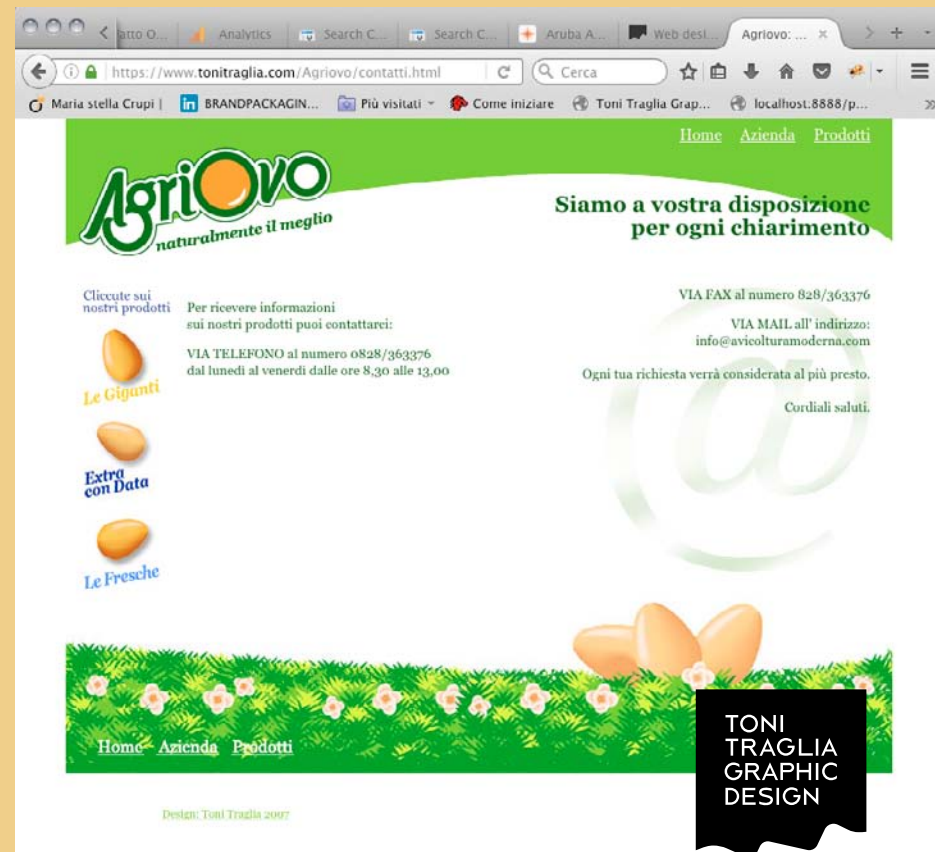
pagina di
presentazione
aziendale

TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN



pagina dei prodotti

pagina dei contatti



link al sito

SITO HTML/CSS/JS

TONI TRAGLIA GRAPHIC DESIGN

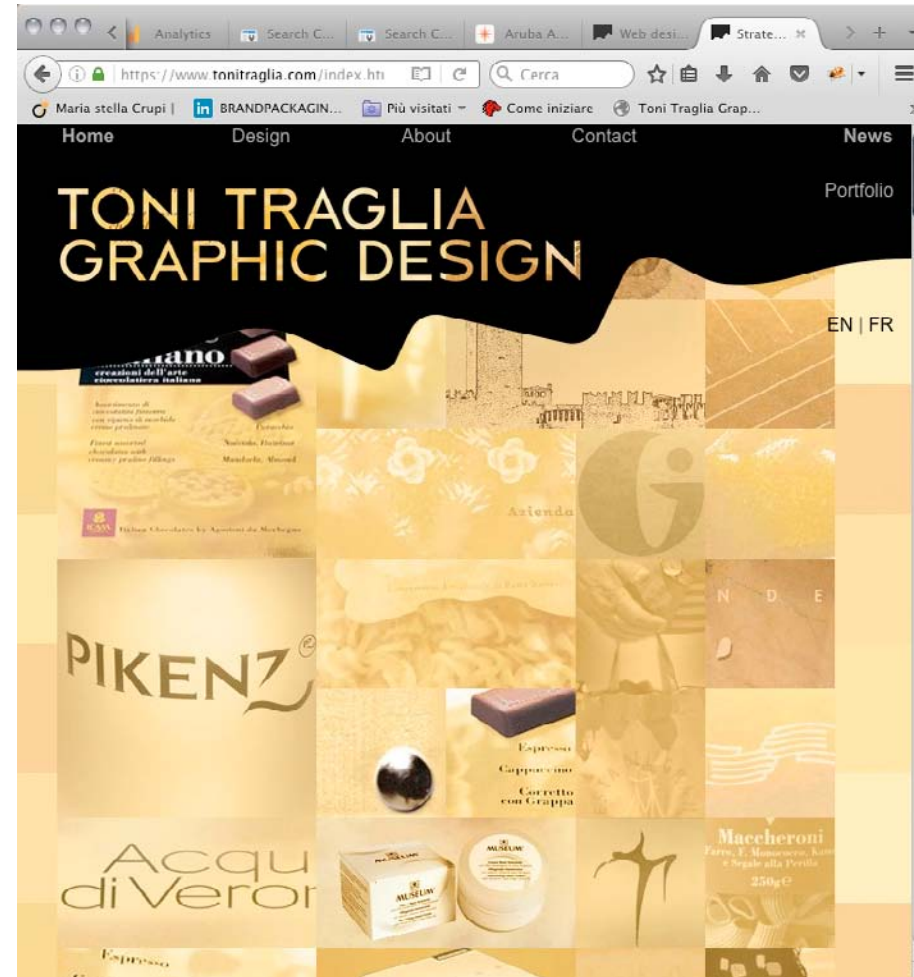
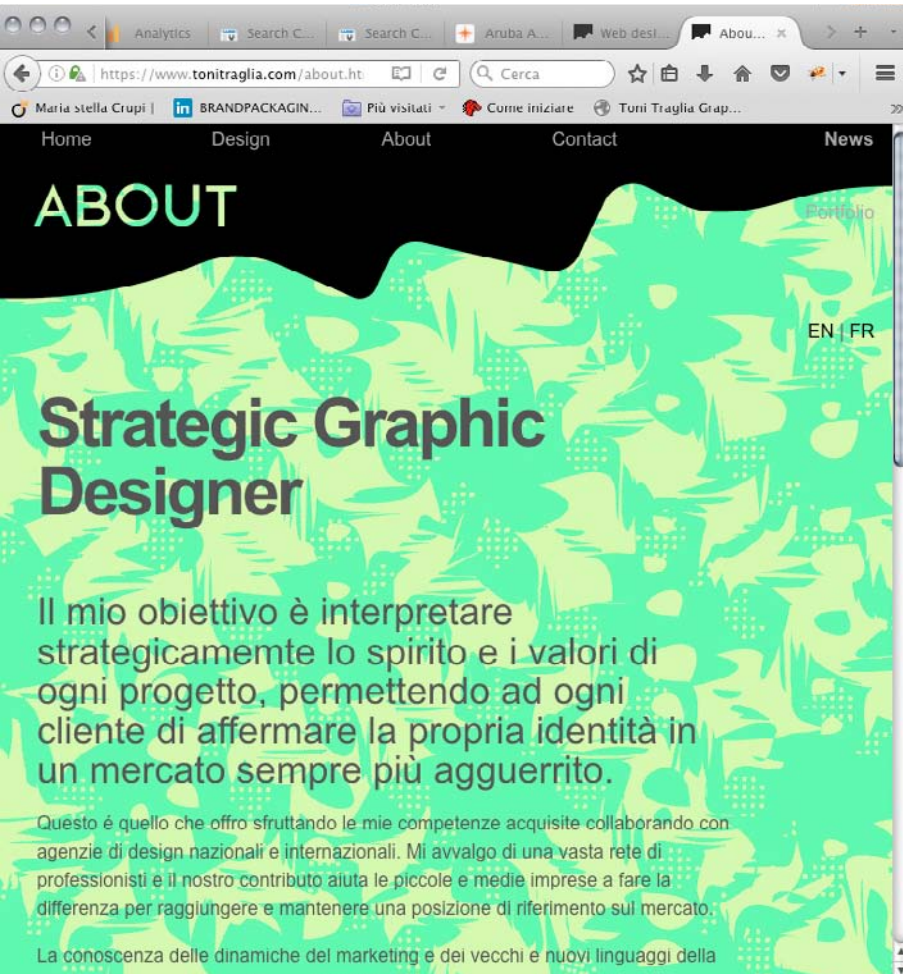
Per la realizzazione del mio corporate professionale, ho voluto spostare il concetto di identità visiva oltre il campo della riconoscibilità. In effetti, più che agire su un'entità percepita visualmente, il sistema opera sul modo di interagire rispetto allo spazio visivo. L'utilizzo coerente di questo sistema di comunicazione contraddistingue una volontà di influenzare la fruizione dei vari media. In sostanza l'applicazione del quadrato "ondeggiano" non è finalizzato ad un impatto puramente visivo. Rispetto ad un normale simbolo, questo marchio permette un comportamento che non si limita solo a sigillare i contenuti, ma interferisce sui formati in modo da scomporre gli spazi sui cui viene applicato. Da semplice marchio diventa sistema di caratterizzazione.

Il simbolo nero rappresenta contenuti che sintetizzano le specificità della mia personalità. Le linee rette esprimono il rigore mentre l'estro della creatività si manifesta con le onde. L'insieme forma un quadrato disinvoltato sul quale si alternano il rigore e l'esuberanza della fantasia mirando a personalizzare i formati prestabiliti.



TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN

homepage

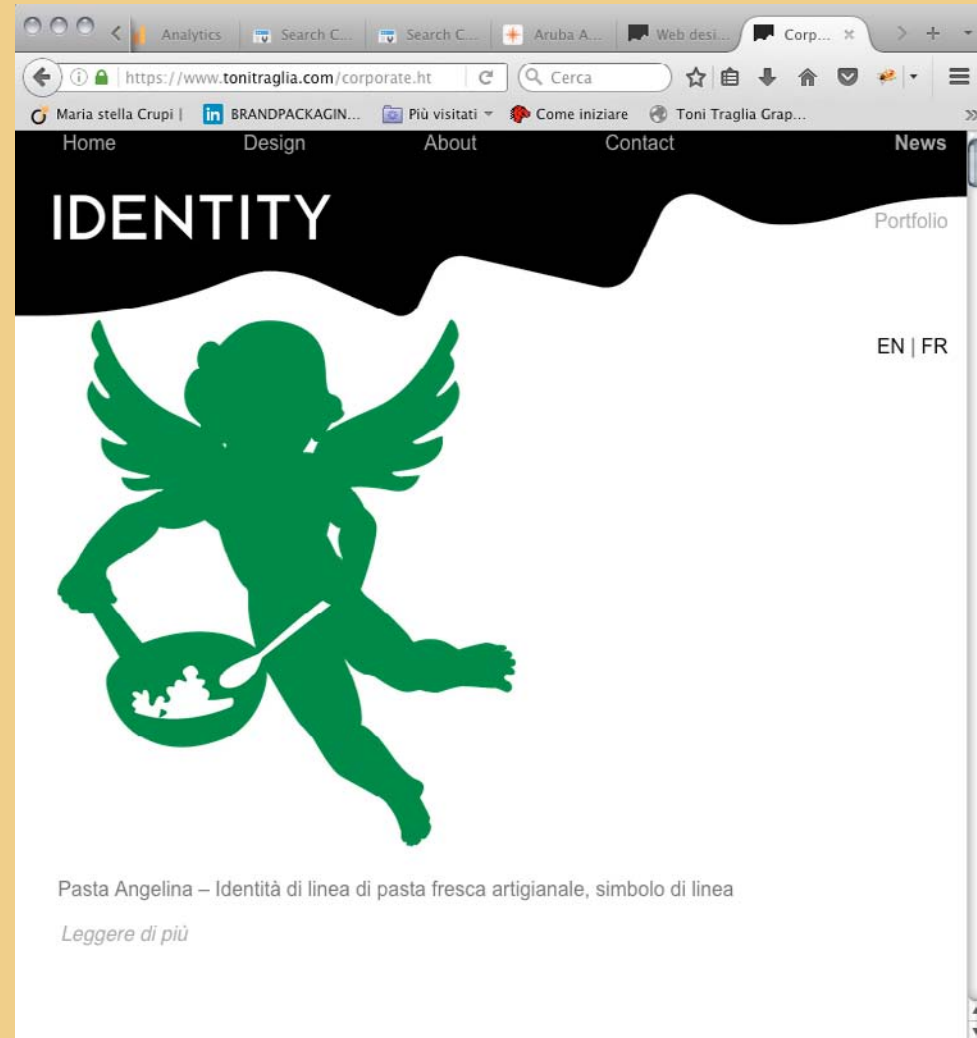
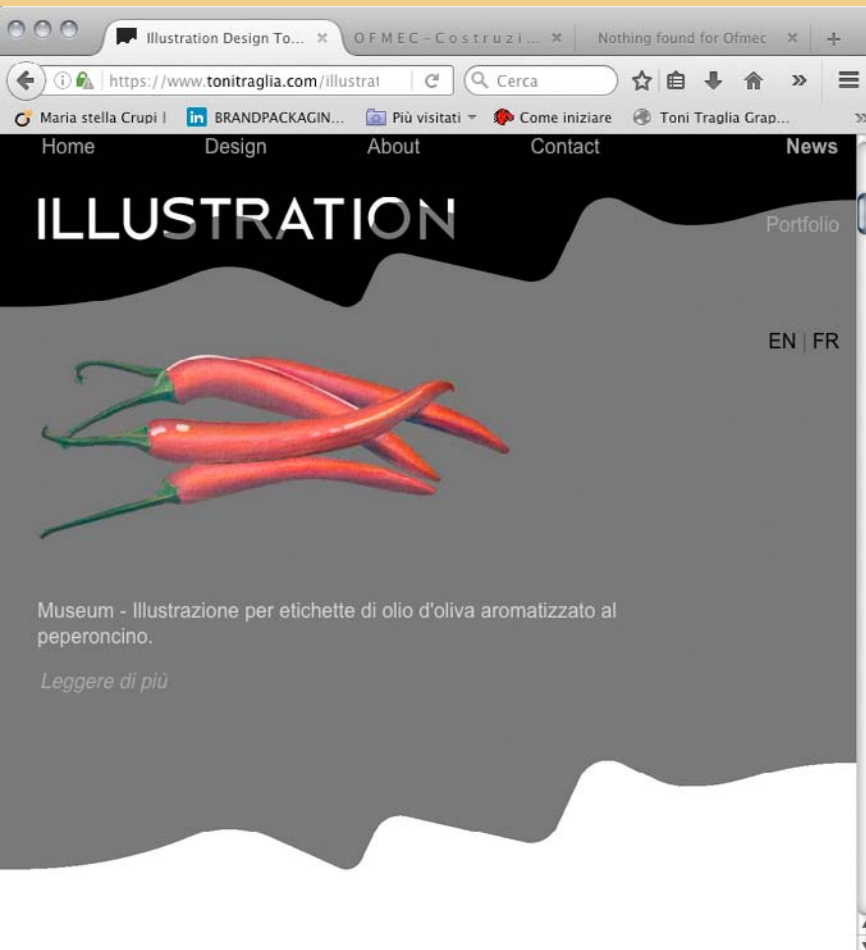


pagina about

TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN

*pagina
del portfoglio*

*scrolling pagina
del portfoglio*



link al sito

TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN

CONCLUSIONI

La realizzazione di un sito internet deve considerare la sua integrazione coerente con un progetto di comunicazione globale.

Un sito coinvolgente deve basarsi su valori che vengono affermati nell'esperienza di navigazione.

WordPress non ti dice cosa e come comunicare.

La sua facilità di utilizzo non assicura un riscontro positivo.

Realizzare un sito che abbia personalità è possibile anche con WordPress.

GRAZIE

PER L'ATTENZIONE

TONI TRAGLIA GRAPHIC DESIGN
piazza Libertà 3 24040 Canonica d'Adda 340 30 75 068
info@tonitraglia.com www.tonitraglia.com

TONI
TRAGLIA
GRAPHIC
DESIGN