

Nell'incontro di giovedì 4 dicembre abbiamo ripercorso le tappe che hanno preceduto l'elaborazione della identità visiva di SMIA, definito come società operante come rivenditore nel settore "Construction Equipment" di VOLVO.

Analizzando il contesto regionale in cui opera, abbiamo identificato MAIA come principale competitor, visitando i siti MAIA Spa e MAIA macchine industriali.

Il rapporto "SMIA-MAIA" è stato paragonato direttamente a quello esistente tra VOLVO e la concorrente diretta CATERPILLAR.

Per l'identificazione dell'approccio al Target, il tono e lo stile della comunicazione si possono rapportare a quelli di MAIA.

L'attuale strategia verte su un graduale inserimento nello stesso mercato attraverso vari media e iniziative aventi come obiettivo un buon posizionamento e progressivo consolidamento sul mercato.

La differenziazione di SMIA rispetto alla concorrenza diretta si può orgogliosamente affermare nel modo di operare piuttosto che nelle caratteristiche intrinseche al prodotto, andando ad arricchire la Corporate Culture di un utile elemento di identificazione con una azienda avente valori.

Le tecniche di vendita di SMIA identificano

chiaramente il cliente come primo anello nella catena del valore e come tali ne pongono le esigenze in posizione privilegiata, ridefinendo SMIA come "società di servizi" piuttosto che come semplice rivenditore di prodotto, e connotandone competenza e affidabilità come caratteristiche peculiari.

La definizione di una Visual ID intesa come segno distintivo dell'identità aziendale è stata orientata verso un logogramma derivante dall'acronimo di Società Macchine Industriali e Attrezzature, piuttosto che verso un marchio inteso come elemento grafico astratto, parte non pronunciabile della stessa Visual ID.

Tuttavia tale elemento, in presenza di una esigenza di un marchio "debole" confacente alla mutevolezza del mercato, può connotare efficacemente la personalità con cui opera il soggetto SMIA piuttosto che limitarne l'identificazione con il prodotto venduto.

L'approccio seguito per l'elaborazione di una serie di lay-out ha trovato valido riferimento nel design scandinavo espresso dalle agenzie svedesi Paregos e WeWorkForThem.

I vincoli di produzione a tale elaborazione sono dettati dalla necessaria elevata riconoscibilità del testo, soggetto

privilegiato in quanto identificativo immediato dell'azienda.

L'esposizione diretta del Visual ID sulle parti esposte dei prodotti rivenduti costituirà un canale promozionale privilegiato in quanto il cantiere, ambiente naturale "itinerante" per sua natura, è il primo teatro di esposizione dell'identità di SMIA.

Uno studio orientato su di un carattere tipografico san-serif porterà immediato giovamento alla visibilità dello stesso.

Il marchio sarà elaborato usando il minor numero possibile di colori rendendo la riconoscibilità dello stesso prioritaria anche basandosi sulla sola visualizzazione "a struttura" e passando solo se necessario all'uso della bicromia.

L'elemento grafico in taluni casi aggiunto al testo, precedentemente definito come marchio, tenderà il più possibile ad una simbolo astratto, riferito ai valori dell'azienda ed esprime tuttavia compatibilità con le condizioni di attinenza con il prodotto promosso.

Infine l'elaborazione terrà conto delle linee-guida definite da VOLVO per la rappresentazione congiunta del marchio, integrandone nel lay-out lo stesso, posizionato nell'ultimo quarto di pagina.

[acoustic]

high sense of presence filter for virtual environments

elevata visibilità anche in bassa risoluzione ed assenza di colori

Smia

VOLVO

[mechanical]

Higher pressure, deep profile convolutions
made by cold forming

Una corona circolare nell'elemento grafico in
rotazione per integrare il logogramma



VOLVO

[mechanical]

Higher pressure, deep profile convolutions
made by cold forming

Questa versione dell'elemento grafico in
rotazione integra per similitudine la caratteristica
raccordatura del carattere costituente il
logogramma.

L'aggiunta di un colore aumenta l'efficacia
visiva del tutto

The logo for SMIA, featuring the letters 'S', 'M', 'I', and 'A' in a bold, black, sans-serif font. The 'S' is stylized with a thick, rounded shape. The 'M' is also bold and rounded. The 'I' is a simple vertical bar. The 'A' is bold and rounded, with a small red dot above the right vertical stroke and a thin white line extending from the bottom right corner of the 'A'.The logo for VOLVO, featuring the word 'VOLVO' in a bold, black, sans-serif font. The letters are thick and have a slightly rounded appearance.

...an issue of good, solid engineering....

il carattere tipografico riconduce ad un'immaginario collettivo consolidato: la componentistica industriale.

L'elemento grafico integra, con un triangolo incuneantesi nella lettera [m], il logogramma

SMIA

VOLVO

a safety perspective

il carattere tipografico riconduce ad un'immaginario collettivo consolidato: la componentistica industriale.

Una freccia stilizzata per suggerire direzione e verso dell'elemento grafico, accompagnandone il moto



VOLVO

...an issue of good, solid engineering....

il carattere tipografico riconduce ad un'immaginario collettivo consolidato: la componentistica industriale.

L'elemento grafico integra, con un triangolo incuneantesi nella lettera [m], il logogramma.

Un ulteriore elemento, circondando la lettera [s], richiama una ghiera meccanica e ne completa la composizione,



VOLVO

[forward prototyping]

il ritorno al rigore del nero su campo bianco conferisce al visual elevata leggibilità del carattere tipografico, integrandone la stilizzazione dell'elemento grafico che solo una società capace di gestire le nuove sfide può integrare nella propria vision,

 **SMIA**

VOLVO

[forward thinking]

L'inclinazione obliqua da sinistra verso destra del testo suggerisce una protensione semantica positiva.

Le linee orizzontali scandite da una progressione geometrica suggeriscono profondità.

La scelta del carattere raccordato conferisce all'immagine un tono rassicurante e sobriamente moderno.

Il colore rosso amaranto applicato al punto della lettera [i] chiude discretamente il messaggio aumentandone l'efficacia della comunicazione.



SniA



VOLVO