

**PRESENTAZIONE
REBRANDING PHIDIA
Parte II**



INDICE

Introduzione

Concept scelto

Riflessioni sul posizionamento

Evoluzione del logo scelto

Proposta 1

Proposta 2

Proposta 3

Proposta 4

Introduzione

Il presente documento racchiude il percorso di evoluzione del rebranding Phidia a partire dal logo scelto e delle ulteriori richieste e indicazioni fornite dal Cliente. In base ad esse sono state sviluppate quattro nuove proposte di loghi studiate per raggiungere i seguenti obiettivi di comunicazione:

- **Attualizzare il logo esistente**
- **Comunicare affidabilità e serietà**
- **Armonizzare futuro e passato**

Il principale desiderio del Cliente, in sintesi, è compiere un percorso di evoluzione, ma non staccare completamente dal passato e da quello che è stato il simbolo della loro identità visiva, il Phi greco, reinterpretandolo in modo nuovo ma attraverso un approccio più morbido.

Concept Scelto

La proposta di logo scelta dal cliente si concentrava **sulla riflessione della definizione del “rapporto aureo”**, sull’opera del grande Fidia e sull’omaggio che Mark Barr diede all’artista introducendo all’inizio del XX secolo la **lettera greca Phi** per indicare il Numero Aureo.

A partire dalla forza e significato di tale simbolo in cui si è fino ad oggi identificata la Società Phidia, **l’obiettivo del logo presentato era compiere un**

passaggio dall’antico al moderno, introducendo un **nuovo simbolo** carico della stessa valenza e potenza. **L’accento-ala**, ottenuto dal taglio e separazione della curva sinistra arancione della lettera Phi, nasce per racchiudere simbolicamente il **NUOVO VIAGGIO DI PHIDIA** e il suo ingresso e affermazione in **due nuove aree strategico operative**: software house e web agency.



Riflessioni sul Posizionamento del Nuovo Brand

Altro importante obiettivo del logo presentato è stato **posizionare Phidia in modo differenziante e caratterizzante**, evitando il rischio di far percepire la società appartenente a un settore completamente diverso da quello in cui attualmente opera.

Il simbolo dell'accento-ala nasce proprio con questo intento, distaccandosi da tutte quelle aziende che operano in gran parte nel **settore pharma**,

medical e psicologico, oltre a quelle che operano nel campo dei prodotti tecnologici o addirittura nel design, che hanno scelto di identificare il proprio brand con il **simbolo Phi**.



Alcuni esempi Loghi / Simbolo Phi

Di seguito alcuni loghi di competitor indiretti trovati su Internet. Tale ricerca può essere implementata dal Cliente stesso attraverso la consultazione di canali ufficiali di registrazione dei loghi come **Brands of the World** e sul sito **Brevetti e Marchi**.





Evoluzione del Logo Scelto

In base alle indicazioni ricevute dal Cliente e agli interventi richiesti sul logo scelto, sono state sviluppate **quattro proposte** nelle quali si è lavorato su una **maggiore caratterizzazione e armonizzazione del simbolo dell'“accento-ala”** nonché sullo **studio di font in grado di esprimere istituzionalità, modernità e affidabilità.**

I loghi sono presentati in monocromia per far concentrare l'attenzione sugli **aspetti tecnici, costruttivi e simbolici.** Lo studio dei colori verrà effettuato nel terzo step dopo la scelta definitiva del logo e su specifiche indicazioni del cliente.

Proposta 1

Phidia

l'accento sull'innovazione

↪ formazione

↪ softwarehouse

↪ webagency

Proposta 1

A caratterizzare la prima proposta è la **morbida sinuosità** sia del simbolo **dell'accento-ala** che del **font scelto**, il **Sirin Stencil**, un carattere bastoni molto elegante e moderno.

Tale aspetto è collegato alla **circolarità della lettera greca Phi** che è stata ripresa e reinterpretata attraverso la forma del simbolo che sembra "abbracciare" l'orizzonte visivo e il logo stesso.

In tale abbraccio si esprime il senso dell'innovazione di Phidia: un'innovazione rassicurante, sempre in movimento e pronta a supportare i bisogni dei clienti tramite servizi avanzati e al passo con le esigenze del mercato nell'ambito della formazione, delle tecnologie e della comunicazione.



 formazione

 softwarehouse

 webagency

Proposta 2



l'accento sull'innovazione

Formazione
Softwarehouse
Webagency

Proposta 2

La seconda proposta di logo si concentra sull'**aspetto architettonico** collegato sia a **Fidia personaggio** che a Phidia azienda. Tale elemento si esprime **nel primo caso nella ricerca di "armonia e bellezza", nel secondo caso, invece, nell'organizzazione armonica di tutte le attività e servizi offerti.**

A caratterizzare il logo è il **taglio architettonico del simbolo e del particolare font scelto, Nova Round**, in cui convivono in **perfetta armonia "curve e geometrie"**. In questo equilibrio unico e distintivo si riflette il **modo di operare di Phidia e del suo approccio al tempo stesso umano e tecnologico.**



Formazione
Softwarehouse
Webagency

Proposta 3



- ▲ formazione
- ▲ software house
- ▲ web agency

Proposta 3

Nella terza proposta di logo è stato utilizzato un **“approccio tipografico”** molto moderno e al tempo stesso istituzionale, al fine di sottolineare gli **aspetti di organizzazione, umanità e tecnologia**.

Il simbolo “accento-ala” si trasforma in una sorta di “ponte”, evocando il **passaggio dell’azienda dal suo recente passato al suo imminente futuro** e apertura al nuovo, sia dal punto di vista dell’implementazione dei servizi offerti che della sua strutturazione in tre aree strategiche. **Il font scelto è Podkova,** un carattere graziato che **si contraddistingue per design, stile ricercato e flessibilità** rendendolo adatto sia in **ambito letterario che scientifico**.



- ▲ formazione
- ▲ software house
- ▲ web agency

Proposta 4



formazione

software house

web agency

Proposta 4

La quarta evoluzione di logo è stata studiata per posizionare in modo distintivo Phidia, facendola percepire una società leader nel settore e altamente specializzata nei tre ambiti operativi.

Ciò che contraddistingue il logo è **“l’accento a tre ali”** che esalta la **triplice esperienza di Phidia azienda**, esattamente come triplice era la **figura di Fidia: scultore, architetto e pittore.**

Il logo così progettato mette in evidenza **un’identità a “tutto tondo” e da leader**, enfatizzata dalla **scelta del font Expletus Sans**, un carattere bastoni utilizzato in versione maiuscola.



formazione
software house
web agency

