

marchio
logotipo
“logo”

Il marchio - definizione di base

“marchio” sostantivo maschile

1. Segno indelebile di riconoscimento; spec. quello che si stampa con un ferro rovente sui capi di bestiame o che, in passato, veniva impresso sulla pelle di chi si fosse macchiato di delitti infamanti; anche, lo strumento con cui si imprime il segno.

2. Contrassegno di cui sono muniti i prodotti di imprese industriali o agrarie (rispettivamente m. di fabbrica o m. di origine).

estens.

Il complesso delle qualità che definiscono il prodotto, e il prodotto stesso: *m. brevettato, registrato, di qualità; un m. di fiducia.*

Il marchio nel linguaggio del design

“Il marchio è insieme di elementi visual e testuali che identificano il codice comunicativo di impresa.”

“Il marchio viene comunemente inteso come elemento essenziale, quasi un minimo comun denominatore, di coordinamento visivo: un segnale di base da cui è possibile dipartire il complesso svolgimento di ogni corporate identity.”

“Il marchio è un artefatto comunicativo che trasmette, evidenziandone i concetti essenziali, informazioni su una merce, o un servizio, o un’istituzione”

Andrea Rauch

ANALISI GRAMMATICALE DEL MARCHIO



marchio

cos'è il “LOGO”?

LOGO è abbreviazione del termine **LOGOTIPO**, dal greco **logos**, *parola*, e **tipo**, sintesi di “tipografico” dove **tipo** è il *carattere inciso*.

Con **logotipo** si definisce precisamente la parte testuale, “logogrammatica”, di *lettering*, in forma di due o più lettere che va a rappresentare un prodotto, un servizio, un'istituzione.

categorie di marchi

monogramma

tipografico
“marchio
parola”

figurato

astratto

illustrato

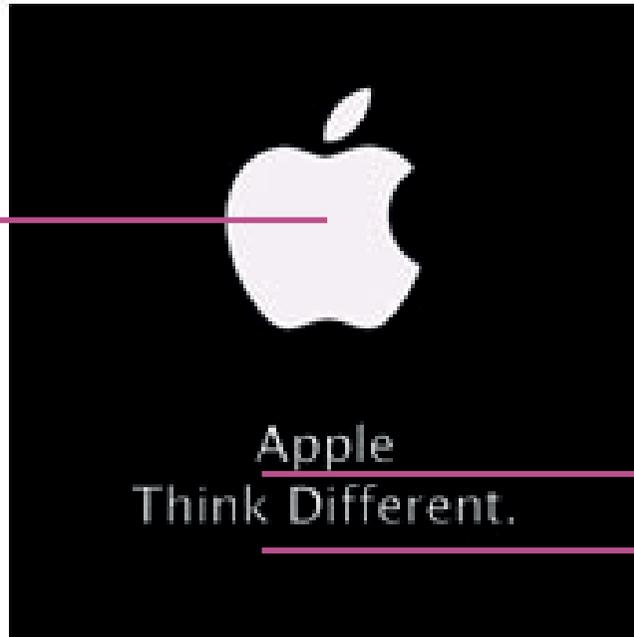
acronimo
o iniziali



denominativo
tipografico
logogrammatico

ideogrammatico

PITTOGRAMMA



LOGOTIPO

PAY-OFF



PITTOGRAMMA



LOGOTIPO
O LOGO

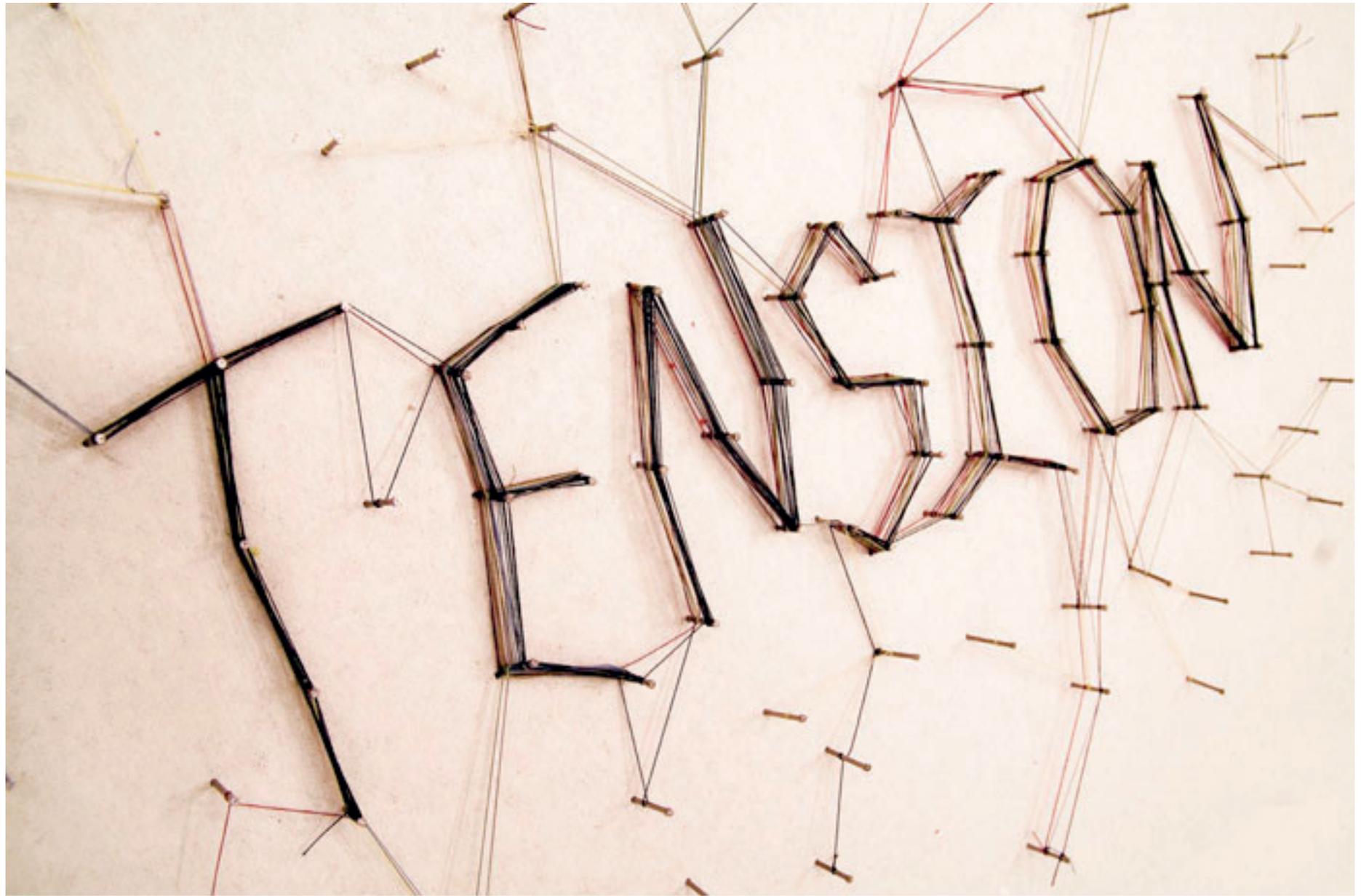


Think different.

PAY-OFF

PIRELLI

Salvatore Gregoriotti
1945-1970



Jason Okutake