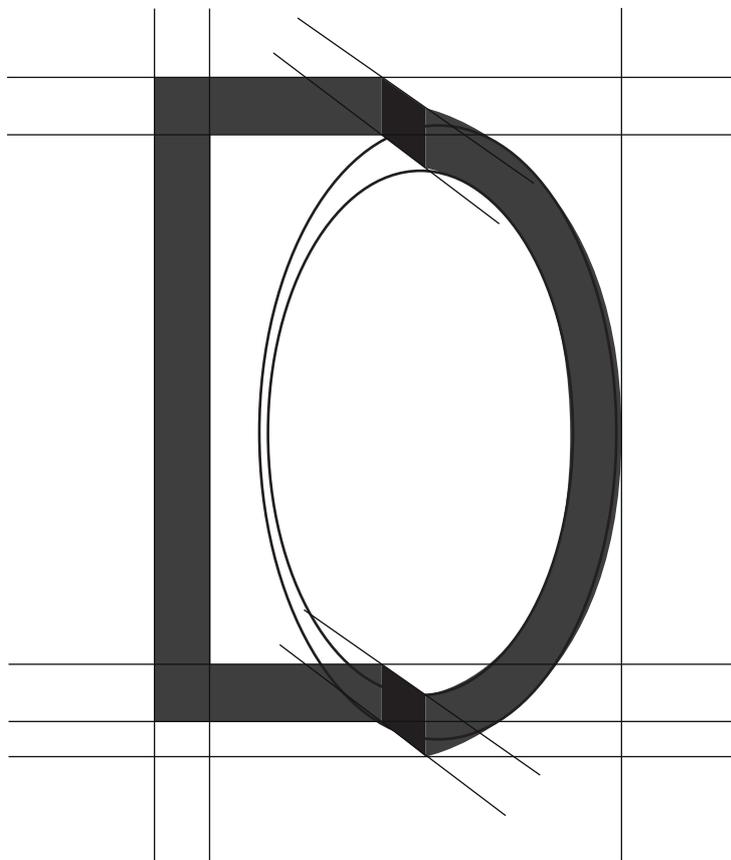


Struttura del logo



Positivo/Negativo



Variante colore



#D1361A

C: 9% R: 211
M: 99% G: 22
Y: 98% B: 26
K: 2%



#72160D

C: 32% R: 114
M: 100% G: 22
Y: 100% B: 13
K: 47%

Scala di riduzione

100%

D I G A

60%

D I G A

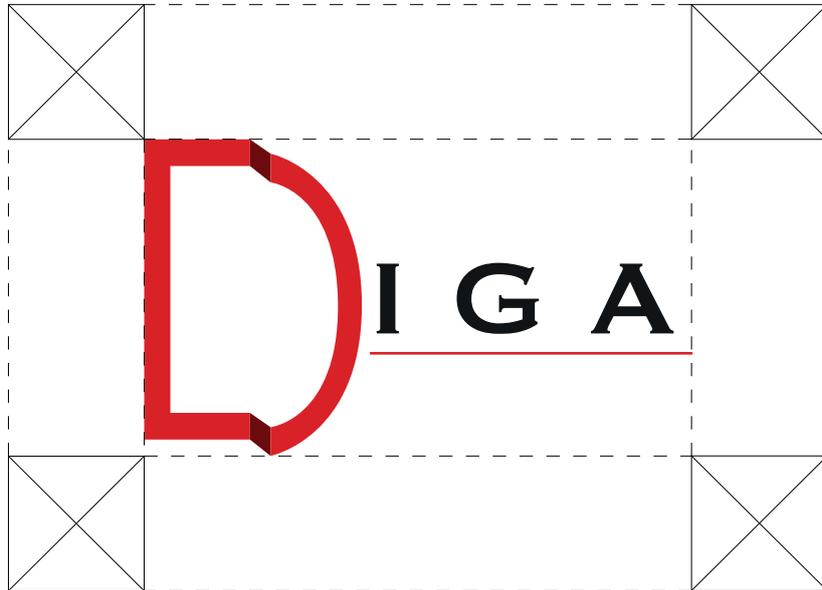
40%

D I G A

20%

D I G A

Area di rispetto



Alcuni esempi

D I G A

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit

D I G A

Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit

D I G A

Relazione

Per questo progetto c'è stato richiesto da un'agenzia di pubblicità marketing nominata "Diga", la realizzazione di un marchio, il logotipo dell'agenzia e l'immagine coordinata che comprende: carta intestata, busta da lettera e bigliettino da visita.

Sono partita con la realizzazione del logo e dopo uno studio sono arrivata a creare la lettera "D" che è l'iniziale dell'agenzia creando una sorta di effetto 3D realizzando uno sfalzamento a metà della lettera.

All'interno di questo logo c'è la possibilità di inserire il restante della parola "IGA" con uno specifico font.

Inoltre si può inserire sottostante la parola "IGA" il payoff che è "UN ARGINE AI TUOI PROBLEMI". Come colori ho deciso di utilizzare due gradazioni di rosso, solo colori caldi in quanto stimolano le persone suscitando emozioni positive e grande attenzione, ma soprattutto suscita desiderio di scoprire di cosa tratta.

Una volta realizzato il logo e scelto i colori da utilizzare ho realizzato l'immagine coordinata inserendo in tutti gli elementi la stessa trama ossia dei triangoli e rettangoli allungati creando così un gioco di spazi dinamico utilizzando sempre i due colori scelti inserendo anche il nero e un rosso opacizzato.

Dunque la mia scelta è stata fatta prendendo in considerazione prima di tutto cosa rappresenta l'agenzia e soprattutto una tipologia che potesse attirare un potenziale cliente.

