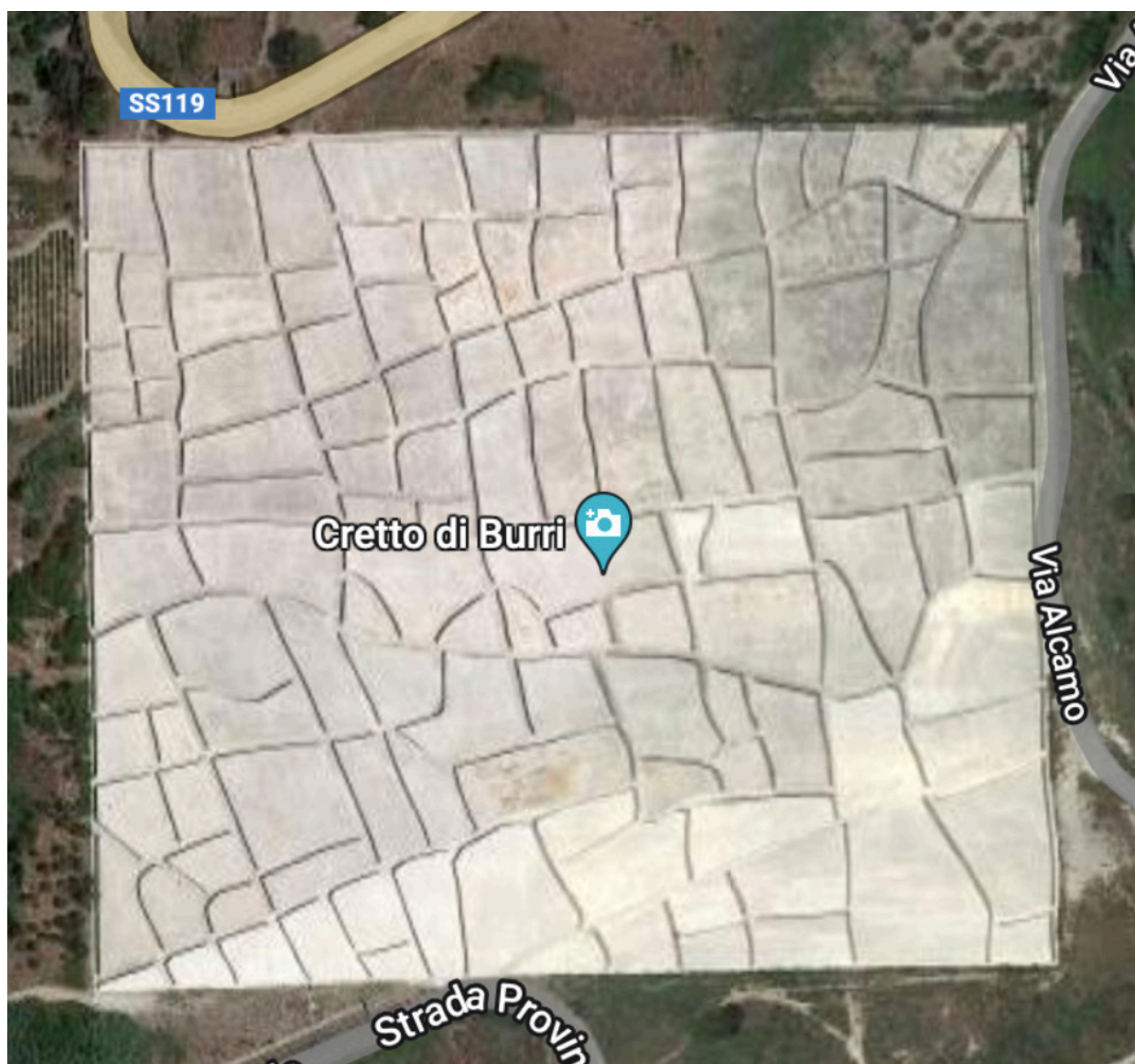


Pensieri di Re-Branding per Gibellina

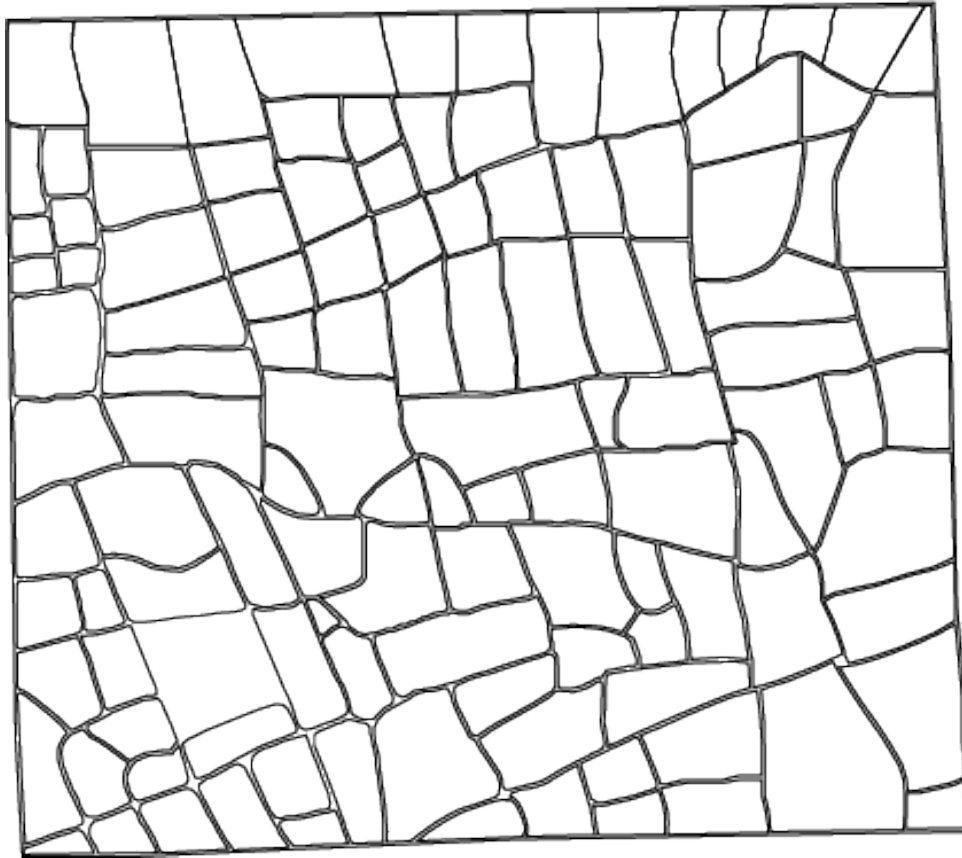
Riflettendo su quanto di più forte rappresenta Gibellina oggi, che poi è lo stesso motivo per cui ho pianificato di venire a visitarla con la mia famiglia, ho pensato che il Grande Cretto era il punto più forte, quindi il punto di partenza delle mie riflessioni creative.

Per me il logo migliore è il più semplice e possibilmente composto da segni.

Sono andata su GoogleMap Streetview e ho fotografato la mappa del Cretto



Poi ho ricalcato le linee che formano il Cretto, e questo è il risultato.



Poi ho pensato ai contenuti emersi durante il nostro brainstorming e ricordo che oltre a riconsocere l'essenza di Gibellina nell'arte contemporanea, si voleva superare il concetto della rinascita dal terremoto (che porta alla mente il concetto di morte) per sottolineare invece la vita.

Il cuore è il simbolo della vita e dell'energia che muove tutti noi, quindi ho iniziato a pensare anche a un claim che fosse collegato al brand che vorremmo ideare.

Le parole chiave su cui mi sono concentrata sono state:

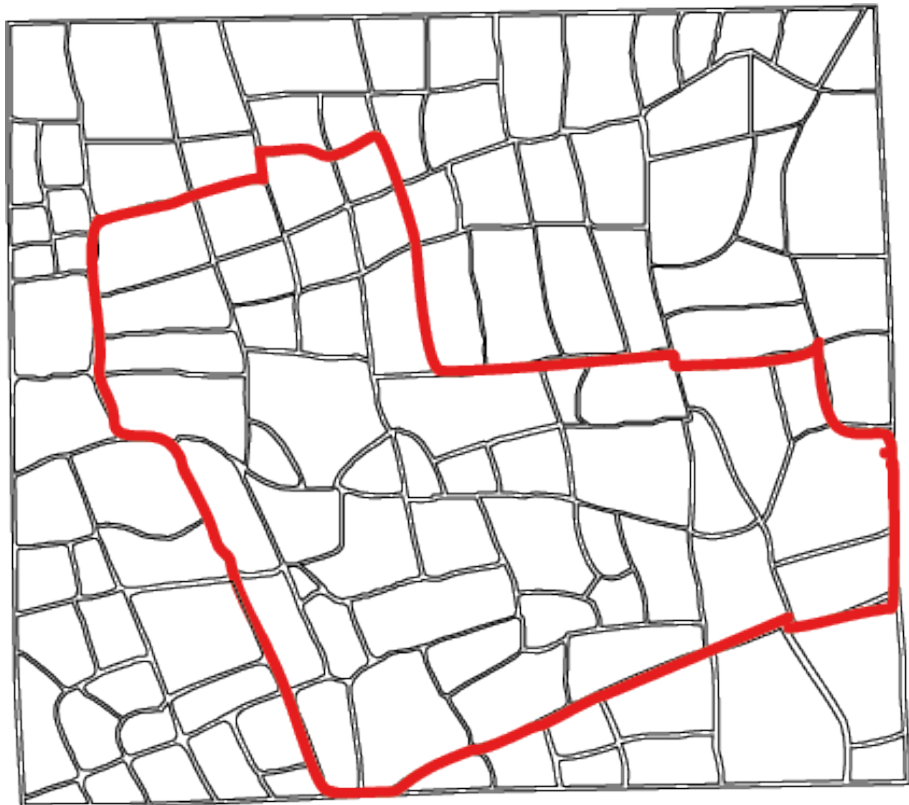
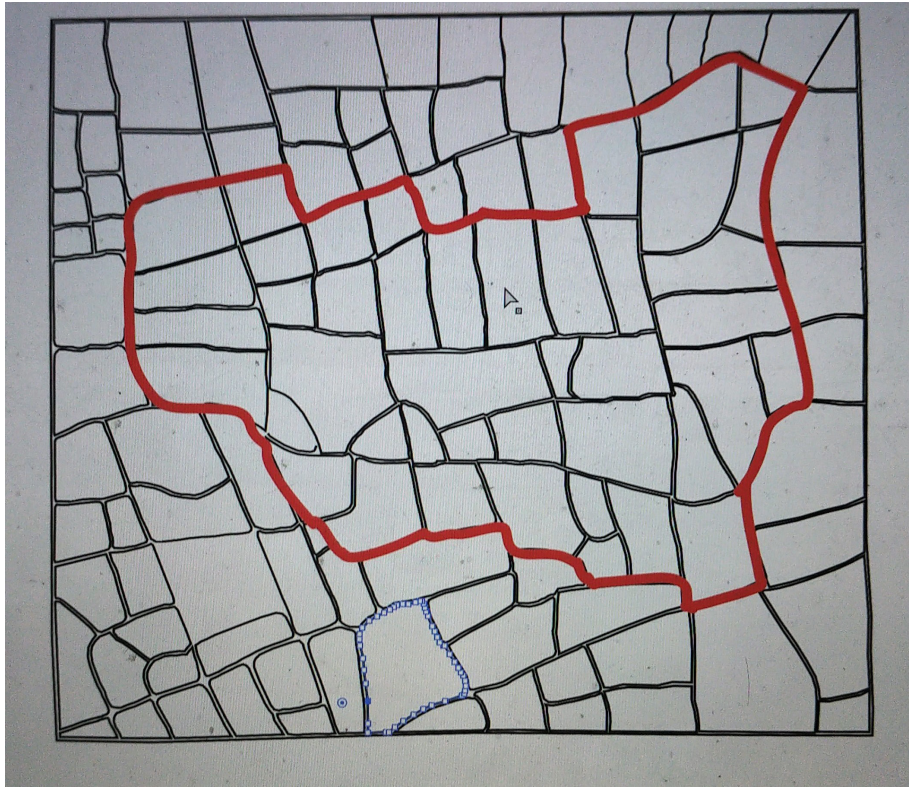
Arte
Arte contemporanea
Cuore
Battito

Il PayOff che ne è uscito fuori, e che ad oggi mi convince di più, è:

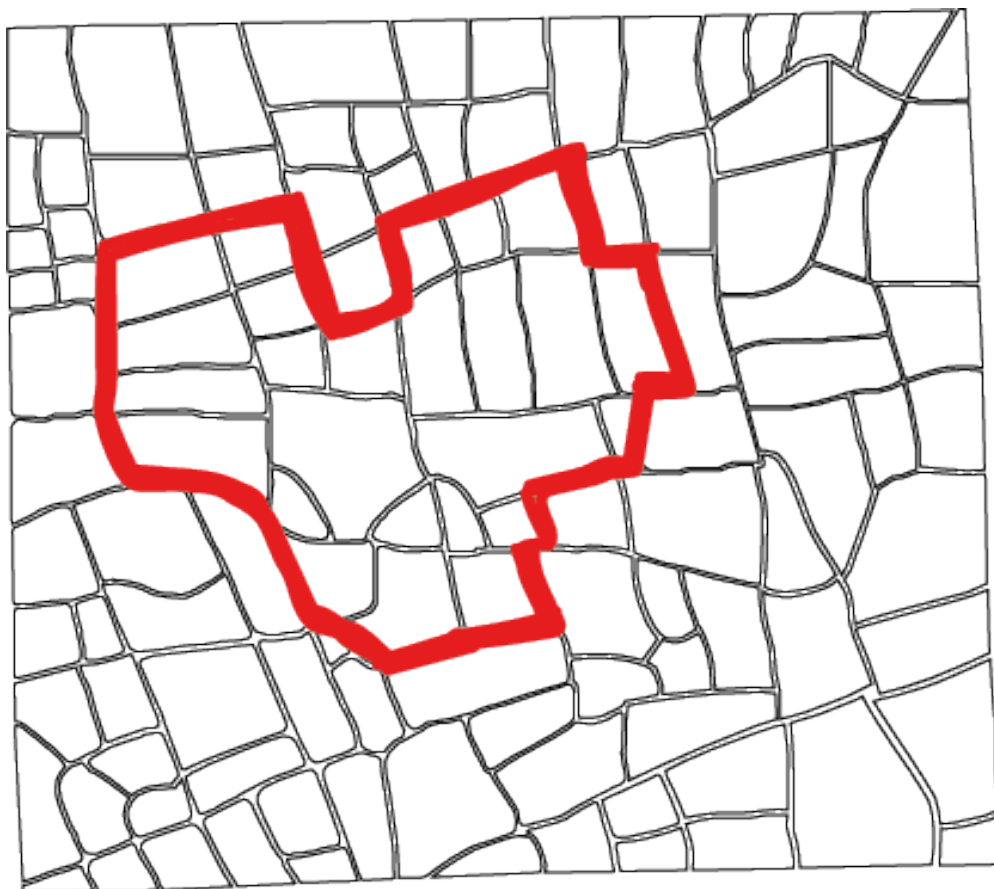
“ Gibellina: il cuore nell'arte contemporanea ”

Ragionandoci ancora potrebbe emergere qualcosa di ancora meglio.

Ho quindi iniziato a capire come far uscire un cuore dal cretto, e ho fatto qualche prova (lo so, il segno rosso dovrebbe essere più grosso...).



Alla fine la versione che mi convince di più è questa (sempre perfezionabile e da lavorarci con un grafico anche su come distribuire il claim rispetto al logo):



Gibellina: il cuore nell'arte contemporanea

Questo è il mio contributo, aperto a qualsiasi riflessione!

federika ponnetti