Concept logo marchio “CULTURALE”

La lettura del Logo-Marchio di Culturale, Azienda Speciale Multiservizi Costruire Insieme del Comune di Alessandria, è , nella sua semplicità, spontanea ed immediata se si pensa che il diffuso impiego del colore permette di rappresentare le Culture, le tradizioni, gli usi e costumi che oggi, in una società multietnica, pervadono il nostro quotidiano. Lo sfumarsi di una tonalità in quella adiacente è il segno della fusione delle civiltà che è progressivamente avvenuto in molti Paesi del Mondo così come sta avvenendo nel nostro.

Le arti in senso lato sono l’espressione del fenomeno ed è mission di CULTURALE occuparsene a servizio della collettività.

Dunque la mano dell’uomo, inteso come genere umano, calza il guanto policromo delle Culture globali e delle arti con un gesto di consenso (come l’ OK simboleggia), suggerendo allo spettatore quanto il buon vicinato fra le etnie sia “ culturally correct “, se ben armonizzato.

D'altronde tutti conosciamo l’apporto, nel bene e nel male, che le diverse Culture procurano al progresso della civiltà….

Il gesto dell’ OK traduce altresì la “ C “ di CULTURALE, il cui lettering è intenzionalmente “ graffiato “ a sottolineare la *manualità* dell’insieme.

Franza Fasciolo Design

Fondato nel 1985 dall’architetto Roberto Franza e dalla designer Mariangela Fasciolo, opera a favore delle aziende coniugando architettura, comunicazione aziendale e design. La loro attività porta alla fruttuosa collaborazione con imprese nazionali e multinazionali quali Dupont De Nemours (Lycra - Tactel), Gruppo Monsanto, Johnson Controls-Hitachi, Guala Closures Group, Max Mara, Parah, Pasquale Bruni, J.P. Morgan Fleming, Balconi, Caffarel, Jacob Suchard, Sai Assicurazioni, SandenVendo Europe e molte altre.
Affiancare il marketing delle aziende con un mercato mass-market o di nicchia ha procurato la consapevolezza delle strategie di comunicazione da declinarsi nell’ambito del design che si esprime negli allestimenti di interni, nelle fiere nazionali ed internazionali, fino ad arrivare alla comunicazione bidimensionale più tradizionale.