

fœhn

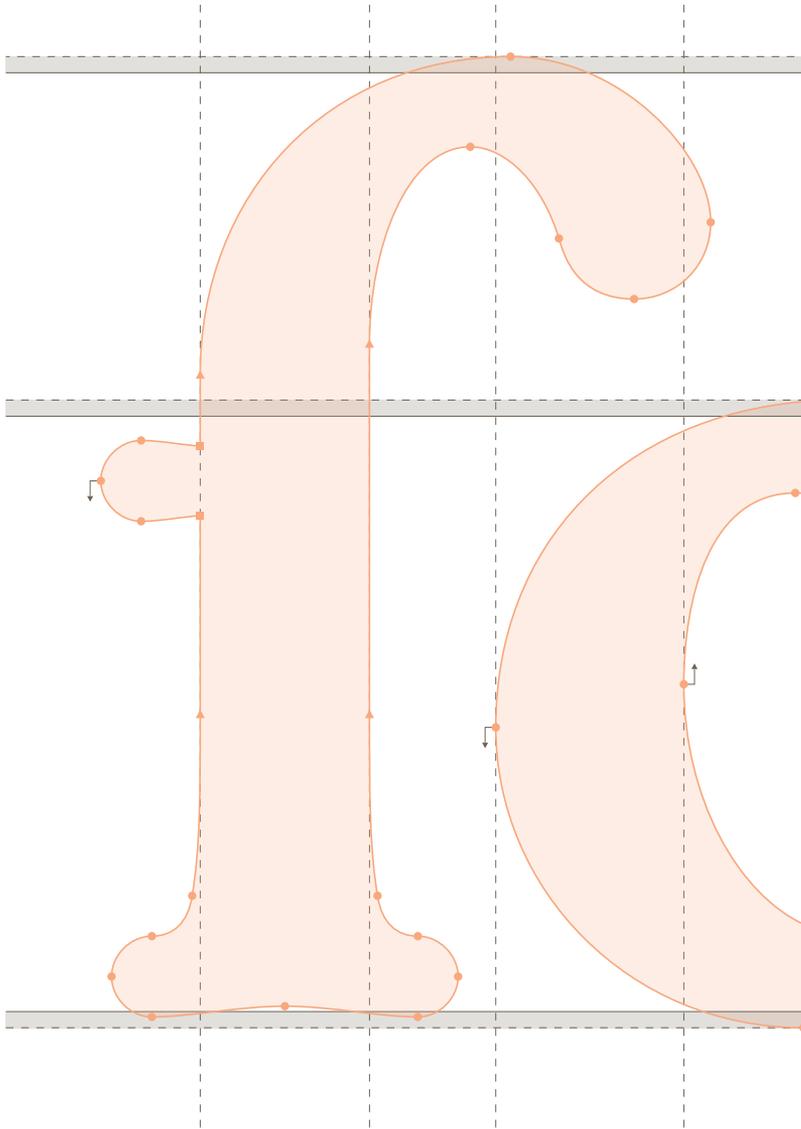
Studio di brand identity  
*Büro von Brand Identity*

foehn



*Nella zona Alpina,  
in direzione Svizzera e Tirolo,  
Soffia un vento tiepido e delicato  
che porta cielo sereno.  
Si tratta, come di frequente...  
del Foehn.*

← Hans Maurus, *Pordoijoch Dolomiten*  
Olio su tela, 100 × 80 cm



# Lo Studio Foehn

Agilità, leggerezza e calore sono i valori che il vento Foehn rappresenta e con i quali il nostro Studio si identifica.

Crediamo in una comunicazione chiara ed efficace, in un design attento; crediamo nella semplicità.

Foehn è uno Studio di comunicazione specializzato in consulenza e sviluppo di progetti di *branding* (creazione di una nuova marca) e di *re-branding* (evoluzione di una marca già esistente).

Attraverso le competenze maturate con l'esperienza ed una vasta rete di collaboratori specializzati, lo Studio è in grado di intervenire in modo puntuale e strategico nelle due sfere componenti il complesso brand: quella concettuale/emozionale e quella visiva o della forma.

Brand: emozione + forma → **esperienza**



Il brand come

# Emozione

Nell'uniformità dettata dalla moda e dallo stile,  
sono le emozioni a poter catturare il cuore.

Infondiamo passione nei nostri brand per renderli  
entità vive, espressive, emozionanti.

La componente emozionale di un brand (*emotional identity*) si identifica nell'insieme di sensazioni che esso suscita nell'osservatore.

Lo Studio definisce e sviluppa, insieme al cliente, i valori cardine da trasmettere esplicitamente o implicitamente ad un target specifico. Tali valori vengono rappresentati concretamente attraverso elementi quali il *naming* (nome proprio della realtà aziendale), il *payoff* (breve elemento testuale che riassume l'essenza dell'azienda), i testi esplicativi, ecc.



## Il brand come **Forma**

**Nell'intreccio di innumerevoli stimoli,  
è la forma a poter sedurre l'occhio.**

**Modelliamo un brand proprio come il vento sagoma la natura:  
in modo armonico, funzionale, senza tempo.**

La forma di un brand (*visual identity*) consiste in quell'insieme di simboli, forme e colori che lo rendono unico e riconoscibile agli occhi dell'osservatore.

Lo Studio Foehn progetta e realizza gli elementi visuali di comunicazione, in accordo ai valori emozionali delineati e secondo le regole base di una comunicazione strategica dal design accurato. Nello specifico:

### Elementi costitutivi del brand

- Logotipo
- Marchio
- Palette cromatica istituzionale
- Tipografia di accompagnamento
- Mood grafico/fotografico

### Supporti evoluti

- Immagine coordinata
- Sito internet
- Company profile
- Catalogo di prodotto
- Ecc.

### ↑ Feèdea

Tavole di definizione dell'identità visiva - 2014

Il brand come

# Esperienza

Nell'assimilazione continua di informazioni,  
è l'esperienza a poter rimanere impressa nella mente.

Diamo vita ad incontri memorabili  
tra brand e persone.

Gli stimoli emozionali e visivi trasmessi dal brand portano l'osservatore a vivere un'esperienza. Compito dello Studio è quello di rendere l'evento attrattivo ed indimenticabile per il consumatore al fine di garantire all'azienda benefici quali:

- Fidelizzazione della clientela
- Maggiore facilità nella conquista di nuovi mercati
- Differenziale di prezzo (possibilità di vendite a prezzo maggiore)
- Migliore tenuta nelle situazioni di crisi
- Prestigio economico e finanziario
- Collante interno

← **Linea Gel**

Applicazione su packaging di prodotto - 2015



f

Via Doberdò, 4 – 31020, Villorba (TV) – IT



+39 0422 1722047



studio@foehn.it



foehn.it