



Genesi del logo SIMBOLOGICA.

Documento aggiornato il: **23 Ottobre 2009**

Distribuzione: **Pubblica.**

Indice:

<u>INTRODUZIONE ALLA GENESI STORICA DEL LOGO.</u>	<u>2</u>
<u>GENESI DEL NOME "SIMBOLOGICA".</u>	<u>3</u>
<u>GENESI DEL LOGO DI SIMBOLOGICA.</u>	<u>4</u>
<u>GENESI DEL PAYOFF AL DI SOTTO DEL LOGO.</u>	<u>5</u>

SIMBOLOGICA S.R.L. – CAP. SOC. 65.000 EURO INT. VER.

SEDE OPERATIVA: VIA NAPO TORRIANI, 29 - MILANO, 20124 - Tel: (+39) 02 36581250 Fax: 36581255

SEDE LEGALE: VIA TORQUATO TARAMELLI, 26 - MILANO, 20124 - TEL: (+39) 02 6084 1

REG. IMP. DI MILANO N. 11106720151 - R.E.A. MILANO N. 1435146 – P.IVA: 11106720151

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento da parte di KEDRIOS S.P.A.–GRUPPO SIA-SSB

Formato Q-MD-01-03 rev. 01 del 07/04/2008





Introduzione alla genesi storica del logo.

Simbologica è una società di consulenza informatica nata ufficialmente il 28 Gennaio del 1994 e focalizzata primariamente sulla tecnologia SAS e sull'Analytical Intelligence in generale. Da allora logo e nome non sono mai cambiati, per desiderio certamente dei soci, ma specialmente perché le linee guida che hanno portato alla loro scelta sono ancora valide tutt'oggi.

La nascita di un nome ed un logo per una società è un atto particolarmente creativo, arduo oltre ogni aspettativa ed intrinsecamente profetico. Nome e logo si devono ispirare alla visione iniziale della società e ne devono guidare il corso negli anni. I Clienti in particolare vi devono ritrovare una corrispondenza o per lo meno una non contraddizione con il business che percepiscono la società sia capace di offrire loro. Qualsiasi scelta troppo marcata nel nome come nel logo potrebbe pregiudicarne la validità a fronte di futuri sviluppi del business, ed un'eccessiva genericità rende il prodotto finale insipido, privo di significato e quindi privo di attrattività per i Clienti.

Nome e logo hanno quindi un compito molto importante: devono fare breccia nell'immaginario del Cliente e lasciare impressa la memoria quanto basta per venir ricordati. Un nome troppo generico o troppo poco caratteristico, distintivo, viene dimenticato facilmente.

Non è facile, perché non è facile accontentare tutti i gusti, entrare nella psicologia del Cliente, non cadere in scelte di cui ci si pente facilmente, ed oggi come oggi non è facile perché i nomi preesistenti, già utilizzati in Italia ed a maggior ragione nel mondo sono un numero immenso nel quale purtroppo facilmente può ricadere la nostra scelta.

Infine la scelta del nome e del logo è un parto che nasce da un singolo visionario ed eventualmente viene validato da un team, non un'operazione che si può svolgere a tavolino. Occorre ispirazione, capacità di autocritica e tempo.

SIMBOLOGICA S.R.L. – CAP. SOC. 65.000 EURO INT. VER.

SEDE OPERATIVA: VIA NAPO TORRIANI, 29 - MILANO, 20124 - Tel: (+39) 02 36581250 Fax: 36581255

SEDE LEGALE: VIA TORQUATO TARAMELLI, 26 - MILANO, 20124 - TEL: (+39) 02 6084 1

REG. IMP. DI MILANO N. 11106720151 - R.E.A. MILANO N. 1435146 – P.IVA: 11106720151

Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento da parte di KEDRIOS S.P.A.–GRUPPO SIA-SSB



Genesi del nome “SIMBOLOGICA”.

Il nome “Simbologica” è nato indicativamente a fine Dicembre 1993, un mese abbondante prima della fondazione legale della società. Lo spunto, la scintilla di ispirazione, è stato un libro di Logica Simbolica. Un classico di allora presso l’università degli studi di Milano negli studi di Intelligenza Artificiale: Symbolic Logic, titolo poi associato a diversi settori anche della matematica associativa fra stringhe e simboli.

Questo nome, fusione quindi di due parole, “Simbolo” e “Logica”, voleva ispirare “intelligenza”, “capacità analitica ed associativa” più che una mera capacità di programmazione o di esecuzione informatica, rimandare alla associazione fra icone di un monitor ed i loro programmi, come fra dati elettronici ed informazioni di business, rimandare al concetto di algoritmo e processo deduttivo. Così come farsi trasportare dallo spirito della Provvidenza o dal Destino verso qualcosa che rimanda ad altro, simbolico, che non è ancora definito.

Il nome aveva l’orgoglio di essere una parola compiuta italiana, anche se un po’ rara, e allo stesso tempo la caratteristica non marginale di essere pronunciabile ed intelleggibile correttamente da un inglese. “Logica” era un nome perfettamente riconosciuto dagli anglosassoni per la sua accezione e già utilizzato diffusamente da società occidentali. Restava il dubbio sulla prima lettera “i” che un inglese avrebbe scritto con una “y”, piccolo difetto che confermava l’origine italiana della società.

Il nome era poi abbastanza lungo e caratteristico da non venir confuso in Internet in mezzo a mille altri link, o essere scambiato per altre società, come può succedere facilmente con i nomi che si basano su brevi sigle di poche lettere.

Infine “Simbologica” lasciava nella mente un’assonanza con qualcosa di modesto ed aveva una naturale declinazione femminile, scelta non casuale. Un nome quindi dal significato forse altisonante, ispirante grandi capacità, ma aggraziato, gentile e sufficientemente umile dal confermare la vocazione al servizio che ogni società di consulenza non deve mai dimenticare. Un aspetto ritenuto importante nella scelta, come validissimo tuttora mettendo il Cliente al centro delle proprie attenzioni.



Genesi del logo di SIMBOLOGICA.

Quando voleva richiamare i suoi alunni ad una maggiore intelligenza, "Cinque cose cinque!" diceva una professoressa di Italiano e faceva segno unendo le cinque dita delle due mani fra loro più volte. L'"associazione" fra elementi simili è il primo concetto di Logica naturale. Da qui la scelta delle due forme geometriche che si sormontano da sinistra a destra, come a facilitare il riconoscimento della loro perfetta corrispondenza.

La scelta dei rombi fu puramente, "informatica" si potrebbe dire: era molto più facile disegnare ed allineare correttamente due rombi sul video senza lottare con le deformazioni associate ai pixel o alle variazioni di risoluzione dei video.

Lo spostamento della lettera "elle" nel logo è un evidente richiamo alla genesi del nome come congiunzione di Simbolo (o Symbol) e Logica. Un'interruzione che rende meno piatta la scritta e richiama vagamente al concetto di "acume", "deduzione" o di nuovo "intelligenza".

La scelta della grafica tridimensionale con prospettiva centrale era stata fatta in un periodo in cui questo tipo di scritte era il massimo della raffinatezza tecnologica, un simbolo di "solidità" ma anche un richiamo alla capacità di affrontare in modo vincente la complessità e dimostrare "modernità". La prospettiva centrale di nuovo rimanda simbolicamente ad altro. Le sfumature di colore e gli effetti di luce che danno spessore e movimento al logo hanno il medesimo significato: da un lato un esercizio di raffinatezza e distinzione del periodo, dall'altro il richiamo ad altro che illumina il logo. La scelta grafica tridimensionale in particolare può essere considerata superata da approcci più moderni, ma ancora oggi ha la valenza di richiamare al periodo storico in cui è stato generato il logo.

La scelta del font un po' grassetto e dalle lettere rotonde era per rendere più apprezzabile l'effetto grafico tridimensionale e fare da contro-altare all'eccessiva spigolosità dei due rombi.

L'inclinazione delle lettere verso destra è un simbolo di "dinamismo" e rimanda ad un divenire a cui la società è naturalmente proiettata.

La scelta dei colori oro e blu scuro (sfumato dalla luce centrale) ha due differenti significati:

- l'oro dei rombi, quasi dei lingotti, richiama il concetto di "valore" economico delle informazioni o più genericamente del "valore della logica"
- il blu scuro è simbolo di "professionalità", le sfumature azzurre richiamano il cielo ed al contempo sono un modo per ricordare raffinatamente le origini italiane e la vocazione europea della società (colori analoghi alla bandiera europea).

Un terzo colore non ben distinto è il bianco, usato nelle sfumature centrali e supposto al contorno: il logo è stato ideato fin da subito per apparire su carta bianca e svolgere il ruolo di intestazione.



Genesi del payoff al di sotto del logo.

Il payoff di Simbologica è la scritta inglese "Intelligence on Business Information" che compare sotto al logo nelle pagine principali. Anche il payoff è una frase difficile da sintetizzare senza cadere nell'analogia con altre preesistenti nel mondo e richiede attenzione essendo un segno costante della comunicazione aziendale in qualsiasi contesto.

Nel caso di Simbologica il payoff non è che la sintesi o il richiamo a tutto ciò fino ad ora esposto. I rombi a forma di lingotti d'oro sono il valore di business dei dati e l'intelligenza rappresentata primariamente dal concetto di logica associativa è quella componente primaria che serve a trasformare i dati in informazioni, insieme alla tecnologia.

La preposizione "on" oltre che distintiva vuole essere un accento sull'importanza dell'approccio "intelligente" sulle attività di analisi dati rispetto alla pura disponibilità dell'informazione. La parola "Intelligence" è un richiamo alla consulenza fornita dalla società ai propri clienti: una promessa di qualità e pragmatismo negli interessi del Cliente e non la mera esecuzione di un compito.