

GUIDA

Progettazione logo. Ecco gli errori più comuni.

Stai lavorando al tuo primo logo e non sai più in che direzione andare? Durante le fasi di **progettazione logo ci sono regole ben precise** che ti possono aiutare a creare e portare a termine il logo efficace e funzionale per la tua attività o il business di un tuo cliente.

Uno dei modi più semplici per distinguere un'azienda è quello di avere un logo unico e memorabile; tuttavia, creare un logo unico e memorabile non è così facile come sembra. Di seguito sono riportati 12 errori comuni di **progettazione logo** e soprattutto **in che modo evitarli**.

Questi consigli ed esempi sono un prezioso contributo del designer australiano [Jacob Cass](#)

1. Caos tipografico

La tipografia nel logo design può creare o distruggere una progettazione logo, quindi è **fondamentale conoscerne l'ABC**. Un logo dovrebbe essere mantenuto il più semplice possibile e allo stesso tempo rappresentare il messaggio per il quale è stato progettato, e perché ciò avvenga, è necessario considerare tutti gli aspetti tipografici del progetto.

Non utilizzare troppi caratteri o pesi (due al massimo). Non utilizzare font prevedibili, folli o ultra sottili. Presta particolare attenzione al **crenatura** (lo spazio tra le singole lettere), alla **spaziatura** (tra due parole e tra testo e pittogramma) e al **dimensionamento** e, soprattutto, assicurati di aver scelto i caratteri giusti per il progetto in questione.

Vediamo un esempio corretto di progettazione logo con buona armonia tra font:



EasySpeedy: questo logo utilizza solo una famiglia di font, ma con stili diversi. Le lettere in corsivo trasmettono velocità mentre il grassetto enfatizza la facilità del servizio.

2. Scelta frettolosa del font

Come accennato sopra, quando si tratta di creare un logo, scegliere il font giusto può creare o distruggere un design. **La scelta del tipo di carattere** spesso può richiedere tanto tempo quanto la creazione del logo stesso e questa scelta **non deve essere fatta in pochi minuti**.

Trascorri del tempo a cercare tutti i vari tipi di carattere che potrebbero essere utilizzati per il progetto, restringendo sempre di più il campo di ricerca, poi guarda come ognuno dei font interagisce con il pittogramma. Non aver paura di acquistare un font, modificarne uno o crearne uno tuo. Inoltre, tieni presente che il font del logo può essere utilizzato sul resto della **brand identity**.



Emotive Analytics: tutti i font hanno una propria personalità, quindi è necessario scegliere la giusta “personalità del carattere” per il lavoro da svolgere. Il carattere scelto in questo logo è molto più serio di, ad esempio, un font handwriting che trasmette attributi molto diversi.

3. Troppo complesso, troppo astratto

I loghi semplici sono più memorabili in quanto consentono un riconoscimento più facile; tuttavia, affinché un logo sia memorabile e si distingua dalla folla, deve avere qualcosa di unico al suo riguardo, senza essere troppo stravolto. La semplicità non solo rende più memorabile un logo, ma rende anche il logo più versatile, il che significa che può funzionare su più supporti. Ad esempio, un logo dovrebbe funzionare su qualcosa delle dimensioni di un francobollo e su qualcosa di grande come un cartellone pubblicitario. Non rendere il tuo logo troppo astratto.

4. Affidarsi ad effetti speciali o al colore

Se un logo ha bisogno di colori o effetti speciali (sfumature, ombre ecc...) per renderlo un logo accattivante, allora **non è un buon logo**. Per aggirare questo problema, **lavora prima in bianco e nero** e solo alla fine aggiungi effetti e colore. Questo ti consente di concentrarti sulla forma e sul concept piuttosto che sugli effetti speciali. Non utilizzare ombre esterne, effetti 3D o altri stili di livello per abbellire “a festa” il tuo logo: un buon logo si regge da solo. Puoi anche fare diverse varianti di **progettazione logo** per assicurarti che funzioni sia a colori che in scala di grigi.

Vediamo un esempio corretto di progettazione logo con effetti speciali non dominanti:



Opus Grex: Sebbene questa progettazione logo abbia sfumature e colori, togliendo questi effetti il logo ha ancora un design funzionale e accattivante.

5. Progettazione logo con immagini raster

Un logo deve essere progettato con l'ausilio di un programma di **grafica vettoriale** come Adobe Illustrator; questo per garantire che il logo possa essere adattato a qualsiasi dimensione, consentendo al logo di essere applicato facilmente ad ogni supporto. Una grafica vettoriale è composta da punti matematicamente precisi che assicurano coerenza visiva su tutti i mezzi e dimensioni. Un'immagine raster (ovvero fatta di pixel, ad esempio creata con Adobe Photoshop) non può essere ridimensionata a qualsiasi dimensione, il che significa che a grandi dimensioni il logo sarebbe inutilizzabile.

6. Optare per il “solito” monogramma

Uno degli errori più comuni di chi crea un logo a livello amatoriale è **quello di optare spesso** (se non sempre) **per un monogramma** che rappresenti le iniziali dell'attività. Anche se all'inizio sembra una soluzione intelligente, è piuttosto difficile creare credibilità o trasmettere un messaggio con le iniziali di un'azienda. Puoi sicuramente esplorare anche questo percorso, ma non accontentarti se non puoi creare una soluzione originale, creativa e memorabile che rifletta gli obiettivi dell'azienda.

Inoltre, cerca di non abbreviare un nome aziendale in acronimi fino a quando l'azienda non è fortemente radicata nella memoria dei potenziali clienti o si adatta al target di destinazione. HP, FedEx, IBM e GM non sono nati come sigle ma sono diventati acronimi solo dopo molti anni di esposizione al pubblico e solo dopo che le aziende hanno acquisito fiducia verso il loro target di destinazione.

7. Uso di cliché visivi

Lampadina per “idea”, fumetti per “discussioni”, baffo per “dinamismo”, ecc. Queste idee sono spesso le prime cose a cui pensare quando si tratta di brainstorming, e per la stessa ragione **dovrebbero essere le prime idee a dover essere scartate**. Come potrà mai essere unico il tuo design se tanti altri loghi presentano la stessa idea? Stai alla larga da questi cliché visivi e trova idee e design originali.

8. Copiare un design

È triste che questo debba essere detto, ma è una pratica fin troppo comune in questi giorni. Un designer vede un'idea che gli piace, specchia l'immagine, gli cambia i colori e le parole, e poi se ne appropria. Non solo è immorale, illegale e assolutamente stupido, ma prima o poi la verità verrà a galla. **Non usare né immagini stock né clip art** – il punto saldo di un logo è quello di essere unico e originale.

9. Ottenere troppi input da parte del cliente

Un cliente ti sta pagando come designer professionista per elaborare un design pertinente di **progettazione logo**, quindi devi indirizzare il cliente alla miglior soluzione possibile. Il modo migliore per farlo è quello di **offrire la tua esperienza**, non lasciando che il cliente diriga il progetto (interamente). Se un cliente chiede una modifica non appropriata, spiega perché non è una buona idea e offri un'alternativa migliore. Tuttavia, come designer dovresti capire che anche tu *non hai sempre ragione*, quindi prova ad ascoltare i suggerimenti del cliente, chissà che non siano buone idee.

10. Fornire troppi concept

Leggermente collegato al punto precedente è quello di fornire al cliente troppe opzioni. Ciò significa ancora che il cliente avrà troppe opinioni sulla direzione del progetto. Se fornisci 10 concept a un cliente, molto spesso sceglieranno ciò che consideri il **design “peggiore”**. Una buona regola empirica è quella di inviare solo **da una a tre proposte**, quelle che consideri le più vincenti. Naturalmente, il numero di concept che invii può variare da progetto a progetto, ma una volta che ti senti abbastanza sicuro, questi 1-3 concept dovrebbero essere sufficienti per il raggiungimento della soluzione finale.

11. Dimenticare di pulire i file

I file di un logo devono essere sempre puliti nel modo migliore possibile. I punti di ancoraggio devono essere ridotti al minimo; le curve devono essere morbide il più possibile e senza sovrapposizioni tra due o più forme. Le forme dovrebbero essere combinate (strumento “combina” di Adobe Illustrator) e se il tuo logo è simmetrico, deve essere **perfettamente** simmetrico. Tutto sul file consegnato deve essere perfetto e il più minimale possibile. Immagina se il cliente debba far ingrandire il logo per metterlo sul lato di un camion. Se il logo presenta errori, questi ora saranno



Redwave systems: osserva l'onda nascosta in questo logo. Il designer in questo caso, durante la pulizia del file, sapeva che quest'onda doveva essere eliminata dalle lettere “W” e “A” piuttosto che avere una forma d'onda bianca posta sopra le lettere.

12. Non consegnare tutti i file necessari al cliente

Fornire i file giusti è un modo per garantire che il tuo cliente non vi contatti ogni qual volta che abbia bisogno di una versione diversa del logo. Garantisce inoltre che il logo venga visualizzato correttamente in tutte le circostanze.

Dovresti fornire al tuo cliente quattro file di alta qualità *per variazione del logo* – questo significa fornire un file con colori a tinta piatta (ad esempio, Pantone solid coated), uno in quadricromia CMYK, un file nero puro e un file bianco puro. Questi dovrebbero generalmente essere nei formati EPS, TIFF e JPEG. Puoi anche fornire una favicon, se è il caso.

Conclusione

Questi consigli di **progettazione di logo design** dovrebbero aiutarti a diventare un designer migliore in teoria, tuttavia, è importante dire che sebbene queste regole siano un buon *punto di partenza*, non dovrebbero trattenerti dall'esplorare nuove vie: le regole sono fatte per essere infrante (solo dopo averle acquisite a dovere).

Disegna, esplora, crea! E ripeti.
