



www.carrenoir.it

La forza espressiva di una confezione a scaffale, il fascino della sintesi di pochi segni che diventano marchio, il ruolo di un'identità visiva per rilanciare un'azienda. Aspetti che riconducono il design ad una dimensione quotidiana, con cui ognuno di noi entra continuamente in contatto.



La tensione alla "bellezza", che manifesta e descrive aspetti sostanziali e funzionali, contraddistingue ogni giorno il lavoro di Carré Noir.

*The expressive strength of a packaging, the fascination with the combination of little signes which became a brand, the role of a visual identity to re-launch a company. Concepts which reduce design to an everyday dimension that we are all in contact with.*

*The tendency towards 'beauty', which creates and describes both functional and substantial aspects, distinguishing the work of Carré Noir everyday.*

Carré Noir è un'agenzia di brand consultancy che ha la propria missione nella capacità creativa e consulenziale di tutto ciò che concerne la gestione del brand: dall'individuazione del nome di prodotto/azienda, alla creazione del marchio (branding o corporate), dallo studio strutturale e grafico delle confezioni fino agli strumenti di retail che accompagnano il prodotto sul punto vendita.

Tanti i progetti realizzati da Carré Noir che raccontano come il design sia oggi uno strumento fondamentale per offrire al consumatore un'esperienza di marca distintiva e coinvolgente. L'identità visiva di un prodotto o di un'azienda rappresenta il punto di partenza per esprimere e raccontare, oltre che instaurare, una relazione con il proprio pubblico.

Basta pensare all'affollamento di prodotti nei supermercati, per capire quale sia il ruolo del packaging design.

La confezione rappresenta una vera e propria forma di "pubblicità a scaffale", ciò che attrae il potenziale acquirente e lo guida nell'ultimo "mezzo metro" prima della scelta.

In un'epoca in cui le aziende hanno necessità di proporre "innovazione" e l'ideazione di nuovi concept di prodotto è sempre più difficile, il design consente anche un "effetto lifting", un miglioramento della propria incisività.

In particolare nel largo consumo il packaging può contribuire in diversi modi al rinnovamento della percezione del prodotto: in chiave strutturale, con una soluzione più maneggevole o più pratica, oppure in termini di immagine, con un materiale, un visual, una grafica che sappiano valorizzare o raccontare in modo nuovo il prodotto. I progetti realizzati per marche celebri come Autan, Cirio, Doria o per prodotti a marca del distributore (private label) mostrano importanti risultati in termini di percezione dell'immagine o di aumento delle vendite, spesso a parità di contenuto rispetto al periodo precedente il lancio del restyling.



*Carré Noir is a brand consultancy company which operates in the field of creative capacities and consultancy for everything which concerns brand management: from its uniqueness to the name of the product/company, to the creation of the brand (branding or corporate), from the graphical and structural study of the packaging to the retail processes used to help the product at the point of sale.*

*Carré Noir has created a number of products which illustrate how design is a key factor in offering a unique and involving brand experience.*

*The visual identity of a product or company is the starting point for expressing and explaining, as well as initiating, a relationship with its target consumers.*

*You have to look at the number of products in the moles to understand the role of packaging design.*

*The packaging represents a real life form of "on-shelf advertising", which aims to attract the potential buyer and influence them in their last "half meter" before their choice.*

*In an era where companies have to support "innovation" and the creation of new and more complicated products, design also creates a "lifting effect", an improvement in their penetration.*

*Particularly in the mass-market, packaging can contribute to creating several different*

*perceptions of a product in several different ways: in practical ways, to create a more practical or manageable solution, or in terms of the product's image, with a material, a visual design or a graphic which ensure that people see the product in a different way.*

*The projects undertaken for famous brands such as Autan, Cirio, Doria or for private label products produced important results in terms of image perception or in sales increase, often equal to the previous method of restyling.*

Lo stesso vale per l'identità corporate di un'azienda: in questi casi il complesso lavoro dell'agenzia di design è quello di trasformare "gli obiettivi strategici e la visione" del cliente in segni e stimoli visivi.

Un ottimo esempio è rappresentato dalla corporate identity Finmeccanica: un progetto complesso, nato dall'ideazione di un nuovo marchio in grado di rappresentare un cambiamento, una svolta per una delle più importanti realtà industriali a livello internazionale. L'elemento simbolico creato è espressione di dinamismo e forza, precisione e tecnologia, coesione di società diverse: sette triangoli acuti che convergono verso un unico centro, segmenti con forme e contenuti diversi che si incontrano disegnando in rosso la lettera "F" di Finmeccanica.

*The same goes for the corporate identity of a product: in these cases the ultimate task for a design company is to transform 'the strategic objectives and the vision' of the client in terms of logos and visual stimuli.*

*An excellent example is Finmeccanica's corporate identity: a complete project, started with the idea of a new brand to represent a change in the company, a turning-point for one of the most important international industrial players. The symbolic element which was created is an expression of dynamism and strength, precision and technology, cohesion of different societies: seven acute triangles which converge to one central point, segments with different shapes which meet to form the letter 'F' of Finmeccanica in red.*



Anche nel settore automotive Carré Noir ha sviluppato una grande esperienza in campo branding: il rapporto creativo con Fiat Automobili ha inizio nel 2002 con la creazione della brand identity e del merchandising di Lancia Ypsilon, che diventa un segno distintivo, una vera e propria "griffe".

Da allora la brand identity dei nuovi modelli di casa Fiat ha svolto un ruolo sempre più importante: dal logo "retro" del bellissimo concept Lancia Fulvia alla Lancia Musa, dove la "M" a forma di chaise-longue diventa espressione del comfort degli interni; dalla "futuribilità" del marchio Croma alla "semplice genialità" del logo della Grande Punto, vincitore del Grand Prix brand identity 2005.

Una case history che sarà presentata dettagliatamente nel corso della conferenza "Design the Brand Experience - Il fascino dell'auto tra segno e sensazioni", in programma il 25 settembre a Torino Esposizioni. L'evento, organizzato da Carré Noir in collaborazione con Fiat, fa parte del Calendario di Torino World Design Capital.

*Carré Noir has also gained huge experience in the field of branding in the automotive sector: a creative relationship with Fiat Automobils started in 2002 with the creation of the brand identity and merchandising of the Lancia Ypsilon, which became a distinctive name, a real "symbol".*

*Since then the brand identity for new Fiat models has become more and more important: from the "retro" logo of the beautiful concept Lancia Fulvia to the Lancia Musa, where the 'M' in the shape of a chaise-longue expressed the comfort of the interior: from the 'futuristic' Croma brand to the 'simple geniality' of the Grande Punto's logo, winner of the brand identity Grand Prix 2005.*

*A case history which will be presented in detail over the course of the "Design the Brand Experience - The appeal of the car between logo and sensation" conference, planned for 25<sup>th</sup> September at Torino Esposizioni. The event, organised by Carré Noir in partnership with Fiat, is part of the Torino World Design Capital programme.*

# DESIGN THE BRAND EXPERIENCE

Il fascino dell'auto  
tra segno e sensazioni

