

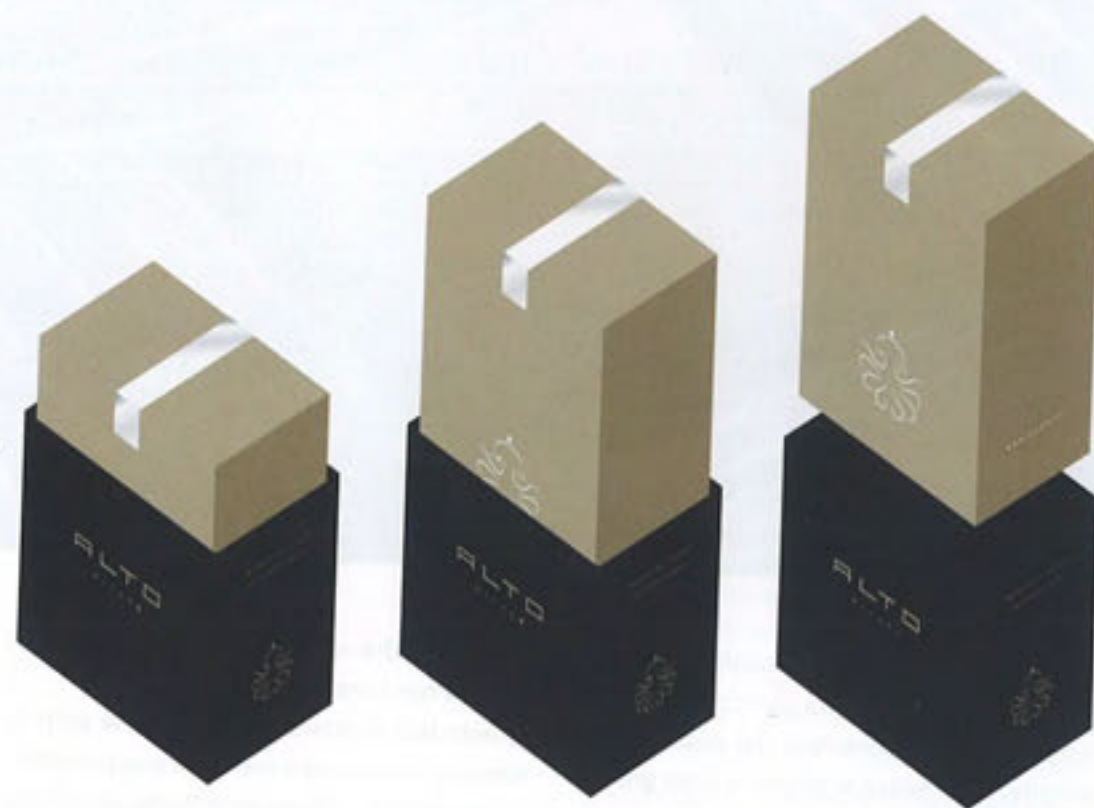
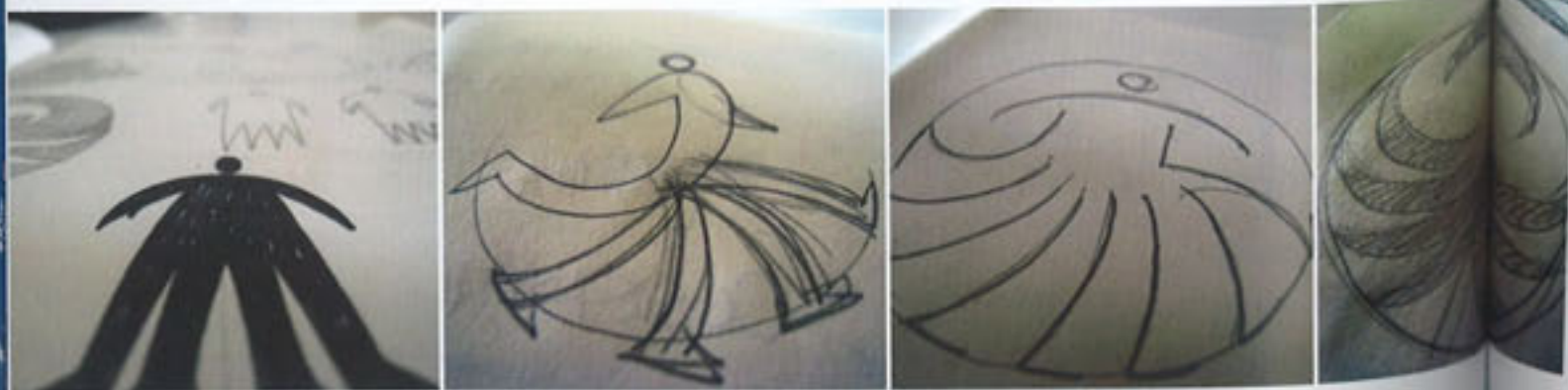
RAINERI DESIGN SVELA COME NASCE, CRESCE E SI REALIZZA  
UN PROGETTO DI BRANDING VINCENTE.

# C'era un cliente poi è diventato Alto.

Ogni marchio si merita una storia. Quella di Alto Milano finisce con un Silver Award al Pentawards e con un Oro al Brand Identity Grand Prix 2009. L'ha inventata l'agenzia di branding e comunicazione Raineri Design, con un lavoro di ricerca, creatività e attenzione alle nuove tendenze internazionali. Costruire un brand, dargli una personalità e farlo diventare un'esperienza concreta, efficace e, talvolta, pluripremiata: William Raineri ci ha raccontato come si fa.

Alto Milano è un'azienda tessile che produce calze da uomo di altissima gamma con filati preziosi, tagli e finiture curati, design ricercato. Per la progettazione William è partito da una ricerca minuziosa, ha analizzato il mercato e i competitor, quindi ha iniziato a tracciare delle linee guida che tenessero conto dei valori e i rigori dell'eleganza (cortesia, rispetto per

gli altri, attenzione per un profondo sentimento di civiltà) e il significato della parola in sé (originariamente il termine latino *elegantia* stava per "capacità di saper scegliere"). Il marchio Alto Milano, infatti, è stato pensato, progettato e disegnato per un uomo elegante, forte, esigente, estroso e dotato di personalità. William Raineri ha prodotto decine di disegni,



alla ricerca di una personalità decisa e in grado di rappresentare la marca trasferendone al target i valori. Ne è nata una figura antropomorfa multigambe per rappresentare le potenzialità fuori dal comune che ogni uomo vorrebbe avere. Multigambe perché l'uomo Alto Milano è un uomo esigente, difficile da accontentare, è sicuro e consapevole. All'inizio il layout era solo un uomo con tante gambe, poi la stilizzazione ne ha fatto scomparire i piedi a favore di una figura geometrica più dinamica. Proseguendo nel lavoro, le articolazioni si sono moltiplicate e le linee curve hanno dato maggior dinamicità al tutto. Un segno distintivo per chiudere ed ecco un'immagine morbida, ma geometrica, con un tratto elegante, secco ed affilato.



Una figura con personalità con un disegno che imita il segno del bulino nelle xilografie di inizio secolo o dei disegni pubblicitari di Depero negli anni venti e trenta. Un'icona dal sapore mitologico, misterioso, antico, vagamente araldico. Le gambe sono otto come i tentacoli della piovra e rappresentano la parte forte del marchio, quella più facile e memorabile.

LA MARCA PRENDE VITA. Da questo momento in poi l'immagine di marca si anima e continua a mostrare sfaccettature della sua personalità sui diversi strumenti di comunicazione: packaging, immagine coordinata, advertising. Ogni strumento rispetta l'atmosfera ricercata di Alto Milano. Il packaging presenta una finestra trasparente utile a mostrare il colore e la trama del prodotto. L'apertura a slitta, oltre a scoprire progressivamente il logo, ricorda un cassetto e rende il packaging simile ad un mobile, un luogo prezioso dove si custodiscono i vestiti e gli accessori preferiti. Sulla scatola è riportata anche la dicitura: "Maestri Sarti Calzettieri", un ritmo ternario e solenne che rafforza il valore del prodotto e del marchio. La carta è morbida e vellutata: un trattamento texture che ricorda il tessuto delle calze e le relative sensazioni tattili. Un piccolo prezzo da pagare, per chi non vuole

