archilabò

IDENTITÀ VISIVA CON L’IA

Costruire un’immagine riconoscibile

Una lezione pratica per micro e piccole imprese: progettare l’identità visiva con il supporto dell’IA e costruire materiali coordinati.

Francesca Di Tella

Che cosa porterai a casa

01 Un metodo per impostare o migliorare la tua identità visiva.

02 Una scheda con le regole da conservare e riutilizzare.

03 Primi materiali progettati con l’IA e/o da costruire con un editor

Le scelte definitive richiedono prove, revisioni e verifiche professionali.

Identità di marca e identità visiva

Identità di marca

Che cosa rappresenta l’impresa?

A chi si rivolge e che cosa promette?

Quale personalità esprime?

Identità visiva

Logo, colori e caratteri.

Fotografie, illustrazioni e icone.

Forme e impaginazione.

L’identità visiva rende visibili le scelte della marca. Il logo è uno dei suoi elementi.

Gli elementi dell’identità visiva

Elemento	Che cosa decidiamo
Logo	Nome, simbolo o entrambi: il segno con cui firmiamo i materiali.
Colori	Quali usiamo e quale ruolo ha ciascuno.
Caratteri	Come appaiono e come si leggono titoli e testi.
Immagini e icone	Quali fotografie o illustrazioni ci rappresentano.
Forme e impaginazione	Quali dettagli grafici, margini e posizioni si ripetono.

Le stesse scelte collegano sito, social, documenti e materiali di comunicazione.

GIOCO INIZIALE

Il font e il contesto

Un atelier vuole comunicare eleganza e cura. Quali proposte sceglieresti?

A Il tuo giorno

B Il tuo giorno

C *Il tuo giorno*

D Il tuo giorno

E IL TUO GIORNO

Puoi scegliere più di una risposta.

Spiega quale tono ti suggerisce il font.

Scrivi in chat una lettera e una motivazione. Il contesto conta quanto lo stile.

In quali ambiti troviamo il blu?

Scegli la risposta che ti sembra più completa.

A Tecnologia

B Finanza e servizi

C Cosmetica e cura della persona

D Tutti e tre gli ambiti

Il settore, da solo, non determina il colore: contano pubblico, tonalità e abbinamenti.

Un marchio, due dettagli

Quale marchio ti viene in mente?



Dettaglio A



Dettaglio B

Scrivi il nome in chat e indica il dettaglio che ti ha aiutato a riconoscerlo.

Un marchio, due dettagli

Quale marchio ti viene in mente?



Dettaglio A



Dettaglio B

Scrivi il nome in chat e indica il dettaglio che ti ha aiutato a riconoscerlo.

Un marchio, due dettagli

Quale marchio ti viene in mente?



Dettaglio A



Dettaglio B

Scrivi il nome in chat e indica il dettaglio che ti ha aiutato a riconoscerlo.

IA per l'identità: vantaggi e svantaggi

Vantaggi

Più alternative da confrontare.

Idee astratte diventano bozze.

Supporto ai materiali quotidiani.

Prove iniziali a costo contenuto.

Svantaggi

Soluzioni generiche o stereotipate.

Errori e incoerenze.

Tempo per selezionare e correggere.

Risultati e file da verificare.

L'IA accelera le prove. Brief, selezione e controlli determinano la qualità.

Cosa può fare e cosa non garantisce

Può aiutare a	Non garantisce da sola
Fare domande e riordinare il brief.	Conoscere realmente clienti, impresa e contesto culturale.
Esplorare stili, palette e composizioni.	Originalità ed efficacia sul pubblico.
Generare bozze e usare regole fornite.	Fedeltà esatta a logo, colori e prodotto.
Preparare testi e riferimenti visivi.	Correttezza tecnica dei file e validazione delle scelte.

Le persone definiscono la strategia, scelgono e verificano il risultato.

Quando evitare la generazione con IA

Situazione	Metodo adatto
Logo approvato da riprodurre identico.	Inserire il file originale nell'editor.
Prodotto reale da vendere o mostrare.	Usare una foto fedele e controllare i dettagli.
Etichette con informazioni obbligatorie.	Impaginare dati verificati con controllo competente.
Dati dei clienti o concept riservati.	Verificare la privacy oppure eliminare i dati riservati.

Come NON usare l'IA per il marchio

Uso da evitare	Richiesta o metodo migliore
«Fammi un logo bello».	Descrivere pubblico, obiettivo e vincoli.
«Copia il logo di questo concorrente».	Individuare un principio utile e sviluppare una soluzione propria.
Rigenerare il logo per ogni post.	Inserire sempre il file approvato.
Pubblicare la prima proposta.	Verificare brief, nome, leggibilità e uso reale.

Una proposta convincente richiede comunque una verifica.

Grafico, brand manual e IA

01 Il grafico prepara logo, brand manual e modelli modificabili.

02 Il brand manual raccoglie le regole per usare l’identità visiva.

03 Tu dai all’IA le regole e chiedi testi, idee e bozze per nuovi materiali.

04 Nell’editor inserisci i file originali e controlli il materiale.

Il manuale e i modelli rendono più semplice produrre materiali coerenti.

Il progetto: Dispensa Viva

Un piccolo laboratorio di conserve stagionali

Prodotti in piccoli lotti.
Per la tavola e per piccoli regali.

Una comunicazione calda, contemporanea e concreta.



Caso fittizio: i dati e le immagini servono ai fini dell’esercitazione

Come costruiremo l’identità

01 Brief, ricerca e moodboard: il contesto e la direzione visiva.

02 Palette, font e logo: gli elementi con cui riconosciamo il brand.

03 Immagini e impaginazione: le regole per costruire i materiali.

04 Prove sui materiali, controlli e mini guida: un sistema da riutilizzare.

Il logo arriva dopo la moodboard. Ogni scelta approvata guida la fase successiva.

La scheda della tua identità

01 Prima: attività, pubblico, obiettivo ed elementi già approvati.

02 Durante: ricerca, direzione, palette, font, logo e immagini.

03 Alla fine: modello del materiale, controlli e regole da riutilizzare.

Puoi lavorare sulla tua impresa oppure seguire Dispensa Viva.

Come usare i prompt in successione

01 Apri una conversazione dedicata alla tua impresa.

02 Compila i campi [tra parentesi] e allega gli elementi già esistenti.

03 Copia insieme le parti numerate dello stesso prompt.

04 Dopo il risultato, scrivi che cosa approvi e che cosa vuoi correggere.

Salva nella scheda soltanto le decisioni che hai scelto e verificato.
NB: i prompt proposti nelle slide successive sono a titolo esemplificativo
e possono essere adattati/modificati in base ai propri obiettivi.

Quale strumento serve in ogni fase

Attività	Strumento e controllo
Brief e ricerca	Chat con testi e consultazione web. Verificare le fonti.
Moodboard, concept e foto illustrative	Strumento che può generare immagini. Selezionare e correggere.
Font e materiali modificabili	Editor: Canva, Figma, pacchetto Adobe

Le bozze generate e la composizione nell'editor sono due passaggi del lavoro.

Prompt brief · 1/2

Agisci come consulente di identità visiva per una piccola impresa. Procederemo per fasi: brief, ricerca, moodboard, colori, font, logo, immagini e materiali.

Nome esatto: [nome]. Attività e offerta: [descrizione]. Pubblico e bisogni: [descrizione]. Territorio e canali: [dove operiamo e comunichiamo]. Caratteristiche concrete da comunicare: [informazioni verificabili]. Obiettivo: [risultato desiderato].

Materiali prioritari: [elenco]. Editor che userò: [nome e piano]. Impressione desiderata: [caratteristiche]. Impressioni da evitare: [elenco].

Copia tutte le parti nello stesso messaggio. Compila i campi [tra parentesi].

Prompt brief · 2/2

Situazione iniziale: [parto da zero / ho alcuni elementi / ho un brand manual]. Allego o descrivo: [file e regole]. Elementi da conservare: [elenco o nessuno]. Modifiche consentite: [elenco]. Idee iniziali: [descrizione o nessuna].

Fammi fino a cinque domande sulle informazioni determinanti che mancano. Non inventare dati o vantaggi. Poi prepara un brief sintetico con obiettivo, pubblico, caratteristiche, materiali, vincoli e criteri di scelta. Distingui elementi già approvati e decisioni aperte.

Attendi la mia conferma. Nelle fasi successive conserva le decisioni approvate e modifica soltanto ciò che autorizzo.

Copia tutte le parti nello stesso messaggio. Compila i campi [tra parentesi].
E’ importante specificare il tuo caso: parti da zero o hai già alcuni elementi di identità visiva?

Il brief di Dispensa Viva

Domanda	Risposta per il caso fittizio
Che cosa facciamo?	Conserve stagionali preparate in piccoli lotti.
A chi parliamo?	A chi sceglie prodotti artigianali per la tavola e per piccoli regali.
Che cosa mettiamo in evidenza?	Ingredienti di stagione e gesti di lavorazione nel laboratorio.
Come vogliamo apparire?	Caldi, contemporanei, concreti.
Che cosa evitiamo?	Lusso, estetica industriale e folklore rustico.

Questi criteri ci serviranno per confrontare tutte le proposte.

I dati per iniziare il progetto

Voce	Decisione didattica per Dispensa Viva
Territorio e canali	Italia. Vendita diretta e online, comunicazione sui social.
Primo obiettivo	Presentare la confettura di albicocche e invitare a scoprire i gusti.
Materiali prioritari	Post 1080 × 1080, foglio A4, visual newsletter e mockup.
Situazione iniziale	Partiamo da zero. Nessun logo, colore o font obbligatorio.
Editor	Modello in PowerPoint / Ricostruzione in Canva / Pacchetto Adobe?

«Approvo il brief. Prosegui con la ricerca usando questi dati.»

La ricerca prima delle forme

Competitor

Imprese con offerta e pubblico simili.

Li scegliamo anche per territorio e canali.

Confrontiamo messaggi e materiali reali.

Reference

Esempi utili per una scelta visiva.

Possono arrivare da un altro settore.

Riprendiamo principi, evitando imitazioni.

La fase metaprogettuale produce criteri di scelta e opportunità per distinguerci.

Prompt ricerca · 1/2

Usa il brief e i vincoli approvati in questa conversazione. Prima di progettare, aiutami a capire il contesto competitivo e a raccogliere riferimenti utili.

Competitor o reference che conosco: [nomi, link o nessuno].

Individua tre competitor pertinenti per pubblico, offerta, territorio e canali. Distingui diretti e indiretti e spiega la selezione. Per ciascuno analizza materiali consultabili: messaggi, logo, colori, categorie tipografiche, immagini, impaginazione e applicazioni. Riporta fonti e data. Distingui fatti documentati, osservazioni visive e interpretazioni.

Copia tutte le parti nello stesso messaggio. Compila i campi [tra parentesi].

Prompt ricerca · 2/2

Aggiungi due reference di ispirazione, di cui almeno una esterna al settore. Per ciascuna spiega il principio utile, la possibile applicazione al nostro caso e gli elementi distintivi da evitare di imitare.

Non indovinare nomi di font o codici colore dalle immagini. Se non puoi consultare il web, chiedimi link o materiali.

Concludi con tre criteri progettuali e due opportunità per distinguerci. Rispetta l'identità già approvata. Attendi la mia conferma delle conclusioni prima della moodboard.

Copia tutte le parti nello stesso messaggio. Compila i campi [tra parentesi].

Tre competitor pertinenti al brief



Luvirie

Diretto nel confronto didattico

Confetture artigianali, vendita online e proposte regalo.



Alce Nero

Indiretto

Composte biologiche: una proposta alternativa per la tavola.



Agrimontana

Indiretto

Confetture e più formati: un’altra proposta nella stessa categoria.

Messaggi e segni che osserviamo

Osservazione	Luvirie	Alce Nero	Agrimontana
Messaggio documentato	Artigianalità e frutta.	Produzione biologica.	Frutta e confetture extra.
Logo nell’etichetta	Nome con un segno figurativo.	Segno nel cerchio e nome.	Nome in una fascia in alto.
Colori osservabili	Avorio, bruno, tappo ramato.	Rosso, chiaro, colore del frutto.	Etichetta chiara, fascia bruna.
Tipografia osservabile	Serif per nome e prodotto.	Testi con dimensioni diverse.	Testi compatti sulla verticale.

Fonti: schede ufficiali Luvirie, Alce Nero e Agrimontana

Immagini, composizione e applicazioni

Osservazione	Luvirie	Alce Nero	Agrimontana
Immagini	Frutto e prodotto in vasetto.	Frutto in evidenza nell’etichetta.	Frutto illustrato sull’etichetta.
Impaginazione	Marchio sopra al gusto.	Elementi distribuiti attorno al marchio.	Informazioni su asse verticale.
Applicazioni consultate	Etichetta e pagina di vendita.	Etichetta e pagina di vendita.	Etichetta e pagina di vendita.
Lettura possibile	Cura artigianale.	Frutto e riconoscibilità di categoria.	Ordine e dettaglio del prodotto.

Le letture di tono sono interpretazioni. Le applicazioni osservate delimitano l’analisi.

Tre reference della stessa categoria



Bonne Maman

Confezione e fonte ufficiale



Alce Nero

Confezione e fonte ufficiale



Agrimontana

Confezione e fonte ufficiale

Che cosa riprendere dalle reference

Reference	Elemento osservato	Principio da riprendere
Bonne Maman	Tappo a quadretti, bianco/rosso e scrittura manuale.	Un dettaglio ripetuto aiuta il riconoscimento.
Alce Nero	Marchio nel cerchio e frutto in evidenza.	Un punto di attenzione guida la lettura.
Agrimontana	Etichetta verticale, forma del vasetto e frutto.	Supporto e composizione partecipano all’identità.

Le confezioni suggeriscono direzioni diverse. Il brief orienta la nostra scelta.

Due reference di ispirazione

Bonne Maman / stesso settore

Principio: un dettaglio ricorrente.

Per noi: un richiamo semplice nei materiali.

Evitiamo quadretti e lettering imitativo.

Bonne Maman · fonte ufficiale

Tiffany / fuori dal settore

Principio: colore e confezione continui.

Per noi: pochi colori con ruoli stabili.

Evitiamo azzurro e codici del lusso.

Tiffany Blue Box · fonte ufficiale

Le conclusioni per Dispensa Viva

Tre criteri progettuali

Un dettaglio semplice che ritorna.

Una gerarchia leggibile tra nome e messaggio.

Ingredienti e lavorazione in evidenza.

Due opportunità da esplorare

Un calore contemporaneo, senza folklore.

Raccontare il laboratorio con composizioni semplici.

La moodboard

Una tavola di riferimenti per confrontare una direzione visiva.

Che cosa raccoglie

Immagini, luce e atmosfera.

Colori e suggestioni tipografiche.

Forme, materiali e composizioni.

Come la usiamo

Colleghiamo ogni scelta al brief.

Confrontiamo due o tre direzioni.

Scegliamo e correggiamo prima del logo.

Annotiamo che cosa riprendere e che cosa evitare.

Le parole diventano scelte visive

Parola guida	Una scelta possibile	Che cosa comunica
Caldo	Luce naturale e colori morbidi.	Vicinanza alla vita quotidiana.
Contemporaneo	Pochi oggetti e spazi ampi.	Ordine senza folklore rustico.
Concreto	Ingredienti e mani al lavoro.	L’attività del laboratorio.

Chiediamo tre modi diversi di interpretare lo stesso brief.

Prompt moodboard · 1/2

Usa il brief e le conclusioni della ricerca approvati. Proponi tre direzioni visive distinguibili e compatibili con i vincoli. Per ciascuna indica atmosfera e legame con il pubblico, colori esplorativi, stile fotografico e luce, categorie tipografiche, forme, materiali, composizioni ed elementi da evitare.

Crea una moodboard orizzontale per ciascuna direzione. Le immagini devono aiutare a discutere lo stile, senza mostrare un logo definitivo o una confezione già pronta.

Copia tutte le parti nello stesso messaggio. Compila i campi [tra parentesi].

Prompt moodboard · 2/2

Distingui le reference reali, con fonte, dalle immagini generate. Non inserire nomi di font o loghi inventati dentro le immagini. Accompagna ogni tavola con una breve descrizione testuale.

Mantieni gli elementi già approvati. Se partiamo da zero, colori e font restano provvisori.

Aspetta che scelga una direzione e indichi eventuali correzioni prima di passare alla palette.

Copia tutte le parti nello stesso messaggio. Compila i campi [tra parentesi].

A / Naturale ed editoriale



Colori esplorativi

Oliva, avorio, terracotta.

Tipografia da esplorare

...

Forme e materiali

Carta chiara, rettangoli e spazi ampi.

Luce laterale, ingredienti e gesti. Niente spago, copritappi o folklore.

B / Vivace e conviviale



Colori esplorativi

Corallo, blu morbido, giallo e avorio.

Tipografia da esplorare

...

Forme e materiali

Ceramica, lino e tagli dinamici.

Luce diurna, tavola e condivisione. Niente neon o decorazioni infantili.

C / Essenziale e materica



Macro di frutta e ombre morbide. Niente oro, nero o tono di lusso.

Colori esplorativi

Argilla, pietra, crema e bruno.

Tipografia da esplorare

...

Forme e materiali

Pietra chiara, carta e composizioni rade.

La direzione scelta per il caso



A / Naturale ed editoriale

Manteniamo luce naturale, ingredienti e spazi ampi.

Escludiamo decorazioni rustiche.

«Approvo A con questi vincoli. Prosegui con due proposte di palette.»

A che cosa servono i colori

Funzione	Che cosa decidiamo
Riconoscimento	Quale colore torna nei diversi materiali.
Tono e personalità	Quali associazioni sono adatte al nostro pubblico.
Gerarchia	Dove usare il colore principale e l’accento.
Leggibilità	Quale abbinamento distingue bene testo e fondo.

Colori e settori: associazioni da verificare

Colore	Lettura possibile	Una domanda utile
Blu	Affidabilità, calma.	Lo troviamo anche fuori dal tech?
Rosso	Energia, visibilità.	Che tono hanno Coca-Cola e Netflix?
Verde	Natura, freschezza.	Quali altri elementi sostengono questa lettura?
Azzurro	Può diventare un segno distintivo.	Tiffany: che cosa rende riconoscibile quella tonalità?

Pubblico, tonalità e abbinamenti contano. Queste sono letture possibili.

Prompt palette

Usa il brief e la direzione di moodboard approvati. Se non abbiamo ancora una palette, proponi due alternative. Per ciascuna indica colore principale, fondo, accento e colore dei testi, con codici HEX e motivazione legata al brief.

Se esistono colori obbligatori, mantienili e sviluppa soltanto integrazioni autorizzate. Se la palette è completa, chiarisci i ruoli senza sostituirla.

Mostra ogni proposta su un titolo, un paragrafo e un richiamo. Indica gli abbinamenti da verificare per il contrasto. Riporta valori solo se puoi calcolarli con un metodo affidabile. Restituisci una tabella. Attendi la mia scelta e registra la palette approvata.

Compila gli eventuali campi [tra parentesi] e continua nella conversazione del brand.

Due alternative per la palette

A / Naturale ed editoriale

Ruolo	HEX
Principale	#53664F
Fondo	#F3EEE2
Accento	#B85A43
Testi	#24352B

Oliva e terracotta collegano ingredienti e calore.

B / Calda e materica

Ruolo	HEX
Principale	#715447
Fondo	#F6F0E5
Accento	#8B693A
Testi	#332C27

Bruno e ocra valorizzano carta, materia e sobrietà.

Le due palette applicate ai testi

A / Naturale ed editoriale

La stagione
in un vasetto

Conserve stagionali
in piccoli lotti.

B / Calda e materica

La stagione
in un vasetto

Conserve stagionali
in piccoli lotti.

I testi restano scuri sul fondo chiaro. L’accento evidenzia senza ridurre la leggibilità.

La palette scelta e i suoi ruoli

Colore	HEX	Ruolo
Oliva	#53664F	Titoli e colore principale.
Avorio	#F3EEE2	Fondi e spazi vuoti.
Terracotta	#B85A43	Accenti grafici. CTA con testo scuro.
Scuro	#24352B	Testi da leggere.

«Approvo A con questi ruoli. Mantieni la palette nelle fasi successive.»

Che cos’è un font

Il carattere tipografico dà forma a lettere, numeri e segni.

Una famiglia comprende varianti come regular, grassetto e corsivo.

Aa Bb 123

Esistono migliaia di famiglie.

Categorie e/o caratteristiche dei font

Serif	Storie	Le grazie alle estremità delle lettere.
Sans serif	Storie	Forme prive di grazie.
Calligrafico	*Storie*	Richiama il gesto della scrittura a mano.
Monospaziato	Storie	Ogni carattere occupa la stessa larghezza.

Grazie e proporzioni sono criteri diversi: un monospaziato può avere o meno grazie.

Come si sceglie un font

01 Il tono segue il brief: caldo, autorevole, giocoso…

02 La leggibilità si prova su testi e dimensioni reali.

03 Per iniziare, una o due famiglie con ruoli chiari.

04 Verifica accenti, numeri, licenza e disponibilità nell’editor.

Prima di scegliere, componi un titolo, un paragrafo e un prezzo.

Prompt caratteri

Usa brief, moodboard e palette approvati. Dobbiamo scegliere i font per i materiali prioritari. Se non abbiamo font obbligatori, proponi due soluzioni: una coppia per titoli e testi oppure una famiglia con pesi diversi. Spiega tono, ruoli e legame con il pubblico.

Considera l'editor indicato nel brief. Distingui disponibilità verificata e font da cercare nell'account. Indica fonti per controllare la licenza. Se esistono font approvati, mantienili. Se mancano nell'editor, segnala il problema e proponi alternative da autorizzare.

Per ogni soluzione indica famiglia, peso e uso. Prepara titolo, breve paragrafo, accenti, numeri e simbolo € da provare nell'editor. Attendi la mia scelta e registra i font approvati.

Compila gli eventuali campi [tra parentesi] e continua nella conversazione del brand.

Due soluzioni tipografiche a confronto

A / Fraunces + Open Sans

Titoli regular 400. Testi Open Sans regular 400.

La stagione
in un vasetto

Conserve stagionali in piccoli lotti.
È la qualità del gesto: à, è, ì, ò, ù.
Prova numeri: 123 e 6,50 €.

Calore editoriale, con un testo sobrio e leggibile.

B / Libre Baskerville + Open Sans

Titoli regular 400. Testi Open Sans regular 400.

La stagione
in un vasetto

Conserve stagionali in piccoli lotti.
È la qualità del gesto: à, è, ì, ò, ù.
Prova numeri: 123 e 6,50 €.

Un tono più classico: da bilanciare con immagini contemporanee.

Fonti dei font: Google Fonts e licenze OFL nei repository ufficiali

I caratteri scelti per il caso

Titoli / Fraunces

Regular 400.

Un carattere serif per il tono editoriale.

Testi / Open Sans

Regular 400, bold 700 per il CTA.

Un sans serif per le informazioni.

La stagione
in un vasetto

Conserve stagionali
preparate in piccoli lotti.

«Approvo la soluzione A e questi ruoli. Non sostituire i font senza chiedermelo.»

Generare un logo con IA: pro e contro

Vantaggi

Tradurre un’idea in un riferimento.

Confrontare simboli e scritte.

Preparare una bozza per il grafico.

Svantaggi

Segni generici o troppi dettagli.

Lettere e forme da correggere.

Originalità e file da verificare.

Il concept richiede prove in piccolo, a un colore e sui supporti reali.

Prompt logo · 1/2

Usa brief, direzione visiva e palette approvati. Il nome esatto è [nome]. Idea da sviluppare: [simbolo, lettere, schizzo o nessuna]. Elementi obbligatori: [elenco o nessuno]. Da evitare: [elenco]. Usi principali: [materiali].

Se abbiamo un logo approvato, conserva il file originale e proponi soltanto modalità d’uso consentite.

Se dobbiamo svilupparlo, genera tre concept diversi su fondo uniforme: solo nome, nome con un simbolo semplice, monogramma. Adatta queste possibilità all’idea iniziale, se presente.

Copia tutte le parti nello stesso messaggio. Compila i campi [tra parentesi].

Prompt logo · 2/2

Per ogni concept scrivi una motivazione e un limite da verificare. Mantieni nome esatto e composizione semplice. Evita mockup, effetti tridimensionali e decorazioni superflue.

Presenta i risultati come concept. Segnala errori di lettere o forme. Attendi la mia scelta: la proposta sarà un riferimento da sviluppare e controllare, senza rigenerarla a ogni materiale.

Per un logo definitivo occorre preparare e controllare il file vettoriale. Non dichiarare la bozza pronta per la produzione. Il ricalco automatico può richiedere correzioni.

Copia tutte le parti nello stesso messaggio. Compila i campi [tra parentesi].

Tre concept per Dispensa Viva



A / Solo nome (logotipo)

B / Nome e simbolo (pittogramma + logotipo)

C / Monogramma

Motivazioni e limiti dei tre concept

Concept	Motivazione rispetto al brief	Limite da verificare
A / Solo nome	Diretto, semplice, facile da collocare.	Può risultare generico: distinguerlo dagli altri nomi.
B / Nome e sole	Il sole richiama la stagione, il serif aggiunge calore.	Sole e lettering richiedono verifica di forme e unicità.
C / Monogramma	Compatto come firma secondaria.	Le lettere possono confondersi e il nome piccolo può perdersi.

Le motivazioni sono ipotesi progettuali. La scelta richiede prove.

Un logo con troppi dettagli





Lo stesso logo ridotto

Il nome diventa difficile da leggere.

I dettagli si confondono.

Il tono è più rustico del brief.

Correzione: un simbolo essenziale e più spazio al nome.

Il logo scelto e le verifiche





Prova in piccolo





Prove a un colore

Scelta del caso: B. Conserviamo lo stesso file per le applicazioni didattiche.

Quale immagine rispetta il brief?



A Lusso

B Futuristico

C Naturale

D Rustico

Scrivi in chat una lettera
e una regola del brief
che sostiene la tua scelta.

Prompt stile fotografico

Usa brief, moodboard, palette e scelte approvati. Definisci uno stile fotografico coerente: luce, colori, sfondi, materiali, composizione e dettagli da evitare.

Applica lo stile a tre situazioni: prodotto, lavorazione e utilizzo del prodotto. Spiega che cosa resta comune quando cambia il soggetto.

Se abbiamo fotografie o regole approvate, usale come riferimento e modifica solo aspetti autorizzati. Per prodotti, persone o luoghi reali, distingui le indicazioni per una fotografia autentica dalle immagini illustrative che possiamo generare.

Restituisci una breve scheda fotografica. Attendi la mia approvazione prima di creare le immagini.

Compila gli eventuali campi [tra parentesi] e continua nella conversazione del brand.

La scheda fotografica del caso

Regola comune	Applicazione a prodotto, lavoro e utilizzo
Luce e colori	Luce naturale laterale, morbida. Toni oliva, crema e frutta.
Sfondi e materiali	Pietra chiara, ceramica e lino semplice. Niente scenografie affollate.
Composizione	Un soggetto principale, pochi oggetti, spazio per i testi se necessario.
Da evitare	Oro, neon, fondi neri, spago, copritappi e scritte generate.
Tre situazioni	Vasetto e frutta. Mani al lavoro. Pane e confettura.

«Approvo lo stile. Per il caso fittizio possiamo creare immagini illustrative.»

Prompt per una singola immagine

Genera una fotografia per il primo materiale del brand, rispettando lo stile fotografico approvato.

Soggetto: [descrizione]. Destinazione e formato: [materiale, dimensioni e orientamento]. Spazio libero necessario: [dove inseriremo titolo o logo]. Da evitare: [elenco]. Il soggetto è [fittizio / reale].

Se è fittizio, crea la scena. Se è reale, usa la foto autorizzata che allego e conserva forma, confezione, etichetta e proporzioni. Se non puoi mantenerle fedeli, segnalalo prima di procedere. Mantieni luce, colori e materiali approvati. Non aggiungere scritte e non ricostruire il logo: li inserirò nell’editor.

Compila gli eventuali campi [tra parentesi] e continua nella conversazione del brand.

La fotografia per il primo post



Dati del prompt

Soggetto fittizio:
vasetto di confettura
e albicocche.

Foto orizzontale
da inserire sotto il titolo.
Nessuna scritta o logo
dentro l’immagine.

Lo stesso stile su tre soggetti



Prodotto



Lavorazione



Utilizzo

Le regole grafiche che aiutano a leggere

Gerarchia e ordine

Il titolo ha più evidenza del testo.

Testi e immagini seguono gli stessi margini.

Gli spazi raggruppano e separano.

Contrasto e continuità

Il testo si distingue dal fondo.

Font e colori mantengono i loro ruoli.

Il modello si ripete nei materiali.

Le regole si provano sul materiale che dobbiamo realmente costruire.

Prompt impaginazione

Usa brief e scelte approvati. Materiale da progettare: [tipo, dimensioni e orientamento]. Elementi disponibili: [logo originale, foto e testi]. Editor: [nome e piano gratuito].

Proponi una composizione semplice: ordine degli elementi, gerarchia, margini, allineamenti, spazi, posizione e proporzioni della fotografia. Descrivi come usare i font e i colori approvati. Non aggiungere nuove decorazioni o rigenerare il logo.

Restituisci regole concrete da costruire con elementi separati nell'editor. Se esiste un modello approvato, mantienilo e adatta solo ciò che autorizzo. Aspetta la mia approvazione prima di preparare il materiale.

Compila gli eventuali campi [tra parentesi] e continua nella conversazione del brand.

Le regole del modello di Dispensa Viva



Logo sopra il titolo, con proporzioni conservate. Formattazione del titolo centrata.

Titolo evidente.

Fotografia ampia, senza scritte generate.

CTA color terracotta

Quale errore noti rispetto alla fotografia generata inizialmente?

I dati del primo materiale

Campo da compilare	Dati didattici di Dispensa Viva
Obiettivo	Presentare la confettura di albicocche.
Informazioni	Conserve stagionali, piccoli lotti. Nessun prezzo o offerta.
Invito all’azione	Scoprire i gusti di stagione.
Formato	Post quadrato 1080 × 1080 px.
File disponibili	Concept B originale e foto del vasetto fittizio.

L’IA usa queste informazioni. Le promesse commerciali devono essere vere.

Prompt materiali · 1/2

Usa brief, scelte visive e composizione approvati. Prepariamo il primo post.

Obiettivo: [obiettivo]. Messaggio e informazioni vere: [dati]. Testi obbligatori: [testi o nessuno]. Invito all’azione: [azione desiderata]. Formato: [dimensioni]. Editor e piano: [nome]. File disponibili: [logo originale e foto approvata].

Proponi titolo breve, testo di supporto e invito coerenti con i dati. Non inventare prezzi, offerte o caratteristiche. Segnala le informazioni mancanti.

Copia tutte le parti nello stesso messaggio. Compila i campi [tra parentesi].

Prompt materiali · 2/2

Dammi istruzioni ordinate per costruire il post nell’editor: fondo, logo, foto, testi, colori HEX, famiglie e pesi dei font, margini e allineamenti.

Usa elementi separati e modificabili. Mantieni il logo originale. Prevedi funzioni gratuite e segnala eventuali elementi a pagamento. Se esiste un modello, usalo senza cambiare le regole.

Concludi con controlli prima della pubblicazione e formato di esportazione. Attendi la mia approvazione di testi e composizione.

Copia tutte le parti nello stesso messaggio. Compila i campi [tra parentesi].

Testi e istruzioni ottenuti

I testi del post

Titolo: La stagione in un vasetto.

Supporto: Conserve stagionali in piccoli lotti.

Invito: Scopri i gusti di stagione.

La composizione da costruire

Fondo avorio, logo sopra al titolo.

Titolo Fraunces oliva, testi Open Sans scuri.

Foto separata, margini comuni e accento terracotta.

«Approvo testi e composizione. Li costruisco nell’editor con i file originali.»

Costruzione gratuita: documento e immagini

01 Crea un documento vuoto: 1080 × 1080 px. Fondo #F3EEE2.

02 Inserisci il logo originale, senza deformarlo. Tienilo sopra il titolo.

03 Carica la fotografia approvata come elemento separato.

04 Lascia circa 60 px di margine. Foto in basso, larga circa 960 px.

Costruzione gratuita: testi e controlli

01 Inserisci il titolo con Fraunces regular, oliva #53664F.

02 Aggiungi supporto con Open Sans, scuro #24352B.

03 Guarda il post in piccolo. Controlla nome, leggibilità, margini e foto.

04 Esporta in PNG per il post. Duplica il modello per i materiali successivi.


Dispensa
Viva
La stagione
in un vasetto
Scopri le conserve →

Tre proposte incoerenti con il nostro brief



Tecnologico



Lussuoso



Rustico

Prompt controllo

Controlla il materiale allegato rispetto al brief e alle decisioni approvati. Confronta logo, nome, palette, font e ruoli, fotografia, gerarchia, margini, invito all’azione e informazioni.

Distingui problemi osservabili, verifiche che richiedono file o dati aggiuntivi e preferenze estetiche. Usa gli esiti “coerente”, “da correggere” e “da verificare”.

Restituisci una tabella con elemento, esito, prova o motivo e intervento. Ordina le correzioni per importanza. Conserva ciò che funziona e non proporre una nuova identità per correggere un errore di impaginazione. Se non puoi leggere o misurare un elemento, chiedimi il dato. Attendi la mia conferma.

Compila gli eventuali campi [tra parentesi] e continua nella conversazione del brand.

Il controllo del post approvato

Elemento	Esito	Motivo e azione
Nome e logo	Coerente	Inserito senza rigenerazione. Controllo visivo del nome.
Palette e font	Coerente	Colori e font coincidono con il modello e la scheda.
Testi e gerarchia	Coerente	Titolo evidente, supporto breve, CTA terracotta sul fondo chiaro.
Fotografia	Incompleta	Illustrazione fittizia. Per un prodotto reale serve una foto fedele. Nell’immagine proposta manca l’etichetta.

Prompt adattamento a un altro formato

Adatta il post approvato a un foglio promozionale A4 verticale. Mantieni logo, palette, font, stile fotografico e informazioni. Riorganizza gli elementi per il nuovo formato senza deformarli.

Indicami margini, gerarchia e disposizione da costruire nell’editor. Specifica che cosa resta fisso e che cosa cambia. Usa elementi separati.

Non aggiungere prezzi, offerte o dati mancanti. Segnala specifiche di stampa da concordare con il fornitore. Attendi la mia approvazione del nuovo modello.

Dal post al foglio A4





A4 verticale

Quali incoerenze possiamo notare?

Puoi segnalare all'IA un elenco di errori e chiedere delle correzioni / modifiche.

Prompt mockup · 1/2

Crea una simulazione dell’identità approvata su [vetrina / shopper / confezione regalo]. Allego logo originale e grafica da applicare. Supporto e contesto: [descrizione]. Foto del supporto: [allegata / non disponibile]. Posizione e scala: [indicazioni o da proporre].

Mantieni nome, segno e proporzioni del logo. Se non puoi applicare il file fedelmente, crea il supporto vuoto e spiegami come inserire la grafica nell’editor. Non presentare una ricostruzione generata come logo originale.

Copia tutte le parti nello stesso messaggio. Compila i campi [tra parentesi].

Prompt mockup · 2/2

La simulazione serve a valutare l’effetto visivo. Non inventare fustelle, misure di produzione o informazioni obbligatorie.

Distingui simulazione, grafica modificabile e file per la produzione. Elenca controlli e dati da chiedere al fornitore prima di realizzare il supporto.

Mostra il mockup e segnala gli eventuali limiti di fedeltà. Attendi la mia approvazione.

Copia tutte le parti nello stesso messaggio. Compila i campi [tra parentesi].

Vetrina, confezione regalo e shopper



Vetrina



Confezione regalo



Shopper

Supporti generati con IA. Simulazioni da verificare.

La stessa identità su tre materiali



Post social



Visual per newsletter



Confezione

Il brand manual

Il documento che spiega come usare l’identità del marchio.

Che cosa contiene

Versioni e spazi del logo.

Colori con codici, font e ruoli.

Immagini, composizioni e usi da evitare.

A che cosa serve

Mantiene coerenti i materiali.

Dà istruzioni a chi collabora.

Fornisce all’IA regole precise.

Nel laboratorio raccogliamo le scelte in una scheda sintetica.

La mini guida visiva

Una scheda operativa per i prossimi materiali della tua impresa.

Raccoglie logo, colori, font e stile delle immagini.

Indica dove mettere gli elementi e che cosa evitare.

Diventa un riferimento per te, per chi collabora e per l'IA.

Il manuale completo può includere ulteriori specifiche tecniche.

Prompt manuale · 1/2

Raccogli tutte le decisioni esplicitamente approvate e prepara una guida visiva sintetica. Includi caratteristiche da comunicare, logo e file da usare, colori con codici e ruoli, font con pesi e utilizzi, stile fotografico, regole di impaginazione, modello approvato, usi da evitare e controlli prima della pubblicazione.

Distingui scelte approvate e specifiche ancora da definire o verificare. Non inventare licenze, codici di stampa, misure di rispetto o versioni del logo.

Copia tutte le parti nello stesso messaggio. Compila i campi [tra parentesi].

Prompt manuale · 2/2

Se esiste un brand manual, conserva le sue regole e integra soltanto nuove decisioni autorizzate. Se trovi un conflitto, chiedimi quale documento seguire.

Aggiungi data, versione ed elenco dei file da conservare. Prepara un testo ordinato da impaginare in una scheda operativa.

Attendi la mia verifica prima di dichiarare la guida approvata.

Copia tutte le parti nello stesso messaggio. Compila i campi [tra parentesi].

La guida di Dispensa Viva



Calda. Contemporanea. Concreta.

Titoli: Fraunces regular 400, oliva.
Testi: Open Sans regular 400, scuso.
Invito: Open Sans bold 700, terracotta.

Oliva #53664F	Avorio #F3EEE2	Terracotta #B85A43	Scuro #24352B

Versione didattica 1.0 / 5 ottobre 2026. Il concept del logo resta da sviluppare.

Le regole da conservare e verificare

Voce	Regola della guida
Immagini	Luce naturale laterale, pochi oggetti, materiali chiari e gesti quotidiani.
Impaginazione	Logo sopra al titolo, foto ampia, margini comuni. Testi e foto separati.
Da evitare	Oro, fondi neri, neon, spago, copritappi e decorazioni rustiche.
File da conservare	Concept B, foto approvata, modello del post/A4 e guida con versione.
Prima di pubblicare	Verificare nome, codici, font, informazioni, leggibilità e fedeltà della foto.
Ancora aperto	Logo vettoriale, area di rispetto, versioni definitive e specifiche di stampa.

I prossimi materiali, con le stesse regole

01 Conserva la scheda approvata, il manuale e i file originali.

02 Nella chat o nel progetto del brand allega istruzioni e materiali aggiornati.

03 Per una nuova richiesta indica solo obiettivo, formato e informazioni che cambiano.

04 Controlla ogni risultato e registra le revisioni della guida.

Un modello coerente ti permette di cambiare il contenuto senza ricominciare l’identità.

archilabò

IDENTITÀ VISIVA CON L’IA

Costruire un’immagine riconoscibile

Una lezione pratica per micro e piccole imprese: progettare l’identità visiva con il supporto dell’IA e costruire materiali coordinati.

Francesca Di Tella