

LUCIA DE VINCENTIIS



KEN SCOTT

KEN SCOTT

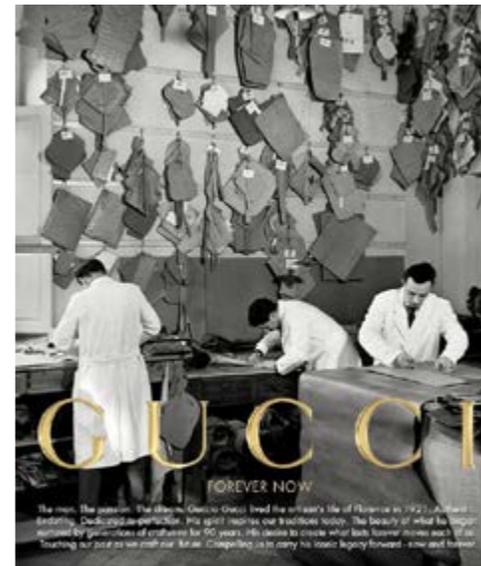
Branding
IED Firenze, novembre 2015

Analisi semiotica e rebrand del logo di Ken Scott.

Semiotic analysis and re-brand of Ken Scott's logo.



Values of Traditions



Eco Chic



Rise of Technology



Ken Scott era un marchio icona di stile negli anni 70, si distingueva per l'uso di colori molto accesi e pattern floreali. Oggigiorno il marchio ha sfortunatamente perso popolarità a causa di una comunicazione sbagliata e frammentaria, non rinnovata per più di 30 anni.

Il progetto ha lo scopo di rinnovare il brand attraverso un approccio semiotico, innanzitutto evidenziando tre dei principali trend del momento, utili per ricostruire l'immagine di Ken Scott: I Valori della Tradizione, l'Eco Chic e l'Ascesa della Tecnologia. Fatto questo, si può così procedere all'analisi del marchio storico, dividendolo in due parti: la rosa e la scritta. La combinazione di questi elementi, è evidente, crea un'immagine che oggi ha perso di creatività.

Ken Scott is a brand that became an icon of style during the 70's, with very bright and colorful floral pattern. Nowadays the brand is unfortunately losing his fame: that happened because of a no longer suitable communication, which the company has maintained for more than 30 years.

This project has the purpose to re-brand the Ken Scott logo and general image with a semiotic approach. At first we can highlight three of the most relevant trends of the moment in order to re-build a new image for the Ken Scott brand: the Values of Tradition, the Eco Chic and the Rise of technology. Thanks to the trends we are now able to proceed with the semiotic analysis, dividing the logo in two: the rose and the write. The combinations of the two elements create an image that nowadays lost all of its original creativity.



Curved lines

of the Sutton font
tomization, there a
ing on whether it i
e middle. Note, to
ing letters which n
Casual font

Ken Scott



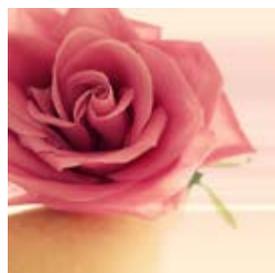
Ink



Hand writing



Spring



Flower rose



Child draw



Happy feeling



70's style



Spyral



Femininity



Ken Scott

KEN SCOTT



KEN SCOTT



KEN SCOTT



KEN SCOTT



KEN SCOTT



Ken Scott





KEN SCOTT

KEN SCOTT

Per il re-branding, a questo punto, è necessario andare ad incidere su questi elementi: il nuovo logo dovrà comunicare valori di stabilità, fiducia, forza e allo stesso tempo eleganza. Non a caso si presenta, infine, con lettere maiuscole, font sans serif e con l'elemento iconico della rosa all'interno della lettera "O" della scritta (mantenendo, così, un collegamento con il passato). I colori sono stati messi da parte per fare spazio al total black. Adesso il logo rispecchia i valori semiotici iniziali del brand e si adatta meglio alla generale immagine delle diverse società presenti sul mercato.

For the re-branding we want to switch some of this topics: the new logo must communicate values of stability, trust, power and at the same time elegance. Not for coincidence the new logo has sans serif capital letters and the write part mixed with a modern reinterpretation of the traditional company rose. We substitute the "O" letter of the word "SCOTT" with the graphic image of the rose in order to create consistence with the past. The total black look creates an icon. Now the new logo represents all our goals and fits the general overview of the other companies' logos.



Other logos

SAINT LAURENT
PARIS



C.P.TWENTYNINE



GIVENCHY



SAINT LAURENT
PARIS



C.P.TWENTYNINE

KEN SCOTT

GIVENCHY



progetto realizzato da:

LUCIA DE VINCENTIIS

lu.devincentiis@gmail.com
+39 329 4476470
Via Pisanello 26, 20146 Milano, Italia
www.luciadevincentiis.com