Studio del brand

Report di analisi dell'identità di comunicazione

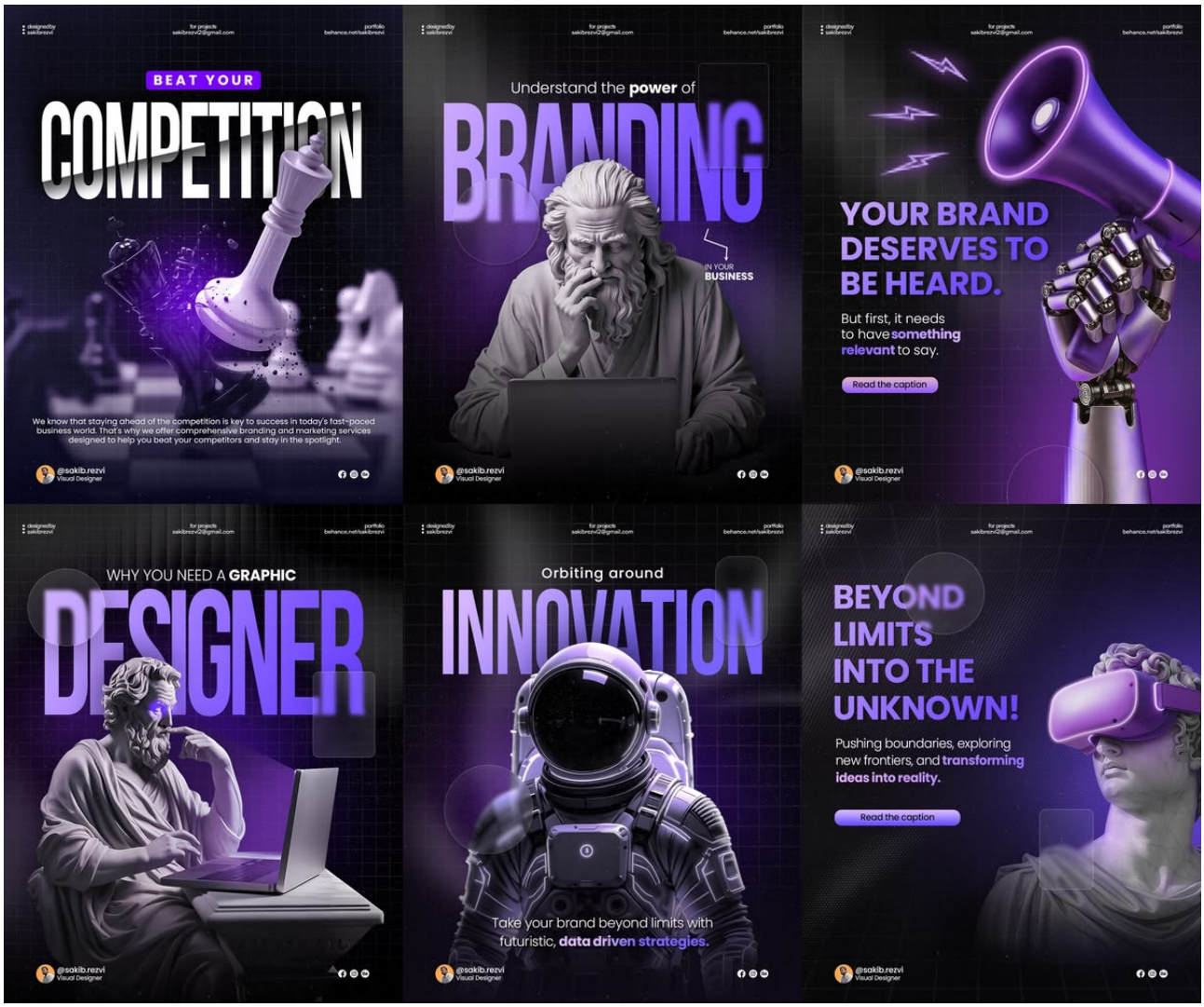
DOCUMENTO DI PROVA

Riferimento analizzato: feed Instagram di @sakib.rezvi, sei post visibili in un unico screenshot. Non è un cliente reale: serve a verificare struttura e contenuti del report.

Redatto da Davide Cella - 9 novembre 2026

Sintesi

Il feed analizzato è una griglia di sei post verticali (4:5) con una forte coerenza visiva: fondo nero-viola, titoli in maiuscolo molto grandi, un soggetto centrale in grigio con luce viola e un testo breve in basso. L'identità si regge soprattutto sul colore e sul contrasto tra statue classiche e oggetti tecnologici.



Feed analizzato (screenshot fornito).

In sintesi

- **Palette**: nero-viola di fondo, viola profondo e viola medio come colori di marca, lavanda per i titoli, bianco lilla per i testi.
- **Font**: un sans condensato in maiuscolo per i titoli giganti e un sans geometrico per tutto il resto (stima visiva, vedi pagina 4).
- **Comunicazione**: frasi motivazionali in inglese, rivolte direttamente a chi legge, con parole chiave evidenziate.
- **Stile grafico**: griglia sottile, riflessi di vetro traslucido, pulsante lavanda; soggetti monocromi con luce viola.

Palette colori

Colori ricavati dal feed con un'analisi automatica dei pixel. I valori hex sono approssimati: la compressione dello screenshot altera leggermente i toni. Le percentuali sono la quota di pixel dell'intera immagine, non tengono conto del singolo post.

Campione	Nome	Ruolo nel feed	Peso
#0B090F	**Nero viola**	Fondo principale dei post	26% dei pixel
#191424	**Antracite viola**	Fondo, zone sfumate	22%
#2A2238	**Viola grigio scuro**	Fondo, ombre, griglia	16%
#3E2E55	**Prugna scura**	Passaggio tra fondo e alone viola	9%
#562E89	**Viola profondo**	Colore di marca, aloni, luce	4%
#835EEC	**Viola medio**	Titoli, bagliori, bordi luminosi	4%
#BB99FB	**Lavanda**	Titoli giganti (parte alta sfumata)	campione puntuale
#BAA4DC	**Lavanda spenta**	Pulsanti, evidenze, riflessi	6%
#F0EAF4	**Bianco lilla**	Testi correnti e titolo bianco	2%
#8D7E9E	**Grigio lilla**	Marmo delle statue, ombre medie	5%
#780CF3	**Viola saturo**	Solo il riquadro 'Beat your'	campione puntuale

Come si usano

- Il fondo occupa circa tre quarti dell'immagine: il viola vero e proprio è un colore di luce e di accento, non di superficie.
- I titoli usano una sfumatura dalla lavanda al viola medio; il testo corrente è quasi sempre bianco lilla.
- Il viola saturo (#780CF3) compare una sola volta: è un'eccezione, non va preso come colore di marca.

Font del brand

Attenzione: da uno screenshot non è possibile riconoscere un font con certezza. Qui sotto indico il carattere più simile, come stima visiva da verificare con il proprietario del profilo.





Titoli giganti

Sans-serif condensato, molto alto, maiuscolo, peso bold o regular a seconda del post (COMPETITION, BRANDING, DESIGNER, INNOVATION). Stima: simile a Bebas Neue, Anton o League Gothic. Il colore è una sfumatura verticale dalla lavanda al viola.

Titoli di lato e testi

Sans-serif geometrico, tondo e aperto. I titoli a sinistra sono in maiuscolo bold viola; il testo corrente è regular; le parole chiave sono in bold bianco o viola. Stima: simile a Poppins (SemiBold per i titoli, Regular per il testo).

Righe di apertura e micro-testi

Una riga piccola, in minuscolo e regular, precede il titolo gigante ("Understand the power of", "Orbiting around"). Il testo di intestazione in alto è molto piccolo e quasi illeggibile da telefono.

Stile di comunicazione

Analisi basata solo sui testi visibili nelle grafiche. Non ho visto caption, bio, Reel né commenti: non posso dire nulla su quelli.

Tono

Motivazionale e da agenzia. Frasi dichiarative rivolte a chi legge ("Your brand deserves to be heard"), con un'idea per post e senza gergo.

Struttura del testo

- Titolo breve e forte, spesso in due livelli: una riga piccola e una parola gigante.
- Sotto, una o due frasi di spiegazione, con le parole chiave in evidenza ("something relevant", "data driven strategies").
- Un solo invito all'azione ripetuto: "Read the caption", su due post su sei.

Lingua e punteggiatura

Inglese, maiuscolo per i titoli, nessun emoji nelle grafiche, punto fermo a chiusura dei titoli più assertivi.

Temi ricorrenti

Branding, competizione, innovazione, crescita: concetti astratti e slogan, senza esempi di lavori reali, prezzi o risultati.

Stile grafico e fotografico

Impostazione

- Formato verticale 4:5, sei post visibili in griglia 3 x 2.
- Schema fisso: micro-intestazione in alto, titolo, soggetto centrale, testo breve, riga di firma in basso con foto profilo, handle e icone social.
- Fondo nero-viola con griglia sottile e un alone viola dietro al soggetto.
- Riquadri e cerchi di vetro traslucido sovrapposti ai titoli, per dare profondità.
- Pulsante a pillola color lavanda per l'invito all'azione.

Immagini

- Soggetti in render o fotoritocco, tutti desaturati in grigio e illuminati con luce viola: tre statue classiche, un astronauta, una mano robotica con megafono, scacchi.
- Idea ricorrente: classico contro tecnologico (statua con laptop, busto con visore VR). È ciò che rende il feed riconoscibile.
- Nessuna foto di persone, locali o lavori reali.

Cosa tiene unito il feed

Tre scelte: stessa palette, stesso trattamento monocromo dei soggetti, stesso schema di impaginazione. Basta togliere una delle tre e la coerenza cala.

Miglioramenti possibili

Valutazioni mie, basate su ciò che si vede nello screenshot.

Leggibilità

- Il testo di spiegazione sotto COMPETITION è molto piccolo e a basso contrasto: su telefono è di fatto illeggibile. Va portato a una dimensione leggibile e su fondo più scuro.
- I riquadri di vetro coprono o sfocano parte delle lettere (la D di DESIGNER, la G di BRANDING): l'effetto va spostato fuori dal titolo.
- La micro-intestazione in alto (designed by, for projects, portfolio) è sotto la soglia di lettura: o si ingrandisce o si toglie.

Coerenza

- COMPETITION è l'unico titolo bianco con taglio diagonale; gli altri sono in lavanda sfumato. O diventa una regola, o si uniforma.
- L'invito all'azione compare solo in due post: se serve, va su tutti nella stessa posizione.

Contenuto

- I post parlano di branding in astratto. Per un servizio mancano prove: un lavoro reale, un prima e dopo, una testimonianza.

Adeguatezza al settore

- L'estetica è da agenzia creativa e tecnologia (neon, statue, robot). Se il feed dovesse parlare a studi estetici, i soggetti e l'atmosfera non richiamano il settore. Si può mantenere palette e impaginazione e cambiare i soggetti.

Limiti di questa analisi

- Hex dei colori: approssimati, ricavati da uno screenshot compresso.
- Font: stime visive, non confermate. Il file originale della grafica li dichiara con certezza.
- Tono di voce: valutato su sei grafiche. Mancano caption, bio, Reel e storie.
- Nessun dato su pubblico, interazioni o risultati: il report descrive lo stile, non l'efficacia.
- Instagram, Facebook e scheda Google dietro login non si leggono da link: servono screenshot.

Prossimo passo di verifica

Controllare se la struttura di questo report (cinque sezioni, una pagina ciascuna) è quella che vuoi consegnare ai centri.