# JE Just Entertainment e lo stile grafico

j-brandbook-def-300dpi-4-d0ab343f

Di musica e passione il dj e discografico Sergio Cerruti ne ha sempre messa nel settore. Mancava la grande idea ed è arrivata dalla grafica. *“Per fare tutto questo, abbiamo cercato di soddisfare due requisiti fondamentali”*, spiega. *“Primo: 'rinfrescare' l'immagine aziendale rendendola più accattivante e al passo con i tempi, in concomitanza anche con il decimo compleanno che cadrà tra qualche mese. Secondo, di carattere prettamente tecnico, rivedere il nostro vecchio logo, che era composto da un lettering non scomponibile e che ci limitava in parecchi utilizzi (soprattutto nei gadget e nel merchandising). Il nuovo logo invece è formato anche da un logotipo e può essere scomposto adattandosi meglio ai diversi impieghi e versioni”*.

C'è anche un'adorazione nei confronti del marchio del Ministry Of Sound. *“MOS, quello è un marchio davvero versatile, ottimo per qualsiasi utilizzo. Ma tra i dj faccio il nome di deadmau5. Mi auguro sempre che dietro l'ideazione di un logo ci sia un processo più ampio, fatto di idee e creatività oltre che di marketing puro. Ogni logo tuttavia secondo me dovrebbe avere una propria anima e una propria identità. Spesso però non è così e ci ritroviamo di fronte a compitini eseguiti alla gelida perfezione. Credo che ormai, come nella musica, ci si sieda a tavolino cercando di decodificare il successo di altri tradendo così il principio base dell'ispirazione e dell'originalità”*.

Il logo JE e tutto il suo studio, nonché la “guideline”, sono stati concepiti e realizzati all'interno di casa JE. *“Sono il frutto della collaborazione di tutti. Ma per dovere di cronaca dico che l'esecutore materiale è il nostro creativo, Stefano Savi, nonché RD della JE”*.

Info su www.j-e.com