

Ricchezza tematica,
articolazione.
Rappresentatività dello
specifico di LAIF.

Pregnanza (forza espressiva: il
marchio esprime chiaramente
tutto e solo ciò che vuole
esprimere mediante scelte
stilistiche efficaci).

Facilità di
memorizzazione:
chiunque lo abbia
visto è in grado di
descriverlo e/o
ridisegnarlo nei suoi
tratti essenziali.

Facilità di utilizzo e di riproduzione:
il marchio si adatta bene a qualsiasi
tipo di supporto e sfondo.

Originalità sia delle tematiche
proposte che rispetto ad altri
loghi/marchi esistenti.

Alessandro Damiani	2	2	4	4	1	13
Alessio Parodi	4	3	3	3	3	16
Andrea Bianchi	3	3	4	2	2	14
Angela Pierri	3	4	2	1	2	12
Anna König	2	2	4	1	2	11
Beniamino Allegro Bolis	2	3	2	2	3	12
Davide Casile	2	2	4	2	2	12
Davide Oggioni	3	4	4	4	2	17
Edoardo e Leonardo	3	1	1	1	1	7
Francesca Belotti	2	1	2	1	2	8
Francesca Sarti	2	2	1	3	2	10
Gaia Marchesi	2	2	2	1	2	9
Giulia Pecis Cavagna	2	1	2	2	2	9
Giulio Belotti	2	3	2	2	3	12
Irene Diani	2	2	2	2	1	9
Irene Pecis	1	2	2	2	2	9
Leonardo Lorenzi	3	3	4	3	2	15
Lisa Lavelli	2	2	2	1	2	9
Lorenzo Frullone	3	3	2	4	4	16
Marco Bolis	1	1	2	1	2	7
Marco de Iuliis	2	2	2	1	2	9
Marco Invernizzi	1	1	1	1	2	6
Mariangela	3	4	4	3	4	18
Marta Mazzetti	3	3	4	4	5	19
Marzia Gatti	2	2	2	3	2	11
Massimo Lorenzi	4	5	5	4	5	23
Matteo Ambruschi	2	2	2	1	3	10
Phoebe Raye Carrara	2	2	1	2	3	10
Roberto Manzoni	2	2	2	1	3	10
Roman Grygorashchuk	3	4	2	2	4	15
Sofia Pecorella	2	3	2	3	4	14
Teodoro Libero Bolis	2	3	2	2	3	12
Valeria e Grazia	2	2	2	2	3	11