

Marchio (nome)	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.	Ulteriori osservazioni.
----------------	---	---	--	--	--	-------------------------

Alessandro Damiani	tre temi (rete, casa, studio) abbastanza, forse troppo bassa	bassa	alta	alta	scarsa (sembra il logo di una casa editrice)	bastava l'aggiunta di un fil di fumo per rappresentare lo sviluppo, e il logo avrebbe assunto un'aspetto meno freddo e "business"
Alessio Parodi	alta	media	media	bassa, (ci sono troppi particolari)	alta	il disegno è molto curato.
Andrea Bianchi	bassa	bassa	alta	alta	media	il logo più efficace in termini visivi, peccato per il colore scelto...
Angela Pierri	alta	media	media	alta	alta	è carina l'idea dei caratteri "cose"; efficace sul piano della comunicazione dell'idea di scuola familiare
Anna König	bassa	media	media	bassa	media	la bandiera italiana distrae dall'idea di casa (la fa sembrare una caserma) e le lettere non si leggono bene
Beniamino Allegro Bolis	bassa	bassa	alta	alta	bassa	difficilmente collegabile alla scuola familiare
Davide Casile	bassa	bassa	alta	media	bassa	bello il carattere ma la casetta al posto della A non è facilmente collegabile né al carattere né all'idea di scuola familiare...
Davide Oggioni	bassa	bassa	media	alta	bassa	sembra il logo di una banca
Edoardo e Leonardo	alta	alta	media	alta	media	il disegno è molto curato.

Marchio (nome)	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.	Ulteriori osservazioni.
----------------	---	---	--	--	--	-------------------------

Francesca Belotti	bassa	bassa	bassa	bassa	bassa	
Francesca Sarti	alta	media	media	media	alta	logo più felice e allegro, pieno di colori e sorrisi, bella l'idea del libro atlante aperto al viaggio e all'esplorazione
Gaia Marchesi	media	bassa	media	media	media	logo più adatto a un'impresa di edilizia scolastica
Giulia Pecis Cavagna	media	media	media	alta	alta	
Giulio Belotti	bassissima	bassissima	media	bassa	bassissima	non ha nessun collegamento con l'istruzione familiare
Irene Diani	bassa	media	alta	media	bassa	scarsamente originale e poco attinente alla scuola familiare
Irene Pecis	bassa	bassa	media	alta	bassissima	l'ennesimo logo da casa editrice
Leonardo Lorenzi	bassa	bassa	bassa	bassa	media	la scritta Laif sembra più Vaif; l'accoppiamento dei colori è poco adatto
Lisa Lavelli	bassissima	bassa	media	alta	bassissima	cos'è? una libreria?

Marchio (nome)	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.	Ulteriori osservazioni.
----------------	---	---	--	--	--	-------------------------

Lorenzo Frullone	bassa	bassa	alta	alta	bassa	sembra più adatto come logo per una libreria familiare
Marco Bolis	bassa	bassa	alta	alta	bassa	
Marco de Iuliis	bassa	bassa	alta	alta	bassa	
Marco Invernizzi	bassissima bassissima bassissima	bassissima	media	bassissima	bassissima	non ha nessun collegamento con l'istruzione familiare
Mariangela	bassa	bassa	bassa	bassa	bassa	
Marta Mazzetti	bassa	bassa	bassa	bassa	bassa	
Marzia Gatti	bassa	bassa	media	bassa	media	
Massimo Lorenzi	media	bassa	media	media	media	
Matteo Ambruschi	bassa	bassa	alta	alta	media	

Marchio (nome)	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.	Ulteriori osservazioni.
----------------	---	---	--	--	--	-------------------------

Phoebe Raye Carrara	bassa	bassa	media	media	bassa	
Roberto Manzoni	bassa	bassa	media	alta	bassa	
Roman Grygorashchuk	media	bassa	media	media	bassa	
Sofia Pecorella	media	bassa	media	bassa	bassa	
Teodoro Libero Bolis	bassissima	bassissima	bassissima	bassissima	alta	non rappresenta il logo l.a.i.f.
Valeria e Grazia	bassissima	bassa	bassa	bassa	alta	non rappresenta il logo l.a.i.f.