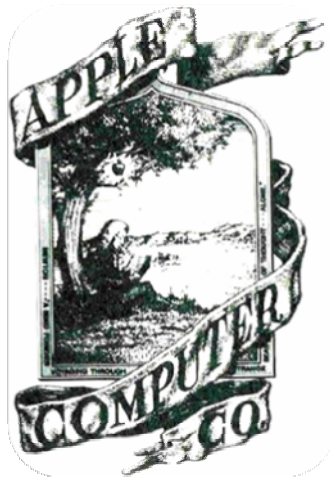


Logo Tale Apple

raccontata in esclusiva per Brandforum.it da Antonio Dini, giornalista de "Il Sole24ore"

Apple Computer Inc. è stata iscritta al registro delle imprese nel 1977, semplificando poi la sua ragione sociale nel 2007 con il più diretto "Apple Inc." La riconoscibilità del marchio è strettamente legata al suo iconico logo della mela morsicata stilizzata, uno dei più noti del nostro tempo. Meno note sono le ipotesi sulla sua nascita. Il primo logo, disegnato dal fondatore di Apple, Ronald Wayne (che abbandonò quasi subito l'azienda in mano a Steve Jobs e Steve Wozniak), era molto diverso: un disegno a stampa di sir Isaac Newton seduto sotto un melo, con il frutto della conoscenza e del peccato pronto a staccarsi per colpirlo sulla testa. Nella cornice, un brano del poeta romantico inglese William Wordsworth: "Newton, una mente sempre in viaggio attraverso strani mari di pensiero... da sola".



L'invenzione, rappresentata dal nesso logico fra Newton e la mela, si accompagna all'idea del peccato originale di Adamo ed Eva con il pomo della discordia biblico. Il morso del resto è riecheggiato nella prima pubblicità dell'Apple I: "Date un morso alla Apple", cioè "Taking a bite of the Apple", dove "bite", morso, è pronunciato nello stesso modo di "byte", l'unità di misura delle informazioni digitali.

Secondo Jens Hofman Hansen, giornalista danese del sito Macnyt che ha indagato sull'argomento insieme al sito italiano Macitynet, la storia però è un po' più complessa.

Steve Jobs considerava il logo disegnato da Wayne troppo intellettuale e causa delle vendite limitate dell'Apple I. Per questo, con i primi soldi guadagnati e soprattutto con la linea di credito garantita da Mike Markkula, Steve Jobs chiese a Rob Janoff, art director dell'agenzia pubblicitaria Regis McKenna Advertising, di disegnare un nuovo logo. Janoff scelse una mela come quella di Newton, ma gli parve "incompleta" graficamente e decise in un secondo momento di bilanciare meglio il tratto aggiungendo un morso sul lato destro.

Secondo Bill Kelley, all'epoca anche lui impiegato dalla Regis McKenna Advertising, il morso fu invece scelto coscientemente: rappresentava una simbolica acquisizione di conoscenza dell'utente, proprio come nel mito biblico. Le strisce colorate (a partire dall'alto: verde, giallo, arancione, rosso, porpora e blu) vennero inserite perché l'Apple II aveva tra le caratteristiche tecniche la novità del colore.



Quello realizzato era il logo “più maledettamente costoso della storia”, come disse Michael M. Scott, brevemente primo Ceo di Apple. Era in effetti molto costoso perché la stampa in policromia richiedeva più passaggi e gli errori erano all'ordine del giorno, portando a scartare tantissimi esemplari. Secondo Jean Louis Gassée, ex direttore marketing dell'azienda negli anni Ottanta, le idee dietro al logo della società erano molto complesse e creative: “Il nostro logo è per me uno dei misteri più grandi. Il simbolo del peccato e della conoscenza, morsicato e fasciato completamente dai colori dell'arcobaleno disposti però nell'ordine sbagliato. Non è possibile sognare un logo più adeguato: peccato, conoscenza, speranza e anarchia”.

In effetti, ritenere che i colori dell'arcobaleno nel logo fossero associati ad esempio alla controcultura e alla psichedelia non è fuori luogo, viste anche le campagne di comunicazione come “Think Different”. Più difficile associarli esplicitamente alla bandiera dell'Arcobaleno o delle Libertà (nel movimento della Rainbow Family) e a quella del movimento LGBT (Lesbian, Gay, Bisexual e Transgender) peraltro molto diffusa nel distretto di Castro a San Francisco, o infine a quelle della tradizione buddista. Secondo il ricercatore Per Mollerup, invece, il significato delle strisce colorate nel logo sarebbe un riferimento segreto al “grande nemico” dell'epoca, quella Ibm che ancora nel 1984 sarebbe stata l'incarnazione del Grande Fratello dello spot televisivo di lancio del Macintosh. Il logo di Ibm è infatti caratterizzato da strisce come quello di Apple dell'epoca, ma in bicromia. La mela a strisce era quindi un superamento del noioso logo di Big Blue ispirato alla creatività anarchica e colorata. Tra l'altro, anche la campagna “Think Different” del 1997 giocava ancora con Ibm, che ha tra i suoi miti fondanti quello dello slogan “Think” coniato nel primo decennio del XX secolo dal suo fondatore, Thomas J. Watson, e utilizzato ancora oggi per i computer (tra i quali i famosi ThinkPad, ceduti alla cinese Lenovo).