

## Best Brand Award, Luca Di Francescantonio tra i primi venti logo-designer nella sezione “Europa- Russia”

*Con il marchio del ristorante “Essenza” rientra nell’importante selezione del prestigioso premio internazionale*

**San Vito Chietino (Ch), 7 gennaio 2016** – Il graphic designer abruzzese **Luca Di Francescantonio** è stato selezionato tra i primi venti progettisti di marchi nella sezione “Europa-Russia” del prestigioso premio internazionale **Best Brand Award**.

Con il logo ideato per il ristorante Essenza di San Vito Marina (Ch), ha ricevuto la nomination come concorrente selezionato e certificato al Best Brand Award che è, come spiega lui stesso *“un riconoscimento importante che mi ha permesso di rientrare, attraverso una giuria internazionale, in una cerchia così ristretta e stimata di progettisti di marchi”*.

*“La progettazione di un marchio – aggiunge – è una sintesi tra segni e colori finalizzati a esprimere la filosofia d’azienda. Non è solo geometria ma estro e concetto”*.

Riferendosi al logo del ristorante Essenza, fiore all’occhiello della gastronomia nel cuore della Costa dei trabocchi, spiega: *“Il marchio di Essenza esprime con il gioco delle forme dei pesci stilizzati sia una E nascosta, (o un incrocio di doppie S), sia, soprattutto una evoluzione verso l’alto, ovvero la qualità, come un fumo che esce da un piatto, con la spirale ascendente, ad indicare un’anima, o un’essenza, appunto. Non si tratta quindi solo di pura estetica, ma di bellezza del significato.”*

Cucina di qualità e comunicazione sono riconoscibili nella grande esclusività di progettazione del logo-designer Di Francescantonio che si dice fiero del ristorante Essenza di Filippo de Sanctis che porta avanti un discorso di peculiarità nella ristorazione e nella comunicazione della stessa a livello regionale e nazionale. *“Gastronomia e comunicazione – conclude – sono partner ideali nella creatività per il nostro territorio”*.

Estrema soddisfazione anche da parte di **Filippo de Sanctis**, titolare di Essenza : *“Quando ho aperto Essenza il mio intento era quello di creare un marchio fortemente identitario. La mia idea folle era “togliamo il nome dalle insegne”. Volevo un logo che fosse riconoscibile, passeggiando sul molo di San Vito Marina, come uno squarcio in una tela di Fontana. Luca ha realizzato la fusione perfetta delle mie idee”*.

*“Questo riconoscimento – sostiene de Sanctis – è prezioso perché certifica un concetto importante: che la qualità premia sempre. Oggi la ristorazione non può essere solo genuina, di stagione, o di pura tendenza. Oggi la cucina che propone un ristorante deve avere una filosofia alle spalle, una filosofia che passa anche per la propria immagine”*.