

A teal-colored background featuring a top-down view of a workspace. In the top-left corner, a portion of a laptop is visible, showing the keyboard and trackpad. In the top-right corner, there is a teal teapot. In the bottom-left corner, a small notebook with a patterned cover and a teal spine is shown. In the bottom-right corner, a teal coffee cup filled with dark coffee is visible. The text 'PORTFOLIO' is centered in a large, white, sans-serif font.

PORTFOLIO

GIUSY GHELFI



Giusy Ghelfi

DIGITAL SPECIALIST - ART DIRECTOR

Ciao!

mi chiamo Giusy Ghelfi e sono una **digital specialist e art director**.

Ho maturato **diversi anni di esperienza** all'interno di un'agenzia pubblicitaria che mi ha permesso di consolidare le mie competenze **in tutti i campi della comunicazione**: dalla brand identity, al web design fino dalla creazione di concept per store ed eventi aziendali.

Negli ultimi anni mi sono appassionata al digitale e ho frequentato diversi **corsi legati al web marketing** che mi hanno permesso di costruire un buon bagaglio di conoscenze relative al web marketing: SMM, SEM e DEM. Capacità che ho avuto modo di mettere in pratica collaborando a tutti i **progetti digital** seguiti in agenzia.

In questo momento **valuto con interesse nuove collaborazioni in linea con la mia preparazione** e con le esperienze finora maturate; in particolare mi piacerebbe lavorare in realtà orientate alla comunicazione digitale.



CLIENTE

Wakeup Cosmetics, brand internazionale di makeup e skincare, decide di ritagliarsi uno spazio nel mondo retail italiano attraverso una linea di prodotti dedicata soprattutto alle giovani donne grazie a prezzi competitivi e ad una collezione che si rinnova ad ogni stagione. Oltre ad aprire due store a Milano punta alla vendita online attraverso un sito e-commerce.

BISOGNI

Scelta e definizione dei canali social, del tone of voice e dell'identità visiva in linea con la marketing strategy aziendale. Elaborazione di un piano editoriale specifico per ciascun canale, supportato da azioni di social media advertising. Management e community moderation. Ricerca e contatto di influencer per promo prodotti ed eventi instore.

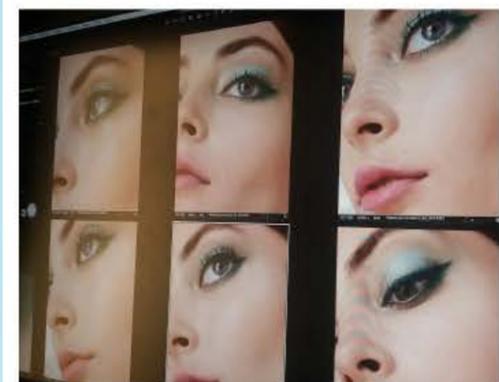
PROCESSI

Pianificazione strategica, scelta e attivazione dei canali social, definizione del piano editoriale, social advertising, art direction, shooting fotografico, post-produzione, graphic design, materiale POP, packaging.



STRATEGIA E PIANO EDITORIALE

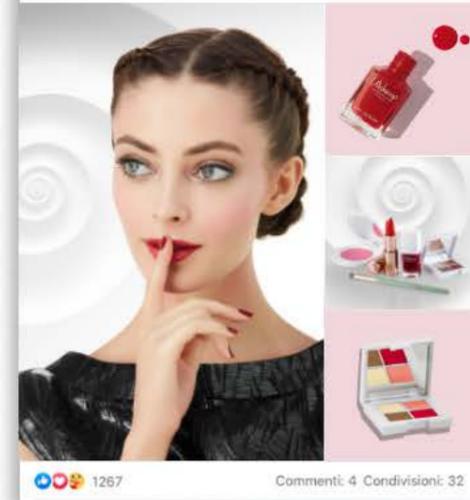
È STATA ELABORATA UNA STRATEGIA E UN PIANO EDITORIALE SPECIFICO PER I SINGOLI CANALI SOCIAL DEL BRAND.



Shooting fotografici e post produzione delle immagini.

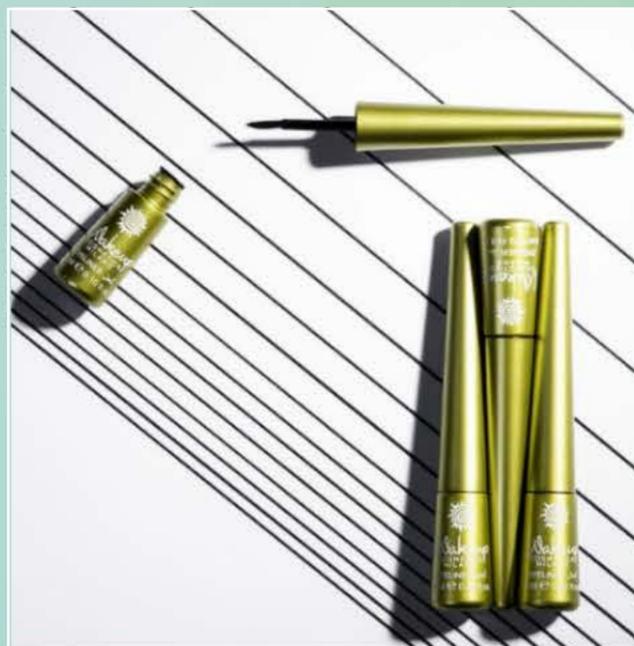
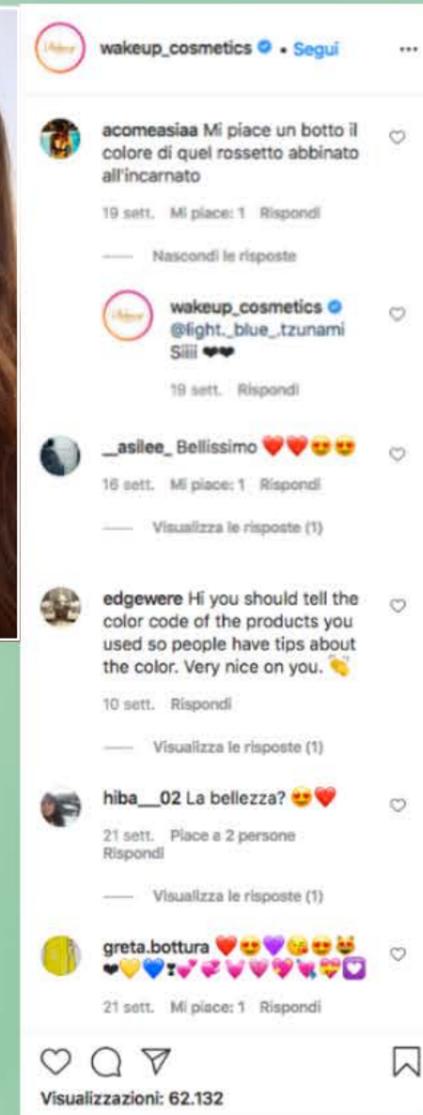


PER RAGGIUNGERE GLI OBIETTIVI DEL CANALE È STATO SVILUPPATO UN CONCEPT DI COMUNICAZIONE E VISIVO IN CUI LE BUYER PERSONAS POSSANO IDENTIFICARSI. IL CALENDARIO EDITORIALE HA PREVISTO UNA VARIETÀ DI FORMATI UTILI AL RAGGIUNGIMENTO DEGLI OBIETTIVI CONCORDATI (CONTENUTI ENGAGE, INSPIRATIONAL, CORPORATE, PROMOZIONI).



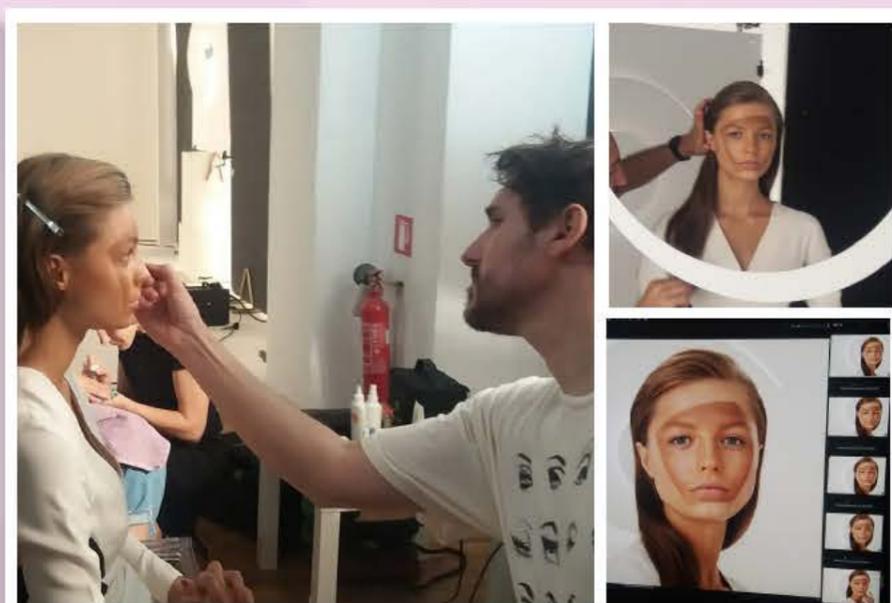


PER INSTAGRAM È STATA PROPOSTA UNA STRUTTURA DI FEED OTTIMIZZATA PER LEGARE LE DIVERSE TIPOLOGIE DI CONTENUTI (TUTORIAL, REAL TIME MARKETING, PROMOZIONI). SONO STATI INDIVIDUATI UNA SERIE DI HASHTAG SIGNIFICATIVI ED È STATO EFFETTUATA UNA RICERCA PER ATTIVARE COLLABORAZIONI CON INFLUENCER DI SETTORE.



SOCIAL ADVERTISING

È STATO DELINEATO UN PIANO DI SOCIAL ADVERTISING CON L'OBIETTIVO DI AUMENTARE BRAND AWARENESS E LE CONVERSIONI. LA PROMOZIONE DEI POST DEL PIANO EDITORIALE È STATA AFFIANCATA ALLA DIFFUSIONE DI CAMPAGNE PROMOZIONALI MENSILI (OFFERTE DEL MESE) ATTRAVERSO UNA PLURALITÀ DI FORMAT.



Wakeup Cosmetics
Sponsorizzato

Non lasciarti scappare i prodotti della linea skincare Wakeup Cosmetics!
Scoprili qui! bit.ly/WakeupSkincare

WAKEUP-COSMETICS.COM
Wakeup Cosmetics
Wakeup Cosmetics

Acquista ora

Wakeup
HOME MAKEUP SKINCARE NAILS FRAGRANCES ACCESSORIES BLOG

Express Yourself

SHOP NOW!

Landing page

12,00€
6,00€
 12,00€
6,00€
 9,00€
4,50€
 11,00€
5,50€
 7,00€
3,50€
 5,00€
2,50€

SALDI -50%
sui tuoi acquisti*

*Promozione non cumulabile con altre offerte in corso

Wakeup
 COSMETICS
 MILANO

Blush +
Pennello Oval Shaped
a soli **16,80€*** (-40%)

*Promozione valida dal 24 aprile al 12 maggio. Non cumulabile con altre offerte in corso.

Affissione e materiale POP per il punto vendita

Awaken your Beauty
 SHOP NOW!

Banner home page sito web

Awaken your Christmas

12,00€
 4,99€
 9,00€
 12,00€
 5,00€

Con una spesa di almeno 30€ subito per te **25% di sconto***

*Promozione valida dal 6 al 31 dicembre non cumulabile con altre offerte in corso

Affissione



 Tutta la bellezza di

San Valentino





Nella speciale confezione regalo Wakeup



 Il 14 febbraio ci sarà una sorpresa per tutti i nostri clienti!*

*Promozione non cumulabile con altre offerte in corso

Special packaging per San Valentino



Se.xO

SENSUAL ENERGY DRINK

ARTHEMIA, AZIENDA LEADER NELLA PRODUZIONE DI PRODOTTI PER IL CANALE HO.RE.CA, DECIDE DI LANCIARE SUL MERCATO UNA NUOVA BEVANDA ENERGETICA CON IL NOME DI Se.xO - SENSUAL ENERGY DRINK; PENSATA PER SEDURRE IL MONDO DELLA NOTTE.



BISOGNI

SUPPORTARE IL CLIENTE A 360° DURANTE LA FASE DI STARTUP, OFFRENDO SIA LA CONSULENZA STRATEGICA CHE LE COMPETENZE OPERATIVE PER GESTIRE LA FASE DI TRASFORMAZIONE DA IDEA, A PRODOTTO FINITO A "ONLINE BUSINESS".

POSIZIONAMENTO **BRAND IDENTITY**

PACKAGING DESIGN

ENGAGEMENT **WEB DESIGN** **SOCIAL MEDIA**



LA FASE STRATEGICA SI È SVILUPPATA ATTRAVERSO:

- ANALISI DEL TARGET E DELLA CONCORRENZA
- CONSTRUZIONE DELLE BUYER PERSONAS
- DEFINIZIONE DEGLI OBIETTIVI
- DEFINIZIONE DELLA BRAND IDENTITY
- PACKAGING DESIGN
- DEFINIZIONE DEL TONE OF VOICE E STORYTELLING
- WEB DESIGN
- DEFINIZIONE DEL MIX DEI TOUCH POINT DIGITALI
- CONSTRUZIONE DEL PIANO EDITORIALE



PACKAGING DESIGN

Il pack della bottiglietta è caratterizzato dal colore viola, dal profilo di una ragazza e da un breve racconto in cui è stata utilizzata la tecnica dello storytelling.

HOME PAGE



NELL'IMPOSTAZIONE GRAFICA DEL SITO WEB SI È VOLUTO ENFATIZZARE IL LOOK DELLA BOTTIGLIETTA CARATTERIZZATA DAL COLORE VIOLA E DAL PROFILO DI UNA RAGAZZA.

Se.xO[®] ITA | ENG SENSUAL ENERGY DRINK

Frozen

Scopri di che Se.xO 6

News

Passione in fuga

Seguici su Facebook

FAI ENTRARE Se.xO NEL TUO LOCALE

Arthemis Srl - Via Galliei, 14 - 20090 Segrate (MI) - Tel. 02.8134278 - Fax. 02.8134746 Copyright © 2014 - Tutti i diritti riservati



ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz

TOPOGRAFIA E COLORI



Se.xO[®] ITA | ENG SENSUAL ENERGY DRINK

Passione in fuga

Un seducente brivido ghiacciato pieno di energia

Se.xO Sensual Energy Frozen è la bevanda perfetta per rendere più fresche e sexy le tue serate estive. Un puro brivido ghiacciato che ridona carica ed energia agli amanti delle emozioni forti!

- GUSTALO COME DRINK
- PROVALO COME FROZEN

Seguici su Facebook

FAI ENTRARE Se.xO NEL TUO LOCALE

Arthemis Srl - Via Galliei, 14 - 20090 Segrate (MI) - Tel. 02.8134278 - Fax. 02.8134746 Copyright © 2014 - Tutti i diritti riservati

Se.xO[®] ITA | ENG SENSUAL ENERGY DRINK

Passione in fuga

Un seducente brivido ghiacciato pieno di energia

Se.xO Sensual Energy Frozen è la bevanda perfetta per rendere più fresche e sexy le tue serate estive. Un puro brivido ghiacciato che ridona carica ed energia agli amanti delle emozioni forti!

- GUSTALO COME DRINK
- PROVALO COME FROZEN

Seguici su Facebook

FAI ENTRARE Se.xO NEL TUO LOCALE

Arthemis Srl - Via Galliei, 14 - 20090 Segrate (MI) - Tel. 02.8134278 - Fax. 02.8134746 Copyright © 2014 - Tutti i diritti riservati

Se.xO

Se.xO è il nuovo **energy drink** leggero, analcolico e dal gusto gradevolmente fruttato ideato per chi, come te, **ama vivere il ritmo della notte.** Grazie ad ingredienti naturali come il guaranà e il ginseng sprigiona energia allo stato puro. Se.xO è la base ideale per gustare originali **cocktail** che freschissimi **frozen drink.**

MOBILE VERSION

NELLA SCELTA DEI CONTENUTI, DOPO UN'ATTENTA ANALISI DEL TARGET DI RIFERIMENTO, SI È DECISO DI UTILIZZARE TEMI LUDICI PER INTRATTENERE I NAVIGATORI ED INCENTIVARE L'ENGAGEMENT E LA CONDIVISIONE SUI SOCIAL NETWORK. SUL SITO È INFATTI POSSIBILE: PARTECIPARE AL TEST PER SCOPRIRE DI CHE SE.XÒ 6?, SCARICARE WALLPAPERS E ISCRIVERSI ALLA NEWSLETTER PER RIMANERE AGGIORNATI SUGLI EVENTI IN CORSO.




HOME | SCOPRI DI CHE Se.xÒ 6

In ognuno di noi c'è un pò di Se.xÒ

Se.xÒ non è solo una semplice bevanda ma è molto di più!
È nuovo un modo di vivere la vita, con passione ed energia senza rinunciare al proprio benessere. Per ognuno c'è il giusto cocktail Se.xÒ: dagli analcoli alla frutta, ai più decisi cocktail alcolici.



HOME | SCOPRI DI CHE Se.xÒ 6

Sei Se.xÒ in Rome

Sei la riservatezza in persona. Passionale in giusta dose, non ti lasci andare facilmente. Di tanti sei l'oggetto del desiderio, sai far aspettare chi ti cerca. Perché il più buon vino deve essere bramato, per essere gustato al meglio.

Se sei Se.xÒ in Rome prova Se.xÒ con campari e ghiaccio, guarnito con fettine d'arancia

[Condividi su Facebook](#)

3 - Se.xÒ in Rome
Se.xÒ con campari e ghiaccio guarnito con fettine di arancia.
Se.xÒ with Campari and ice decorated with orange slices.

E tu di che Se.xÒ?

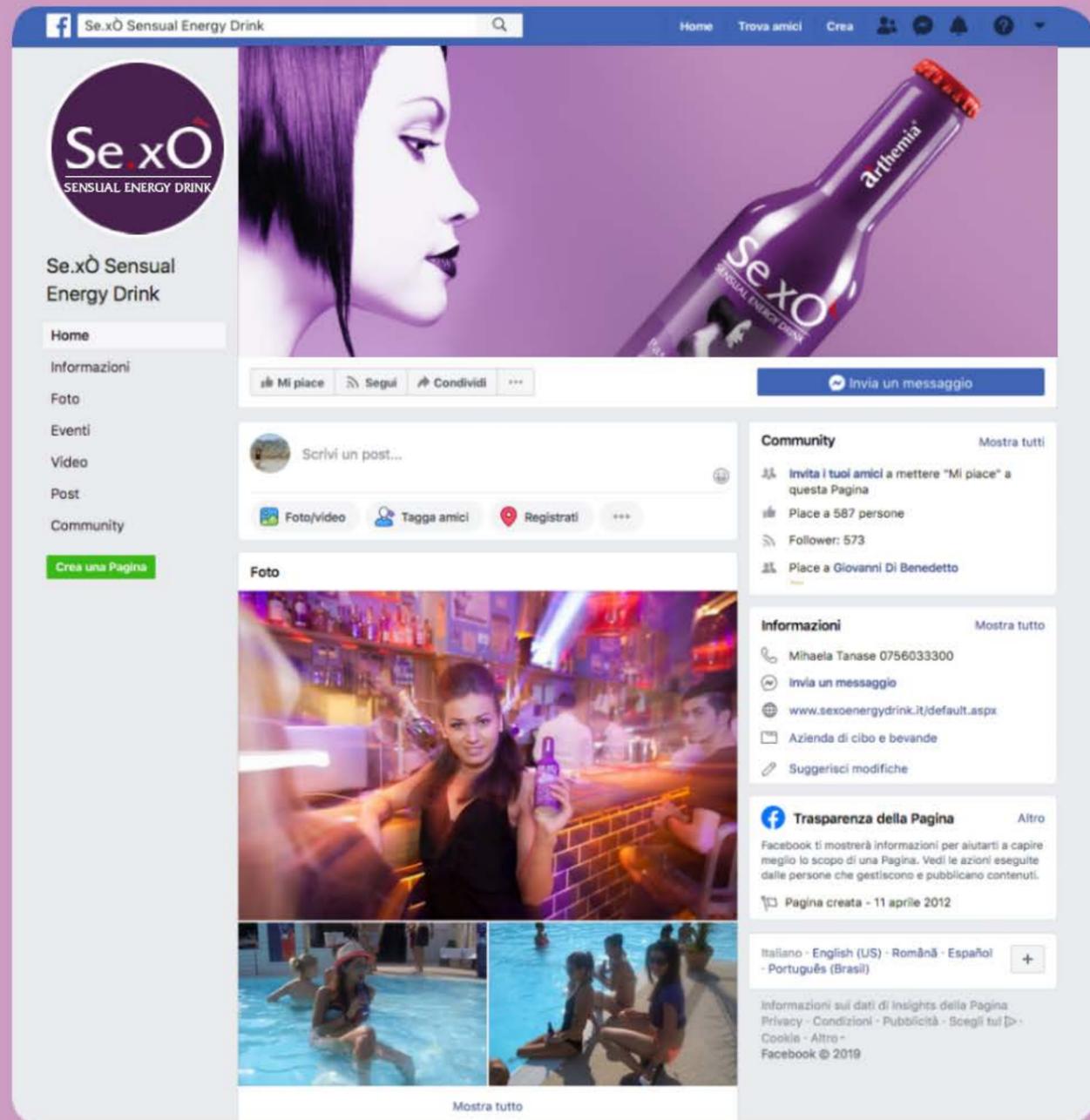
HOME | SCOPRI DI CHE Se.xÒ 6

Test: di che Se.xÒ 6? Scopri il tuo lato sensuale e il cocktail Se.xÒ più adatto a te!

DOMANDA 1:
Di ritorno da un'uscita in discoteca con gli amici ti accorgi che qualcuno ti ha lasciato in tasca un numero di telefono. Cosa fai?

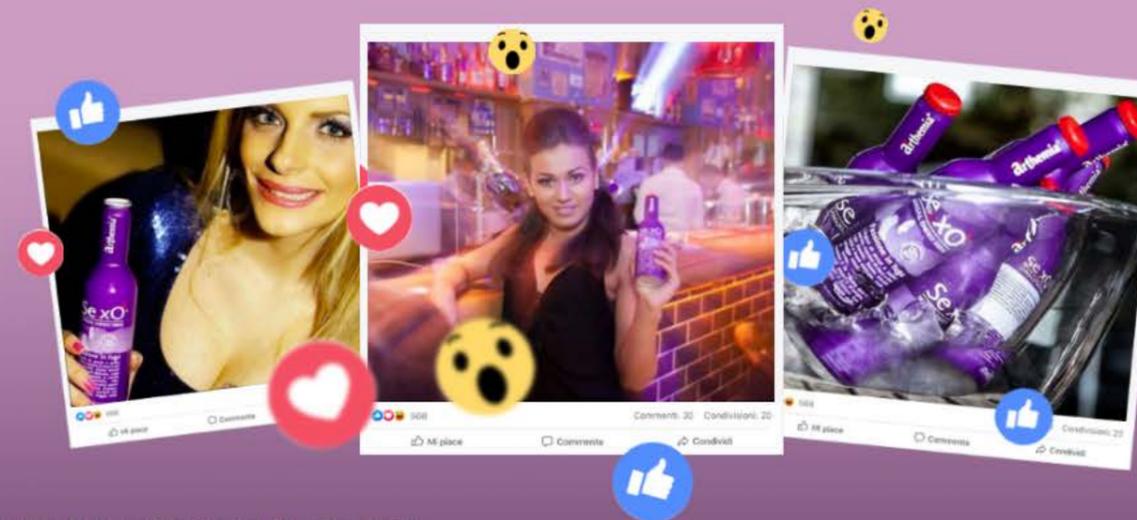
- Non perdi tempo: chiami subito perché sei convinto che sia la ragazza che ti fissava al bancone del bar mentre sorseggiavi un cocktail Se.xÒ.
- Sicuramente devono aver sbagliato persona. E comunque questo modo di conoscersi non ti è mai piaciuto: butti via il numero.
- Chiami fingendoti un impiegato di un'azienda di sondaggi telefonici. Così potrai sapere tutto sulla tua possibile preda, senza esporti.
- Chiami dopo qualche giorno, tanto per creare aspettativa. Ma non riveli molto di te e tendi a tirarla per le lunghe prima di un incontro di persona.

Next >



SOCIAL MEDIA STRATEGY

LE PAGINE FACEBOOK
E INSTAGRAM NASCONO
CON L'OBIETTIVO DI CREARE
UNA VERA E PROPRIA COMMUNITY
PER I FAN DELLA BEVANDA,
PROMUOVERE GLI EVENTI NEI
LOCALI PIÙ TRENDY ED
INTERCETTARE POSSIBILI INFLUENCER
CON CUI COLLABORARE PER
AUMENTARE LA BRAND AWARENESS.



POST E FACEBOOK STORIE



CLIENTE

Eraclea & Valsoia

INCARICO

Dal co-marketing tra Eraclea & Valsoia è nata una linea di prodotti tra cui cioccolate, cappuccini e frappè pensati per chi è intollerante al lattosio e ideate appositamente per il canale Ho.Re.Ca. Nello sviluppo dei materiali di comunicazione l'obiettivo è stato quello di enfatizzare la vision dei due brand: salute e benessere per Valsoia, gusto e dolcezza per Eraclea.

SOLUZIONE

L'intera comunicazione è giocata su toni freschi e naturali che richiamano ad una vita sana e genuina. Anche gli scatti fotografici dei prodotti sono stati realizzati en plein air proprio per esaltare maggiormente la naturalità del prodotto senza tralasciarne l'aspetto goloso. Il layout grafico del folder e del menu si caratterizza inoltre dalla presenza diretta nel visual dei fruitori del prodotto; coloro i quali hanno fatto di una sana alimentazione uno stile di vita e nei quali il consumatore finale possa identificarsi.

PROCESSI

Art direction, graphic design, copywriting, shooting fotografico, materiale POP.







ERACLEA & VALSOIA
BONTÀ e SALUTE

Conquistiamo la fiducia di chi ama il benessere

Anche nei consumi fuori casa l'attenzione del consumatore di oggi resta sempre vigile. Pur non accusando alcun tipo di intolleranza specifica, in molti scelgono di evitare il consumo di latte vaccino per ridurre gli effetti indesiderati di grassi saturi e colesterolo. In particolare nell'universo femminile la tutela del proprio benessere richiede esperienze di consumo equilibrate, momenti di incontro tra golosità e leggerezza.

Winning the confidence of those for whom well-being is important even when eating and drinking outside the home, modern consumer is always on the alert. Many people, though not suffering from any specific form of intolerance, choose to avoid consuming cow milk in order to limit the unwanted effects of saturated fat and cholesterol. For women in particular, protecting their own well-being requires balanced consumption patterns and finding ways of reconciling enjoyment with lightness.

Per ridurre il consumo di grassi saturi e colesterolo sempre più consumatori evitano il latte vaccino

To avoid saturated fat and cholesterol, more and more consumers steer clear of cow milk.

ERACLEA & VALSOIA
BONTÀ e SALUTE

Eraclea & Valsoia finalmente la dolcezza per tutti

Eraclea e Valsoia hanno unito le loro competenze, il loro amore per il gusto, l'attenzione per il benessere, proponendo a tutto il canale Ho.Re.Ca una linea esclusiva di prodotti alternativi a quelli basati sull'uso del latte vaccino. Un evento destinato a cambiare il mondo bar coinvolgendo un pubblico finora escluso con una promessa di bontà e salute unica sul mercato.

At last, from Eraclea & Valsoia sweetness for all. Eraclea and Valsoia have combined their skills, their passion for flavor and their attention to well-being to offer the hotel, restaurant and catering industry an exclusive range of alternative products not based on cow milk. This is an event that is set to change the bar industry by attracting those customers who up to now were excluded, with a promise of goodness and health that is the only one of its kind on the market.

Unire due know how per conquistare la fedeltà dei consumatori più consapevoli

Combining the know how of both companies to win the loyalty of the most discerning customers.



ERACLEA & VALSOIA
BONTÀ e SALUTE

Finalmente la dolcezza per tutti

Eraclea e Valsoia ti garantiscono tutto il piacere della dolcezza e la migliore attenzione per il tuo benessere

ERACLEA & VALSOIA
BONTÀ e SALUTE

CLIENTE

Chiara Boni

INCARICO

Con il lancio sul mercato di una nuova linea di abbigliamento, caratterizzata da abiti pratici e freschi che si distinguono anche per il colore rosso rubino, la stilista italiana Chiara Boni decide di realizzare anche una nuova fragranza di Eau de Parfum che rispecchi il mood della collezione.

SOLUZIONE

Il naming del profumo prende ispirazione dal colore rosso che domina la collezione e il packaging sintetizza tutta la sensualità, la passionalità e il calore tipico di questa danza attraverso sfumature che ricordano i drappeggi delle gonne in movimento e che vanno dal rosso più acceso al nero più intenso. Ad impreziosire ulteriormente il packaging l'uso dell'oro a caldo e dell'embossing.

Anche nel cartello vetrina c'è un chiaro richiamo alla danza argentina: la rosa rossa. Fiore con cui tra l'altro è stata realizzata in parte l'essenza del profumo.

PROCESSI

Naming, logo design, packaging e materiale pop.



Tango
by CHIARA BONI





Cartello vetrina



CLIENTE

Boston Consulting Group

INCARICO

BCG organizza annualmente un evento in cui invita i top manager dei principali clienti. Per il 2018 il tema scelto è stato "Take control of your digital future" e la location scelta per l'evento è stato l'Unicredit Pavilion di Milano. Il progetto ha previsto l'ideazione dell'immagine dell'evento e la sua declinazione nell'allestimento scenografico e negli inviti.

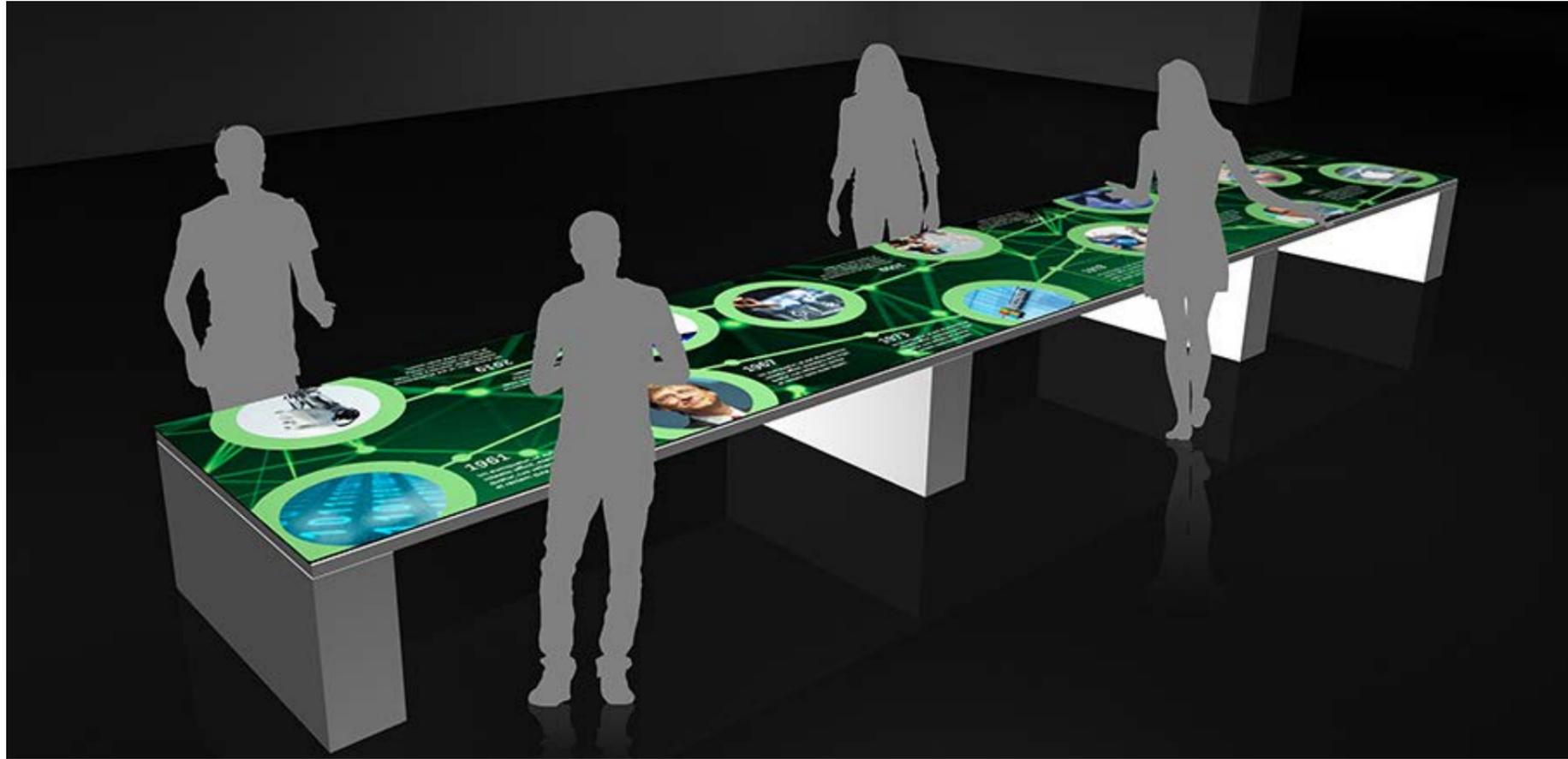
SOLUZIONE

L'idea creativa di base è quella di avvolgere l'intero ambiente con una rete verde BCG che sia al contempo tecnologica e luminosa metafora del mondo digital. Nel sotto schermo la rete si apre come un sipario svelando la foto dell'uomo digitale. La grafica si presta bene anche per l'animazione della motion che vivrà negli schermi offrendo coerenza visiva e coordinazione grafica. Nel foyer per intrattenere il pubblico l'idea è stata quella di creare un lungo e scenografico pannello luminoso posizionato al centro della sala. Un'isola intorno alla quale gli ospiti potranno muoversi durante il rinfresco compiendo un tour lungo le tappe fondamentali della rivoluzione digitale.

PROCESSI

Branding, rendering 3D, scenografia, environmental, invito elettronico.







BCG

TAKE CONTROL OF YOUR DIGITAL FUTURE
Milano, 22 novembre 2018

È un'età di trasformazioni intense e profonde per molte aziende. L'opportunità offerta dal digitale e l'utilizzo strategico dei dati rappresentano una piattaforma in grado di impattare il modo di produrre, di lavorare e di interagire con i clienti e con le proprie persone. Con il contributo di alcune delle voci più autorevoli della business community esploreremo questi profondi cambiamenti, negli aspetti meno noti e nel potenziale inespresso. Discuteremo i "Miti" e i "Fatti", i "Dos" e i "Don'ts" appresi - insieme ai nostri clienti e attraverso l'esperienza globale di BCG - analizzando alcune delle best practice più interessanti. Le interazioni con le macchine e l'intelligenza artificiale ridefiniscono il comportamento umano e richiedono nuove modalità di lavoro e management, è tempo che ognuno "prenda il controllo del proprio futuro digitale".

Giovedì 22 novembre segui la diretta streaming su Wired.it e sulla pagina Facebook di BCG Italia: [@BCGItalia](https://www.facebook.com/BCGItalia).

#BCGdigitalfuture

I RELATORI
Sylvain Duranton, Global Head, BCG Gamma
David Giblas, Chief Innovation Digital & Data Officer, Malakoff Médéric
Dario Scaffardi, Chief Executive Officer, Saras
Francesco Bernardo, Chief Executive Officer, Piazza Italia
Lorena Dellagiovanna, Country Manager Italy, Hitachi
Marc Do Van Tuan, Human Resources & Communication Director, Crédit Agricole Technologies & Services
Guido Merighi Buitoni, Global Head of Digital Business Transformation, Sanofi
Yves Morieux, Director, BCG Institute for Organization

Modera: Massimo Portincaso, Partner and Managing Director, BCG

CLIENTE

Officina Economica

INCARICO

Officina Economica è una giovane e nuova realtà specializzata nell'offerta di servizi di analisi economica, finanziaria e quantitativa a supporto del contenzioso giudiziario ed arbitrale. Con la fondazione della società nasce l'esigenza da parte dei soci di crearsi un'identità visiva che comprenda logo, immagine coordinata, profilo social su linkedin e sito web.

SOLUZIONE

Dopo un'attenta analisi del mercato di riferimento e della concorrenza si è deciso di optare per una soluzione unconventional: più smart e giovane rispetto agli standard del settore legati ad un'immagine standardizzata e autoreferenziale. Il logo nasce dall'unione tra la chiave inglese e il simbolo dell'euro e si sposa perfettamente con il naming della società. Anche nella scelta dei colori si è optato per un tocco di originalità ma contemporaneamente deciso e professionale.

PROCESSI

Art direction, graphic design, immagine coordinata, sito web e profilo linkedin.





Euro

+



Chiave
inglese

=



Officina
economica



OFFICINA ECONOMICA
PER IL CONTENZIOSO E L'ANTITRUST



OFFICINA ECONOMICA
PER IL CONTENZIOSO E L'ANTITRUST

Ines Tomasi

Cell. +39 338.4436812
ines.tomasi@off-eco.com

Via Francesco Sforza, 43 - 20122 - Milano - Italia
Tel. +39 02.5413111 - Fax +39 02.54131135 - www.off-eco.com

OFFICINA ECONOMICA
PER IL CONTENZIOSO E L'ANTITRUST



Via Francesco Sforza, 43 - 20122 - Milano - Italia
Tel. +39 02.5413111 - Fax +39 02.54131135 - www.off-eco.com

CLIENTE

Nautinox Living

INCARICO

Nautinox, azienda leader nella produzione di accessori per il settore nautico, forte del suo know-how nella lavorazione dell'acciaio inox decide di ampliare il proprio business lanciando una nuova linea di prodotti d'arredo outdoor. La nuova collezione viene presentata in occasione del Salone del Mobile di Milano.

SOLUZIONE

L'art direction del catalogo si caratterizza per un layout minimal ed estremamente pulito. Solo una sottile linea gialla movimentata l'immagine e rompe la grigia dell'impaginato ricordando l'infografica della metropolitana milanese. I nomi dei prodotti della collezione prendono infatti spunto da alcune fermate della linea 3; questo per sottolineare che Nautinox è un'azienda storica milanese. Per lo shooting fotografico è stato scelto un background grigio grafite in grado di risaltare al meglio la lucentezza dell'acciaio.

PROCESSI

Art direction, shooting fotografico, graphic design e copywriting.



LINEA 3



MISSORI

Poltrona impietabile con struttura in acciaio inox e seduta in alluminio verniciato o rivestita in Brevon (sintetico).

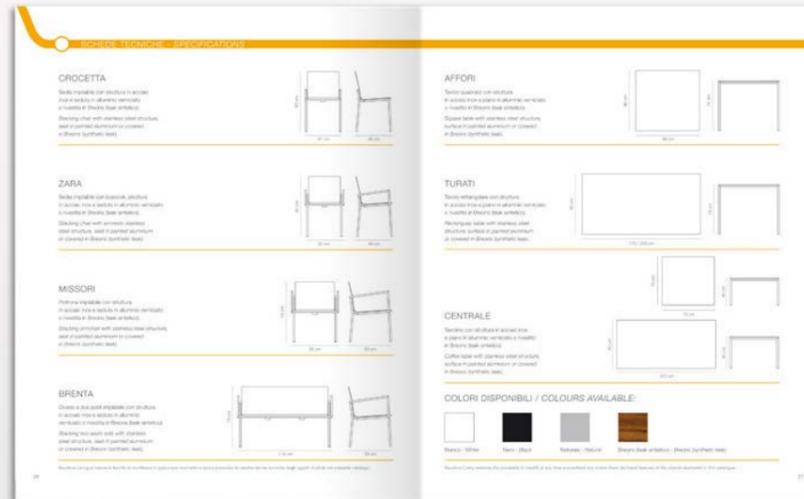
Stacking armchair with stainless steel structure, seat in painted aluminum or covered in Brevon (synthetic leek).



TURATI

Tavolo rettangolare con struttura in acciaio inox e piano in alluminio verniciato o rivestito in Brevon (sintetico).

Rectangular table with stainless steel structure, surface in painted aluminum or covered in Brevon (synthetic leek).



CLIENTE

Class CNBC

INCARICO

Il format televisivo ideato da Alessandro Cecchi Paone e in onda su Class CNBC è caratterizzato da una serie di incontri-interviste con alcuni dei massimi rappresentanti del mondo scientifico italiano tra cui: Umberto Veronesi e Margherita Hack. Il progetto ha riguardato sia l'ideazione del brand del format che la realizzazione della scenografia.

SOLUZIONE

L'idea prende spunto dall'immagine del DNA, elemento simbolo di molte ricerche della scienza moderna, che è presente sia nel logo sotto forma di spirale sia nel colorato background della scenografia costituita dalla rappresentazione a bande proprio del DNA.

La scenografia è poi arricchita dalla presenza di un camino che rende l'atmosfera più intima per l'intervista, da una pedana trasparente e da quattro librerie dallo sviluppo verticale.

PROCESSI

Logo design, sviluppo rendering 3D, progetto scenografico.



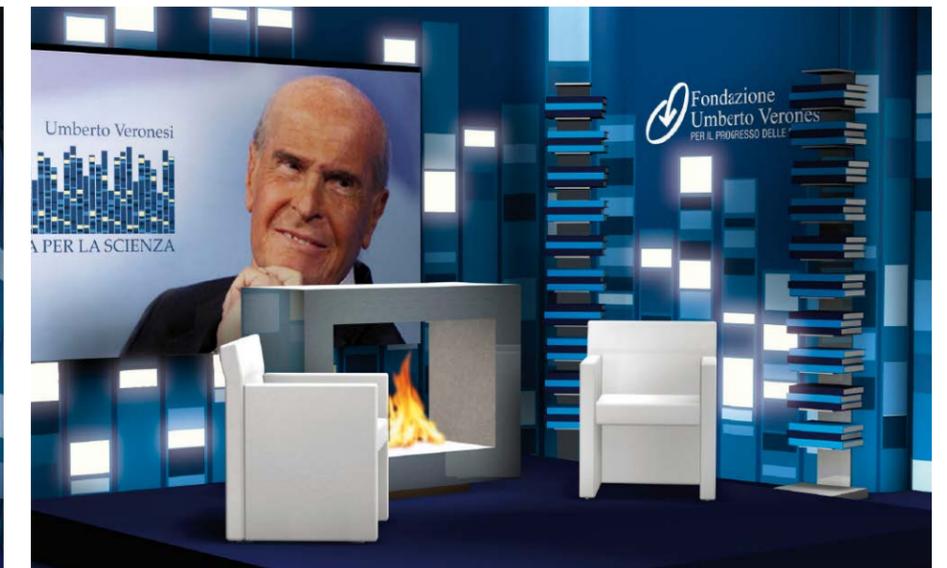
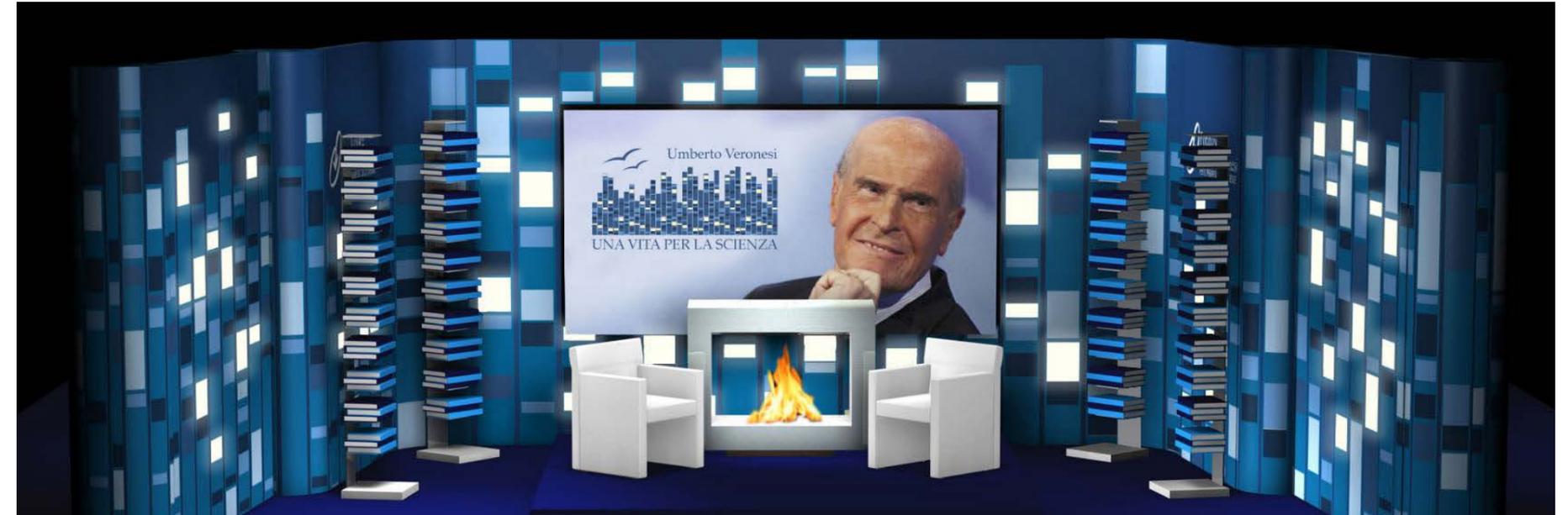
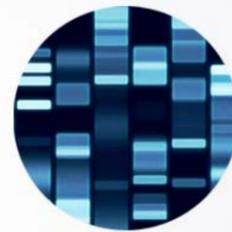
una Vita per la Scienza

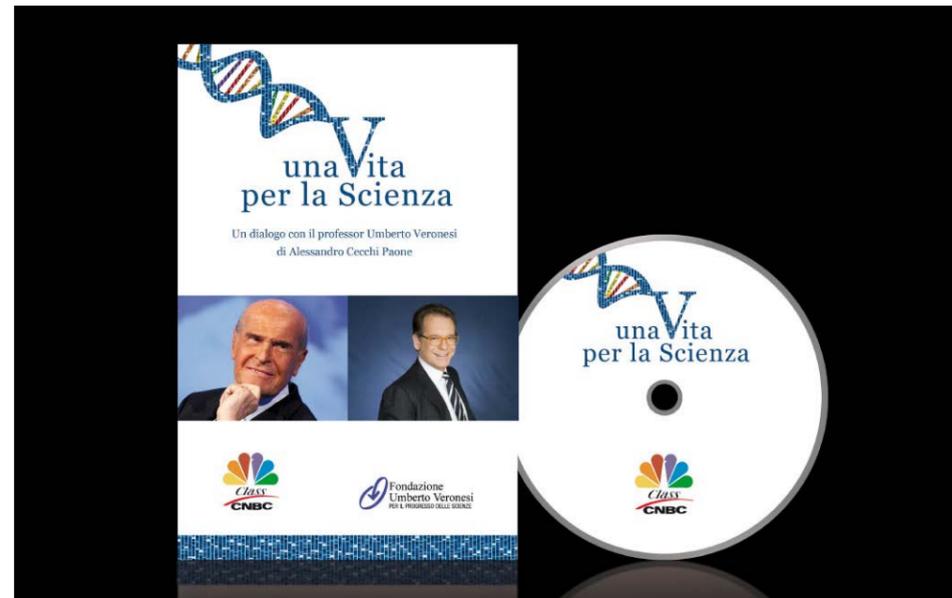
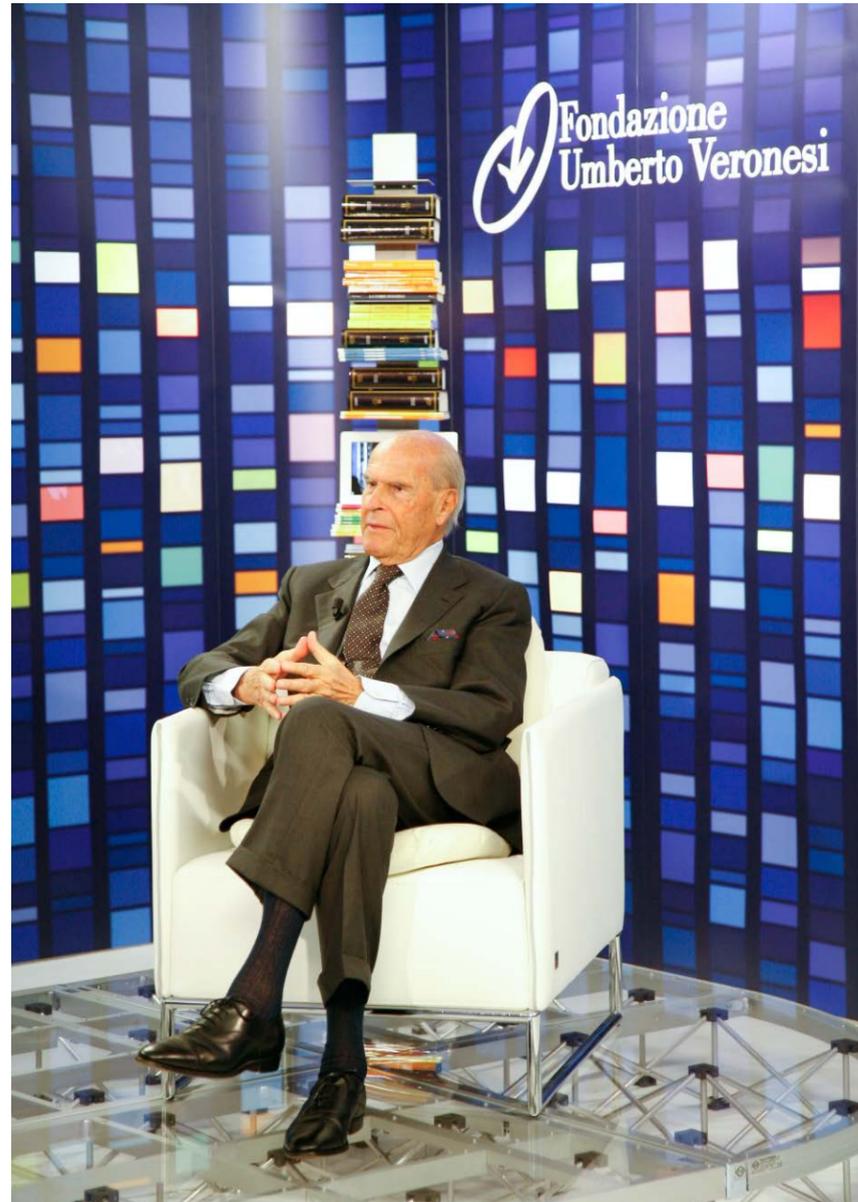
Un dialogo con il professor Umberto Veronesi
di Alessandro Cecchi Paone

Il logo nasce
da due differenti
rappresentazioni del DNA



+





CLIENTE

Eraclea

INCARICO

Eraclea decide di lanciare sul mercato Ho.Re.Ca. una nuova linea di 12 tè in foglia con materie prime di altissima qualità. Il progetto prevede la realizzazione grafica del packaging, dell'oggettistica per il servizio al tavolo e di un menu dedicato.

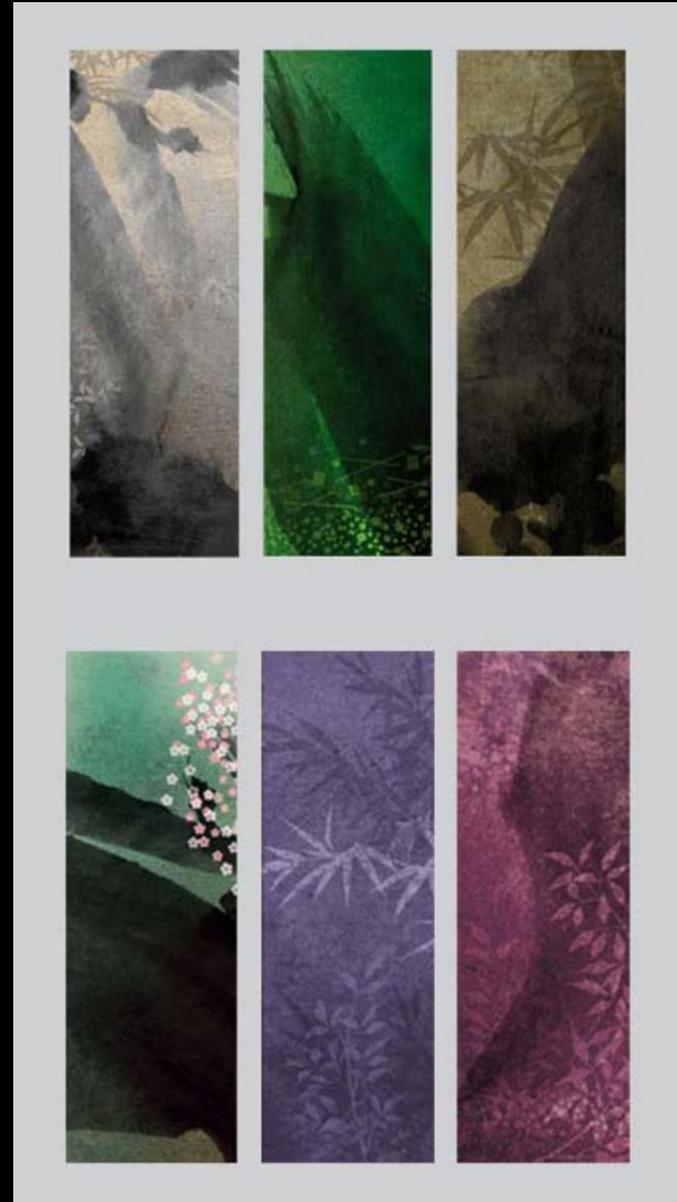
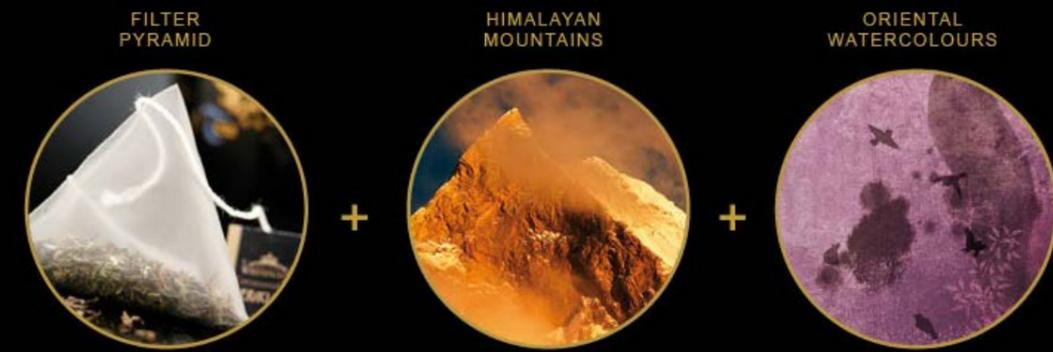
SOLUZIONE

L'idea che ha caratterizzato l'intero packaging prende spunto sia dal profilo delle montagne che costituiscono la catena dell'Himalaya che da quello della nazione indiana, due delle maggiori regioni produttrici di tè al mondo. Il packaging è un vero e proprio scrigno che si caratterizza cromaticamente dalla predominanza del nero e dell'oro e da una pennellata di colore che distingue le varie essenze. Per ogni gusto, infatti, si è effettuata una particolare ricerca cromatica per richiamare il colore di ciascun infuso. Il menu è un viaggio nella cerimonia del tè dove ogni gusto è accompagnato da un'immagine e da un breve racconto evocativo. La scelta del nero e dell'oro per la porcella del servizio al tavolo sottolinea il valore premium dell'intera offerta.

PROCESSI

Brand identity, graphic design, product design, shooting, packaging.











9 La Magia di Jasmine

The Magic of Jasmine
Tè Verde al Gelsomino
Jasmine Green Tea

Di lei nessuno poteva non innamorarsi. Luminosi occhi di smeraldo, il portamento umile ma orgoglioso, un sorriso di rosa e candidi denti di perla. Ogni sua parola irretiva. Jasmine, giovane incanto del tempio, aveva solo diciassette anni e una bocca profumatissima. Si raccontava che un suo bacio fosse panacea, ristoro degli affaticati e che il suo respiro fosse un balsamo contro i malesseri dell'inverno. Così è l'infuso che da lei ha preso il nome: delicato, intenso, ottimo quando il freddo non vuole dar tregua.

None could fail to be in love with her. Her bright emerald-green eye, her proud yet modest bearing, her smile like a rose and her pearly white teeth. Every word she uttered cast a spell. Jasmine, the enchanting maiden of the temple, was only seventeen years old, it was said that a kiss from her sweetly scented mouth was a panacea and could revive the weary, and that her breath was a balm against winter ailments. Such is the infusion named after her, delicate, intense, and most effective when the cold is unrelenting.

ERACLEA





2 Estate del Frutteto

Summer in the Orchard
Infuso alla Mela e all'Ibisco
Apple and Hibiscus Infusion

Quattro passi lungo morbide colline tra meli, peschi e casolari di campagna dove candidi e profumati panni stesi asciugano sotto un sole caldo e invitante. L'estate ha il sapore delle cose semplici, come la dolcezza della frutta, fresco e prezioso dono di natura. E così è la mela: aspro e zuccherino piacere, è un viaggio nella bella stagione, un tuffo in un rinfrescante benessere, una boccata di vigore e allegria. Corroborata dalle salutari virtù dell'ibisco, qui dà il meglio di sé.

A stroll in the gently rolling hills among apple trees, peach trees and farmhouses where scented white linen is hung out to dry in the hot inviting sun. Summer has the flavour of simple things like the sweetness of fruit, a fresh and precious gift of nature. Take the apple, a sweet and sharp delight that transports you to the summer to give a refreshing sense of wellbeing, a boost of energy and happiness. Together with the health-giving virtues of the hibiscus, here the apple comes into its own.

ERACLEA

CLIENTE

DGM Traslochi

INCARICO

La DGM Traslochi, piccola azienda operante in provincia di Pavia, decide di rinnovare la propria immagine in vista di un ampliamento del settore di attività.

SOLUZIONE

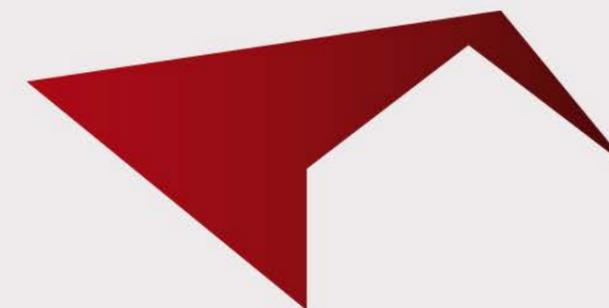
Nella progettazione del logotipo si è voluto rappresentare l'idea del trasloco grazie alla presenza di un elemento grafico fortemente dinamico che richiama la forma di un'abitazione in movimento.

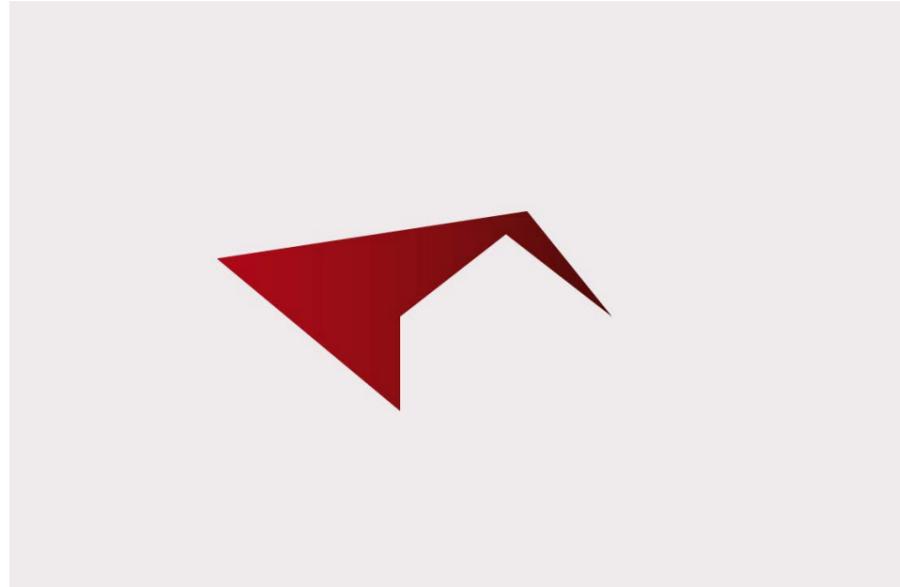
Nella scelta della bicromia rosso-nero, il nero rappresenta gli aspetti più tecnici del trasloco; il rosso invece simboleggia il calore della casa.

La filosofia aziendale infatti è quella di comunicare un servizio attento e preciso unito ad una particolare attenzione a tutte le fasi del trasloco. Il cliente, cambiando abitazione, affida infatti all'azienda non semplicemente mobili ed accessori ma oggetti particolarmente importanti dal punto di vista affettivo.

PROCESSI

Brand identity, logo design, immagine coordinata.





CLIENTE

Daewoo Electronics

INCARICO

Daewoo Electronics, gruppo industriale sudcoreano attivo anche nel settore dell'elettronica di consumo, commissiona la realizzazione di un folder e di alcune brochure a supporto della forza vendita.

SOLUZIONE

Il progetto grafico ideato per il catalogo e la brochure dei prodotti audio e video è stato sviluppato con l'intento di fornire uno strumento che fosse nel contempo pratico ed esplicativo ma con un impatto visivo particolarmente moderno. Per questo motivo la struttura dell'impaginato è caratterizzata prevalentemente da immagini dinamiche, legate soprattutto al mondo dello sport, da colori "futuristici" come l'argento e il blu e da linee orizzontali spezzate che rompono la gabbia rendendola più fluida e meno ripetitiva. L'uso delle bande di colore sul margine destro delle pagine facilita la consultazione del catalogo da parte del venditore.

PROCESSI

Art direction, graphic design, fotoritocco.





DAEWOO ELECTRONICS

FLAT PANEL LCD TELEVISION

Design bicolor

30" Televisore LCD DLP-3012LPS

Design Modern
Formato 16:9
Risoluzione 1366x768 pixels
Luminosità 600 cd/m²
Rapporto di contrasto 100:1
Angolo di visione 170° (H/V)
Standard Video PAL, SECAM, DVB-C, DVB-T, DVB-T2
Standard Audio AC-3, DTS, Dolby Digital, Dolby Digital Plus
Formato Audio MP3, DTS, Dolby Digital, Dolby Digital Plus
Registri Compatti, 5 canali e Component
Registri DVI (DVI-D/DVI-I)

26" Televisore LCD DLP-2612LPS

Design Modern
Formato 16:9
Risoluzione 1366x768 pixels
Luminosità 600 cd/m²
Rapporto di contrasto 100:1
Angolo di visione 170° (H/V)
Standard Video PAL, SECAM, DVB-C, DVB-T, DVB-T2
Standard Audio AC-3, DTS, Dolby Digital, Dolby Digital Plus
Formato Audio MP3, DTS, Dolby Digital, Dolby Digital Plus
Registri Compatti, 5 canali e Component
Registri DVI (DVI-D/DVI-I)

900-000-0000 (0800) 24 x 24

DAEWOO ELECTRONICS

FLAT PANEL LCD TELEVISION

Design bicolor

32" Televisore LCD DLP-3211LPS

Design Modern
Formato 16:9
Risoluzione 1366x768 pixels
Luminosità 600 cd/m²
Rapporto di contrasto 100:1
Angolo di visione 170° (H/V)
Standard Video PAL, SECAM, DVB-C, DVB-T, DVB-T2
Standard Audio AC-3, DTS, Dolby Digital, Dolby Digital Plus
Formato Audio MP3, DTS, Dolby Digital, Dolby Digital Plus
Registri Compatti, 5 canali e Component
Registri DVI (DVI-D/DVI-I)

Tecnologia e Design

Le caratteristiche fondamentali, responsabili dell'unicità dell'immagine sono: la tecnologia di tipo DLP, un'esperienza superiore di contrasto, un'esperienza di visione eccezionale. Con la sua tecnologia LED Daewoo Electronics offre un nuovo standard nel suo campo. Il vostro gusto non resterà mai insoddisfatto. È così bello quando vedete la bellezza dei colori pure.

Le caratteristiche fondamentali, responsabili dell'unicità dell'immagine sono: la tecnologia di tipo DLP, un'esperienza superiore di contrasto, un'esperienza di visione eccezionale. Con la sua tecnologia LED Daewoo Electronics offre un nuovo standard nel suo campo. Il vostro gusto non resterà mai insoddisfatto. È così bello quando vedete la bellezza dei colori pure.

900-000-0000 (0800) 24 x 24

DAEWOO ELECTRONICS

Di fronte ai vostri occhi si aprirà uno scenario del tutto nuovo. Il mondo digitale diventerà parte del vostro quotidiano e grazie a lui potrete toccare con mano il perfetto connubio tra semplicità di utilizzo e alta tecnologia.

DIGITAL VIDEO & COMBINATION PORTABLE SOLUTION

DSSV IL FORMATO DVX1 DSSV è la sigla di un nuovo formato di compressione video digitale che garantisce una maggiore qualità di riproduzione con una minore dimensione dei file. Il video DSSV permette di comprimere un file per garantirvi il massimo su un formato ad alta velocità. DSSV è il formato video digitale di riferimento per applicazioni a livello di HD.

Lettores Dvd con Divx portatile DPC-7000F0

7" Display LCD
Formato 16:9
Supporto DVD, CD, CD-R/RW, VCD, MP3, DivX
Formati AVI, MP3, MP4
A.L.P. con divx avanzato
Alimentazione a rete
Standard DSSV Digital Stream
7" Touch Pad
Regolazione Video
Regolazione Audio, avanzata
Regolazione Immagine

Digital Camera Ultra Slim DMF-2000P

Regolazione Sharp Asst
Regolazione Focale
Regolazione Auto Focus
Lettore MP3
Memoria PC
Preferenza di Memoria di massa
Batteria ricaricabile
Batteria ricaricabile da 1600mAh
Supporto per schede SD/MMC, fino a 32GB
Memoria di 1.5 Mega Pixel
Zoom Digitale 16x
Foco a distanza (max 10m)
Chiusura USB 2.0
Batteria a 100% ricaricabile

PORTABLE DVD AND CAMERA

Lettores Dvd portatile Slim design DPC-7100P

7" Display LCD
Formato 16:9
Supporto DVD, CD, CD-R/RW, VCD, MP3, MP4
A.L.P. con divx avanzato
Alimentazione a rete
Standard DSSV Digital Stream
7" Touch Pad
Regolazione Video
Regolazione Audio, avanzata
Regolazione Immagine

Nota: *Tecnologia "Ultra Slim" con il nuovo formato "DSSV" e tecnologia "A.L.P." con il nuovo formato "DSSV". *Formato "DSSV" è un nuovo formato di compressione video digitale che garantisce una maggiore qualità di riproduzione con una minore dimensione dei file. Il video DSSV permette di comprimere un file per garantirvi il massimo su un formato ad alta velocità. DSSV è il formato video digitale di riferimento per applicazioni a livello di HD.

900-000-0000 (0800) 24 x 24

DAEWOO ELECTRONICS

Garanzia

Tutti i prodotti Daewoo sono coperti dalla Garanzia Europea. Per maggiori informazioni vi preghiamo di leggere con attenzione il certificato di garanzia che viene fornito con il vostro nuovo acquisto Daewoo.

Servizio assistenza

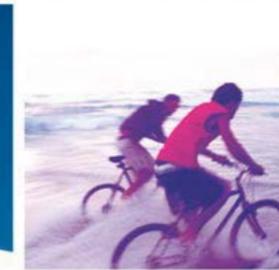
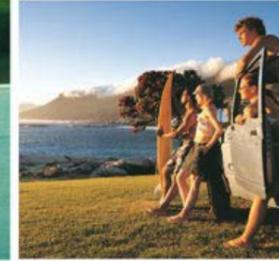
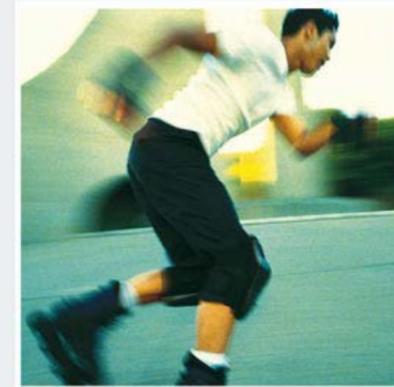
Daewoo Electronics pone come priorità assoluta la soddisfazione dei suoi clienti. Per questo dedica tutti i suoi sforzi per migliorare i propri prodotti e per assicurare un servizio assistenza efficace e rapido.

Per scoprire l'ampia gamma dei prodotti Daewoo elettrodomestici e aria condizionata e per avere una visione globale della nostra azienda visita il sito internet www.daewoo-electronics.com.

900-000-0000 (0800) 24 x 24



DIGITAL AUDIO MP3 PLAYBACK



AUDIO VIDEO





AUDIO VIDEO
COLLEZIONE 2005

Daewoo Electronics presenta la nuova gamma di sistemi audio video concepita per uno stile di vita tecnologico e moderno: nuovi modelli di televisori a plasma, cristalli liquidi e retroproiezione, dvd recorder combinati e video DVD con funzione Dual.



DLP-3022
Televisore a cristalli liquidi da 30" con contrasto 400:1 Two Tone Design



DTA-3291E
Televisore CRT da 32" Wide Real Flat 100 Hz, Virtual Surround Two Tone Design

DISPLAY AL PLASMA



DP-2013
42" Wx
Contrasto 8000
Luminanza 100.000
Luminanza 100.000



DP-2014
42" Wx
Contrasto 8000
Luminanza 100.000
Luminanza 100.000



DP-2015
42" Wx
Contrasto 8000
Luminanza 100.000
Luminanza 100.000



DP-2016
42" Wx
Contrasto 8000
Luminanza 100.000
Luminanza 100.000

TV A RETROPROIEZIONE



DJ-4720
47" Wx
Tuner HD
2 Dimensioni
Wide Flat Screen



DJ-4720
47" Wx
Tuner HD
2 Dimensioni
Wide Flat Screen



DT-4220NH
Televisore al plasma da 42"
Tuner integrato



DJ-4720
Televisore a Retroproiezione da 47" Wide 100Hz



DLP-3021
30" Wx
Contrasto 800:1
Screen



DLP-3022
30" Wx
Contrasto 800:1
Screen



DLP-3023
30" Wx
Contrasto 800:1
Screen



DLP-3024
30" Wx
Contrasto 800:1
Screen



DLP-3025
30" Wx
Contrasto 800:1
Screen



DLP-3026
30" Wx
Contrasto 800:1
Screen

TV A CRISTALLI LIQUIDI



DPA-2208
22" Wx
Screen



DPA-2209
22" Wx
Screen



DPA-2210
22" Wx
Screen



DPA-2211
22" Wx
Screen



DPA-2212
22" Wx
Screen



DPA-2213
22" Wx
Screen

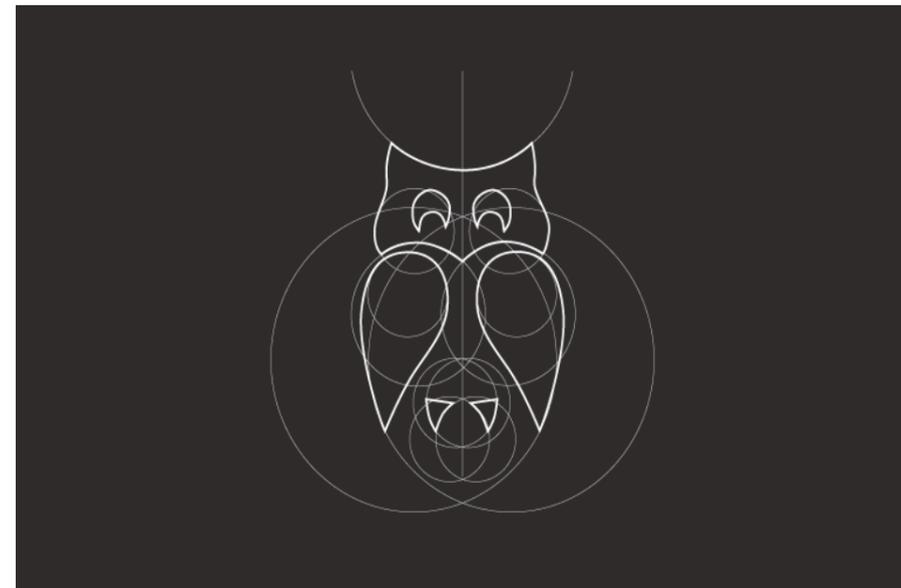


DPA-2214
22" Wx
Screen

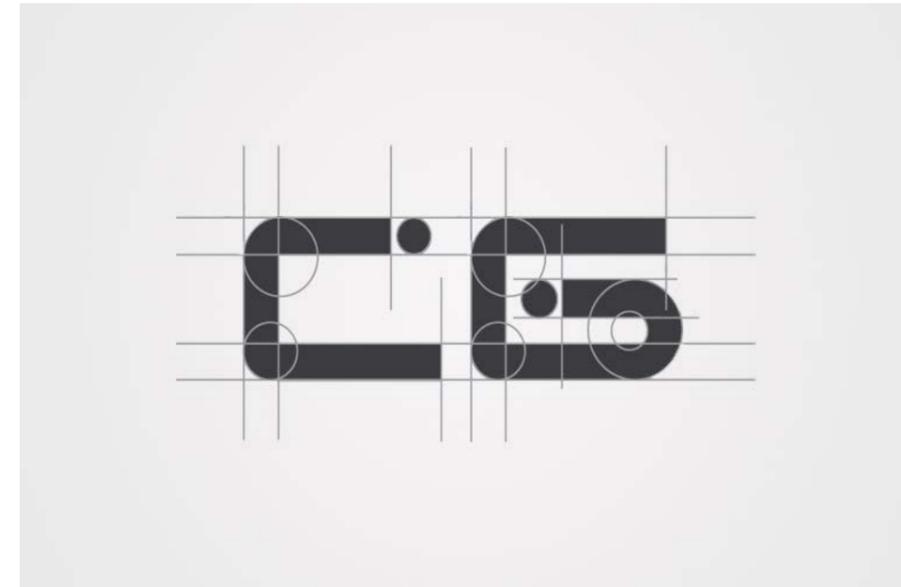
TV A TUBO CATODO CO

INCARICO

Realizzazione della brand identity per piccole realtà aziendali.



Brand identity caffetteria "C'era una Volta"



Brand identity panificio "Pane e Valtellina"

Brand identity ditta di traslochi "Codera Gianpietro"

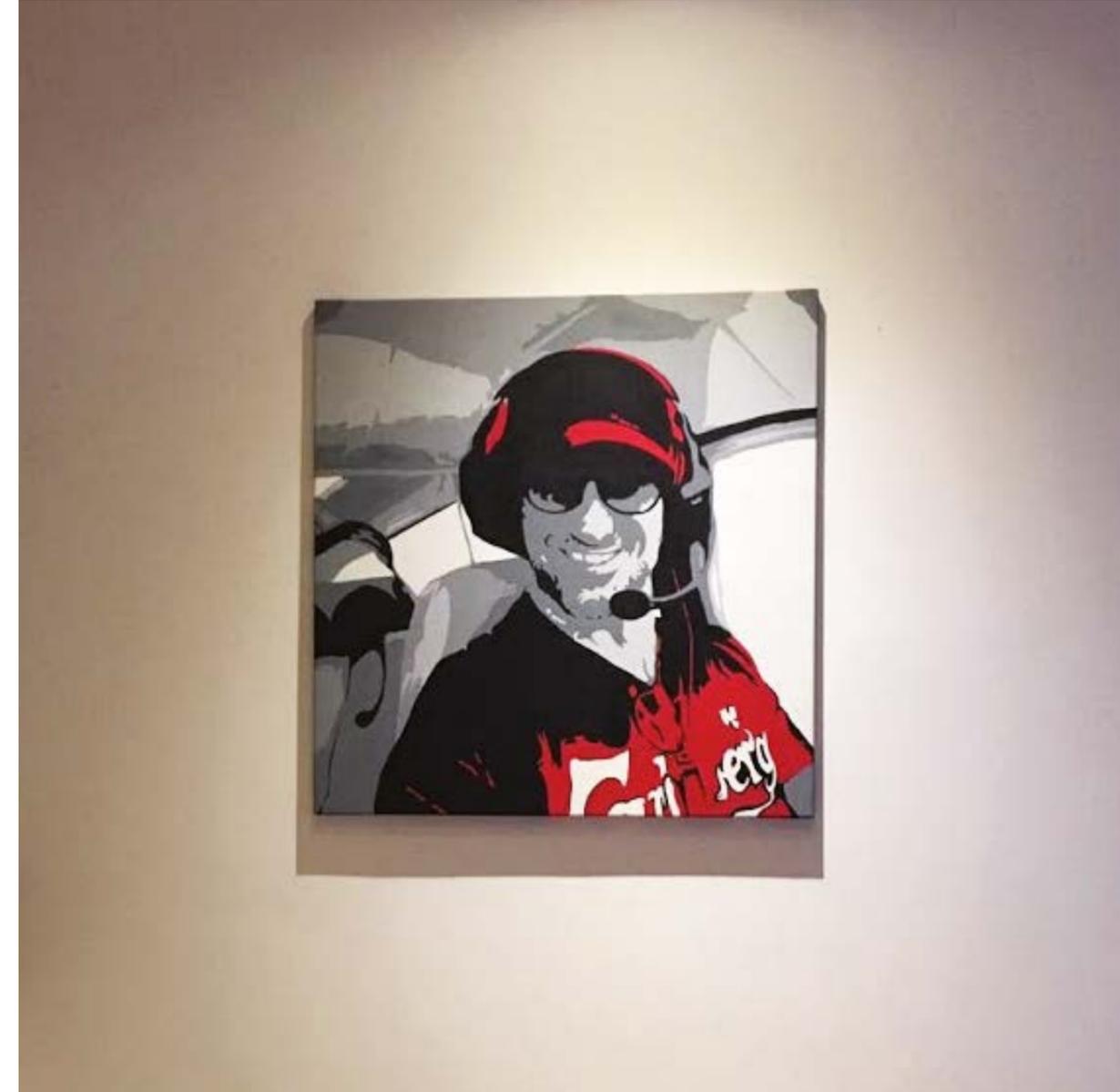
INCARICO

Realizzazione su commissione di quadri e ritratti in stile pop-art.





Valentina - Acrilico su tela - 80 x 80 cm



Ritratto - Acrilico su tela - 60 x 60 cm

