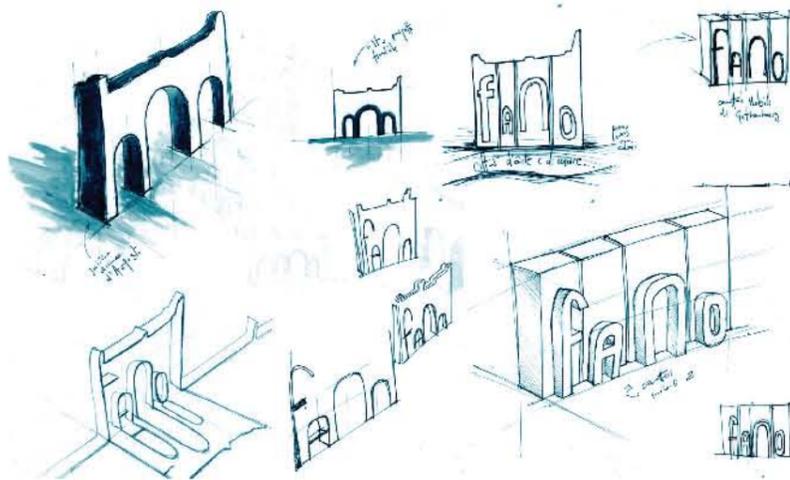
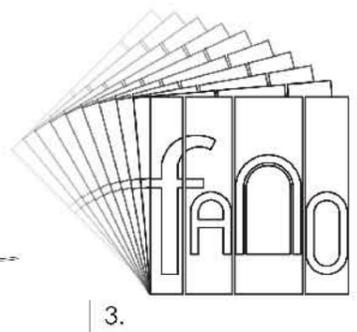
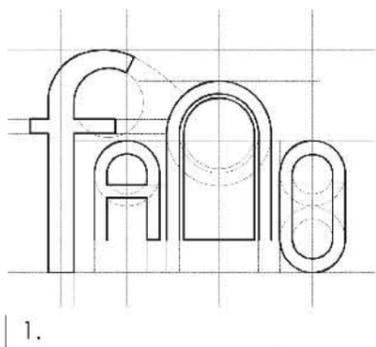


Il MARCHIO è un simbolo il cui scopo è quello di convogliare in sé l'identità e lo spirito di un prodotto, un'azienda o un concetto, con la maggior energia possibile. Esso è per il graphic designer cardine della progettazione e può essere definito come il segno minimo fra parola, immagine e scrittura. In una prima fase è stato fatto uno studio sul committente tramite analisi della struttura organizzativa, l'ubicazione geografica, l'ambito nel quale opera, il segmento di mercato che il servizio o prodotto vuole interessare. A questa prima fase è seguita la concretizzazione del segno-logotipo attraverso schizzi a mano, definizione delle geometrie, prove in positivo e negativo, varianti cromatiche, ecc. per cercare di individuare se ciò che si è voluto comunicare ha raggiunto lo scopo prefissato.



LOGO definitivo con prove di lettura



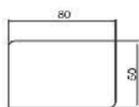
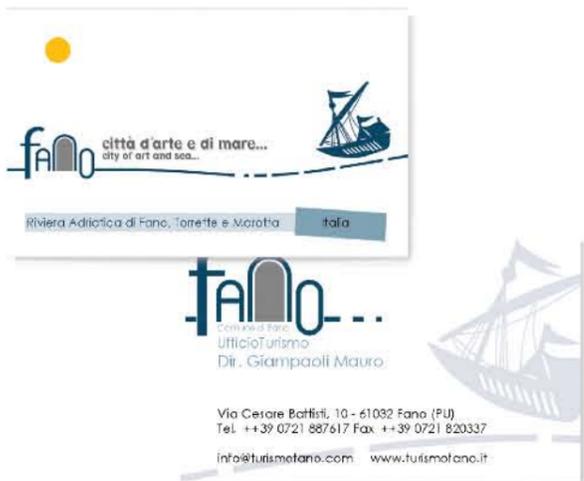
LOGO varianti utili

1. Studio linee di costruzione
2. Logo abbinato a immagine coordinata
3. Rotazione in versione outline.
4. Ripetizione con variazione cromatica.

CANCELLERIA

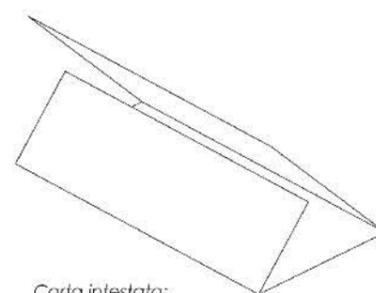
BIGLIETTO DA VISITA

Cartoncino 220 g/mq, stampa fronte e retro, margine di stampa 5mm.

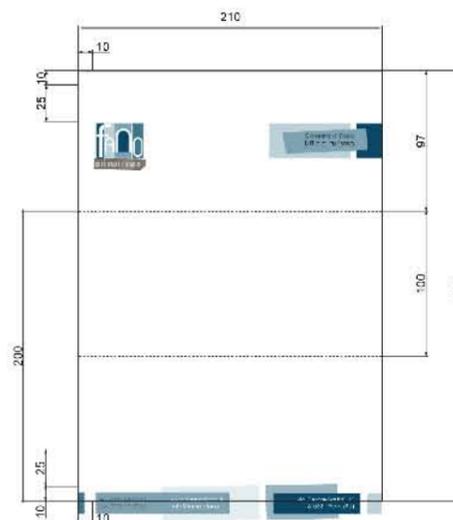


CARTA INTESTATA

Formato standard A4 carta 70g/m stampa solo fronte

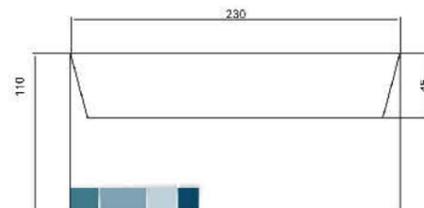


Carta intestata: Griglia di impaginazione e schema di sviluppo piegature.

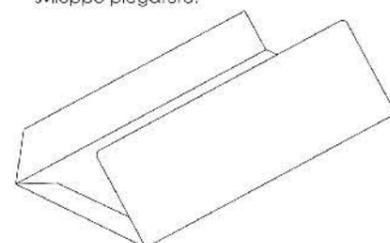


BUSTA DA LETTERE

Dimensioni finito: 230x110 carta postale inchiostrata - 70g/m stampa di tipo offset per elevate tirature.



Busta da lettere: Dimensioni e schema di sviluppo piegature.

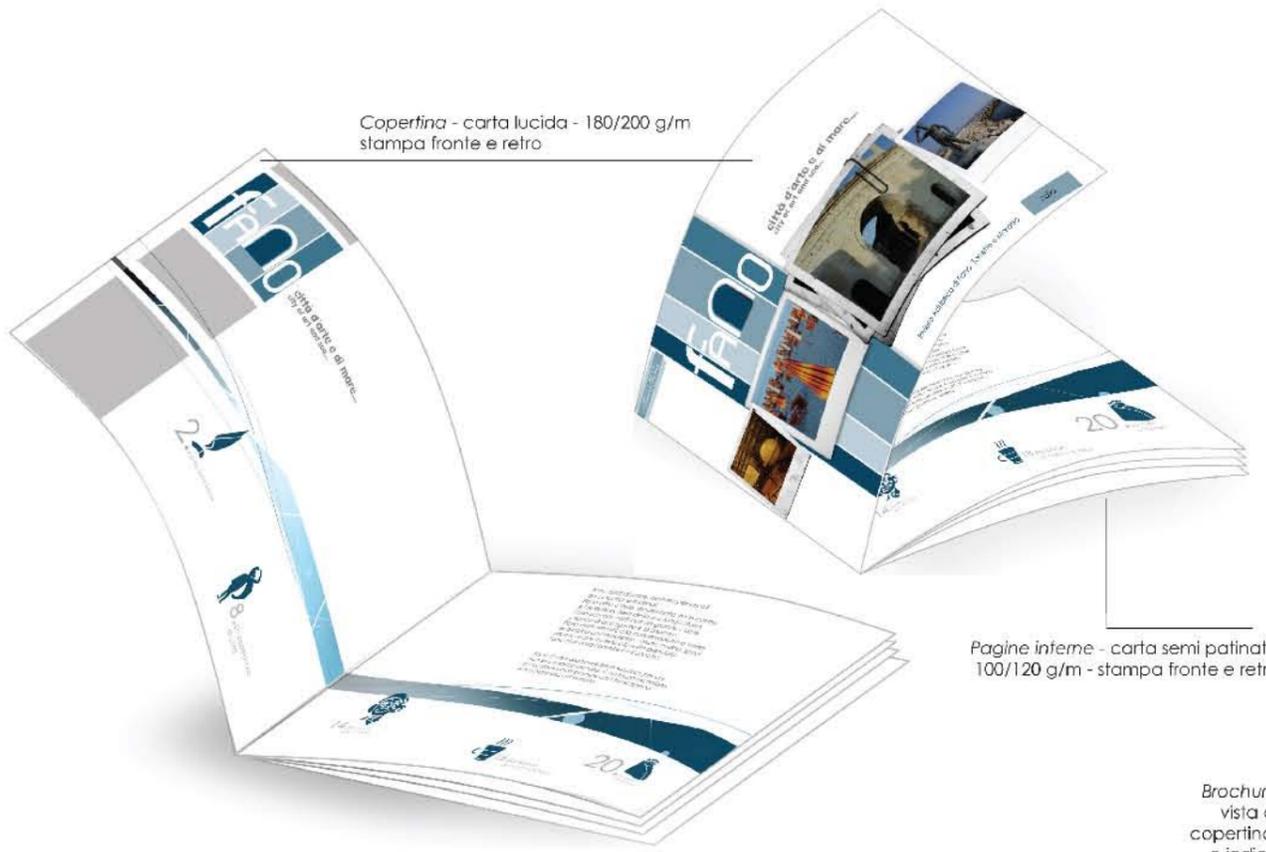


A BROCHURE e CD-ROM è affidato il compito di descrivere, di raccontare a immagini e parole l'azienda, il prodotto o il concetto a cui il lavoro del *graphic designer* è destinato. Essi rappresentano dunque una *summa* tra linguaggio illustrativo - tipico delle riviste fotografiche - e valore informativo - tipico invece del prodotto libro.



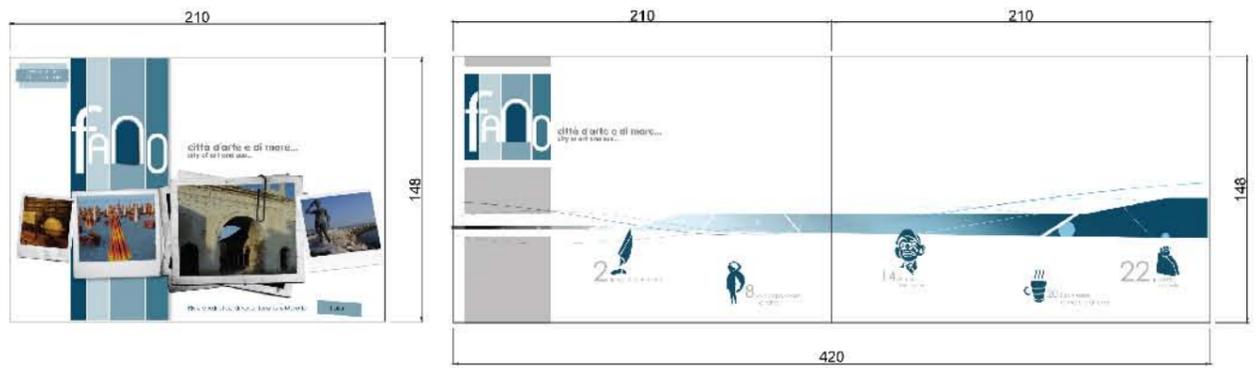
Brochure - schema di impaginazione pagg. da 1 a 9

Copertina - carta lucida - 180/200 g/m stampa fronte e retro



Pagine interne - carta semi patinata 100/120 g/m - stampa fronte e retro

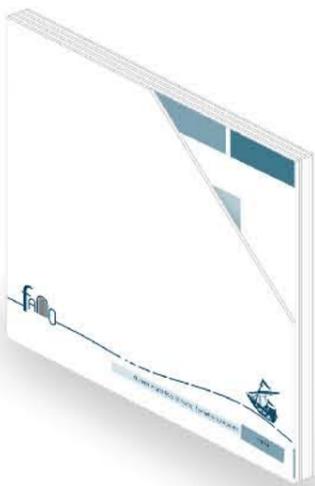
Brochure vista di copertina e indice



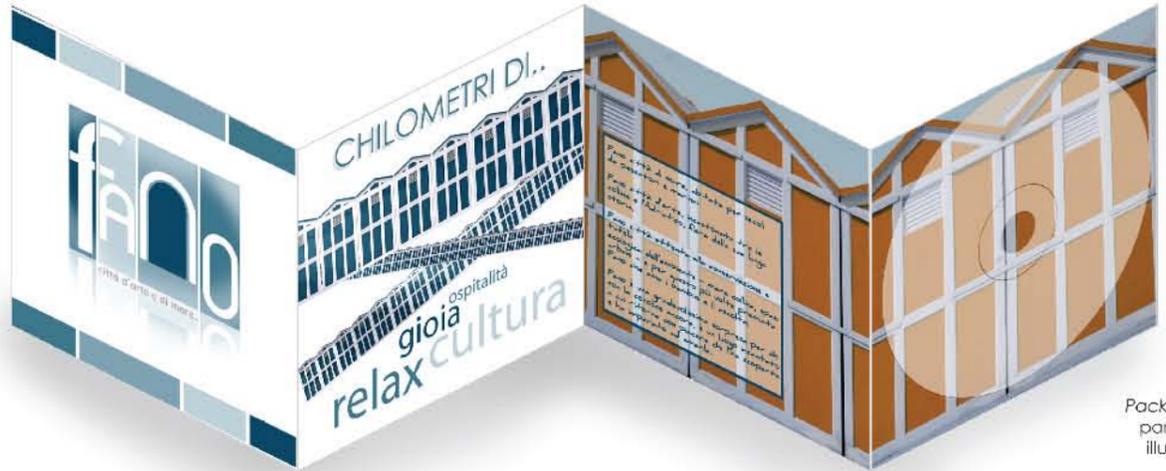
PACKAGING CD

Nel caso del *Packaging CD-rom* si è voluta riproporre, all'interno dello stesso, una versione ridotta della *Brochure*, dove sono state selezionate immagini e informazioni di maggiore valenza qualitativa e comunicativa.

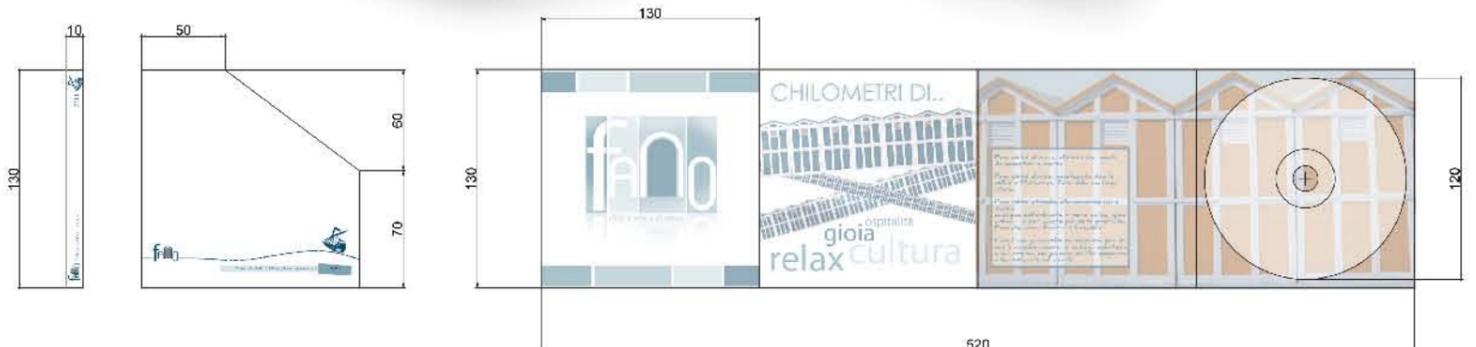
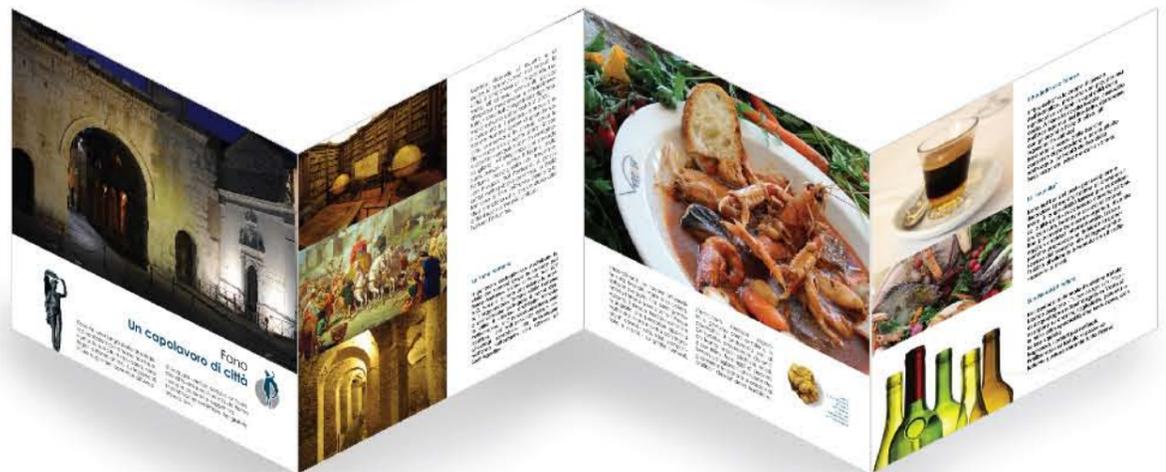
Packaging CD-rom custodia esterna



Cd-rom stampa diretta su formato standard



Packaging CD-rom parte interna con illustrazioni e testi



# CALENDARIO EVENTI - RIUTILIZZO PRATICO

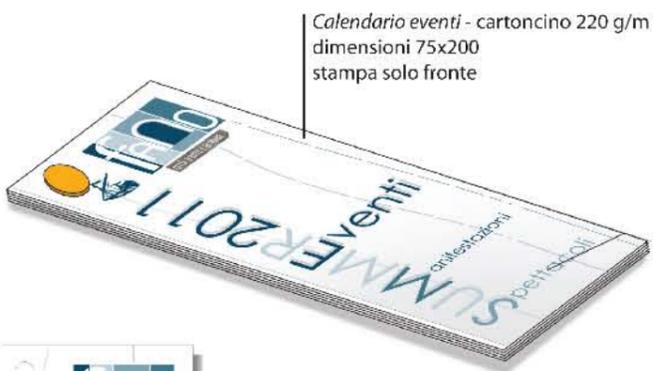
IL *Calendario eventi*, i *flyers* e, più in generale, tutti i veicoli pubblicitari legati alle manifestazioni sono l'esempio più chiaro di utilizzo smisurato e spesso sbagliato del materiale *carta*. Questo avviene solitamente per due motivi: uno è insito nella stessa funzione che li caratterizza - la *distribuzione su larga scala* - (basti pensare che "flyer" ha un significato legato alla parola italiana "volo" poichè appunto la loro caratteristica deve essere quella di poter "volare" lontano come foglie dall'albero); il secondo è invece legato alla natura stessa degli eventi: concentrandosi infatti solo per un periodo limitato, essi hanno ancora più ragione di auto-propagandarsi per farsi conoscere da un pubblico il più vasto possibile nel minor tempo possibile.

Come risultato spesso avviene di trovare città intere trasformate, letteralmente avvolte da una coltre di fogli foglietti e fogliettini usati, strappati, calpestati e abbandonati, e soprattutto non riciclati.

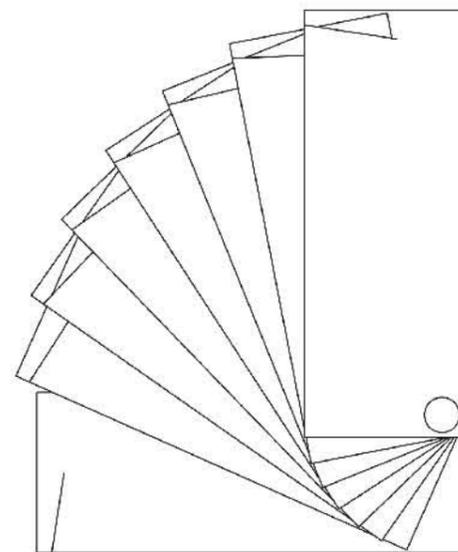
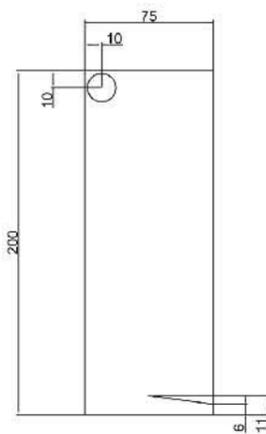
Come soluzione a tutto ciò la proposta progettuale si è sviluppata attorno a *due diversi principi di ri-utilizzo* del materiale carta: un primo, che è stato definito **PRATICO - FUNZIONALE**; e un secondo a cui sono stati dati gli aggettivi **LUDICO - CONCETTUALE**.

Ecco quindi che il calendario eventi dell'estate, grazie a un perno a bottone in materiale plastico posto nella parte superiore sx e ad un taglio obliquo posto nella parte inferiore dx, diventa un pratico ventaglio utile nelle calde giornate estive.

Ed ecco che i volantini o "flyer" legati agli eventi, grazie alle trame che fungono da sfondo a tema grafico, e grazie anche all'indicazione sul link da visitare, divengono dei coloratissimi origami, oltre che un bel ricordo da portarsi a casa dopo le vacanze.



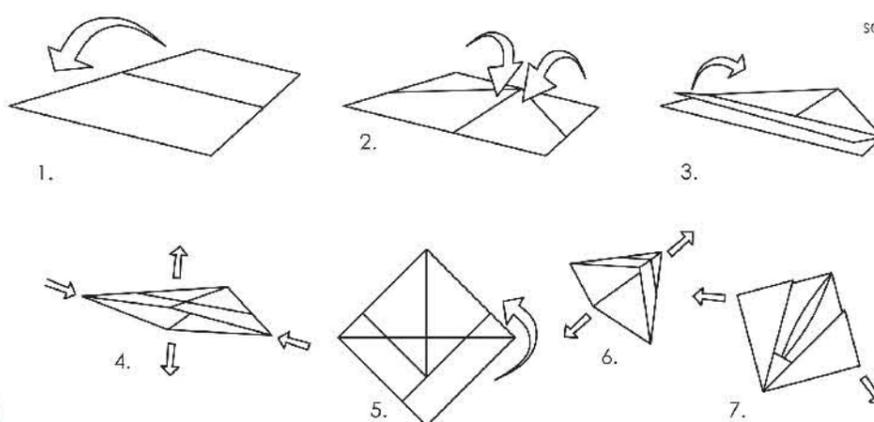
esempio di **RI-UTILIZZO PRATICO**:  
a sinistra  
Tazza ricavata da  
bottiglia di birra  
"Cut n' Paste"  
di Beyza Paksin  
sotto  
sviluppo a incastri  
del calendario -  
ventaglio.



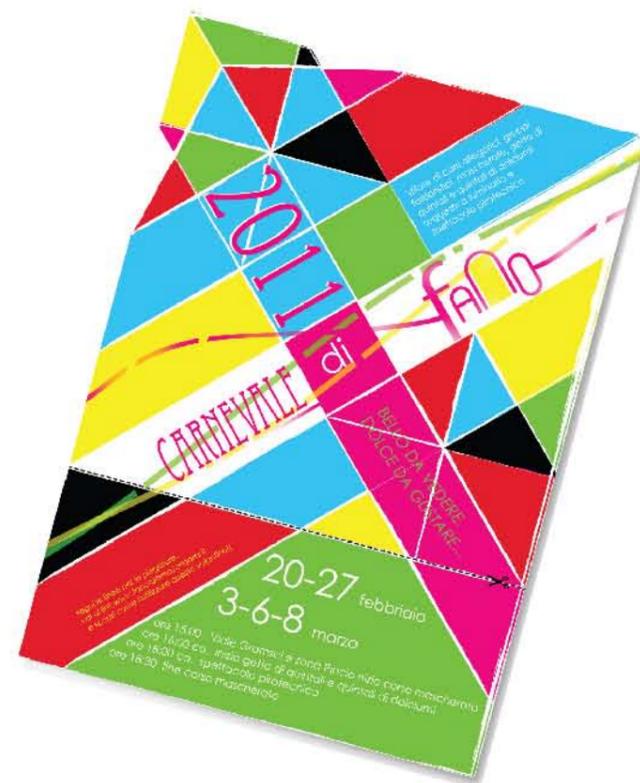
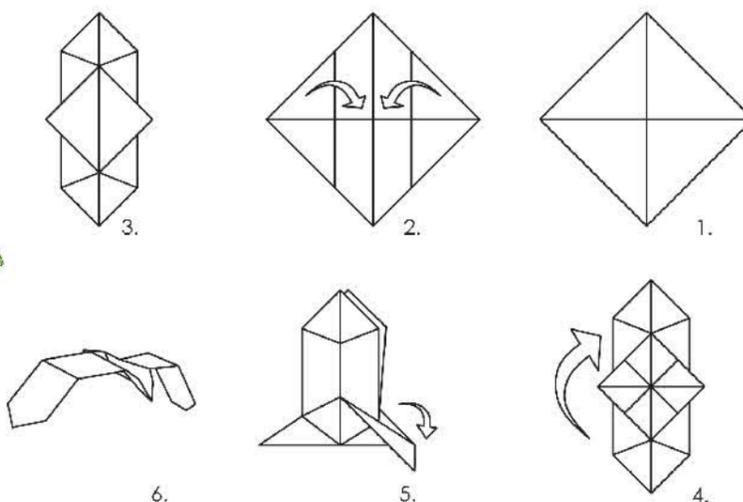
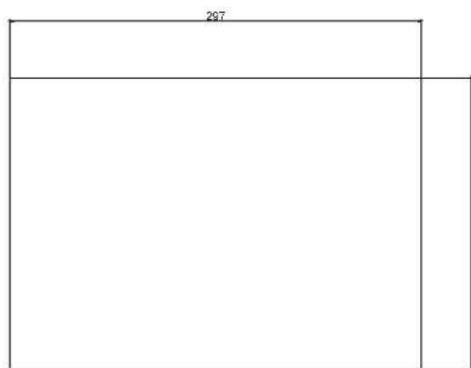
# FLYERS - RIUTILIZZO LUDICO



Flyer - carta riciclata 70 g/m  
dimensioni standard A4 - 210x297  
stampa solo fronte



esempio di **RI-UTILIZZO LUDICO**:  
a sinistra:  
Giocattolo africano  
da lattine recuperate  
sopra e sotto:  
sviluppo dei flyer  
secondo il linguaggio  
iconico dell'arte  
degli origami.



Flyer - carta riciclata 70 g/m  
dimensioni standard A4 - 210x297  
stampa solo fronte



## TOTEM

Totem e Manifesto sono gli elementi più comunicativi all'interno del complessivo progetto grafico. Essi devono comunicare con forza, chiarezza e immediatezza il messaggio, un concetto o un'emozione attraverso immagini, forme e lo slogan. Il Manifesto, in particolare è il veicolo pubblicitario che obbliga di più il grafico alla sintesi perchè "lo sguardo del passante è uno sguardo distratto" (cit. di R.Guaricci).

Il Totem è stato progettato per la città di Fano vuole essere un gioco di parole legato allo slogan ("non bastano due parole per descriverci") che sono associate e combinate a formare il logo stesso della città creando un gioco ottico che varia a seconda della vicinanza del lettore.

Il Totem è stato progettato in tre varianti corrispondenti a tre diverse tematiche associate ai tre colori base della grafica digitale (RedGreenBlue). Dove a RED si associa la tematica cultura; a BLUE la tematica mare e spiaggia; a GREEN la tematica eco-sostenibilità.



TOTEM RED  
arte e spettacoli

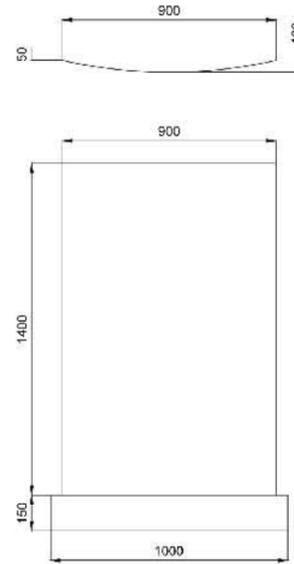


TOTEM BLUE  
mare e relax



TOTEM GREEN  
riciclo e sostenibilità

Totem - stampa con pannellizzazione dimensioni 90x140 stampa solo fronte



Totem - vista d'insieme pannelli montati su supporto



## MANIFESTO



Manifesto stampa su carta poster dimensioni 500x300 cm

Esempi di applicazione del Manifesto con variazioni cromatiche



## T-SHIRT



sopra grafica che ironizza sul fenomeno "social network"

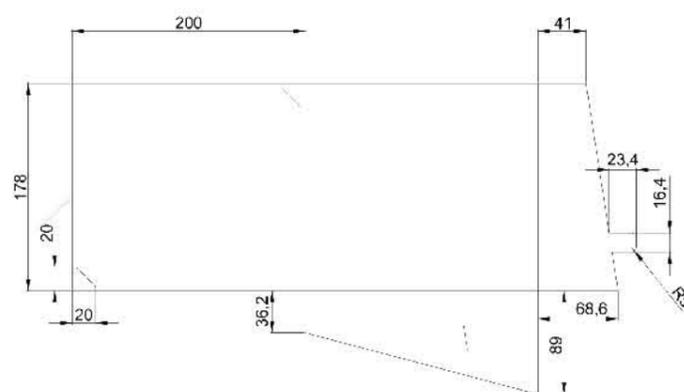
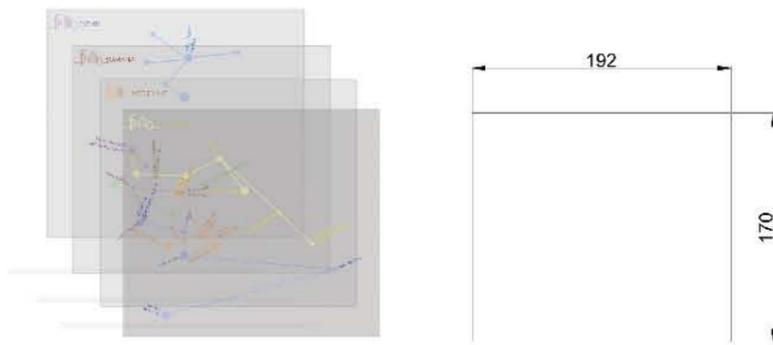


T-shirt stampa diretta su tessuto dimensioni 25x35 cm



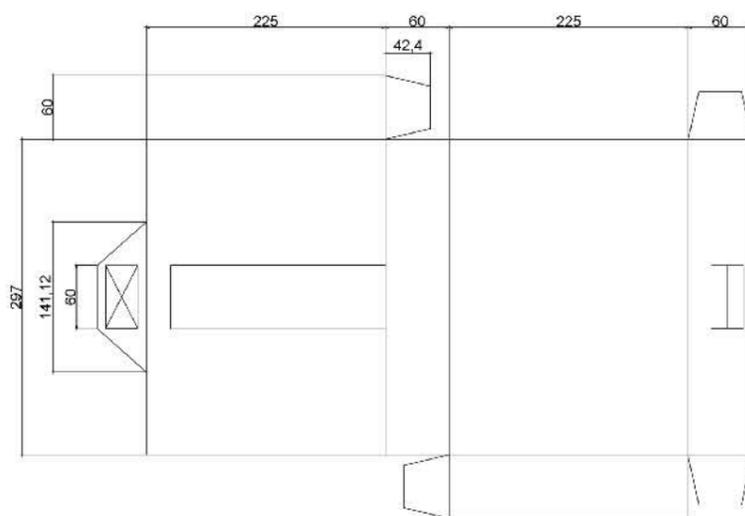
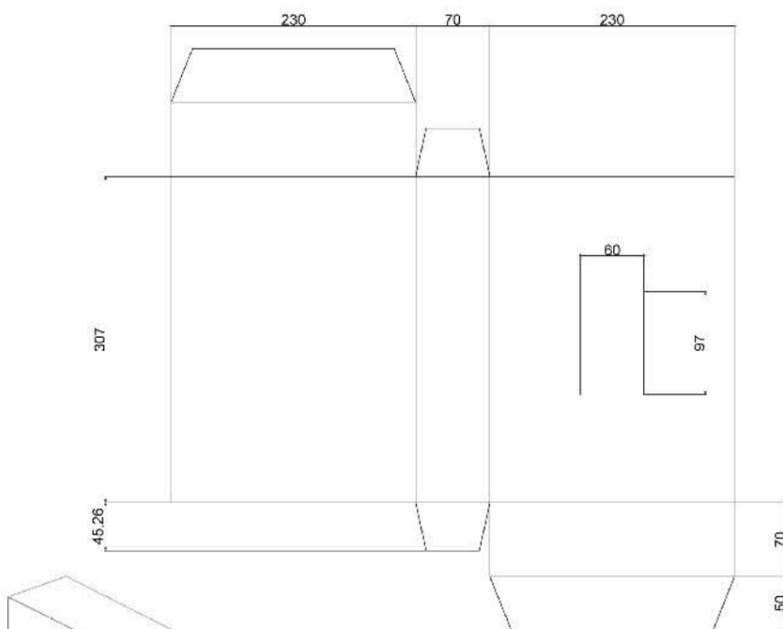
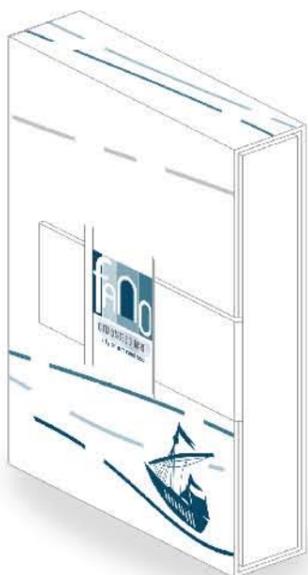
Ulteriore elemento da considerare nel progetto è stato quello relativo ai percorsi, a come muoversi nella città durante gli eventi e le manifestazioni che spesso avvengono in maniera simultanea, rendendo difficile orientarsi e fare ricerche specifiche legate ai propri interessi personali, familiari, ecc.  
Per quanto riguarda la mappa cartacea, la sperimentazione ha portato all'utilizzo di una serie di fogli semi-opachi con stampa su un lato che, se sovrapposti alla pianta della città, permettono all'utente di fare una ricerca selettiva di servizi visite, ristoranti, prodotti, e tanto altro.

La progettazione del packaging di supporto ha seguito linee, forme, concetto e grafiche applicate del packaging cd-rom, utilizzando in questo caso un linguaggio più fotografico e un font meno formale e più lineare chiamato *daniel*.

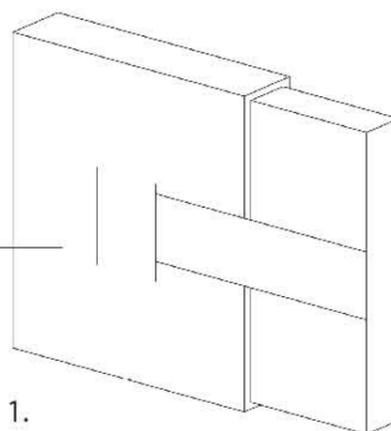


PACKAGING

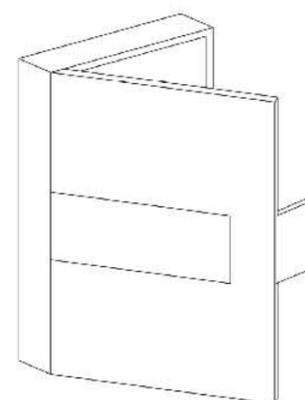
Packaging generale  
progetto  
custodia e packaging  
interno



Packaging generale progetto  
sequenza di apertura custodia



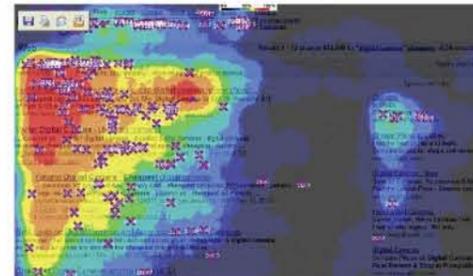
1.



2.



La figura del grafico è sempre più richiesta nell'ideazione, nella progettazione e nel coordinamento dello sviluppo del *Sito Web*, divenuto ormai strumento di comunicazione indispensabile per aziende, enti e organizzazioni che vogliono fornire informazioni su di sé, mettere in contatto persone con gli stessi interessi, vendere prodotti o servizi. Compito del grafico è quello di stabilire quali siano le migliori forme per veicolare i contenuti da mettere in rete, deve quindi saper equilibrare piacevolezza estetica e funzionalità del servizio, in modo da permettere all'utente di trovare e consultare rapidamente le informazioni che gli necessitano. A questo scopo la progettazione del sito internet, che segue il tradizionale schema ad albero, si è arricchita di uno studio fatto a priori sul movimento degli occhi su monitor, reso possibile grazie ad un software adibito (Eye Track Movement). In questo modo è stato possibile individuare le aree di maggiore rilievo e quelle meno interessate, cosa che è stata utile per definire le priorità tra le informazioni.



Web Design  
 Eye Track  
 Movement  
 Software in  
 grado di tracciare  
 i movimenti  
 dell'occhio  
 umano di  
 fronte a un  
 monitor

