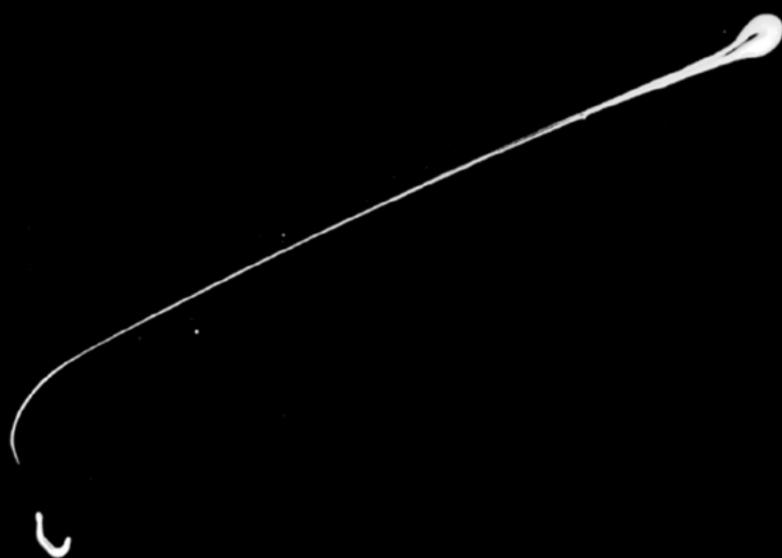


ALESSIA ANTONINI



PORTFOLIO

**01** PERSONAL BRAND .

**05** EDITORIAL .

MAGAZINE . **02**

**03** PACKAGING .

**06** ADVERTISING .

BOOKS . **04**

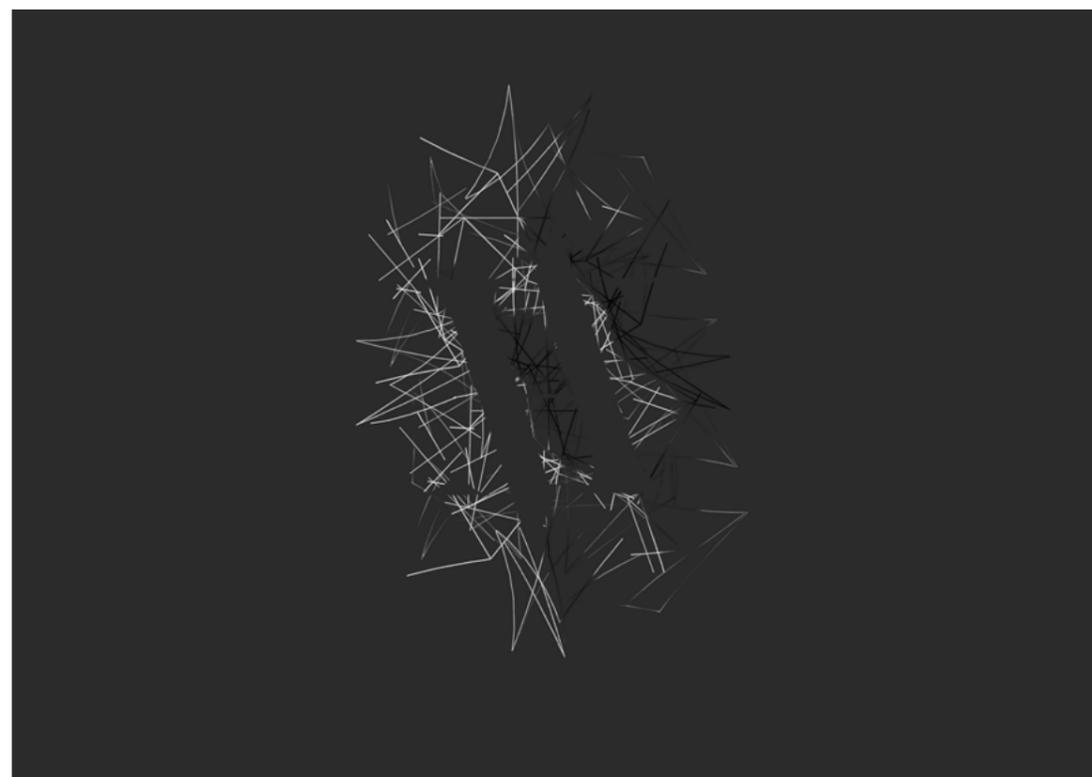
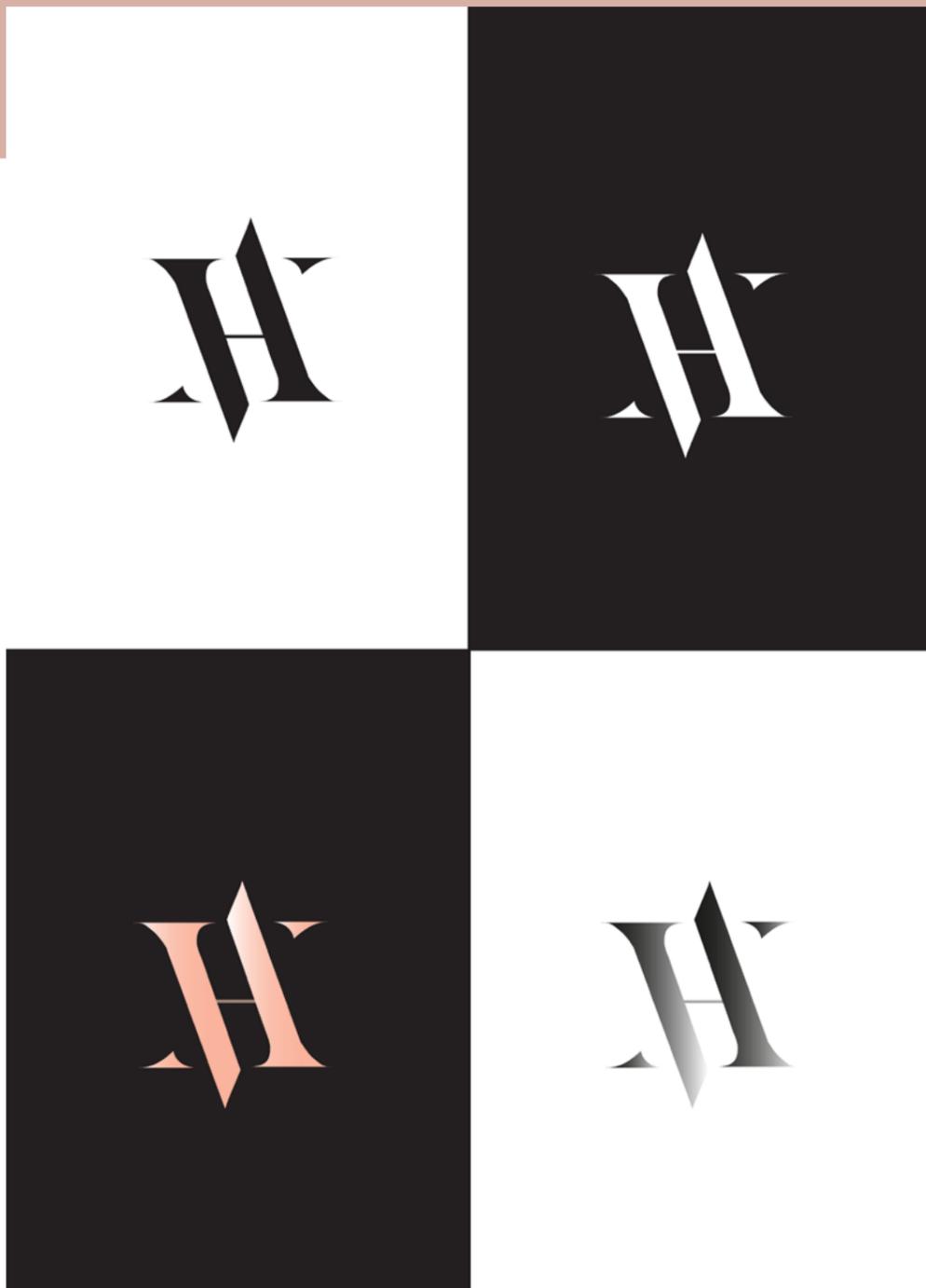
**CONTENT**



PERSONAL BRAND .

01

Un logo ispirato alle regole della Gestalt, che vede le due iniziali del nome incastrarsi tra loro con uno stile dinamico e moderno che rappresenta la grafica generale. Per i colori uno schizzo di nero per l'eleganza, una distesa di bianco per non porre limiti alla fantasia e fili di argento er arricchirla di modernità.





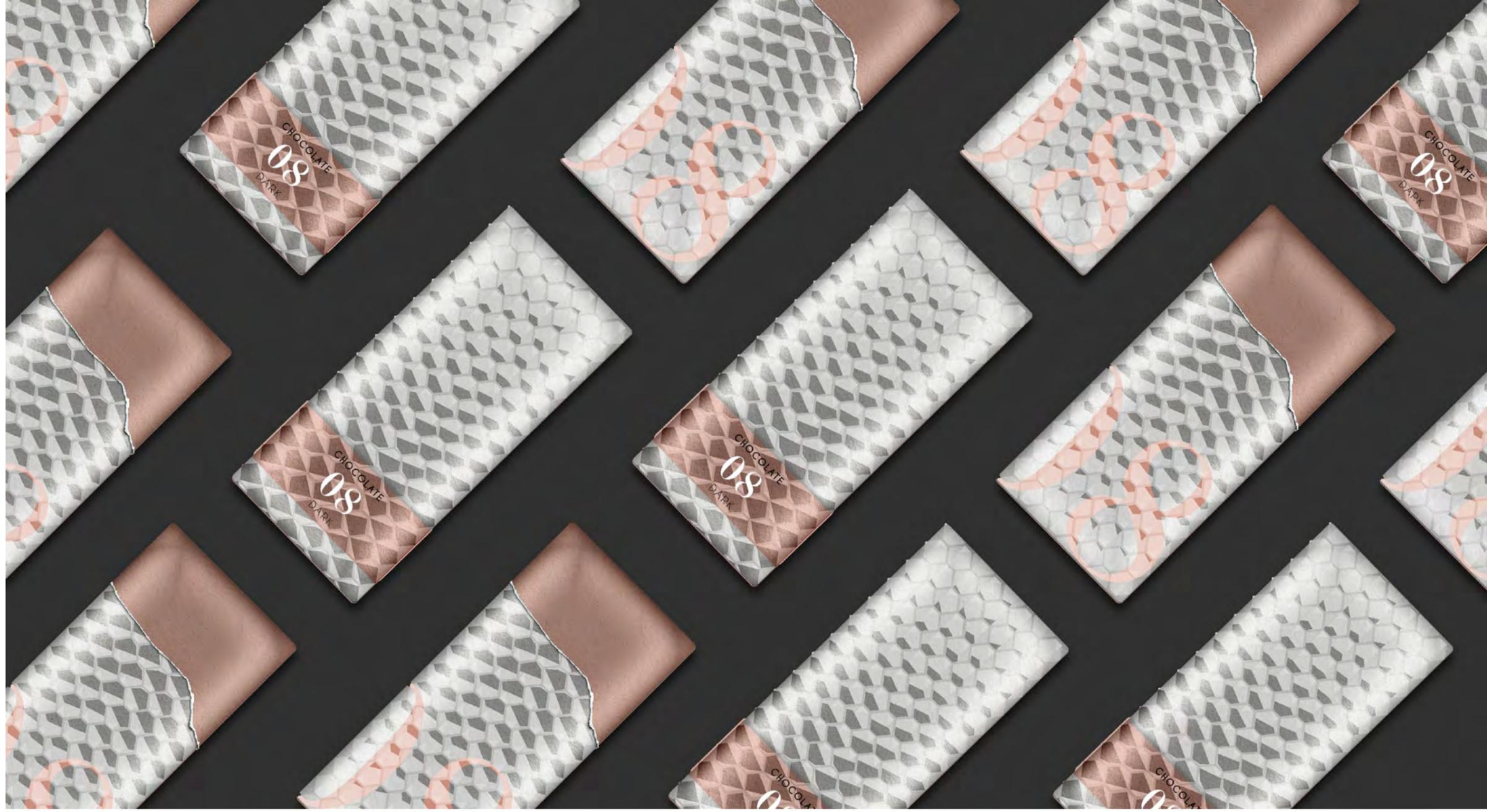
**MAGAZINE .**

**02**

“Seductive” nasce come esercitazione universitaria per un esame , il cui scopo era concepire una pubblicità per il profumo del noto brand Guess . Si è voluto risaltare la grinta che caratterizza questo marchio , utilizzando come soggetto una modella dallo sguardo intenso e d un forte contrasto.

seductive

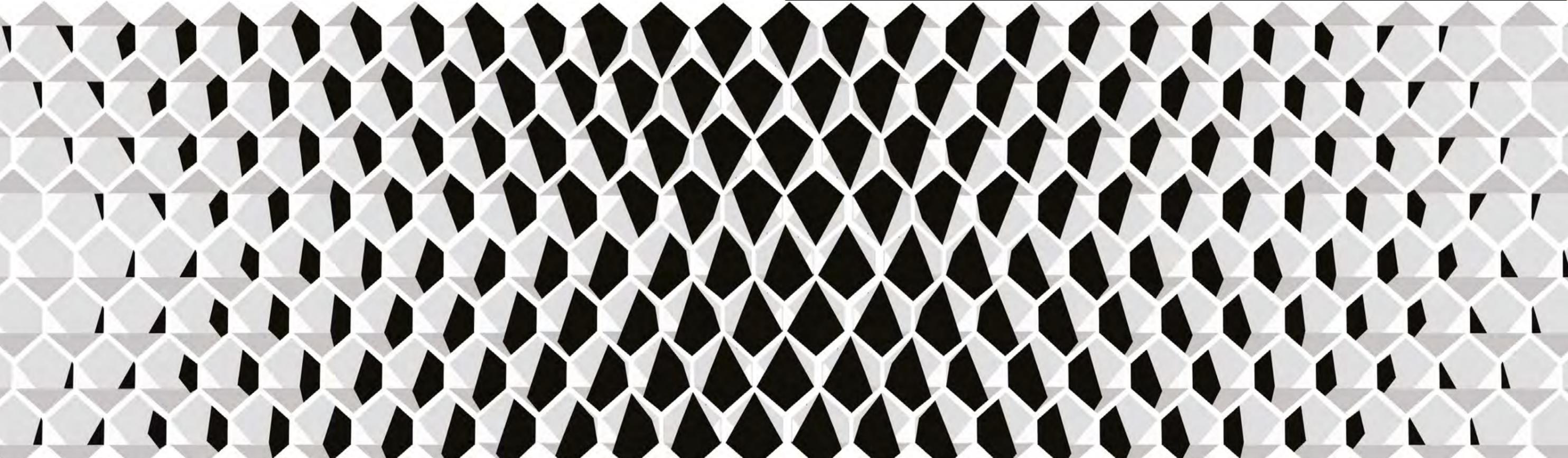




**PACKAGING .**

**03**

Un trapasso di forme che, partendo da un esagono , attraverso operazioni geometriche elementari - traslazione,rotazione,riflessione speculare, dilatazione - creano con motivo geometrico di conroscambio. Applicazione : questa trama ottenuta , presenta uno stile dinamico e moderno adatto a rinnovare l'immagine di un prodotto alimentare storico come il cioccolato . Quest'ultimo molto spesso si presenta con un packaging dai colori scuri e poco accattivanti che ne rende difficile la distinzione tra i diversi brand. Oltre alla carta , anche la texture ,di solito a quadri delle tavolette di cioccolato, è stata trasformata in rombi.



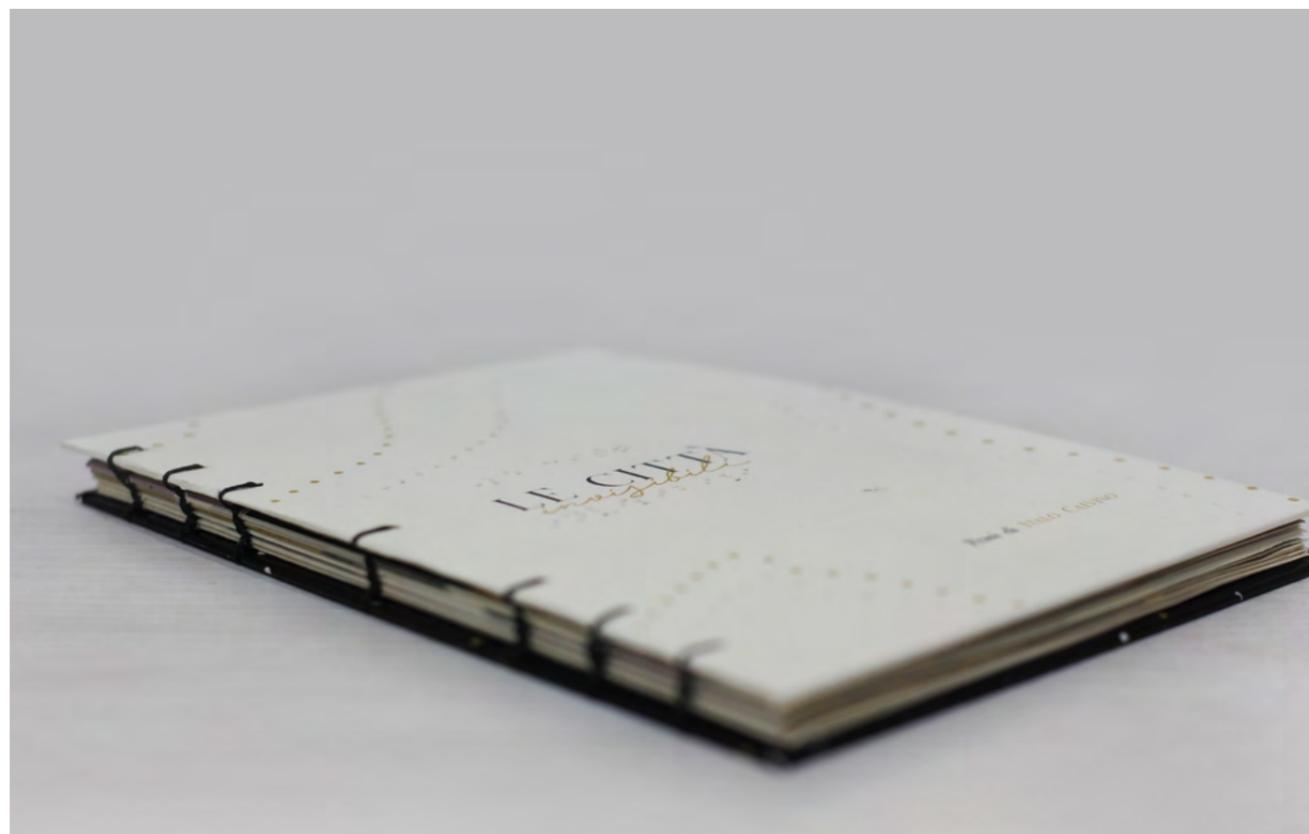


**BOOKS .**

**04**

BAUCI

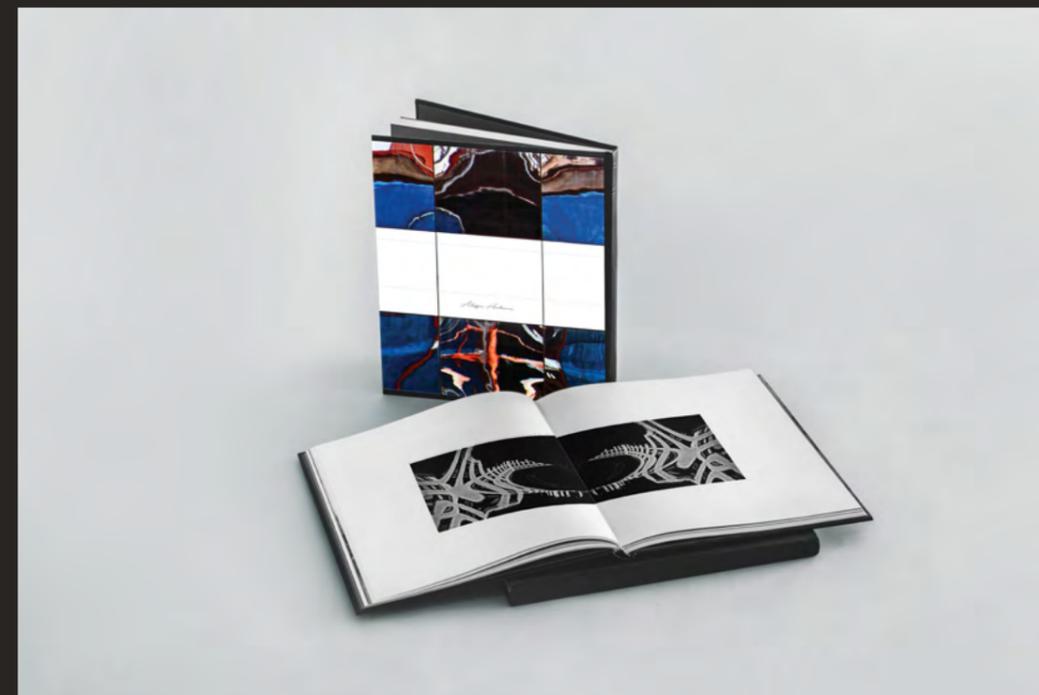
Progetto editoriale realizzato attraverso tecniche manuali e digitali , che nasce prendendo ispirazione dal celebre romanzo di Italo Calvino , Le città invisibili . Sono stati realizzati tre libri , con rilegature fatte manualmente ed illustrazioni inedite. Infine all'interno di ogni libro , è stato inserito un elemento che rimandava al tema dell'invisibile.





EDITORIAL .

05



Progetto editoriale su la città di Roma , partendo da tre quartieri (Prati , Corviale e l'Eur ) che per evidenti differenze rappresentano i diversi aspetti della capitale , si è realizzata una documentazione fotografica di quest'ultimi . Le fotografie , realizzate attraverso superfici riflettenti , ci mostrano una città fatta d'inchiostro , nelle quali i quartieri si fondono tra loro.

Questo nasce dalla voglia di raccontare attraverso la distorsione piu naturale ciò che mi circonda, traendo ispirazione dal metodo clinico delle macchie di Rorschach.





**ADVERTISING .**

**06**

Il progetto “Mi vuoi provare?” nasce come esercitazione universitaria, il cui scopo era concepire il lancio di un nuovo prodotto Nespresso, in questo caso una cialda. È stata realizzata la confezione di quest’ultima mantenendo lo stile originale dei packaging Lavazza apportando solo alcuni interventi per far si che la campagna risultasse coordinata. È stato creato poi lo slogan del manifesto “mi vuoi provare?”, il quale rende esplicita l’immagine di quest’ultima, una cialda preziosa e unica. Proprio come un anello di fidanzamento !



