

CONCORSO
DI COMUNICAZIONE
VISIVA E TERRITORIO

SICILIA FELICISSIMA

Concorso di comunicazione visiva e territorio
Prima Edizione 2016-2017

Un progetto di:

Abadir Accademia di Design e Arti Visive

Aiap Associazione Italiana Design della Comunicazione Visiva

Caffè Moak Spa

Credits:

Direzione Artistica e comunicazione:

For[me] Moak - Annalisa Spadola,
Marco Lentini, Sergio Iacono,
Angelo Ruta, Gianluca Campo,
Paolo Pluchino, Stella Orlandino,
Sara Di Pietro.

Curatela scientifica:

Vanni Pasca

Coordinamento generale:

Lucia Giuliano

Segreteria Organizzativa Concorso:

Clelia Valentino - Accademia Abadir

Valentina Ferro - Archinet

Social Media:

Clelia Valentino

Sponsor tecnici:

Monolithus, Lise Etichette,
Eurostampa 3D, Rubettino Print

*

Convegno

SICILIA FELICISSIMA

Design strategico e comunicazione visiva.

Coro di Notte Monastero dei Benedettini

Catania - 4 Novembre 2016

In collaborazione con:

Associazione Officine Culturali

Coordinamento:

Giula Carciotto

Supporto organizzativo:

Clelia Valentino, Federica Lo Giudice

Patrocinato da:

ADI Associazione per il disegno Industriale - Delegazione Sicilia

Università degli Studi di Catania

Confindustria Catania

Confcommercio Catania

SDS Architettura Siracusa

Mostre

Aiap Design Per. International Graphic Design
Week | Istituto Centrale per la Grafica | Roma
2017 | 23 settembre - 1 ottobre

Monastero dei Benedettini | Università degli
Studi di Catania | 5 - 7 Dicembre 2017

Curatela:

Vincenzo Castellana

Partnership:

Associazione Officine Culturali

Coordinamento:

Clelia Valentino

Progetto grafico:

For[me] Moak - Marco Lentini, Gianluca Campo

Stampa catalogo:

Rubettino Print

Cartiera:

Fedrigoni con Freelifelife Cento

Extra White 120 gr

Font:

Otliner e Monoxil Ondrej Job/Urtd

*



GIURATI

Vincenzo Castellana
Architetto, opera nell'ambito
delle strategie di prodotto e
comunicazione. Nel rapporto
ADI Design Index 2007, riceve
la nomination nell'ambito
della categoria ricerca per le
imprese. Nel 2008 fonda, con
Vanni Pasca, la delegazione ADI
in Sicilia. Docente di Design
Strategico presso l'Accademia
Abadir; dal 2014 è membro
del Comitato del Dipartimento
Generale e della commissione
Food Design di ADI Nazionale.

Paolo Di Vita
Designer della comunicazione, si
occupa di grafica editoriale e
di sistemi d'identità visiva. Ha
insegnato Comunicazione Visiva
al Corso di Disegno Industriale
della Facoltà di Architettura di
Palermo e realizzato progetti
per il teatro, la musica e le
arti visive. I suoi lavori sono
stati esposti al "Ogaki Poster
Museum Japan" in occasione
della "Modern Italian Poster
Exhibition 2007".

Cinzia Ferrara
Presidente nazionale Aiap.
Lavora come designer della
comunicazione visiva, come
ricercatore e come docente. Ha
scritto e curato i volumi Marc
Newson, design tra organicità
e fantascienza, Letteremix,
Comunicare la cultura, On the
road. Bob Noorda, il grafico del
viaggio, AWDA, e Da Addiopizzo
a LiberoFuturo. Docente di
comunicazione visiva presso
l'Accademia di Belle Arti di
Palermo e l'Accademia Abadir di
Catania.

Paola Nicita
Storica dell'arte, curatrice,
giornalista professionista.
Collabora per le pagine della
cultura de La Repubblica, ed
è docente a contratto presso
l'Accademia di Belle Arti di
Palermo. Come curatrice, ha
realizzato progetti per privati
e istituzioni e si è occupata
di esposizioni in Italia e
all'estero. Tra gli ultimi
impegni, Biennale di Venezia
2015 Jean-Luc Nancy.

Vanni Pasca
Storico del design, è stato
Presidente del Corso di laurea
in design presso l'UNIPA e
docente al Politecnico di
Milano, allo IULM e all'ISIA
di Firenze. Ha promosso il
concorso internazionale Design
Mediterraneo e diretto la
collana di Design per l'editore
Lupetti. È stato presidente
di AIS/Design ed è direttore
del Dipartimento di Design
dell'Accademia Abadir.

Rodrigo Rodriguez
Ha iniziato la sua avventura
nell'industria del mobile come
Vice Direttore Generale della
C&B Italia; poi, alla Cassina, è
stato Direttore Generale, Vice
Presidente e Amministratore
Delegato conducendo l'azienda
ad essere leader nell'industria
del mobile di design in Italia
e all'estero. Ha posto la
propria esperienza al servizio
del settore, ritenendo che il
successo di ogni azienda è
aiutato dal miglioramento del
settore cui essa appartiene.

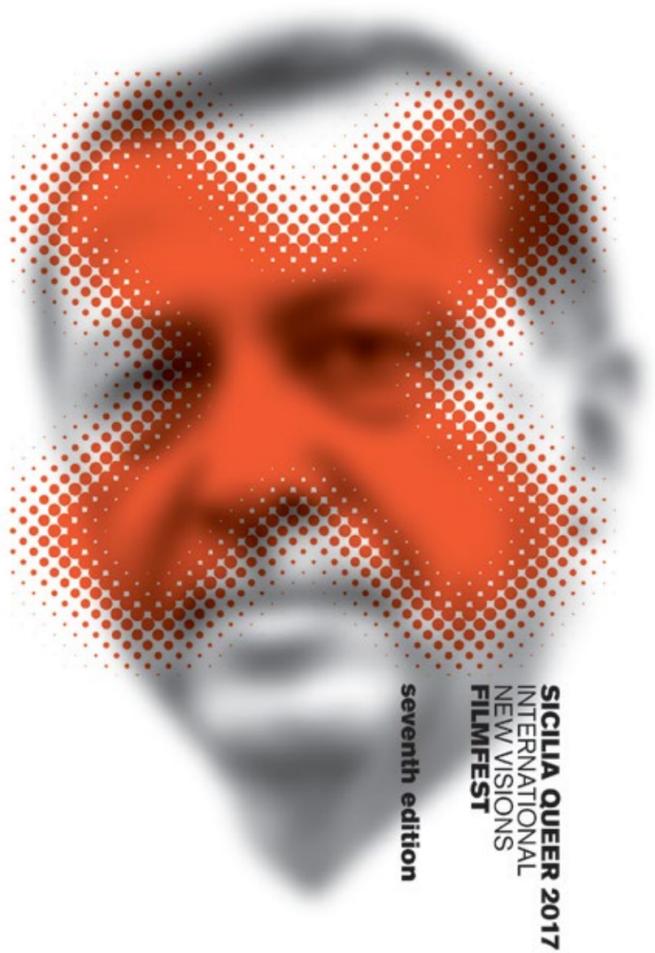
Leonardo Sonnoli
Graphic designer, ha lavorato
per: Biennale di Venezia,
Château des Versailles, François
Pinault Foundation, Centre
Pompidou, Mart, Studio Giulio
Iacchetti, GQ Magazine, The New
York Times, Artissima, Zanotta.
Nel 2004 Phaidon Press l'ha
inserito nell'elenco dei cento
più innovativi graphic designer
internazionali. Nel 2011 ha
ottenuto il Compasso d'Oro. Ha
insegnato al RISD (USA) e allo
Iuav di Venezia; oggi è docente
all'ISIA di Urbino. Membro
dell'AGI, è partner dello studio
Tassinari/Vetta.

Annalisa Spadola
Dal '96 è direttore marketing
del gruppo Caffè Moak, cui
trasferisce la sua idea di
marketing orientato all'impegno
culturale. Autrice del progetto
"Moak Cultura" promuove il Caffè
Letterario Moak, Corto Moak e il
neo concorso di fotografia Fuori
Fuoco. Nel 2009 commissiona
la nuova corporate identity al
designer Bob Noorda, e avvia
for[me]moak, un nuovo gruppo di
professionisti che la affianca
nei progetti di comunicazione.

1° PREMIO

Titolo del progetto:
Sicilia Queer
International Filmfest
Progettista:
Donato Faruolo

Committente:
Associazione Culturale
Sicilia Queer
Anno:
2014/2017



seventh edition
SICILIA QUEER 2017
INTERNATIONAL
NEW VISIONS
FILMFEST



Descrizione progetto
Sicilia Queer è il primo festival di cinema queer nel Sud Italia.

Dal 2011 si occupa di cinematografia e fenomeni culturali che sappiano affermare la propria indipendenza sul piano del linguaggio e, di conseguenza, sul piano del mercato; che siano cioè in grado di formulare visioni imprevedute e feconde a partire da una lettura critica e spregiudicata del reale. La formula innovativa di Sicilia Queer sposta l'attenzione oltre le questioni lgbt come rivendicazione identitaria - formula ormai classica del cinema e dei festival a tema - verso il Queer come metodo d'indagine e di generazione estetica. Rinuncia, nella propria

azione destrutturante, a formulare normatività minoritarie da opporre alle normatività dominanti. La sua immagine grafica è un'emanazione di questa azione culturale: propone un'approccio critico al branding minimizzando l'apposizione del marchio e non costituendosi come veicolo neutro per la mera promozione di un prodotto. Gli stilemi identitari sono ridotti al minimo: formati, tipografia e immagini retinate pronte da mescolare. L'intero ambiente di applicazione però muta di anno in anno, non offrendosi solo come strumento di veicolazione di un messaggio sovraordinato, ma declinandosi come fenomeno visivo integrante del festival.

Giudizio della giuria

Il primo premio va al progetto di identità visiva di Donato Faruolo per le quattro edizioni del Sicilia Queer. International New Visions Filmfest per avere strutturato un sistema identitario a partire da pochi e versatili elementi semilavorati, quali la tipografia netta e chiara nella sua scelta formale e nella declinazione

gerarchica, i formati modulari, le immagini che retinate perdono il loro aspetto realistico per divenire forme puramente grafiche, monocromatiche, prive di profondità e pronte a essere sovrapposte o mescolate tra loro. Un sistema che nella sua chiarezza formale diventa utile e imparziale strumento di traduzione visuale dai densi contenuti.

edizione 2017

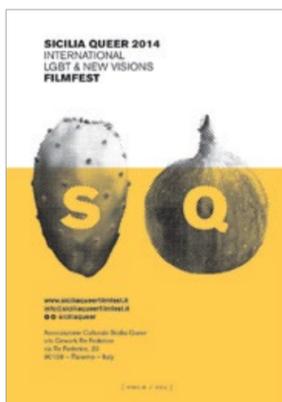


Donato Faruolo - graphic designer e artista si occupa di immagini e fenomeni visivi come dispositivi rivelatori di ansie, fallimenti e irresolutezze nella definizione dello statuto culturale di un'epoca.

edizione 2016



edizione 2015



edizione 2014

L'etimo del termine "queer" investe un piano semantico che condensa dentro di sé sia il concetto di trasversalità che di diversità. Al suo interno, pertanto, confluiscono non solo le tematiche GLBT (gay, lesbiche, bisex e transgender) in senso stretto, che vengono scardinate dalle banalizzazioni classificatorie di comodo, ma tutto ciò che può essere considerato out, differente, divergente. Oggi più che mai si sente la necessità, sostenuta tra l'altro anche dalle Raccomandazioni europee del 2006, di divulgare una cultura sempre più rivolta all'inclusione, alla socializzazione, e alla condivisione di spazi, idee

e stili di vita. A partire da queste considerazioni nasce il SICILIA QUEER, l'unico festival cinematografico internazionale a tematica queer in Sicilia (nonché in una ancora più ampia area centro mediterranea), che si propone attraverso il mezzo audiovisivo di promuovere il contrasto alla discriminazione sociale, di diffondere la cultura della diversità (di orientamento sessuale, di pensiero, di modi di vivere, ecc.), e una maggiore presa di coscienza dell'apporto positivo legato alle differenze.



2° PREMIO

Titolo del progetto:
Identità aziendale
La Timpa
Anno:
Progettista:
Go Marketing & Co.

Committente:
La Timpa
Anno:
2015/2016

Descrizione progetto

Padroni di un tempo che appartiene alla terra, rispettando la natura, la cura per le piccole cose, la cultura delle tradizioni integrata al progresso e all'innovazione tecnologica eco sostenibile, questa è la losoa che ha guidato il progetto. Si è costruito un ponte tra la modernità di un e-commerce e la natura senza tempo, lasciando al consumatore una sensazione fuori dalla dimensione della carta stampata, facendogli percepire il respiro

della natura, il grano che germoglia, la vita che irrompe. Il progetto graco asseconda la naturalezza della losoa de la Timpa, la scelta di un logo ad un colore e le immagini in coordinato rispondono a questa voglia di legarsi al territorio. Un'esperienza sensoriale che guida il consumatore ad immagini indimenticabili, come una passeggiata per le assolate stradelle costellate dai carrubi e dagli ulivi o al profumo della lavanda e delle erbe aromatiche.



Giudizio della giuria
Il sistema grafico diventa chiara espressione del progetto dell'azienda agricola che fa del rispetto per l'ambiente, del recupero della tradizione, della ricerca dell'eccellenza il suo manifesto ideologico oltre che produttivo. Il passato e il presente si coniugano nella scelta di tipografie dai tratti robusti come tronchi di ulivo, nella



sceita del colore che ricorda la terra arata pronta per la semina, nelle illustrazioni che sembrano tratte da antichi manuali di agricoltura, nelle composizioni ordinate come un campo coltivato senza nulla concedere al superfluo.



L'azienda agricola La Timpa nasce ufficialmente nel 2015 dopo un lungo lavoro di recupero e di organizzazione logistica di uno splendido appezzamento terriero sito nell'amabile vallata del carrubo. La Timpa produce alcuni fra i più ricercati prodotti agricoli biologici certificati come lo zafferano, l'olio extra vergine d'oliva degli Iblei, le carrube e svariate qualità di piante aromatiche. All'azienda, a vocazione prevalentemente agricola, si è poi contestualmente affiancata l'attività artigianale e manifatturiera dello storico Mulino ad acqua con macina in pietra sito lungo il corso del torrente Santa Domenica nell'omonima vallata. Il mulino, di proprietà familiare da oltre 15 anni, interamente ristrutturato e perfettamente funzionante,

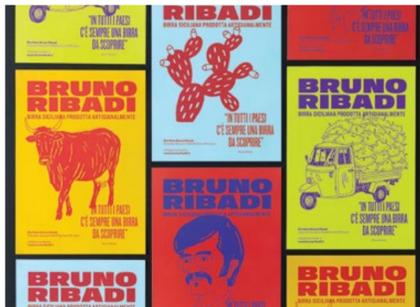


volge la sua attività alla molitura a freddo di grani antichi siciliani, coltivati in regime biologico, producendo farina integrale con germe di grano attivo integrale, ideale per la panificazione e la produzione di prodotti tipici ragusani.



Go Marketing & Co. - Agenzia di comunicazione nata a Ragusa nel 2013. Si occupa di Web, Branding, Social Media e Advertising, sviluppando strategie di marketing cross-mediali e multi-canale. Il team è composto da 7 giovani creativi attenti alla continua evoluzione delle nuove tecnologie, dei nuovi media e della società in rete.

Go Marketing & Co.:
Rita Benedetto
Valentina Caruso
Gaetano Guastella
Andrea Mangano
Dario Piccitto
Laura Raffo
Alessandro Ribaldo
Erika Rotella
Antonio Scribano



3° PREMIO

Titolo del progetto:
Bruno Ribadi
Anno:
Progettista:
Atelier790,
Francesco Tagliavia

Committente:
BM srl
Anno:
2016

Descrizione progetto

Bruno Ribadi è un microbirificio artigianale siciliano che nasce a Cinisi nel 2016 con l'idea di reinterpretare la produzione di alcune tipologie di birre attraverso l'utilizzo di ingredienti tipici del proprio territorio. Gli elementi del sistema di identità visiva caratterizzati da colori a

contrasto, illustrazioni dal linguaggio irriverente ed una forte tipografia, articolano il racconto di un viaggio surreale. Sulle etichette elementi di matrice siciliana si mescolano ad ambientazioni di paesi diversi, creando gli scenari visionari in cui si svolgono le avventure di Bruno.



Giudizio della giuria
Per l'ironia, la coerenza, l'efficacia con cui viene raccontato il prodotto, nato sul territorio siciliano a cui si rifa, senza nulla concedere al mito, al folklore, alla tradizione di un'isola sempre favoleggiata, in modo contemporaneo, irriverente, volutamente sfrontato. Il sistema degli elementi che vanno a comporre la sua identità sono vistosi e taglienti, nella tipografia robusta ed espansa, nel disegno di Bruno i cui abiti raccontano insolitamente aspetti della birra, nei colori stridenti e disarmonici combinati per ottenere il maggiore contrasto possibile. Contrasto che si rivela anche nell'irrispettoso disegno degli sfondi che mescola emblemi e riferimenti di territori e paesi diversi.



Atelier790 - Studio di progettazione grafica orientato allo sviluppo di sistemi di identità visiva per organizzazioni private e pubbliche. Lo studio fondato a Palermo nel 2013 da Antonio Giancontieri, Francesco Gioia, Maria Ianiri, Nino Lombino e Leonardo Vaccaro, mette insieme l'esperienza progressiva dei soci nella progettazione di sistemi di identità visiva, packaging e artefatti editoriali con lo scopo di risolvere, attraverso un approccio progettuale sistemico, tutte le esigenze legate alla identità e alla comunicazione aziendale.

Atelier790
Antonio Giancontieri
Francesco Gioia
Maria Ianiri
Nino Lombino
Denise Mucera
Leonardo Vaccaro



Bruno Ribadi nasce a Cinisi, da ragazzo viene educato presso il monastero dei Frati Benedettini, dove entra in contatto con un monaco belga che gli insegna i rudimenti della birificazione. Preso dalla smania di viaggiare, decide di partire in giro per il mondo per scoprire i

segreti delle migliori birre. Dopo un lungo viaggio ritorna a Cinisi ma irrequieto decide di ripartire ancora una volta. Dal quel momento non si hanno più notizie di Bruno, ma dei suoi viaggi e delle sue ricette segrete resta come memoria un diario...

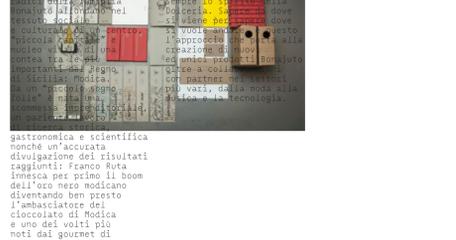
MENTIONE SPECIALE
Titolo del progetto: Restyling Identità Antica Dolceria Bonajuto
Progettisti: Afterstudio
Comitato: Antica Dolceria Bonajuto
Anno: 2015



"Antico" da "vecchio". Un'azienda che profuma di fine Ottocento deve riuscire a dialogare con il pubblico di oggi. Per fare ciò può rileggere i segni che l'hanno resa riconoscibile per più di un secolo e sintetizzarli con un gusto nettamente



stessi di cento anni fa. È così si è creduto dovesse essere pure con la confezione che li contiene.

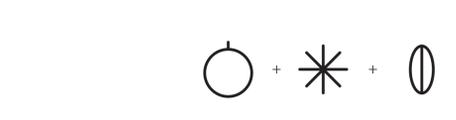


Afterstudio: Gianluca Campo, Marco Lentini, Angelo Ruta

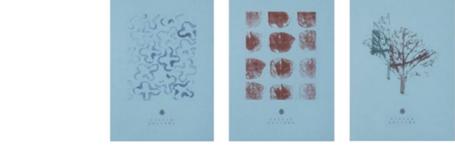


MENTIONE SPECIALE
Titolo del progetto: Identità Ciccio Soltano
Progettisti: Copystudio
Comitato: Ciccio Soltano
Anno: 2015

Cuoco ragusano, titolare del ristorante Duomo, insignito della due stelle Michelin un grande cuoco siciliano, italiano ed europeo ha commissionato un marchio personale e, volendo evitare il facile cliché del profilo somatico, si è preferito cercare lo spunto iconografico tra le linee guida della sua cucina: in seguito a un'intervista è stato ridotto il tutto a tre ingredienti: l'olio, il sale, il grano, resi graficamente nella sovrapposizione dinamica di tre livelli: il risultato è un'unica icona che ne palessa l'incastro.



Ad Doppio è un'associazione espressamente apolitica, ma politica, perché promuove la partecipazione democratica come modalità per il superamento di tale sistema di potere. Uno dei principali strumenti realizzati dall'Associazione è la campagna di consumo critico "Pago chi non



gastronomica e scientifica nonché un'accutata divulgazione dei risultati raggiunti: Franco Ruta innesca per primo il boom dell'olio negro modificando diventando ben presto l'ambasciatore del cioccolato di Modica e uno dei volti più noti dal gourmet di



Copystudio: Irene Belluardo, Enrico Di Stefano, Luana Gavina, Carlo Scibano



MENTIONE SPECIALE
Titolo del progetto: Consumo critico Pago chi non paga
Progettisti: Fausto Gristina
Comitato: Comitato Ad Doppio
Anno: 2005



Ad Doppio è un'associazione di volontariato nata spontaneamente, dal basso, a Palermo nell'estate del 2004. Lotta contro il racket delle estorsioni mafiose, interpretandolo come immediata manifestazione dell'esistenza di cosa nostra, nonché come tassello di un più esteso sistema di potere mafioso.

Paga", pratica collettiva che impegna i cittadini-consumatori a compiere i propri acquisti presso le imprese e gli esercizi commerciali che non si piegano ai fenomeni estorsivi e mafiosi. Oggi gli operatori economici sono oltre 1800 e i cittadini che hanno sottoscritto il manifesto più di 10.000.



Fausto Gristina, nato a Palermo il 19/01/1961. Dal 1980 al 1984 frequenta l'Accademia di Belle Arti di Urbino dove si diploma in Pittura. Tornato a Palermo svolge l'attività di artista partecipando ad alcune mostre personali e collettive in Italia. Nel 1985 inizia a collaborare con alcune agenzie di comunicazione come graphic designer. Dal 1986 svolge l'attività di progettista grafico free lance. Nel 2004 insegna a contratto presso l'Accademia di Belle Arti di Palermo ed inizia il suo rapporto di collaborazione con il Comitato Ad Doppio, curandone la comunicazione visiva. Dal 2011 occupa la cattedra di Graphic Design presso l'Accademia di Belle Arti di Palermo. Partecipamente all'insegnamento continua a svolgere la libera professione come graphic designer free lance.

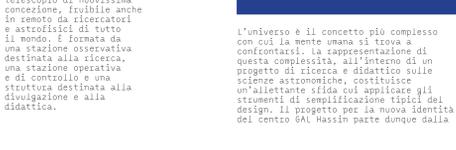


Ed è uno studio di comunicazione visiva con sede a Firenze. Fondato nel 1983 da Gianni Simi, Franca Gori e Chiara Galli. Ed è occupato di progetti intermediari a stampa, sui web e in video con particolare attenzione alla sperimentazione e alla ricerca attraverso le nuove tecnologie applicate ai visual design. Questa impostazione ha permesso a Ed di sviluppare progetti di identità particolarmente complessi e declinati nelle varie visualizations - mantenendo sempre un'elevato livello di innovazione nella progettazione grafica.



MENTIONE SPECIALE
Titolo del progetto: GAL Hassin
Progettisti: Gianni Simi/Ed
Comitato: Comune di Isello
Anno: 2016

Il Centro Internazionale per le Scienze Astronomiche di Isello, è uno dei più avanzati telescopi di nuovissima concezione, fruibile anche in ceneri da ricercatori e astrofili di tutto il mondo. È formata da una stazione osservativa destinata alla ricerca, una stazione operativa e di controllo e una struttura destinata alla divulgazione e alla didattica.



creazione di una personale mappa del cielo, basata su una griglia modulare come le singole porzioni di cielo osservabili al telescopio, in grado di comorri e ricomporre con oggetti e linguaggi in senso diversi. È la rappresentazione di una



Gli ambiti della sua continua trasformazione comprendono la nuova organizzazione interna dei servizi, il regolatorio ammodernamento dell'edificio, modalità e protocolli più agili e diretti nell'erogazione dei servizi, oltre che al fisiologico e continuo aggiornamento del personale e all'adeguamento delle sue attrezzature.

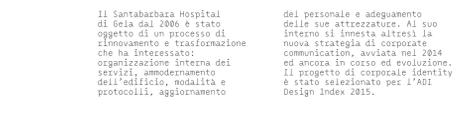


Ed è uno studio di comunicazione visiva con sede a Firenze. Fondato nel 1983 da Gianni Simi, Franca Gori e Chiara Galli. Ed è occupato di progetti intermediari a stampa, sui web e in video con particolare attenzione alla sperimentazione e alla ricerca attraverso le nuove tecnologie applicate ai visual design. Questa impostazione ha permesso a Ed di sviluppare progetti di identità particolarmente complessi e declinati nelle varie visualizations - mantenendo sempre un'elevato livello di innovazione nella progettazione grafica.



MENTIONE SPECIALE
Titolo del progetto: Santabarbara Hospital
Progettisti: Gaetano Licata, Michele Cammarata
Comitato: Santabarbara Hospital
Anno: 2015

Il Santabarbara Hospital di Gela dal 2006 è stato oggetto di un processo di rinnovamento e trasformazione che ha interessato: organizzazione interna dei servizi, ammodernamento dell'edificio, modalità e protocolli, aggiornamento



del personale e adeguamento delle sue attrezzature. Al suo interno si innesta altresì la nuova strategia di comunicazione, avviata nel 2014 ed ancora in corso ed evoluzione. Il progetto di corporate identity è stato selezionato per l'ADI Design Index 2015.



Crisimalfi, nuovo presidente del SANTABARBARA HOSPITAL, ha attivato un processo di rinnovamento e trasformazione, verso standard sempre più alti e paragonabili con i migliori esempi europei di medie strutture ospedaliere accreditate dal ministero pubblico.



Michele Maria Cammarata Architetto, dottore di ricerca in Design, tutore presso l'Accademia di Architettura di Mendrisio, in L.I.U.V. e dal 2006 nel corso di laurea in Architettura e in quello di design Industriale a Palermo. Vive e lavora a Palermo.



PROGETTO SELEZIONATO
Titolo del progetto: Fichette vini Tenuta Rehale
Progettisti: Adduma Communication
Comitato: Tenuta Rehale SRL
Anno: 2016



C'è un luogo ancestrale al centro del mediterraneo dove paesaggi, colture e culture si susseguono da millenni creando profumi e prodotti. Pantalieria. Qui nascono questi vini inimitabili, vestiti da illustrazioni che mescolano le caratteristiche morfologiche, cromatiche e naturali del luogo, gli animali autoctoni rappresentati si fondono col panorama. L'etichetta è stampata su carta naturale in quadricromia e lamina oro.

Alta Moca è un progetto vitivinicolo fortemente voluto dal fratello Cusumano che si concretizza nel 2014, nell'area della DOC Etna. L'identità visiva dell'azienda e dei prodotti si sviluppa attraverso un sistema affidato ad un solo carattere tipografico, il Benton Sans, utilizzato sia per il logotipo (in maiuscolo regolare) che per tutti gli altri contenuti testuali. Un linguaggio rigoroso, cromaticamente austero, in predominanza bianco su nero, senza l'ausilio di illustrazioni o motivi grafici. La contemporaneità della grafica, fatta di rigore e sola tipografia, in antitesi alla viticoltura centenaria di quell'area.



Antica Ricetta Siciliana è un progetto di packaging per una linea di bibite destinate al canale HoReCa, che ha permesso a Bibite Polara di afferinarsi sul mercato nazionale e internazionale. Protagonista è la raffigurante una figura femminile in stile anni 50. Cromatismo tibrnico, texture, linee curve, catenari, retro e utilizzo di colori speciali, compongono alla creazione di un'immagine accattivante e tagliata.



Il nome Crescente rappresenta l'esigenza di trovare un denominatore comune delle precedenti attività separate. L'atmosfera è ottenuta dalla moderna reinterpretazione di oggetti della tradizione. Il bancone è decorato con materassi ginocchi, impazziti da elementi cromatici e il disegno si trasforma in strutture di ferro; il marchio è flessibile in tutte applicazioni, dal coordinato commerciale all'ideazione di prodotti.



PROGETTO SELEZIONATO
Titolo del progetto: Atletico Farina
Progettisti: Copystudio
Comitato: Luca Causacano
Anno: 2016



Alla richiesta di ideare e realizzare una pizzeria con cucina sul litorale Isello si è risposto ribatendo la tendenza imperante: Atletico Farina è un nome già marchio. È una storia-prodotto immaginaria che unisce pizza, farine antiche, gente e riso sportivo in un luogo i cui elementi sono un mix che va dalle figureine dei calciatori al calcio ballista al bar Sport dove al centro c'è una squadra di camerieri e pizzaioli.

Nella stessa direzione vanno la scelta di usare colori fluorescenti monocromatici, di cambiare il colore della carta in nero e di sostituire la confezione con un cofanetto più prezioso del maglio stesso.



Anche se chiuso per restauro, dal 2014 il Museo Archeologico Antonino Salinas racconta la storia del suo patrimonio storico culturale: opere d'arte, collezioni della cultura fenicio-punica, greca, etrusca e romana. Testimonianze della storia siciliana. Sono le "storie di tutti noi".



Il progetto è iniziato dalla creazione di un archivio fotografico, tramite selezione tra i materiali storici aziendali e commissione di nuovo scatti. Il contrasto tra i colori caldi delle pietre di tufo e il blu dell'orizzonte ha guidato la scelta dei colori. Sono stati commissionati i pack dei nuovi saponi per cui la luminosità siciliana ha ispirato il ridisegno in chiaro il nuovo look della porta della chiesetta.



PROGETTO SELEZIONATO
Titolo del progetto: Etna
Progettista: Industrial01
Comitato: Seb Di Mauro
Anno: 2016



Un progetto di comunicazione visiva che mette insieme il meglio del design e l'eccellenza di un azienda che ha deciso di puntare sulle potenzialità del magma del vulcano Etna e realizzare top, tavoli e rivestimenti e una pregiata linea cucina in pietra lavica scagliata o con acciaio cotto o legno da personalizzare.

Natura è... itinerari dell'Alto Belice è legato alla promozione, comunicazione e Evoluzione di percorsi naturalistici, culturali, enogastronomici del relativo territorio. Sono stati realizzati: logo, immagine sito, app, mappa cartacea e segnaletica. Sito e app includono mappe, riconoscimento della flora e segnalano punti di interesse, aziende e piante. L'app consente di geolocalizzarsi e trovare bike-sharing e info-point.



Il progetto vuole mostrare bellezza e storia di un'isola vissuta da quasi tutte le più importanti civiltà. I prodotti scelti permettono di scoprire tale cultura che si espone anche attraverso l'ergonomia: il marchio rappresenta Trinacria il Teatro Greco, le geometrie richiamano alle lavorazioni mitive arabo-normanne. Attraverso i codici cromatici si è voluto restituire la tavolozza cromatica della natura e dall'arte.



Ottovetti è i suoi vini intendono farsi conoscere, in un soffio delicato ma intenso, quelle esperienze sensoriali che solo il gusto ed i profumi di uve coltivate e lavorate con sapienza sono in grado di generare. Solo nel recupero della dimensione poetica, unica e mitica, commistura ai venti, è possibile cogliere il senso della terra di Sicilia. La brand identity prende spunto da questo incipit, che raffigura perfettamente la natura del luogo, rappresentando l'idea di "vento" dal marchio all'etichetta, dal sito alla brochure.

