

Rowenne Bautista
Paola Cornaggia

Vittoria Innocenti
Jeannette Rubino



Concorso di Idee 3W
2023

Proposte nuova identità visiva



Perché vedrò tanto rosso?

Perché vedrò tanto rosso?

Non è scontato

Perché vedrò tanto rosso?

Non è scontato
Impattante

Perché vedrò tanto rosso?

Non è scontato

Impattante

Ha molteplici significati

Il significato del rosso va oltre la percezione fisica del colore di un oggetto e riempie la parola "rosso" di significati soggettivi.

Possiamo diventare "rossi di rabbia", ma anche di vergogna o timidezza, e quando "vediamo rosso" non è a causa di un difetto visivo, ma perché proviamo una forte animosità.

Non sorprende che il rosso sia uno dei colori più utilizzati nelle strategie di comunicazione visiva, che possono essere paragonate alle strategie di comunicazione naturali.

Il color porpora è da sempre simbolo di prestigio, ricchezza e potenza.

Il pigmento viene secreto da una ghiandola del mollusco murice, di colore violaceo: ogni ghiandola può produrre

una sola goccia di porpora, per questo motivo il pigmento è molto costoso. A seconda della lavorazione, potevano originarsi

tre diverse sfumature di colore:

il cosiddetto rosso porpora, simile al colore del sangue o del fuoco, il porpora di Tiro chiara e il porpora di Tiro.

Tiro, assieme a Sidone, era infatti uno dei principali centri di produzione della porpora: proprio i Fenici furono i primi a scoprire l'esistenza dei murici.

Si narra che il cane del dio Melqart si colorò la bocca di rosso brillante per aver mangiato un murice spiaggiato mentre passeggiava con la bella nereide Tiro.

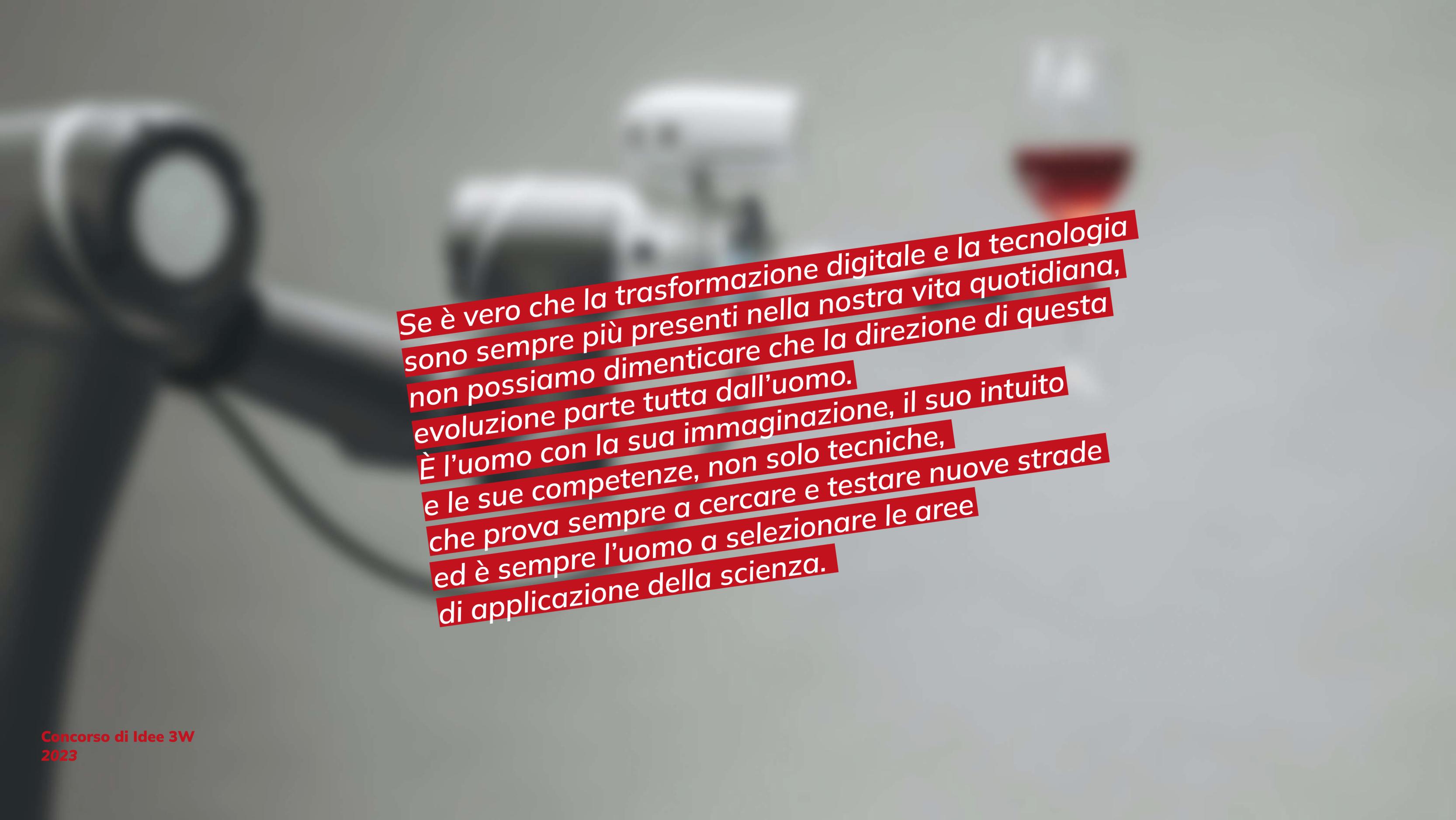
Il dio Melqart per chiedere la mano dell'amata, decise di confezionarle un vestito dello stesso colore e fu così che nacque la cosiddetta "porpora di Tiro".

Il rosso è senza dubbio il colore più intenso
e al tempo stesso più contraddittorio della nostra
tavolozza cromatica.

Pur essendo uno dei colori base, attira la nostra
attenzione come nessun altro. Avvolto dalle emozioni
contraddittorie di Cupido e del diavolo,
è il colore dell'amore e della guerra, del sangue
e del fuoco, della vita e della morte, del dominio
e della passione, del sesso e del romanticismo,
del pericolo e del coraggio.

Dal Magazine Sindroms, Red Sindrom





Se è vero che la trasformazione digitale e la tecnologia sono sempre più presenti nella nostra vita quotidiana, non possiamo dimenticare che la direzione di questa evoluzione parte tutta dall'uomo. È l'uomo con la sua immaginazione, il suo intuito e le sue competenze, non solo tecniche, che prova sempre a cercare e testare nuove strade ed è sempre l'uomo a selezionare le aree di applicazione della scienza.

**DUE PROPOSTE
PAYOFF**

L'unione fra arte e tecnologia è la base del concept che 3W abbraccia da anni. Per raggiungere i giusti obiettivi ci vuole *determinazione e un pizzico di romanticismo.*

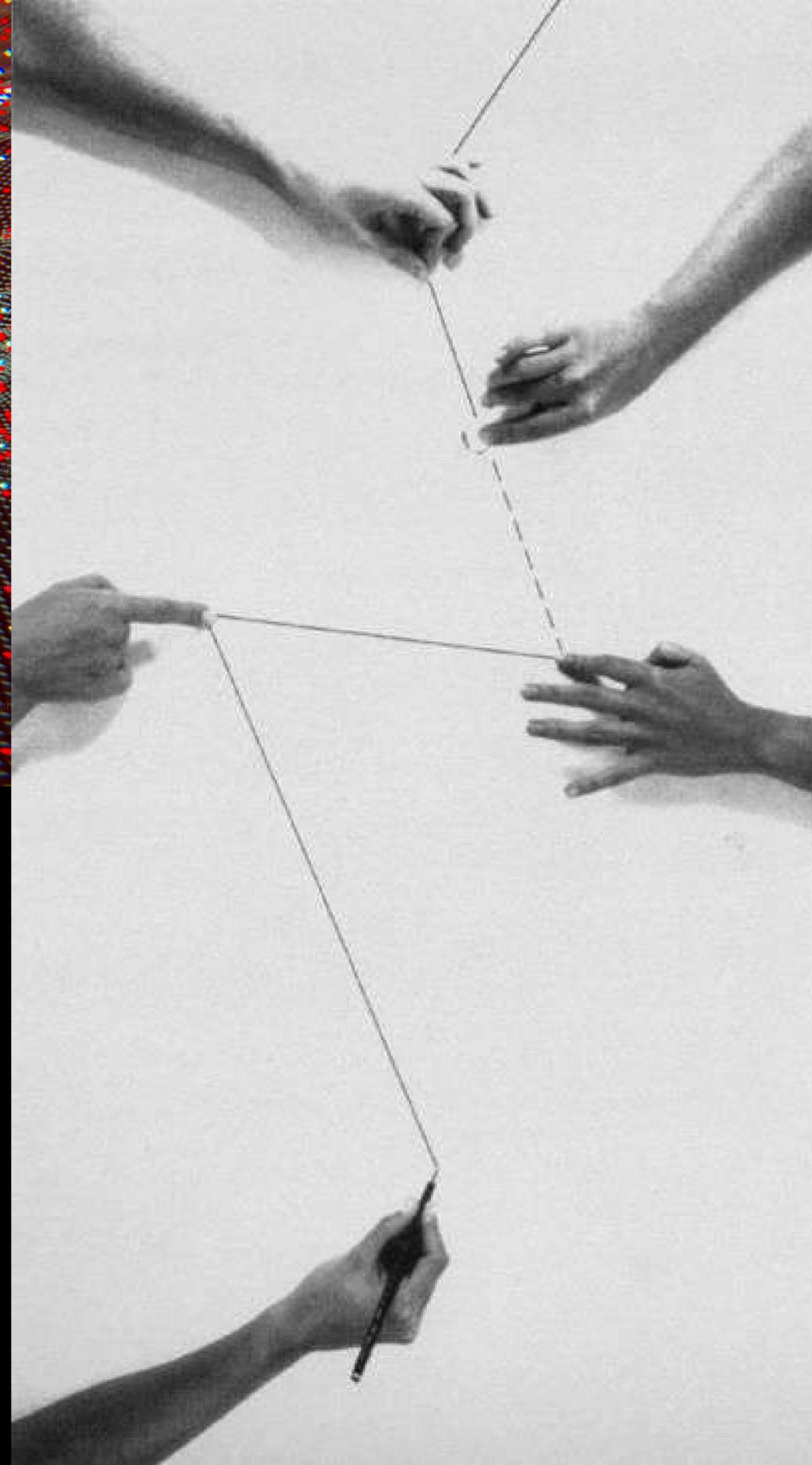
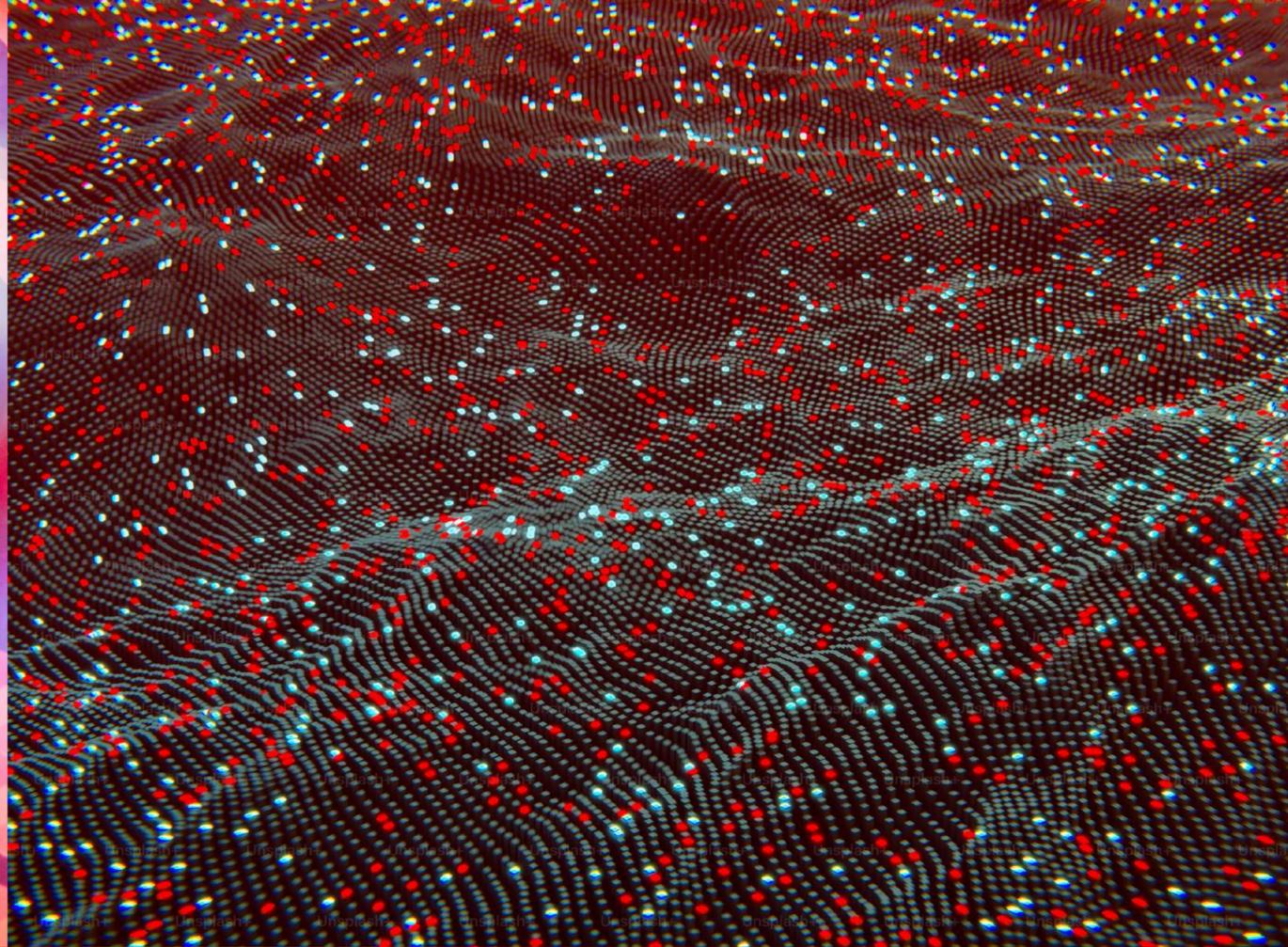
Innovate, elevate, dominate

è ciò che racchiude questi ideali: nell'arte, nella ricerca e nella vita.

Per arrivare in fondo ad una vera ricerca è necessario unire le molteplici conoscenze.

Multiply your talent

moltiplica i tuoi talenti: un payoff *motivazionale* che vuole spronare chiunque a dare il meglio nel campo.



PRIMA PROPOSTA

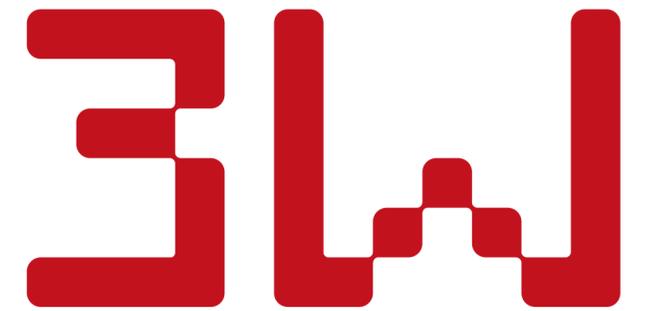
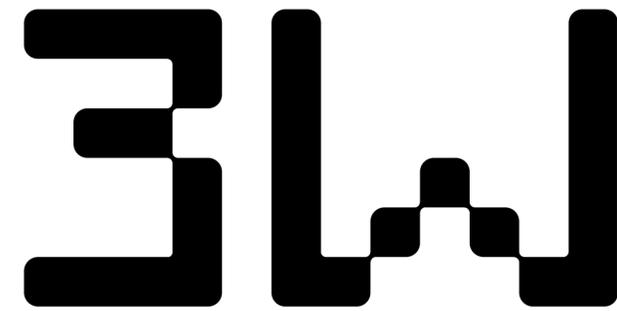
Proponiamo un re-branding dell'ultimo logo in rappresentanza del Concorso 3W.

I pixel riprendono la tecnologia, rappresentati in una chiave più fluida facendo riferimento al mondo delle arti.

Riprendiamo le connessioni che si creano nella ricerca.

I pixel, inoltre, sono caratteristici di un'immagine frastagliata, non chiara.

La ricerca scientifica unita alla passione per il lavoro se comunicata bene può rendere appetibile argomenti non semplici.



MULTIPLY YOUR TALENT



MULTIPLY YOUR TALENT

PREMIO MARKETING

Ratto di Poserpina, Mastro Bernini, 1621-1622

Accademia ISIA
Istituto Superiore per le Industrie Artistiche
Roma e Pordenone

**Andrea
Bon**

SONO I SUPERHERO

Il concept quibus, sapitio ventem eos ma dicatem hil mini qui toris el earum in pa conecta tiatenihil iustibus sitatinus. Us sinus imporom volo tendit eum expe magniendia con cumet ab in nus natem volupta vel minis earum quas nullaut vitaquis solum-quo optat pliquid.

Uipa et, accum ut lam rae etu-
rehe nimodis modit ommodis
experunt lab iur sunt es que
nemporem eos doluptatem
vendis dolorum daniendat, si
idendandus, quam illitaquam
arum, sum quatem. Um nestis
quis explibus num re non era
sus ditaepu dignis dita nullabore-
ped magnatem voluptasit venis
nest ea dollandi rempere, optae
volenda nderate non nonsecae
consequae pre rente inus ipsus
si conemque perum eaquod
molestis explaut pa volo maximil-
lis eribus sed event, tes eveliqui
remporem fuga. Itasi dolupti
temque nobistia cus.
Fersper ovitat. Xerspietur sequa-
sinctur sum reperibus dendi to
que non nonem eaquis nihicipiet
autat exeruntur aut molut aut
ipienet faccae cus sit latquas
ea con eriorit rempe ventiuscid
maionest, qui am que seniet et
asi nis molorro idenduc ipicae.
is prorest ruptate plis aperiate
pedignimetur as si occae con pro
beaque et, sam sincit illoreium
aut archill essimolo id et volorae
num verovid qui

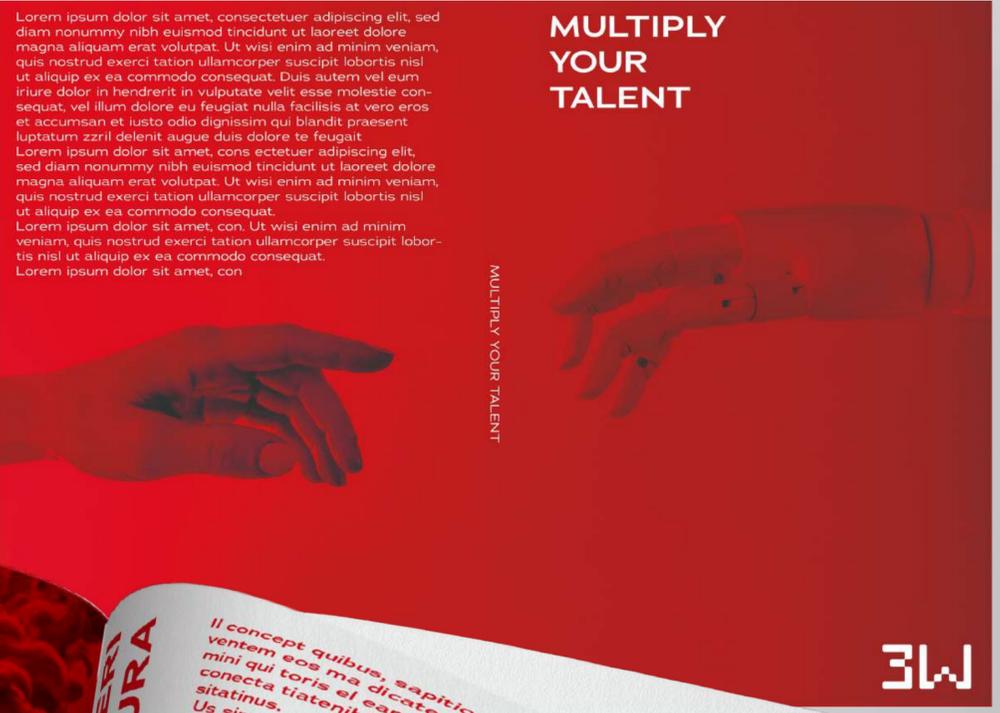
Uipa et, accum ut lam rae etu-
rehe nimodis modit ommodis
experunt lab iur sunt es que
nemporem eos doluptatem
vendis dolorum daniendat, si
idendandus, quam illitaquam
arum, sum quatem. Um nestis
quis explibus num re non era
sus ditaepu dignis dita nullabore-
ped magnatem voluptasit venis
nest ea dollandi rempere, optae
volenda nderate non nonsecae
consequae pre rente inus ipsus
si conemque perum eaquod
molestis explaut pa volo maximil-
lis eribus sed event, tes eveliqui
remporem fuga. Itasi dolupti
temque nobistia cus.
Fersper ovitat. Xerspietur sequa-
sinctur sum reperibus dendi to
que non nonem eaquis nihicipiet
autat exeruntur aut molut aut
ipienet faccae cus sit latquas
ea con eriorit rempe ventiuscid
maionest, qui am que seniet et
asi nis molorro idenduc ipicae.
is prorest ruptate plis aperiate
pedignimetur as si occae con pro
beaque et, sam sincit illoreium
aut archill essimolo id et volorae
num verovid qui



MULTIPLY YOUR TALENT

MULTIPLY
YOUR
TALENT

3W

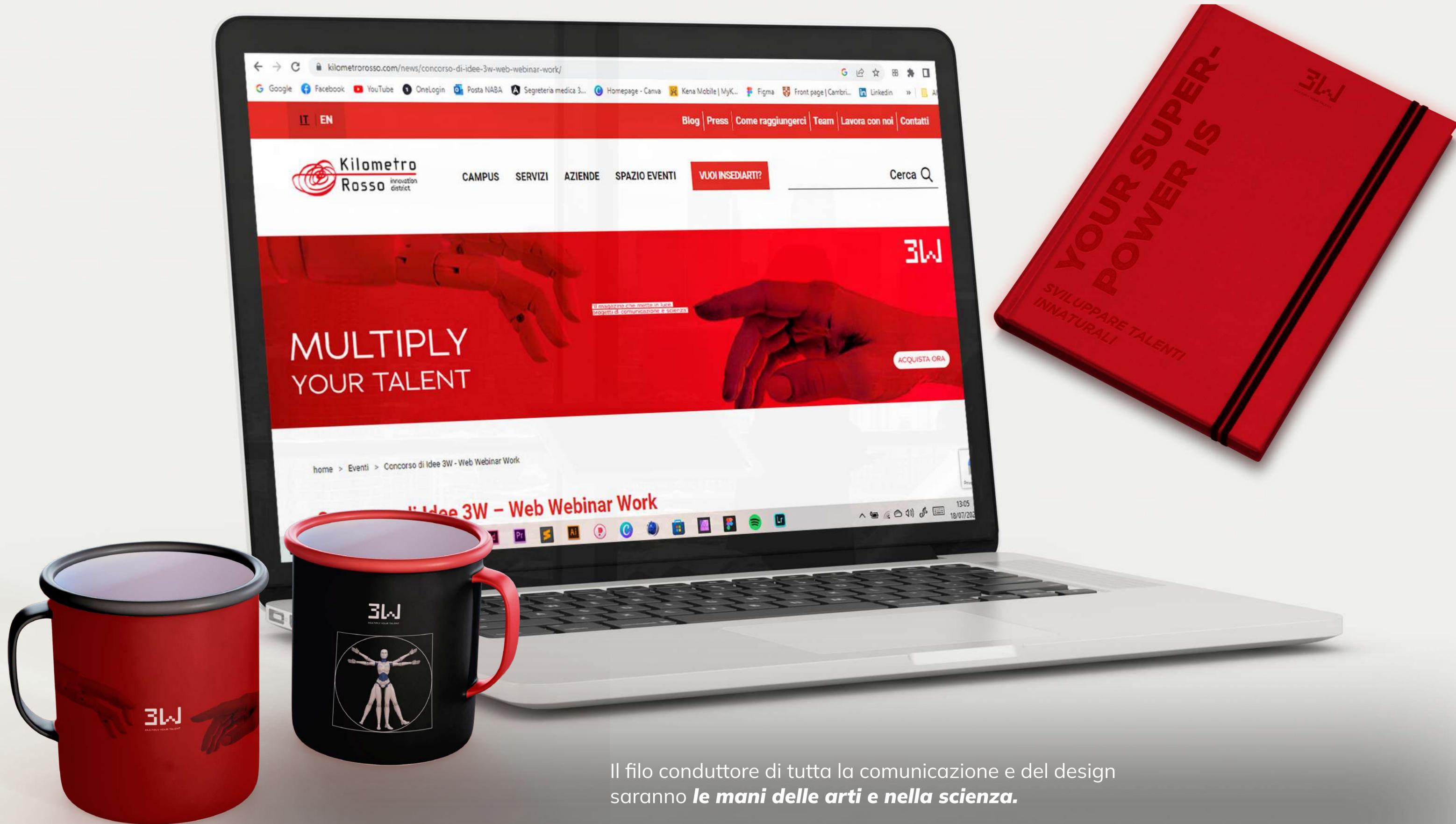


I PROGETTI SELEZIONATI E PREMIATI
IDEE E PROGETTI DEL CONCORSO 3W

3W

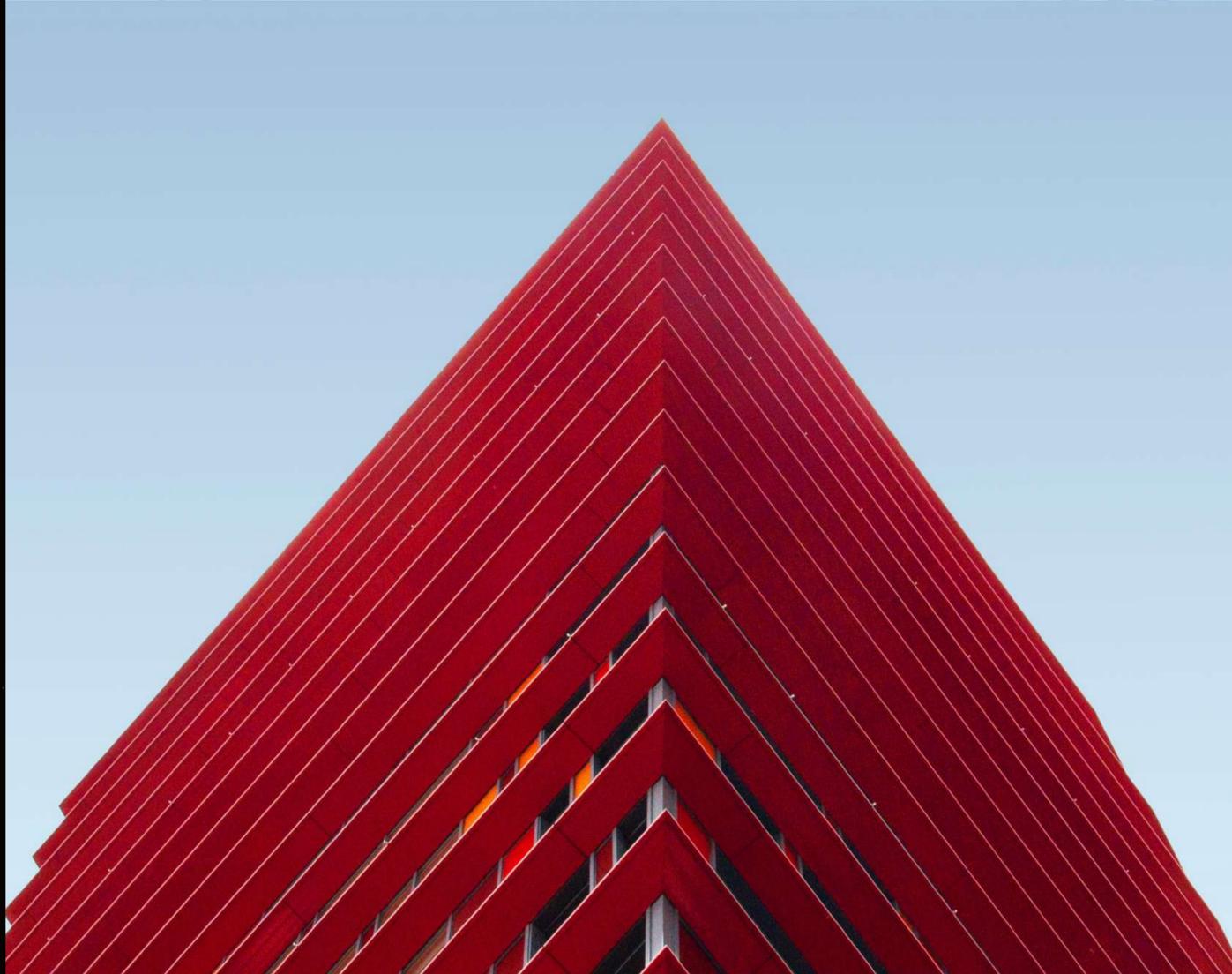
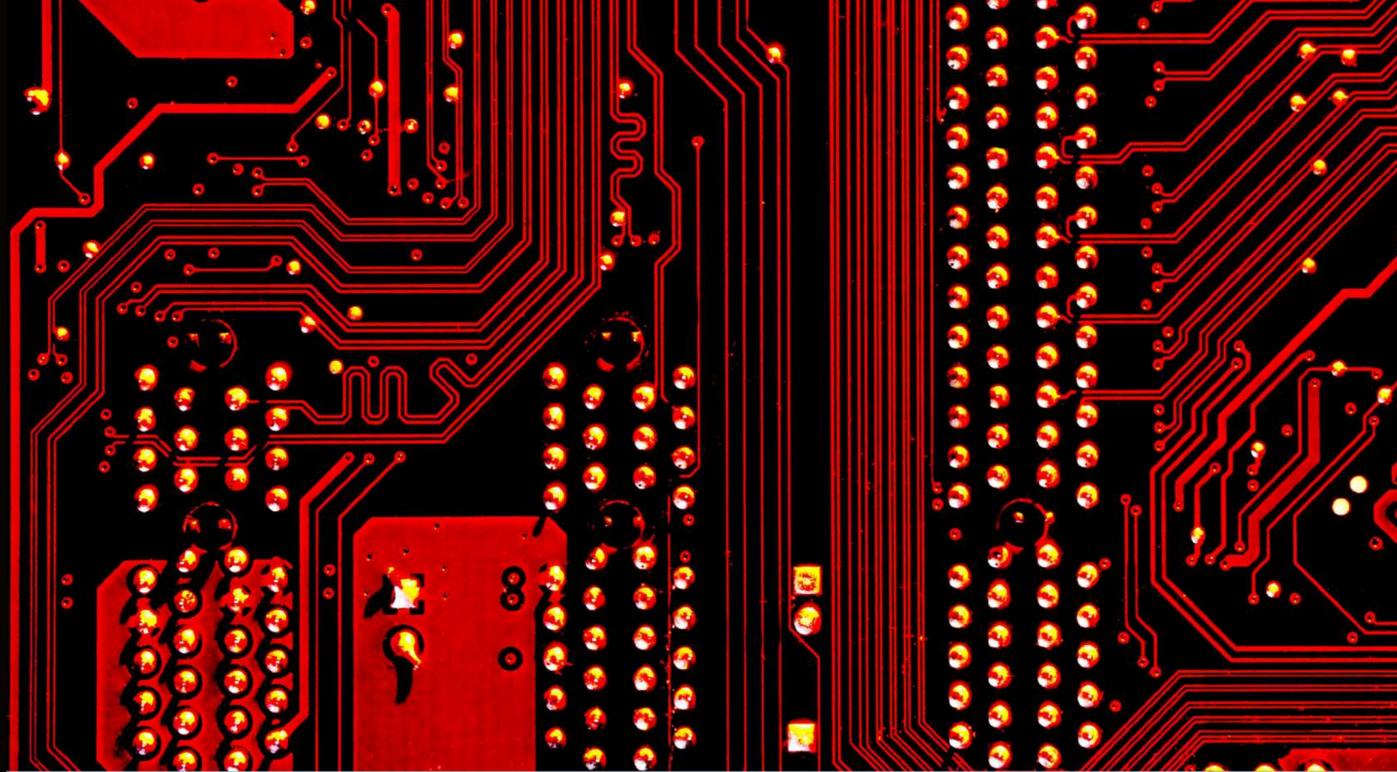
MULTIPLY YOUR TALENT





Il filo conduttore di tutta la comunicazione e del design saranno **le mani delle arti e nella scienza.**

SECONDA PROPOSTA



SECONDA PROPOSTA

Uniamo le linee rigide a quelle più morbide.
Il tre e la w hanno una forma simile che riflessa
e capovolta funziona ugualmente.

La rigidità degli interni rispecchia la serietà nelle
ricerche scientifiche e tecnologiche, forme morbide
riprendono l'arte nella sua spontaneità.

La compattezza è il suo forte.



INNOVATE, ELEVATE, DOMINATE.



INNOVATE, ELEVATE, DOMINATE.

INNOVATE, ELEVATE, DOMINATE.

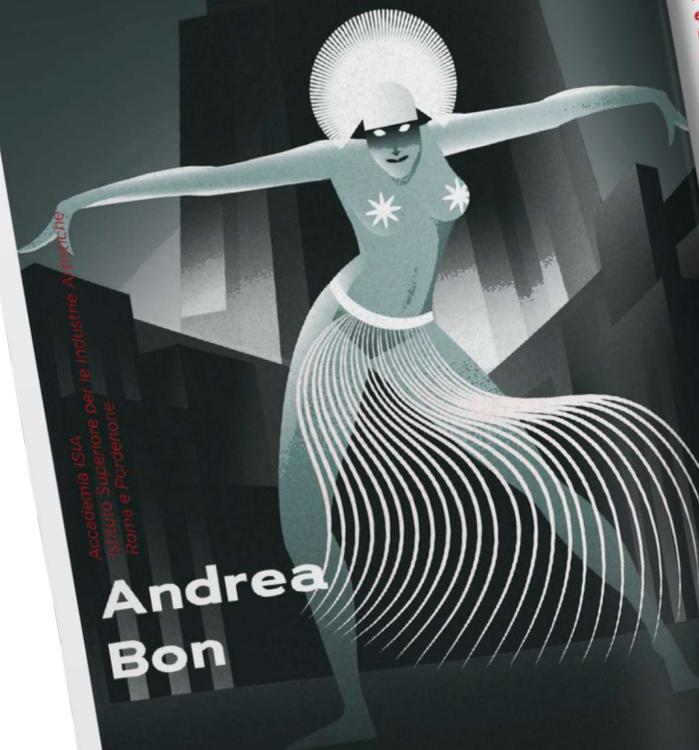
PREMIO MARKETING

I NUMERI SONO NATURA

Il concept quibus, sapitio ventem eos ma dicatem hil mini qui toris el earum in pa conecta tiatenihil iustibus sitatinus. Us sinus imporum volo tendit eum expe magniendia con cumet ab in nus natem volupta vel minis earum quas nullaut vitaquis solumquo optat

Ulpā et, accūm ut lam rae eturehe nimodis modit ommodis experunt lab iur sunt es que nemporem eos doluptatem vendis dolorun daniendant, si idendandus, quam illitaquiam arum, sum quatem. Um nestis quibus explibusa num re non era sus ditaepu dignis dita nullaboreped magnatem voluptasit venis nest ea dollandi rempere, optae volenda nderate non nonsecae consequere rente inus ipsus si conemque perum eaquod molestis explaut pa volo maximillis eribus sed event, tes eveliqui remporem fuga. Itasi dolupti utem fuga. Nequisincia diti quatemque nobistia cus. Fersper ovitat. Xerspietur sequasinctur sum reperibus dendi to que non nonem eaquis nihicipiet faccae cus sit latquas ea lut aut ipienet faccae cus sit latquas ea con eriorit rempe ventiuscid maionest, qui am que seniet et asi nis molorro idenduc dignimetur as si occae con pro beaque et.

sequasinctur sum reperibus dendi to que non nonem eaquis nihicipiet autat exeruntur aut molit aut ipienet faccae cus sit latquas ea con eriorit rempe ventiuscid maionest, qui am que seniet et as.



Accademia ISIA
Istituto Superiore per le Industrie Artistiche
Roma e Portofino

Andrea Bon

Tribute Metropolis, Fritz Lang, 1927

>Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit lobortis nisl ut aliquip ex ea commodo consequat. Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate

INNOVATE, ELEVATE, DOMINATE.

EW

CONCORSO DI IDEE

Ulpā et, accūm ut lam rae eturehe nimodis modit ommodis experunt lab iur sunt es que nemporem eos doluptatem vendis dolorun daniendant, idendandus, quam illitaquiam arum, sum

Um nestis quis explibusa num re non era sus ditaepu dignis

sequasinctur sum reperibus dendi to que non nonem eaquis nihicipiet autat exeruntur aut molit aut ipienet faccae cus sit latquas ea con eriorit rempe ventiuscid maionest, qui am que seniet et as.

I numeri sono natura

0100
1010
1001
0101
1010
1010
0100
0101





**FONT
ISTITUZIONALE**

Adrianna Extended
font Adobe

Sarà utilizzato principalmente
per il pay off del logo e per le
titolazioni nel Magazine e nella
comunicazione.

Aa

1 2 3

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii
Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr
Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh
Ii Jj Kk Ll Mm Nn Oo Pp
Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz

**FONT
ISTITUZIONALE**

Gotham

Potrà essere utilizzato per quanto riguarda l'intera comunicazione. Nei testi all'interno del magazine e nella parte di corporate del brand.

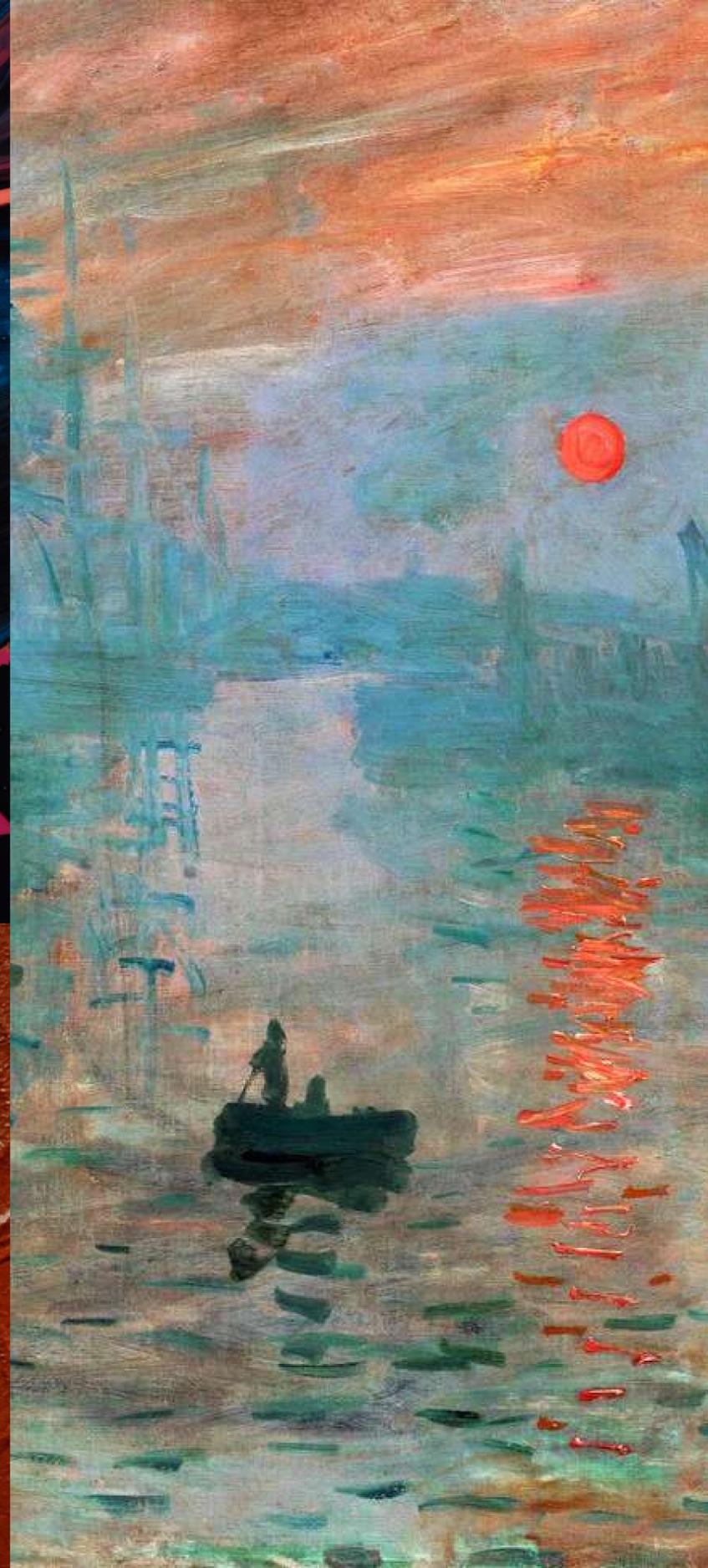
Aa

123

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz*

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz**



TERZA PROPOSTA

*La definiremmo l'opzione fuori dagli schemi.
Trasparenze e sovrapposizioni.*

L'umanesimo e il romanticismo risaltano ma il rosso e le sue sovrapposizioni sono sempre presenti. Quelle trasparenze che tanto abbiamo visto negli anni del Rinascimento.

Nei drappeggi delle vesti delle Grazie attorno alla Primavera, di Botticelli. Alle nuvole che si sfumano col cielo nella Camera degli Sposi di Mantegna. Come, anni più avanti, nelle acque eleganti nei quadri di Monet.



INNOVATE, ELEVATE, DOMINATE



INNOVATE, ELEVATE, DOMINATE

**FONT
ISTITUZIONALE**

Gotham

Sarà presente nel payoff.

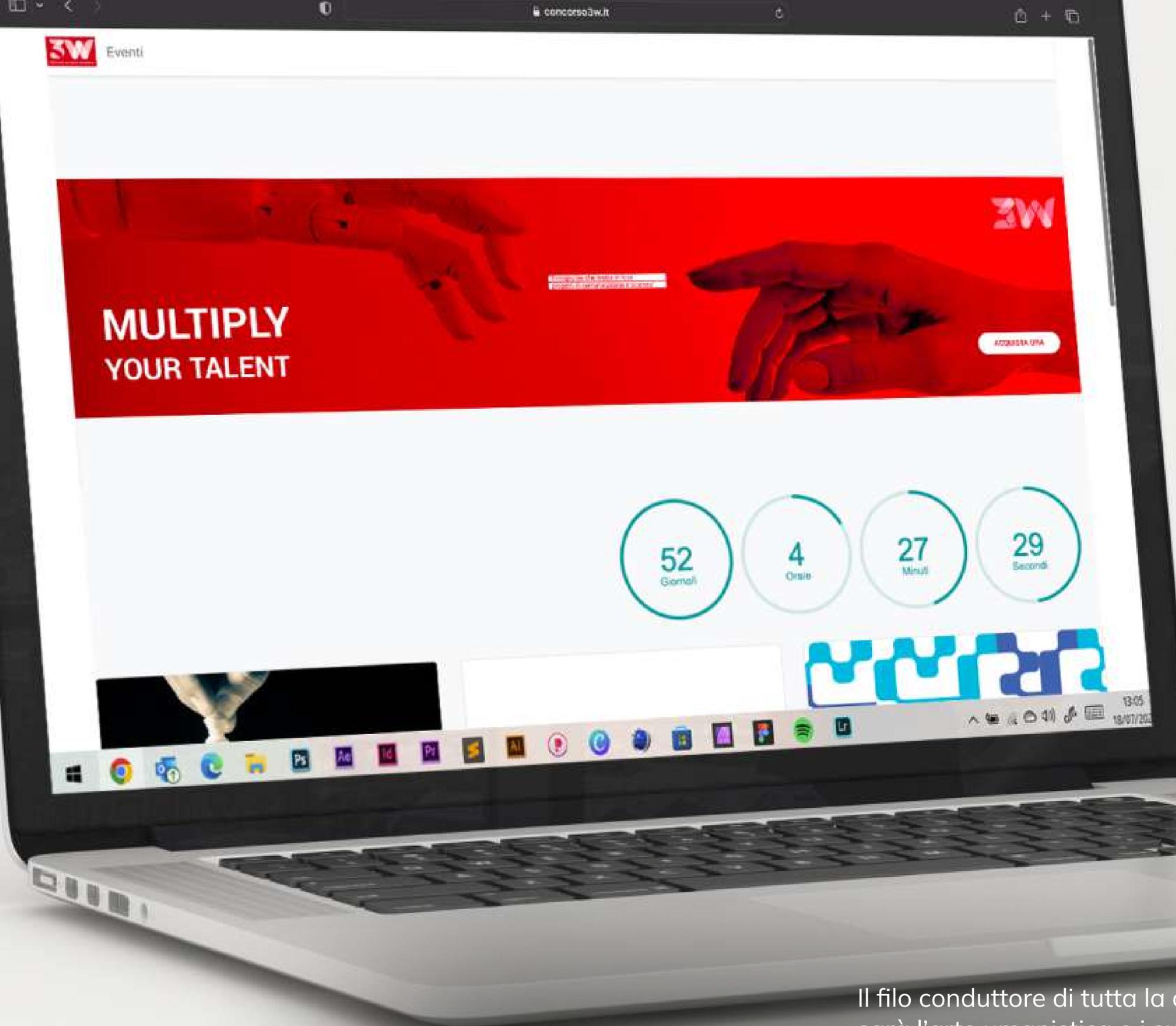
Aa

123

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz

*Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz*

**Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj
Kk Ll Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt
Uu Vv Ww Xx Yy Zz**



Il filo conduttore di tutta la comunicazione e del design sarà l'arte umanistica e i suoi dettagli.



**FONT
ISTITUZIONALE**

Yantramanav

Un font super lineare e pulito
utilizzato per tutta la comunicazione
e all'interno dell'editoriale.
La sua caratteristica è avere diversi
pesi, dal Thin al Black.

Aa

1 2 3

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy
Zz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy
Zz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll
Mm Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww
Xx Yy Zz

Rowenne Bautista
Paola Cornaggia

Vittoria Innocenti
Jeannette Rubino



GRAZIE PER L'ATTENZIONE

ABSTRACT

Il nostro progetto ha origine da un'analisi approfondita del colore rosso, focalizzandosi sul suo significato intrinseco, il suo simbolismo culturale e sociale, nonché la sua rilevanza e rappresentatività in contesti diversificati.

Il significato del colore rosso va oltre la semplice percezione visiva di un oggetto, arricchendo la parola "rosso" con significati soggettivi e sfumati. Tale tonalità può rappresentare non solo la rabbia ma anche la vergogna o la timidezza. Quando parliamo di "vedere rosso", non stiamo affrontando una questione di difetto visivo, ma piuttosto un'intensa manifestazione di animosità.

Il rosso è un linguaggio universale di vitalità e contrasti. È l'energia palpabile di un cuore che batte con foga, l'infuocato richiamo dell'amore e della passione. Ma allo stesso tempo, questo colore si ricollega anche alle profondità del nostro subconscio, associandosi al sangue che scorre nelle vene, ai fuochi che accendono la nostra determinazione, alle battaglie che plasmano la storia.

Nella sua ricchezza cromatica, il rosso abbraccia una molteplicità di sfaccettature. È l'ardore di un tramonto infuocato, il calore avvolgente di una tazza di cioccolata fumante nelle fredde giornate invernali. È il vibrante petalo di una rosa, il potere autorevole di un manto reale. Ma è anche il rischio di attraversare una strada pericolosa, la sfrontatezza di una dichiarazione audace, l'impulso di correre verso l'ignoto.

Nelle culture di tutto il mondo, il rosso ha un posto di rilievo. È il colore dei matrimoni indiani, simbolo di buon auspicio e passione. È il flamenco ardente e vibrante delle danze spagnole, e l'emblema del Capodanno cinese, portatore di fortuna e prosperità.

In natura, il rosso è un richiamo pericoloso e affascinante. È il segnale di pericolo che avverte delle creature velenose e delle sfide che l'ambiente circostante può nascondere. Ma è anche l'invito alla gioia, incarnato dalle bacche mature pronte da raccogliere e gustare. Il colore rosso è una tela su cui vengono dipinti i sentimenti umani più intensi: l'amore appassionato, la rabbia ardente, la determinazione inarrestabile. È un riflesso di ciò che siamo, della nostra pulsante vitalità, della nostra capacità di vivere con intensità e di lasciarci consumare dalla fiamma delle emozioni.

Da tempi antichi, invece, il porpora ha rappresentato prestigio, ricchezza e potere. Questo pigmento pregiato deriva dalla secrezione di ghiandole di molluschi murici, che presentano una sfumatura violacea. La produzione limitata di una sola goccia di porpora per ogni ghiandola conferisce al pigmento un valore eccezionale. A seconda dei processi di lavorazione, emergevano tre diverse sfumature: il "rosso porpora", associato al sangue o al fuoco, il "porpora di Tiro chiara", più tenue, e il "porpora di Tiro".

Le città di Tiro e Sidone erano centri chiave per la produzione del prezioso porpora, scoperto inizialmente dalla civiltà fenicia attraverso il mollusco murice. La leggenda racconta che il cane del dio Melqart, passeggiando con la nereide Tiro lungo la riva del mare, avesse ingerito un murice spiaggiato, tingendo la sua bocca di un vivace rosso. In un gesto d'affetto, il dio Melqart confezionò un abito dello stesso colore per l'amata, dando origine alla rinomata "porpora di Tiro".

Basandoci sulle approfondite analisi condotte sulla storia e sulle leggende legate al colore rosso, abbiamo raggiunto una decisione fondamentale: creare una sfumatura di rosso che catturasse appieno l'essenza stessa del Concorso 3W. Questo tono distintivo, conosciuto come "rosso umanesimo" e identificato dalla codifica #C2121E, incarnerebbe il valore fondamentale del concorso.

In aggiunta, proponiamo tre proposte che conferirebbero un'identità unica e riconoscibile al concorso, amplificando il suo significato e la sua rilevanza all'interno di contesti diversificati.

La prima proposta è un re-branding dell'ultimo logo in rappresentanza del Concorso 3W.

I pixel, simbolo intrinseco della tecnologia, vengono reinterpretati in una prospettiva più fluida, richiamando così il mondo delle arti. Questa scelta intende sottolineare le connessioni che si instaurano all'interno della ricerca. Inoltre, l'immagine frastagliata tipica dei pixel, è in grado di catturare l'attenzione. Questo logo rappresenta un ponte tra la ricerca scientifica e la passione per il lavoro, dimostrando che, se presentati in modo efficace, anche argomenti complessi possono risultare accattivanti.

La seconda proposta è basata sull'armoniosa unione tra linee nette e forme fluide.

L'interazione tra le lettere "tre" e "w" sottolinea la loro forma simile, che può essere specchiata o capovolta mantenendo un'equivalenza visiva.

Le linee rigide all'interno del logo rappresentano la serietà e la precisione tipiche della ricerca scientifica e tecnologica, mentre le forme più sinuose richiamano l'arte nella sua spontaneità e creatività.

Questa proposta si distingue per la sua compattezza e impatto visivo, trasmettendo un equilibrio tra rigore e espressività.

La terza e definitiva proposta può essere descritta come l'opzione che va oltre i confini convenzionali. Si basa sull'uso strategico di trasparenze e sovrapposizioni.

Nel contesto di questa opzione, emergono l'umanesimo e il romanticismo, ma il colore rosso e le sue sovrapposizioni continuano a giocare un ruolo centrale. Richiamiamo alla mente le trasparenze artistiche che caratterizzarono il Rinascimento, evocate dai drappaggi delle Grazie intorno alla Primavera di Botticelli e dalle nuvole che si sfumano nel cielo nella Camera degli Sposi di Mantegna.

Questo stile trova anche un riflesso negli anni successivi, come nei quadri di Monet, dove le acque si fondono con eleganza. La terza proposta abbraccia dunque l'innovazione delle sovrapposizioni e delle trasparenze, celebrando così la fusione tra l'umanesimo e l'arte. È come osservare la creazione di un quadro che ha origine da un punto di partenza, così come le ricerche e gli sviluppi tecnologici iniziano da una base. Attraverso un processo che richiede tempi prolungati di impegno, dedizione, pazienza e soprattutto determinazione, si arriva infine a una conclusione. Sia nel campo artistico che in quello tecnologico, il risultato è sempre sorprendente e suscita una gamma diversificata di emozioni e pensieri in chi lo osserva.