

Progetto **“APHRODITE”**  
~*Perfume is the key to our memory*



IISS Liceo Artistico V. Calò  
**Grottaglie**



Graphic designer: **Marco Mariano**

Classe 5C a.s. 2019 / 2020



La cosiddetta "Bella Profumeria" - affresco dal Cubicolo E della Villa della Farnesina  
- Roma, metà I sec. d.c. - Roma, Museo Nazionale Romano

*Il Progetto Aphrodite nasce come esercitazione didattica, ed è un'esperienza sensoriale ed emotiva.*

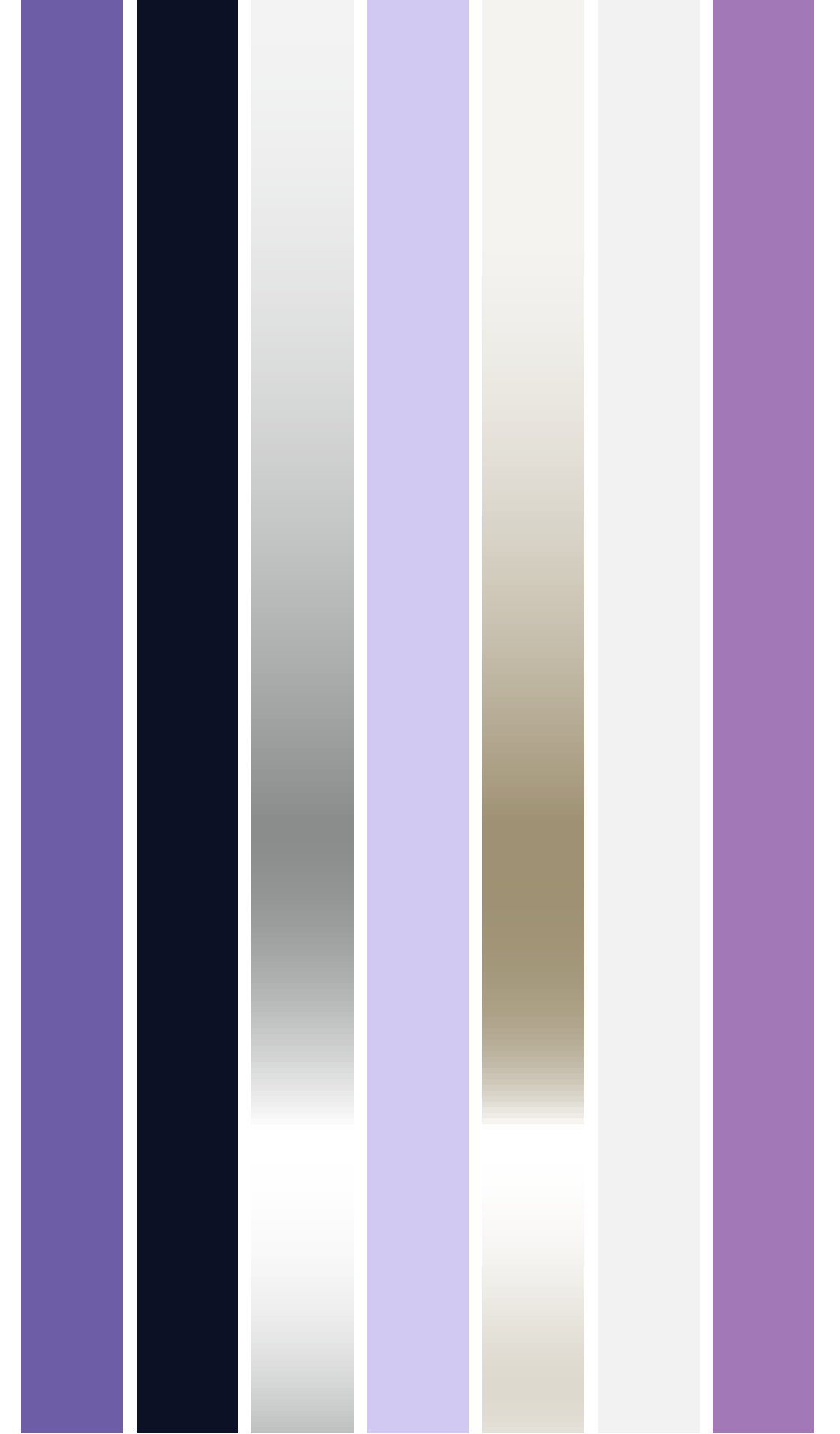
*È il profumo il protagonista del progetto.*

*Il risultato del lavoro non risponderà esclusivamente alle esigenze più ovvie della comunicazione grafica, ma sarà anche essere in grado di produrre un'emozione, un appagamento e anche uno stimolo visivo che possa tradursi in desiderio di possesso.*

*Casualmente ci è stata affidata una boccetta di profumo, e intorno a questa si è sviluppato il lavoro che ci ha visti creare un logo stilista, il logo del profumo, il packaging e l'advertising del prodotto.*

*Buona lettura.*

Progetto **“APHRODITE”**  
~*Manuale Logo Stilista*



Graphic designer: **Marco Mariano**

~Versione 1: Verticale



~Versione 2: Orizzontale



Font utilizzato: Lordish Regular

*Partendo dal mio nome e cognome ho creato il nome e il logo dello stilista, che verrà poi usato in abbinamento al logo del profumo.*

***Mar e Mar** sono infatti le prime 3 lettere del nome e cognome **Marco Mariano**.*

*L'obiettivo era trovare un modo per rappresentare un qualcosa di **elegante e moderno** ma che avesse allo stesso tempo un **richiamo all'antichità**.*

*Per questo la scelta è infine caduta su un logotipo con un font gotico blackletter, che richiama in modo più moderno le vecchie scritte dei testi biblici.*

*Il font scelto è il "Lordish Regular".*

*I colori definitivi sono l'oro e l'argento, due colori estremamente eleganti che danno un grande effetto **premium**.*

*Due sono le versioni create, una verticale e una orizzontale, in modo da facilitare l'applicazione del logo nelle varie evenienze.*

MARMAR 1.

MARMAR 2.

MARMAR 3.

MARMAR 4.

MARMAR 5.

MARMAR 6.

MarMar 7.

MarMar 8.

MarMar 9.

MARMAR  
| |  
MARCO MARIANO

MarMar 10.

MarMar 11.

*In questa tavola è possibile osservare il processo che ha portato alla definizione del logo stilista definitivo.*

*Le prime idee, ancora vaghe, definivano un logo molto minimal e lineare ma troppo simile alla concorrenza.*

*Successivamente si è passato ad usare font con forti **contrast**i e grazie evidenti, adoperando anche l'uso del colore viola per richiamare il colore del profumo su cui sarebbe stato utilizzato.*

*Infine con l'uso di un font gotico il logo aveva finalmente quel **richiamo all'antichità** ricercato, e con l'aggiunta dei colori oro e argento ha ottenuto più **eleganza** e un'aria **premium**.*



MarMar

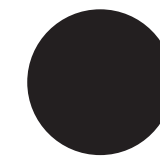
Mar  
Mar



**BIANCO**  
RGB: 255, 255, 255  
CMYK: 0% 0% 0% 0%  
HEX: #FFFFFF

MarMar

Mar  
Mar



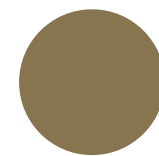
**NERO**  
RGB: 0, 0, 0  
CMYK: 0% 0% 0% 100%  
HEX: #000000

MarMar

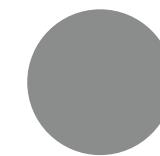
MarMar

Mar  
Mar

Mar  
Mar



**ORO**  
PANTONE 871C



**ARGENTO**  
PANTONE 877C





132mm x 37mm ~ 100%

MarMar

66mm x 73mm ~ 100%

Mar  
Mar

43mm x 48mm ~ 66%

Mar  
Mar

87mm x 24mm ~ 66%

MarMar

43mm x 12mm ~ 33%

MarMar

21mm x 24mm ~ 33%

Mar  
Mar

10mm x 11mm ~ 15,15%

Mar  
Mar

20mm x 5mm ~ 15,15%

MarMar



Mar  
Mar



Mar  
Mar









<b>Marco Mariano</b> <i>Stylist</i>	
Indirizzo	Via Lorem Ipsum, Dolor 12
N.Telefono	TEL. +39 0995921234
E-Mail	marmarstylist@gmail.com
Sito Web	www.marmarstylist.it

**Mar Mar**







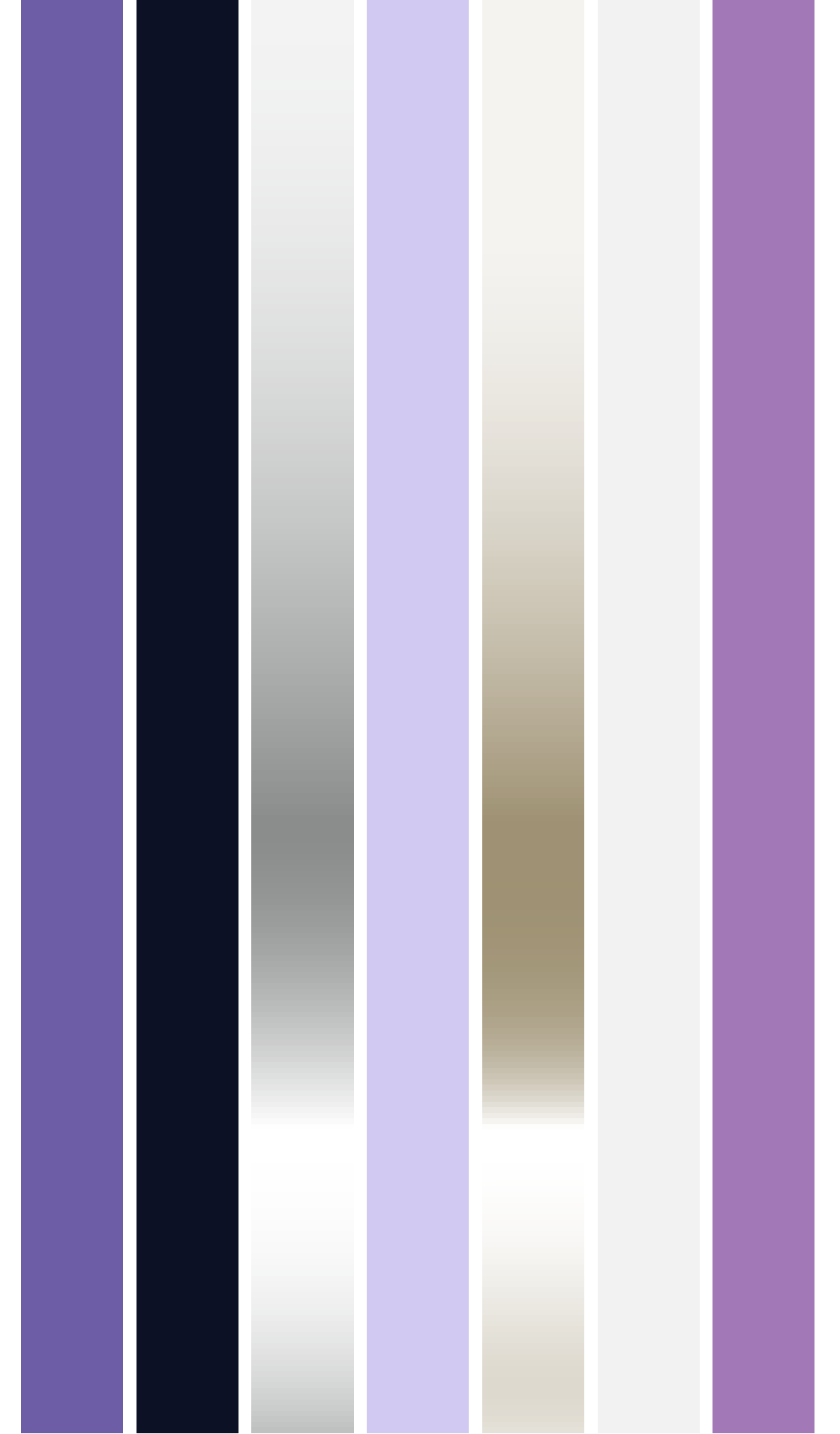








Progetto **“APHRODITE”**  
~*Il Nuovo Profumo di MarMar*



Graphic designer: **Marco Mariano**



*Il progetto del nuovo profumo marchiato MarMar inizia con una fase di ricerca e studio della boccetta di profumo stessa.*

*Partendo quindi da una boccetta che ci è stata assegnata casualmente, ho iniziato l'analisi della stessa.*

*Due sono le caratteristiche fondamentali di questa boccetta: Colore e Forma.*

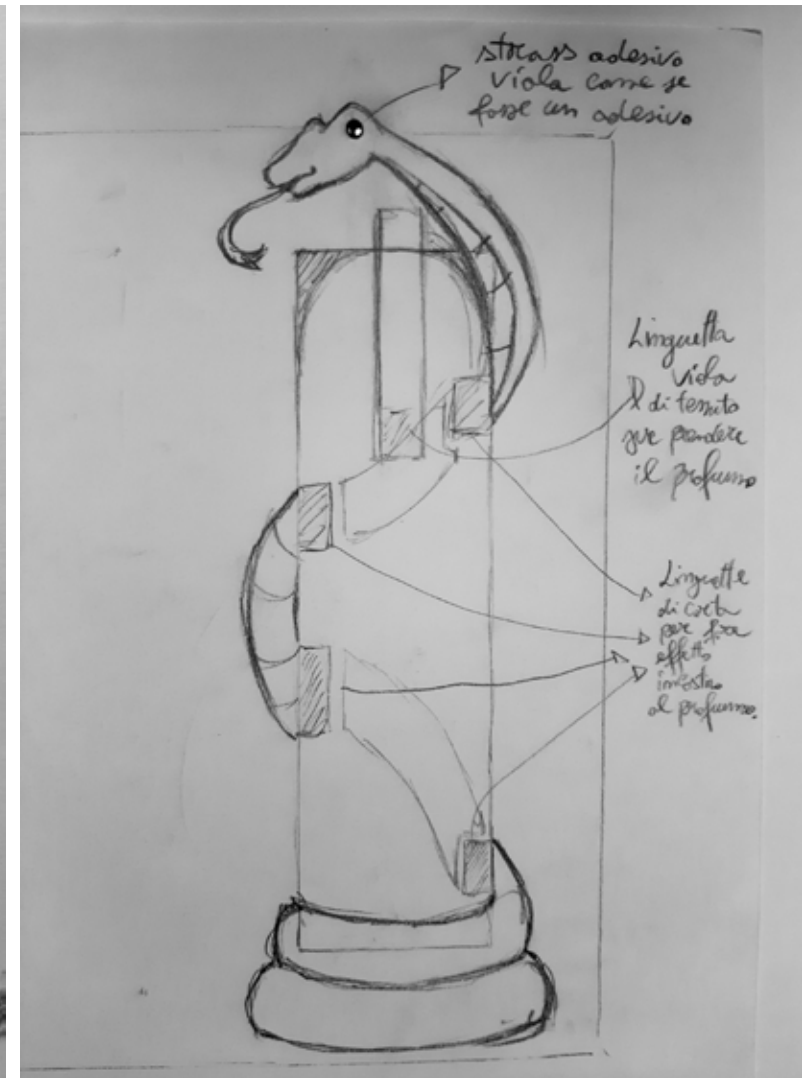
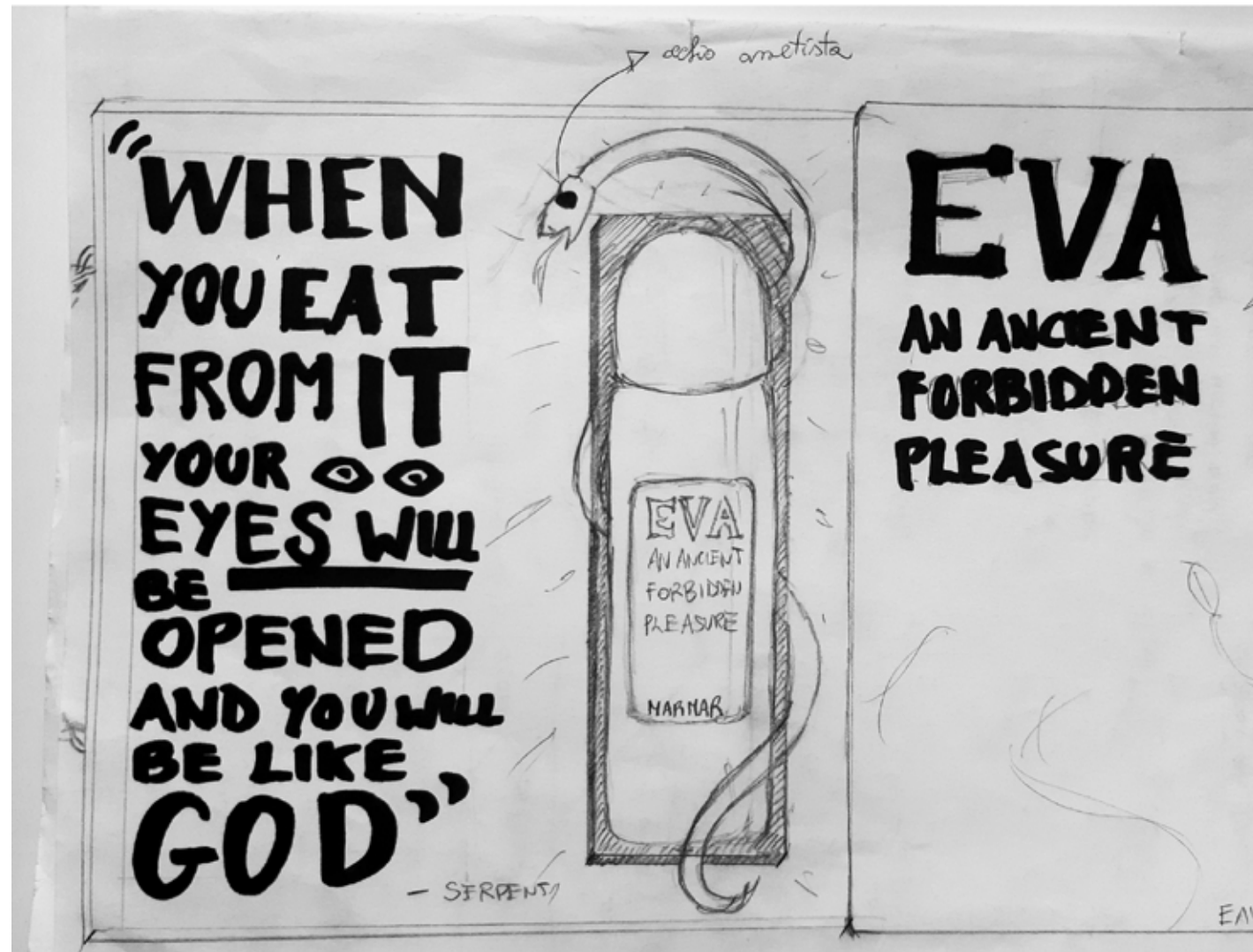
*Il Viola è il colore della spiritualità, del misticismo, dell'ametista, del chakra della corona, del mistero, del segreto.*

*È un colore che ammalia e seduce, ed è il colore delle vesti dei vescovi, segno di intermediazione tra cielo e terra.*

*La forma è invece molto particolare e provocante. Sin da subito la forma palesemente fallica della boccetta mi ha colpito, poiché in forte contrasto con la spiritualità del colore viola.*

*È una forma che va verso l'alto, verso il divino.*

*Spirituale, ma allo stesso tempo simbolo di peccato.*



Dopo un'attenta analisi l'idea definitiva è questa:

L'obiettivo dei profumi è da sempre stato quello di attrarre il sesso opposto.

È Per questo che ho deciso di giocare molto sulla forma fallica del profumo.

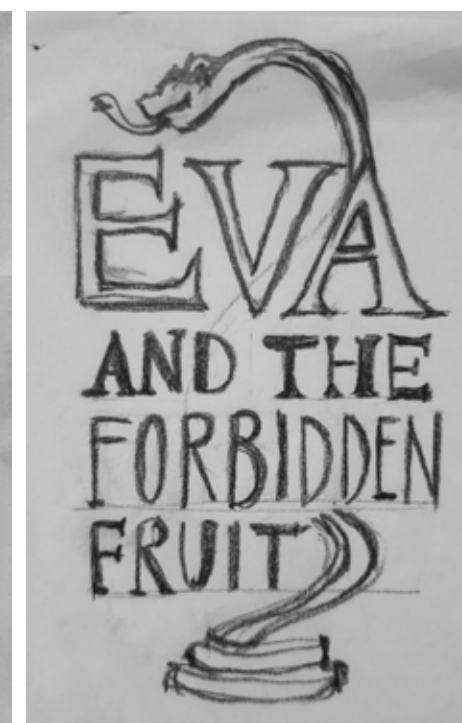
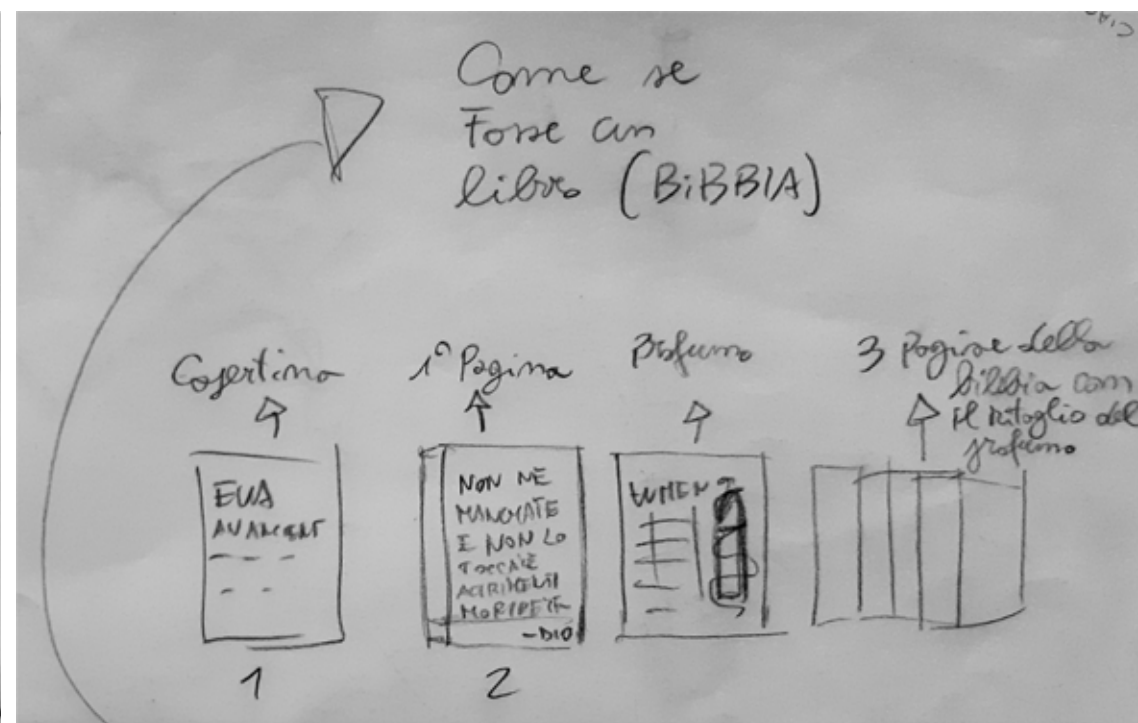
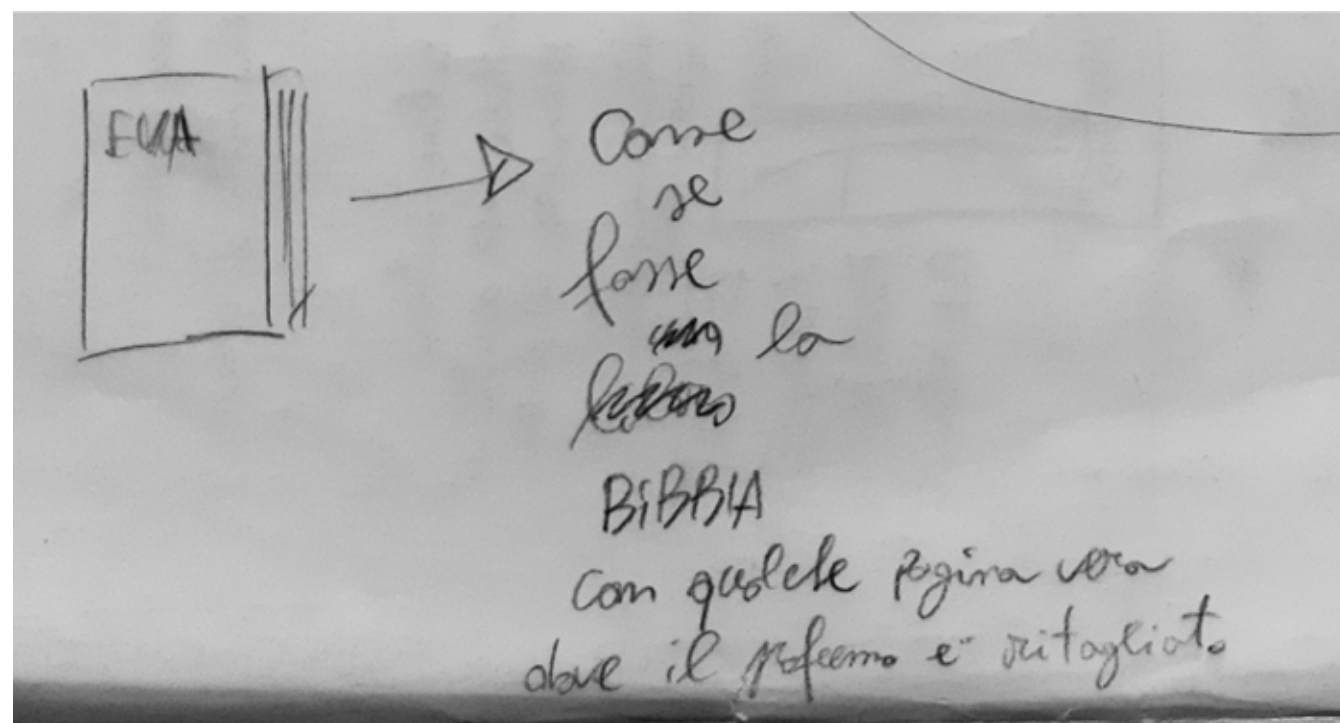
Il profumo diventa così l'oggetto del desiderio della donna, il frutto proibito della famosa leggenda di Adamo ed Eva.

La scatola del profumo si aprirà come se fosse una bibbia, e in queste pagine verranno riportate le parole di Dio e le tentazioni del serpente:

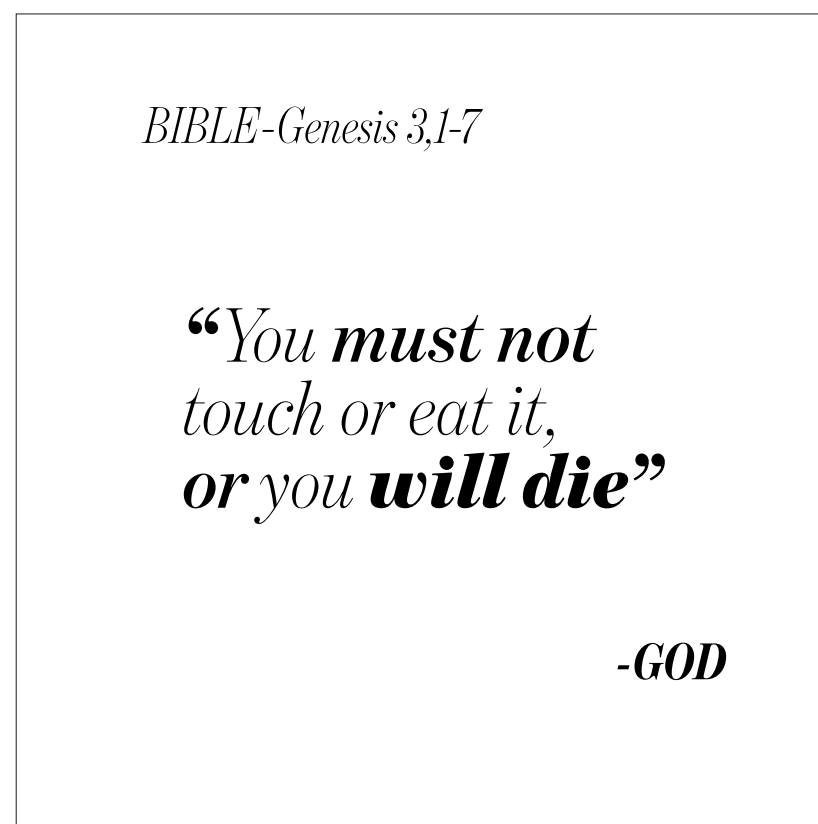
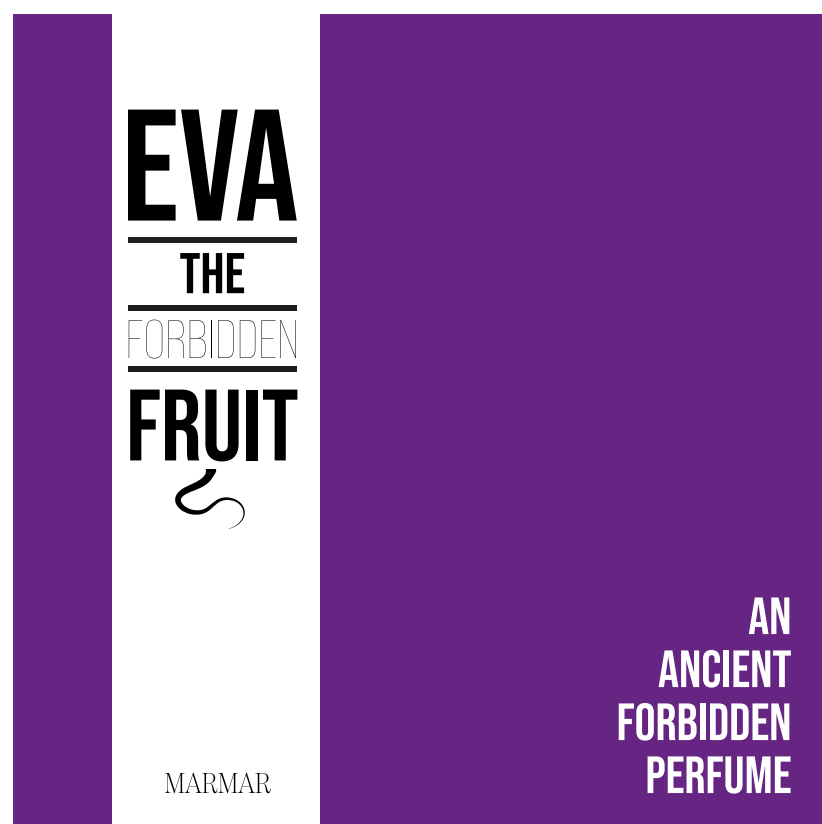
**Dio:** non dovresti toccarlo o mangiarlo, altrimenti morirai.

**Il Serpente:** tu non morirai di certo, quando lo mangerai i tuoi occhi si apriranno e tu diventerai come una dea.

Starà ad Eva (la fruitrice del profumo) scegliere se accogliere l'invito del serpente e cadere nel peccato diventando una dea capace di attrarre chiunque.





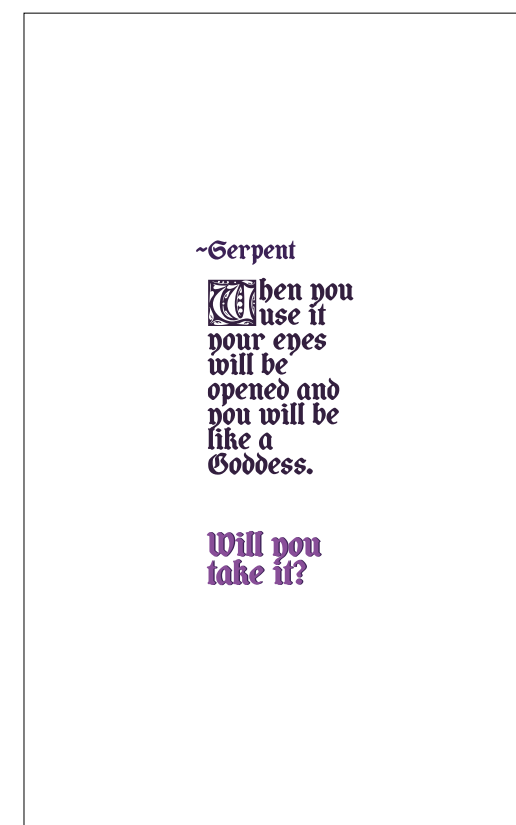
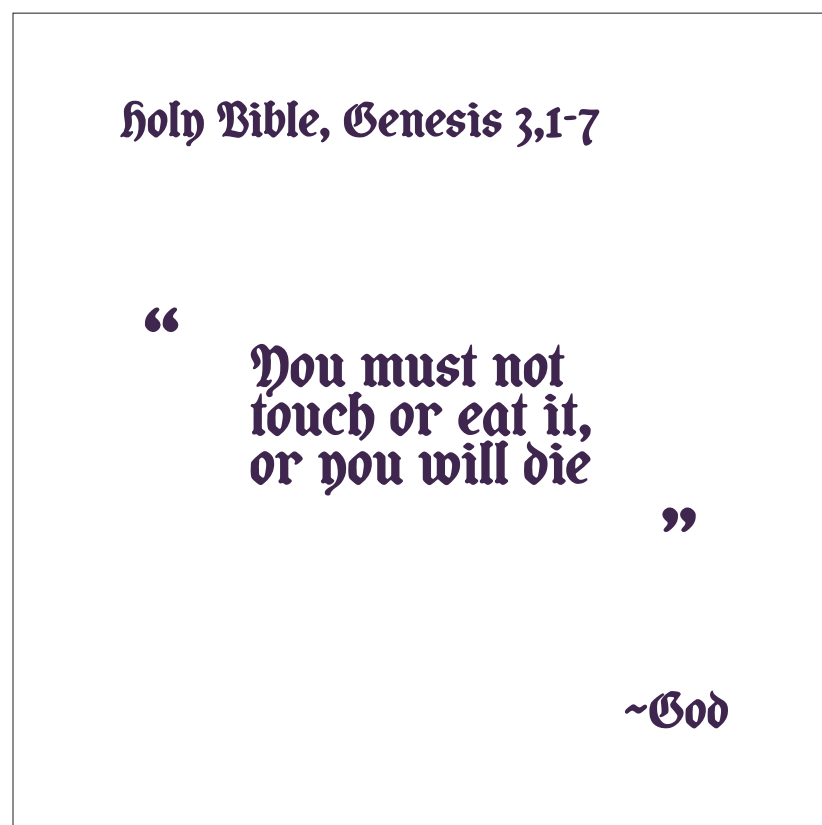


Fin da subito il problema effettivo nel realizzare l'idea è stato riuscire a mantenere una certa **eleganza** e **minimalità** di fondo, nonostante si voleva comunque comunicare quel **fascino storico** della leggenda.

Perciò la realizzazione delle grafiche dell'etichetta e della scatola sono avvenute contemporaneamente, in modo da ben bilanciare questo contrasto.

Da font estremamente eleganti e moderni sono passato a dei Gotici Blackletter, caratteri che simulano le antiche scritte bibliche. Continuando a sviluppare, ho provato a man a mano a ridurre sempre più le dimensioni delle scritte e a togliere sempre più cose.

Tuttavia il risultato troppo barocco, quasi fiabesco, continuava a non convincere: poco elegante. Verso la fine delle prove ho però notato un particolare che ha dato una svolta. L'uso di colori come l'argento e l'oro (colori inoltre "spirituali"), l'uso di materiali come la pelle e l'uso di spessori e rilievi poteva essere decisivo.



~Versione Estesa

EVA  
—  
AND THE  
**FORBIDDEN**  
FRUIT

~Versione Ridotta

EVA

Il logo definitivo del profumo è quindi questo.

2 sono le versioni realizzate:

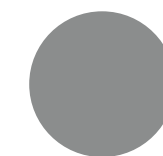
Una con il solo nome del profumo e l'altra in forma estesa.

Il nome scelto è quindi Eva, e rappresenta colei che acquisterà e userà il profumo. Coei che, cadendo nel peccato, accetterà la tentazione del serpente e la promessa di un **fascino divino**.

La versione estesa rappresenta invece un po' tutta la leggenda. Il frutto proibito sta invece ad indicare il profumo, tanto bramato da Eva.

Il font usato è il **Bebas Neue Pro**, un font **lineare** molto **moderno** che andrà quindi in contrasto (come vedremo più avanti) con le scritte in Gotico delle tentazioni del serpente e di Dio.

Il colore scelto è invece l'argento, colore molto spirituale, quasi divino, che continua ad aumentare questo contrasto tra sacro e profano.



**ARGENTO**  
PANTONE 877C

**EVA EVA**

**AND THE**

***FORBIDDEN***

**FRUIT**



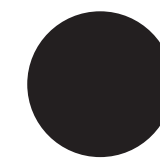
**BIANCO**  
RGB: 255, 255, 255  
CMYK: 0% 0% 0% 0%  
ESADECIMALE: #FFFFFF

**EVA EVA**

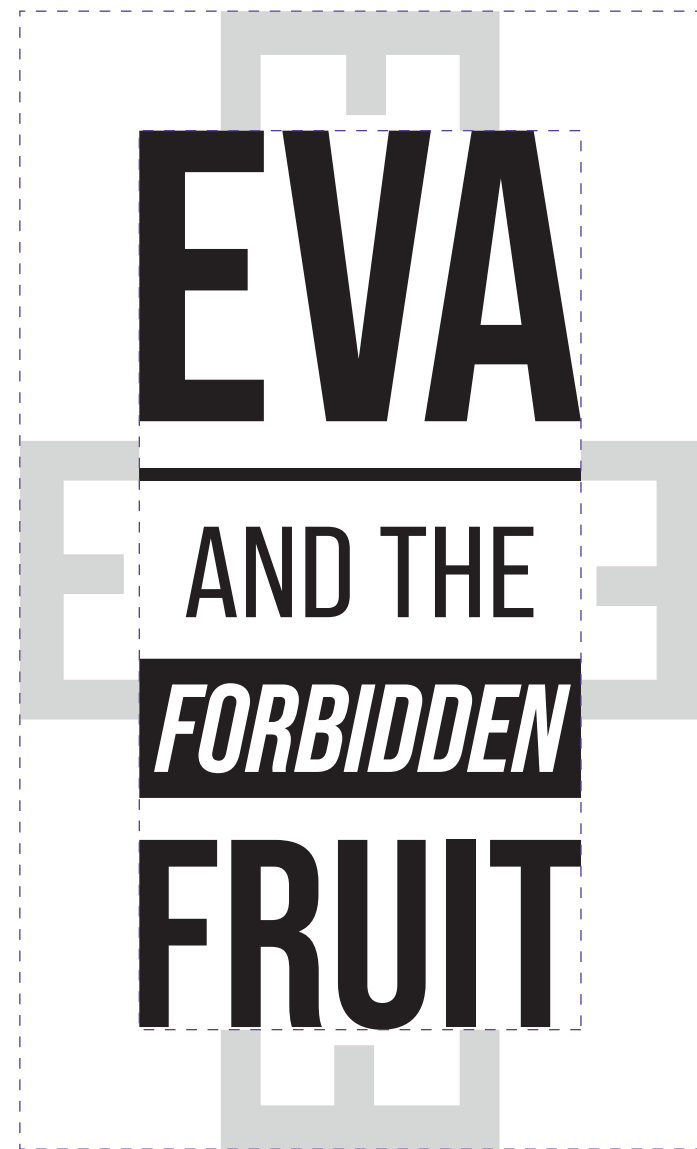
**AND THE**

***FORBIDDEN***

**FRUIT**



**NERO**  
RGB: 0, 0, 0  
CMYK: 0% 0% 0% 100%  
ESADECIMALE: #000000





90mm x 59mm ~ 100%

**EVA**

59mm x 39mm ~ 66%

**EVA**

29mm x 19mm ~ 33%

**EVA**

13mm x 9mm ~ 15,15%

**EVA**

51mm x 105mm ~ 100%

**EVA**

AND THE

**FORBIDDEN**

**FRUIT**

34mm x 69mm ~ 66%

**EVA**

AND THE

**FORBIDDEN**

**FRUIT**

17mm x 34mm ~ 33%

**EVA**

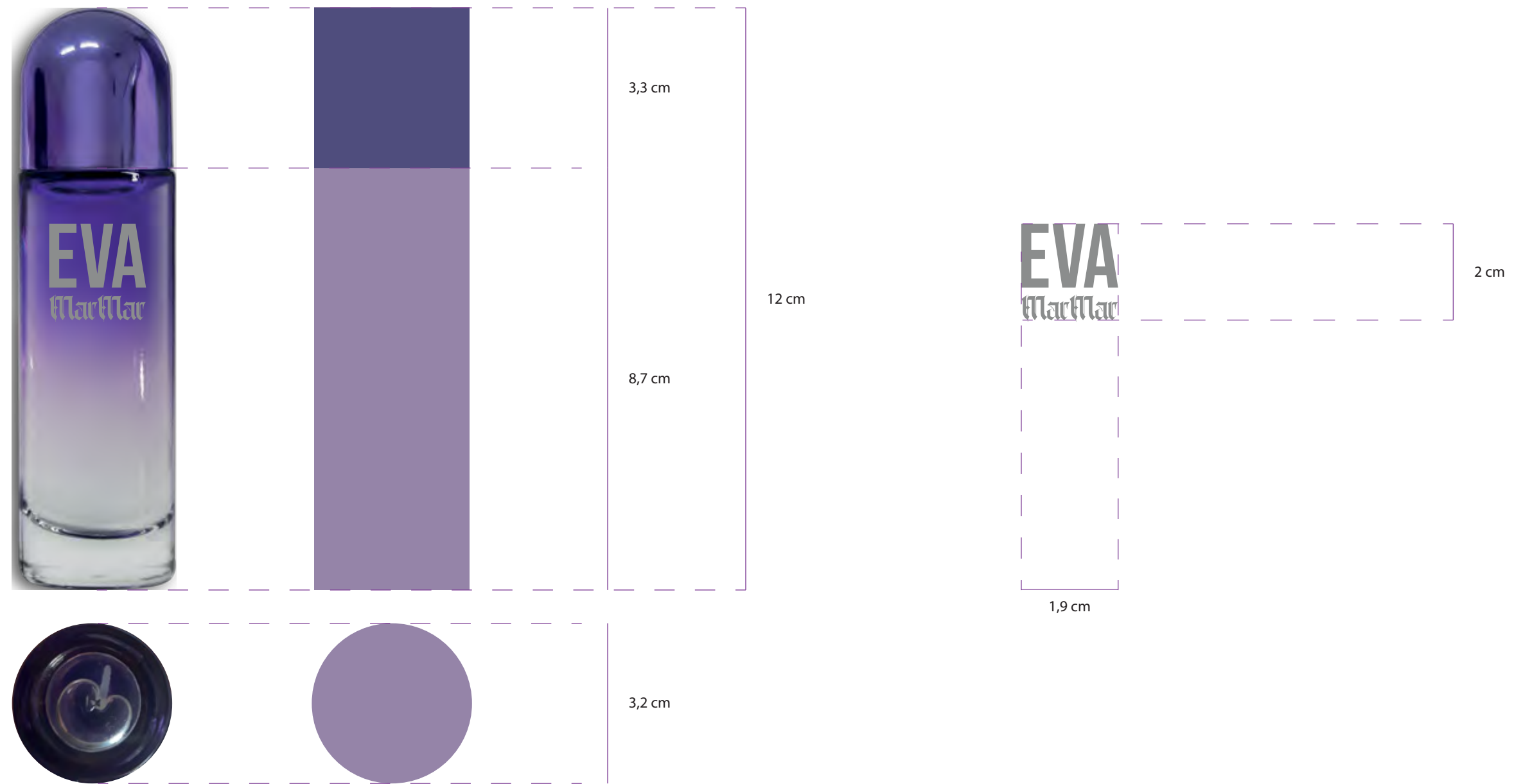
AND THE

**FORBIDDEN**

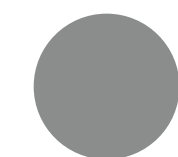
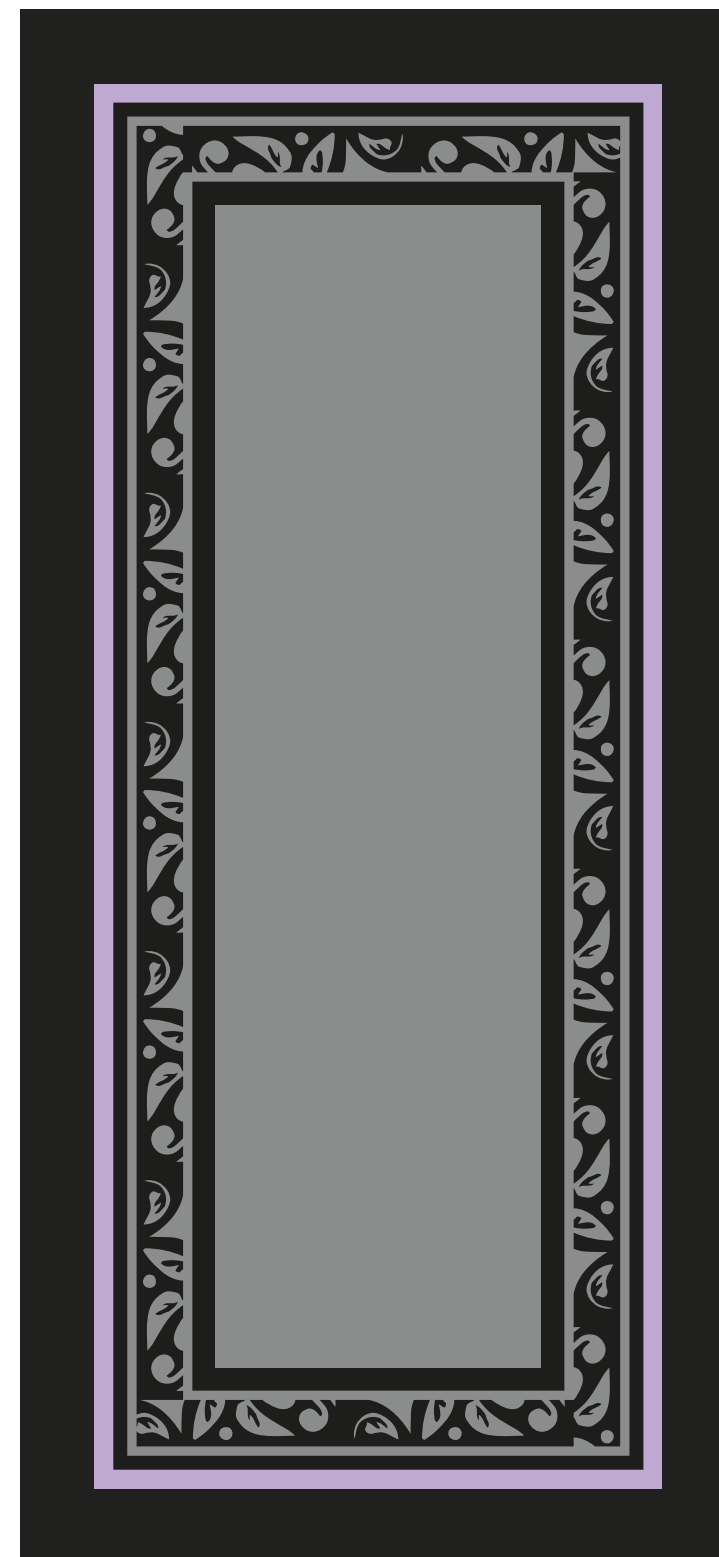
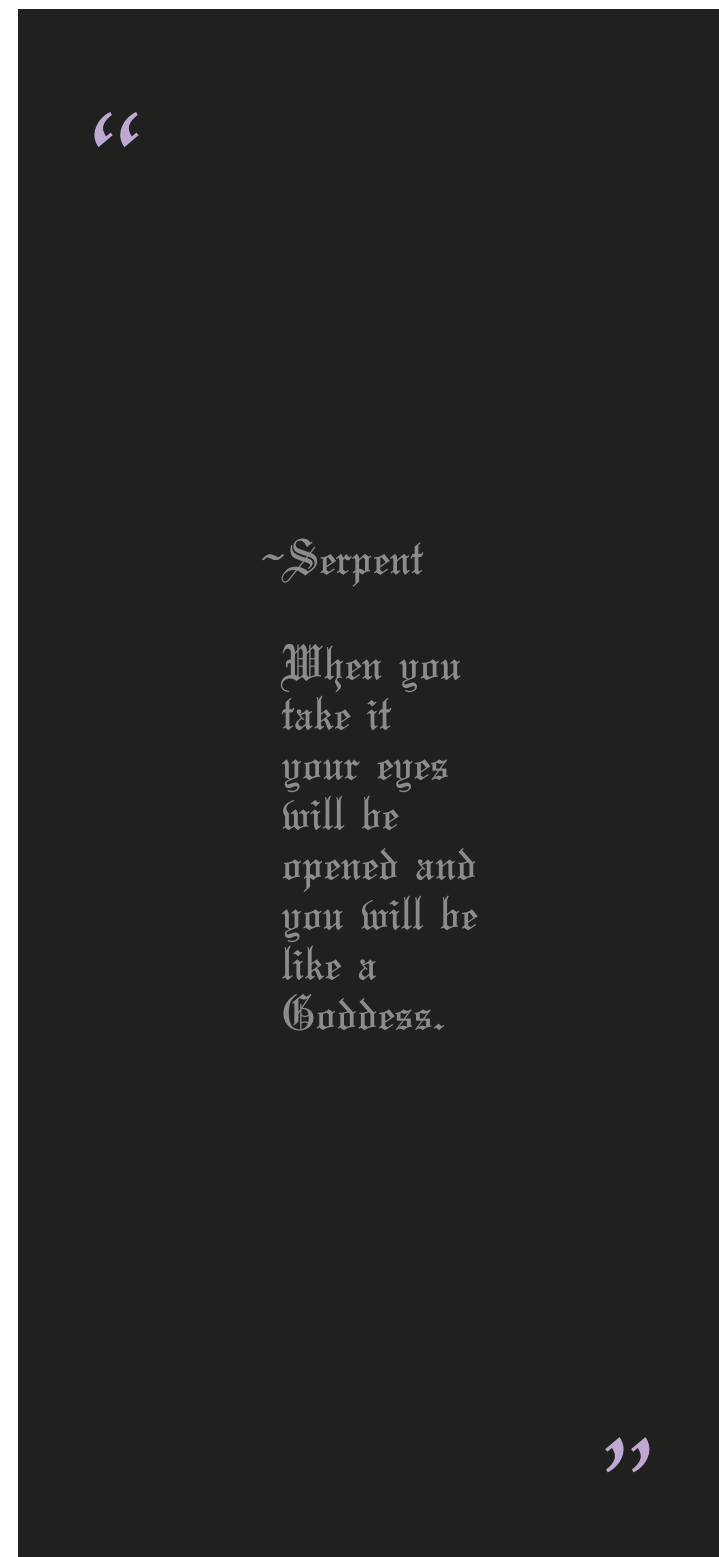
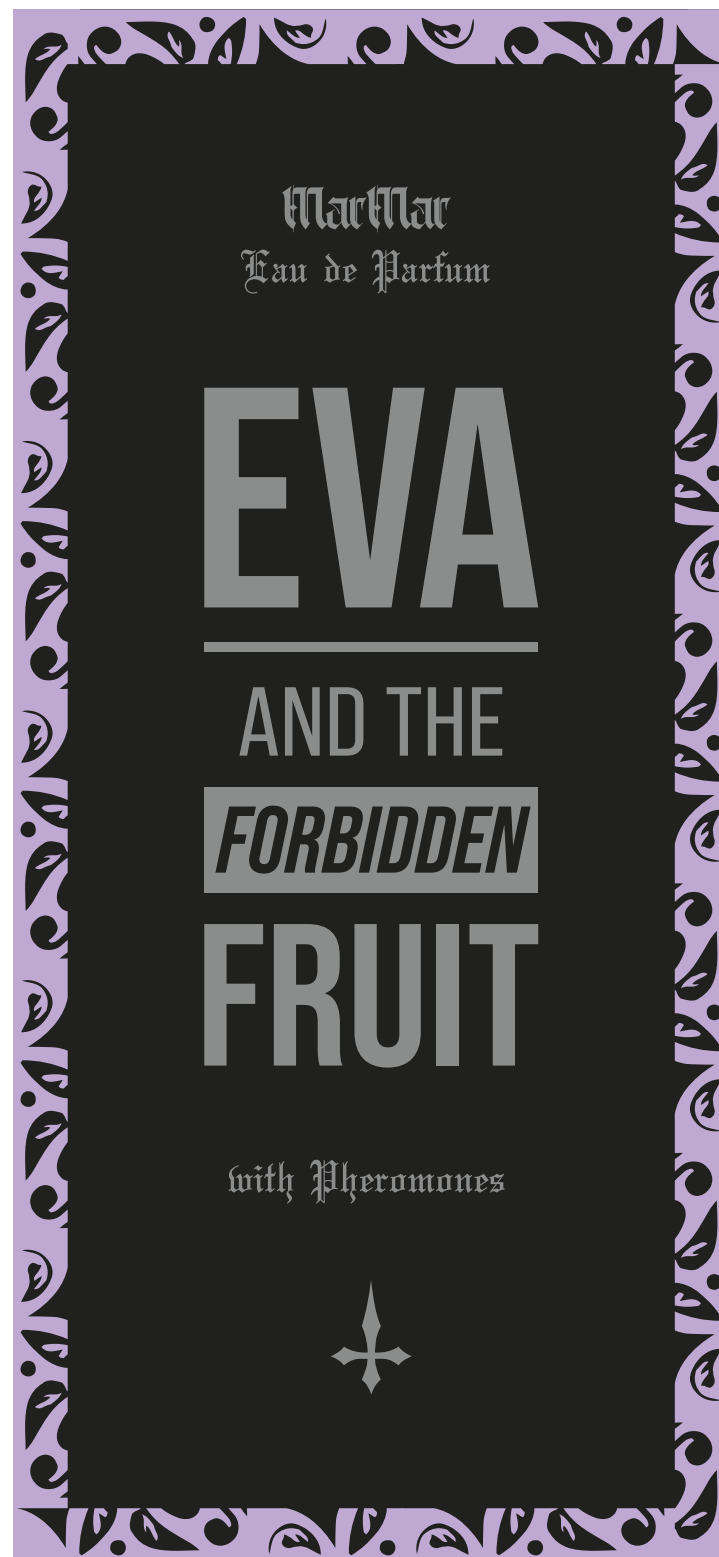
**FRUIT**

8mm x 16mm ~ 15,15%

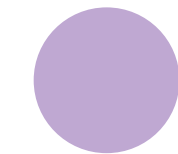
**EVA**  
AND THE  
**FORBIDDEN**  
**FRUIT**







**ARGENTO**  
PANTONE 877C



**MYSTIC VIOLET**  
PANTONE 15 - 3814



**NERO**  
RGB: 0, 0, 0  
CMYK: 0% 0% 0% 100%  
HEX: #000000

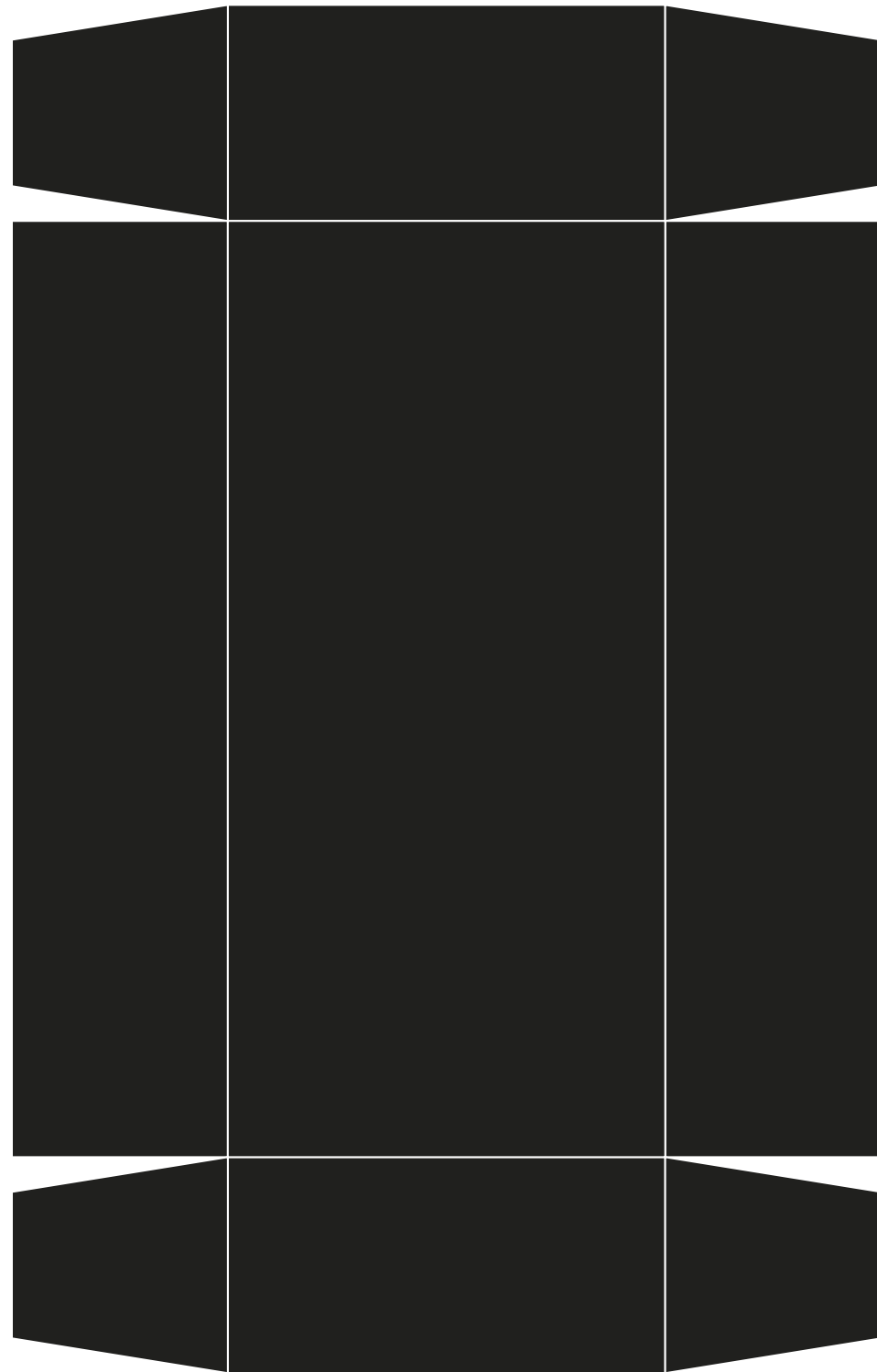
Queste quindi le grafiche definitive del packaging.

La scatola dalle prime bozze in cui si definiva come quadrata, diventa ora verticale e poco più larga del profumo stesso. Grafiche superflue come quella del serpente sono state eliminate, donando **eleganza** e rendendola più **minimal**.

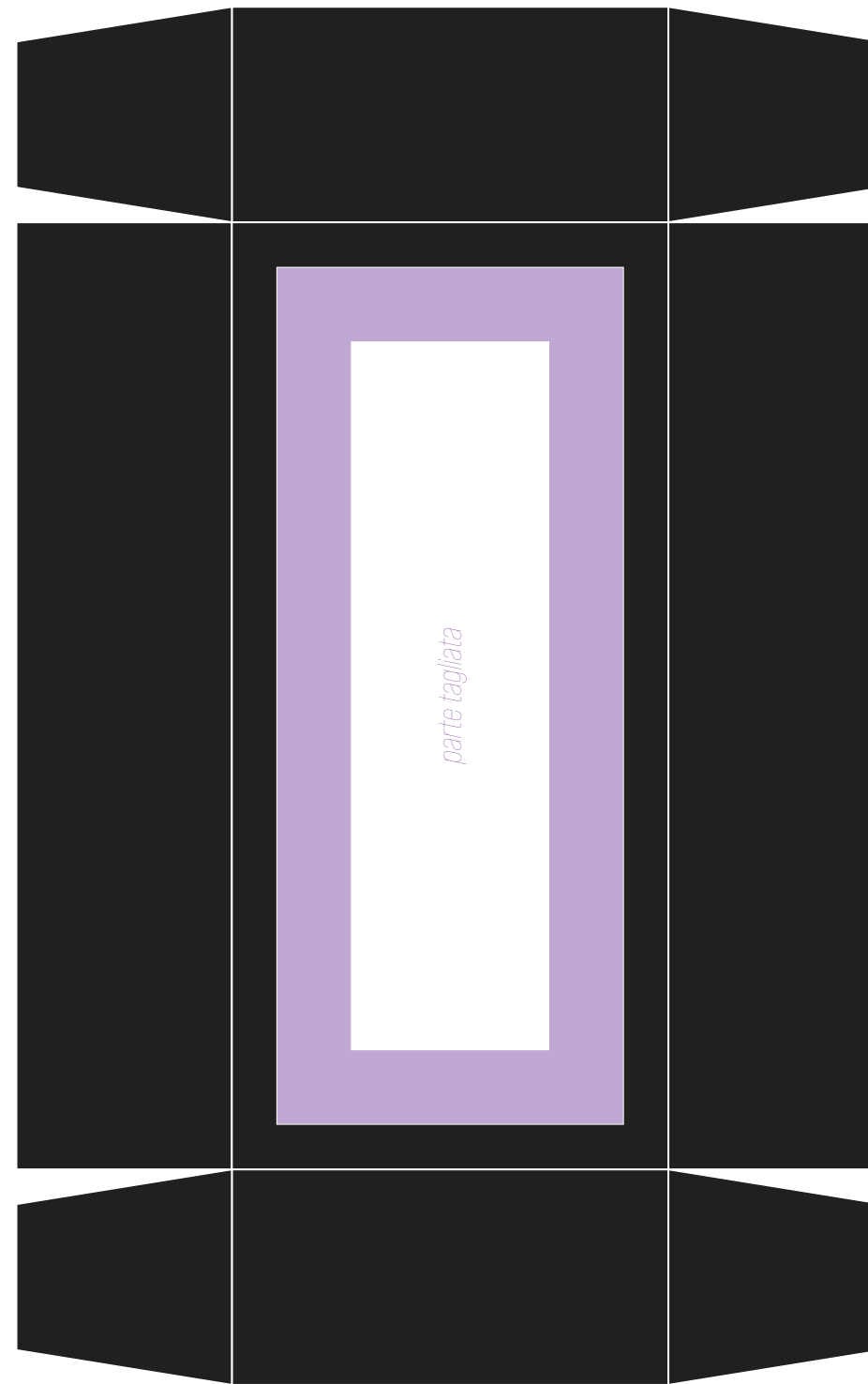
Ecco quindi la scatola, che si apre come se fosse un libro. Con questo decoro simil-biblico ho decorato la copertina e la nicchia del profumo. Si tratta di una decorazione floreale che ricorda il giardino dell'eden, e che trasforma la scatola in un piccolo scrigno **prezioso**.

I font usati sono il Bebas Neue Pro per il logo (**minimal** e **elegante**), e l'Olde English Regular per il resto (font più **antico** e simile alle scritture bibliche).

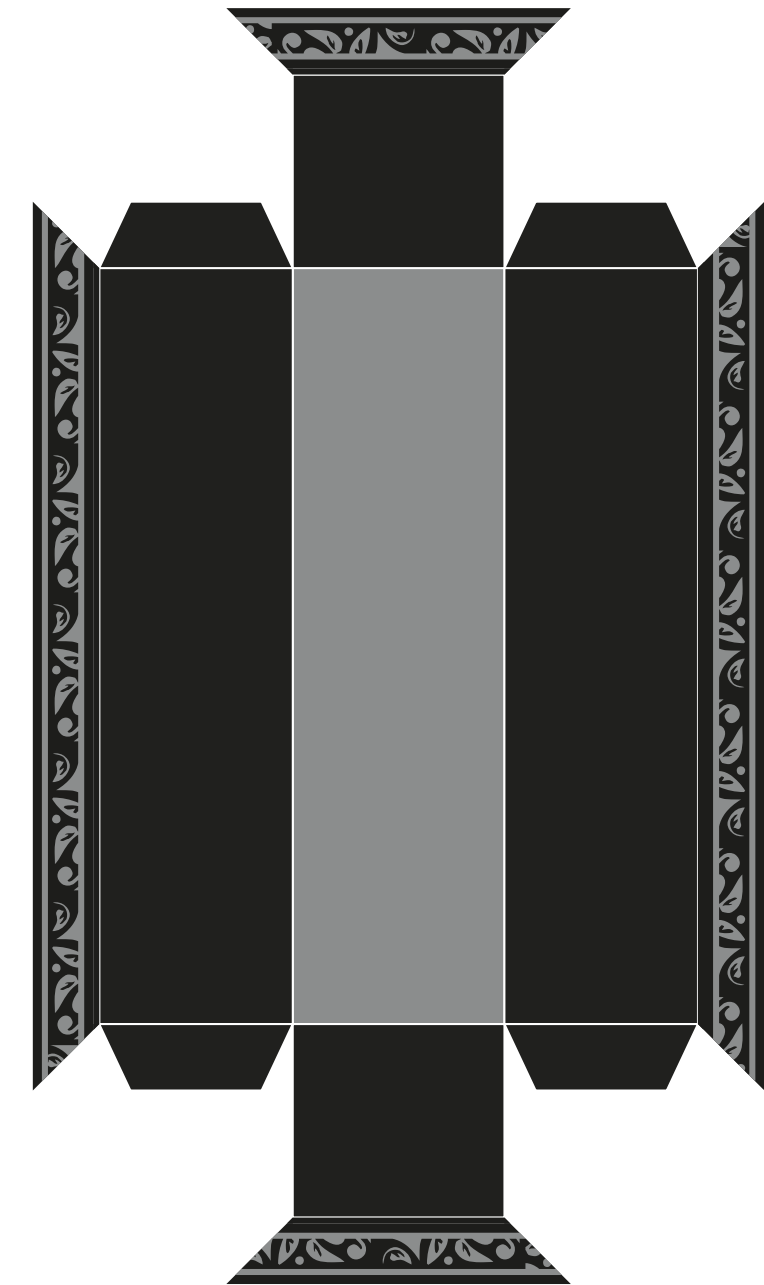
I colori usati sono nero e argento, per comunicare un senso **premium**, e mystic violet, un particolare viola metallizzato, che riprende il colore del profumo e dona **femminilità** al prodotto.



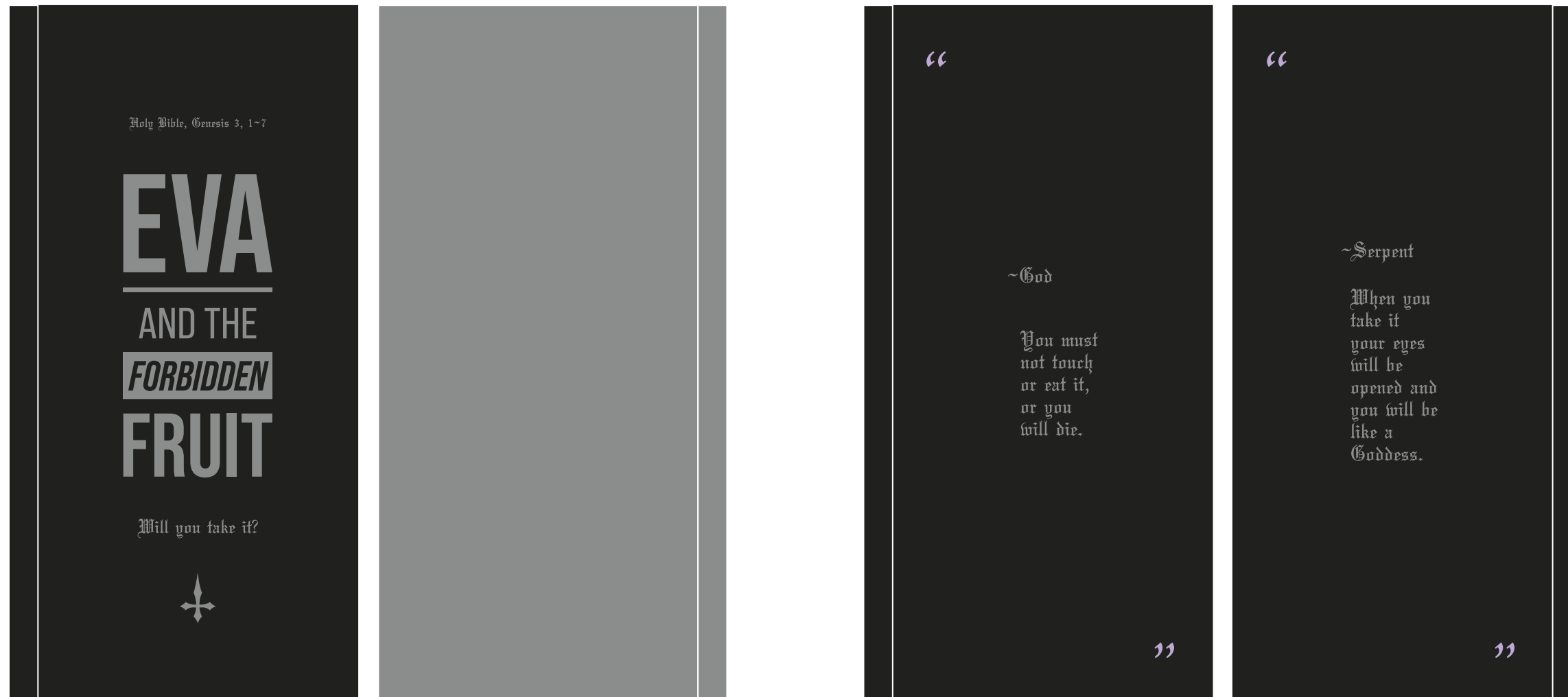
~Grafiche "Fondo" -Bianca /Volta



~Grafiche "Esterno" -Bianca

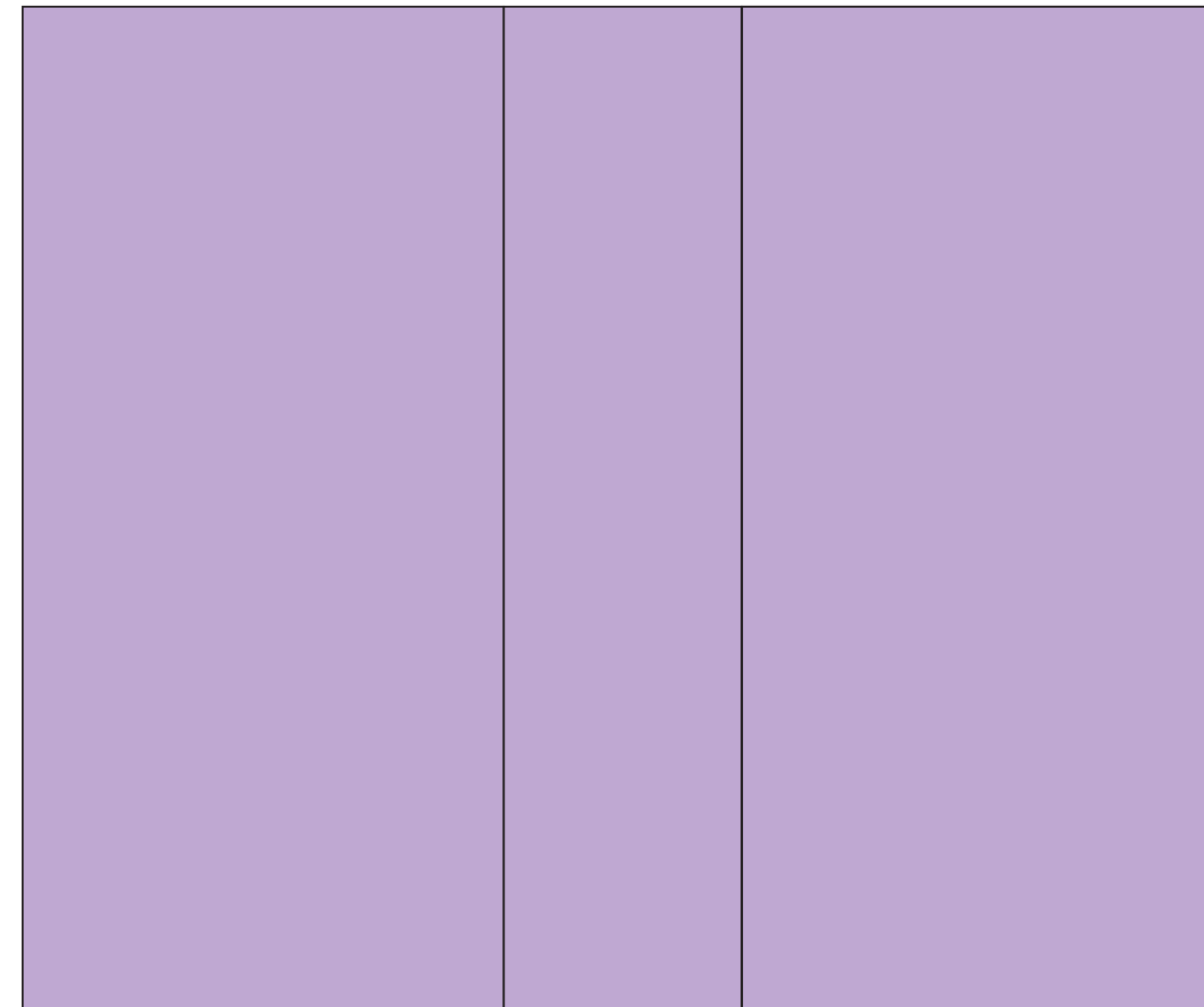
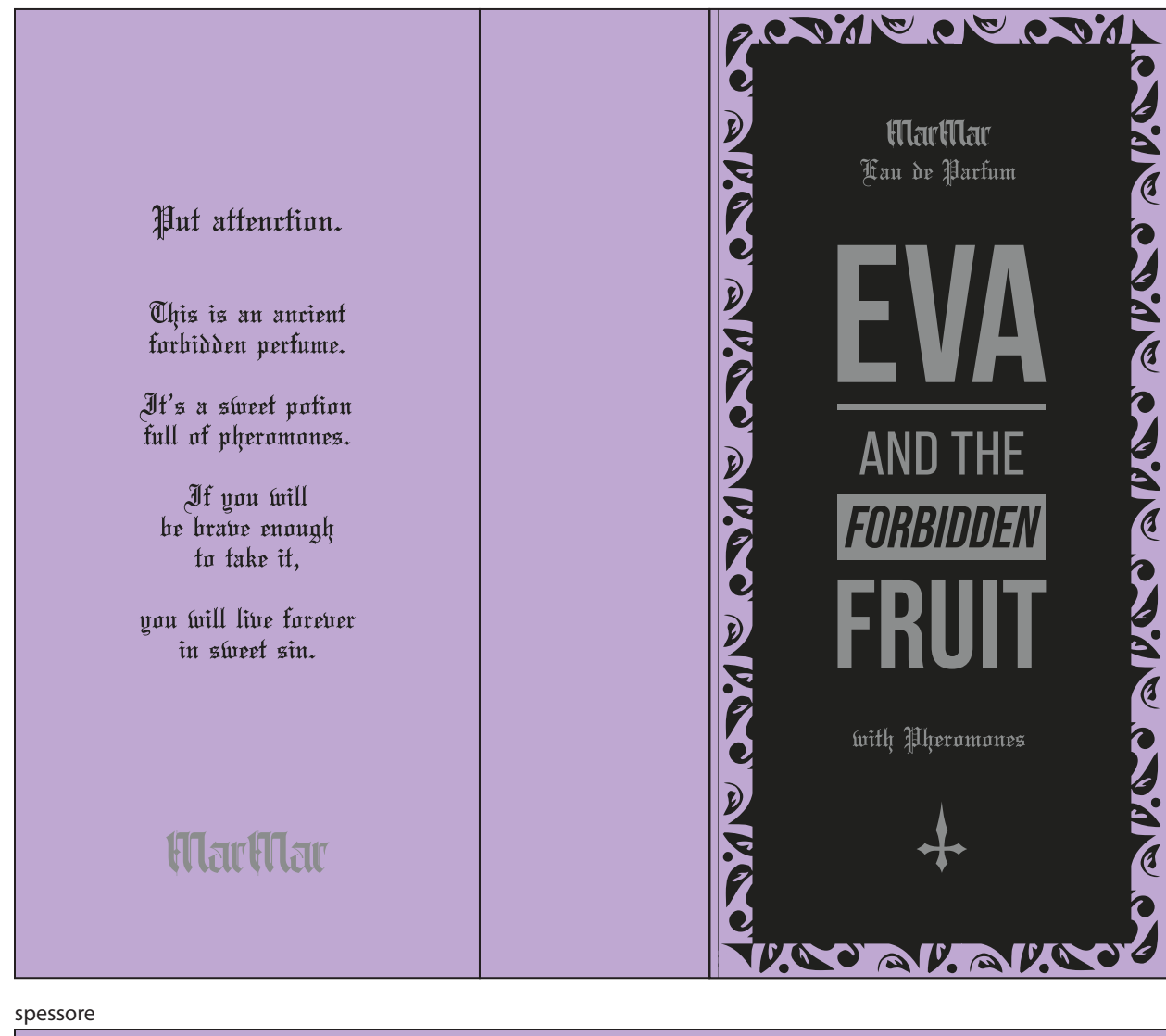


~Grafiche "Nicchia" -Bianca



~Grafiche "Pagina 1" Bianca + Volta

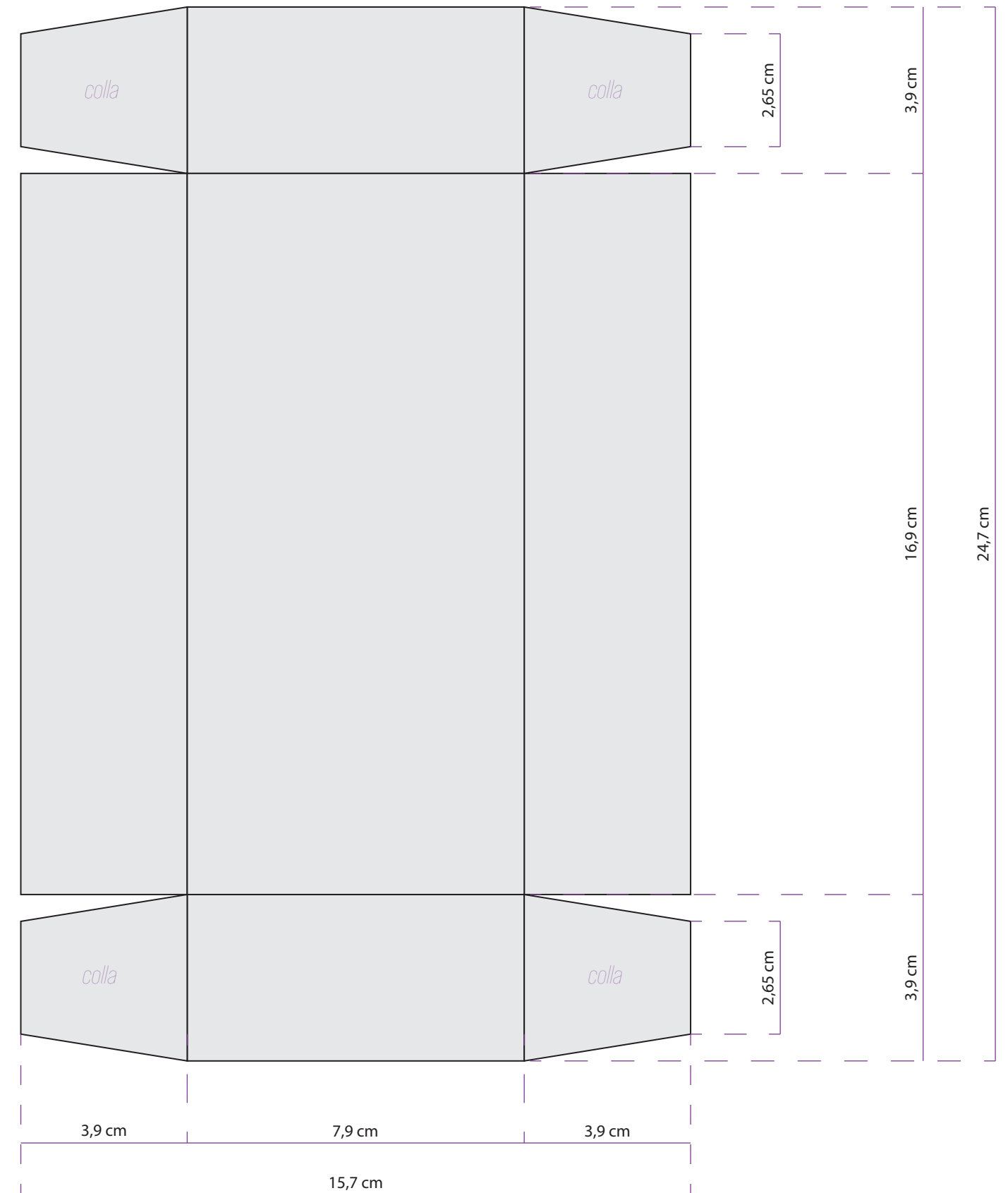
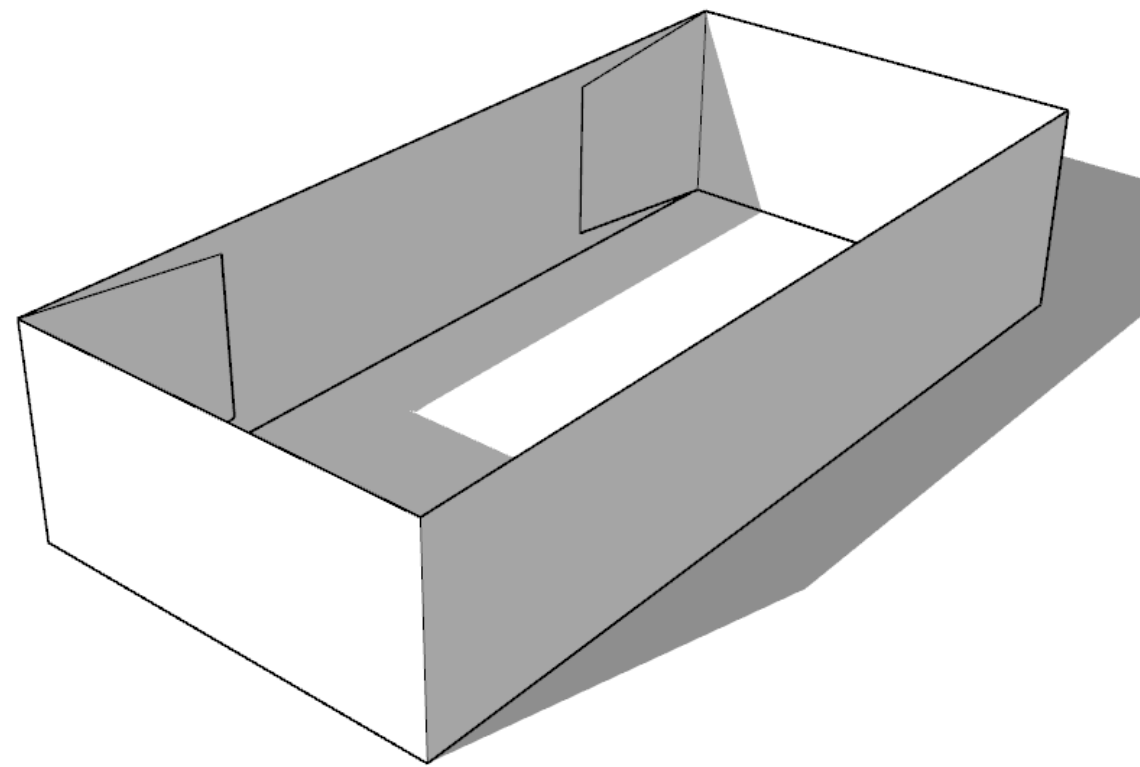
~Grafiche "Pagina 2" Bianca + Volta

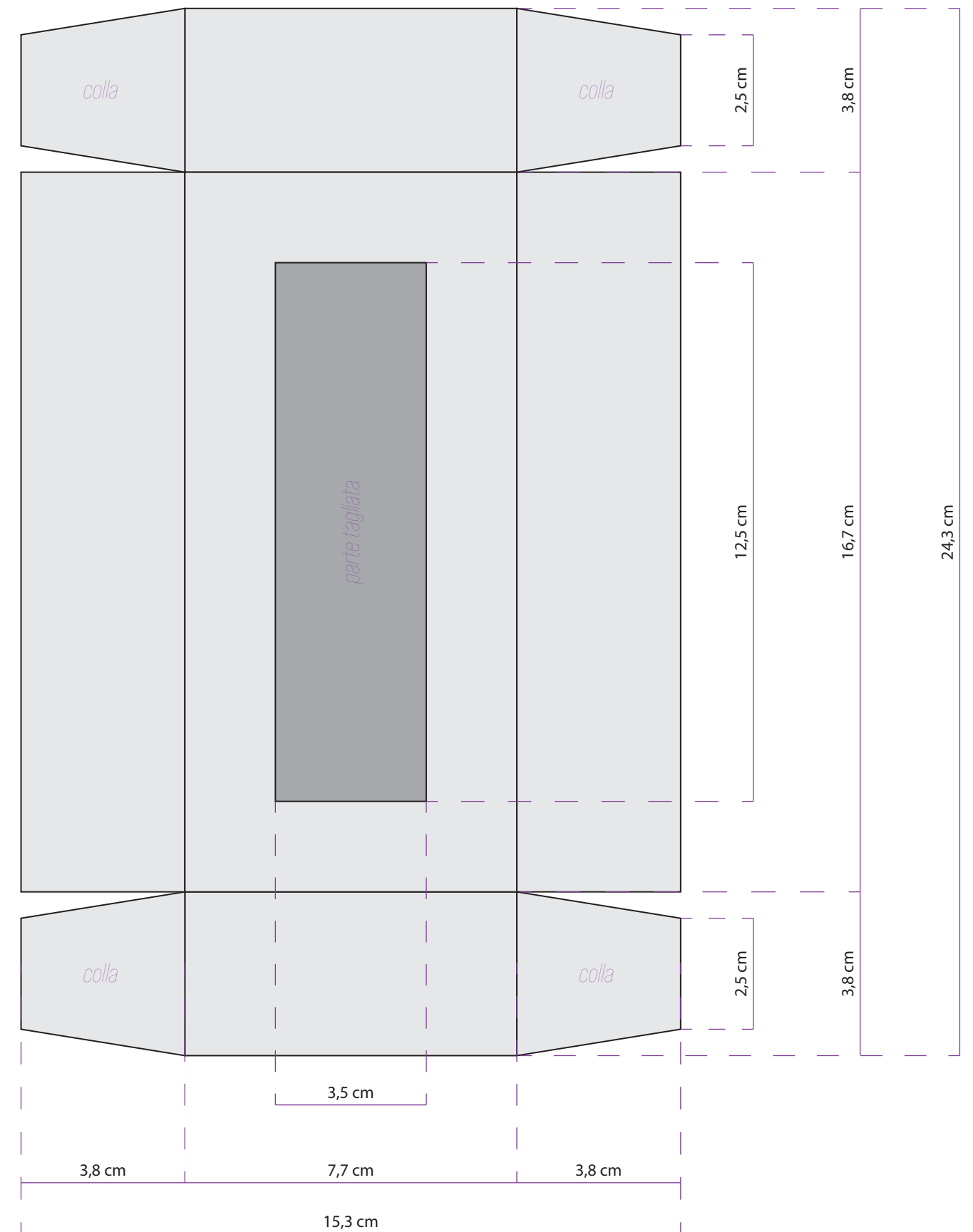
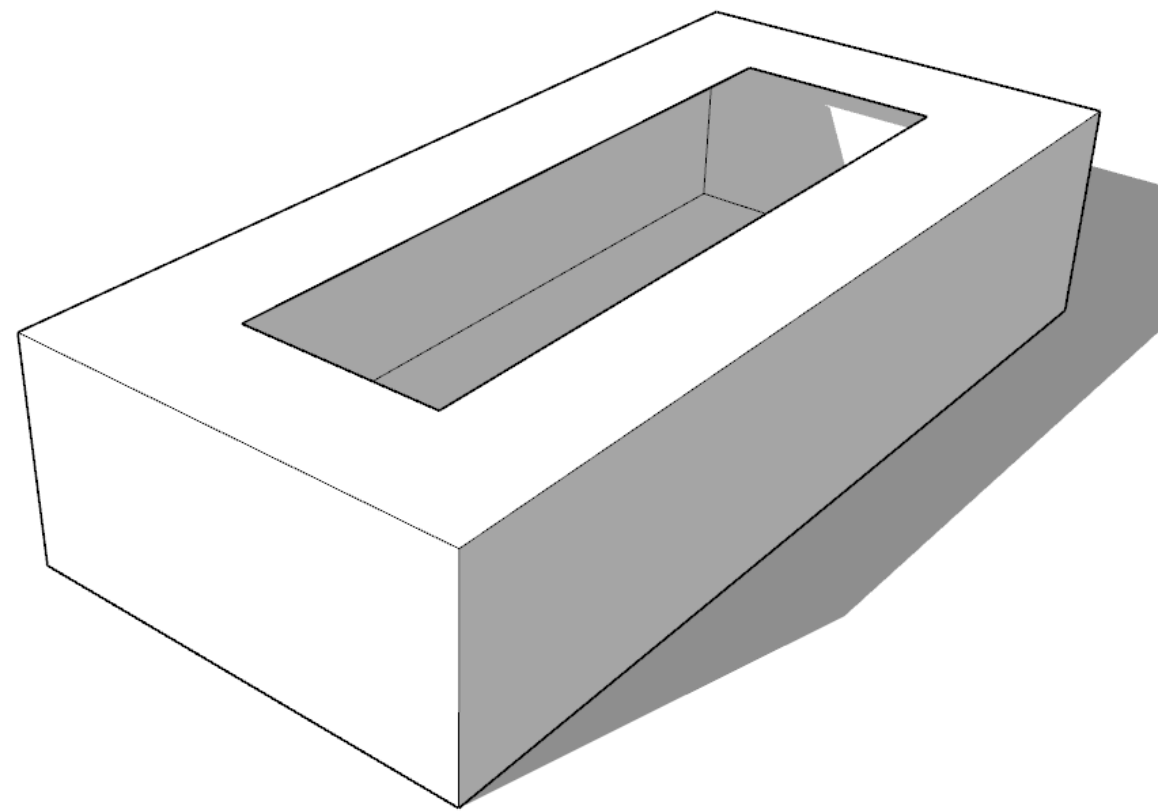


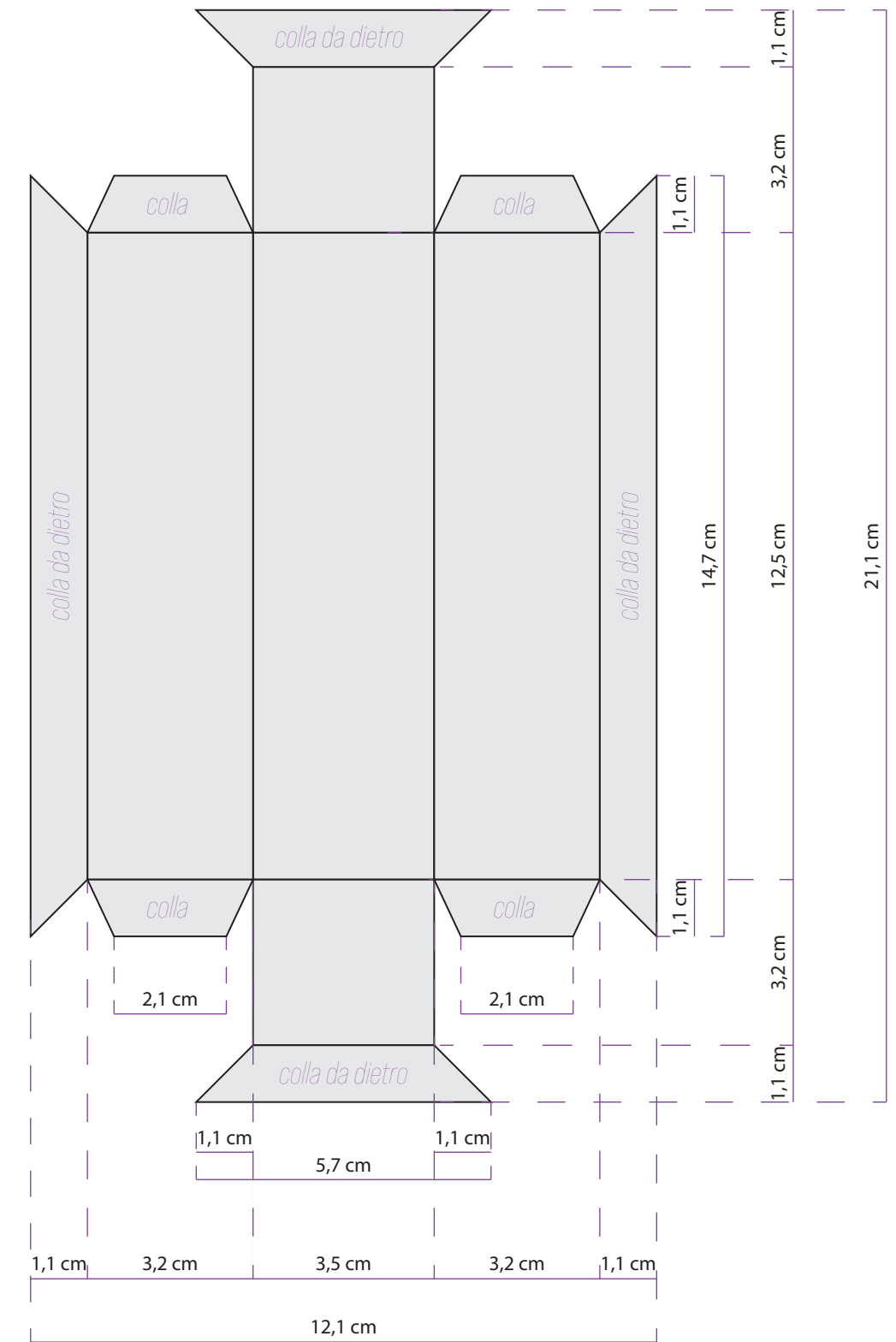
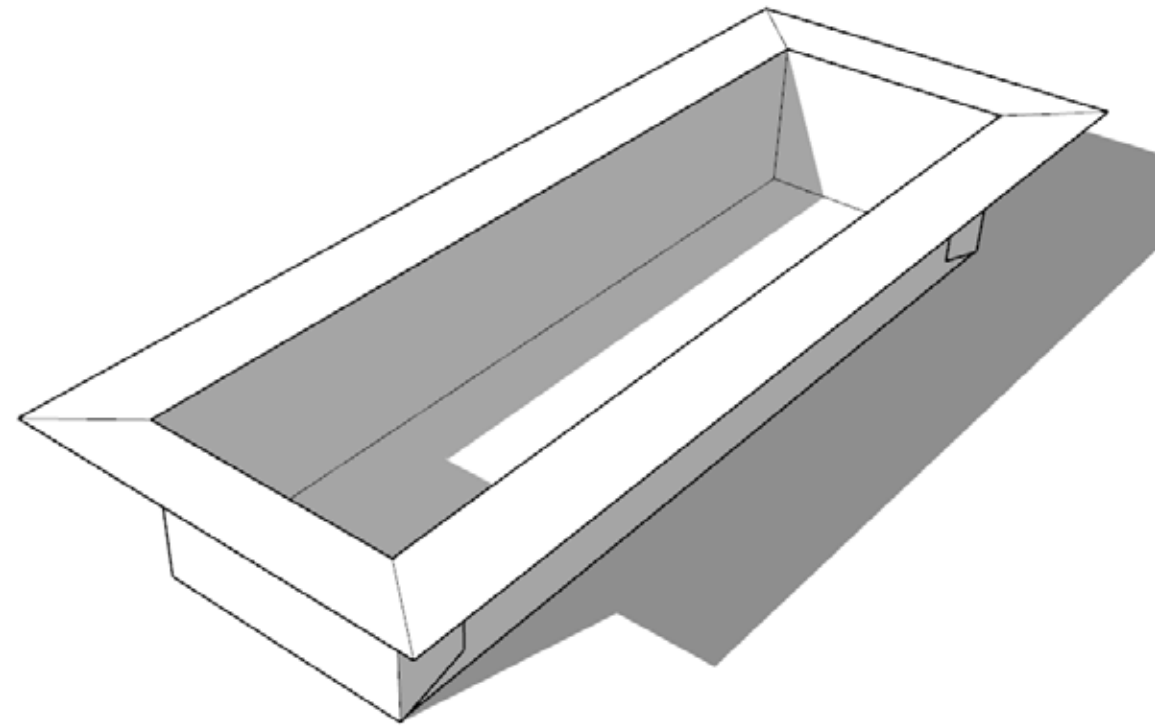
~Grafiche "Copertina" -Bianca

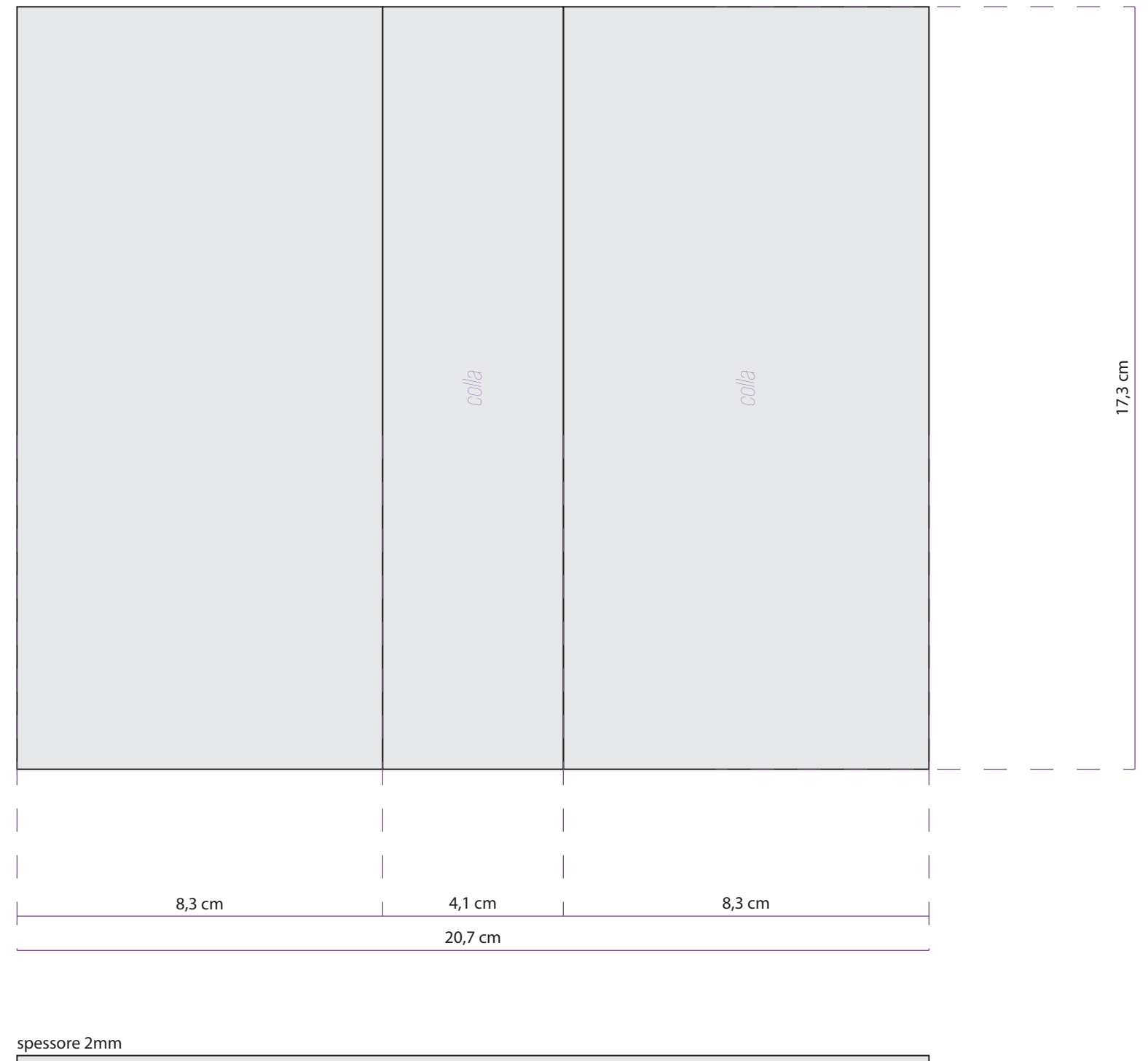
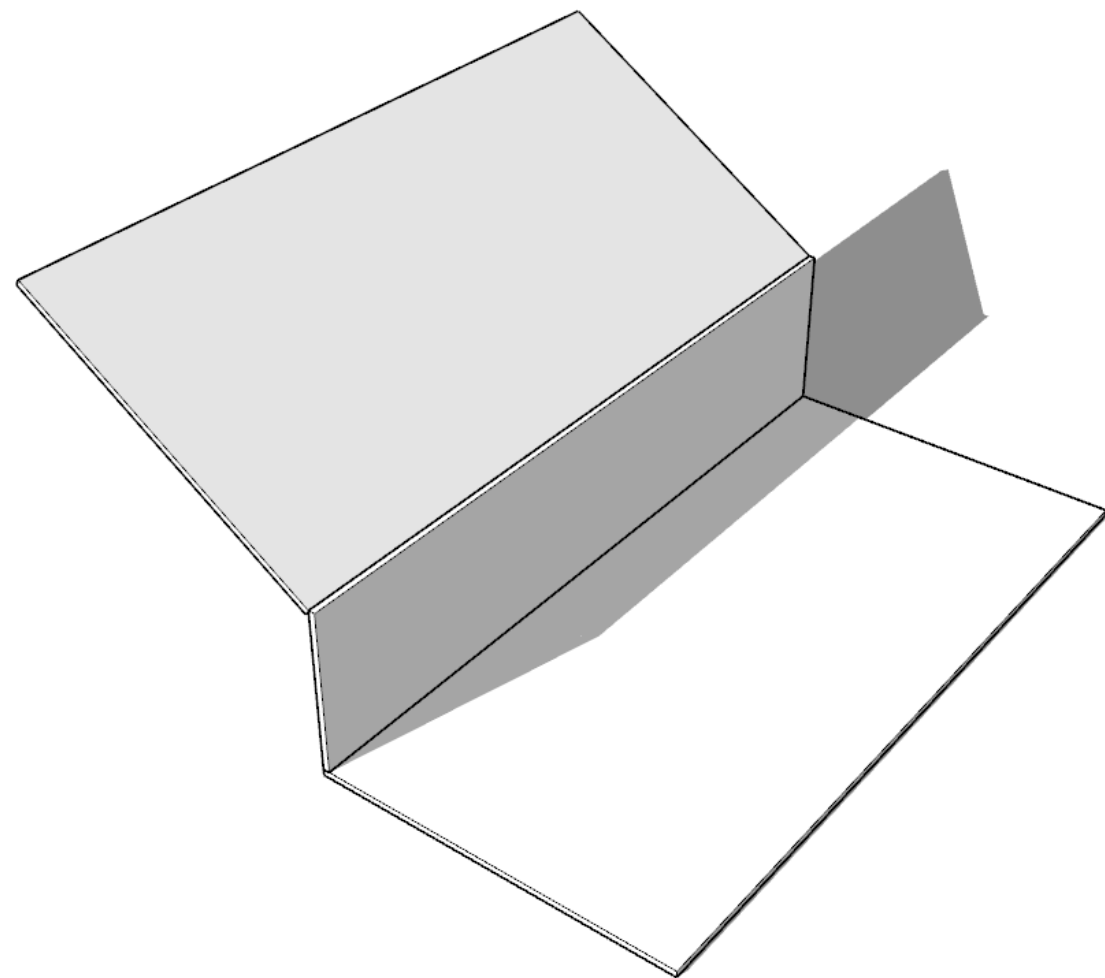
~Grafiche "Copertina" -Volta

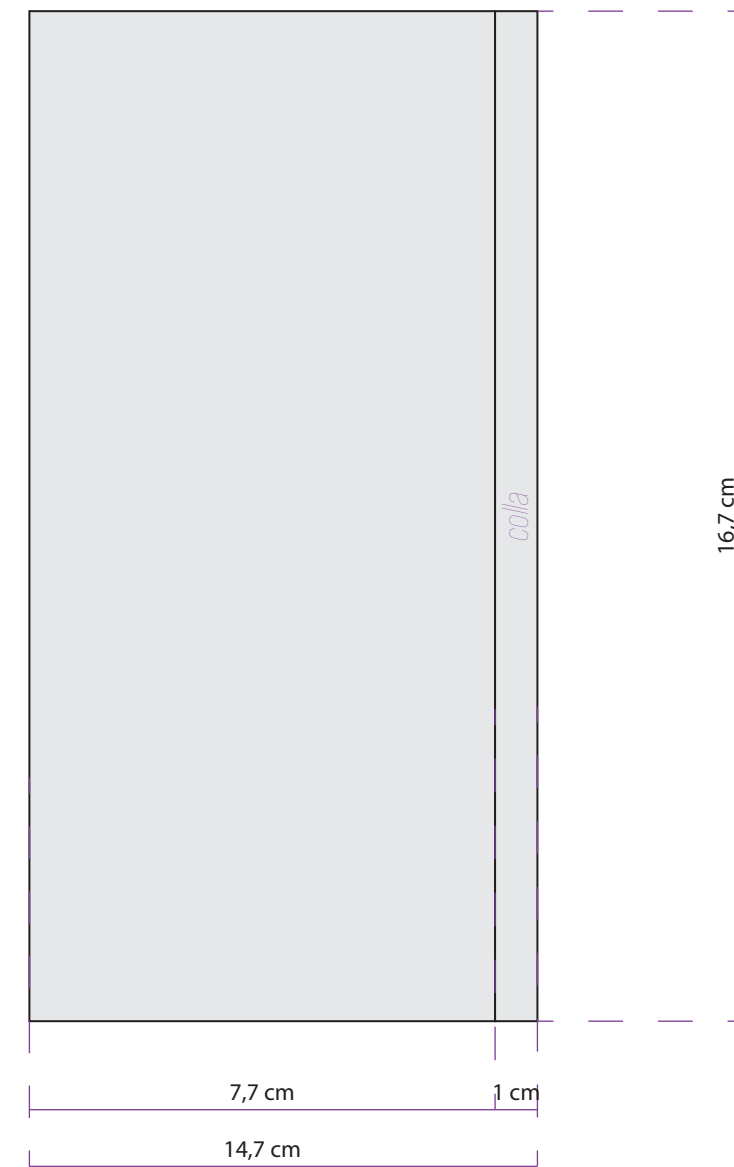
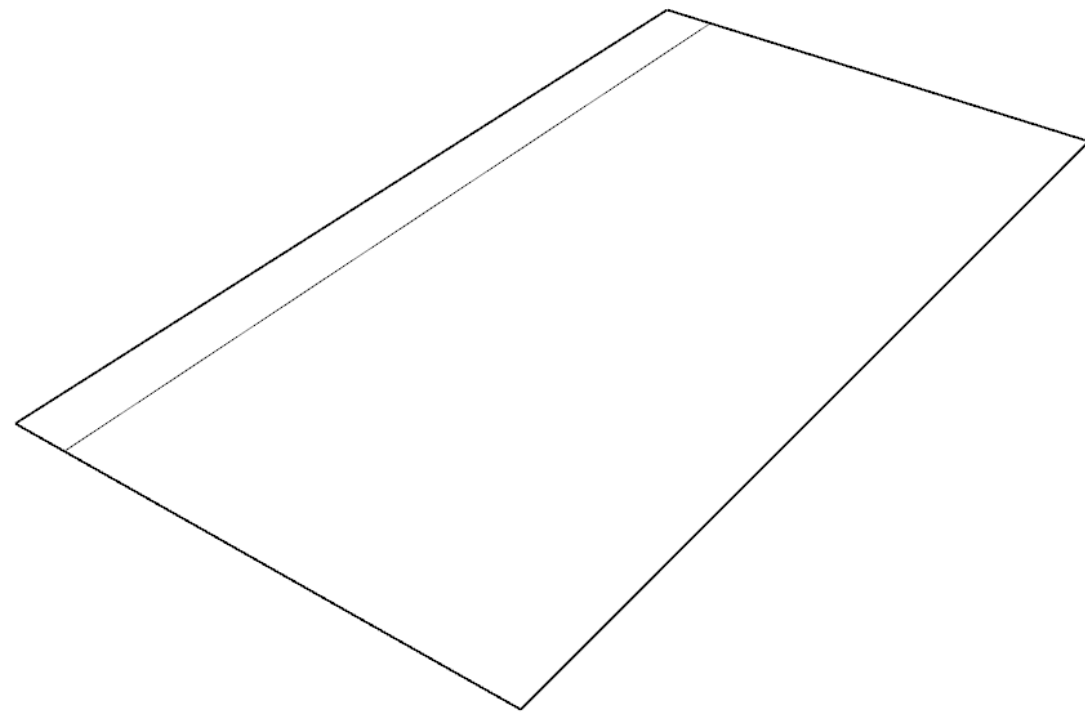


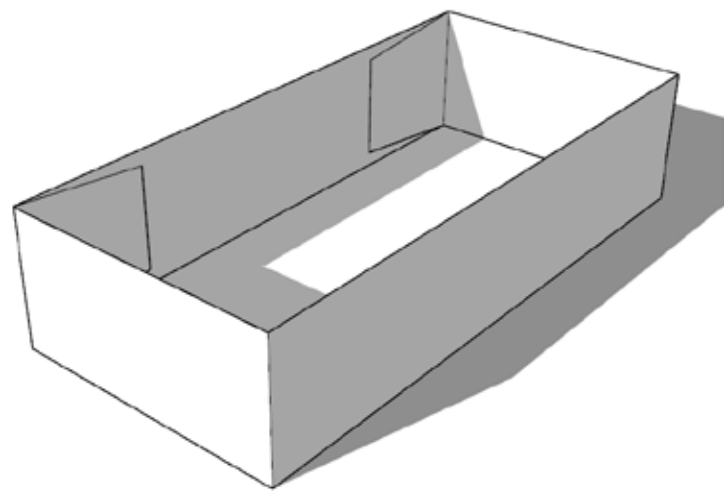




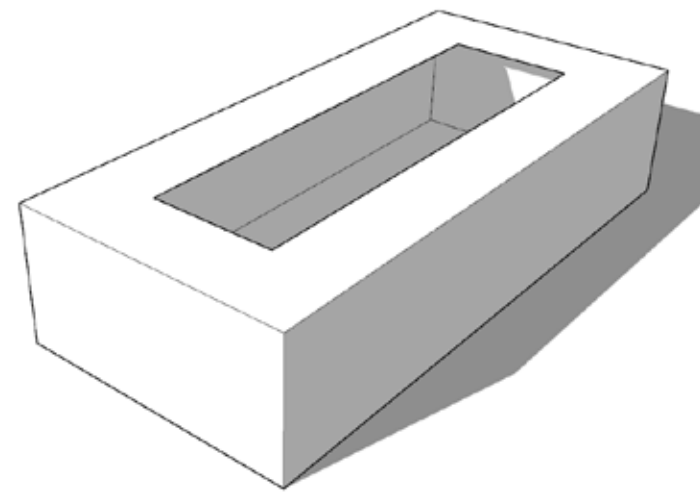




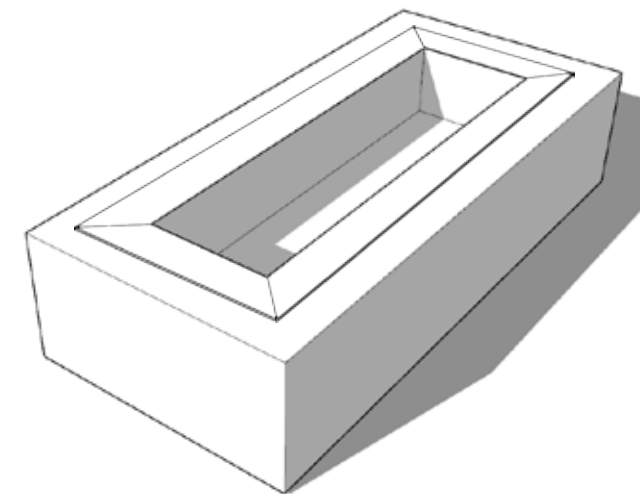




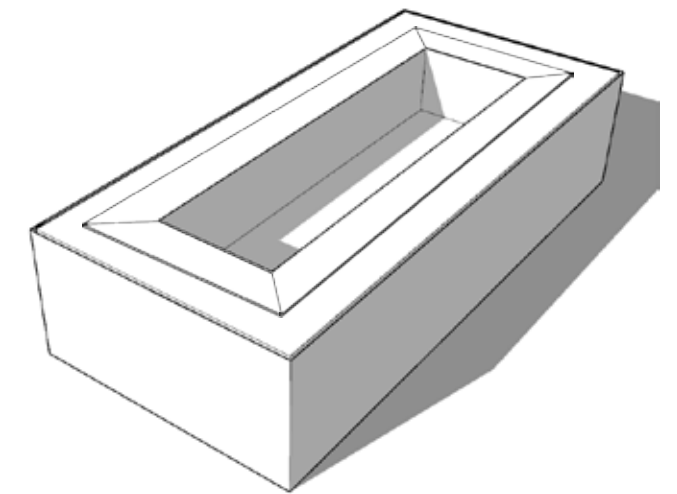
**STEP 1**



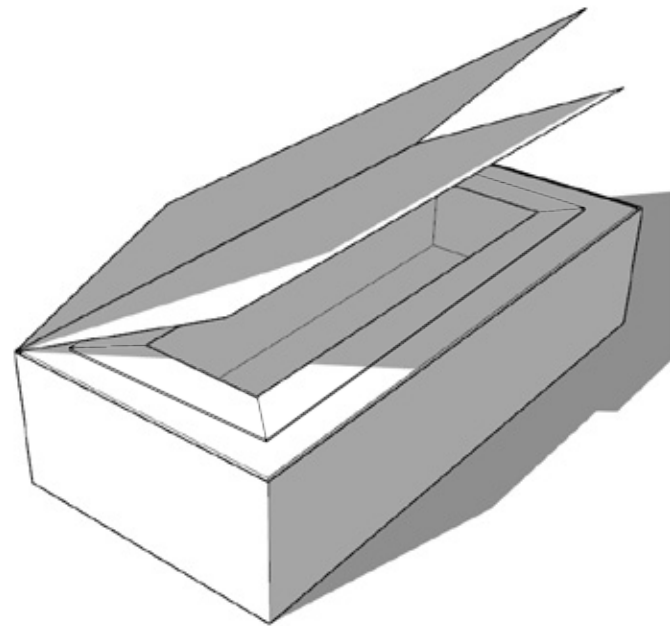
**STEP 2**



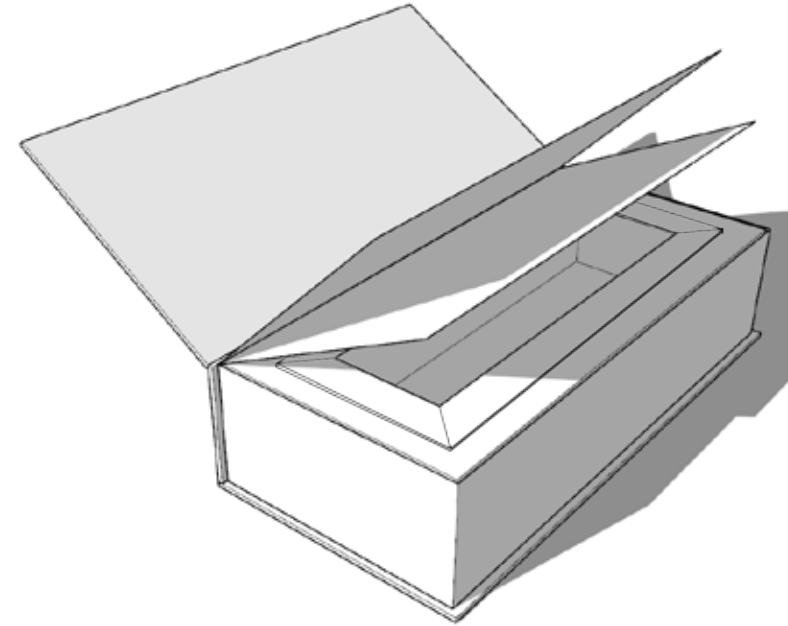
**STEP 3:** *Incolla nicchia*



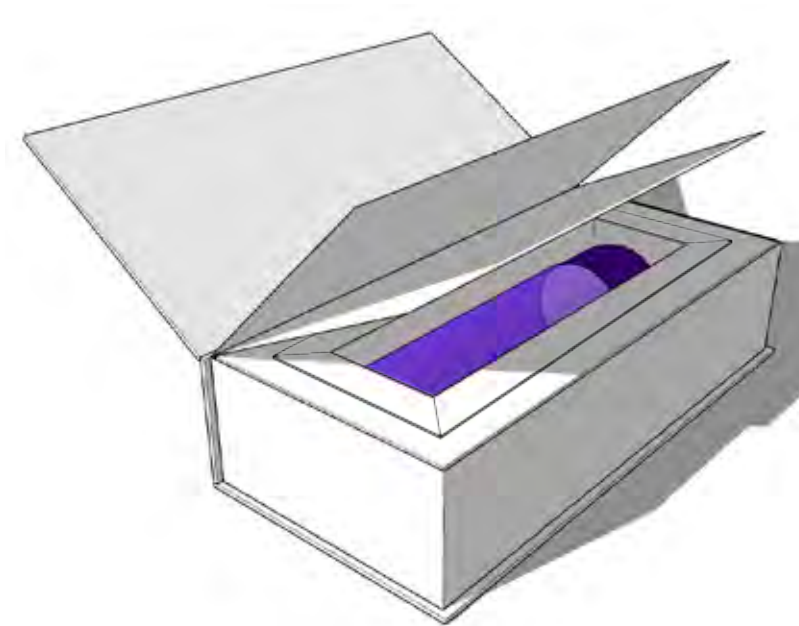
**STEP 4:** *Inserisci il ricavato nella scatola fondo*



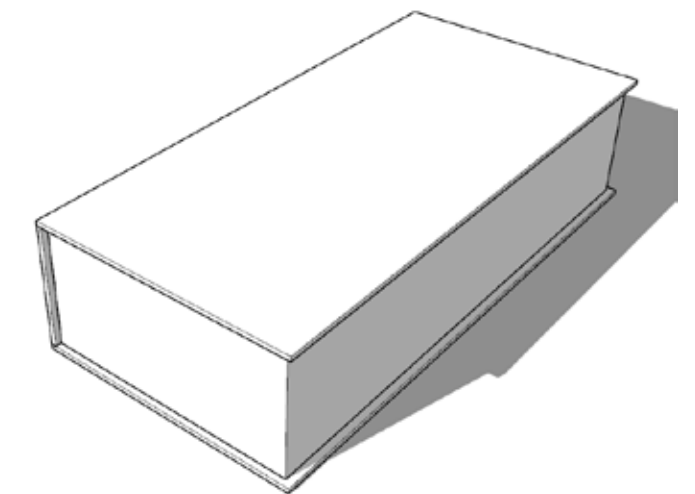
**STEP 5:** *Incolla pagine interne alla scatola*



**STEP 6:** *Incolla copertina alla scatola*



**STEP 7:** *Inserisci profumo*



**STEP 8:** *Chiudi scatola.*













Questo invece il progetto dell'advertising.

2 le pagine pubblicitarie progettate.

Nella prima il profumo viene mostrato accostato ad Eva, che è sdraiata nel giardino dell'eden. Sensuale e Provocante sprigiona il suo fascino divino.

Nella seconda viene invece meglio mostrato il frutto proibito (il profumo) e il serpente che lo custodisce.

Una scritta provocante in entrambe le pagine chiede all'acquirente "lo prenderai?" accennando all'indecisione di Eva sul se prendere o no il frutto proibito.







