

nicoferrettini

PORTFOLIO

[®]nids

architecture design communication



nicoferrettini

CHI SONO?

Sono un architetto e art director con una forte passione per il design e la creatività. Da sempre, mi impegno a dare forma a idee e progetti che rispecchiano le esigenze dei miei clienti, creando soluzioni tailor made, pensate su misura per ogni singolo caso. La mia missione è quella di mettere ordine e organizzare ogni aspetto del progetto, affinché ogni elemento – dal concept iniziale alla realizzazione finale – si integri perfettamente nell'insieme.

La cura dei dettagli è una mia priorità, perché credo che siano proprio i particolari a fare la differenza e a trasformare un'idea in qualcosa di unico e straordinario. Ogni progetto che seguo è il risultato di un lavoro di ascolto attento, analisi e perfezionamento, sempre con l'obiettivo di realizzare soluzioni che rispondano alle necessità pratiche e stilistiche del cliente.

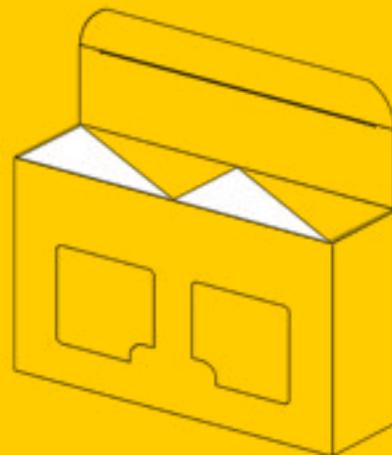
L'amore per quello che faccio è il motore che mi spinge a dare sempre il massimo in ogni sfida, a sperimentare nuove forme e soluzioni, senza mai perdere di vista l'equilibrio e la funzionalità. Ogni progetto è un'opportunità per me di crescere e di offrire un'esperienza progettuale che supera le aspettative.

ASTUCCI BIS-TRIS DI FORMAGGI MALEDETTAMENTE TOSCANI



PROBLEMA

- esposizione del prodotto difficoltosa
- mono vaschetta sottovuoto e impossibilità di inserire formaggi con allergeni
- difficoltà di inserimento vaschetta nell'astuccio



RISOLUZIONE

- il prodotto sta in piedi da solo
- ogni spicchio di formaggio è imbustato a se, quindi non ci sono problemi di allergeni
- facilità di inserimento degli spicchi nell'astuccio

+ 300% TOTALE VENDITE (sul 2023)



CLIENTE CLIENT	Busti Formaggi S.p.A.
ANNO YEAR	2024
LAVORO JOB	studio e sviluppo di nuovo packaging
RUOLO ROLE	analisi, progettazione e sviluppo, rapporto con i fornitori, espositore prodotti

NUOVE ETICHETTE, CATALOGO E FOTO



RICHIESTA

- studio nuove etichette per uniformare l'eterogeneità delle precedenti succedutesi negli anni
- dare un impronta più moderna ai formaggi
- le nuove etichette dovevano riconoscersi in mezzo alle altre



RISULTATO

- etichette dai toni freschi e moderni con un uso massiccio del colore
- presenza costante di paesaggi e città toscane come legame col territorio
- per lo shooting ho pensato a un atmosfera quasi surreale, con ombre nette e oblique così da poter esprimere eleganza e concentrare l'attenzione sul prodotto

[clicca qui per visualizzare il catalogo](#)



CLIENTE CLIENT	Busti Formaggi S.p.A.
ANNO YEAR	2022-2023
LAVORO JOB	studio e sviluppo di tutte le etichette in catalogo, art direction fotografica e sviluppo nuovo catalogo cartaceo e digitale
RUOLO ROLE	analisi, progettazione e sviluppo, rapporto con i fornitori, espositore prodotti
FOTO PHOTO	Luca Palatresi



momenti dello shooting fotografico

ETICHETTE DI VINO



RICHIESTA

keywords:

- italianità
 - paesaggi italiani
 - vestirsi bene
 - stile di vita italiano
 - coppia
 - Lago di Garda
- lo stile doveva essere onirico senza dettagli accentuati



SCELTE E RISULTATO

- ho scelto un tono femminile, dai tratti poco marcati e sfumati
- i colori sono pastello molto chiari
- in contrasto il font del nome del vino ben marcato e deciso, sotto un font calligrafico per alleggerire.
- le figure sono in negativo, come spiriti che aleggiano sui paesaggi, senza volto, senza caratterizzazioni, sono presenze senza tempo

CLIVO

Costoga

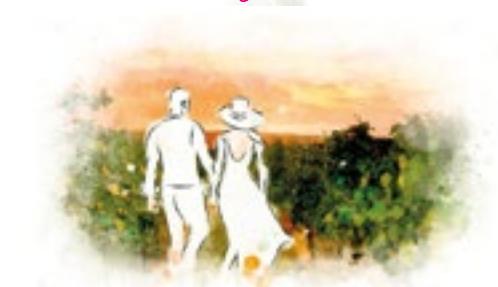


PANTAI



DECENZO

Lugana



CLIENTE CLIENT	VIA DEL GUSTO GmbH
ANNO YEAR	2022
LAVORO JOB	studio e sviluppo di tre etichette per bottiglie di vino
RUOLO ROLE	ideatore e sviluppatore del progetto, rapporti con l'illustratore

LOGO AZIENDALE



'80



2019



2022
prove



attuale

formaggi di famiglia

CLIENTE CLIENT	Busti Formaggi S.p.A.
ANNO YEAR	2019-2022
LAVORO JOB	studio e sviluppo del logo aziendale
RUOLO ROLE	analisi, progettazione e sviluppo

INPUT AZIENDALI

- poca leggibilità dalla distanza
- contorni non definiti
- molte parole
- senza colore di fondo
- sovrapposizione di scritte
- non emerge il patronimico
- sviluppo quadrato

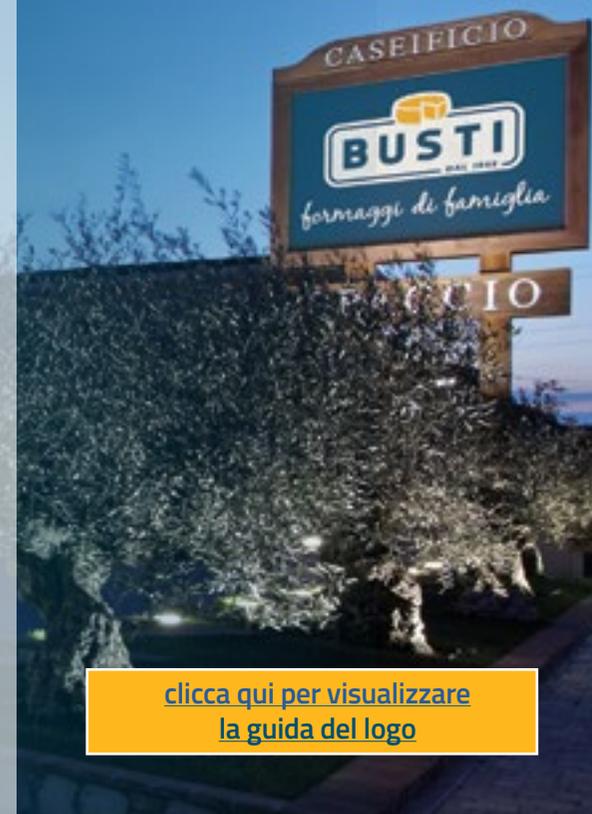
FORMAGGI[®]
della
FAMIGLIA
BUSTI
FAUGLIA PISA ITALIA

vecchio logo aziendale



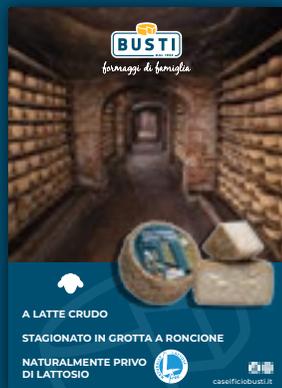
SCELTE E RISULTATO

- ho scelto di partire da un vecchio logo di famiglia rimodernizzandolo
- ho inserito una forma di formaggio per richiamare subito la produzione
- ho inserito la data di fondazione e tolto il riferimento al territorio
- ho concentrato tutta l'attenzione sul patronimico, sul formaggio e sulla storia
- ho usato i colori BLU e GIALLO colori sociali di Acciaiole, comune dove è ubicato il caseificio
- i colori sono stati scelti sulle tonalità calde per trasmettere tradizione, artigianalità e cura



[clicca qui per visualizzare la guida del logo](#)

IMMAGINE COORDINATA



COSA

Ho creato l'intera immagine coordinata del caseificio e questo comprende:

- biglietti da visita
- carta intestata
- block notes
- display prodotto
- sito aziendale
- automezzi logati
- cartelloni stradali
- insegne pubblicitarie
- led-wall stadio
- cataloghi
- segnaletica interna ed esterna al caseificio
- zerbini personalizzati
- penne personalizzate
- cappellini personalizzati
- vestiario

[clicca qui per visualizzare il sito internet](#)

STAND AL CIBUS 2024

Ho progettato, diretto e allestito lo stand Busti che ha destato molto interesse per la vivacità dei colori e l'eleganza al tempo stesso con la bellissima vetrina piena di formaggi sul fronte.



CLIENTE CLIENT	Busti Formaggi S.p.A.
ANNO YEAR	2023
LAVORO JOB	studio e sviluppo di tutto il materiale concernente l'immagine coordinata aziendale
RUOLO ROLE	art director, project manager, grafico

RESTYLING NEGOZIO



RICHIESTA

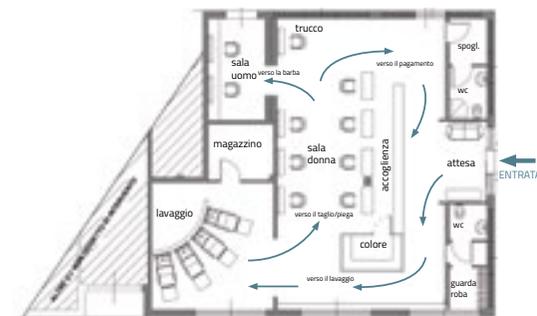
- modifica della disposizione delle zone ottimizzando i movimenti del personale
- stile come congiunzione tra la boutique e un revival locali anni '50
- inserimento di una *zona uomo*
- inserimento di una *zona trucco*



SCELTE E RISULTATO

- ho scelto uno stile pulito dagli spazi bene definiti
- il tono è femminile e avvolgente in tutto il negozio
- i colori sono il rosa e il petrolio con finiture color grigio ferro
- l'illuminazione generale è data da pendenti sferici mentre la luce d'accento viene resa con faretti *invisibili* sul soffitto
- la *zona uomo* ha caratteri e colorazioni più maschili con l'uso del marmo, delle piastrelle blu e del cuoio per le sedute
- tocchi di colore sono dati con quadri alle pareti di sapore nipponico

CLIENTE CLIENT	Zumpo atelier coiffeur
ANNO YEAR	2019
LAVORO JOB	studio nuova immagine negozio
RUOLO ROLE	analisi, proposta stile, progetto interni



sala grande



sala piccola



PROSECCHERIA SECCO



RICHIESTA

L'idea di base è quella di creare un ambiente elegante e raffinato che non segua troppo la moda del momento ed allo stesso tempo creare un concept progettuale che potesse essere replicabile e riadattabile con facilità ai diversi contesti.



SCELTE E RISULTATO

- abbiamo scelto di optare per un ambiente chiaro a richiamare il colore del prosecco
- l'utilizzo dell'oro e delle luci tende a ricordare il bicchiere alzato per il brindisi
- un'intera vetrata serigrafata riprodotte le bollicine trasporta l'ospite dentro il bicchiere di prosecco
- sono state studiati gli ambienti per soste brevi e soste più lunghe con cena

IL LOGO "SECCO"

L'idea parte dal bicchiere di prosecco con il suo *perlage*, e si sviluppa estraendo la sagoma esterna del bicchiere. La metà della sagoma è diventata la "S" di Secco. Il resto delle lettere segue l'idea del longilineo (secco).



SECCO



CLIENTE CLIENT	Dry s.r.l. SECCO
ANNO YEAR	2019
LAVORO JOB	studio interni per negozio franchising e studio logo
RUOLO ROLE	progettista interni, grafico, project manager

RICETTARIO



RICHIESTA

I clienti mi hanno chiamato per creare "da zero" un ricettario che unisse le ricette del ristorante e fungesse da pubblicità. Il materiale prodotto sarebbe stato inserito anche sui social.

Keywords:

- artigianalità
- tradizione
- come fatto in casa
- calore



SCELTE

- ho scelto di lavorare con il legno, i tessuti grezzi dai colori molto caldi e piatti in contrasto con le colorazioni di fondo
- gli elementi sono pochi, essenziali e caratteristici per la ricetta
- il punto di vista delle foto è molto ravvicinato, entra nel piatto con una messa a fuoco puntuale, il resto è sfocato ma sempre ben leggibile



CLIENTE CLIENT | **Il Rifocillo S.r.l.**

ANNO YEAR | **2019**

LAVORO JOB | realizzazione di un ricettario cartaceo e digitale (stile, impaginazione e fotografie)

RUOLO ROLE | direttore artistico, project manager, impaginazione e grafica

FOTO PHOTO | Luca Palatresi

[clicca qui per visualizzare il ricettario](#)

THAT'S TUSCANY



CLIENTE CLIENT	Busti Formaggi S.p.A.
ANNO YEAR	2019
LAVORO JOB	realizzazione di una nuova linea di formaggi: etichette, catalogo e materiale pubblicitario
RUOLO ROLE	direttore artistico, project manager, impaginazione e grafica
FOTO PHOTO	Luca Palatresi
ILLUSTRAZIONI ILLUSTRATIONS	Andrea Mancini

that's Tuscany

RICHIESTA

I clienti mi hanno chiamato per creare una nuova linea destinata al mercato estero e normal-trade. La linea doveva essere costituita da tutti i prodotti selezionati e d'eccellenza del caseificio.

Keywords:

- Toscana
- tradizione
- artigianalità
- eccellenza



SCELTE

- ho fatto un restyling al vecchio logo del caseificio



- ho preso spunto dal periodo degli anni 50, *la bella vita italiana* e ho immaginato un viaggio in Toscana, toccando luoghi cari alla Famiglia Busti
- ho scelto di usare la tecnica dell'illustrazione dei fumetti di quei tempi
- le foto seguono i colori e i contrasti di quegli anni



collage di immagini creato per l'illustratore

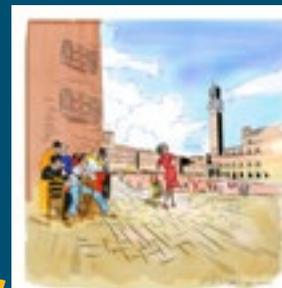
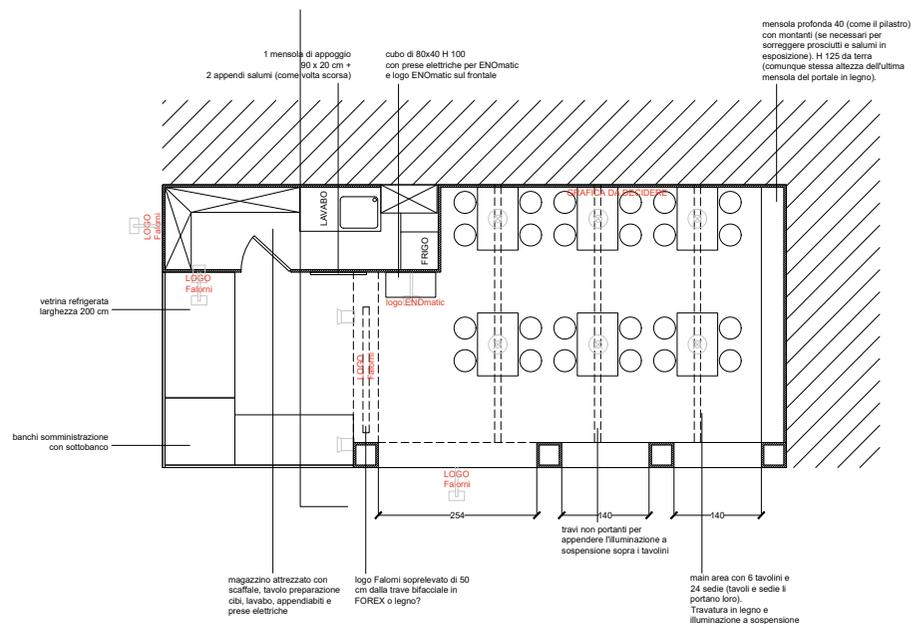


illustrazione finale con lo stile del fumetto anni 50



[clicca qui per visualizzare il catalogo That's Tuscany](#)

STAND FIERISTICO



RICHIESTA

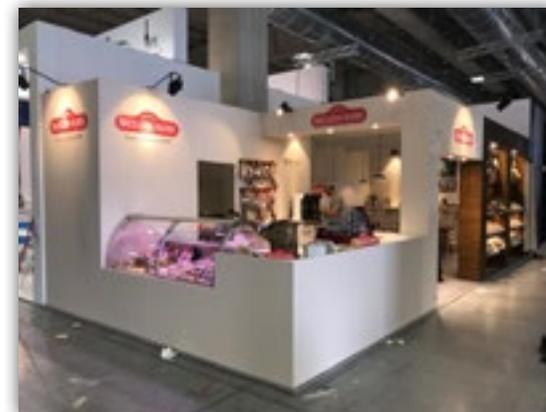
I clienti mi hanno chiamato per creare uno stand che rispecchiasse la loro identità:

- artigianalità
- tradizione toscana
- eleganza
- calore nei materiali
- vicinanza al loro negozio



SCELTE

- ho scelto di lavorare dividendo lo spazio in due aree, quella somministrazione assaggi e quella relativa alle trattative, più riservata per quanto riguarda i materiali ho scelto il legno per le scaffalature, a richiamare il legno del negozio a Greve in Chianti (FI), e una tinteggiatura colr panna come fondo per far esaltare i prodotti e le foto
- gli arredi sono tavolini di legno con piano in marmo bianco di Carrara e sedie in legno come da buona tradizione toscana
- l'illuminazione è divisa in 3 modi: quella sul piano di lavoro intensa e bianca, quella nella zona trattative più soft e calda, i faretto spot con accento sui prodotti per evidenziarli



CLIENTE CLIENT **Antica Macelleria Falorni S.r.l.**

ANNO YEAR **2017**

LAVORO JOB **realizzazione dello stand per la fiera TuttoFood**

RUOLO ROLE **progettista, art director in fiera**

IMMAGINE COORDINATA E LOGO



RICHIESTA

I clienti mi hanno chiamato per modernizzare l'immagine aziendale:

- restyling del logo aziendale
- studio dell'immagine coordinata: biglietti da visita, firma nelle mail, carta intestata, intestazione delle fatture, punzoni, nastro da pacchi
- inoltre avevano bisogno di uno shooting fotografico per la nuova linea invernale



SCELTE

- ho scelto di lavorare creando un logo minimale e moderno, giocando sul positivo-negativo
- l'immagine coordinata segue l'impostazione del logo, usando modalità semplici ed eleganti allo stasso tempo, creando un *fuori dal tempo* perfetto per l'obiettivo
- per lo shooting ho scelto un ambientazione surreale, un parallelogramma bianco su fondo nero come in sospensione nel niente. Le scarpe non hanno peso e toccano a malapena il suolo. Sembra di stare nello spazio profondo con assenza di gravità



CLIENTE CLIENT Calzaturificio DUE ELLE S.p.A.

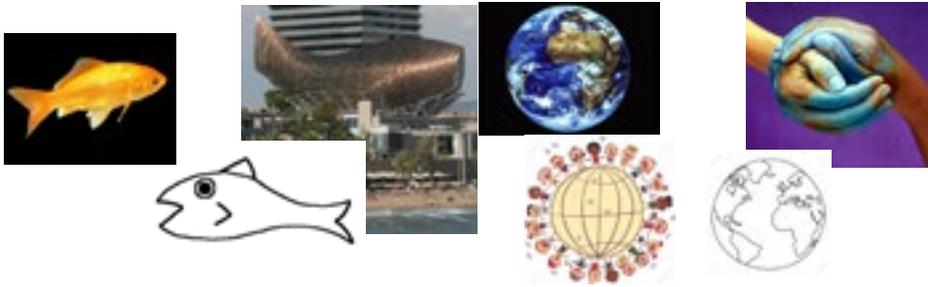
ANNO YEAR 2016

LAVORO JOB progettazione logo e immagine coordinata, shooting fotografico

RUOLO ROLE progettista, art director e grafica

FOTO PHOTO Nicole Polo

LOGO, SITO E IMMAGINE COORDINATA



RICHIESTA

La cliente voleva avviare un'attività di insegnamento della lingua inglese per aziende e professionisti. Ha scelto il nome Ghoti che è una parola inglese creata appositamente per mettere in evidenza alcune incongruenze nella pronuncia dell'inglese rispetto alla loro ortografia. Si potrebbe leggere *FISH!* Ma allo stesso tempo ha in se la frase

I GOT IT = ce l'ho fatta, ho capito

Keywords:

Pesce, Mondo, Connessione, Lingue, Business



SCELTE

- ho lavorato con l'idea del pesce e della morbidezza data dalla femminilità della cliente, il logo è il risultato di linee morbide e quasi astratte che però delineano un pesce
- per il sito ho voluto dare un'aria molto fresca e giovanile (in stile un pò Apple!) in una forma *one-page*
- i colori scelti sono il blu (legato all'istruzione e alla professionalità, alle aziende) e il bianco di fondo per dare luminosità e freschezza visiva

CLIENTE CLIENT	Ghoti - I got it
ANNO YEAR	2015
LAVORO JOB	progettazione logo, progettazione del sito internet e immagine coordinata
RUOLO ROLE	art director e grafica

