

## NABA – NUOVA ACCADEMIA DI BELLE ARTI MILANO I PROGETTI FINALISTI

### Progetti realizzati dal Biennio Specialistico in Design della Comunicazione

#### *Progetto*

#### **Alchimia**

#### *Studenti*

Arianna Ioan | Erica Sartore | Laura Orlandi | Florentine Sump

#### *Abstract*

Il termine alchimia sembrerebbe discendere dal termine greco khymeia che significa "fondere", "colare insieme", "saldare". Il vocabolo potrebbe anche derivare da kimiya, termine cinese che significa "succo per fare l'oro".

Il concept: l'artigiano italiano, come un alchimista moderno, miscela sapientemente i 10 luppoli provenienti da ogni parte del mondo estraendone una bevanda preziosa, oro liquido.

La grafica proposta per Alchimia è pulita ed elegante; nera perché da sempre simbolo del mistero e della notte, riprende i cerchi concentrici utilizzati dagli alchimisti, sovrapponendo i luppoli che definiscono ancora una volta il Brand Poretti. La scelta dell'oro evoca ciò che la bottiglia contiene, identificando il prodotto come l'estratto delle miscele più preziose.

#### *Progetto*

#### **Virtuosa**

#### *Studenti*

Valentina Di Rosa | Valentina Rosa Cattaneo | Jessica Limonta | Camilla Giacometti

#### *Abstract*

Dall'idea iniziale dei 10 luppoli, abbiamo voluto semplificare la teoria di Platone che espone nel Fredo. Secondo Platone, l'iperuranio è una zona del cielo dove risiedono le idee. Dunque la birra champagne ha un rapporto di mimesi con l'idea e il rapporto che crea con l'acquirente.

I luppoli collocati in modo perfetto e circolare ricrea il moto delle stelle. Le stelle ricreano una costellazione dinamica ma allo stesso tempo concreta, aggettivi che descrivono anche la birra champagne, innalzandola e rendendola una virtù.

*Progetto*

**La Ninfa**

*Studenti*

Irene Cainarca | Sara Cisotto | Giuseppe Pappalardo | Wanting Xie

*Abstract*

"La Ninfa" nasce dalla volontà di comunicare i concetti di seduzione ed eleganza che caratterizzano la nuova birra champagne del Birrificio Angelo Poretti. Questi concetti sono declinati in un packaging ispirato al mondo delle ninfe: toni chiari, elementi floreali e linee sinuose. "La Ninfa" si presenta graficamente con una elegante pianta di luppolo rampicante che avvolge la bottiglia della birra champagne, la quale è realizzata con 10 luppoli provenienti da tutto il mondo.

**Ufficio Stampa**

Aida Partners Ogilvy PR, Via Pomponazzi 9, Milano, Tel. 02.89504650

Sara Della Noce: [sara.dellanoce@aidapartners.com](mailto:sara.dellanoce@aidapartners.com)

Barbara Fortunati: [barbara.fortunati@aidapartners.com](mailto:barbara.fortunati@aidapartners.com)

Eleonora Quesito: [eleonora.quesito@aidapartners.com](mailto:eleonora.quesito@aidapartners.com)

**Carlsberg Italia**

Via Ramazzotti 12, Lainate (MI), Tel. 02.93536940

Laura Marchini: [laura.marchini@carlsberg.it](mailto:laura.marchini@carlsberg.it)