

MODIO
MEDIA₃

accessori
di lusso
per la moda

Racconto di un nostro progetto

info

periodo

2018-2019

cliente

officina bigiotteria italiana

categoria merceologica

accessori metallici di lusso

settore

moda•segmento di lusso•

richieste

- video

- fotografie

- taccuino

briefing

raccontare il nuovo corso dell'azienda
e proiettarla in modo dinamico nel futuro

temi chiave

etica

innovazione

sostenibilità

**le schede che seguono
rappresentano una
selezione di concept
applicati alle diverse
forme di
comunicazione:**

video fotografia grafica



video

dinamica e sostenibile
tra tradizione e innovazione

concept

un invito alla scoperta

una caccia al tesoro immaginaria svela attraverso piccoli
indizi i valori dell'azienda



la sala d'attesa di un'aeroporto è il punto di partenza della sceneggiatura

comunica una presenza globale a partire da un viaggio



i nostri protagonisti sono due giovani designer che scoprono Obi nella loro ricerca di aziende sostenibili



l'astronauta che atterra

- un accessorio può comunicare un messaggio forte di innovazione ed espressione creativa in maniera divertente e coinvolgente
- rappresenta l'espansione globale dell'azienda

tradizione



manualità e innovazione
si ispirano a Benvenuto Cellini,
maestro orafo rinascimentale



abbiamo realizzato questo libro per comunicare il legame fra tradizione e innovazione, i pilastri aziendali

Il *maestro* compare in altre sequenze con il suo sguardo sapiente

palette e colore

scelta e attenzione per il set e la ricerca cromatica







una foresta di scarti metallici sommersi nell'acqua

il riciclaggio delle materie è una delle pratiche aziendali di attenzione all'ambiente...



comunicazione diretta dei messaggi con frasi corte e dirette: slogan



...come l'utilizzo di energia pulita



COLORE

verde come la nostra anima

all'apice del video i protagonisti si ritrovano nella stanza immaginaria



abbiamo fatto delle riprese dei modelli in green screen per inserirli in un ambiente 3d fantastico realizzato con le foto degli accessori, commissionate dal cliente per questo lavoro



nel video convergono in un unico prodotto tutti i livelli di comunicazione su cui il **team di Modiomedia_3** ha lavorato

guarda il video a questo [link](#)

forma colore dimensione

è uno slogan dell'azienda.

*È il fil rouge che lega questo video al primo fatto da **ModioMedia** per **Obi**.*



spazi nuovi da allestire

fotografia

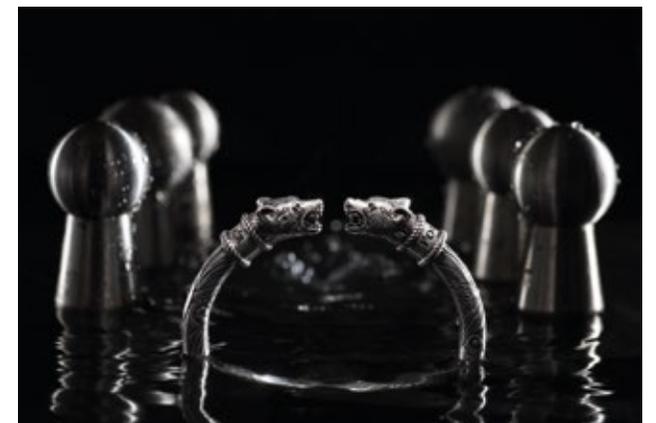
fantastici paesaggi naturali:
il risultato di uno studio raffinato per
esaltare l'accessorio

piramide del lusso

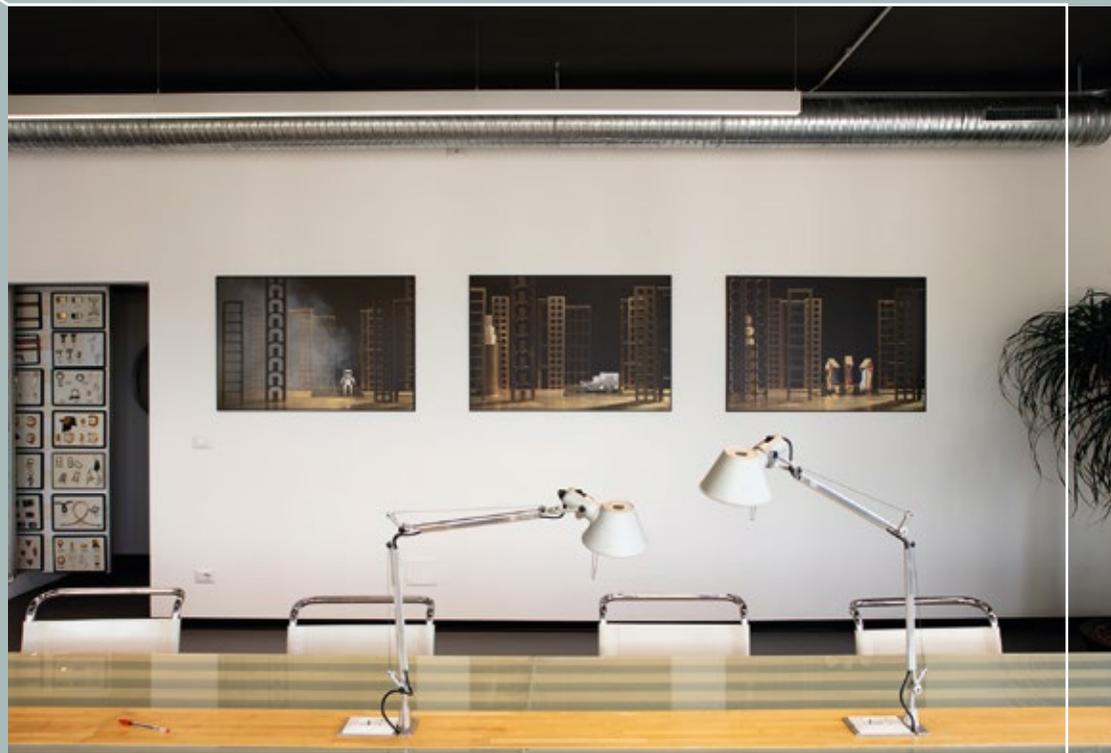


luce e architettura:
inquadrano l'accessorio
catturano un dettaglio
creano un atmosfera

attrezzi e scarti:
costruiscono i paesaggi
dove l'economia circolare dell'azienda
è spunto di creazione







le foto di grandi dimensioni animano gli spazi di lavoro

A photograph of a dog's white paws resting on a circular cork mat. On the mat lies a brown, textured notebook with a teal logo. The logo features a crown above a circular emblem containing the letters 'EB' and the year '1958' below it. The background is a light-colored wooden surface.

grafica

utilità!
un oggetto
utile è la
scelta per
raccontare
l'azienda
fra passato,
presente e
futuro,
innovazione,
etica e
sostenibilità
un taccuino

concept: utile, sostenibile, un racconto su misura

2 lati del taccuino

- il racconto dell'azienda da leggere
- tante pagine vuote per scrivere

carta

- Kraft, sostenibile e certificata, come le aziende coinvolte nella produzione
- 2 inserti in carta traslucida

colore

- raw - grezzo naturale
- azzurro - colore aziendale - acqua - aria
- verde - natura



immagine

il taccuino è libertà espressiva
disegni, foto e texture si
alternano alla parola



il taccuino riunisce
i contenuti del video,
come slogan, e le foto
come espressione
dell'azienda

contenuto

2 lingue:
italiano
inglese

3 livelli di lettura:

racconto***
una narrazione per
parlare dei temi da
comunicare:
ogni pagina é
un concetto

frase**
piccoli slogan
sull'argomento

parole chiave*
un flash immediato
sui temi di ogni pagina



il logo
ispira
1958



- ad usare tondo e forme curve
- lettere come iniziali per un **alfabeto del racconto**:

P di pensiero
Q di qualità
R di racconto
S di storia
T di tradizione...

Enterprise & Responsibility
Impresa & Responsabilità

Engaging in business means to endeavor, to shoulder commitments and responsibilities. Seen in that light with the respect to our expanding market, we felt the need to take action and set forth a new code of ethics.

We accept responsibility for protecting the environment and producing sustainably. And we embrace an inclusive approach: when it comes to people, relationships and the community. At the same time, we maintain an open and searching mind toward the world and culture. We strive for the well-being of all. In our increasingly technology-based world, the real innovation is building onto what makes us human and what binds us to nature. Right now, that is how we strive to do business.

**impegno
commitment**

Fare impresa significa impegnarsi, prendersi in carico impegni e responsabilità. È in quest'ottica che è frutto di una espansione del nostro mercato, abbiamo sentito la necessità di sottoporre un atto di impegno e creare un nuovo codice etico.

Ci assumiamo la responsabilità di produrre con attenzione all'ambiente e in modo sostenibile. Adottiamo un approccio inclusivo e sempre alla persona, alle relazioni, alla comunità e, al tempo stesso, curioso e aperto al mondo e alla cultura. Operiamo per la ricerca del benessere. In un mondo sempre più incentrato sulla tecnologia, la vera innovazione è preservare ciò che ci rende umani e ci connette con la natura. Questo è il nostro modo attuale di fare impresa.

scan the QR code to read our code of ethics or visit our website: www.obit.it/mondi-valori
accedi al nostro codice etico con il QRcode o visita il nostro sito: www.obit.it/mondi-valori

Values composite
comporre

The accessories we produce are rich in complex materials, techniques. Distinctive objects in which the mix of materials add to their perceived quality. Single elements are combined to create a cohesiveness that is not merely a sum of its parts, rather, they create a new synergy that grants the aesthetic sense. A human being's worth, the achievement of individual desires, and respect for one's unique traits is the beginning of a new path upon an relationships and community, first among these, comes. Our world is an intricate network of living systems: cells, plants, environments, people. Engaging in business means fostering relationships with clients, collaborators and suppliers, and being able to make up a dialogue. It means working together to create synergies based on the our dynamic world sets before us.

Valori composite
comporre

Gli oggetti che produciamo sono ricchi in complessi materiali e lavorazioni. Elementi eterogenei, in cui la composizione di materiali diversi conferisce a ciascuna la qualità percepita. Elementi singoli uniti fra loro costituiscono un insieme che non è semplice somma, ma nuovo equilibrio che genera il senso estetico.

Il valore dell'esser vivente e la valorizzazione delle capacità individuali, il rispetto delle specificità sono i inizi di questa storia che parte di relazioni e comunità, a partire dall'uomo. Il mondo è una fitta rete di sistemi viventi: cellule, piante, ambienti, persone. Fare business è stringere relazioni fra clienti, collaboratori e fornitori e saper dialogare, significa costruirsi per trovare soluzioni alle sfide che questo mondo dinamico ci prospetta.

**oneness
rapport
community**

**unicità
relazione
comunità**



Benvenuto Cellini (Florence 1500-1571)

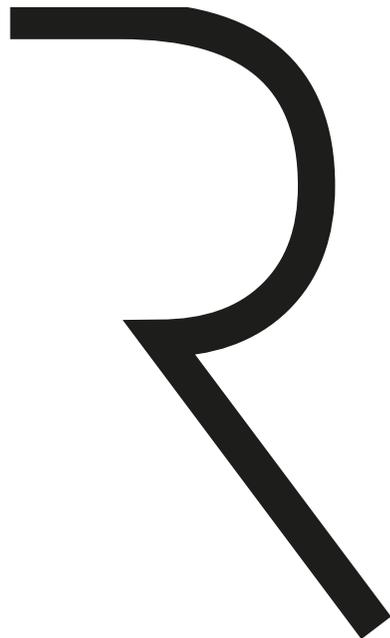
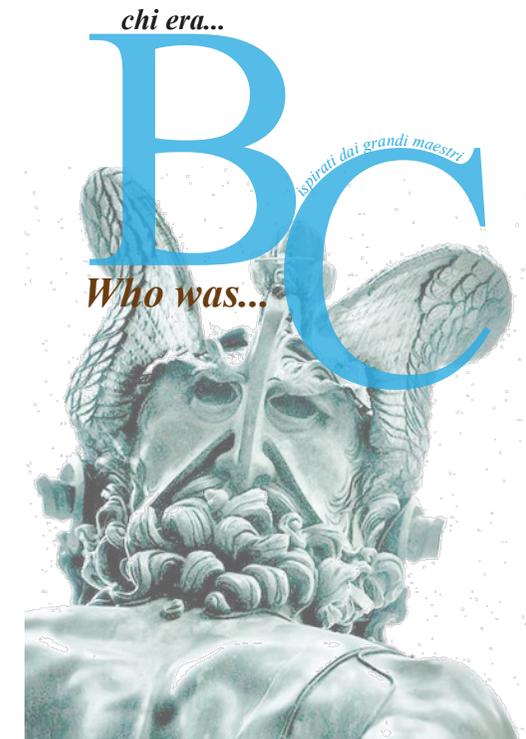


Benvenuto Cellini, exponent of Mannerism, goldsmith, sculptor and writer. For Florentines, Cellini is a recurring and familiar presence on par with Brunelleschi. In Florence, many artists transformed the city into an open-air museum. But there's something that makes Cellini stand out. Brunelleschi directs our gaze with his Cupola, indicating the city's heart. With Perseus, Cellini dominates the Loggia dei Lanzi, his bronze demigod catching our glimpses at every step across Piazza della Signoria.

Cellini is not only an artist, but a *personage*, for his works in gold, his sculptures and above all, his autobiography in which he wields his pen in a celebratory way, acutely aware of its power. In his treatises on jewelry and sculpture, he didn't so much want to teach how one creates as how one executes. They speak of setting gems and engraving in gold and silver, of shaping clay and modelling wax, of melting bronze and sculpting marble. And he speaks of these actions in a soothing tone that's fitting to the subject matter, except in those moments when the author's sanguine temperament bursts forth onto the page.

Benvenuto Cellini, artista del Manierismo italiano, orafo e scultore, scrittore. Per i fiorentini Cellini è, al pari di Brunelleschi, una presenza ricorrente e familiare. A Firenze sono molti gli artisti che hanno reso la città un museo a cielo aperto, ma qualcosa rende il Cellini particolarmente speciale. Brunelleschi ci orienta con la sua cupola, indicandoci il cuore di Firenze, Cellini con il suo Perseo, domina la Loggia dei Lanzi; il semidio cattura i nostri sguardi ad ogni passaggio da Piazza della Signoria.

Cellini non è soltanto un artista, ma un personaggio, per le sue opere di oreficeria e scultura, e soprattutto, per la sua autobiografia in cui usa la penna in modo celebrativo, comprendendone il potere. Nei suoi trattati sull'oreficeria e sulla scultura non volle insegnare a creare, bensì ad eseguire. Così i suoi trattati parlano del legare le gemme, dell'intagliare l'oro e l'argento, del plasmar la creta, del modellar cera, del fondere il bronzo, dello scolpire il marmo; e ne parlano nel modo pacato che si conviene alla materia, salvo alcuni momenti in cui il temperamento sanguigno dell'autore affiora.



racconto nel racconto

spunto poetico per 2 inserti di approfondimento sul *savoir-faire* dell'azienda

MODIO
MEDIA 3

grazie per la
tua attenzione

modio@modiimedia.com
www.modiimedia.it