

REVEL OTTAVIANI COMUNICAZIONE ■ AGENZIA DI PUBBLICITÀ

FORTE, CON STILE.
advertising, corporate, below the line, web and more

RevelOttavianiComunicazione



REVEL OTTAVIANI COMUNICAZIONE ■ AGENZIA DI PUBBLICITÀ

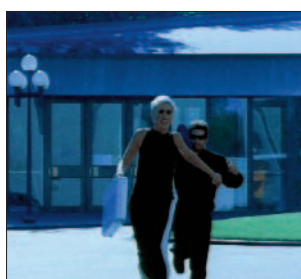
FORTE, CON STILE
advertising, corporate, below the line, web and more



For the english version see the last page

Il mondo cambia, la gente cambia, nuovi stili si impongono, altri nascono e modificano quella strana cosa che siamo abituati a chiamare “i mercati”. In fondo il nostro mestiere è tradurre nel linguaggio più accattivante e comprensibile gli obiettivi e le aspettative delle aziende rispetto ai loro mercati. Allora se cambia il mondo deve cambiare la pubblicità, sta cambiando, è cambiata! E vogliamo farlo anche noi. Perché non possiamo solo dirci interpreti di scenari che evolvono, vogliamo esserne parte. E ancora, cambiare significa ripensarsi, rimettersi in discussione, trovare nuove vie e a noi piace farlo.

IL MESTIERE DI CAMBIARE





L'EQUILIBRO TRA VERVE E STILE

Così, dopo quasi otto anni ricchi di soddisfazioni, confronti, creatività, pensiero, ci siamo scoperti diversi, ovviamente cresciuti, nelle idee che sono il nostro prodotto, ma anche nello stile che è il miglior modo per rendere le idee. Insomma maturati, ma non maturi. Siamo sicuri di avere ancora molto da fare e da scoprire, di avere in serbo altri mille modi per comporre il giusto mix che rende efficace, oltre che bella, una qualsiasi azione di comunicazione. Non abbiamo mai pensato di avere mirabolanti alchimie aziendali, fulminanti e definitive letture dei mercati, e in questo non cambieremo. Sappiamo invece proporre, nel modo più duttile ed eclettico, tante idee per qualsiasi settore e su qualsiasi media, perché la visione globale per noi è un po' una linfa vitale. Per rinnovare e crescere la nostra vocazione ci riproponiamo partendo dal restyling del nostro marchio in cui abbiamo voluto sintetizzare le nostre valenze fondamentali: lo stile sempre e comunque, condito con una delle più felici sintesi della verve mediterranea, un peperoncino verde!

REVEL OTTAVIANI COMUNICAZIONE ■ AGENZIA DI PUBBLICITÀ

FORTE, CON STILE
advertising, corporate, below the line, web and more

RevelOtt avianiComunicazione





IL PENSIERO È FATTO DI PERSONE

REVEL OTTAVIANI COMUNICAZIONE ■ AGENZIA DI PUBBLICITÀ

FORTE, CON STILE
advertising, corporate, below the line, web and more



Giocarsi la faccia giorno per giorno. Questo significa avere un'azienda che porta il proprio nome. Abbiamo sempre pensato che un'agenzia di pubblicità sia fatta delle persone che ci lavorano dentro, che ci mettono il loro pensiero, la loro esperienza, il loro mestiere, a volte le loro piccole malizie. Il risultato di tutto questo lavoro non si può etichettare con una fredda sigla, deve avere ancora il nome di persone, deve essere l'espressione di un pensiero, non di un processo. Quindi ancora Revel e Ottaviani in prima persona, ma a rappresentare tutto il meraviglioso staff, art, copy, grafici, account, produzione, amministrazione, reception, ma anche i collaboratori esterni con cui da anni lavoriamo gomito a gomito, creativi free lance, fotografi, art buyer, illustratori. E poi altri professionisti portatori di esperienze che arricchiscono, architetti, scenografi, producer, designer. Persone. Con un nome per riconoscerle, il resto sono solo strumenti, sempre migliori, ma strumenti.





PANORAMICA CON SINTESI

REVEL OTTAVIANI COMUNICAZIONE ■ AGENZIA DI PUBBLICITÀ
FORTE, CON STILE advertising, corporate, below the line, web and more

Sintesi. La prima legge di un pubblicitario. In sintesi abbiamo espresso il nostro pensiero, in sintesi vorremmo mostrarvi cosa facciamo. Uno sguardo rapido, e ci auguriamo piacevole, sui nostri lavori senza ordini cronologici, di merito, di importanza. Solo per far sapere che ci sentiamo specialisti in tutta la comunicazione. Non vogliamo dirla grossa, intendiamo dire che il servizio migliore da offrire a un cliente è proprio la garanzia che la nostra curiosità, i nostri interessi, le nostre capacità non si canalizzano in un solo settore. Insomma, non rischiamo di inaridirci. Anzi, siamo portatori di esperienze consolidate da una visione globale che, calate in un nuovo contesto sono novità, ma non esperimenti. E allora pagine di advertising, below the line, corporate identity, video, insieme a web design, stand, ma anche pianificazioni media che qui non si vedono, ma contano per il successo della comunicazione. Tutto ciò anche grazie a partners selezionati nel tempo con cui possiamo allargare sempre più le nostre proposte, garantendo lo stesso feeling, lo stesso entusiasmo, gli stessi obiettivi.





Olivetti Linea@:
due creatività differenti
per trade e consumer



Deplianti per linee e singoli prodotti

OLIVETTI : PRODOTTI OFFICE E HOME-OFFICE

LANCIO LINEA@, DEPLIANTS DI PRODOTTO, MARCHIO LINEA D-COLOR
below the line, brand identity

Esaltare le performances di stampanti, copia-
trici, fax, oppure di prodotti innovativi come il
WebPhone Linea@. Spiegare, con la massima
chiarezza, le differenze tra modelli diversi della
stessa linea per indirizzare l'acquirente alla scel-
ta giusta. Queste e altre sono le mission che, di
volta in volta, Olivetti ci affida. Risolte con stra-
tegie diverse, in funzione del momento storico
o della tipologia del target. In alcuni casi con
materiale completamente libero nella forma e
nell'approccio grafico; in altri, utilizzando un for-
mat preciso e altamente caratterizzante. Ma
sempre con un vincolo assoluto: la costante
presenza dell'idea creativa, per dare anche agli
strumenti più classici del below the line un forte
impatto emotivo e sfruttarne appieno le poten-
zialità.



Marchio per prodotti
digitali a colori





OLIVETTI ■ PRODOTTI OFFICE E HOME-OFFICE

IMMAGINI PER LINEA REGISTRATORI DI CASSA ECR
below the line, pdv



Urmet, un'azienda storica nel mondo della telefonia e, oggi, uno dei più grandi gruppi industriali italiani che riunisce più di 30 aziende; con interessi e attività diversificate ma dalla filosofia comune. A una realtà così ampia abbiamo applicato una corporate identity con respiro strategico, per permettere l'identificazione dei diversi brands dando loro un'identità precisa e, nello stesso tempo, creare una percezione forte delle singole divisioni. Un approccio che fa dello stile e del design l'arma fondamentale. Con un format work in progress che offre la dinamicità necessaria a un gruppo ancora in espansione. Un'attività a tutto tondo per colpire target differenti con tutti gli strumenti della comunicazione. Accomunati dall'impatto di una creatività sempre up-to-date.

URMET : PRODOTTI E SISTEMI PER LA DOMOTICA E LA SICUREZZA

LANCIO PULSANTIERA DOMUS AURA, CATALOGHI, BROCHURE NOVITÀ advertising, below the line



Cataloghi generali prodotti 2004



Call Center
02.33.99.801



www.urmetdomus.com
info@urmetdomus.it

Oro puro.





Domus Aura: il lusso va benissimo, purché sia sfrenato.

Per questo Domus Aura non lascia nulla al caso: il suo elegante design; la tecnologia Urmet, perfetta per tutti gli impianti citofonici e videocitofonici; i suoi materiali, ottone e acciaio super mirror uniti ai cartellini retroilluminati a Led. Allora lasciati conquistare da Domus Aura, sarà il tuo gioiello più esclusivo.



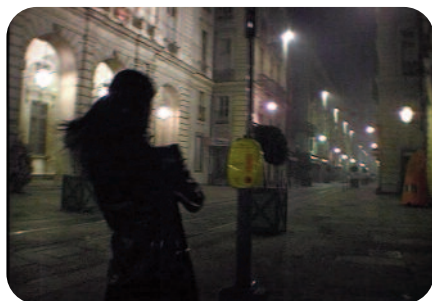
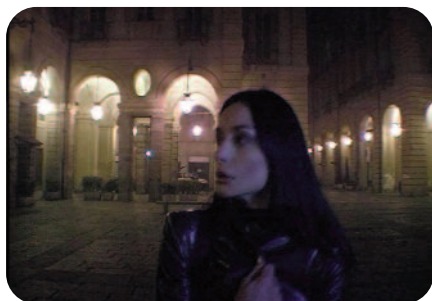
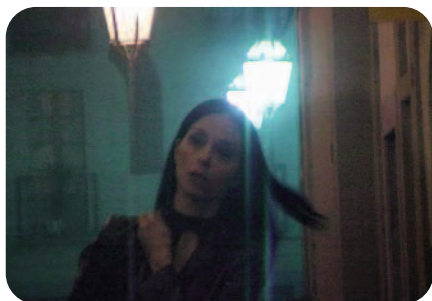
Campagna stampa periodica nazionale
pulsantiera Domus Aura



Un vero e proprio spot che diventa lo strumento, molto più che virtuale, per l'ingresso nella home page della divisione Urmet dedicata all'integrazione dei sistemi di sicurezza. È la nostra risposta alla richiesta di una forte visibilità tecnologica nella comunicazione web dell'azienda. Una strategia applicata a tutti gli strumenti che pensiamo per i mondi internet e multimediali. Senza la pretesa di essere degli informatici, ma con la creatività che è naturale per un'agenzia di pubblicità che sa innovare anche con i media più innovativi e, nello stesso tempo, sa stimolare la voglia dei propri partners di mettersi e rimettersi in gioco.

URMET ■ SISTEMI PER L'INTEGRAZIONE DELLA SICUREZZA

SPOT 30" SISTEMA DI VIDEOSORVEGLIANZA SENTINEL
web and multimedia



Una ragazza e Sentinel sono
i protagonisti di una notte
che diventa sicura



URMET ■ PRODOTTI E SISTEMI PER LA DOMOTICA E LA SICUREZZA

SERVIZIO FOTOGRAFICO MULTIPRODOTTO
advertising, below the line, stand





Oggi gli abbiamo tolto i fili.

Alla gravità
ci stiamo lavorando.



AGILE
L'ANTIFURTO. SICUREZZA SENZA FILI.

Immagina un sistema antifurto. Pensalo dotato delle performances più innovative che la tecnologia ti può offrire. Oggi a tutto questo abbiamo tolto i fili e abbiamo creato AGILE.

AGILE è il nuovo sistema antifurto senza fili che semplifica tutte le operazioni d'installazione, sia in nuovi impianti sia in fase di ristrutturazione.

Senza rompere un muro, AGILE lo metti dove e come vuoi tu.

Il sistema consente di:

- gestire 2 settori indipendenti, tramite la tastiera integrata o il telecomando;
- 8 zone indipendenti e 8 sensori per canale;
- escludere automaticamente i singoli canali dopo 8 allarmi, con la possibilità di esclusione singola manuale da parte dell'utente;
- gestire la supervisione dell'impianto, con un controllo a "polling" continuo.

AGILE lo metti dove e come vuoi tu, agile agile.

urmet
SIDELTRONIC
Sicuri, sempre, ovunque.

Campagna stampa periodica nazionale

Folder campagna



Una campagna AGILE.

Per una comunicazione AGILE.

AGILE
L'ANTIFURTO SICURAMENTE PROVVEDUTO
PERCHÉ IL PROVISTO È PIÙ SENTITO.



Quando un prodotto offre un'importante innovazione ha il pieno diritto di vederla esaltata. Oggi viviamo in una società sempre più proiettata nella ricerca di tecnologia "amica", che sappia rendere più sicura e comoda la vita di tutti i giorni. Allora, la scelta di estremizzare l'idea creativa, ponendo l'accento su quello che faremo fare al prodotto "domani", sottolinea ancora di più la performance di oggi. Un'idea forte quindi, veicolata con una strategia mezzi di ampio respiro e supportata da materiale per il punto vendita di grande impatto scenico, come il grande espositore illuminato e che propone il kit completo.

URMET : PRODOTTI E SISTEMI PER LA SICUREZZA

LANCIO SISTEMA ANTIFURTO SENZA FILI AGILE
advertising, below the line, pdv

URMET ■ PRODOTTI E SISTEMI PER LA DOMOTICA

SERVIZIO FOTOGRAFICO LINEA TERMOREGOLAZIONE
advertising, below the line

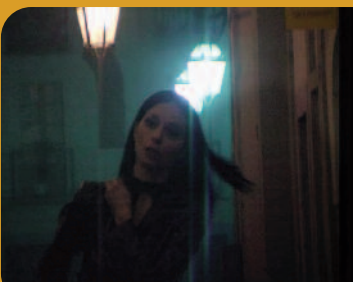


Inovatec, azienda del Gruppo Riello, è leader in Italia nella produzione di gruppi di continuità statici, la miglior difesa dalle interruzioni di energia elettrica. L'azienda chiedeva una presenza allo Smau di Milano che si facesse notare e soprattutto ricordare. Dopo un'estate in cui il black out è stato sempre su tutte le prime pagine dei giornali, abbiamo pensato che proprio l'interruzione di energia potesse diventare la protagonista di uno spot all'interno dello stand. Tre storie di emozioni interrotte improvvisamente, proprio a causa di black out, che dopo l'intervento di Inovatec si trasformano nella gioia sfrenata di un utente informatico. Un film che è diventato lo strumento principale per attirare l'attenzione sull'operazione creata per il lancio del nuovo catalogo: la distribuzione di un pallone rappresentante il mondo Inovatec. Il risultato è stato un aumento esponenziale della percezione di dinamismo dell'azienda su tutti gli operatori, con un concreto ritorno nella fidelizzazione alla mailing list.

INOVATEC : GRUPPI DI CONTINUITÀ STATICI E ARMADI RACK

PROMOZIONE SMAU E CATALOGO GENERALE
promotion, below the line, merchandising

Catalogo 2004
e gadget abbinato per SMAU



Film 120" con protagonista
il black out





Campagna stampa trade



A tanti piace tanto di più.

**Pinot-Chardonnay
Cinzano**

Pinot-Chardonnay
Cinzano piace.
Piace tanto di più.
Questo è il risultato
di un test tra
i consumatori,
dove ha vinto
il confronto
con i suoi più diretti
concorrenti.
Un'altra conferma
della qualità Cinzano:
quando si ha gusto
si piace a tanti!



CINZANO ■ PINOT CHARDONNAY E TIO PEPE

ANNUNCIO PINOT CHARDONNAY E PROMOZIONE TIO PEPE
advertising, instore promotion



Il collarino promozionale
con il ricettario degli aperitivi





Packaging per frutta secca
Fruits•Ki, un esempio
della gamma “•Ki”



Packaging linea Buonapasta

KI GROUP ■ ALIMENTAZIONE BIOLOGICA

MARCHI E CONFEZIONI LINEE BUONBIO, BUONAPASTA E •KI
brand identity, packaging



Packaging
olio al peperoncino Buonbio

L'approccio alla comunicazione dell'alimentazione biologica richiede attenzioni sicuramente maggiori rispetto al food classico. In particolare per il target in continua evoluzione: da fenomeno di nicchia in prima istanza a un atteggiamento di più diffusa consapevolezza nutrizionale con il passare del tempo. Ma da sempre occorre un approccio formale e creativo all'altezza delle aspettative di consumatori particolarmente attenti e vigili. Come quello che abbiamo utilizzato nella creazione delle linee Buonbio (una gamma estremamente ampia) e Buonapasta, dotate tra l'altro anche di una peculiare italianità, rispetto ai più diffusi prodotti orientali. Così come per la linea “•Ki”, dove la resa grafica degli ingredienti diventa protagonista delle etichette.

Buonapasta



Marchi Buonapasta e Buonbio



KI GROUP ALIMENTAZIONE BIOLOGICA

SERVIZIO FOTOGRAFICO PER CATALOGHI BUONBIO
below the line



TENIMENTI DI BAROLO E FONTANAFREDDA ■ ASTI SPUMANTE

CAMPAGNA DI RIPOSIZIONAMENTO ASTI SPUMANTE
advertising, pdv

L'Asti Spumante era percepito dal pubblico come un vino da consumare esclusivamente in occasioni di festa e, a maggior ragione, dedicato al Natale e al Capodanno. Fontanafredda ci ha chiesto di ideare una comunicazione che contribuisse a decontestualizzarne il consumo, per proporlo come vino anche per occasioni più quotidiane. Abbiamo quindi abbandonato l'iconografia classica degli spumanti e siamo andati all'origine del vino stesso, al suo territorio, alle sue colline, per farne vivere le bollicine come "sincero" testimonial. L'operazione è stata veicolata, oltre che da una pianificazione su stampa periodica, da un espositore da terra per il punto vendita e, per la GDO, da un cartonato per pallet con crowner che, una volta aperto, risolve il problema di comunicazione per i prodotti non esposti in scaffale.



L'espositore da terra
per la GDO



LE NOSTRE BOLLICINE
NASCONO
IN COLLINA



Asti

Solo dai migliori vigneti delle colline di Langhe e Monferrato nasce l'Asti Fontanafredda, un grande vino a Denominazione di Origine Controllata e Garantita, abituale compagno di momenti di gioia e allegria. Assaporatene l'aroma fragrante e il gusto dolce di uva appena raccolta e la personalità delle sue bollicine: fuori pasto, con i dessert, la frutta, il gelato e, perché no, con i formaggi stagionati o piccanti.

FONTANAFREDDA

Annuncio stampa periodica nazionale

manital 
manital  idea
manital  consorzio

MANITAL ■ GLOBAL SERVICE E FACILITY MANAGEMENT

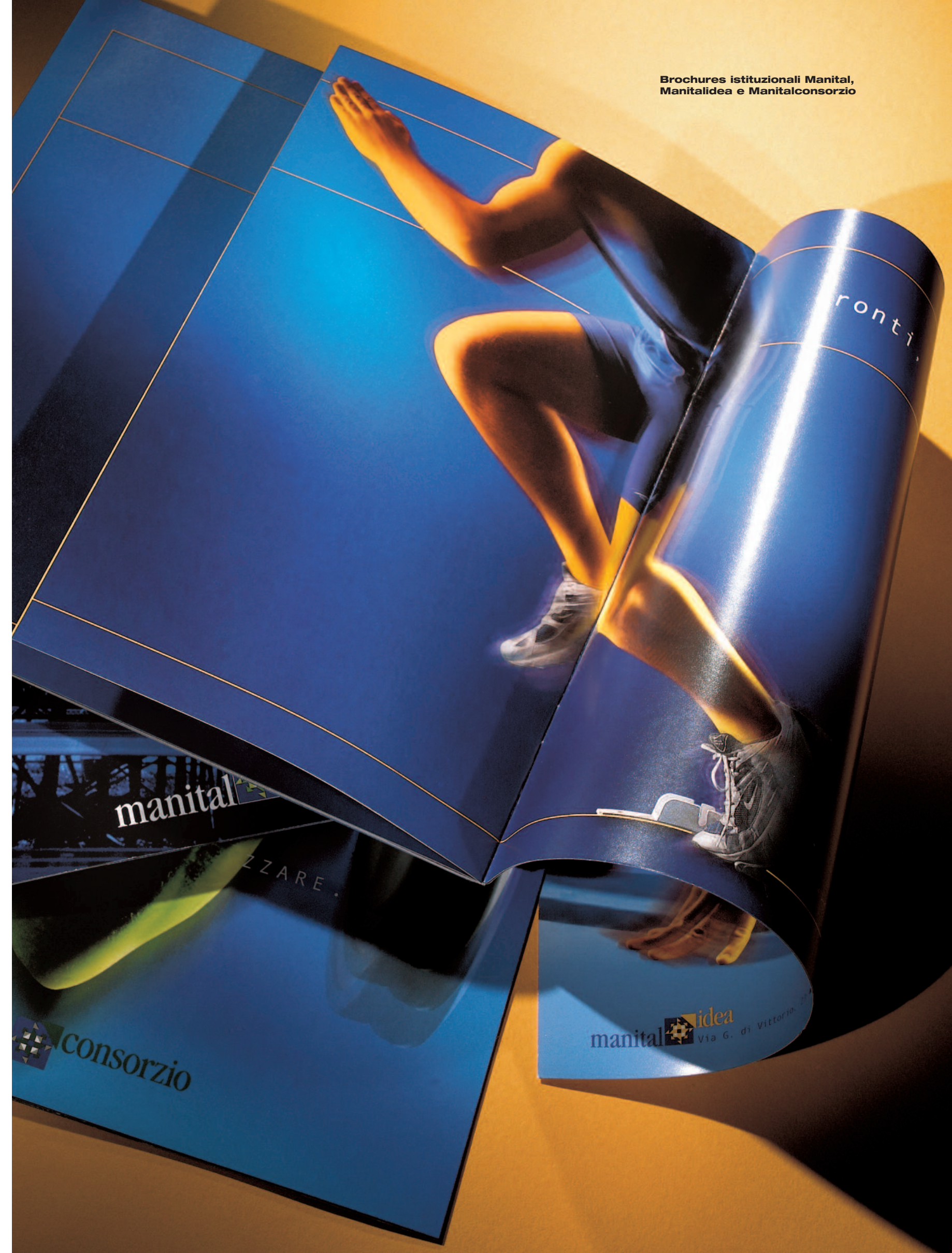
IMMAGINE ISTITUZIONALE COORDINATA, PROMOZIONE MONDOSCUOLA
corporate identity, advertising, direct marketing

Manital è un'azienda leader nel settore del global service e del facility management, caratterizzata da una struttura consortile. L'evoluzione del gruppo, con la creazione di Manital Idea, azienda dedicata all'ingegnerizzazione dell'efficienza aziendale e quindi "testa pensante" di tutte le attività, ha posto l'esigenza di una riorganizzazione dell'immagine e della comunicazione. Dopo il restyling del marchio Manital e la creazione dei marchi ManitalIdea e ManitalConsortio, abbiamo posto l'accento sulla differenza sostanziale tra fase progettuale e fase operativa, creando immagini guida che mantenessero un forte family feeling nella comunicazione istituzionale. Un'autonomia specifica viene invece dedicata a singoli progetti, come Mondoscuola, con una creatività mirata ai target di riferimento. È in fase avanzata un progetto di consistente e innovativa presenza sul web.



**Mondoscuola, la promozione
dedicata alle Direzioni Scolastiche**

Brochures istituzionali Manital,
Manitalidea e Manitalconsorzio





MANITAL ■ GLOBAL SERVICE E FACILITY MANAGEMENT

SERVIZIO FOTOGRAFICO PER IMMAGINE ISTITUZIONALE COORDINATA
corporate identity, advertising

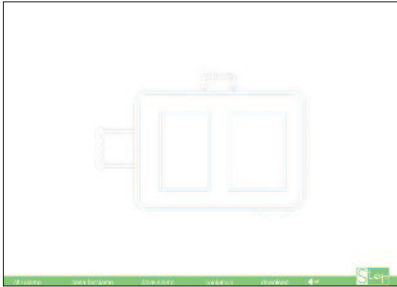
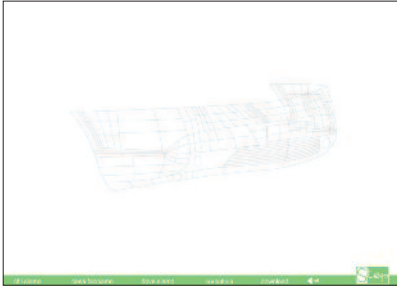




L'azienda, una delle più importanti realtà di progettazione e ingegnerizzazione nel settore dell'automobile, ha deciso di allargare l'offerta dei suoi servizi ad altri settori industriali, mettendo a disposizione il suo forte background tecnologico. Il concept strategico ha proposto di stabilire un parallelo "progettuale" tra il mondo dell'ingegneria automobilistica e quelli di prodotti che con l'auto non hanno nulla in comune. O perlomeno in apparenza. È nata così l'idea di una serie di morphing stilistici che vedono un paraurti trasformarsi in una valigia, un sedile in una poltrona e un cofano in un computer. Animazioni proposte sul sito rinnovato e che fanno anche da guida all'introduzione della brochure. Un approccio fuori dagli schemi per un posizionamento innovativo.

STEP : PROGETTAZIONE E INGEGNERIZZAZIONE INDUSTRIALE

NUOVO MARCHIO, BROCHURE, SITO INTERNET
corporate identity, web



Alcuni passaggi di una delle animazioni
per il sito web

RISPARMIO GESTITO.
Grande slancio al capitale

**FATE
UNA SCELTA
DI VALORE**

TASSAZIONE SULLE
RENDITE FINANZIARIE:
RISPARMIO GESTITO
LA RISPOSTA PIÙ VANTAGGIOSA.

Rivolgetevi agli sportelli bancari
o ai promotori finanziari della Gestnord Consult,
per avere la nota informativa e saperne di più
sulla Gestione del Risparmio di cui si occupano
le Società appartenenti al Gruppo Banca Sella.

Numero Verde
167-328.328

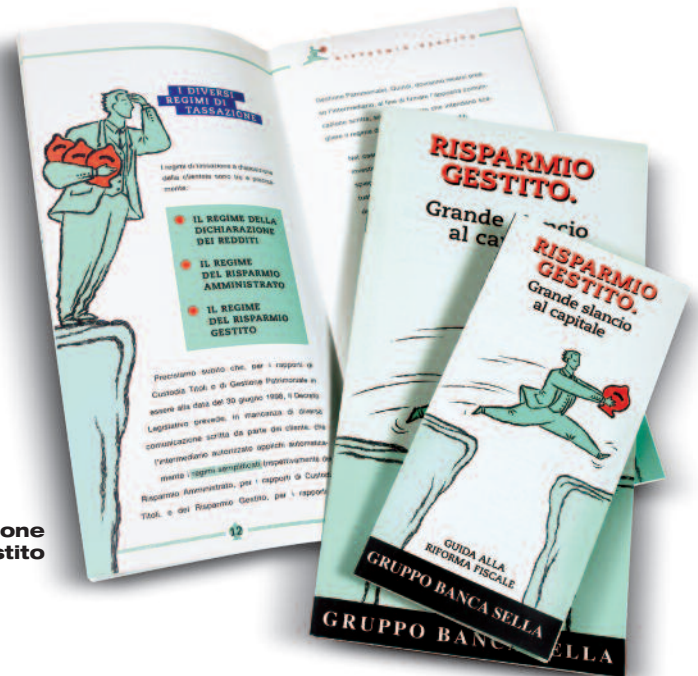
GRUPPO BANCA SELLA



Operazione in appoggio ai servizi per la preparazione all'Euro

BANCA SELLA PRODOTTI BANCARI	
INIZIATIVE PER IL RISPARMIO E PER SERVIZI advertising, below the line	

Quando parliamo di soldi tocchiamo un argomento delicato, dove la capacità di dare tranquillità, fiducia e soprattutto certezze è fondamentale. Noi partiamo dal presupposto che ogni banca, o istituto finanziario, abbia il suo carattere, il suo stile. Quel modo, inconfondibile, di offrire ai propri clienti proprio quello di cui hanno bisogno. Nei progetti per Banca Sella abbiamo voluto mantenere quello stile di discrezione e professionalità che la contraddistingue. Pesando accuratamente l'idea creativa rispetto ai contenuti, che sono poi in assoluto la carta vincente di una Banca moderna.



Materiali per l'operazione Risparmio gestito

PIERRE MANTOUX ■ BRAND PIERRE MANTOUX

SERVIZIO FOTOGRAFICO PER PACKAGING, BROCHURE, CARTELLI VETRINA
below the line, pdv





Pierre Mantoux, una delle più “nobili” firme delle calze femminili italiane, voleva ideare una nuova linea da inserire nel mercato della distribuzione organizzata di alto livello. Il nostro primo suggerimento è stato quello di elevare ulteriormente la percezione di alta classe del brand Pierre Mantoux, spingendone le linee moda e, subito dopo, creare un nuovo brand, dinamico e attualizzato, dedicato al “continuativo”. Così abbiamo ideato le nuove confezioni Pierre Mantoux, dove abbiamo voluto dare una sensazione conturbante e preziosa, con un packaging in materiale metallizzato e innovativo. Anche il servizio fotografico, sofisticato e sempre attuale, sottolinea la presenza di una donna affascinante, sicura di sé. Il claim “Haute Couture des Jambes” è presente anche nella confezione, come una dichiarazione forte di appartenenza a un’élite della moda. Tutti i supporti al punto vendita sono realizzati nello stesso materiale metallizzato, per confermare una preziosità esclusiva e inconfondibile.

PIERRE MANTOUX ■ BRAND PIERRE MANTOUX

PACKAGING, BROCHURE, CARTELLI VETRINA
below the line, pdv



Packaging Pierre Mantoux





Il passo successivo è stato affrontare la nuova linea, dedicata a una fascia di prezzo medio-alta, ma da posizionare all'interno dei negozi e della distribuzione organizzata di alto livello. Una bella scommessa e anche un progetto affascinante. A partire dal naming, e così nasce FEM, con il suo marchio minimal e allo stesso tempo elegante e di personalità. Nella creazione dell'immagine abbiamo voluto offrire una sensazione di classe e raffinatezza veicolata in un linguaggio chiaro e immediato. L'ispirazione e poi la rivisitazione, in chiave fotografica e modernizzata, delle pin-up degli anni '50 ha contribuito a un risultato impattante e di grande equilibrio. L'utilizzo dei codici colore, la grande evidenza dei numeri per l'identificazione dei denari e i nomi dei singoli modelli creano un insieme di strumenti offerti a una donna moderna, che sa cogliere, nella quotidianità, il prodotto dedicato alla sua più personale femminilità.



Materiali Punto Vendita
FEM

PIERRE MANTOUX ■ BRAND FEM

NAMING, MARCHIO, PACKAGING, BROCHURE, CARTELLI VETRINA
brand identity, below the line, pdv



Packaging nuova linea
FEM di Pierre Mantoux





Campagna stampa nazionale per
il Dizionario del Benessere e della Salute

Campagna stampa nazionale
Storia delle Civiltà Letterarie: soggetto Russia

UTET : PRODOTTI EDITORIALI

STORIA DELLE CIVILTÀ LETTERARIE, DBS, IL GIARDINAGGIO
advertising, promotion

La più antica e prestigiosa casa editrice Torinese ha una linea di prodotti editoriali di elevato spessore culturale. È un patrimonio che non può mai essere dimenticato, anche nelle iniziative dedicate a un target più consumistico, come nel caso del lancio dell'enciclopedia "Il Giardinaggio". Infatti, il corpus di tutte le opere UTET è sempre caratterizzato da un poderoso approfondimento. Stimolati dai temi così motivanti dei singoli prodotti, abbiamo sempre privilegiato idee dirette a sollecitare vivacemente il target ma vicine, anche caratterialmente, allo spirito dell'argomento trattato. Cercando anche di applicare a strumenti classici dell'editoria, come il coupon inserito nei periodici, una formula un po' meno rigida e più attraente, riuscendo a moltiplicare la redemption finale.



Campagna stampa nazionale
con coupon lancio
Enciclopedia "Il Giardinaggio"

NON È L'ABITO
CHE FA IL GIARDINIERE

Da oggi le piante non hanno più segreti. Perché al vostro pollice verde e alla vostra passione si affianca **IL GIARDINAGGIO UTET**, un'opera articolata in tre strumenti completi: **TECNICHE DI COLTIVAZIONE**, **DIZIONARIO DELLE PIANTE ORNAMENTALI** e **PIANTE DA APPARTAMENTO E DA BALCONE**. Completa, pratica, frutto dell'appassionato lavoro di gruppo di specialisti della celebre *Royal Horticultural Society*, l'opera è uno strumento inimitabile per tutti gli appassionati di giardinaggio. Illustrata da oltre

6.000 splendide immagini a colori e da disegni accurati, l'opera è in grado di offrirvi ogni genere di informazione su oltre 15.000 piante ornamentali e da giardino, sul loro ambiente, sui loro segreti, dettagliate descrizioni vi chiariranno le molteplici e più svariate tecniche di coltivazione, frutto di antiche tradizioni e delle più moderne soluzioni tecnologiche. **IL GIARDINAGGIO**: un appassionante viaggio nel verde: dal vostro balcone fiorito, passando attraverso l'orto, per giungere in ogni giardino. Da **UTET**.

VE LO DICE "IL GIARDINAGGIO"



CON UNO SPENDIDO REGALO. RISERVATO A TUTTI I LETTORI DI CASA IN FIORE: UNA ESCLUSIVA STAMPA TRATTA DAL SEICENTESCO ERBARIO DI BASILUS BESLER. SCOPRILO SULLA CARTERINA A FIANCO ALLEGATA. La videocassetta "Piante da Appartamento" è realizzata con la consulenza della Fondazione Minoprio.

PER INFORMAZIONI:
800-580.000
DAL LUNEDÌ AL VENERDÌ 9.00 - 19.00

UTET

DISEGNARE EMOZIONI, COSTRUIRE PASSIONI.



MICHELE FENU
LO STILE ITALIANO TRA CREATIVITÀ E TECNOLOGIA
PP. XVI-144 CON 20 FOTOGRAFIE A COLORI
L. 30.000

Gli abbonati a «La Stampa» hanno diritto a uno sconto del 20% acquistando il volume presso il Salone di via Roma 80 a Torino o richiedendolo contrassegno all'Editrice La Stampa Ufficio «Edizioni libreria», via Marengo 32, 10126 Torino (fax 011-4568.933)

I volumi de «LA STAMPA», distribuiti da RCS LIBRI E GRANDI OPERE, SONO IN VENDITA NELLE MIGLIORI LIBRERIE.



STILE ITALIANO: UN SIMBOLO DI CREATIVITÀ E OPEROSITÀ. FANTASIA, AUDACIA, EQUILIBRIO INSIEME. VETTURE DI SERIE, PICCOLE E STRAORDINARIE, SPESSO INNOVATIVE; PROTOTIPI DI SOGNO; GRAN TURISMO ENTRATE NELLA LEGGENDA O IN MOVIMENTO NELLE STRADE, COME LA 550 MARANELLO. E LE STORIE, SPESSO INTRIGANTI, DEI GRANDI MAESTRI DEL DESIGN COME BERTONE, GIUGIARO, PININFARINA E DEI PICCOLI ATELIER. SULLO SFONDO LA TORINO E IL PIEMONTE DEI BATTILASTRA, DEGLI ARTIGIANI DEL FERRO E DELLA GRANDE INDUSTRIA. COME NASCE UN'AUTO? UNA VISITA AL CENTRO STILE DELLA FIAT. NON UNA STORIA, MA APPUNTI DI VIAGGIO VERSO IL DUEMILA. CURIOSITÀ, RETROSCENA, E BELLISSIME AUTO.

Campagna stampa nazionale

EDITRICE LA STAMPA : I LIBRI DE LA STAMPA

LIBRO MICHELE FENU, SALONE DEL LIBRO, TUTTOSCIENZE
cover book, advertising

Annuncio per Salone del Libro

Annuncio della serie
realizzata per Tuttoscienze



Design copertina
e leaflet di lancio



Copertina catalogo vetri 2003

La storia dell'Ipea Porte è emblematica della vitalità dell'imprenditoria italiana. In pochi anni da una piccola falegnameria a un'industria tra le più innovative nella proposta di collezioni e nell'evoluzione tecnologica. Con una presenza consolidata e in crescita su tutto il territorio italiano. Un percorso che abbiamo vissuto insieme e accompagnato negli anni, proponendo una creatività sempre mirata all'esaltazione della porta, alla bellezza della forma, del design e delle essenze; tutte le caratteristiche che più stanno a cuore all'utente finale. Proponendo anche ardite soluzioni per la presenza dell'azienda nei saloni, così da raggiungere una forte visibilità e un comune apprezzamento da tutti gli operatori del settore.

IPEA PORTE

CATALOGHI VETRI E NOVITÀ 2003, DESIGN STAND advertising, below the line, stand



Progetto stand Saie2



PAOLO NOVELLI ■ ART DIRECTOR
MAURO CARAZZATO ■ COPYWRITER
LUZZITELLI DANIELI & ASSOCIATI ■ STILL LIFE
FOTOLITO GARBERO ■ PRESTAMPA
STAMPERIA ARTISTICA NAZIONALE ■ STAMPA

CRISTINA, SIMONA, LAURA, SAMANTA
FRANCESCO, GEPI, LUCA, LAURA
RODOLFO, CINZIA, ERICA E CLAUDIO ■ A TUTTI LORO, UN GRAZIE DI CUORE





10121 TORINO Via Donati, 5 Tel. 011.547.547 Fax 0115.613.886
revelcom@revelottaviani.com www.revelottaviani.com