

ΕΥΓΓΟ

L'uovo è di forma perfetta. "GALLO" è un cognome che non volevo portare, finchè non lessi Munari: "L'uovo è di forma perfetta". "GALLO" è un cognome che non volevo portare, finchè non lessi Munari: "L'uovo è di forma perfetta".



PORTFOLIO

Daniele Gallo
Graphic Designer
& Art Director

danielegallo00.it

2022



email: danielegalloxo@gmail.com
phone: +39 3664889082



LIBRO

MATRIOSCA



DIRETTORE CREATIVO/ GRAFICO ESECUTIVO/ COPYWRITER

> “MATRIOSCA” PRENDE IL NOME DAL TIPICO SOUVENIR RUSSO. IL LIBRO HA LA STESSA LOGICA DELLA BAMBOLA IN LEGNO. AL SUO INTERNO 5 DECENNI (DAGLI ANNI '60 AL 2000) CONTENGONO 4 CATEGORIE CIASCUNA: ARTE/ FOTOGRAFIA/ MODA/ PRODUCT DESIGN; OGNI CATEGORIA A SUA VOLTA RACCHIUDE LA NARRAZIONE DI 4 ARTISTI. LE DECADI SI APRONO CON UNA COLONNA SONORA E UN'INTRODUZIONE GENERALE. IL CAPITOLO SI CHIUDE CON L'ARCHIVIO DELLE IMMAGINI “INCONTRA-TE” ACCOSTATE A FOTOGRAFIE ULTRA-CONTEMPORANEE.

SONO PRESENTI DEI CODICI VISIVI: NELLE PAGINE DI DESTRA, UN OCCHIO SI APRE E SI CHIUDE, NELLE PAGINE DI SINISTRA UNA SFUMATURA UNICA PER OGNI PAGINA.



La storia di questo periodo è raccontata in un libro che ha fatto da guida per il nostro lavoro. Un libro che ha permesso di scoprire le radici di un'epoca e di comprenderne il senso. Un libro che ha permesso di scoprire le radici di un'epoca e di comprenderne il senso. Un libro che ha permesso di scoprire le radici di un'epoca e di comprenderne il senso.

1960

1970

ARTS	Yoko Ono Franz Kafka Bridget Lyall Arthur Hailey	22 24 26 28
PHOTOGRAPHY	Diane Arbus Bernd and Hilla Becher Maurice Stibitz Edward Ruscha	30 32 34 36
MOVIES	Travis Paul Robeson Anita Loeb Mary Quant	38 40 42 44
PRODUCT	Gianni Versace Celine Dion Enzo Angiler Marco Zanuso e Richard Sapper	46 48 50 52
ARTS	Jeanne-Claude e Christo Alfred Hitchcock Ernest Hemingway Mark Twain	54 56 58 60
PHOTOGRAPHY	Shirley Gillen Guy Bourdin Sara Amey Barney Fortson	62 64 66 68
MOVIES	Jane Birn Rosalind Yves Saint Laurent Stephen Soderbergh	70 72 74 76
PRODUCT	Gilbert Chloë J. De Wit, D. J. De Wit e P. Lomazzi Doris Lessing	78 80 82 84

1960

The moment I wake up// Before I put on my
makeup// I say a little prayer for you
While combing my hair, now// And wondering
what dress to wear, now// I say a little prayer
for you// Forever, and ever,
(You'll stay in my heart and I will love you)
(Forever) Forever, and ever, // (We never
will part Oh, how I love you) // (Together) To-
gether, forever, // (That's how it must be to live
without you) // Would only mean heartbreak
for me, ooh// I run for the bus, dear, // While rid-
ing I think of us, dear, // I say a little prayer for
you// At work I just take time// And all through
my coffee break-time, // I say a little prayer
for you// Forever, and ever, // (You'll stay in my
heart and I will love you) // (Forever) Forever,
and ever, // (We never will part Oh, how I love
you) // (Together) Together, forever, // (That's
how it must be To live without you) // Would
only mean heartbreak for me// My darling,
believe me// For me there is no one but you//
Please love me too// Answer my prayer
Answer my prayer now babe, oh-oh// Forever,
and ever, ever// (You'll stay in my heart and I
will love you) // (Forever) Forever, and ever, //
(We never will part Oh, how I love you) // (To-
gether) Together, forever, // (That's how it
must be to live without you) // Would only
mean heartbreak for me// My darling, believe



MOCKUP

LIBRO

ADV

ITA AIRWAYS



ART DIRECTOR / COPYWRITER

BRIEF

PREMESSA:

ALITALIA NON ESISTE PIÙ, NELL'OTTOBRE 2021 È NATA ITA AIRWAYS. LA NUOVA COMPAGNIA È QUINDI UNA START-UP A TUTTI GLI EFFETTI MA È ANCHE L'EREDE DI ALITALIA DI CUI HA PRESO PARTE DELLA FLOTTA E DELLA CUI STORIA DI FALLIMENTI VUOLE LIBERARSI SENZA RINNEGARLA PERÒ, ANZI MANTENENDO LA SUA AURA DI VALORI ITALIANI POSITIVI.

ITA AIRWAYS LANCIÀ LA NUOVA LIVREA, AZZURRA.



SE È AZZURRO È ITA AIRWAYS

*un messaggio dalla tua compagnia

ITA Airways è l'unico aereo riconoscibile dalla Terra, è inconfondibile, perché ha lo stesso colore del cielo. Con 78 aereomobili, 44 destinazioni, 59 rotte e 191 voli, il fischio azzurro è visibile da ogni parte del mondo.



SE È AZZURRO È ITA AIRWAYS
*un messaggio dalla tua compagnia

ITA Airways è l'unico aereo riconoscibile dalla Terra, è inconfondibile perché ha lo stesso colore del cielo.
Con 78 aeromobili, 44 destinazioni, 59 rotte e 191 voli, il fischio azzurro è visibile da ogni parte del mondo.

SE È AZZURRO È ITA AIRWAYS
*un messaggio dalla tua compagnia

ITA Airways è l'unico aereo riconoscibile dalla Terra, è inconfondibile perché ha lo stesso colore del cielo.
Con 78 aeromobili, 44 destinazioni, 59 rotte e 191 voli, il fischio azzurro è visibile da ogni parte del mondo.

SE È AZZURRO È ITA AIRWAYS
*un messaggio dalla tua compagnia

ITA Airways è l'unico aereo riconoscibile dalla Terra, è inconfondibile perché ha lo stesso colore del cielo.
Con 78 aeromobili, 44 destinazioni, 59 rotte e 191 voli, il fischio azzurro è visibile da ogni parte del mondo.

SE È AZZURRO È ITA AIRWAYS
*un messaggio dalla tua compagnia

ITA Airways è l'unico aereo riconoscibile dalla Terra, è inconfondibile perché ha lo stesso colore del cielo.
Con 78 aeromobili, 44 destinazioni, 59 rotte e 191 voli, il fischio azzurro è visibile da ogni parte del mondo.

SE È AZZURRO È ITA AIRWAYS
*un messaggio dalla tua compagnia

ITA Airways è l'unico aereo riconoscibile dalla Terra, è inconfondibile perché ha lo stesso colore del cielo.
Con 78 aeromobili, 44 destinazioni, 59 rotte e 191 voli, il fischio azzurro è visibile da ogni parte del mondo.

SE È AZZURRO È ITA AIRWAYS
*un messaggio dalla tua compagnia

ITA Airways è l'unico aereo riconoscibile dalla Terra, è inconfondibile perché ha lo stesso colore del cielo.
Con 78 aeromobili, 44 destinazioni, 59 rotte e 191 voli, il fischio azzurro è visibile da ogni parte del mondo.

SE È AZZURRO È ITA AIRWAYS
un messaggio dalla tua compagnia

ITA Airways è l'unico aereo riconoscibile dalla Terra, è inconfondibile perché ha lo stesso colore del cielo.
Con 76 aeromobili, 44 destinazioni, 59 rotte e 191 voli, il fascio azzurro è visibile da ogni parte del mondo.

IDENTITY PROJECTO

COMMUNICATION DESIGNER / LOGISTIC PLANNER

PROJEC_TO: PALAZZO MARTINI DI CIGALA; 1716 FILIPPO JUVARRA.

LA GALLERIA SEGUE DESIGNERS E ARTISTI DI FAMA INTERNAZIONALE, PLURIPREMIATI E RICONOSCIUTI DALLA CRITICA.

STUDIONUCLEO (HA ESPOSTO ALLA “FONDAZIONE SANDRETTO RE REBAUDENGO, TORINO, 2009”) TOMMASO SPINZI, EMILIO FERRO, STUDIO F, ARTEFATTO.

ALL'INTERNO DEL TEAM LAVORO COME COMMUNICATION DESIGNER; PRESENTO IL REBRANDING DI PROJEC_TO (LOGO, SITO, STRATEGIA/ GESTIONE SOCIAL E COLLATERAL MATERIALS > PRINT AND DIGITAL INVITATIONS) SUCCESSIVAMENTE RICOPRO IL RUOLO DI LOGISTIC PLANNER (CONTACT MANAGEMENT CON L'UFFICIO STAMPA SPIN-TO, ARTISTI E ASSISTENTI PER L'ALLESTIMENTO DELLO SPAZIO E PER LA SCRITTURA DEL COMUNICATO STAMPA, GUEST LIST E PRICE LIST).

IL 5 MAGGIO, PROJEC_TO INAUGURA. L'OPENING REGISTRA 700 PERSONE.

LA COPERTURA MEDIATICA HA UNA CRESCITA ESPONENZIALE.

VENGO CITATO NEL COMUNICATO STAMPA COME COMMUNICATION DESIGNER.

PROJEC_TO ESCE SUL CORRIERE DELLA SERA, LA REPUBBLICA, LA STAMPA TORINO, ARTRIBUTE; ALTRE 20 TESTATE DEDICANO UN'APPROFONDIMENTO ALLA MOSTRA “DESIGN OF TODAY 2.0”.

PROJEC



TO



TO



Designers / Artists

Emilio Ferro
Studio Nucleo
Spinzi
Studio F
Artefatto

Palazzo Martini di Cigala
Piazza Savoia 7, Torino

Design of Today 2.0

+ Lounge NFT

Opening 5 Maggio

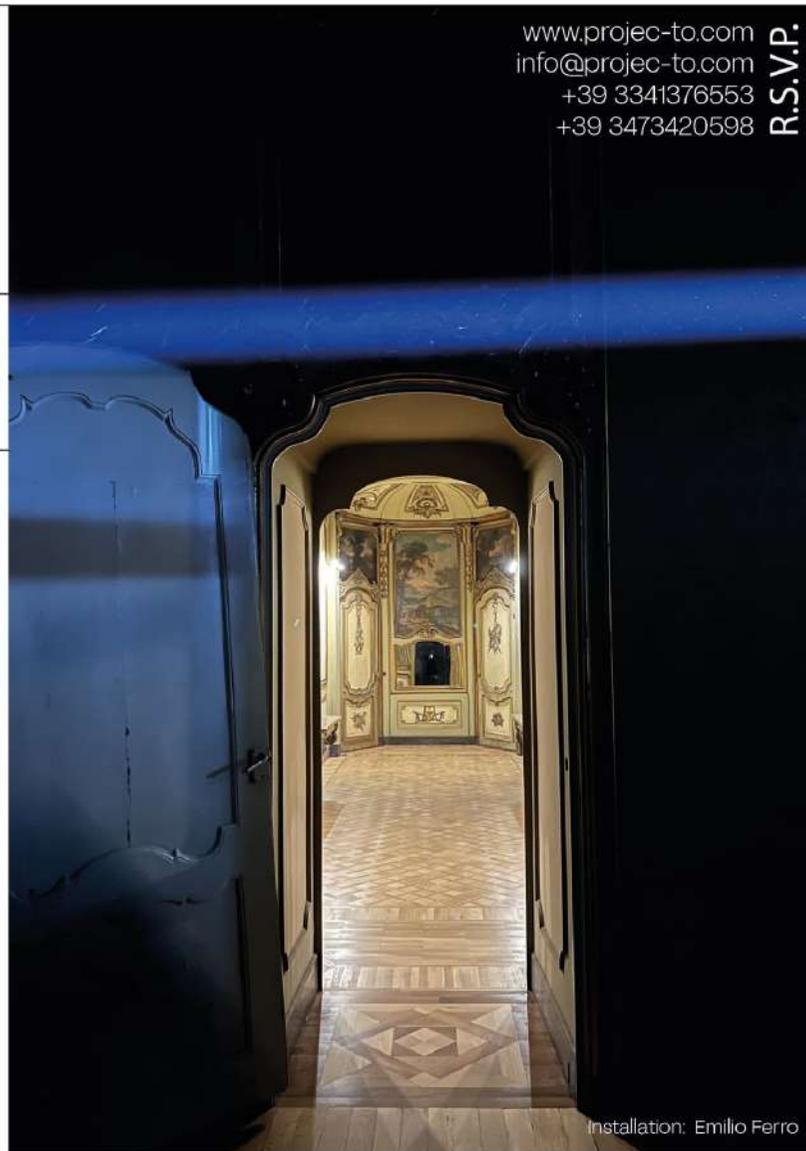
H 18/22

www.projec-to.com
info@projec-to.com

+39 3341376553

+39 3473420598

R.S.V.P.



Installation: Emilio Ferro

PROJEC

PALAZZO
MARTINI
DI CIGALA

Supported by



Partners

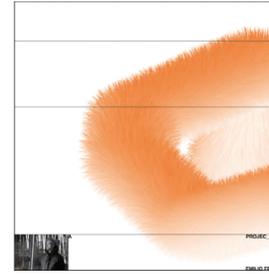


FISSORE SPA
CERAMICHE E ARREDI BAGNO DAL 1974

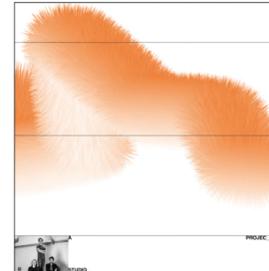
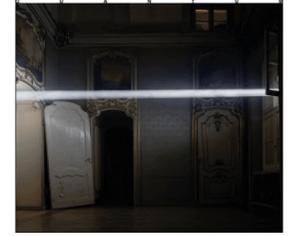


INVITO

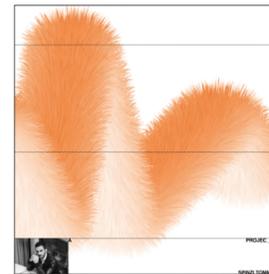
IDENTITY



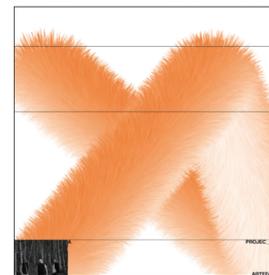
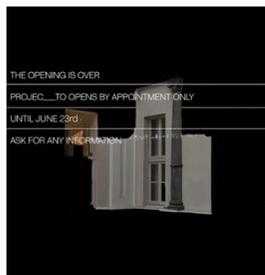
EMILIO FERRO



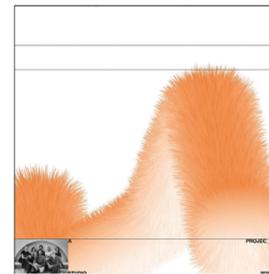
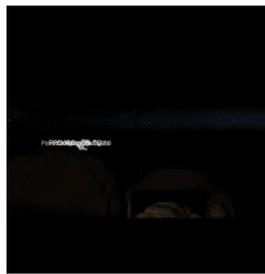
STUDIO F



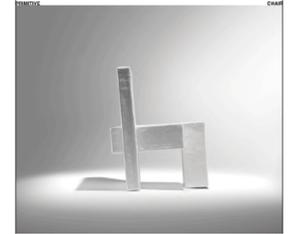
S P I N Z I



ARTEFATTO



STUDIO NUCLEO



INSTALLAZIONE

TESI



DIRETTORE CREATIVO/ SET DESIGNER

TESI DI LAUREA

STATEMENT: “LA TESI NON AVRÀ UN FRONTESPIZIO, NON VOGLIO CHE ASSOMIGLI A UN NECROLOGIO, CHE ANNUNCI L’INIZIO DELLA FINE DELLA MIA CARRIERA. I FOGLI SARANNO LIBERI, NON RILEGATI DA CONVENZIONI SOCIALI E DA FORMALISMI CHE RISULTANO FUORI DAL NOSTRO TEMPO. NON SCRIVERÒ NULLA, SE NON MAIL”

IL RICEVENTE DELLE MAIL È SILVIO SALVO (RELATORE ESTERNO); IN QUANTO UFFICIO STAMPA E SOCIAL MEDIA MANAGER LA FONDAZIONE SANDRETTO RE REBAUDNGO È L’AZIENDA PARTNER DELLA TESI.

IN UNA DELLE MAIL SALVO MI SCRIVE: “LA TUA TESI, A QUANTO NE SO, MA POTREI SBAGLIARMI, HA POTENZIALE DI “PRIMA VOLTA”. CHI FA PER LA PRIMA VOLTA QUALCOSA HA DIRITTO AD ENTRARE NELLA “MITOLOGIA”. LA COMUNICAZIONE SOCIAL DELLA FONDAZIONE SANDRETTO RE REBAUDENGO È ENTRATA NELLA “MITOLOGIA” PROPRIO PERCHÉ SIAMO STATI I PRIMI A SCARDINARE IL PARADIGMA CHE L’ARTE CONTEMPORANEA ERA ELITARIA”

-

“IN GEOMETRIA VERSO E DIREZIONE SONO DUE COSE DIVERSE, È PER QUESTO CHE LA TESI NON HA MAI AVUTO UN VERSO MA DA SEMPRE UN’UNICA DIREZIONE. LE PAROLE NELLA RELAZIONE DI TESI SONO 3.187, LO STESSO NUMERO DI FOGLI CHE POSTO ALL’INTERNO DI PROJEC_TO DARÀ INIZIO ALLA MIA CARRIERA”

-

LA TESI È STATA COMPRATA.







TYPE/ MAG ELEMENTO



TYPE DESIGNER/ GRAFICO ESECUTIVO/ COPYWRITER

IL FONT È STATO REALIZZATO PER UN MAGAZINE DI MODA, CHE HA COME RACCONTO LA MATERIA E LA SUA RAPPRESENTAZIONE. IL TYPE HA UN'EVIDENTE INFLUENZA ART NOUVEAU:

- CARATTERISTICHE ORNATE
- MOTIVI LINEARI CURVI
- LETTERE ALLUNGATE DI NATURA FEMMINILE
- FORME ORGANICHE

IL TYPE CHE SI COMPONE È SENZA GRAZIE.

TRACCIANDO UNA LINEA CHE CONGIUNGE LE PARTI PIÙ SOTTILI DELLA LETTERA (O) SI NOTA CHE L'ASSE HA UN'INCLINAZIONE DI CIRCA 23 GRADI. QUESTA PENDENZA DETERMINA UN ASPETTO DISTINTIVO.

IL CONTRASTO DEL CARATTERE È ELEVATO E GARANTISCE UNA PERFETTA LEGGIBILITÀ.

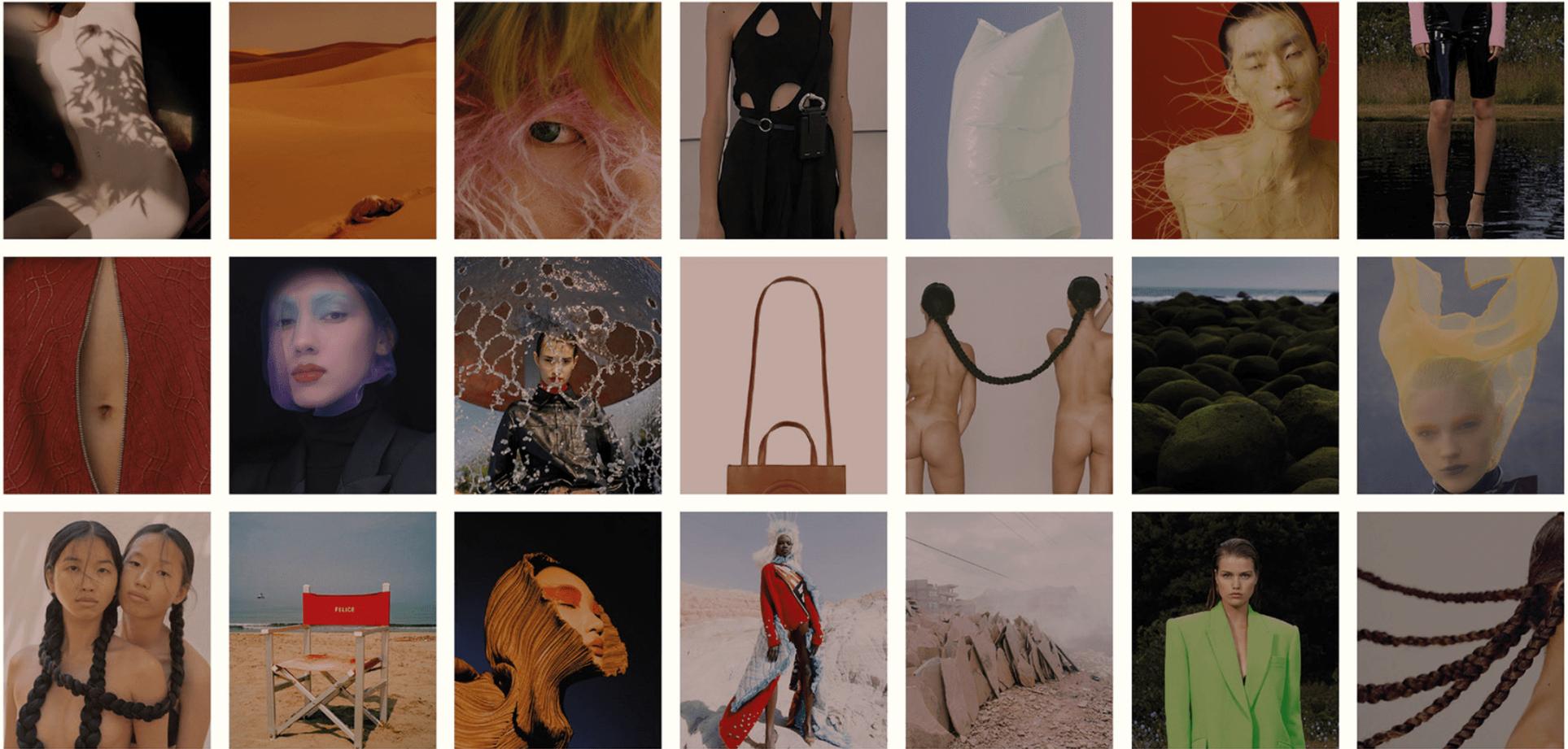
LE ASTE VERTICALI SONO STATE USATE QUANDO LE DIAGONALI AVREBBERO COMPROMESSO LA LEGGIBILITÀ DELLA LETTERA.

LE ANGOLAZIONI, LE INCLINAZIONI E IL CONTRASTO TRA FINI E SPESSI GENERANO CONTROFORME AMPIE E ARMONIOSE.

L'ASTA ORIZZONTALE OLTRE AD ESSERE UN ELEMENTO STRUTTURALE È UTILIZZATO ANCHE COME HYPHEN E ELEMENTO DECORATIVO

ELEMENTO





[CONTACT](#)

[PRIVACY POLICY](#)

[PRODUCTION](#)

[IMPRINT](#)

CARLOTA GUERRERO

Fotografa, Audiovisual maker e Art director, le sue immagini sono una celebrazione assoluta delle donne e anche una mancanza di reinterpretazione complessa della bellezza classica. Ha creato un universo e un linguaggio proprio che è tanto misterioso quanto attraente, caratterizzato essenzialmente dalle donne, dal loro corpo e dalla loro connessione con la natura. La sua rilettura dell'arte classica la porta su terreni inquietanti dove raggiunge una bellezza radicale senza alcun segno dell'immagine che i brand più sofisticati offrono: una donna come oggetto del desiderio.

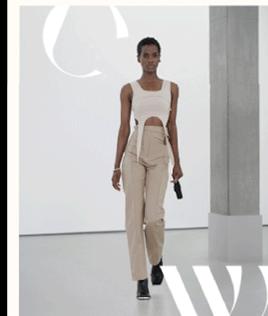


HELIOT EMIL ED ELEGANZA INDUSTRIALE

↳ Foto di AMANDA BREEZE
↳ Immagini di HELIOT EMIL, S&P, composi media

"L'universo di Heliot Emil non è lineare. Non vogliamo esistere solo dove l'abbigliamento ha un significato, ma dove tutto è interconnesso. Ora più che mai, entrare in contatto con le persone e offrire loro un luogo in cui sono incluse è fondamentale", afferma Julius Juul, co-fondatore e direttore creativo di Heliot Emil. Dalla collaborazione con artisti, alla regia di film e al trarre ispirazione dal mondo del design, l'estetica raffinata di Heliot Emil è più audace che mai. Con la loro collezione Autunno / Inverno 2020, Amorphous Solid e la collezione Primavera / Estate 2021 lanciata di recente, Composi Mentis, il marchio sfida all'infinito lo status quo, questa volta, mettendo in mostra le loro ultime collezioni utilizzando una piattaforma virtuale a 360 gradi. In un'era di pandemia, il marchio danese invita tutti a unirsi al viaggio attraverso questa "esperienza digitale e personalizzabile".

Forma e funzione sono risorse chiave in tutto l'universo di Heliot Emil. Puoi spiegarci come sperimentate la tecnologia per fondarla con successo con le vostre collezioni?
È molto interessante combinare qualcosa come la moda, che è molto formata, anche a qualcosa di funzionale. Ad esempio, spesso mi chiedo come possiamo manipolare una certa giacca combinandola in modi diversi per creare una nuova forma. Oppure, come possiamo fare qualcosa all'interno del tessuto che possa consentire alle persone di sperimentare un po' di più con la vestibilità. Forse un prodotto non avrà solo un colore, forse trascende in un altro colore o è stratificato con qualcosa d'altro. È interessante vedere come possiamo prendere elementi dal mondo funzionale e combinarli alla struttura più formata dalla moda. Avevamo un produttore che forniva tessuti per coperture per finestre che tenevano lontani gli insetti, quindi abbiamo deciso di realizzare borse con questo materiale. È un processo graduale poiché vogliamo raggiungere quel punto intermedio in cui è interessante per il nostro attuale seguito vedere questi nuovi sviluppi, pur avendo la capacità di continuare a educare le persone, piuttosto che limitarsi a soddisfare un pubblico di nicchia.



Andando avanti dalle collezioni, il marchio di tanto in tanto mette in mostra il suo lavoro attraverso presentazioni basate su installazioni. Come è nata l'idea di collaborare con l'artista August Hugo per la tua collezione Primavera / Estate 2021?

Ti ispiri spesso a canali esterni e successivamente li applichi al processo alla base di Heliot Emil?

L'universo di Heliot Emil non è lineare. Da film ai mobili alle arti, ci sono molte cose in questo universo. Non vogliamo esistere solo dove l'abbigliamento ha un significato, ma dove tutto è interconnesso. Il nostro universo è più potente quando mettiamo in mostra qualcosa che è al di fuori della nostra categoria data usando la nostra voce nell'era contemporanea e culturale. Collaborando con artisti e dirigendo film, mostriamo al nostro pubblico dove si sta dirigendo culturalmente Heliot Emil. Non vogliamo dettare il nostro pubblico; vogliamo portare la nostra comunità in giro, una corsa aperta



INTERVISTA CON KRUSZEWSKI VEJAS

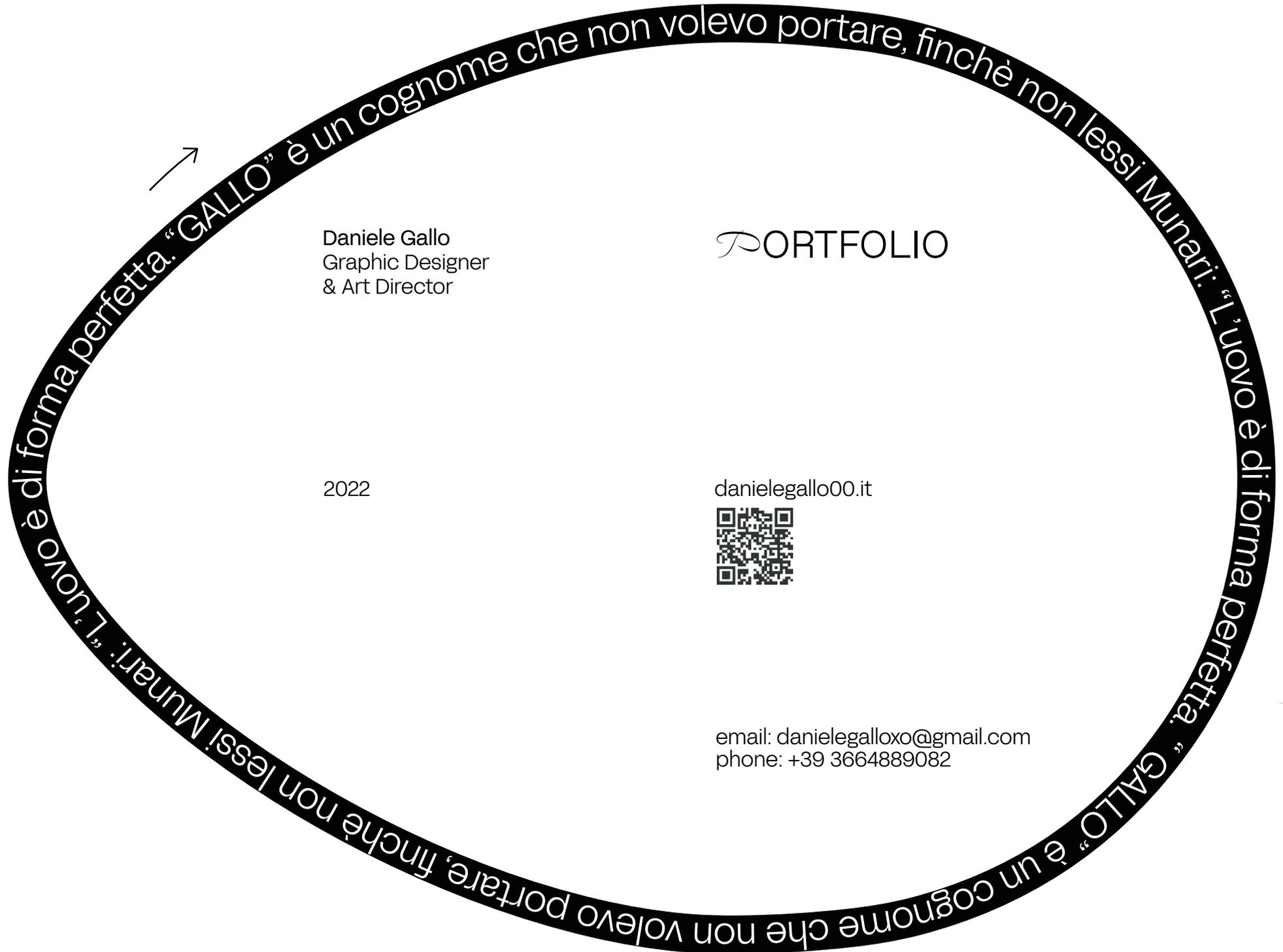
~ Testo di: PARIS MODES PRODUCTIONS

~ Immagini di: VEJAS SHOP

A soli 19 anni, il designer Vejas Kruszewski ha lanciato il suo marchio.

Tre stagioni dopo, nel giugno 2016, ha portato a casa il premio





Daniele Gallo
Graphic Designer
& Art Director

PORTFOLIO

2022

danielegallo00.it



email: danielegalloxo@gmail.com
phone: +39 3664889082



ΕΥΓΓΟ