



PROGETTO GRAFICA

Di Alessia Bianchi

Master in Digital Marketing



INDICE

- ⬡ **Presentazione azienda**
 - about Orizon
 - Logo
- ⬡ **Progettazione grafica**
 - Palette
 - Font
 - Strategia visual
- ⬡ **Contenuti social**
 - Instagram
 - Facebook
 - YouTube

◻ About Orizon



Orizon nasce da una coppia di Torino con l'idea di aiutare le persone a rendere i propri viaggi consapevoli, sostenibili e rigenerativi.

La sua *mission* è quella di aiutare a programmare viaggi indimenticabili in armonia con la natura e con la popolazione.

Ogni soggiorno e ogni attività proposta sono in linea con i valori dei fondatori, riassumibili in "leave nothing but footprints, take nothing but memories".

Logo

Il logo rappresenta la silhouette di un paesaggio montano.

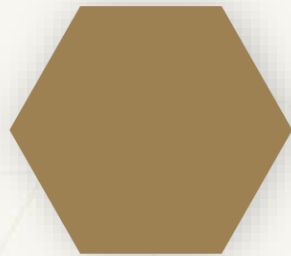
I suoi punti di forza sono la *semplicità* con pochi elementi all'interno della forma base del cerchio e i *colori* che rimandano alla natura.



◻ Palette



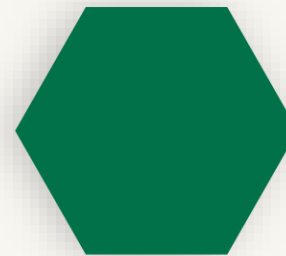
#ECB22E
(236, 178, 46)



#9E8253
(158, 130, 83)



#F7F3EB
(247, 243, 235)



#007148
(0, 113, 72)

La palette ricorda i colori della natura (verde), ma anche ottimismo, felicità, entusiasmo (arancione), serietà e stabilità (marrone) e neutralità (panna).

Font

Font 1: Myriad Pro

Semplice e leggibile, una buona base per tutte le grafiche dell'azienda.

Myriad Pro Light

Myriad Pro Regular

Myriad Pro Black

aA bB cC dD eE fF gG hH iI jJ kK lL mM nN

oO pP qQ rR sS tT uU vV wW xX yY zZ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9

Font 2: Playfair Display

Carattere serif, più elegante e autorevole, si abbina perfettamente alla leggerezza del primo font.

Playfair Display Regular

PLAYFAIR DISPLAY SC

Playfair Display Black

aA bB cC dD eE fF gG hH iI jJ kK lL mM nN


oO pP qQ rR sS tT uU vV wW xX yY zZ

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9



◻ Strategia Visual

La strategia visual viene ripresa nelle grafiche attraverso una coerenza visiva, data dall'utilizzo della stessa palette, dei due font e delle forme ad esagono in tutte le grafiche, creando *l'identità* unica dell'azienda Orizon.



◻ Contenuti social

L'immagine profilo dei tre social sarà il logo senza il nome dell'azienda, in modo da semplificare ancora di più la visione di quello che c'è all'interno del cerchio.

In questo modo si riesce ad individuare l'elemento chiave anche in un'immagine che resterà piccola la maggior parte del tempo.

Dimensioni in pixel:

- Instagram 320x320 px
- Facebook 170x170 px
- YouTube 800x800 px



Contenuti social - Instagram

Nel **primo post** di Instagram viene presentata l'azienda, esplicitando il prodotto che vende.

Le immagini e il motto di fianco, mostrano la *mission* dei viaggi: l'armonia con la natura e la popolazione.

In basso è presente il tag per trovare l'azienda su altri social.



1080 px

1080 px

Contenuti social - Instagram

Nel **secondo post** di Instagram viene mostrato un prodotto.

Le immagini sono un esempio delle esperienze che potrà fare l'utente, invogliandolo ad informarsi, anche grazie alla CTA ben visibile in alto al centro.

In formato più piccolo ci sono il logo e i tag per gli altri social.



1080 px

1080 px

◻ Contenuti social - Instagram

Nella **stories** l'azienda invita gli utenti ad un evento in montagna, esperienza in linea con la loro mission.

È subito evidente chi sta organizzando il tutto, grazie al logo, e in basso è presente una chiara e leggibile CTA per avere più informazioni.



1920 px

1080 px

Contenuti social - Facebook



312 px

820 px

Nella **copertina** di Facebook (versione ottimizzata sia per desktop che per mobile) ho inserito in grande il logo e il motto dell'azienda e, di fianco, delle immagini esempio dei luoghi visitabili con i viaggi Orizon.

Leggermente più piccolo è presente il tag per gli altri social.

Contenuti social - Facebook



630 px

1200 px

Nel **primo post** di Facebook, come in quello Instagram, viene presentata l'azienda, esplicitando il prodotto che vende.

Contenuti social - Facebook



Esplorando il Nepal

Sconto del 20% sul tuo primo viaggio

Prenota subito!

   
@orizon

630 px

1200 px

Anche il **secondo post** Facebook ha lo stesso contenuto del secondo post di Instagram, ma, come nel precedente, i contenuti sono stati adattati al formato del social che si vuole utilizzare.

Contenuti social - Facebook

Nella **stories** di Facebook l'azienda invita gli utenti ad un evento in montagna.

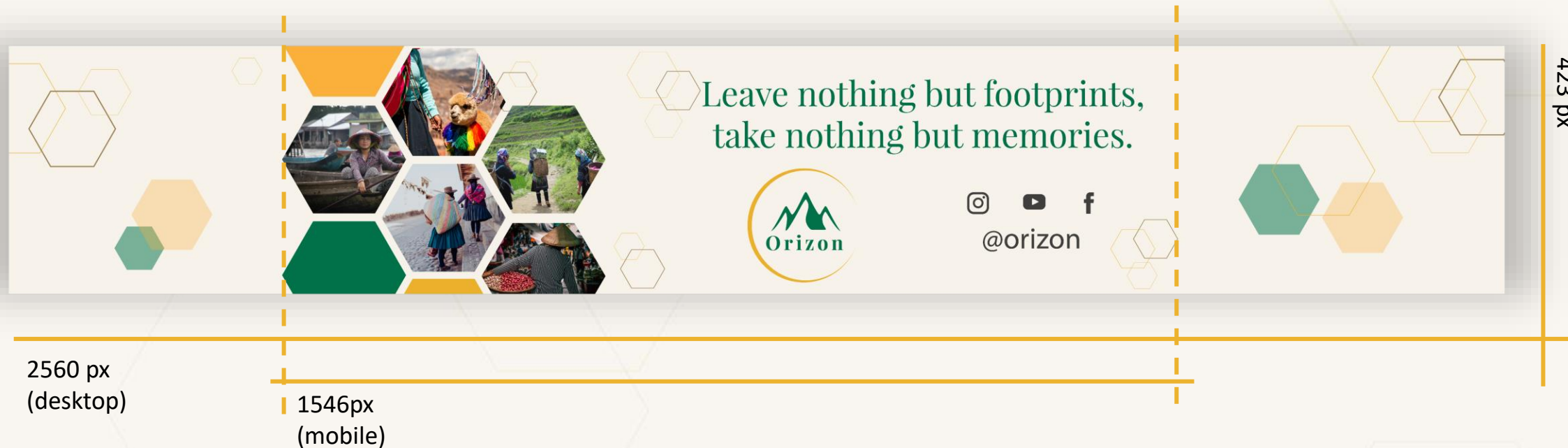
È subito evidente chi sta organizzando il tutto, grazie al logo, e in basso è presente una CTA per avere più informazioni, collegata con un link al sito dell'azienda.



1920 px

1080 px

Contenuti social - YouTube



Il **banner** di YouTube ha come elemento principale il motto, scritto in grande, con al di sotto il logo e il tag per gli altri social.

Di fianco troviamo delle immagini per presentare i luoghi che potremmo visitare con Orizon.

L'immagine è ottimizzata sia per la visualizzazione desktop che mobile, dato che gli elementi grafici principali si concentrano al centro.

Contenuti social - YouTube



720 px

1280 px

Nella **miniatura** di YouTube lo sfondo è più d'impatto, e sono presenti in grande le parole chiave «Asia» e «America», vicine al logo.

In basso a destra sono presenti i tag per gli altri social.

The background features a light beige color with several hexagonal shapes. Some are solid colors (orange and teal) and others are thin outlines in the same colors. They are scattered across the slide, with some overlapping. A large, faint hexagon is centered on the left side. A horizontal line and a vertical line intersect to the right of the text.

Grazie per l'attenzione!