

LAYOUT

Lotta Nieminen



ÍNDEX

01

BIOGRAFIA

04

02

BRANDING

06

03

DIRECCIÓ
D'ART

16

04

PRODUCTES
IMPRESOS

18

BIOGRAFIA

Il·lustradora i dissenyadora gràfica



“Em sembla molt satisfactori quan tinc una experiència estètica, sigui una obra d’art considerada o alguna cosa que he trobat per casualitat”

Lotta Nieminen

Per: Hania Karadimov
Fotografia: Ilkka Saastamoinen



Lotta Nieminen és una il·lustradora i dissenyadora gràfica que va néixer l'1 de febrer del 1986 a Hèlsinki, Finlàndia, amb seu a la ciutat de Nova York.

És coneguda per crear llibres infantils, així com per dissenyar interfícies digitals, publicacions, embalatges i mobles.

Ha dissenyat continguts per a empreses com Facebook, Google, Volkswagen, Bulgari, Hermès i Marimekko.

El seu pare Risto Nieminen és director del departament de música de la Fundació Gulbenkian, i la seva mare Raija Malko és artista.

Quan era petita, la seva família va viure cinc anys a París. Va estudiar disseny gràfic a la Universitat d'Art i Disseny d'Hèlsinki i a l'Escola de Disseny de Rhode Island. El 2010 Nieminen va decidir abandonar Finlàndia per seguir la carrera a Nova York.

Va treballar a RoAndCo Studio abans de marxar per dedicar-se a un treball autònom.

Nieminen va iniciar Lotta Nieminen Studio el 2012. Des de llavors ha treballat amb grans empreses. El 2013, va publicar el seu primer llibre infantil Walk This World a través d'una empremta de Templar Publishing.

Va il·lustrar i escriure el llibre de cuina infantil interactiu del 2014 Pancakes!, part de la seva sèrie Cook in a Book. El 2014, Nieminen va il·lustrar el redisseny de Google Calendar.

El 2017, va demostrar les seves tècniques d'il·lustració en una demostració d'art en directe amb l'editorial del New York Times Maria Russo.

Va redissenyar la revista Posture 2019 i va aparèixer a la Setmana del disseny. A més a més, és la directora creativa de la companyia de fragàncies Maison d'Etto.

BRANDING

Leader Bag Co

Les motxilles familiars de Leader Bag Co representen el nou estàndard d'estil, d'utilitat i qualitat per a les bosses de bolquers. Aquest producte es distingeix pel seu enfocament contemporani i funcional, amb un disseny senzill i neutral.

Lotta Nieminen va abordar la creació d'una identitat visual discreta per a Leader Bag Co. Va optar per un enfocament minimalista, amb l'objectiu de comunicar eficaçment els valors i la filosofia de la marca.



El logotip creat per Lotta Nieminen per la marca Leader Bag Co és elegant i minimalista. Es caracteritza per l'ús de línies netes i de formes senzilles, transmetent un aspecte contemporani i sofisticat. Lotta va utilitzar colors discrets i neutres per acomodar-se a la paleta general del producte i mantenir una estètica cohesionada.

Per completar el logotip, va incloure una icona d'un imperdible. Un detall subtil i reconeixible que serveix com a element visual secundari per a la marca. La icona de l'imperdible pot simbolitzar elements com la connexió, la seguretat o la cura, que són valors importants associats amb l'ús de motxilles familiar de Leader Bag Co.

Aquesta elecció de disseny ressalta l'estil contemporani i la funcionalitat de les motxilles de la marca, a la vegada que comunica la seva sofisticació i qualitat.



Maeven



Maeven és una tenda en línia de Brooklyn que ofereix una col·lecció de roba de disseny vintage i de segona mà. Amb l'objectiu de reflectir una qualitat atemporal i única, Lotta va decidir canviar la identitat visual de la marca.

En el seu enfocament, Nieminen va buscar una estètica sofisticada que apreciés el passat, però que incorporés elements contemporanis donant-li un aspecte fresc i únic. Aquesta combinació de passat i present va ser essencial per transmetre la personalitat i l'encant de Maeven.

Una de les estratègies de disseny utilitzades per Lotta Nieminen va ser la creació d'una textura geomètrica utilitzant el logotip de Maeven en diferents gruixos. Aquest patró va ser implementat en els materials d'embalatge de la marca, afegint un element visual interessant i únic. La textura geomètrica generada a partir del logotip creat va contribuir a crear una estètica distintiva i que fos atractiva per a Maeven.

Pel que fa als colors, Nieminen va optar per una interpretació més brillant i moderna dels estàndards vintage. Usant les ratlles en vermell i blau, va crear una paleta de colors energètica que donava vida a la identitat visual de la marca. Aquests colors vibrants fan una sensació de frescor i modernitat en el disseny de la marca, alhora que es relacionaven amb els elements de moda vintage que Maeven ofereix.



Aquests canvis van aconseguir reflectir una estètica sofisticada, amb una combinació d'elements vintage i contemporanis. La textura geomètrica generada a partir del logotip i la paleta de colors brillants van ajudar a donar personalitat i singularitat, captant l'atenció dels clients i reflectint l'essència de la marca.

Matter Made



Matter Made crea il·luminació, mobiliari i objectes de gama alta.



La marca col·labora amb alguns dels dissenyadors més influents i innovadors que treballen actualment.

Lotta Nieminen va treballar amb Matter Made, una influent companyia de disseny amb seu a Nova York, per crear una nova identitat visual que captivés l'essència i l'estil únic dels seus productes. Lotta va crear un logotip que trencava la simetria de les lletres inicials "M", aportant dinamisme i singularitat al logo de Matter Made. El resultat final va ser un logotip cridaner i distintiu que encaixava perfectament amb l'estètica única i contemporània de la marca.

Lotta va desenvolupar una paleta de tons més foscos que acompanyava la línia de productes de gamma alta de Matter Made. Aquests tons es van utilitzar per aportar una sensació de sofisticació i elegància. Per donar un toc extra de distinció, es van incorporar làmines d'aurades i negres als materials impresos, realçant encara més la presentació de la col·lecció i reflectint el compromís de Matter Made amb la qualitat i l'artesania de primer nivell en els seus productes.

La col·laboració de Lotta Nieminen amb Matter Made va donar lloc a una nova identitat visual que capturava l'essència i l'estil únic de la companyia de disseny. Amb un logotip cridaner i distintiu, juntament amb una paleta de tons foscos i materials impresos de primera qualitat, la presentació de la col·lecció de Matter Made va reflectir el seu compromís amb la innovació, l'elegància i l'excel·lència en el disseny de productes de gamma alta.

Pintbox



Lotta Nieminen va actualitzar la identitat visual de Paintbox, un estudi de manicura a Nova York que ofereix manicures clàssiques i nail art de temporada. Lotta havia de mantenir la identitat minimalista que caracteritzava la marca, afegint-hi un toc extravagant.

Nieminen va crear un nou logotip per a Paintbox que es basava en el concepte d'una caixa. Va aconseguir crear un disseny que manté la il·lusió de forma quadrada fins i tot quan les paraules del nom estan distanciades entre si.



La nova identitat visual de Paintbox és elegant, simple, i alhora curiosament extravagant. Lotta va assolir capturar l'essència i adaptar-la a una identitat visual que la representa de manera clara i creativa.

El logotip de Paintbox es converteix en un element fonamental en la identitat de l'empresa i el seu estil propi, ajudant a diferenciar-se en un mercat cada vegada més competitiu. Lotta va crear una identitat visual moderna, divertida i sofisticada.



Beautified

Beautified és una aplicació que va néixer per omplir un buit en el mercat de la bellesa, oferint als usuaris una eina per trobar i reservar cites d'última hora en salons de bellesa i balnearis de primer nivell. Amb una identitat visual simple i contemporània, l'objectiu era crear una aplicació atractiva i fàcil d'utilitzar que es destaqués en el saturat sector de la bellesa.

Lotta va optar per usar el símbol del llavi vermell com a element destacat. Aquest símbol contrasta amb una paleta fresca de colors menta, rosa i blau marí, que aporta un toc de color tant als productes imopresos com a les digitals. El llavi vermell es converteix en un element reconeixible que s'utilitza com a icona per identificar ràpidament la marca.



En la primera iteració de l'aplicació, el disseny es va centrar en una estètica neta i en un conjunt d'icones per representar cada categoria de servei disponible. En una segona versió de l'aplicació, va ampliar la col·lecció d'icones, introduint icones il·lustrades per representar els serveis oferts.

Amb aquesta combinació d'un símbol reconeixible com el llavi vermell, una paleta de colors fresca i una sèrie d'icones concises i il·lustrades, Lotta Nieminen va crear una identitat visual distintiva per a Beautified. Aquest disseny es va adaptar perfectament a l'aplicació bonica i fàcil usar que s'havia proposat inicialment, destacant la marca dins del competitiu món de la bellesa i brindant als usuaris una experiència atractiva i funcional.



Maisonette



Maisonette, un comerç electrònic dedicat a la venda de productes infantils i que ofereix una selecció de les millors marques del mercat. Sota la direcció de Nieminen, la identitat de Maisonette va ser desenvolupada amb una combinació única de jocs infantils i sofisticació adulta.

Lotta Nieminen va abordar el repte de representar el punt de vista lúdic dels nens juntament amb la sofisticació pròpia dels adults en el disseny de la identitat visual de Maisonette. El punt de partida va ser la creació d'un patró de doodle colorit, que es convertirà en l'element central de la marca. Aquest patró està format per dibuixos espontanis i juganers, que capten l'esperit i la imaginació del món infantil. Per donar un toc de distinció i elegància, va afegir làmina daurada al patró, creant una combinació entre alegria i sofisticació.

Quant a la paleta de colors, va incorporar un blau vibrant que aporta energia i vitalitat a la identitat visual de Maisonette. Aquest color contrasta amb el patró de doodle colorit i reflecteix la joventut i el fresc de la marca. A més a més, el blau també evoca una sensació de confiança i fiabilitat, essencial per a un comerç electrònic que busca establir-se com a destí de confiança per a tot allò relacionat amb els infants.

Un dels elements clau de la identitat visual de Maisonette és el símbol que representa una caseta juntament amb la lletra "M", que és l'inicial de la marca. Aquest símbol, creat per Lotta, pot ser utilitzat juntament amb el logotip principal o com a logotip secundari. A través d'aquest símbol, Nieminen va aconseguir capturar l'essència de Maisonette com a "casa petita" i alhora va reforçar la identitat de la marca.



Lotta Nieminen va crear una identitat visual distintiva per a Maisonette que reflecteix l'essència de la marca com un destí de gamma alta per a productes infantils. El patró de doodle colorit, la làmina daurada, el blau vibrant i el símbol de la caseta i la lletra "M" es combinen per transmetre la combinació perfecta de ludisme, sofisticació i elegància que defineix Maisonette. Gràcies a aquesta identitat visual creada per Lotta, Maisonette es diferencia en el mercat i ofereix una experiència única i atractiva.

Cienne



Cienne és una marca per a dona amb estètica elevada, consciència social i una identitat visual vibrant i audaç.



La identitat visual transmet una sensació d'energia, autenticitat i sofisticació.

Cienne és una marca per a dona amb seu a Nova York, reconeguda per la seva estètica elevada i la consciència social i ambiental.

La identitat visual de Cienne es caracteritza per una paleta de colors vibrant i audaç, on el vermell i el magenta juguen un paper fonamental, reflecteixen l'esperit atrevit i únic de la marca. A través d'aquesta paleta de colors, transmet energia, caràcter i autenticitat.

Nieminen va crear la identitat visual, i va destacar en la seva web les seves imatges, utilitzant el color negre com a fons. Aquesta elecció contribueix a ressaltar la qualitat i l'estètica de les peces de roba, mentre crea una experiència visual sofisticada pels visitants de la web.

Lotta Nieminen, converteix la identitat visual en un reflex fidel de la personalitat de la marca i la seva filosofia de moda conscient.

La combinació de colors vibrants, l'ús estratègic del negre i la dedicació per aconseguir una estètica elevada han posicionat Cienne com una marca desitjada per a dones sofisticades que busquen moda de qualitat amb un toc d'audàcia.

La marca Cienne s'ha establert com una referència en el món de la moda a Nova York i altres parts del món.

Rent the Runway



Rent the Runway és una empresa nord-americana fundada l'any 2009 amb l'objectiu de democratitzar l'accés a la moda d'alta gamma. Ofereix un servei de lloguer de vestits, accessoris i joies de dissenyador a un preu accessible, que permet als clients accedir a productes que d'una altra manera poden estar fora del seu abast.

Nieminen va crear el nou logotip i identitat visual de Rent the Runway, que es va basar en la rotació i la idea de tenir un armari en constant canvi. La nova marca utilitza colors apagats i una trama de quadrícula per crear un aspecte sofisticat i distintiu, al mateix temps que reflecteix la idea de la rotació i la varietat.

Lotta va ser capaç de combinar la sofisticació amb la lúdica, creant una identitat visual que capta a la perfecció l'esperit de la marca. El logo s'ha convertit en un símbol icònic de Rent the Runway.

Nieminen va tenir un paper clau en la creació de la identitat visual actual, i el seu enfocament sofisticat i innovador va ser fonamental per crear un aspecte distintiu i memorable per la marca.



Name of Love

Lotta Nieminen va ser la creadora de la identitat visual de Name of Love, una botiga en línia i plataforma de planificació de casaments que busca aportar bellesa a l'experiència de les dames d'honor.

La identitat visual de Name of Love és una interpretació contemporània del tema nupcial, combinant elements romàntics i moderns. Una de les característiques clau és l'ús de notes manuscrites amb moderació, que aporten una veu personal i íntima a la marca.



En les imatges de la marca, Lotta Nieminen va adoptar un enfocament romàntic però modern per mostrar la col·lecció de vestits de dama d'honor seleccionat.

A més, un conjunt d'imatges de natura morta representa els vuit colors característics de cada estil de vestir, destacant la varietat i la personalització que ofereix Name of Love.

Lotta va crear una identitat visual per Name of Love que combina elements romàntics i moderns. L'ús moderat de notes manuscrites aporta una veu personal i íntima, mentre que les imatges captives de l'essència nupcial amb un toc contemporani.

A través de la paleta de colors suaus i les fotografies de la col·lecció de vestits, la identitat visual de Name of Love transmet una sensació de bellesa, romanticisme i personalització, enfortint la connexió emocional amb les núvies i les dones d'honor.



Bec Brittain



La identitat visual creada per Nieminen té com a objectiu capturar la naturalesa contemporània i sofisticada de la il·luminació de Bec Brittain. El logotip, compost per dues famílies tipogràfiques diferents que s'uneixen per formar el nom de la marca, reflecteix la combinació perfecta dels materials i l'artesanía usada per crear els peces de Brittain. Aquesta representació visual transmet l'essència de la seva estètica única i la seva atenció al detall.

Els materials impresos de Bec Brittain fan servir superfícies fosques acabades amb un logotip de coure. Aquesta elecció de materials i acaballes proporciona un contrast elegant i sofisticat, mentre que el logotip de coure brilla, recorda la il·luminació de les llums LED, que són un element clau de les seves creacions d'il·luminació modular.

Lotta Nieminen va ser la creadora de la identitat visual de Bec Brittain, un dissenyador de productes i il·luminació amb base a Nova York, conegut per utilitzar materials de luxe, formes intuïtives i tecnologia avançada en les seves creacions. L'estudi de Bec Brittain es dedica a explorar i experimentar amb noves tècniques i materials, empenyent els límits del disseny d'il·luminació als Estats Units.



Això no només reflecteix la marca Bec Brittain, sinó que també transmet la seva innovació i l'ús de tecnologia avançada en el disseny de la il·luminació.

En resum, Lotta Nieminen va crear una identitat visual per Bec Brittain que captura la seva estètica contemporània i elevada. Amb un logotip únic que combina diferents famílies tipogràfiques i l'ús de materials com coure en les seves implementacions impressions, la identitat visual de Bec Brittain transmet la seva dedicació a la innovació, la bellesa i l'ús de materials de luxe en el disseny d'il·luminació.



DIRECCIÓ D'ART

Loeffler Randall

Cada conjunt exhibeix artísticament calçat i embragatges de bossa únics recolzats per accessoris minimalistes, geomètrics i rics en textura amb una combinació de colors suaus a joc.

Fotografies: Lotta Nieminen



Lotta Nieminen va treballar en la direcció d'art i fotografia per a Loeffler Randall, una empresa de calçat amb la seu a Nova York, durant la creació de les imatges del butlletí de la temporada de tardor-hivern de 2013.

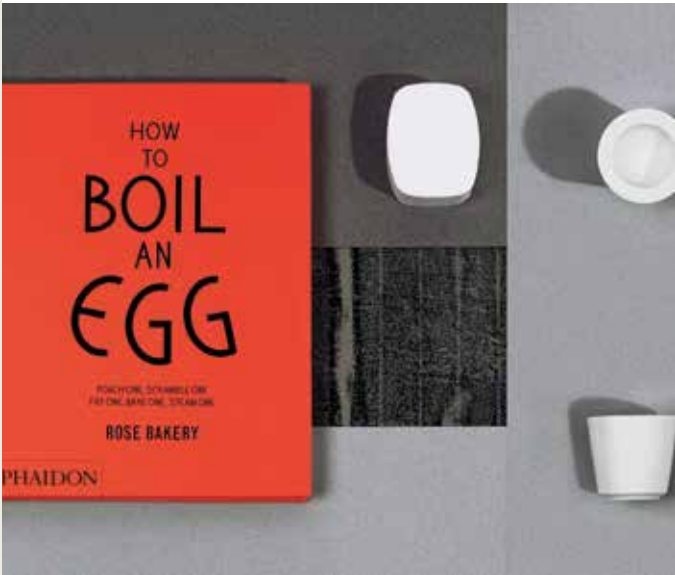
Lotta va treballar estretament amb l'equip de Loeffler Randall per crear una direcció d'art coherent i cohesiva per a les fotografies del butlletí.

El resultat va ser un conjunt d'imatges impactants que capturaven l'elegància i l'estil distintiu de la marca de calçat.

The Line Gift Guide

La guia de regals "Gifts to Delight the Discerning" de The Line, captura l'elegància i l'estil distintiu de la marca en imatges impressionants i inspiradores.

Fotografies: Hanna Tveite



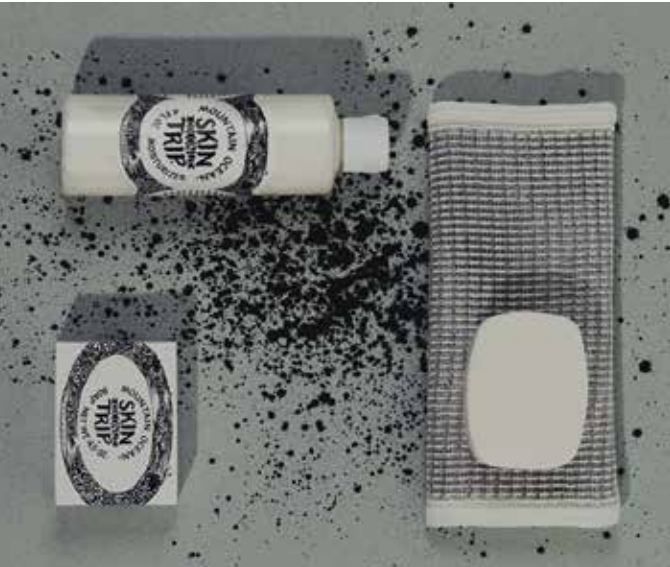
Lotta Nieminen va exercir la direcció d'art i l'estilisme d'accessoris per a la guia de vacances "Gifts to Delight the Discerning" de The Line. Aquesta guia presentava una selecció d'idees de regals intencionades per a diferents tipus de destinataris, tenint en compte els seus hàbits i aficions.

En col·laboració amb l'equip de The Line, Lotta va treballar en la direcció d'art per a la guia de regals. Aquesta direcció d'art implicava crear una estètica i un estil visual coherent que reflecteix l'essència i el luxe de The Line.

El resultat final d'aquesta col·laboració entre Lotta Nieminen i The Line va ser una guia de regals visualment impressionant i inspiradora.

Les imatges capturaven l'elegància i el luxe dels productes de gamma alta present a la guia, mentre que la direcció d'art i l'estilisme de Lotta afegien un toc especial que reflectia l'estil distintiu de The Line.

El resultat va ser una guia de regals visualment impressionant i inspiradora, que destacava la bellesa i la qualitat dels productes seleccionats.



PRODUCTES IMPRESSOS

Samuji Lookbook SS16

Lotta Nieminen va dissenyar el catàleg imprès de Samuji, capturant l'estil i la sostenibilitat de la col·lecció Primavera-Estiu '16.



Lotta Nieminen va treballar en el catàleg imprès de Samuji, una reconeguda casa de disseny finlandesa que destaca per la seva roba i articles per a la llar sofisticats i sostenibles. Amb botigues a Hèlsinki i Nova York, la marca es distingeix pel seu estil únic i la seva preocupació per la sostenibilitat.

Lotta va ser responsable de dissenyar el catàleg de la col·lecció de roba masculina Primavera-Estiu '16 de Samuji. El catàleg va ser concebut amb una estructura especial, consistent en un índex de producte plegat que s'adjuntava a una part editorial fotografiada per Ville Varumo. Aquest enfocament permet als lectors explorar els detalls de cada peça de roba, alhora que gaudien d'un contingut visualment atractiu i inspirador.

Lotta va assegurar-se que el catàleg encarnés l'esperit de disseny senzill i la meticulosa atenció als detalls que caracteritza la marca Samuji. Les imatges capturades per Ville Varumo van reflectir l'estil distintiu de Samuji, ressaltant la bellesa dels materials i els acabats cuidats de cada peça de roba de la col·lecció Primavera-Estiu '16.

El catàleg imprès de Samuji, realitzat amb l'habilitat i la visió de Lotta Nieminen, va ser una representació tangible de l'estil i la qualitat de la marca. Amb un toc de sofisticació i sostenibilitat en cada pàgina, el catàleg va captivar als lectors, oferint-los una visió completa de la col·lecció masculina de Samuji per a la temporada Primavera-Estiu '16.



*Fotografia de campanya:
Ville Varumo*

Cienne

Lotta Nieminen va col·laborar en la creació del llibre de Cienne, que mostrava la identitat de la marca amb un disseny meticulós.



Fotografia de campanya: Sarah Blais



Lotta Nieminen va col·laborar en la creació del llibre de marca de Cienne, una marca de prêt-à-porter, que va ser llançat com a edició limitada el 2018. Aquest llibre va ser concebut com una extensió de la identitat visual de la marca, i va capturar l'essència de Cienne a través del seu disseny i materials curosament seleccionats.

El llibre de marca de Cienne es va elaborar amb la mateixa atenció als detalls que es dedica als peces de vestir de la marca. La coberta, una funda d'acetat serigrafiada, presentava mostres de teixit provinents de les diferents col·leccions de Cienne, reflectint la seva diversitat i estil distintiu.

A més, la caixa exterior del llibre coincideix amb els colors vibrants de la col·lecció tardor-hivern del 2018, destacant el groc i la rosa característics de la marca.

Quant a les pàgines interiors, es van utilitzar plegats francesos per aportar un toc elegant i dinàmic. Aquests plegats mostraven les dues últimes col·leccions de Cienne, acompanyades de fotografies de vídeo que capturaven l'essència i l'estil de la marca.

A més, el llibre també incloïa la història de la marca, permetent als lectors conèixer més a fons el fons i la inspiració que hi ha darrere de Cienne.

En resum, el llibre de marca de Cienne, en el qual Lotta Nieminen va jugar un paper important, va ser una representació tangible de l'essència i l'estil de la marca. Amb una coberta serigrafiada amb mostres de teixit, una caixa exterior vibrant i pàgines interiors plegades amb elegància, aquest llibre va capturar la bellesa i l'atenció als detalls que defineixen Cienne com a marca de prêt-à-porter.

El llibre presentava una coberta d'acetat serigrafiada amb mostres de teixit, una caixa exterior vibrant i pàgines elegantment plegades.



Revista dissenyada per Lotta Nieminen



Matter Made



Lotta Nieminen va col·laborar en el desenvolupament del catàleg imprès de Matter Made, una empresa reconeguda nord-americana dedicada a la fabricació d'il·luminació, mòbils i objectes contemporanis. Amb un enfocament en la creació de peces de disseny únic i d'alta qualitat, Matter Made compta amb un equip intern de dissenyadors i col·labora amb talentosos professionals de l'actualitat.

En el catàleg del 2016, Lotta va jugar un paper clau en la implementació de la identitat visual de la marca. Va treballar amb els colors i la tipografia característics de Matter Made per aconseguir una estètica cohesionada i representativa de la seva filosofia de disseny. A més, va crear icones personalitzades per a cada article de la col·lecció, aportant una mirada única i detallada a cada peça.

El catàleg es va compondre de manera meticulosa, mostrant els productes en tota la seva esplendor. L'índex, imprès a la contraportada amb làmina daurada, vas destacar l'artesania i l'excel·lent nivell d'acabat present en tota la línia de productes. A través d'aquesta elecció de materials i detalls de disseny, Lotta va transmetre l'atenció meticulosa que Matter Made posa en cada peça que produeix.

El resultat final del treball de Lotta en el catàleg de Matter Made va ser una representació visual impactant i elegant de la col·lecció. Va capturar a la perfecció l'estil distintiu de la marca, la seva dedicació al detall i la seva passió per l'artesania. Aquest catàleg va permetre als clients de Matter Made apreciar plenament la bellesa i l'excel·lència de les seves peces de disseny contemporani.

Lotta Nieminen va col·laborar plasmant la identitat visual de la marca i destacant l'excel·lència de les seves peces de disseny contemporani a través d'una representació visual impactant i elegant.



Disseny de catàleg Matter Made de Lotta Nieminen

Revista Trendi



Fotografia de portada: Marko Rantanen

Lotta Nieminen va col·laborar amb Leena Vainio en el redisseny del disseny de la revista mensual de moda finlandesa Trendi, aportant la seva experiència en direcció d'art i disseny gràfic per donar una nova vida a aquesta publicació.

El redisseny va abastar diversos aspectes de la revista, la seva estructura, tipografia, paleta de colors i disposició de continguts. Lotta i Leena van treballar estretament per crear una estètica coherent i contemporània que reflecteix l'essència de Trendi i capta l'atenció dels lectors.

Amb el nou disseny, la revista va experimentar una transformació visual impressionant. Els elements gràfics són moderns i elegants, utilitzant fonts i composicions audaces per destacar els titulars i les imatges. La paleta de colors s'ha seleccionat cuidadosament per reflectir les tendències de la moda i crear una experiència visual atractiva.

A més del redisseny visual, Lotta també va contribuir a l'organització i la disposició dels continguts de la revista. Va treballar en col·laboració amb l'equip editorial per garantir que els articles, les entrevistes i les seccions especials estiguessin ben presentats i sigui fàcil de llegir i navegar.

Lotta Nieminen va col·laborar amb Leena Vainio en el redisseny de la revista de moda Trendi, aportant una estètica contemporània i fresca a aquesta publicació finlandesa.



Revista dissenyada per Lotta Nieminen

La col·laboració de Lotta Nieminen i Leena Vainio en el redisseny de la revista Trendi va aportar una nova estètica i fresc a aquesta publicació de moda finlandesa. Amb el seu treball en direcció d'art i disseny gràfic, van crear una experiència visual impactant i contemporània, transformant Trendi en una revista de referència per als amants de la moda.

Revista Arttu



Portada revista Arttu

Lotta Nieminen i Mikko Luotonen van col·laborar en el disseny i la maquetació d'Arttu, creant una estètica atractiva i equilibrada que captivés els lectors.



Disseny per: Lotta Nieminen i Mikko Luotonen

Lotta Nieminen va treballar en estreta col·laboració amb Mikko Luotonen per al disseny i la maquetació d'Arttu, la revista trimestral de la Universitat d'Art i Disseny d'Hèlsinki. Es va posar un fort èmfasi en l'ús de fonts obertes i la divulgació de la informació, que van servir com a pilars principals per a la creació del nombre.

Un dels objectius centrals del disseny va ser situar el contingut com a protagonista, donant-li una presència destacada a la portada.

A través d'una combinació de disposició intel·ligent i elecció de tipografia, va aconseguir captivar l'atenció del lector i cridar a la seva curiositat per explorar el contingut més a fons.

Lotta i Mikko van treballar conjuntament per crear una estètica coherent i atractiva que reflecteix la identitat de la revista i mantingués un equilibri visual entre la informació i els elements gràfics. Aquest enfocament va garantir que la lectura fos agradable i fluida, al mateix temps que permetia la comprensió clara de la informació presentada.

La col·laboració de Lotta i Mikko en el disseny i la maquetació del número 4/08 d'Arttu va donar lloc a una revista visualment atractiva, on es va destacar l'ús de fonts obertes i la informació compartida.

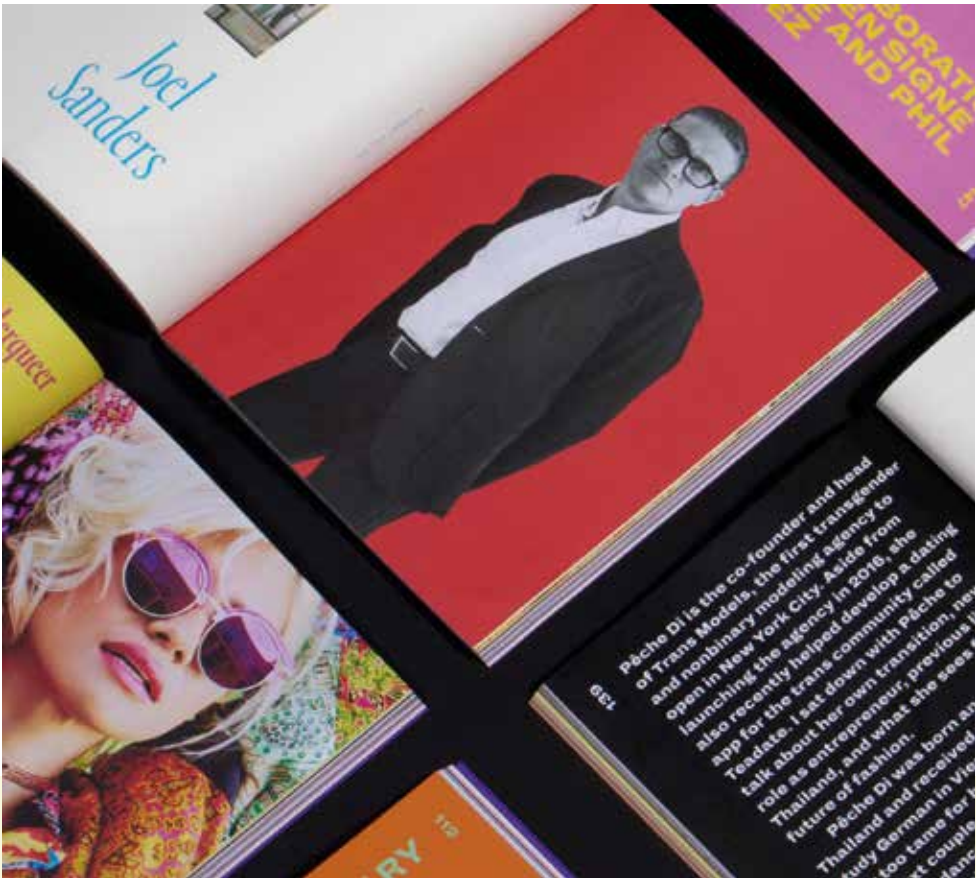
Amb una portada que cridava l'atenció i, també, una estètica coherent, el nombre va captivar els lectors i va proporcionar una experiència de lectura agradable i informativa.

Posture



Foto de portada: Kate Owen

Lotta Nieminen va redissenyar amb èxit la publicació impresa Posture, creant una revista vibrant, sofisticada i atrevida que promovia l'exploració creativa de la identitat.



Director de disseny: Ryan Essmaker



Lotta Nieminen va assumir la tasca de redissenyar la publicació impresa bianual, Posture, amb un enfocament en l'exploració creativa de la identitat. Com a plataforma per a veus i comunitats excloses, Posture aborda temes com el gènere, la sexualitat, la raça i el feminisme a través de l'art i la moda. L'objectiu del redisseny era transformar Posture en una revista que fos atrevida i divertida, però alhora sofisticada i coherent.

Per al redisseny de Posture, es va utilitzar el lema "l'exploració creativa de la identitat" com a base per al canvi de marca. Lotta va treballar per crear una experiència cohesionada que no semblés rígida ni moderada, sinó una revista que captiva l'atenció dels lectors. Un dels aspectes clau va ser l'ús color, amb una paleta àmplia del que permetia interpretar cada article amb la seva pròpia tonalitat, però que, alhora, creava una sensació d'unió i coherència. Aquesta abundant presència de colors forts donava vida a les pàgines i reforçava el missatge de diversitat i exploració de la identitat.

A més, per aconseguir una experiència cohesionada, es va optar per una paleta de tipus reduïda, amb l'ús de dues tipografies de títol alternatives: Portrait Condensed, una serif prim i alta, i Dia Black, una sans serif atrevida i ampla.

Aquestes dues tipografies, amb les seves característiques oposades, actuen com una altra forma d'expressió de la identitat, afegint varietat i dinamisme a les pàgines de la revista.

El primer número que va mostrar el redisseny de la revista va ser The Boss Issue (16/03), que va reflectir l'estil i la visió de Posture com una publicació transformada.

Amb aquest redisseny, Lotta Nieminen va aconseguir capturar l'esperit de Posture com una per a la diversitat i l'exploració de la identitat, oferint als lectors una revista vibrant, atrevida i sofisticada que els convidava a explorar les seves pròpies entitats dins de la plataforma.

gestalten

LAYOUT

Lotta Nieminen

PVP 12,95 €

