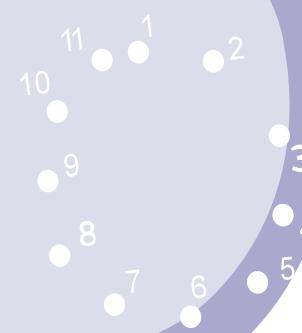




emanuela taglienti

La creatività vede con un terzo occhio, rende così possibile la conversione di una nuova idea in una personalissima interpretazione visiva, pura espressione di una "visione" intima condivisibile con tutti. Dare forma alla creatività è un privilegio che nella collettività genera il senso della meraviglia, attenzione, divertimento e confronto.



corporate identity

3 advertising BTL • ATL

web 2.0

4 artworks

5

events planner

6

marketing

7

visual merchandising

myBOOK

Guardare, ascoltare, leggere e comprendere ciò che ci colpisce ed interessa rappresenta il vero obiettivo della comunicazione creativa. Si raggiunge con la ricerca all'ispirazione, allenandosi a stare sopra le righe e fuggire dall'ovvio dando spazio all'apertura, alla percezione e nuova intuizione, imparando a "presiedere" il concetto di "nuovo", originale e del mai visto. Si raggiunge con la ricerca all'ispirazione, allenandosi a stare sopra le righe e fuggire dall'ovvio dando spazio all'apertura, alla percezione e nuova intuizione, imparando a "presiedere" il concetto di "nuovo", originale e del mai visto. Una buona idea accumuna i ricordi e permette d'identificarsi divertendo, Marcel Proust scriveva "La creatività non sta nel trovare nuovi paesaggi, ma nell'aver occhi nuovi per guardare".

① corporate identity

③ advertising BYL - ATU

③ web 2.0 communication

④

media planning

⑤

events planner

⑥

⑦ visual merchandising

⑧

⑨

emanuela taglianti

myBOOK



Project:

Planet Hollywood

Anno 1998 _ immagine coordinata e folder
Quadricromia, plastificazione opaca

ACI (AutomobilClubItalia)

Anno 1999 _ immagine coordinata
Bicromia da coordinamento grafico

Gruppo label

Anno 2000 _ Immagine coordinata
Quadricromia





Project:

Progetti corporate identity

- Logo/Marchio
- Immagine coordinata
- Folder
- Greetings Card



emanuela taglianti

my BOOK



① corporate identity ②

advertising BTL, ATL

③ artworks ④

web 2.0

⑤

events planner

⑥

marketing

⑦

visual merchandising

emanuela taglianti >



Project:

Brochure I&P

Anno 2001

Progetto composto da pack con tasca biglietto, brochure ad album e with compliments

Brochure e flyer interno quadricromia,
Copertina plastificata in volta "a specchio"
Fustella involucro e stampa monocromia.



emanuela taglianti

artworks

① corporate identity ②

③ artworks

④ web 2.0

⑤ events planner

⑥ marketing

⑦ visual merchandising

Project:
Brochure Career (Gruppo Adecco)
Anno 2000
Quadricromia,
3 ante con copertina fustellata,
plastificazione opaca b/v

Leaflet Regione Lazio
Anno 2001 - Mailing

Brochure Bimbomarket
Anno 2012
F.to album, quadricromia
lucidatura polimero dei dettagli/prodotti

Brochure Archilegno
Anno 2004
F.to album,
5 colori su carta marcata





Project: 

Catalogue Glic eyewear collection
 Anno 2008
 raccoglitore schede ad anelli
 copertina priplack semi trasparente
 stampa tricromia serigrafica copertina
 pieghe asimmetriche schede interne

Brochure Glic
 Anno 2006
 F.to album,
 copertina GSK acetato
 quadricromia
 allestimento punto metallico

Brochure Glic
 F.to album
 copertina carta speciale
 Punsone a rilievo del brand in copertina
 fustella esterno/interno
 pagine interne quadricromia
 allestimento punto metallico



emanuela.taglienti



adv

- 1 corporate identity
- 2 advertising BTL • ATL
- 3 web 2.0 communication
- 4 media planning
- 5 events planner
- 6 marketing
- 7 visual merchandising



Project:

- Anref**
Anno 2004
Battage pubblicitario campagna fundraising
"il futuro dell'Africa è nero"
- Buffetti**
Anno 2002
Campagna "Occhio alla Penna"
- Gruppo label**
Anno 2004
Campagna pubblicitaria ATL
- Clic Eyewear**
Anno 2009
Campagna pubblicitaria ATL



> digital

- ① corporate identity
- ② advertising BTL-ATL
- ③ web 2.0 communication
- ④ media planning
- ⑤ events planner
- ⑥ marketing
- ⑦ visual merchandising



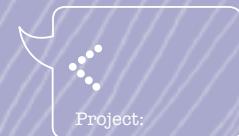
Comunicare oggi apre necessariamente il confronto costante con i nuovi canali, soprattutto digitali necessari per il rapido sviluppo delle attività di direct marketing e comunicazione web 2.0. Questo consente di interagire in modo diretto ed interattivo con gli utenti, stimolando un reale rapporto di fiducia, conoscenza e referenzialità.

Gli strumenti digitali sono molteplici e in rapida evoluzione, tutti misurabili in termini di risultati e successi ottenuti.

Sito web, Intranet, Social networks, Newsletters, dem, slide, banner, web advertising abbandonano la dimensione "cartacea" e convergono oggi ad essere supporto necessario allo sviluppo della comunicazione interna ed esterna del brand di ogni azienda/prodotto.



- Web site
- intranet
- newsletters
- House organ
- dem
- slide
- banner
- web advertising
- modulistica digitale
- social networks



Project:

Web Site

Progettazione interfaccia grafica
Sviluppo flowchart
Animazioni

www.
website

web 2.0
communication



dem Newsletter



web 2.0
communication





- ① corporate identity
- ② advertising em. AM
- ③ web 2.0 communication
- ④ media planning
- ⑤ events planning
- ⑥ marketing
- ⑦ visual merchandising

point
of
purchase

- Project:**
- GoDò Eyewear**
Cardboard
desk display
 - Clic Eyewear**
desk display
 - Fly Eyewear collection**
Cardboard/display
 - Clic Eyewear**
Floor e desk display



- ①
- ②
- ③

packaging



- Project:**
- Guzzini_Zio d'America Roma**
Packaging merchandising
 - Olio Feliziani**
Packaging
progetti etichette
 - Caffè Gusto _ Gruppo Scolastici**
Packaging pack 250gr
 - Clic Eyewear**
Astuccio singolo priplack
Welcome pack e gadget coordinato



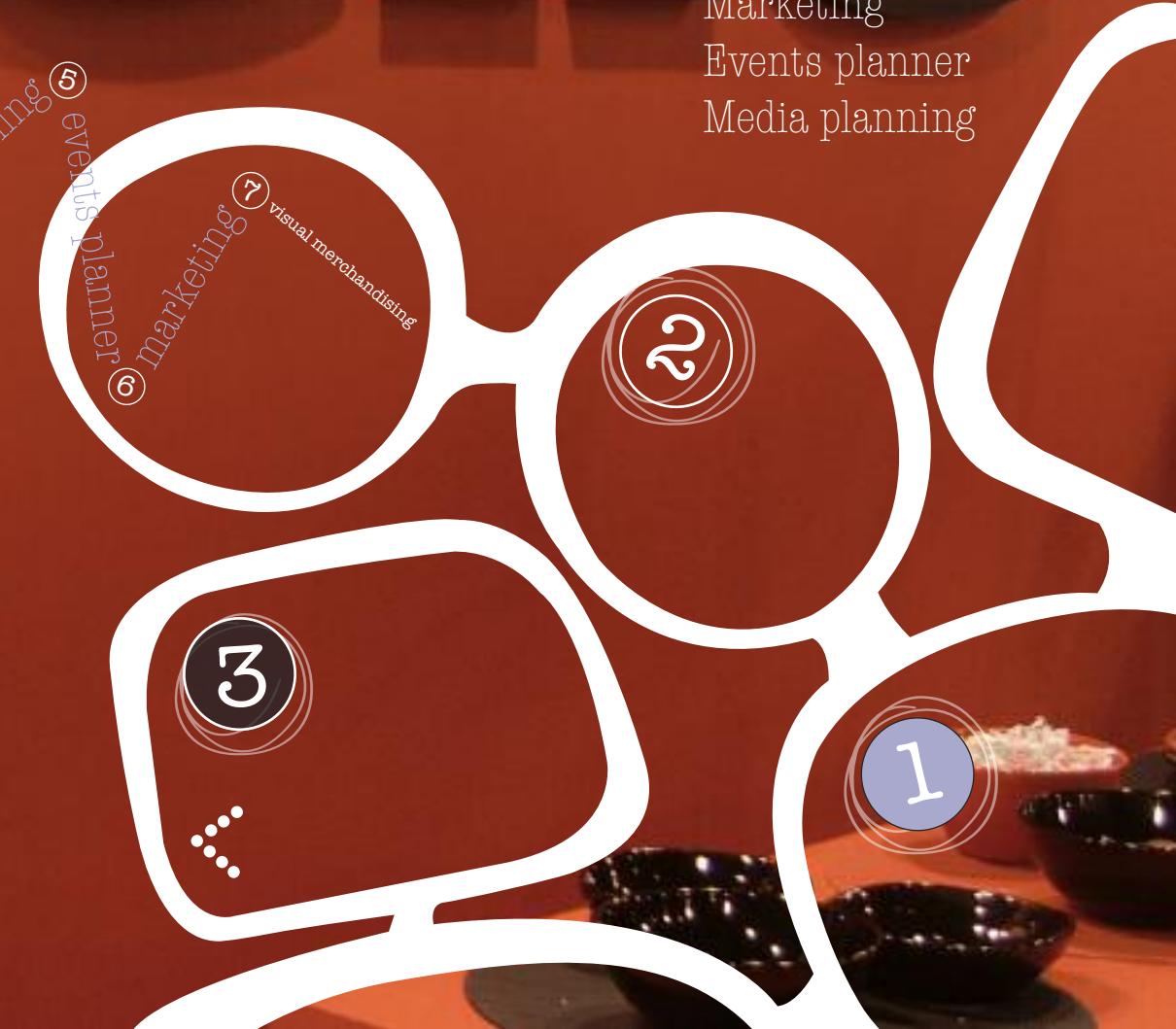
Progetto stand fiera



CIIC

Marketing
Events planner
Media planning

- ① corporate identity
- ② advertising BTL • ATL
- ③ web 2.0 communication
- ④ media planning
- ⑤ events planner
- ⑥ marketing
- ⑦ visual merchandising



3

2

1



Banner



Gadgets



Progetto stand fiera

Media planning



Progetto stand fiera

- ① corporate identity
- ② advertising BTL • ATL
- ③ web 2.0 communication

④ media planning
 ⑤ events planner
 ⑥ marketing
 ⑦ visual merchandising

Campagna fundraising "Clic per Unicef"



Campagna raccolta punti Bimbomarket.it



Spot Clic 5" - storyboard billboard Publitalia



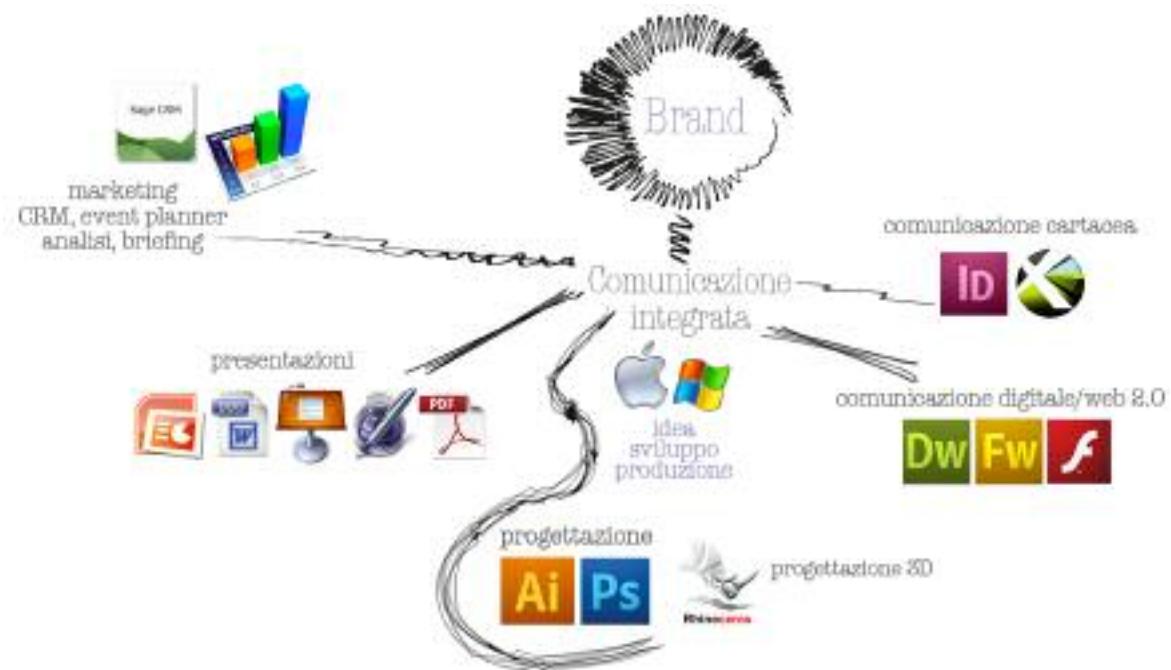
➔ Esempio di comunicazione integrata

UN POPOLO DI POETI DI ARTISTI DI EROI
DI SANTI DI PENSATORI DI SCIENZIATI
DI NAVIGATORI DI TRASMIGRATORI



come?

▶ emanuela taglienti



COMPOSED *Creativity*

emanuela taglienti ▶

www.emanuelataglienti.eu

etaglienti@tiscali.it
mobile 0039 338.9260434
Skype contact_manu