

An abstract geometric composition featuring a variety of shapes and colors. On the left, a pink rectangular area contains three vertical yellow bars, each with a black triangle at its base. A large red triangle points upwards from the bottom left. A large green triangle points downwards from the top right. A large yellow triangle points upwards from the bottom right. A large blue circle with a black center is positioned in the lower right. The text 'GIANANDREA GREGIS 1980' and 'ART DIRECTOR' is centered in the green area.

GIANANDREA GREGIS 1980
ART DIRECTOR

Specializzato in Brand e Packaging

Creativo con la passione per il bello con focus particolare per il wines & spirits. Amo trasformare idee in esperienze visive. Gestisco abitualmente team e fornitori, organizzo flussi di lavoro e coltivo relazioni con i clienti. Alla costante ricerca di nuovi trend, tecnologie e avventure.

www.gianandreagregis.com

gianandrea.gregis@gmail.com +39 3315447643

ARTEFICE GROUP > CBA ITALY > FUTURE BRAND > LUMEN > TESTEMOBILI > RBA DESIGN >





Galleria
Campari





Campari in Galleria

Un packaging che celebra l'arte della mixology e quindi del Camparino, un emblema di storia, gusto e innovazione. Attraverso il suo design essa incarna l'essenza del locale stesso, creando un connubio indissolubile tra l'etichetta e l'esperienza unica che si vive al Camparino, invitando gli amanti del gusto

a immergersi nella medesima esperienza indimenticabile anche al di fuori dello storico locale.





Winner
Brand Identity
Grand Prix









ON

METODO CORINO MANIFESTO

ONIA E VIVA
3.
The grape varieties used must qualify to the criteria of historical and traditional cultivation in the specific area .

1. A suitable **environment** for Vitis vinifera sativa L. is required. 2. The **soil** destined for vineyards must hold biodiversity characteristics of both botanical species and microorganisms. Biological Soil quality (BSQ) is a necessary and quantifiable parameter. 4. Vineyard management must follow criteria of minimal intervention and **low environmental impact** 5. **Grape quality** is the top priority. 6. In the **cellar** the artisan must exercise expertise in order to manage the proper evolution from grape to wine. No invasive intervention nor the use of additives including SO2 is performed. 7. The farm must be **artisan-sized** in order to allow the winegrower to fully follow the production processes, from the vineyard to the cellar. 8. The annual carbon footprint expressed in Kg/CO2eq for both the entire winery and the individual products is a measure and proof of environmental sustainability.

PER LA PRODUZIONE DI

SATURNALIA
ROSSO



Manifesto e Futurismo

Il packagin è stato pensato per abbassare il più possibile la carbon footprint, impiegando una bottiglia con vetro ultrafine e usando materiali riciclati. La stessa etichetta per essere il più "green" possibile è stata stampata ad un solo colore usando Air Ink, uno speciale inchiostro ricavato dal particolato delle automobili. La cartotecnica senza uso di colle è studiata per favorire una facile separazione dell'etichetta dalla bottiglia per un riciclo più efficace. Il design vuole creare una "talking label", un manifesto che riprende gli stilemi del futurismo capace di raccontare gli 8 principi del Metodo Corino, il processo di produzione dei vini naturali La Maliosa. Ulteriore caratteristica di questo progetto di design è l'utilizzo della tecnologia block chain che consente di leggere rapidamente tutte le principali informazioni sul prodotto, dalla coltivazione, alla fermentazione in cantina, ai dati sulla carbon footprint.

Winner
Pentawards



Winner
Touch point







BITTER
CAMPARI
NO
NEGRONI
WITHOUT



Un'ode al Futurismo

L'edizione speciale della bottiglia Campari, esposta nella suggestiva cornice in Galleria Campari, non si limita a omaggiare il passato, ma guarda avanti celebrando il movimento futurista. Attraverso un design evocativo, questa bottiglia cattura l'essenza del Futurismo, trasmettendo un senso di energia e innovazione che continua a ispirare le menti creative di oggi e di domani.





















APEROL[®]
— 1919 —

























ANTICO FRANTOIO
• DEL •

PARCO

— OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA BIOLOGICO —

TOSCANO IGP

EDIZIONE LIMITATA



































APEROL[®]
SPRITZ

RICETTA ORIGINALE
APERITIVO
DAL
1919
F.lli BARBIERI







APEROL[®]
T E R R A Z Z A









TARGET

WHO (PERSONAL INFO)

Male and female, urban, young adults, 18-30.
Mostly live in urban areas, like high schools.

PERSONALITY

I am an integral part of the most trendy scene, relaxed, a little carefree, and a little daring. I am a mix of the "indie" and "hippy" culture, enjoying having a good time with friends and looking for new connections. I am demanding and refined, always tuned in with trends. I love to wear quality and style in everything I do.

LEO
AND
EMMA



MY VISION

MY OPEN-MINDED VISION
OF THE WORLD MAKES
ME FEEL COMFORTABLE
IN EVERY SITUATION.

WELCOME | BRAND POSITIONING | PRODUCT INFORMATION | BRAND IDENTITY | PACKAGING | CODE OF COMMERCIAL COMMUNICATION | CSR

CRODINO

SIMPLIFIED LOGO SPECS

This section illustrates the main specs regarding our simplified logo.
Color, protection area and application of the logo must adhere to these guidelines.

CRODINO®
— DAL 1965 —

MAIN COLOR



CMYK: M30, Y40, K0
RGB: R272, G149, B0



PROTECTION AREA

LOGO



MINIMUM SIZE

Do not use the Crodino logo smaller than 35mm.

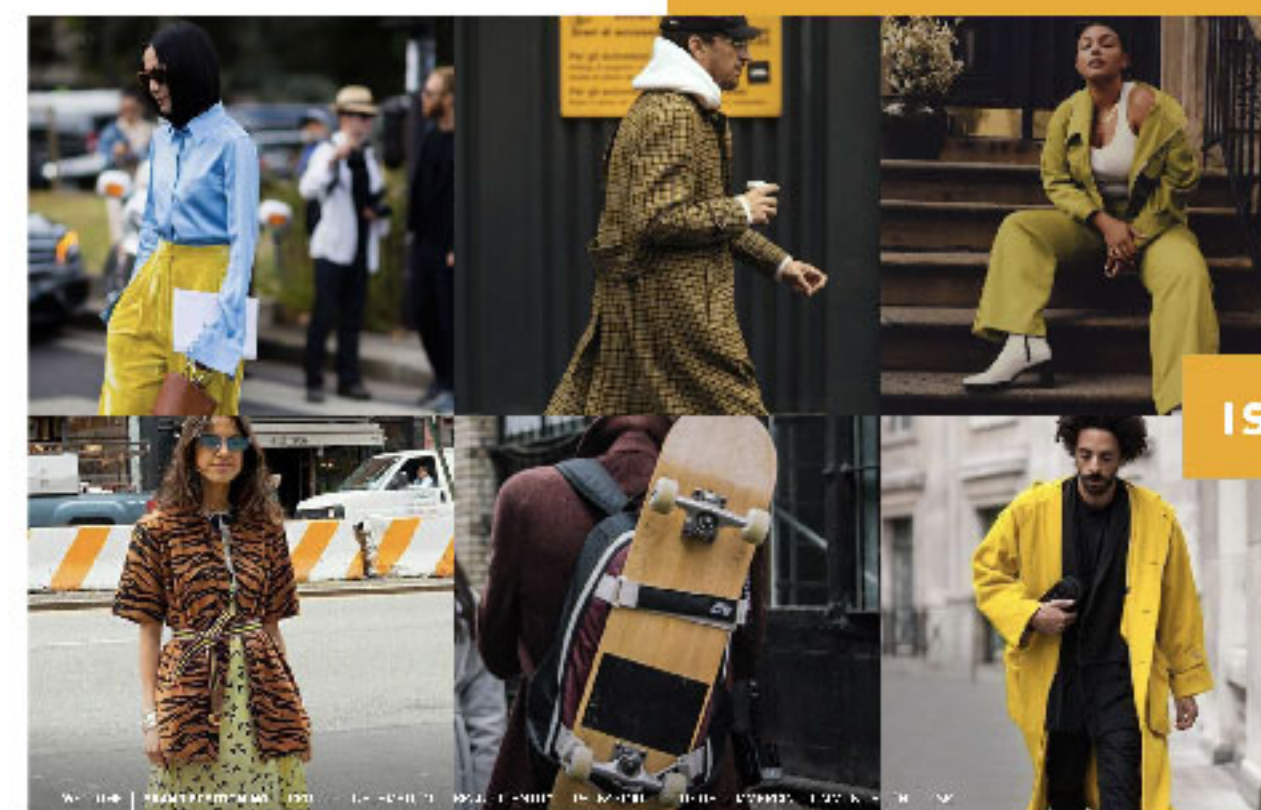


For further reduction (smaller than 35 mm) use the stand-alone logo as shown.



BRAND LOOK EFFORTLESSLY STYLISH

Crodino is innate sense of style, unique, one step ahead.



IS

IS NOT



Crodino is not fancy, it's just classic, it's elegant.

WELCOME | BRAND POSITIONING | PRODUCT INFORMATION | BRAND IDENTITY | PACKAGING | CODE OF COMMERCIAL COMMUNICATION | CSR

35 C

36 C

EL ESPOLÓN®





EL ESPOLÓN®



- PANTONE 1787 C
- PANTONE 9043 C
- PANTONE 2479 C



Inspiration



Assets



LOGO SPECS

IN ORDER TO LET EYES SAVOUR IT PROPERLY, PLEASE LET THE LOGO LOCKUP BREATHE BY RESPECTING ITS PROTECTION AREA.



A PROTECTION AREA = 1A FROM AMARO

MEET SICILIAN VIBRANCY



LIKE SICILY, AVERNA IS MUCH MORE THAN THE SUM OF ITS HERITAGE, PROVENANCE, RECIPE AND DRINKING RITUAL.



LINEAR PATTERN (FRAMES, HEADERS AND FOOTERS)



SQUARE PATTERN (WALLPAPERS, BACKGROUNDS, DIVIDERS)





MILANO 2024