



HELLO, I'M

*Agianndrita*

**GRAPHIC DESIGNER**



# about me

Dalla progettazione degli spazi a quella dei segni, il mio percorso parte dall'architettura e approda al design visivo. Ho scelto di avvicinarmi al mondo del Graphic design perché credo che la comunicazione visiva più efficace sia quella che riesce a esprimere concetti complessi con elementi semplici, chiari e puliti.

Nel mio lavoro mi focalizzo principalmente sull'uso del colore: lo considero uno strumento potente, capace di evocare emozioni, trasmettere identità e dare ritmo ai contenuti. La mia formazione in Architettura continua a influenzare il mio approccio progettuale: ordine, equilibrio e attenzione al dettaglio sono i principi che guidano ogni mia scelta visiva.



---

# 01 Branding

TOSTO CAFFÈ	03
FRESCO X CANTINA FELICE	06
SPAZIO CONCEPT SPACE 2026	08
MARGHERITA PERITORE	10
MIC GIOIELLI D' AUTORE	12
GUÌA SUITE HOTEL	14
STUDIO MAR	16

---

# 02 Print

K LAB HANDMADE	17
REEMOOD VINTAGE	18
CANTINA FELICE	20
HUB	22
STUDIO DITEL	24

---

# 02 Packaging

FLO CANDLES	25
ALT STUDIO	27
ALOHA BIKINI	28

---



# TOSTO CAFFÈ

## CONCEPT

**Caffè Tosto** è una micro torrefazione artigianale d'eccezione nata per restituire valore al rito del caffè attraverso una produzione small batch di altissima qualità. Il progetto ripensa l'attività di torrefazione non solo come luogo di produzione, ma come spazio esperienziale che integra il consumo sul posto e l'acquisto consapevole della materia prima. L'identità visiva si fonda sul concetto di carattere, espresso attraverso un design che gioca sul contrasto: da un lato la solidità imponente del lettering custom, dall'altro la gestualità della firma calligrafica, rendendo il brand moderno, autorevole e di forte impatto visivo.

## PRODUCT & PACK

Il progetto si concentra sulla valorizzazione di piccoli lotti selezionati tra piantagioni d'altura, garantendo una precisione tecnica che esalta note sensoriali di cacao fondente e mandorla tostata. La visual identity si declina attraverso un packaging dal carattere tecnico e minimale, dove l'uso dell'alluminio riflettente crea un contrasto materico netto con la naturalezza dei chicchi. Studiato per rispondere agli standard delle più prestigiose piattaforme di design internazionali, Caffè Tosto si posiziona come un caso studio di eccellenza nella comunicazione visiva applicata all'artigianato d'avanguardia. Il progetto è stato pubblicato su **World Brand Design Society**.





# FRESCO X CANTINA FELICE

## CONCEPT

**Fresco x Cantina Felice** è una collaborazione tra due brand nata per offrire un nuovo modo di gustare il vino: un aperitivo a portata di click. Il progetto ripensa il vino per i momenti informali attraverso un formato in lattina, progettato per la praticità e la spontaneità. L'identità visiva si basa su un approccio di design minimalista, dove il colore gioca un ruolo fondamentale, rendendo il prodotto fresco, moderno e facilmente riconoscibile.

## PRODUCT & PACK

Fresco è disponibile in due varianti: vino rosso e vino bianco, e in due formati, 33 cl e 50 cl, ispirati alle classiche lattine di bibite per adattarsi a diverse occasioni. Il progetto ha ottenuto un importante riconoscimento internazionale, venendo pubblicato su prestigiose piattaforme di settore come Packaging of the World e World Brand Design Society.





# SPAZIO CONCEPT SPACE 2026

## CONCEPT

Per **Spazio**, concept space d'avanguardia a Milano, ho sviluppato un'identità visiva minimalista basata sul concetto di "grado zero". Il logo utilizza una tipografia sans-serif geometrica, scelta per comunicare solidità e un'estetica essenziale, dove lo spazio bianco diventa elemento di design fondamentale. L'intero sistema riflette la filosofia di un ambiente dedicato all'eccellenza creativa, mantenendo un'immagine pulita e istituzionale.

## BRAND DESIGN & COMMUNICATION SYSTEM

La palette è ridotta al bianco e nero per dare massimo risalto ai contenuti esposti, integrando un font monospaziato per i testi tecnici che richiama il linguaggio dei cataloghi d'arte. Ho curato l'intero sistema di comunicazione: dai biglietti da visita alla stationery, fino all'interfaccia mobile e ai badge staff. Grazie a questo approccio funzionale, il progetto è stato riconosciuto e pubblicato su World Brand Design Society.



# spazio

SPAZIO

CONCEPT SPACE

I: VIA FIORI CHIARI \*\*,  
MILANO 20121

E: HELLO@SPAZIO.COM  
I: @SPA\_ZIO  
T: +39 345726672\*



# MARGHERITA PERITORE

CONCEPT

Per **Margherita Peritore**, ho sviluppato un'identità visiva e un portfolio professionale basati su un rigoroso approccio editoriale, pensato per riflettere l'alto posizionamento della professionista nel settore del lusso. Il progetto trae ispirazione dai magazine di moda internazionali, dove griglie solide e un uso strategico degli spazi organizzano contenuti complessi in una narrazione fluida. L'obiettivo è comunicare autorità, precisione tecnica e un'estetica d'avanguardia.

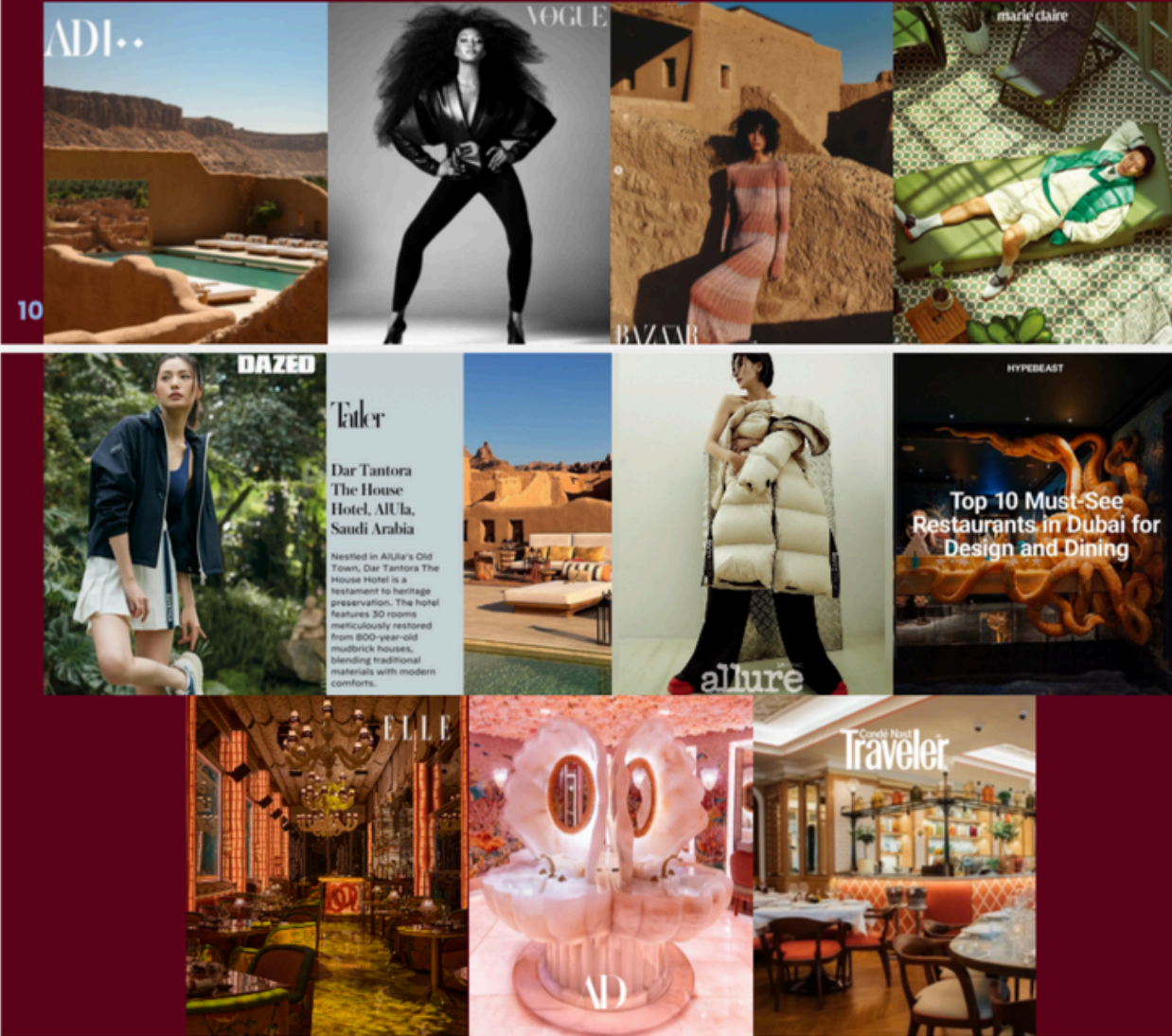
PVISUAL & EDITORIAL DESIGN

Il sistema visivo gioca sul contrasto tipografico tra l'eleganza classica del Bodoni FLF e la pulizia tecnica del Poppins, garantendo un equilibrio tra tradizione e modernità. Una palette cromatica raffinata, basata sui toni Burgundy, Avorio e Smart blu, assicura coerenza in ogni touchpoint: dai biglietti da visita alla presentazione dei case studies. Il risultato è un'immagine coordinata che bilancia perfettamente estetica editoriale e funzionalità, posizionando il brand con decisione nel mercato della comunicazione luxury.



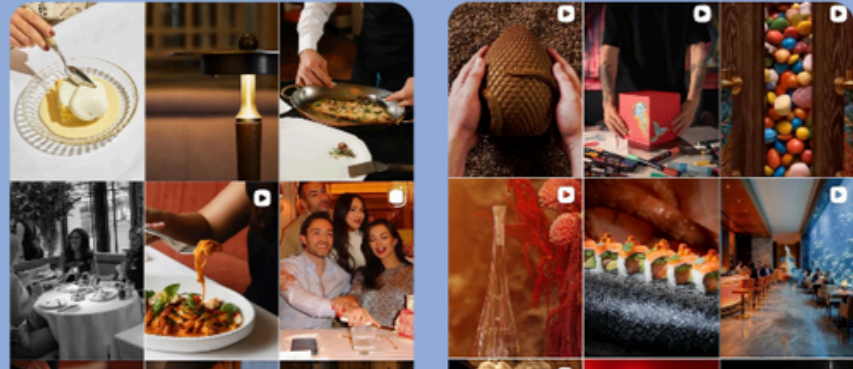
## GLOBAL COMMUNICATIONS & PR STRATEGY

Building visibility for luxury brands requires a comprehensive communications ecosystem that goes far beyond traditional press relations. My work focuses on shaping brand profiling and positioning through strategic media narratives, press kits, editorial storytelling and coordinated global communications frameworks. This includes managing international press networks and collaborating with leading agencies across multiple regions, including Purple (UK), Bacchus (GCC + UK), KCB (US), Karlo Otto, Vanessa Merkes (Miami), Saucy (UK) and more. Working across these networks, I oversee global press days, media positioning, editorial partnerships and communication strategies that align brand identity, cultural relevance and market visibility across international publications and platforms.



## DIGITAL STRATEGY, SOCIAL MEDIA & PERFORMANCE MARKETING

DIGITAL STRATEGY IN MY WORK CONNECTS BRAND AESTHETICS AND STORYTELLING WITH COMMERCIAL PERFORMANCE. I OVERSEE GLOBAL SOCIAL MEDIA PLATFORMS INCLUDING INSTAGRAM, TIKTOK, YOUTUBE AND LINKEDIN, WHILE ALSO MANAGING REGIONAL ECOSYSTEMS IN CHINA ACROSS WECHAT AND RED.



# MARGHERITA

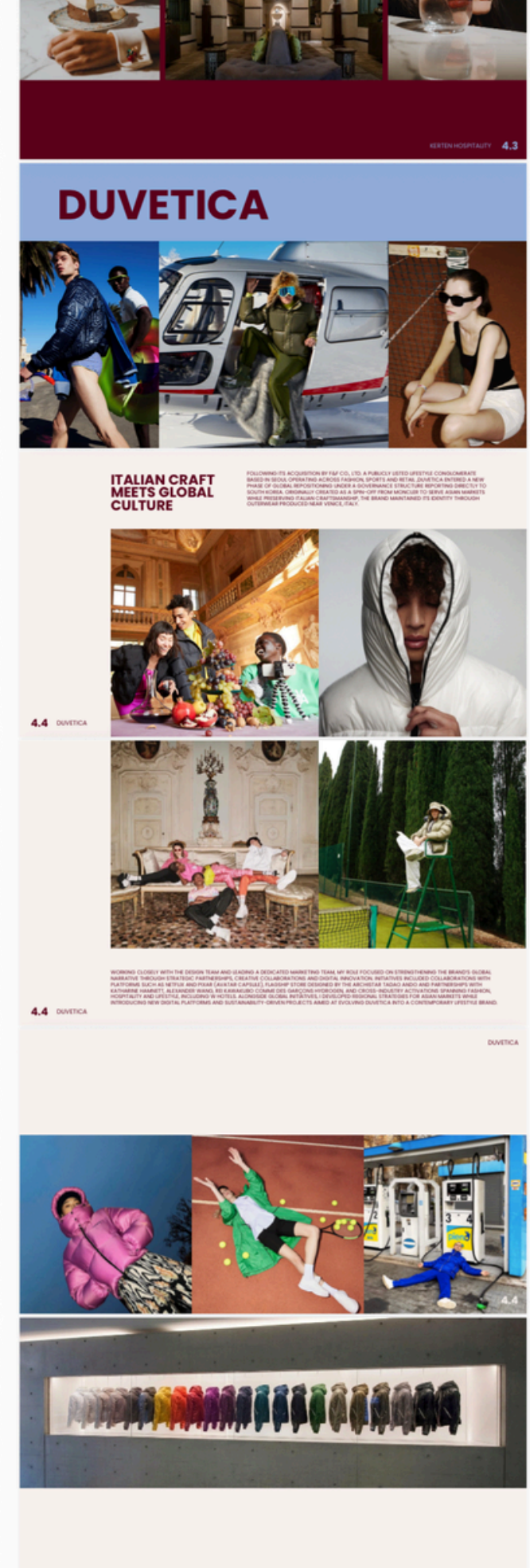
# PERITORE

LUXURY CURATOR

COMMUNICATION MARKETING

+971  
506.192.\*\*\*

MARGHERITA.PERITORE  
@\*\*\*.COM





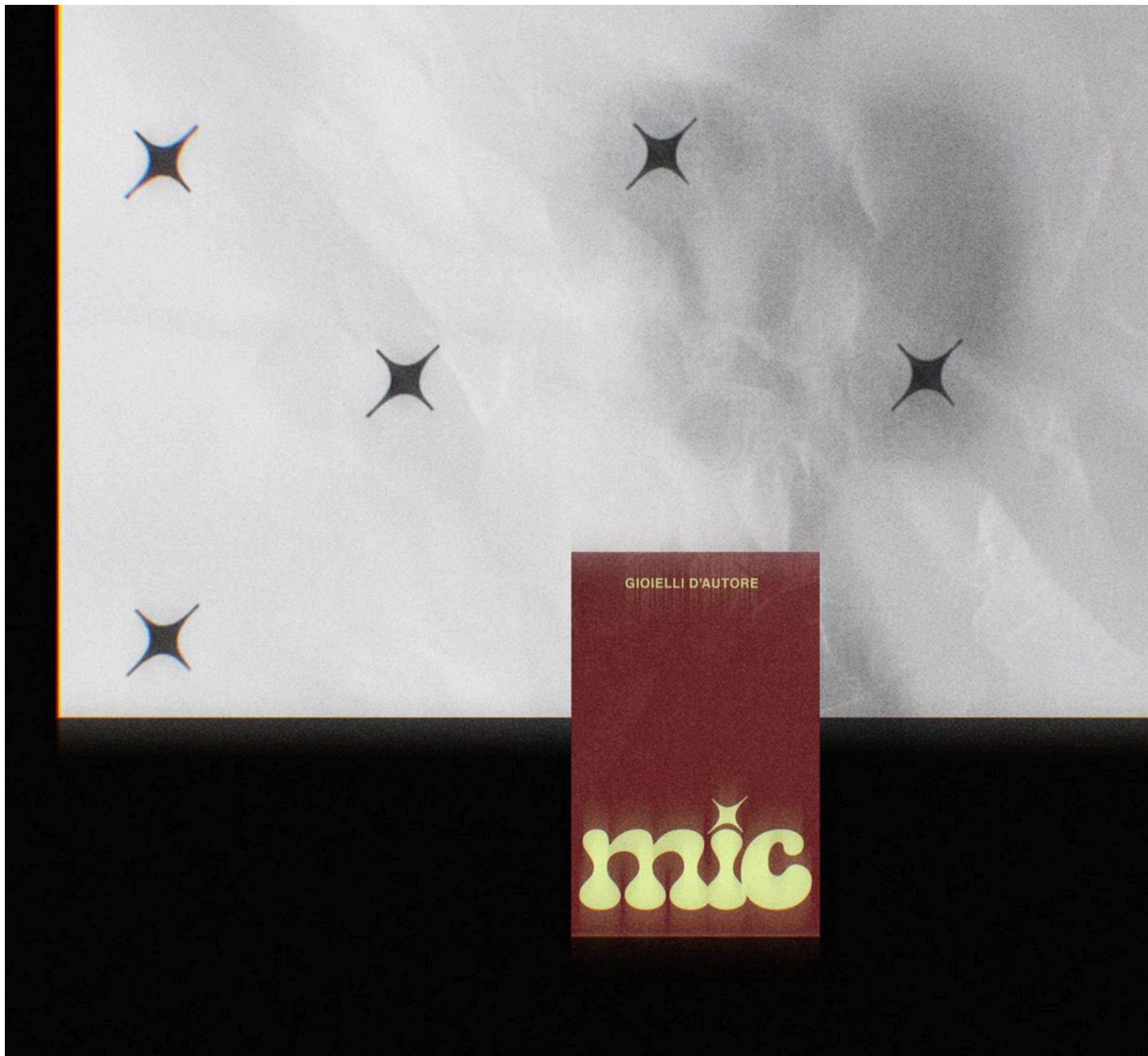
# MIC GIOIELLI D' AUTORE

## CONCEPT

Il progetto per **MIC**, gioielleria vintage di Firenze, reinterpreta il concetto di lusso attraverso un design fluido e audace. Il logo trae ispirazione dal termine latino micare (brillare) e utilizza una tipografia dalle forme morbide e piene, studiata per evocare la plasticità e la lucentezza dei metalli preziosi. L'obiettivo è comunicare un'eleganza che onora il passato ma guarda con decisione al futuro.

## VISUAL IDENTITY & BRAND COORDINATION

La palette cromatica accosta la classicità di un bordeaux profondo alla vivacità del giallo acido e dell'azzurro carta da zucchero, una scelta cromatica volta a conferire un tocco contemporaneo e fresco al packaging. Ho curato l'intera immagine coordinata, dai biglietti da visita alle scatole con sigillo a fascia, fino alla carta velina personalizzata. Il risultato è un'estetica coerente e riconoscibile che valorizza il gioiello d'autore con un linguaggio visivo d'avanguardia.





#### CONCEPT

# GUÍA SUITE HOTEL

Per **Guía**, ho sviluppato un'identità visiva che riflette un'accoglienza ricercata e di carattere. Il logo, nero su fondo crema, utilizza una tipografia elegante scelta per trasmettere un senso di ospitalità calda e autentica. L'uso del crema come base è una scelta deliberata per ammorbidire il contrasto rispetto al bianco puro, conferendo al brand un'estetica più sofisticata e un'atmosfera senza tempo.

#### VISUAL & WAYFINDING

La palette cromatica, composta da bordeaux, blu e verde, è stata studiata per richiamare direttamente i colori e le atmosfere delle diverse suite della struttura, rendendo il colore il vero filo conduttore del racconto. Ho curato l'immagine coordinata completa, dai biglietti da visita fino alla segnaletica interna. Il risultato è un'identità coerente e funzionale, dove la grafica diventa lo strumento per orientare l'ospite e valorizzare il design degli spazi.





# STUDIO MAR

## CONCEPT

Per **Studio Mar**, studio specializzato in lighting design, ho sviluppato un'identità visiva che riflette innovazione, creatività e precisione tecnica. La tipografia, dal carattere geometrico e contemporaneo, è stata scelta per trasmettere chiarezza e modernità, valorizzando l'approccio sperimentale e raffinato dello studio. L'obiettivo era creare un linguaggio visivo capace di comunicare la competenza tecnica necessaria alla progettazione della luce.

## VISUAL & EDITORIAL DESIGN

Il design del biglietto da visita e del catalogo gioca sul contrasto tra un verde luminoso e un blu profondo, una combinazione cromatica studiata per richiamare il tema della luce, del riflesso e delle loro infinite sfumature. Il risultato è un'immagine coordinata solida e d'impatto, dove ogni elemento grafico contribuisce a rafforzare l'identità di un brand che fa della luce il suo principale strumento espressivo.



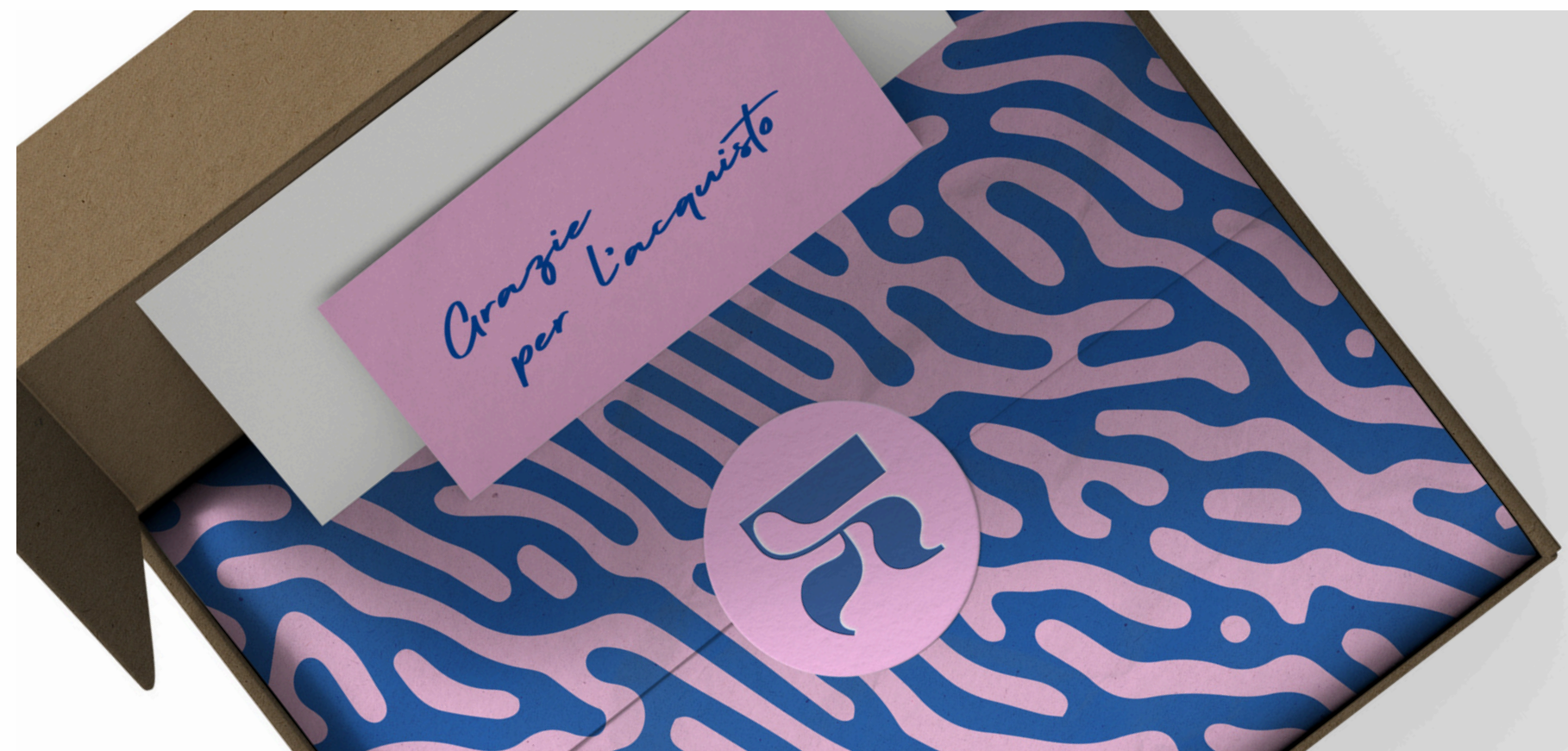
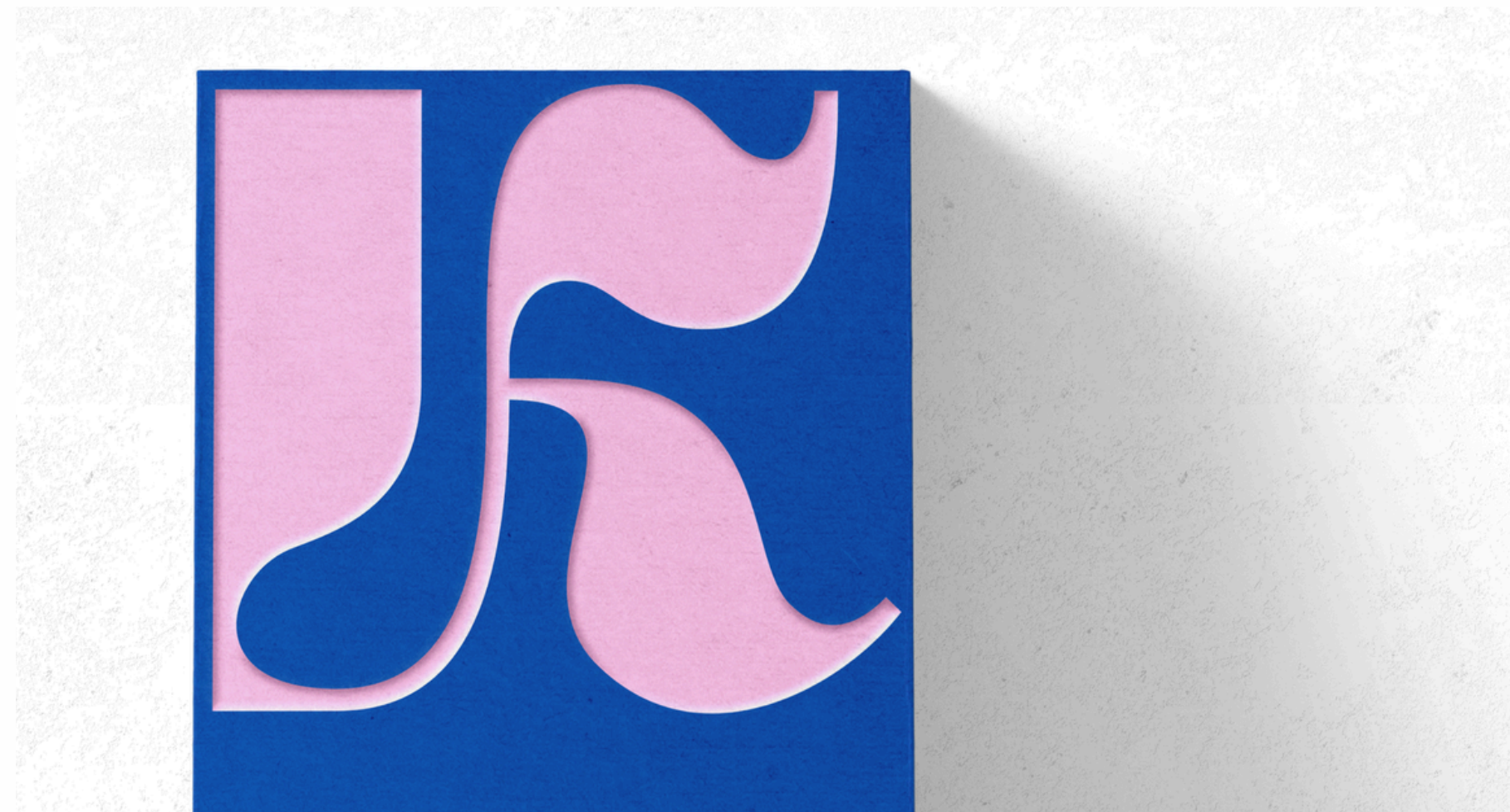
# K LAB HANDMADE

## CONCEPT

Per **K Lab**, brand giovane e cool specializzato in accessori artigianali all'uncinetto, ho sviluppato una linea di materiali stampati caratterizzati da un'estetica fresca e contemporanea. Il design si basa sull'uso di forme morbide e dinamiche che richiamano esplicitamente la manualità, la flessibilità del filato e la creatività intrinseca del brand. L'obiettivo è comunicare un'immagine moderna che eleva l'artigianato tradizionale a un livello di tendenza urbana.

## VISUAL & EDITORIAL DESIGN

Il biglietto da visita utilizza una palette vivace di rosa e blu, studiata per colpire l'occhio e trasmettere energia. Ho inoltre realizzato la carta velina personalizzata per l'interno delle confezioni, progettata con un pattern grafico distintivo che rafforza l'esperienza di unboxing e valorizza la natura handcraft dei prodotti. L'insieme crea un'identità coerente e riconoscibile, curata in ogni dettaglio per trasformare l'acquisto in un'esperienza di brand completa.





# REEMOOD VINTAGE

## CONCEPT

Per **ReeMood**, negozio di abbigliamento vintage, ho sviluppato un'identità visiva che unisce essenzialità e carattere. Il progetto nasce dalla volontà di valorizzare l'anima autentica e raffinata del brand attraverso un linguaggio visivo che evita il superfluo. La tipografia, dal tratto deciso e moderno, è stata selezionata per creare un equilibrio armonioso tra classicità e contemporaneità, definendo un'estetica che parla di ricerca e stile.

## VISUAL & WAYFINDING

Il design del biglietto da visita e della dust bag si basa su una palette neutra di bianco sporco e nero, una scelta cromatica che richiama l'eleganza senza tempo del mondo vintage e garantisce una comunicazione visiva pulita. Ogni elemento dell'identità è stato studiato per trasmettere un senso di qualità e cura artigianale, trasformando il packaging in un'estensione dell'esperienza d'acquisto in store.



# CANTINA FELICE

## CONCEPT

Per **Cantina Felice**, giovane realtà nata dalla passione di un gruppo di amici, ho sviluppato un'identità visiva semplice e autentica. Il logo, caratterizzato dal contrasto netto del nero su sfondo bianco, utilizza una tipografia studiata per evocare l'artigianalità e il valore del legame umano. L'obiettivo era creare un linguaggio visivo diretto che rispecchi l'anima conviviale e genuina della cantina.

## BRANDING & EVENT IDENTITY

Per il packaging del vino, ho introdotto tocchi di blu e rosso per distinguere cromaticamente le due etichette della cantina, richiamando rispettivamente la produzione di bianco e di rosso. Ho inoltre curato l'intero coordinato grafico, dal design del biglietto da visita e del menu fino alla realizzazione delle magliette per l'evento di inaugurazione, garantendo un'immagine di brand coerente, fresca e facilmente riconoscibile.





# HUB-MODERN CLOTHING BRAND

## CONCEPT

Per **Hub**, brand di abbigliamento dallo stile moderno e divertente, ho progettato un'identità visiva che combina eleganza e vivacità. Il cuore del progetto risiede in una tipografia dal tratto pulito e contemporaneo, scelta per trasmettere un'immagine fresca e accessibile. L'obiettivo era tradurre la personalità energetica del marchio in un linguaggio visivo capace di bilanciare professionalità e spirito ludico.

## IDENTITY & LABEL DESIGN

Il logo e il biglietto da visita giocano sui toni del rosa e del bordeaux, creando un contrasto raffinato ma energico che definisce il carattere del brand. Le etichette di Hub seguono un design pulito e minimale, con il logo sovrainpresso su fondo bianco per massimizzare la semplicità e la riconoscibilità. Ogni elemento dell'immagine coordinata è stato studiato per mantenere una coerenza visiva che comunica modernità e freschezza in ogni dettaglio.





# STUDIO DITEL

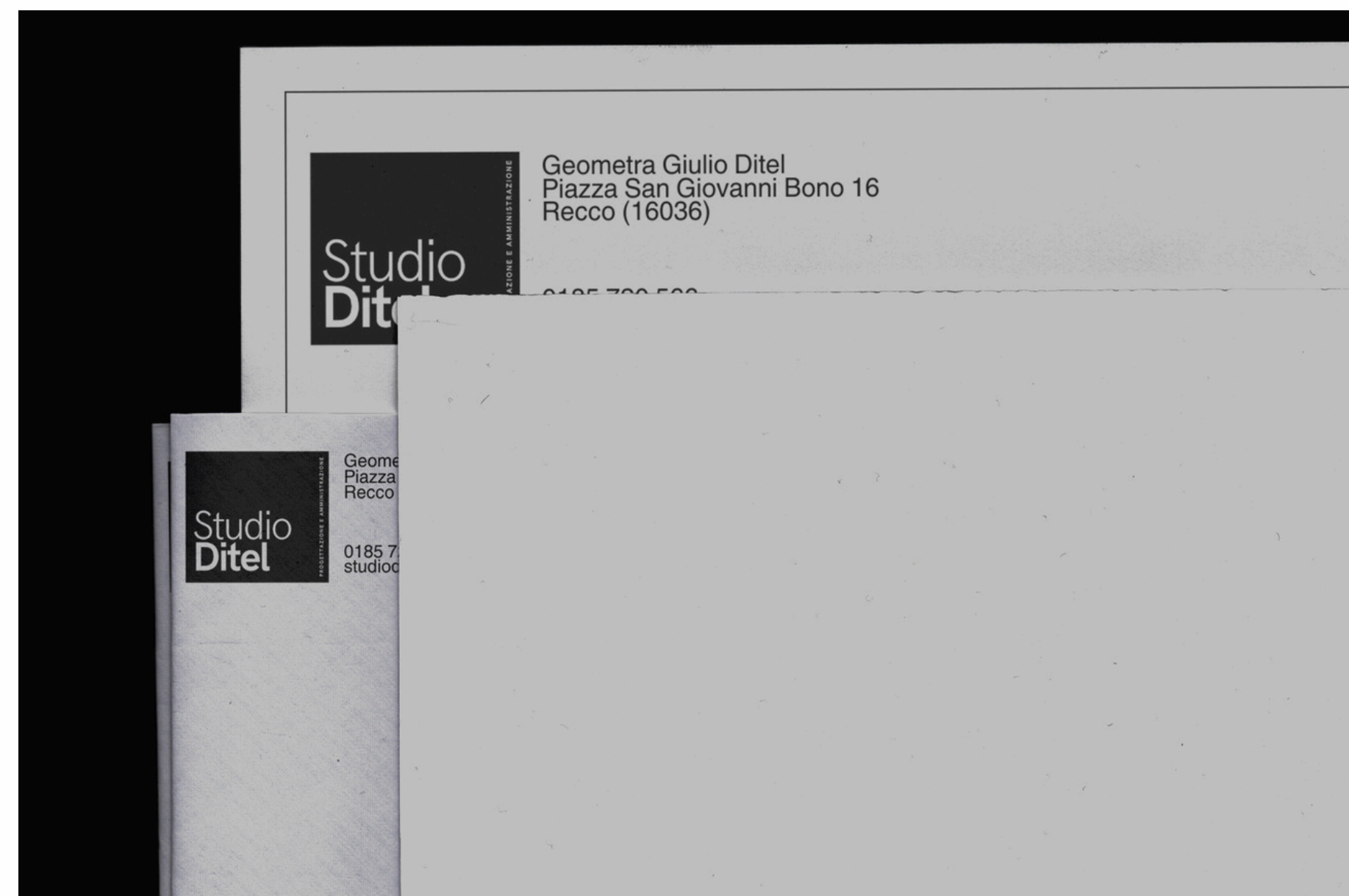


## CONCEPT

Per **Studio Ditel**, studio tecnico, ho sviluppato un'identità visiva focalizzata sui valori di professionalità, precisione e chiarezza. Il cuore del progetto risiede nella scelta di tipografie semplici e pulite, accuratamente selezionate per riflettere l'approccio tecnico e rigoroso che caratterizza il lavoro dello studio. L'obiettivo era creare un linguaggio visivo essenziale che comunichi affidabilità e competenza specialistica.

## STATIONERY & BRAND CONSISTENCY

Ho sviluppato l'intera linea di stationery, includendo biglietti da visita, carta intestata e materiali coordinati. Ogni elemento è stato studiato per garantire massima funzionalità e coerenza visiva, assicurando che ogni supporto cartaceo diventi uno strumento di comunicazione efficace. Il risultato è un'immagine coordinata solida e immediatamente riconoscibile, capace di rappresentare l'identità dello studio in ogni aspetto della sua attività professionale.



# FLO CANDLES

## CONCEPT

Per la collezione natalizia di **Flo Candles**, ho sviluppato un'identità visiva che reinterpreta l'estetica festiva attraverso un approccio pulito ed essenziale. Il design si distacca dai cliché tradizionali per puntare su un lusso discreto, capace di esaltare l'identità del brand attraverso forme armoniose e una palette sobria. L'obiettivo è creare un equilibrio perfetto tra il calore dell'atmosfera natalizia e un minimalismo sofisticato che valorizza il prodotto come oggetto d'arredo.

## PACKAGING & GIFT DESIGN

Il progetto include lo sviluppo di eleganti scatole e raffinati portacandele, arricchiti da un gift brandizzato distintivo: un porta fiammiferi personalizzato che completa l'esperienza d'uso. Ogni elemento è caratterizzato da una cura meticolosa per i materiali e da un layout grafico che privilegia lo spazio bianco e la pulizia formale. Grazie alla sua coerenza estetica, il progetto è stato selezionato e pubblicato su **The Best Packaging Design**.







# ALT STUDIO

## CONCEPT

Per **Alt Studio**, negozio di abbigliamento moderno, ho progettato un'identità visiva che gioca sulla sottrazione e sul dettaglio cromatico. Il design utilizza una tipografia semplice, pulita e contemporanea, dove il rigore del nero su fondo bianco viene interrotto da un elemento di rottura: la "O" finale di Studio evidenziata in giallo. Questo dettaglio distintivo è stato studiato per aggiungere una nota di carattere e rendere il marchio immediatamente riconoscibile nel panorama urban contemporaneo.

## PACKAGING & VISUAL IDENTITY

Ho sviluppato il sistema di packaging progettando scatole e sacchetti coordinati, pensati per trasportare l'identità del brand fuori dal punto vendita. Ogni elemento unisce funzionalità ed estetica, mantenendo una coerenza visiva assoluta che valorizza lo stile fresco del negozio. Il risultato è un'esperienza d'acquisto curata, dove anche il packaging diventa un accessorio distintivo e coerente con la filosofia minimalista del marchio.



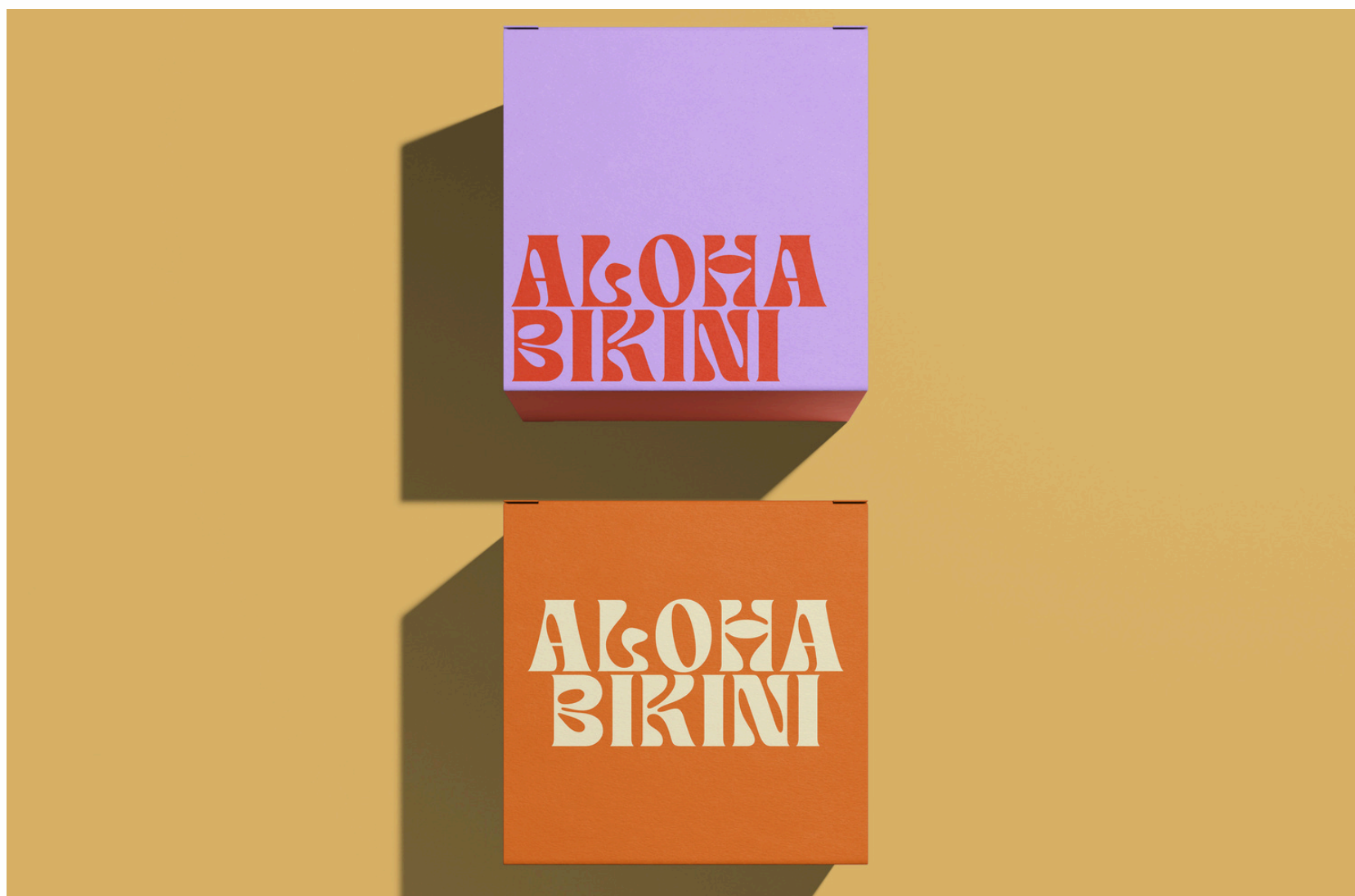
# ALOHA BIKINI

## CONCEPT

Per **Aloha Bikini**, brand emergente di beachwear dal carattere giovane e vivace, ho progettato un'identità visiva che riflette l'energia e la personalità solare del marchio. Il design si basa su atmosfere estive e tropicali, utilizzando un linguaggio grafico dinamico pensato per un target giovane che cerca spensieratezza e stile. L'obiettivo era tradurre il calore del sole e la vitalità dell'estate in un sistema d'identità visiva d'impatto.

## PACKAGING & GIFT DESIGN

Ho sviluppato scatole e packaging coordinati utilizzando una palette di colori accesi e tonalità sature. Il logo, declinato in un arancio vibrante su fondi colorati, garantisce una riconoscibilità immediata e una forte coerenza con lo spirito del brand. Ogni confezione è progettata non solo per contenere il prodotto, ma per diventare un oggetto desiderabile che estende l'esperienza tropicale del brand ben oltre l'acquisto.



**GRAZIE**  
*Gianna Pirel*