

FOTO: ANDREA PANCINO
DIREZIONE DELLA COMUNICAZIONE: RAIMONDO SANDRI



diffusori a bastoncino
reed diffusers

vito

italian design by Luca Trazzi



freedom to change

distribuito da: Joy Fragrance srl ITALY

TEL. +39 0331 536942_FAX +39 0331 561072_ www.mrandmrsfragrance.it_info@joyfragrances.it



freedom to change



freedom to change



vito

vito

È IL PRIMOGENITO DI GINGER E FRED AI QUALI ASSOMIGLIA NELLE FORME E NEL CARATTERE. E' UN TIPO TRENDY, UNO ALLA MODA. E' UN TEENAGER ATTENTO ALLE MODE E ALLE TECNOLOGIE. UNO CHE USA SEMPRE UN LINGUAGGIO ADATTO A COMUNICARE CON I PROPRI COETANEI. VITO È UN COMPAGNO DALL'ASPETTO DOLCE E RASSICURANTE CHE DIFFONDE ALLEGRIA E POSITIVITÀ.

VITO IS THE FIRST-BORN SON OF GINGER AND FRED AND RESEMBLES THEM IN HIS SHAPE AND PERSONALITY. HE IS TRENDY AND FASHIONABLE, A TEENAGER WITH A PENCHANT FOR FASHION AND TECHNOLOGY. VITO ALWAYS SPEAKS THE LANGUAGE OF HIS PEERS. VITO IS A COMPANION WITH A SOFT AND REASSURING VOICE WHO SPREADS A SENSE OF JOY AND POSITIVITY.

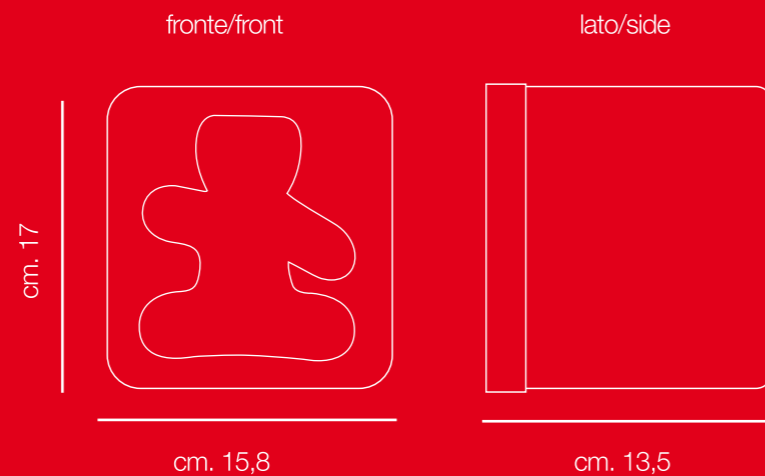
da perderci la testa
you'll lose your head





vito

packaging



LA SCELTA STILISTICA DEL NOSTRO MARCHIO RISPECCHIA I VALORI DI MERCATO IN CUI NOI PIÙ CREDIAMO. NEL NOSTRO IMMAGINARIO, IL MERCATO È RAPPRESENTATO DA UN QUADRO BIANCO, PURO E LEALE. GLI ANGOLI SONO STONDATI PERCHÉ IL FUTURO È TUTTO IN DIVENIRE, IN MOVIMENTO, IN EVOLUZIONE. L'ANGOLO RAPPRESENTA LA FINE, L'OTTUSITÀ. IN QUESTO QUADRO IMMAGINARIO NOI METTIAMO I COLORI PER RAPPRESENTARE LA MOLTITUDINE DEI LINGUAGGI E DELLE POSSIBILITÀ DI SCELTA. IL MARCHIO È ROSSO, COLORE CHE MEGLIO RAPPRESENTA UN DESIGN DEMOCRATICO E DINAMICO. QUESTI VALORI VENGONO RAPPRESENTATI ANCHE NEL PACKAGING CREATO PER CONTENERE E PRESENTARE TUTTI I NOSTRI PERSONAGGI IMMAGINARI.

THE STYLISTIC CHOICE OF OUR BRAND REFLECTS THE VALUES OF THE MARKET THAT WE BELIEVE IN MOST. IN OUR IMAGINATION, WE PERCEIVE THE MARKET AS A WHITE SQUARE, PURE AND HONEST. THE CORNERS ARE ROUNDED BECAUSE THE FUTURE IS TAKING SHAPE; IT IS IN MOTION, IN EVOLUTION. SHARP CORNERS REPRESENT THE END, DULL AND OBTUSE. WE ADD COLOUR TO THIS IMAGINARY PICTURE TO REPRESENT THE MANY LANGUAGES AND THE POWER OF CHOICE. THE LOGO IS RED, THE COLOUR WE FEEL BEST REPRESENTS A DEMOCRATIC AND DYNAMIC DESIGN. THESE VALUES ARE ALSO REPRESENTED IN THE PACKAGING CREATO TO CONTAIN AND PRESENT ALL OF OUR IMAGINARY PERSONALITIES.



scheda tecnica/features

fragranza non inclusa / fragrance not included



capovolgere i bastoncini una volta alla settimana/ turn reed one time a week