

Graphic design Portfolio

Martina Casamonti



The meaning of the tiny orange flower

Nasce in un periodo di lavoro, cambiamento ed evoluzione personale. Rappresenta per me un nuovo modo di vedere me stessa, che ha influito sul mio approccio alla grafica e al design; diventato col tempo più libero e guidato dalla mia personalità. Lo porto con me come simbolo di scoperta.

Nice to meet you!

introduction

Let me
introduce myself

Cia!

Mi presento

Mi chiamo Martina;

Classe 2002, nata tra i borghi toscani; sono un'aspirante graphic e visual designer. Il mio carattere estroverso e sensibile cerca di emergere al meglio in ciò che faccio, e amo progettare con l'idea di ideare qualcosa che possa anche toccare l'anima delle persone e rendere il mondo un posto ancora più bello da osservare e vivere.

Personality / Philosophy

Sono affascinata dall'unicità delle persone e dalle loro storie

Il mio carattere e la mia personalità mi portano ad amare tutto ciò che parla di persone ed emozioni. La psicologia, l'arte e la filosofia orientale guidano la mia curiosità verso l'umanità e le storie uniche che ognuno porta con sé.

Some thing more

Nice to meet you!

Hobbies and interests

- Swimming
- Yoga
- Gardening
- Drawing
- Reading
- Psychology
- Animals
- Baking
- Literature

Awards

Fuorisalone 2024/BASE Milano
Broken Digital, Aprile 2024

Skills

Software / 3D
Illustrator, indesign, Photoshop, Lightroom,
Figma, Shap3r, Procreate, Rhinoceros, Keyshot

Education/studies

Laurea in disegno industriale

2021-2024
Design Campus, Università degli studi di Firenze
Voto: 110 e lode/110 e lode

Diploma in graphic design

2016-2021
Istituto Federigo Enriques, Castelfiorentino
Voto: 100/100

Work/experiences

Graphic, visual, web designer e smm
Dic 2024-in corso, presso Wodka Agency (Firenze)

Graphic, visual e web designer
Dic 2024 - Feb 2025 (tirocinio),
presso Wodka Agency (Firenze)

Graphic designer
Feb 2018 - Mar 2018 (tirocinio),
presso Alternamente agency (Empoli)

Waitress
Mar 2022 - In corso
Salotto Negrone 1919, Certaldo (FI)

Certifications

Cambridge English B2 level
Ott 2020, Istituto Federigo Enriques

Nel bosco dei bigonai summer school
Lug 2023
Studio lievito, Università di Firenze

IEFP professional
Mag 2018
Istituto Federigo Enriques



table of
Contents

What's inside this journal?

01 Felicità
in gioco
2025 / thesis

02 Eversun;
eyewear magazine
2023 / magazine

03 Cascine;
Breath the nature
2023 / visual

04 Broken digital
seminario
2024 / campaign

05 Endless
storyboard
2023 / tool

06 Kartell
magazine tab
2023 / product

+ extra and personal projects

Felicità in gioco

2025 / thesis project: communication

digital

UX/UI

visual

indesign

illustrator

figma

Procreate

Photoshop

2025

Thesis project/
serious game:app
and board game
9 months

Hanafuda
Nintendo®

The project / brief

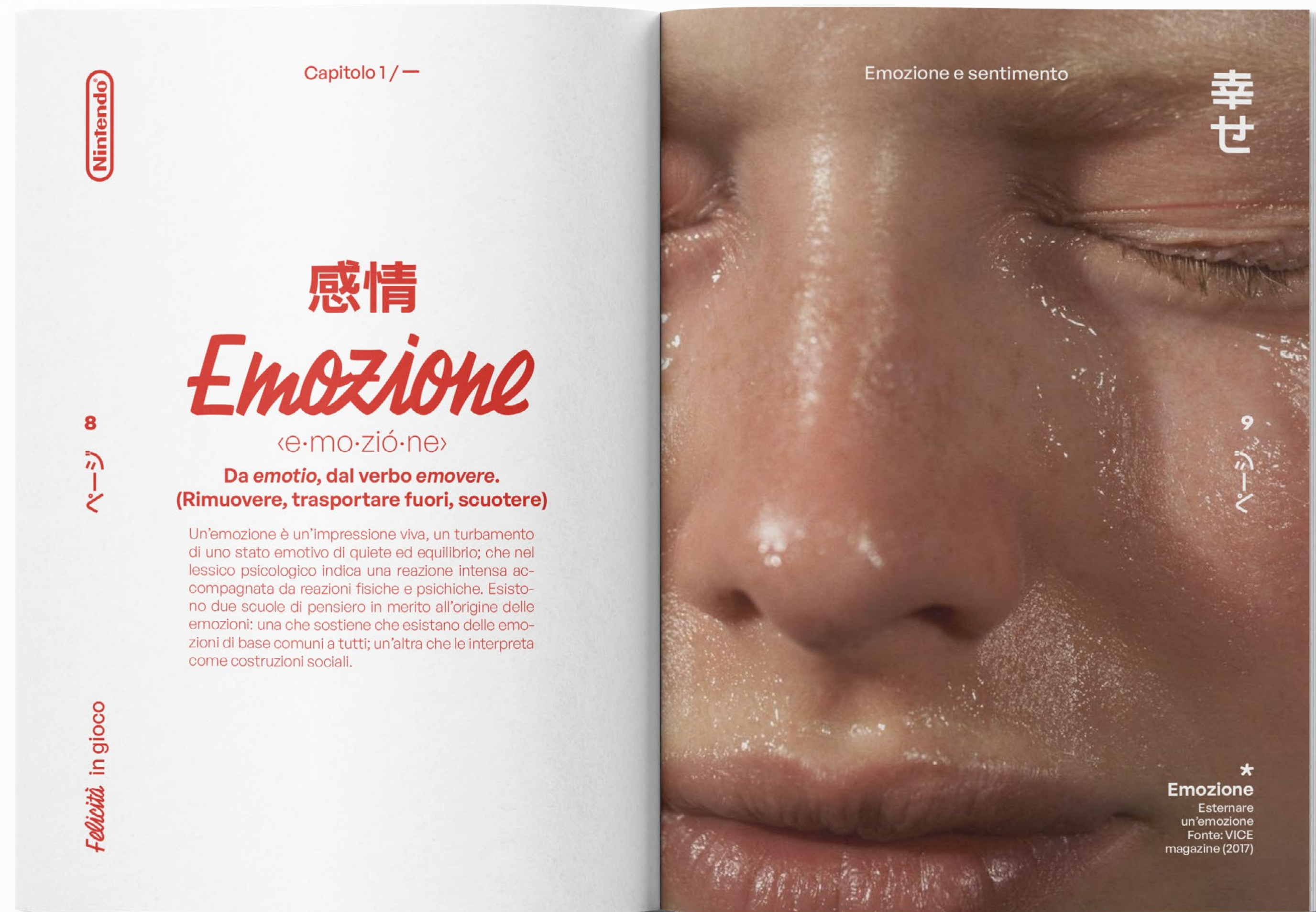
Un serious game, ispirato alla storia di Nintendo e alle sue carte Hanafuda

Felicità in gioco è una tesi in graphic design che unisce design, gioco e psicoterapia. L'output consiste in un'app/serious game, ispirata alla storia di Nintendo e alle carte Hanafuda, che guida l'utente in 12 mondi illustrati basati sugli "happiness hacks" e sugli "ormoni della felicità". Pensata come supporto alle terapie, mira a migliorare il benessere e la salute mentale attraverso il gioco, stimolando azioni quotidiane orientate alla felicità a lungo termine. Il tutto accompagnato anche da una versione analogica da utilizzare in gruppo.

Book/thesis

Felicità in gioco: book della tesi

Un percorso in cui si affronta la parte
emozionale e psicologica umana e dei
videogame, finendo con la storia di
Nintendo e il progetto finale



Nintendo

Capitolo 1 / —

幸せ Felicità

〈fe·li·ci·tà〉

dal latino *felicitas*[2], deriv. *felix*, -*icis*, “felice”, la cui radice “fe-” significa abbondanza, ricchezza, prosperità.

Stato d’animo di chi è sereno, non turbato da dolori o preoccupazioni e gode di questo suo stato.

È uno stato emotivo positivo, una sensazione di soddisfazione e benessere. Viene associata ad un insieme di emozioni che provocano benessere in abbondanza. Nel nostro cervello si attivano in sua presenza i neurotrasmettitori responsabili:

- la dopamina, capace di controllare la sensazione di piacere e soddisfazione
- La serotonina, ci fa sentire importanti e motivati
- L’ossitocina, dei rapporti sentimentali
- Le endorfine, che combattono il dolore
- L’adrenalina, che ci calma di fronte allo stress
- Il GABA che calma il nostro sistema nervoso.

16

ハッピー

Felicità in gioco

Felicità

幸せ

17

ハッピー



* Felicità
Smiling child
Fonte: Carmen Ordóñez (2023)

Perché i giochi ci rendono felici

68

ゲーム

Un gioco è un elemento che divide ancora il mondo in due parti: chi li teme e crede siano nocivi; chi pensa che salveranno il mondo.

A prescindere dalle opinioni scisse della popolazione mondiale, un gioco è oggettivamente caratterizzato da quattro tratti, che accomunano tutti i giochi esistenti:

1. Obiettivo:

esito specifico verso il quale è orientata l'attività del giocatore, fondamentale in quanto dà un senso di finalità.

2. Regole:

nonostante si tratti di vincoli, liberano la creatività e favoriscono il pensiero strategico; imponendo dei vincoli chiari per raggiungere l'obiettivo

3. Sistema di feedback:

fornisce la motivazione per continuare a giocare e informa il giocatore attraverso diverse forme (punteggi, livelli...) quanto è vicino all'obiettivo.

Si dividono in vari tipi: visivo, quantitativo e qualitativo

4. Volontarietà della partecipazione:

l'accettazione dei tre punti iniziali citati; è quella che stabilisce il terreno comune che consente a più persone di giocare insieme

Qualsiasi gioco è un invito a superare un ostacolo non necessario, giocando sempre al limite del proprio livello di abilità, sull'orlo del fallimento. (Flow)

幸せ

69

ゲーム

流れ

Il gioco è un duro lavoro che noi stessi ci prendiamo la responsabilità ed esprimiamo la volontà di svolgere, senza che nessuno ce lo chieda o ci obblighi. Lo scegliamo da soli e per noi stessi, e quando questo accade **prepariamo la nostra mente alla felicità.**

Un duro lavoro che si distingue in varie tipologie:

- lavoro ad alto rischio
- Lavoro di routine
- Lavoro mentale
- Lavoro fisico
- Lavoro di scoperta
- Lavoro creativo

Video game therapy + Nintendo

544

ゲーム

Un luogo sicuro

Nintendo è un'esperta nel creare ambienti virtuali rilassanti e sociali, in grado di stimolare tutte le emozioni inerenti alla psicologia della felicità.

È in grado di promuovere l'autoironia, il fallimento spettacolare; di coinvolgere l'utente con una serie di feedback e di immergere il gamer in un ambiente allegro e sicuro.

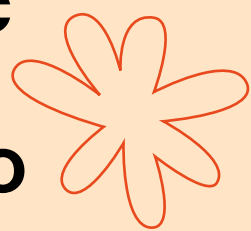
Animal crossing come esempio

Animal crossing è un chiaro esempio di Nintendo che ha aiutato a combattere fenomeni psicologici come depressione, ansia e stress, grazie alla sua anima rilassante e coinvolgente. Missioni e obiettivi in un mondo fatto di interazioni con gli altri e ricco di senso di comunità, attraverso azioni semplici e racconti di vita quotidiana. Niente eroi perfetti e storie fuori dall'ordinario.

Felicità in gioco







Come
into the
hanafuda
app/game

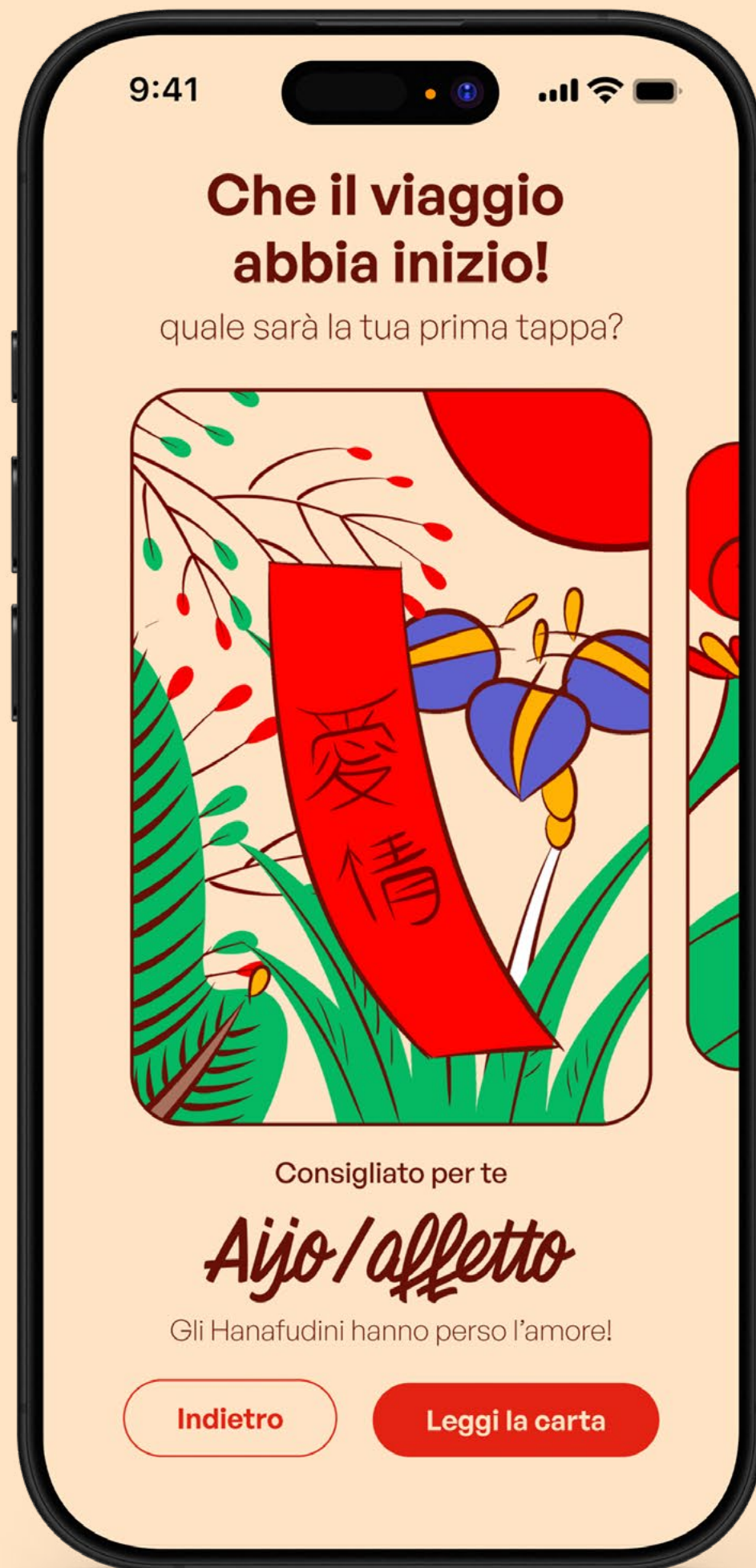


App/game

App/gioco terapeutico basato sulle carte hanafuda

Strutturato in quattro mondi, uno per categoria di hack della felicità. Attraverso un questionario, l'app consiglia il mondo più adatto a chi sta giocando







Have a look at the world



App/game

World/level affetto, Aijo

La storia di Tsuru, che deve ritrovare la sua compagna attraverso il compimento degli happiness hacks





Hanafuda
Nintendo
Felicità in gioco

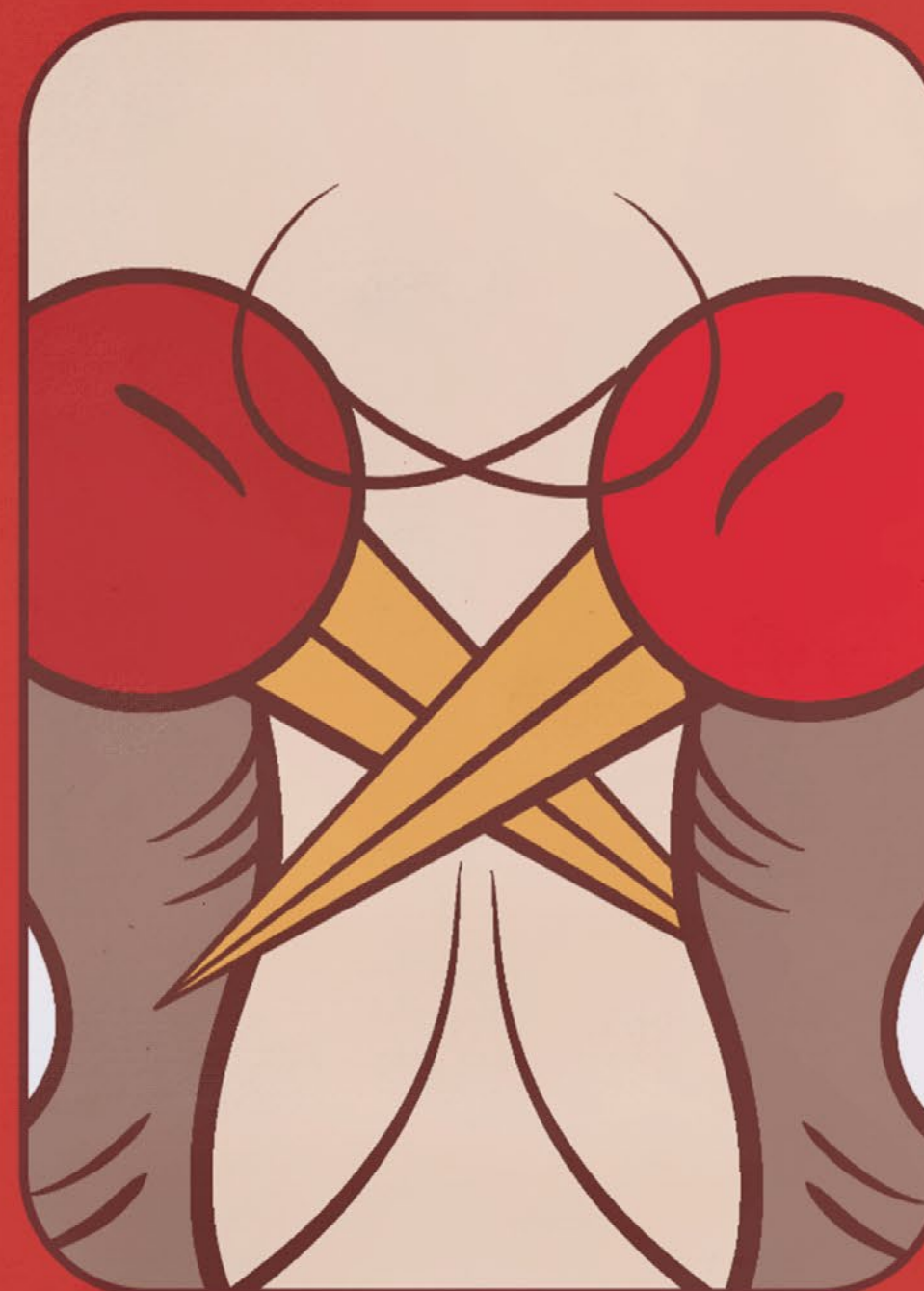
Aijo,
affetto

**Gli Hanafudini hanno
perso l'amore!**

Da quando Ono No Tofu ha rubato il nastro dell'affetto, le creature di Hanafuda hanno perso l'amore: Hanno bisogno del vostro aiuto per ritrovare la felicità.

Per voi una serie di Happiness Hacks per allenarvi a praticare l'affetto verso gli altri

Livello 1, *affetto*



Nintendo

Hanafuda
Nintendo
Felicità in gioco

Livello 1
affetto

Hack

Invia a una persona una canzone che ti fa pensare a lei/lui.

Board game

Playing cards

Mondo affetto; livello 1:
storia e happiness hack
(totale hacks:
60 per mondo)

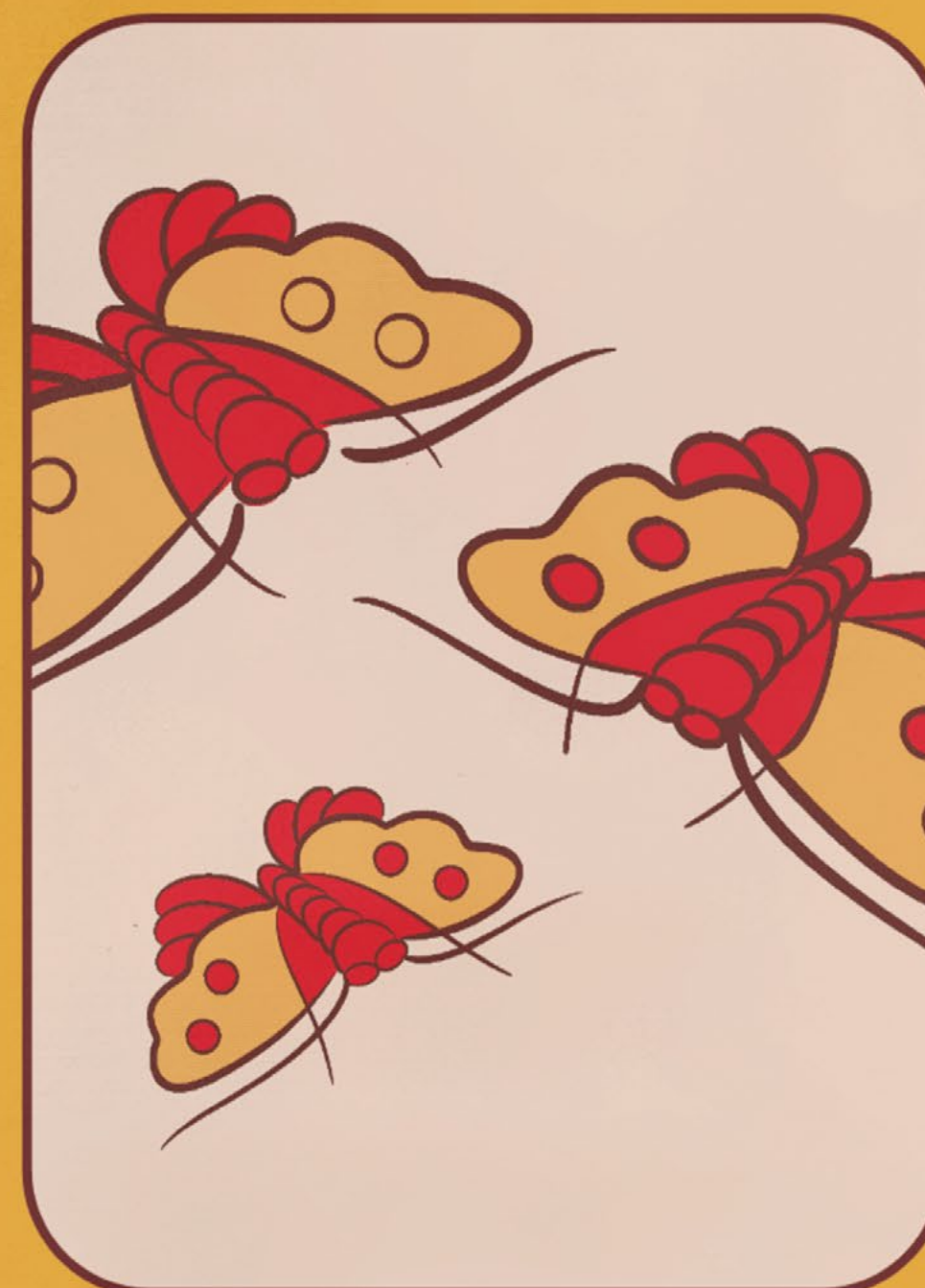
Hanafuda
Nintendo
Felicità in gioco

Shizen,
natura

Il sole scomparso della valle Shizen

Le creature di Hanafuda vivono in terre meravigliose che però adesso si trovano in rovina e senza sole: non danno più nutrimento ai suoi abitanti, che non sono più consapevoli della loro ricchezza. Hanno bisogno del vostro tempo in natura per rendere le loro terre rigogliose. Pronti a una serie di hack da svolgere insieme a Madre Natura?

Livello 2, *natura*



Nintendo

Hanafuda
Nintendo
Felicità in gioco

Livello 1
natura

Hack

Immagina di essere una goccia. Racconta dove sei nata, dove stai andando, cosa hai visto nel viaggio.

Board game

Playing cards

Mondo natura; livello 1:
storia e happiness hack
(totale hacks:
60 per mondo)



Eversun; eyewear magazine



2024 / LAB progettazione: moda 3

editorial

branding

visual

indesign

Rhinoceros

Keyshot

The project / brief

Una rivista tematica nata per raccogliere e raccontare il mondo dell'occhiale attraverso nuove prospettive.

Il brief richiedeva la realizzazione di una rivista e di una linea di prodotti di eyewear trasformabili per un brand italiano. Il progetto esplora storia, evoluzione e trasformabilità dell'occhiale, con un'identità grafica ispirata alla rivista indipendente Typeone

2024

Magazine
exam project_
6 months

...ual vintage
...create con lo
...la vintage
...o modelli
...anche
...aneo,
...lelo
...la

By
Donatella Rinaldi
Serena Tangari
Martina Casamonti
lab Progettazione III moda

...r all around: museums and installations
...oor, gucci garden, museo ferragamo
...s_ story and universe of eyewear
...intage sunglasses_ story and ethics
...original Vintage sunglasses

...o
...izzato da
...ad esperienza
...e la creazione di collezioni
...eterogenee di elevata fattura tram-
...te le tecnologie e i materiali più inno-
...vativi del mercato.

By
Donatella Rinaldi
Serena Tangari
Martina Casamonti
lab Progettazione III moda

...r all around: museums and installations
... Kapoor, gucci garden, museo ferragamo
... Glasses_ story and universe of eyewear
... Original vintage sunglasses_ story and ethics
... Project for Original Vintage sunglasses

By
Donatella Rinaldi
Serena Tangari
Martina Casamonti
lab Progettazione III moda

February 14, 2024
type01.com
lab progettazione III moda
ISSN 01-14/02/2024
eyewear project

...r all around: museums and installations
... Kapoor, gucci garden, museo ferragamo
... Glasses_ story and universe of eyewear
... Original vintage sunglasses_ story and ethics
... Project for Original Vintage sunglasses

By
Donatella Rinaldi
Serena Tangari
Martina Casamonti
lab Progettazione III moda

Original
Vintage
Sunglasses

Original Vintage Sunglasses è un'azienda nata dalla riscoperta delle montature anni '60, '70 e '80. La missione è quella di rispondere alle esigenze di un mercato sempre più attento a prodotti sostenibili e originali, anche a quelli di grande qualità.



TYPE01



TYPE01

Original
Vintage

Original
Vintage
Sunglasses



Table of Contents

Issue 01

1

13 / Anish Kapoor Untrue Unreal - Palazzo Strozzi	19 / Gucci Garden Gucci Museo - Firenze	23 / Museo Ferragamo Museo Ferragamo - Firenze
---	---	--

2

29_ Storia Storia dell'eyewear	33_ Trasformabili Storia e tipologie dell'eyewear trasformabile
31_ Montatura Storia della montatura	37_ Timeline e anatomia Eyewear dagli anni '50 ad oggi

3

43 / Articles Balaclava e visiera	64 / Sketches Disegni progettuali
49 / Original Vintage Sunglasses Il brand	69 / Collezione Progetti 3D, 2D, render
55 / Moodboard Inspo progettuali	99 / Pack Disegni progettuali

107 / Digital Custom Option

THE COVER
Dynamic Typography,
Original Vintage sunglasses:
presentazione e anteprima anima del brand



49

Original Vintage Sunglasses è un'azienda nata dalla riscoperta delle montature anni '60, '70 e '80. La mission è quella di rispondere alle esigenze di un mercato sempre più attento ai prodotti standardizzati e monotoni, andando a ricercare quelle qualità innovative e attraenti in grado di contraddistinguere il brand rispetto agli altri. In un mercato sempre più stanco dei prodotti standardizzati e monotoni, l'obiettivo del Brand è quello di soddisfare mercato e clienti, amalgamando la passione per il lavoro con la qualità e il design, nella realizzazione di prodotti unici. Come riuscire a raggiungere tale obiettivo in un ambito così vario? Le collezioni di Original Vintage sunglasses vengono create con lo scopo di fondere il passato col presente, arricchendo la parola vintage di vari significati, realizzando modelli non solo dall'aspetto retrò ma anche dal gusto pop e contemporaneo. Tutto incrementato dall'energia dello spirito napoletano, caratterizzato da passionalità abbinata ad esperienza artigianale e innovazione, raggiunta tramite la creazione di collezioni eterogenee di elevata fattura tramite le tecnologie e i materiali più innovativi del mercato.

Original Vintage Sun glasses

01 - STORIA / BRAND



50



TYPE01

E
T
I
E
P
I
A
B
P
I
I
S
E
V
E
W
E
A
R
P
R
O
J
E
C
T
I
O
N
0
1
-
1
4
/
0
2
/2
0
2
4

All around missions and installations
kayser, postcard, music/fragrance
Glasses - story and universe of creation
Original vintage sunglasses - story and ethics
Project for Original Vintage sunglasses

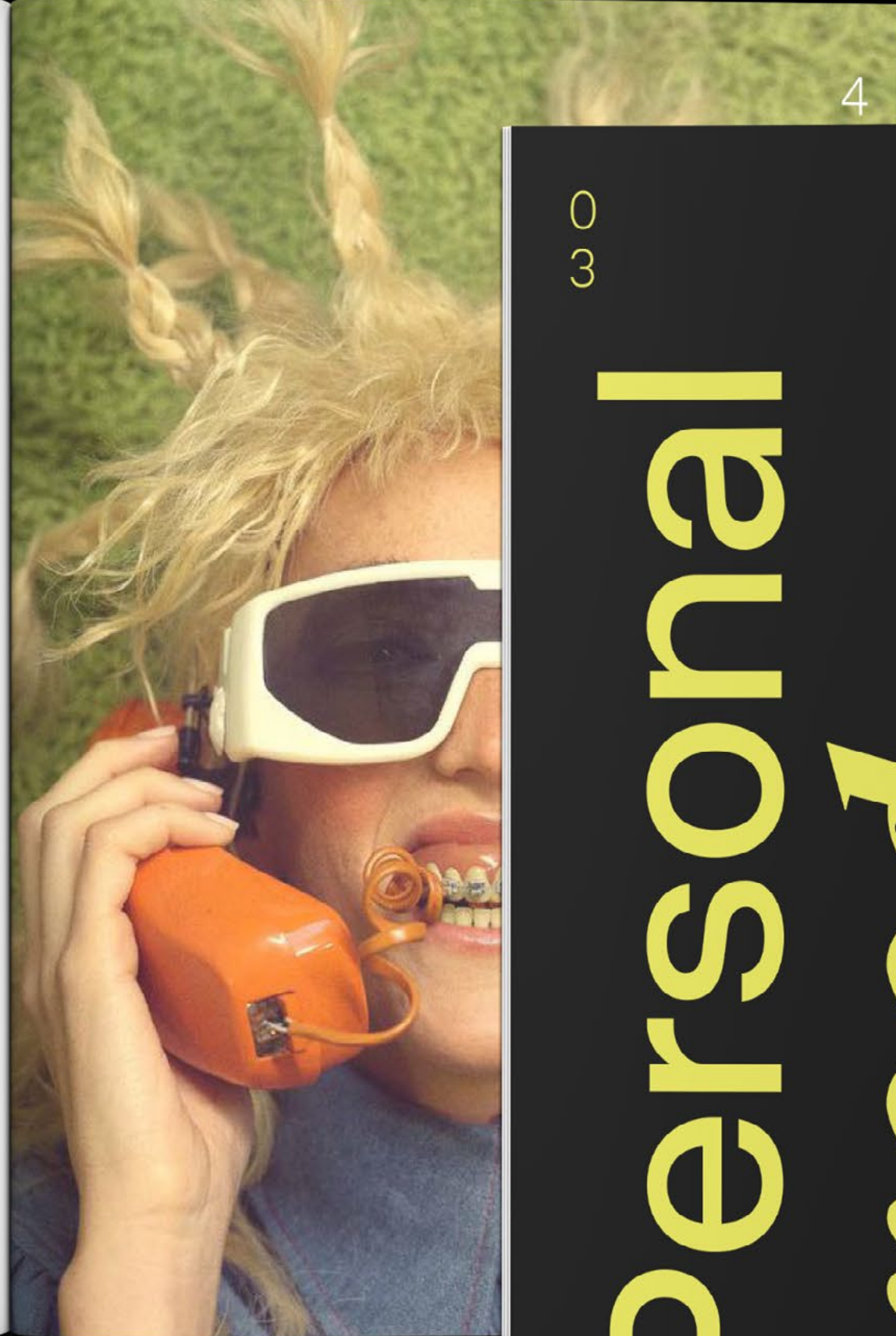
3
9

Anatomia

La montatura dell'occhiale è composta da tre elementi principali: abbiamo il frontale, l'asta e le cerniere che uniscono i primi due pezzi. L'occhiale è inoltre caratterizzato da diverse parti che prendono nomi diversi.

Asta
Il **terminale**, è la parte finale dell'asta
L'**anima**, ossia il rinforzo strutturale per la

Frontale
Il **ciliare**, la parte alta del frontale
Il **filtro/lente**
il quale permette viene definito cerchio
Le alette, i supporti per il naso
Il **bisello**, vano che delimita il cerchio e permette il fissaggio dei filtri
Il **muso**, zona di congiunzione tra asta e frontale
Il **ponte**, la zona di congiunzione tra i due cerchi



4

0
3

Personal mood boards

tell* moodboard personali

about I moodboard sono strumenti potentissimi in grado di comunicare attraverso le immagini dei concetti e appunto, dei mood specifici. Quelli personali in particolare, sono ottimi per comunicare la propria immagine come artista e progettista, e presentarsi al mondo esterno mediante l'uso di colori e immagini che ispirano la nostra vita di tutti i giorni, andando a definire il nostro modo di essere e i nostri gusti personali.

our souls 0
4



dalla Cina ad oggi

Parallela alla storia degli occhiali da sole e da vista, si è sviluppata naturalmente la storia della montatura, evolvendosi e modificandosi nel corso degli anni, iniziando dalle origini antiche, in Cina tra il IX e il X secolo, prendono via i primi occhiali in forma rudimentale, costituiti da lenti e supporti in legno o metallo. Poi l'evoluzione dell'occhiale si sposta in Europa, precisamente nel XIII secolo, dove iniziano ad essere prodotti in modo più sofisticato, con montature fatte principalmente di metallo e legno dalle lenti occhiali iniziano a ricoprire un ruolo anche estetico, diventando un oggetto di moda: vediamo la realizzazione di montature in materiali preziosi come avorio, argento e oro; con lenti curvate per migliorare la qualità della visione.

Nel XX secolo, successivamente a un'ulteriore evoluzione della montatura, tra il XVIII e il XIX secolo, le montature in metallo diventano sempre più diffuse e popolari e la produzione inizia ad essere industrializzata.

Nel XX secolo, successivamente a un'ulteriore evoluzione della montatura, tra il XVIII e il XIX secolo, le montature in metallo diventano sempre più diffuse e popolari e la produzione inizia ad essere industrializzata.

25

I brevetti di Ferragamo

A nome di Salvatore Ferragamo è stato trovato il più grande numero di brevetti nella sezione dedicata alle calzature. La scoperta inattesa di questi documenti è stata la prova di ciò che Salvatore Ferragamo aveva scritto nella sua autobiografia, in cui affermava di aver registrato 350 brevetti. Questo creava un nuovo problema: se 162 di questi brevetti erano stati registrati tra il 1945 e il 1965, significava che quelli mancanti dovevano essere stati registrati anteriormente a queste date. Successivamente vennero svolte ricerche sui documenti del periodo tra il 1945 e il 1927, che comportarono negoziazioni su un'abbondante quantità di documenti. Si trattava di documenti che non erano mai stati inseriti in nessuna banca dati. Effettivamente vennero trovati 369 brevetti, datati dal 1927 al 1964, anno in cui venne firmato l'ultimo brevetto di design da Salvatore stesso. L'anno 2000 ha visto per la prima volta la pubblicazione completa della serie di brevetti dal 1946 al 1965 e ha concluso le operazioni di ricerca che hanno coinvolto il Ministero per i beni e le attività culturali e il Ministero dell'Industria, del commercio e dell'artigianato, oltre a singoli privati, che si proponevano di rendere accessibile il patrimonio dei documenti relativi ai brevetti dopo la seconda guerra mondiale.

Il museo Ferragamo

Il museo è nato nel maggio del 1995 per iniziativa della famiglia pubblica di tutto il mondo la qualità artistica di Salvatore Ferragamo non solo della calzatura, ma anche della moda internazionale. Museo Salvatore Ferragamo e l'archivio ad esso connesso sono il caso Wanda Ferragamo, vedova di Salvatore e alla guida dell'azienda con i suoi sei figli. In particolare, è stata Flamma Ferragamo, la madre di questo progetto, avvalendosi delle competenze tecniche del museo ha avuto origine durante l'organizzazione della prima esposizione che si tenne a Palazzo Strozzi nel 1985. La mostra è diventata un museo del mondo, come il Victoria and Albert Museum di Londra, il Sogetsu Kai Foundation di Tokyo, il Museo de Bellas Artes di Città del Messico. Il museo espositivo si è trasformato in un'iniziativa permanente con l'istituzione.

1994

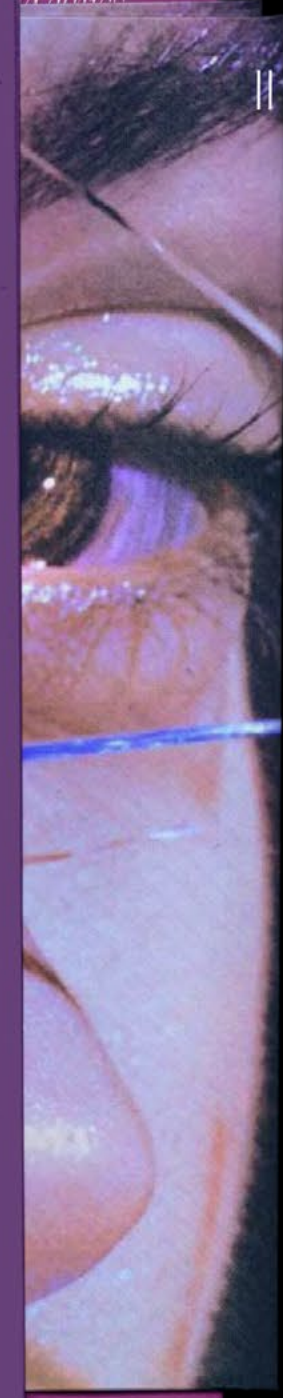


002



£ 1 4 . 9 9
 f e b r u a r y
 2 0 2 4
 t y p e 0 1 . c o m
 l
 z
 l s

*Art all around: museums and installations
 Kapoor, Gucci Garden, Museo Ferragamo*



TYPE01

Cascine breath the nature

2023 / LAB progettazione: comunicazione 2

editorial

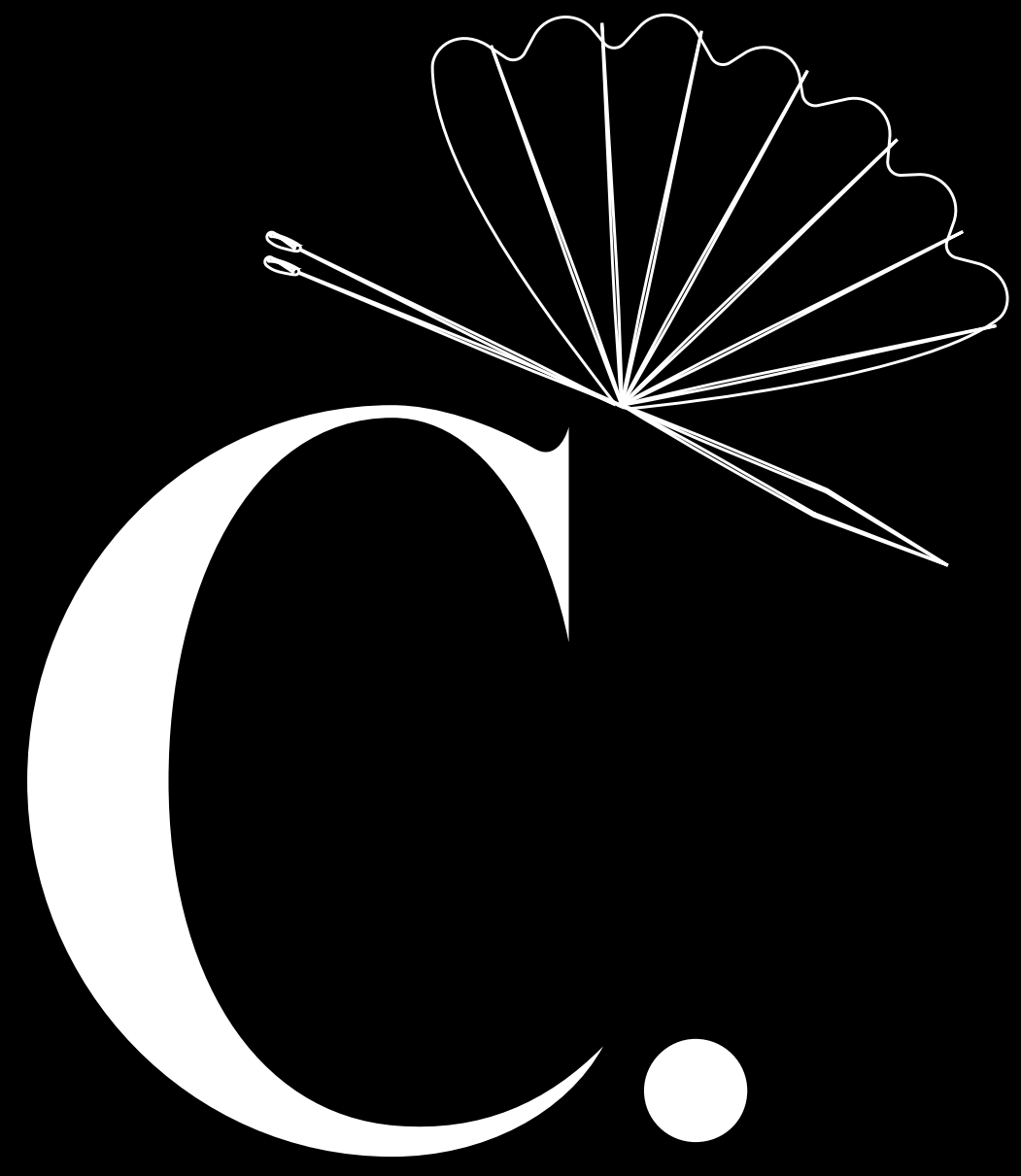
branding

visual

indesign

illustrator

figma



The project / brief

Un percorso grafico pensato per raccontare e far scoprire la ricchezza ecologica del parco

Il Parco delle Cascine custodisce un patrimonio naturale ricchissimo, fatto di biodiversità, alberi secolari e paesaggi suggestivi. Questo progetto ne esplora l'anima verde attraverso un sistema visivo composto da lettering, brochure, pieghevole con mappa, e sito web per desktop e mobile

2023

Visual campaign
exam project_
6 months

The project / brief

Visual identity e concept del progetto: il parco delle cascine visto da un'altra prospettiva; quella naturale e storica

Il lettering e i colori scelti per la promozione dell'immagine del parco delle Cascine hanno l'obiettivo di evocare la storia del parco e la sua eleganza, abbinati alla natura e alle biospecie che lo abitano e lo caratterizzano da sempre.



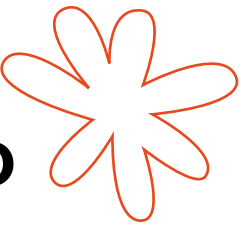
Have
a look
at the
website



website/mobile

Sito web che illustra origini naturali e biospecie del parco





website/mobile

Sito web che illustra
origini naturali e
biospecie del parco



Parco
delle

Cascine

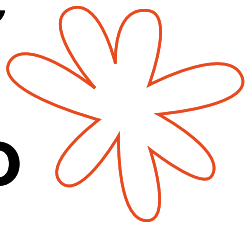
Breathe the nature

C.

EN

IT

figma.com

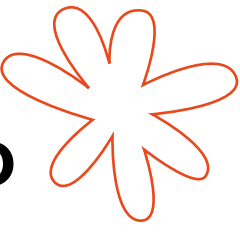




Parco
delle

Cascine

the nature



Editorial

Materiale editoriale che illustra il parco, la storia e le biospecie ai visitatori

Composto da una brochure informativa, un
pieghevole e una mappa che illustra le biospecie

Le Cascine
Al centro della vita

Il parco delle Cascine, detto comunemente Le Cascine, è il parco pubblico più ampio di Firenze. Adiacente alla riva destra dell'Arno, si estende per ben oltre 120 ettari partendo dal centro storico fiorentino fino alla confluenza del fiume con il torrente Mugnone. Il parco è caratterizzato dalla forma di una striscia pianeggiante lunga circa 3,5 km e larga non più di 640 metri.

Le Cascine... at the heart of life
The Cascine Park, commonly called Le Cascine, is the largest public park in Florence. Adjacent to the right bank of the Arno, it extends for well over 120 hectares from the historic center of Florence to the confluence of the river with the Mugnone stream. The park is characterized by the shape of a flat strip about 3.5 km long and not more than 640 meters wide.

Contattaci
contatti

Centro Visite
Aperto dal mercoledì al venerdì dalle 10.00 alle 19.30
Sabato dalle 10 alle 13.30
Telefono: 055.365707
mail: contovisita@parcforcasine.net

Open from Wednesday to Friday from 10.00 to 19.30
Saturday from 10 to 13.30
Telephone: 055.365707
mail: contovisita@parcforcasine.net

Parco delle Cascine
Breathe the nature

Le radici
un percorso che inizia dal 1563

La storia del parco è fin sempre seguita le vicende di Firenze, dai tempi dei Medici fino ai giorni nostri. Ecco perché le Cascine, assieme ai suoi manufatti e alle sue architetture ottocentesche, assumono un valore prestigioso e affettivo per tutta la città. Insieme a raccontare la sua storia naturale tornando al 1563, il nostro parco era a quel tempo la tenuta agricola di Cosimo I dei Medici, dove si allevavano bovini e si produceva il formaggio per la famiglia dei Medici. Ecco che nasce il nome del parco delle Cascine, derivante dall'antico cesso toscano, luogo dove si tingono e mungono le mucche per il ricavo di burro e formaggio. Ma questo non è stato l'unico utilizzo del parco da parte della famiglia Medici: infatti, nella tenuta vennero inserite rare specie di piante da frutto, interesse della famiglia per le sperimentazioni.

THE ROOTS - a path from 1563
We begin to tell the story back to 1563: our park was at that time the agricultural estate of Cosimo I dei Medici, where cattle were raised and cheese was produced for the Medici family. Here comes the name of the park of the farmhouses, derived from the old farmhouse (cassa), place where the cows are held and milked for the proceeds of butter and cheese. But this was not the only use of the park by the Medici family: the estate included rare species of fruit plants, interest of the family for experimentation. Moreover, with the passage of the Medici's Grand Duchy of Tuscany to the Lorena family, the park became more and more a place of leisure open to the public on special occasions.

Flora botany

Tiglio
[Tilia]

Il suo nome deriva dal greco Tilion, penna leggera, per via delle brattee laterali dei peduncoli dei fiori, che volano via come ali.

Its name comes from the Greek Tilion, light pen, due to the lateral bracts of the peduncles of the flowers, which fly away like wings.

Legami vitali
uomo e natura

Il parco è uno dei luoghi in cui si concentra la vita della città, dove le persone con la natura diventano una cosa sola: passeggiando per i viali, respirando l'aria dai tetti del polmone della città, correndo e praticando attività a stretto contatto con il verde. Come cittadino è inevitabile instaurare una profonda connessione con la natura, attraverso le attrezzature per praticare sport all'aperto; le lunghe piste ciclabili; i viali percorribili correndo o passeggiando e le varie iniziative volte a rafforzare quello legame naturale.

Vital links - humanity and nature
The park is one of the places where the city life is concentrated, where people with nature become one, walking through the avenues, breathing the air from the lung of the city, running and practicing activities in close contact with the green. As a citizen it is inevitable to establish a deep connection with nature, through the equipment for outdoor sports; the long cycle paths; the avenues passable by running or walking and the various initiatives aimed at strengthening this natural bond. In fact, in the park, in the green area adjacent to the square of the Cascine, are organized sessions of outdoor Yoga that increase the link between man and nature.

Live the nature

19
mila esemplari
un tesoro vegetale di 60 specie

La vegetazione, in particolare gli alberi, sono la ragione d'essere del parco, classificato in termini botanici come un insieme di popolazioni vegetali. Le Cascine sono un vero e proprio tesoro vegetale, che vanta 19 mila esemplari divisi in 60 specie diverse. Il parco è scandito in aree boschive e zone a prato: è osservando la vegetazione possiamo notare che nelle zone del bosco predominano il Lccio e il Bagolaro, assieme alla Fianza. Si incontrano anche specie esotiche e ornamentali come il Ginkgo Biloba L., il Noce nero e la Quercia rossa. Tra le gimnosperme troviamo anche il Pino domestico, l'Acero e il Tasso; mentre lungo i prati dai viali possiamo godere l'ombra del Bagolaro, Tigli, Platani, Olmi e Spicciatani. Infine, lungo la riva dell'Arno, ad accompagnare le nostre passeggiate ci sono i grandi Poppa bianchi.

19thousand specimens
Vegetation, especially trees, are the reason for the park, classified in biological terms as a set of plant populations. The Cascine are a real plant treasure, which boasts 19 thousand specimens divided into 60 different species. The park is divided into wooded and grassy areas; and observing the vegetation we can see that in the areas of the forest predominate the Lccio and the Bagolaro, together with the Fianza. There are also exotic and ornamental species, such as Ginkgo biloba L., black walnut and red oak. Among the gymnosperms we also find domestic pine, cedars and badger, while along the rows of avenues we can enjoy the shade of Bagolaro, lime trees, plane trees, alms and horse chestnuts. Finally, along the bank of the Arno, to accompany our walks there are large white poplars.

Flora botany

Ginkgo biloba
[ginkyō (ぎんぎょ)]

È una pianta millenaria che risale a 250 milioni di anni fa. Coltivata in oriente nei luoghi di culto, simboleggia la protezione, la conciliazione tra gli opposti e l'immutabilità delle cose. La troviamo nel parco.

It is a thousand-year-old plant that dates back 250 million years. Cultivated in the East in places of worship, it symbolized the protection, the conciliation between opposites and the immutability of things. We find her in the park.

Flora botany

Bagolaro
[Celtis australis]

È un albero che prende anche il nome di spaccaassi grazie alla sua forza e resistenza anche all'inquinamento. Le sue forti caratteristiche gli permettono di vivere a stretto contatto con la civiltà, abitando i lunghi viali delle strade e dando riparo alle città.

It is a tree that also takes the name of rock breaker thanks to its strength and resistance to pollution. Its strong characteristics allow it to live in close contact with civilization, inhabiting the long avenues of the streets and giving breath to the city.

Fauna
le vite, anime del parco

Tra la fauna, gli esemplari più presenti che animano il parco sono sicuramente i volatili. Le specie più comuni che troviamo sono i passeri, rondini, capinere, storni, merli, pettirossi e passapigoli; e più fortunati possono incontrare anche aroni, cincie e gazette.

Wildlife
Among the fauna, the most present specimens that animate the park are certainly the birds. The most common species we find are sparrows, swallows, blackbirds, starlings, blackbirds, robins and parrots; and the luckiest ones can also meet herons, cinereos and quail.

Alla scoperta delle Bio specie.
Gira e scopri tutti i segreti della botanica del parco.



wildlife

le Cascine

Bio legenda

- Prati** Meadows
- Fauna** Fauna
- Piante speciali** Special Plants
- Boschi** Woods

Scopri cosa ti circonda con la mappa vegetale

Le Cascine con i suoi 1900 esemplari e le 60 specie diverse sono un mondo vegetale tutto da scoprire: boschi, prati e piazzali sono caratterizzati da esemplari speciali che rendono il parco il polmone verde della città. Siamo al centro delle vite, la nostra e quella della natura che ci circonda.

Discover what surrounds you with the plant map

The Cascine with its 1900 specimens and 60 different species are a plant world to be discovered: woods, meadows and squares are characterized by special specimens that make the park the green lung of the city. We are at the center of the lives, ours and that of the nature that surrounds us.

Broken digital seminario

2024 /LAB progettazione: comunicazione 3

editorial

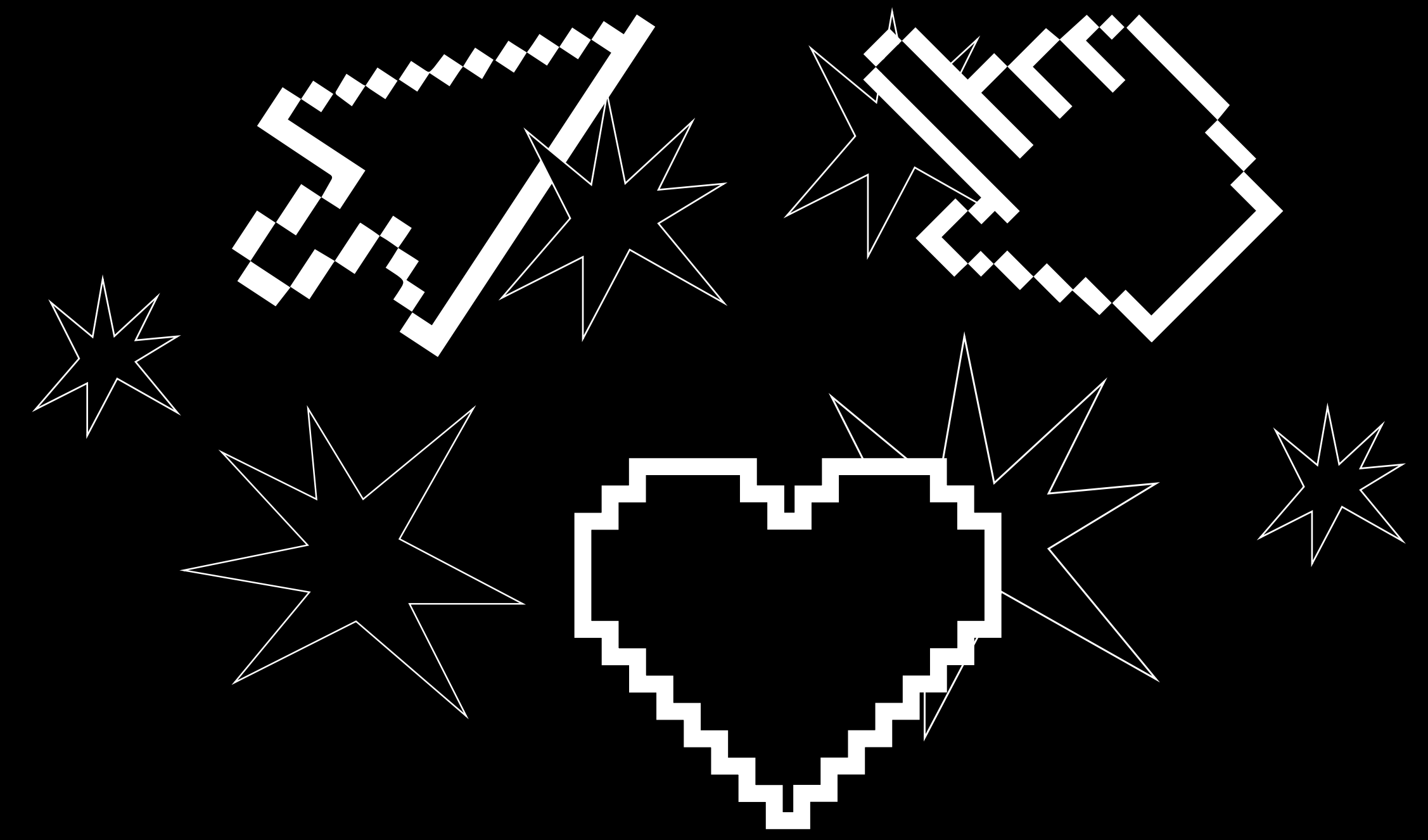
visual

exhibit

indesign

illustrator

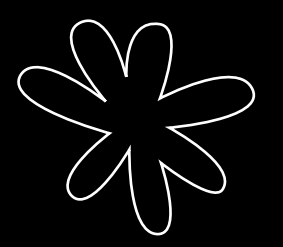
Photoshop



The project / brief

Le stories sull'impatto ambientale che i social network non ci raccontano mai

"Broken Digital" è una campagna di sensibilizzazione sull'impatto ambientale del web e dei social networks, e delle nostre azioni attraverso di essi. Il progetto richiedeva la realizzazione di un poster in grado di informare e sensibilizzare, con l'obiettivo di comunicare visivamente come anche le nostre azioni digitali abbiano conseguenze tangibili sul pianeta.



Esposto al Fuorisalone
2024 / at BASE Milano

2024

Poster/campaign
exam project_
2 months

BEING 
SOCIAL
IS (NOT)  SO
 COOL*

* I social network e il web hanno un forte impatto sull'ambiente: in totale emettono il 4% di Co2 all'anno; quantità maggiore rispetto anche agli aerei che mettono il 2%.

Specjal
Te

WIELKOPOLSKI
PREZESNT
KONIEC I USTOJ
W
POZNANI

Scrolling
on tiktok



Particular
signs
addiction,
isolation

2.67g
of Co2



Surfing
on Reddit



Particular
signs
addiction,
isolation

2.48g
of Co2

Like
on instagram



Particular
signs
addiction,
distorsion

1.05g
of Co2



Endless storyboard

2024 / LAB progettazione: comunicazione 3

digital

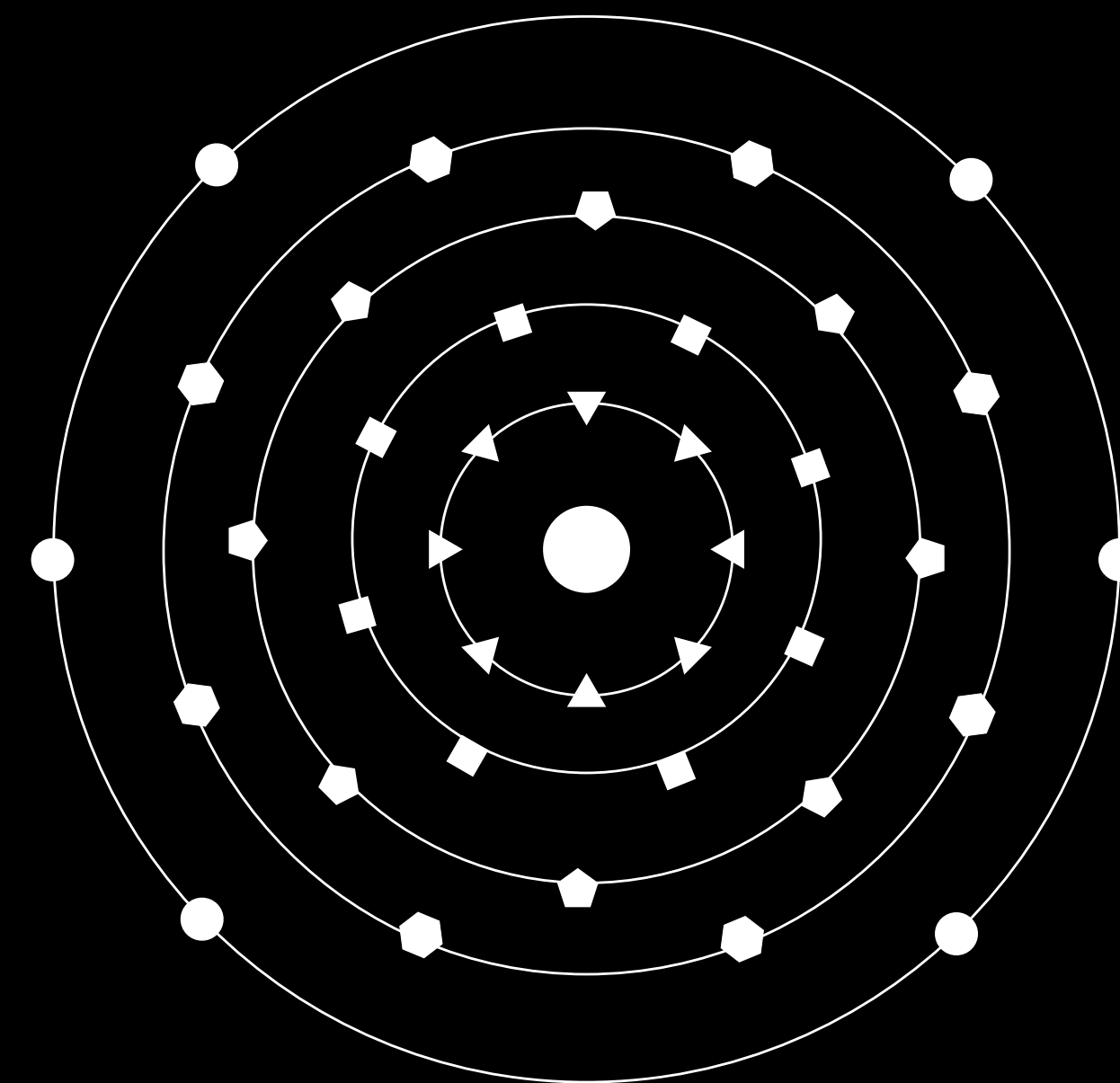
UX/UI

visual

indesign

illustrator

figma



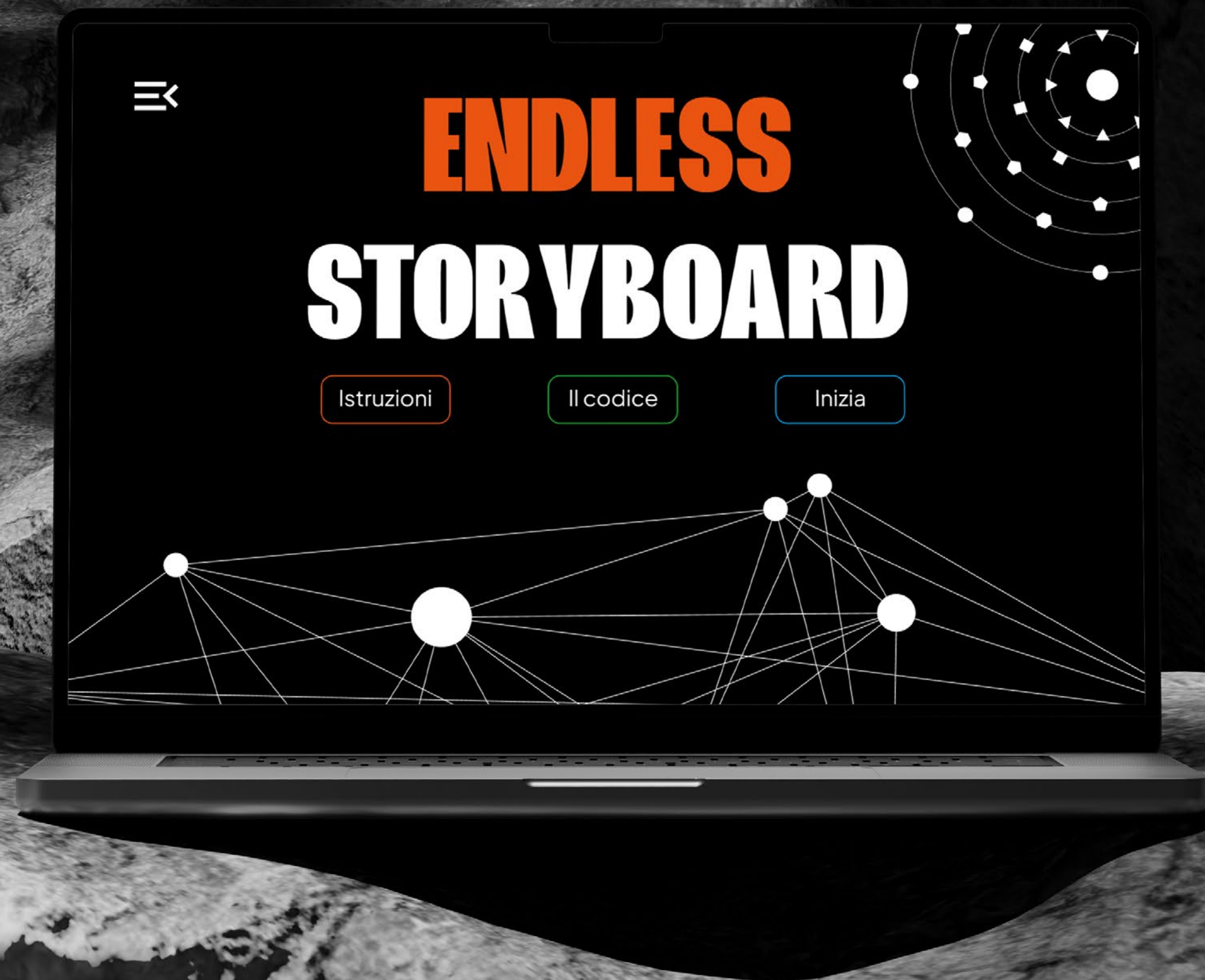
The project / brief

Una reinterpretazione del classico storyboard, pensata per racconti non lineari e menti fuori dagli schemi

“Endless Storyboard” è una reinterpretazione del classico storyboard, pensata per racconti non lineari e menti fuori dagli schemi. Il progetto sfida la narrazione tradizionale attraverso un sistema di codici, colori e forme che guidano lo sviluppo delle storie senza disperderle. Un meta-racconto visivo che esplora le infinite possibilità del multiverso narrativo.

2024

Tool/app
exam project_
6 months

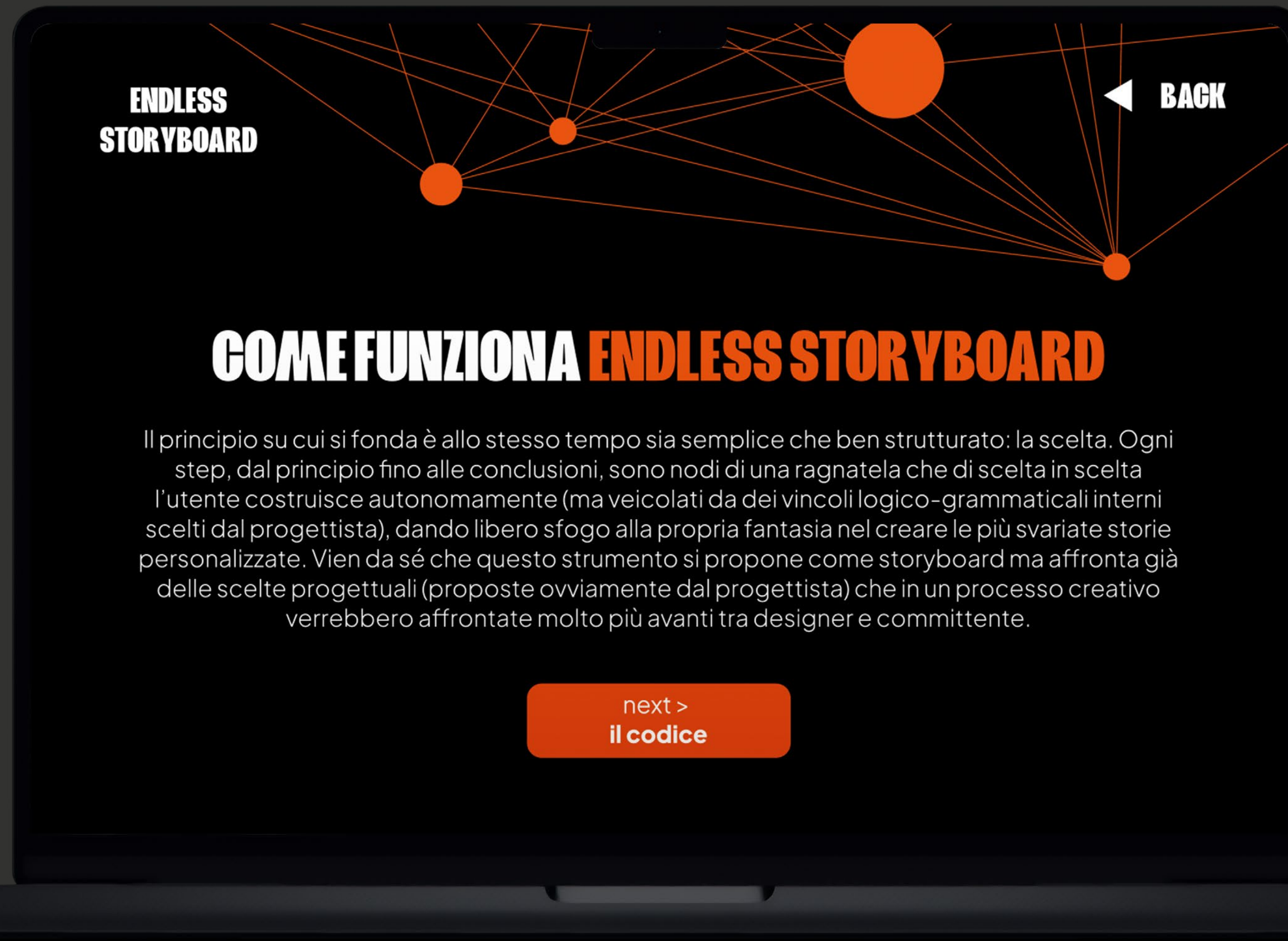


Have
a look
at the
tool



The project / brief

Istruzioni del tool endless storyboard





Kartell magazine tab

2024 / geometria per la modellizzazione

editorial

branding

product

indesign

Rhinoceros

Keyshot

2024

Product
and graphic
design
exam project_
2 months

Kartell

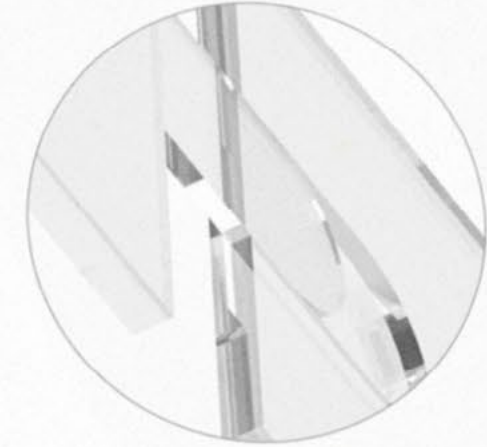
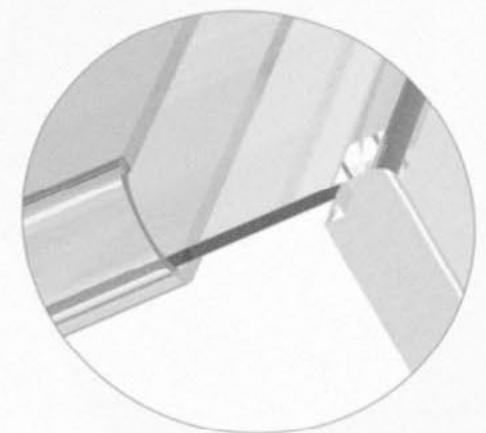
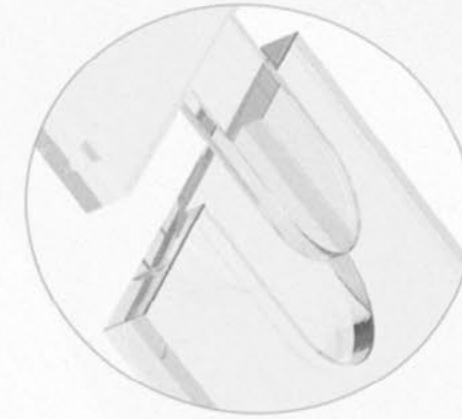
The project / brief

Dal prodotto alla comunicazione: presentare un nuovo prodotto per Kartell

Il progetto consiste nella comunicazione di un prodotto elaborato per l'azienda di design Kartell: per presentare il progetto, che consiste nell'elaborazione di un prodotto esistente e del suo redesign; sono stati creati due poster in grado di comunicare le caratteristiche tecniche del prodotto in modo accattivante e in linea con l'immagine dell'azienda



TAVOLE
TECNICHE



ELEMENTS COMPONENTI

L'incastro tra i due piani d'appoggio è stato pensato per richiamare nella forma l'elemento chiave dell'oggetto originale: il manico circolare, che nel redesign non ha la funzione di inasprire ma di unire tra le due parti. L'assemblaggio invece segue il modello di quello del Magazine Rack: tramite incastro e saldatura per ottimizzare la composizione, consentire la mobilità e rendere l'oggetto salvaspazio e versatile.

Kartell

b

DESCRIZIONE

MAGAZINE TAB

Il Magazine Tab ha l'obiettivo di omaggiare il progetto iconico di Gio Ponti, attraverso una riprogettazione che vada a creare un oggetto capace di accostarsi al magazine rack, arricchendolo in una serie di oggetti coordinati.

MAGAZINE TAB
2023 | Redesign

Soggettiva mente

Extra/ personal project

digital

branding

visual

indesign

illustrator

figma

The project / brief

Un percorso di crescita personale attraverso gli oggetti, tra memoria, emozioni e consapevolezza.

Il progetto promuove lo sviluppo emotivo e sociale dell'utente attraverso il legame con gli oggetti, stimolando la scoperta di sé e l'incremento dell'intelligenza emotiva. Una box raccoglie elementi personali che, accompagnati da etichette descrittive, diventano un museo autobiografico delle emozioni. Un'app affianca il percorso con esercizi e riflessioni in 5 step guidati, monitorando i progressi. Strumento non clinico ma di crescita personale, è stato ipotizzato come progetto su cui piattaforme come Unobravo potrebbero investire per avvicinare nuovi utenti alla psicoterapia.

2025

Tool/app
individual
project_
1 month

Soggettivamente

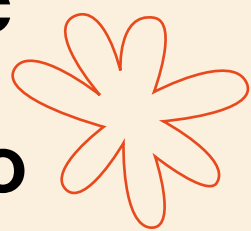


The concept/goal

Lettering/naming Soggettivo + oggetti+ mente

L'obiettivo è quello di far emergere l'impronta psicologica e mettere in evidenza il ruolo importantissimo degli oggetti personali all'interno del progetto; del quale sono i protagonisti assieme alle emozioni dell'utente, che li rendono unici.





Have
a look
at the
app intro



Soggettivamente

2023/2025

Extra:
personal project



The project/ app

Un'app/journal digitale by unobravo, dove si monitorano i progressi del percorso sull'intelligenza emotiva

e si fanno una serie di esercizi guidati, mirati ad instaurare una connessione emotiva con gli oggetti e a sviluppare l'intelligenza emotiva step by step attraverso il legame con essi.



The project / app

Un percorso verso l'intelligenza emotiva in 5 step

Un percorso fatto di 5 step principali, a contatto con gli oggetti, guidato dalle chiavi dell'intelligenza emotiva: Consapevolezza di sé, Autoregolazione, Motivazione, Empatia e Abilità sociali.

Have a look at the exercises



Have a look at the virtual box



Soggettivamente

2023/2025

Extra: personal project





to be continued
many stories are waiting to be told :)

Keep in touch!

Tel
+39 3703282379

e-mail
martinacasamonti02@gmail.com