

[BRAND DESIGNER]



ELIA SCHNEIDER

nologosolobrand.studio

Elia Schneider

Brand Designer

nologosolobrand.studio

elyssch@gmail.com

Treviso, IT

[[Chi sono](#) →]

CA'PERENZIN

[[Web Design & Development](#)]

EVE CHARACTER

[[Brand Identity](#)]

ARTEVERDE

[[Banner 00H Strategy](#)]

CLINICA ACUSTICA

[[Visual System & Social Templates](#)]

LAMEC CABLAGGI

[[Corporate Social System](#)]

CUPPYCLEAN

[[Event & Campaign Communication](#)]

[Chi sono →]

Elia Schneider

Brand Designer

elyssch@gmail.com

+39 348 3230384

Treviso, IT

nologosolobrand.studio

Brand designer. Il codice lo uso, non lo vendo. È lo stesso lavoro.

ESPERIENZA

2026 – presente

Freelance Brand e Web Designer

Collaborazione con Digital Media Solutions SRL

2024 – 2025

ED Digital Media Agency, Treviso

Graphic Designer · Web Designer · Brand Designer

2023

Rombo Rosso Digital Agency, Treviso

Stage – Graphic Designer · Social Media

2018

Cam-On Srl, Milano

Fotografo · Post-produzione

ESPERIENZA

Figma · Illustrator · Photoshop · InDesign · After Effects

WordPress · Next.js · Tailwind

FORMAZIONE

Scuola Internazionale

di Grafica di Venezia

Master Grafica Pubblicitaria

e Web Design

Epicode Institute of Technology

Web Developer Full-Stack

LINGUE

Italiano · Inglese · Francese



- Progetto

Ca'Perenzin

PRIMA DI FIGMA
NESSUN VANTAGGIO
CHI SIAMO
NESSUNA LUCE
NO SCROLL
ZERO REDIRECT

Ca'Perenzin
2025-2026
B&B · Ospitalità

Strategia di contenuto
UX & Web Design
Sviluppo & Integrazione
Copywriting

Tipografia di sistema
PP Monument Extended
Muller Next

Fotografia —
Video — Google Flow

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per Ca'Perenzin

PRIMA DI FIGMA



Prima ancora del sito, mancava tutto il resto.

Sono arrivato con una domanda sul sito e me ne sono tornato con trecento domande su di loro.

Avevano un logo e una struttura da aprire. Non avevano un target, non avevano un posizionamento, non avevano una storia da raccontare. Il mercato dei B&B in zona è saturo ogni casa con tre camere libere si mette su Booking e abbassa il prezzo. Entrare così era già perso in partenza. La prima cosa che ho fatto non è stata aprire Figma. Ho fatto domande. Chi viene qui? Perché da voi e non dagli altri? Cosa offrite che non si trova a cinque chilometri? Da quelle risposte lente, a volte incerte è emersa una direzione: non vendere una stanza, vendere il silenzio. Lasciare il mondo fuori.

- Progetto

Ca'Perenzin

PRIMA DI FIGMA
NESSUN VANTAGGIO
CHI SIAMO
NESSUNA LUCE
NO SCROLL
ZERO REDIRECT

Ca'Perenzin
2025-2026
B&B • Ospitalità

Strategia di contenuto
UX & Web Design
Sviluppo & Integrazione
Copywriting

Tipografia di sistema
PP Monument Extended
Muller Next

Fotografia —
Video — Google Flow

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per Ca'Perenzin

NESSUN VANTAGGIO

**Non avevano
niente di unico.
Allora l'ho costruito.**

 Esperienze

Ho guardato i competitor. Tutti vendevano la stessa cosa una stanza, una colazione, un panorama. Nessuno vendeva il territorio.

Ho chiesto cosa li distinguesse dagli altri B&B della zona. Non sapevano rispondermi e non era colpa loro. In un mercato dove tutti offrono lo stesso, il vantaggio non si trova, si costruisce.

Ho studiato la zona. I competitor avevano siti da template chi siamo, camere, colazione, prenotazione. Zero territorio, zero carattere. Nessuno raccontava cosa c'era fuori dalla porta.

Li ho visto lo spazio. Ho proposto una sezione esperienze non la lista turistica standard, ma le cose che sa solo chi vive lì. Il kitesurf al lago con il vento termico che si alza dopo le tredici. I sentieri che non trovi su Google Maps. I posti dove mangiare che non hanno sito web. Tre categorie, tono narrativo, niente elenchi.

**Mappa delle
Meraviglie**



- Progetto

Ca'Perenzin

PRIMA DI FIGMA
NESSUN VANTAGGIO
CHI SIAMO
NESSUNA LUCE
NO SCROLL
ZERO REDIRECT

Ca'Perenzin
2025-2026
B&B • Ospitalità

Strategia di contenuto
UX & Web Design
Sviluppo & Integrazione
Copywriting

Tipografia di sistema
PP Monument Extended
Muller Next

Fotografia —
Video — Google Flow

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per Ca'Perenzin

CHI SIAMO

Il chi siamo non interessava a nessuno.

Chi sei non importa a chi cerca riposo. Importa cosa troverà.

Avevano cinque righe scritte in fretta su chi erano e da quando esistevano. Il classico chi siamo che nessuno legge e non perché sia scritto male, ma perché è la domanda sbagliata.

Chi arriva su un sito di B&B non sta cercando una biografia. Sta cercando una risposta a una domanda che non sa ancora formulare: starò bene qui?

Ho buttato il chi siamo. Al suo posto ho costruito un racconto in prima persona del silenzio non il silenzio delle spa e delle piscine, ma quello vero.

Il rumore che si spegne. L'aria che cambia. Il momento in cui smetti di controllare il telefono. Il testo scorre con respiro largo, una frase alla volta, con un text reveal che rallenta la lettura e la rende fisica. Alla fine arriva la frase che riassume tutto: Lascia il mondo fuori.

Non stai descrivendo un posto. Stai facendo sentire come ci si sente quando ci sei.

- Progetto

Ca'Perenzin

PRIMA DI FIGMA
NESSUN VANTAGGIO
CHI SIAMO
NESSUNA LUCE
NO SCROLL
ZERO REDIRECT

Ca'Perenzin
2025-2026
B&B · Ospitalità

Strategia di contenuto
UX & Web Design
Sviluppo & Integrazione
Copywriting

Tipografia di sistema
PP Monument Extended
Muller Next

Fotografia —
Video — Google Flow

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per Ca'Perenzin

NESSUNA LUCE

**La notte in montagna
non finisce quando
vai a letto.**

 L'argento

 Il ritmo

Tutti mostrano il panorama di giorno.
Nessuno racconta cosa succede dopo.

In montagna la notte non è un'assenza è un'altra cosa. Il buio, la pioggia sul tetto, il prato sotto la luna piena. Nessun competitor la raccontava. Ho costruito una sezione con tre stati selezionabili non una gallery, una scelta. L'interfaccia ti fa fare esattamente quello che faresti lì: aspettare e scegliere cosa guardare fuori.

**Toccare il
Silenzio**

Molti temono il buio delle colline. Cosa
faremo senza le luci della città?



- Progetto

Ca'Perenzin

PRIMA DI FIGMA
NESSUN VANTAGGIO
CHI SIAMO
NESSUNA LUCE
NO SCROLL
ZERO REDIRECT

Ca'Perenzin
2025-2026
B&B • Ospitalità

Strategia di contenuto
UX & Web Design
Sviluppo & Integrazione
Copywriting

Tipografia di sistema
PP Monument Extended
Muller Next

Fotografia —
Video — Google Flow

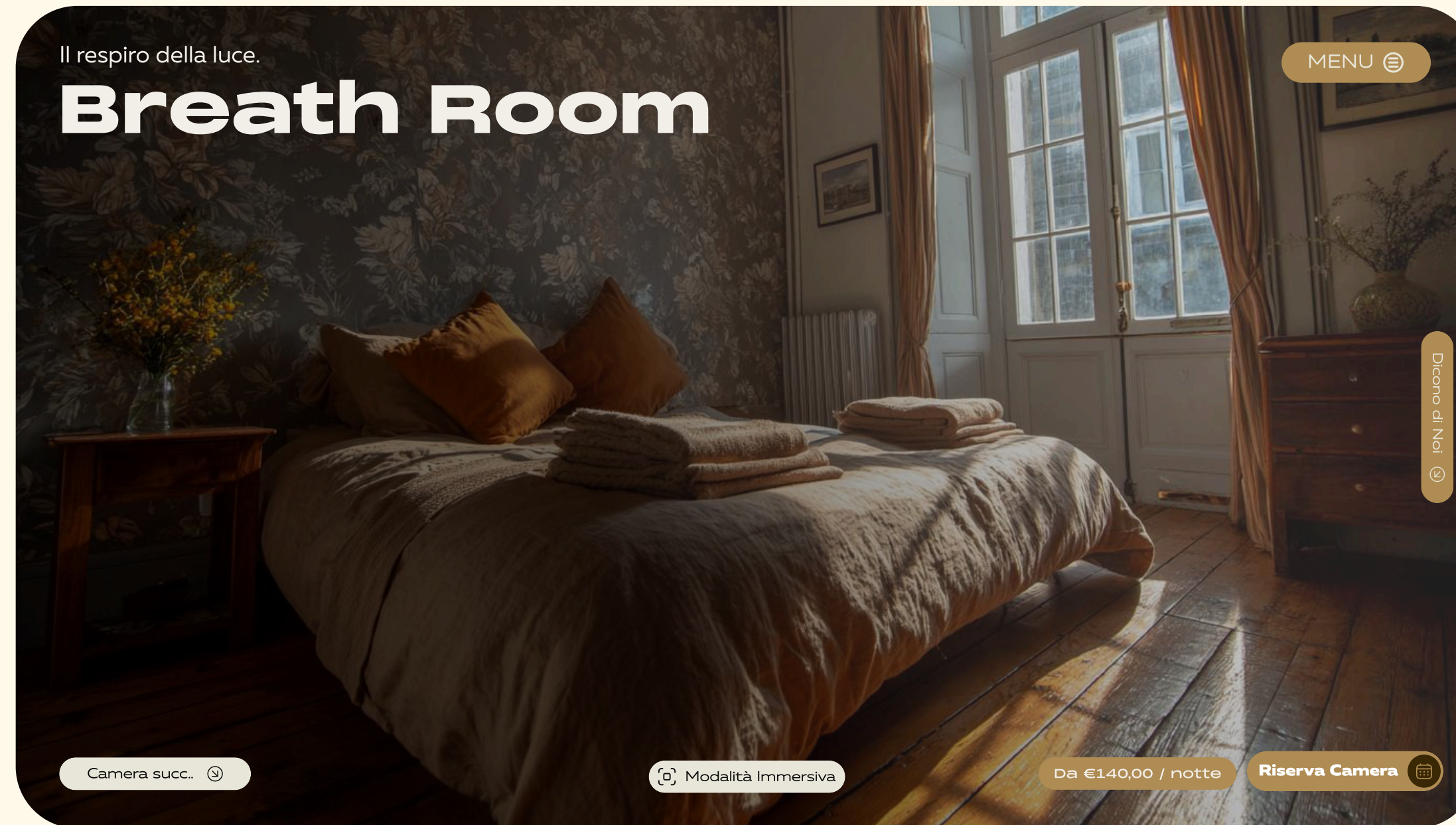
Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca **Gemini**

© 2025 Elia Schneider per Ca'Perenzin

NO SCROLL



La home scorre. Le camere no.

Scorrere ha senso quando stai scoprendo. Non quando stai scegliendo.

La home è una storia, le camere sono uno spazio di scelta. Lo scroll funziona nel primo caso, crea dispersione nel secondo. Ho tolto lo scroll dalle sezioni di consultazione e l'ho sostituito con interazione diretta una camera alla volta, tutto visibile, tutto a portata di tap. Su mobile un drawer si alza da solo quando serve. Non lo cerchi tu, arriva quando ne hai bisogno.

3 Persone 1 Camera Vista Colline

wi-fi Parquet Rovere

Tutti i Servizi

- TV satellitare
- Phon
- Balcone
- Minibar
- Bollitore
- Mq ??
- Kit di cortesia
- Aria condizionata
- Riscaldamento

Prenota

Chiudi Descrizione

Ci sono luoghi fatti per guardare fuori, e altri disegnati per guardare dentro. La Soul Room appartiene a questa seconda, rara categoria. È uno spazio raccolto, denso, dove il mondo esterno smette di bussare alla porta. Qui l'architettura si fa abbraccio: materiali caldi, acustica ovattata e un'atmosfera che invita naturalmente alla calma. È la stanza perfetta per chi ha bisogno di fermarsi. Per leggere quel libro che aspetta da mesi, per scrivere, o semplicemente per ritrovare quella voce interiore che la routine quotidiana ha coperto di rumore.

+ Tutti i servizi

Da €80,00 /Notte

← Cam. Prec. Cam. Succ. →

- Progetto

Ca'Perenzin

- PRIMA DI FIGMA
- NESSUN VANTAGGIO
- CHI SIAMO
- NESSUNA LUCE
- NO SCROLL
- ZERO REDIRECT

Ca'Perenzin
2025-2026
B&B • Ospitalità

Strategia di contenuto
UX & Web Design
Sviluppo & Integrazione
Copywriting

Tipografia di sistema
PP Monument Extended
Muller Next

Fotografia —
Video — Google Flow

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



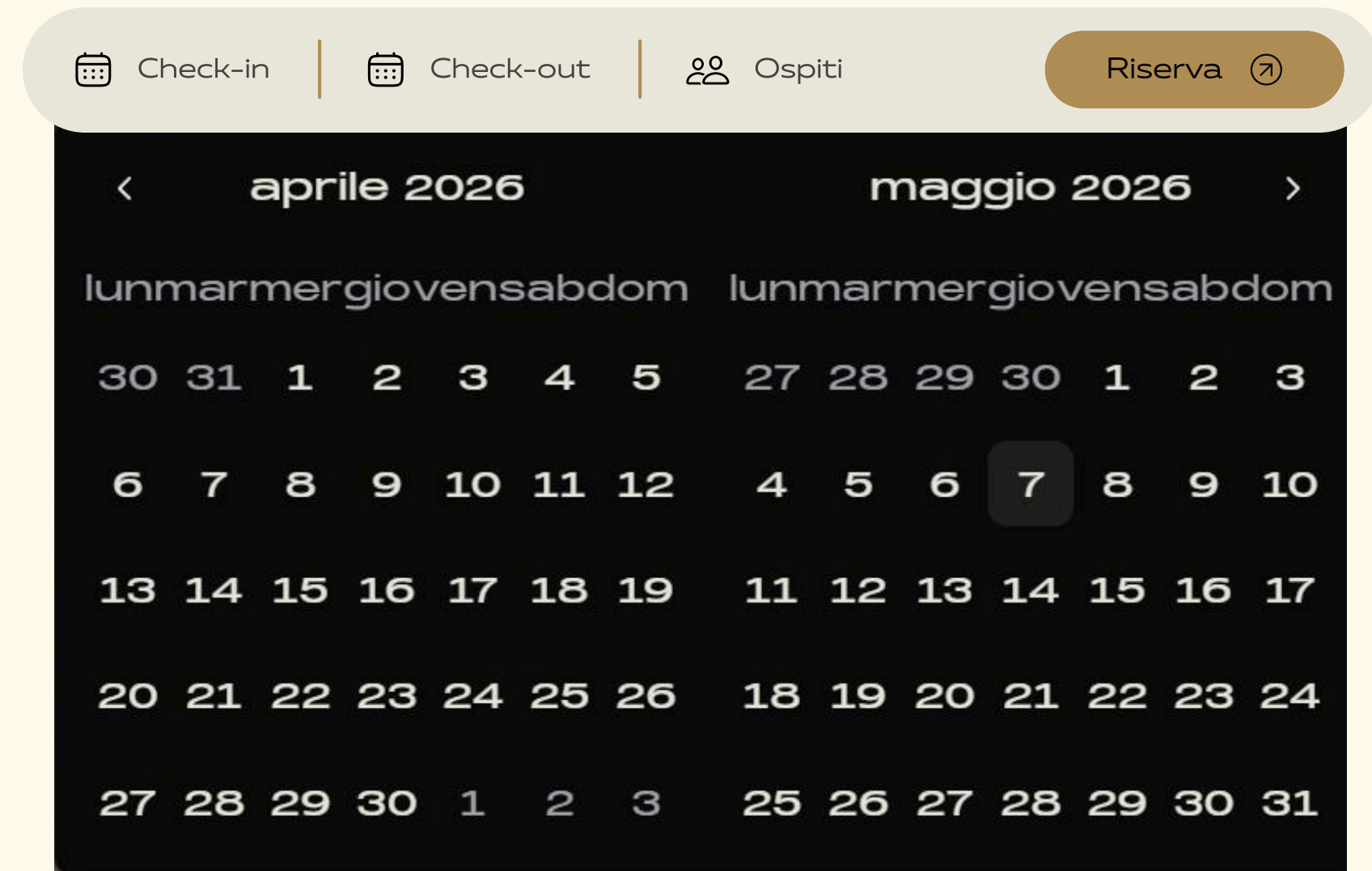
Ricerca [Gemini](#)

ZERO REDIRECT

La prenotazione che non ti butta fuori.

Tutti i plugin ti portano fuori dal sito nel momento in cui sei pronto a pagare.

Il problema non era estetico era che il checkout interrompe il momento decisivo. Ho integrato il calendario direttamente nella barra di ogni camera: le date occupate sono già rosse quando arrivi, selezioni, premi prenota. Zero pagine intermedie. Ho aggiunto una schermata di transizione prima del pagamento non per coprire il caricamento, ma per non spezzare il tono. Sei ancora dentro Ca'Perenzin fino all'ultimo momento.



[← INDICE]

[TUTTI I PROGETTI]



– PROSSIMO

Il brand non esiste ancora.
Per ora esiste solo l'idea. E
abbastanza per cominciare.

© 2026 nlsb

EVE CHARACTER

- Progetto

Eve Character

NESSUN BRIEF

RIBELLE

IL PUNTO

IL GLIFO

ASSORBE

LA PELLE

IL CARATTERE

Eve Character
2025
Progetto autonomo • Concept
Gioielli • Lusso alternativo

Strategia di posizionamento
Naming
Identità visiva

Tipografia di sistema
Area Variable

Fotografia — Midjourney
Video — Google Flow



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per Eve

NESSUN BRIEF



**Ho costruito il
cliente prima
di costruire il
brand.**

Nessun committente, nessun vincolo. Il punto di partenza era una persona che ancora non esisteva.

Di solito il brief ti dice chi compra, perché, cosa vuole sentirsi dire. Qui non c'era nessun brief. Ho dovuto costruire quella persona da zero darle un nome, un'età, una storia, un motivo per scegliere Eve invece di qualsiasi altra cosa. Solo quando quella persona era abbastanza reale da immaginarne le scelte, ho aperto Illustrator.

- Progetto

Eve Character

NESSUN BRIEF

RIBELLE

IL PUNTO

IL GLIFO

ASSORBE

LA PELLE

IL CARATTERE

Eve Character
2025
Progetto autonomo • Concept
Gioielli • Lusso alternativo

Strategia di posizionamento
Naming
Identità visiva

Tipografia di sistema
Area Variable

Fotografia — Midjourney
Video — Google Flow



Assistente di progetto 

© 2025 Elia Schneider per Eve



RIBELLE

Il nome sbagliato era quello giusto

I brand di lusso scelgono nomi rari, irraggiungibili. Ho scelto un nome che tutti conoscono già.

Eve è corta, comune, la conosce tutti. Ma il peso simbolico è massimo la prima che ha osato, prima di chiunque altro, contro l'ordine costituito. Non è un nome docile. Quella dualità tra leggerezza formale e gravitas concettuale è la stessa del materiale: pietra lavica, nata dal fuoco più intenso, spesso leggera e porosa. Character aggiunge il layer che mancava: non cosa indossi, ma chi sei mentre lo indossi.

EVE

- Progetto

Eve Character

NESSUN BRIEF

RIBELLE

IL PUNTO

IL GLIFO

ASSORBE

LA PELLE

IL CARATTERE

Eve Character
2025
Progetto autonomo • Concept
Gioielli • Lusso alternativo

Strategia di posizionamento
Naming
Identità visiva

Tipografia di sistema
Area Variable

Fotografia — Midjourney
Video — Google Flow



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per Eve

IL PUNTO

"EVE" è un nome.
"EVE." è una frase

Ho cercato il segno
minimo che
cambiasse tutto.
Era un punto.

Le lettere hanno una geometria costruttiva precisa non decorativa.
Ho risolto prima la struttura, poi è arrivata la coerenza col materiale.
Il punto è venuto per ultimo: una scelta minima che cambia la lettura
di tutto. Da nome ad affermazione.

EVE.

- Progetto

Eve Character

NESSUN BRIEF

RIBELLE

IL PUNTO

IL GLIFO

ASSORBE

LA PELLE

IL CARATTERE

Eve Character
2025
Progetto autonomo • Concept
Gioielli • Lusso alternativo

Strategia di posizionamento
Naming
Identità visiva

Tipografia di sistema
Area Variable

Fotografia — Midjourney
Video — Google Flow



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per Eve



- Progetto

Eve Character

NESSUN BRIEF

RIBELLE

IL PUNTO

IL GLIFO

ASSORBE

LA PELLE

IL CARATTERE

Eve Character
2025
Progetto autonomo • Concept
Gioielli • Lusso alternativo

Strategia di posizionamento
Naming
Identità visiva

Tipografia di sistema
Area Variable

Fotografia — Midjourney
Video — Google Flow



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per Eve

IL GLIFO

Non è il logo. È la firma sul pezzo.



Ogni gioiello aveva bisogno di un segno che non fosse il brand ma che dicesse che quel pezzo è autentico.

Il chevron deriva dalla V del monogramma non è un elemento nuovo, è lo stesso sistema che si riduce a un segno solo. Va sul biglietto di autenticità e sul gioiello. Chi conosce il brand lo riconosce. Chi non lo conosce lo legge come un marchio artigianale. Funziona in entrambi i casi.



- Progetto

Eve Character

NESSUN BRIEF

RIBELLE

IL PUNTO

IL GLIFO

ASSORBE

LA PELLE

IL CARATTERE

Eve Character
2025
Progetto autonomo • Concept
Gioielli • Lusso alternativo

Strategia di posizionamento
Naming
Identità visiva

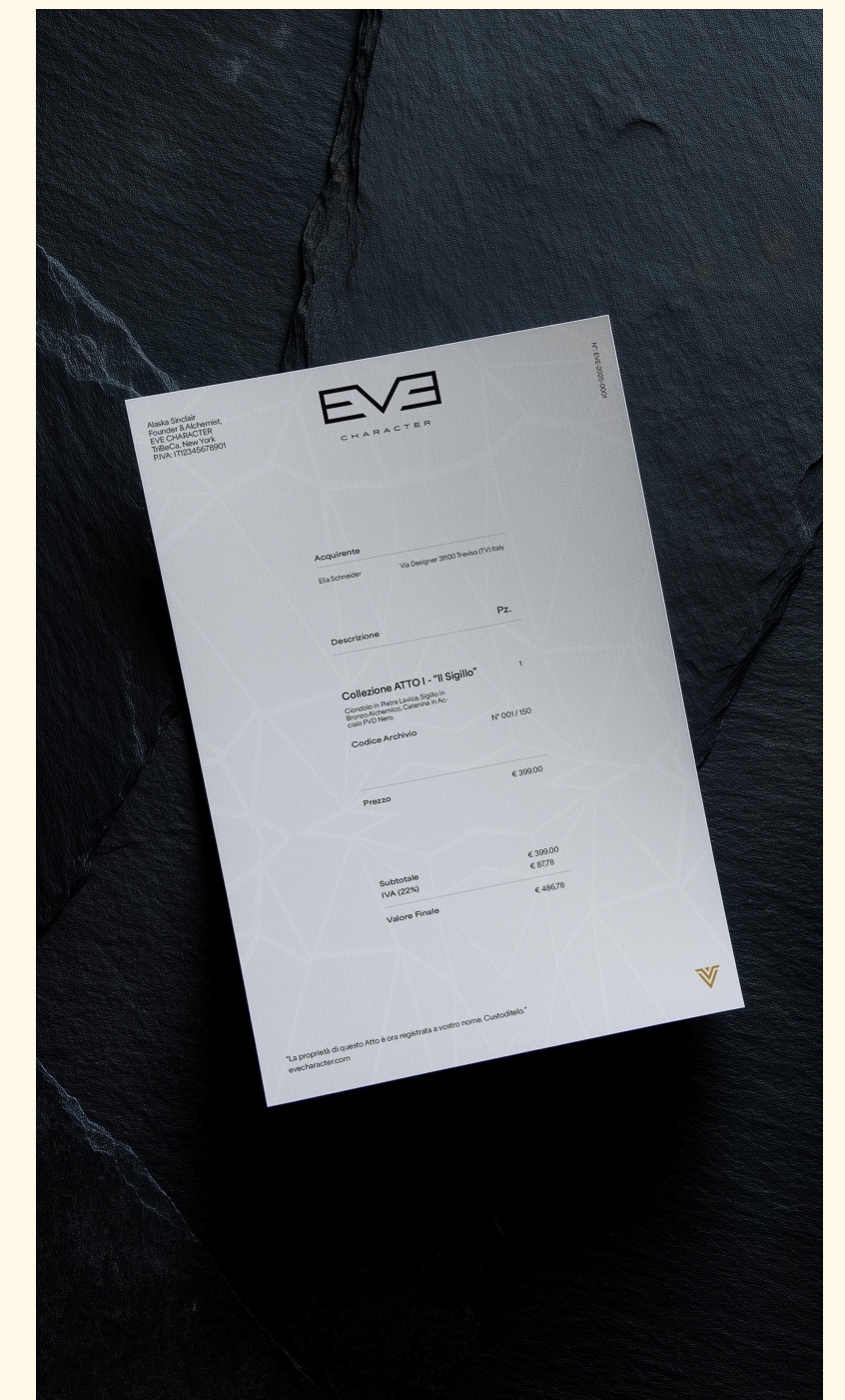
Tipografia di sistema
Area Variable

Fotografia — Midjourney
Video — Google Flow



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per Eve



- Progetto

Eve Character

NESSUN BRIEF

RIBELLE

IL PUNTO

IL GLIFO

ASSORBE

LA PELLE

IL CARATTERE

Eve Character
2025
Progetto autonomo • Concept
Gioielli • Lusso alternativo

Strategia di posizionamento
Naming
Identità visiva

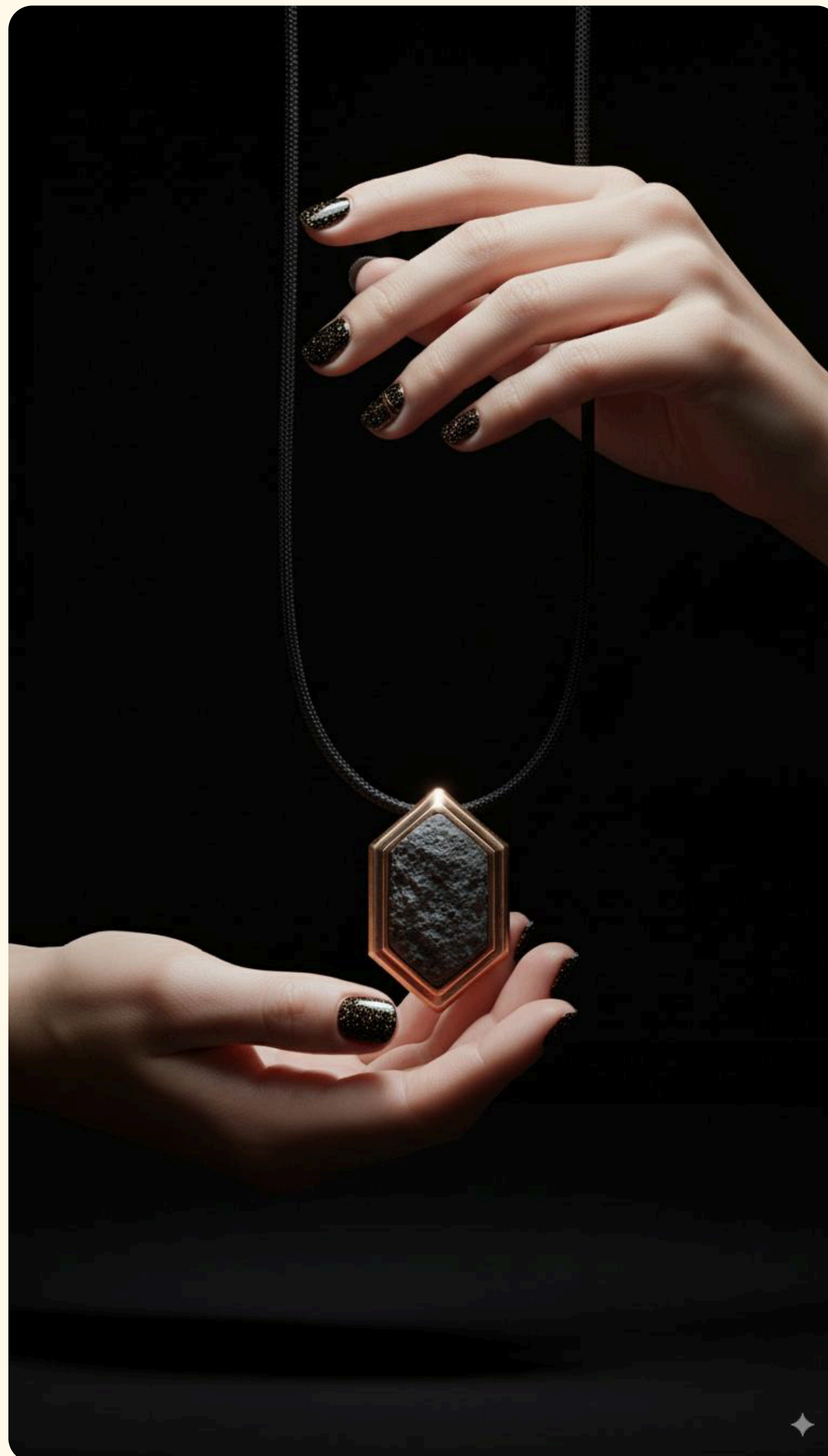
Tipografia di sistema
Area Variable

Fotografia — Midjourney
Video — Google Flow



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per Eve



ASSORBE

Tutta la gioielleria di lusso parla di scintillio. Eve no.

Il campo libero non era nel prodotto. Era nel modo in cui veniva raccontato.

Cartier, Tiffany, Bulgari parlano di luce. Di occasioni speciali. Di trofei da mostrare. Ho costruito il brand nel verso opposto un gioiello che non esibisce, che assorbe. La pietra lavica non brilla. Era il materiale giusto per quello che stavo costruendo.

- Progetto

Eve Character

NESSUN BRIEF

RIBELLE

IL PUNTO

IL GLIFO

ASSORBE

LA PELLE

IL CARATTERE

Eve Character
2025
Progetto autonomo • Concept
Gioielli • Lusso alternativo

Strategia di posizionamento
Naming
Identità visiva

Tipografia di sistema
Area Variable

Fotografia — Midjourney
Video — Google Flow



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per Eve



- Progetto

Eve Character

NESSUN BRIEF

RIBELLE

IL PUNTO

IL GLIFO

ASSORBE

LA PELLE

IL CARATTERE

Eve Character
2025
Progetto autonomo • Concept
Gioielli • Lusso alternativo

Strategia di posizionamento
Naming
Identità visiva

Tipografia di sistema
Area Variable

Fotografia — Midjourney
Video — Google Flow



Ricerca [Gemini](#)

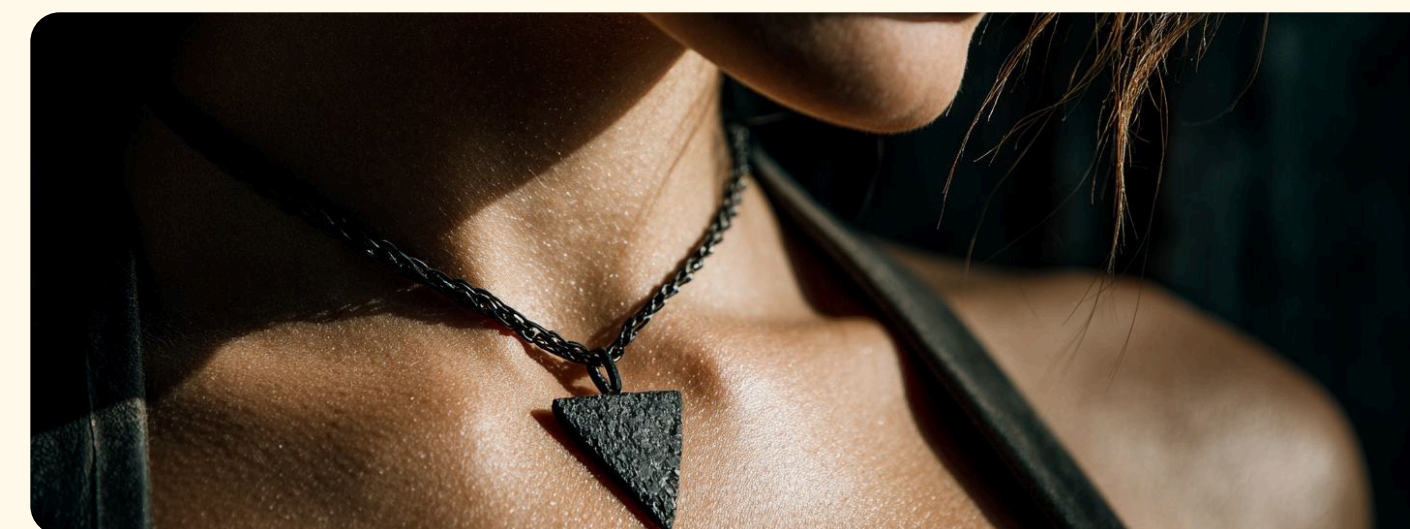
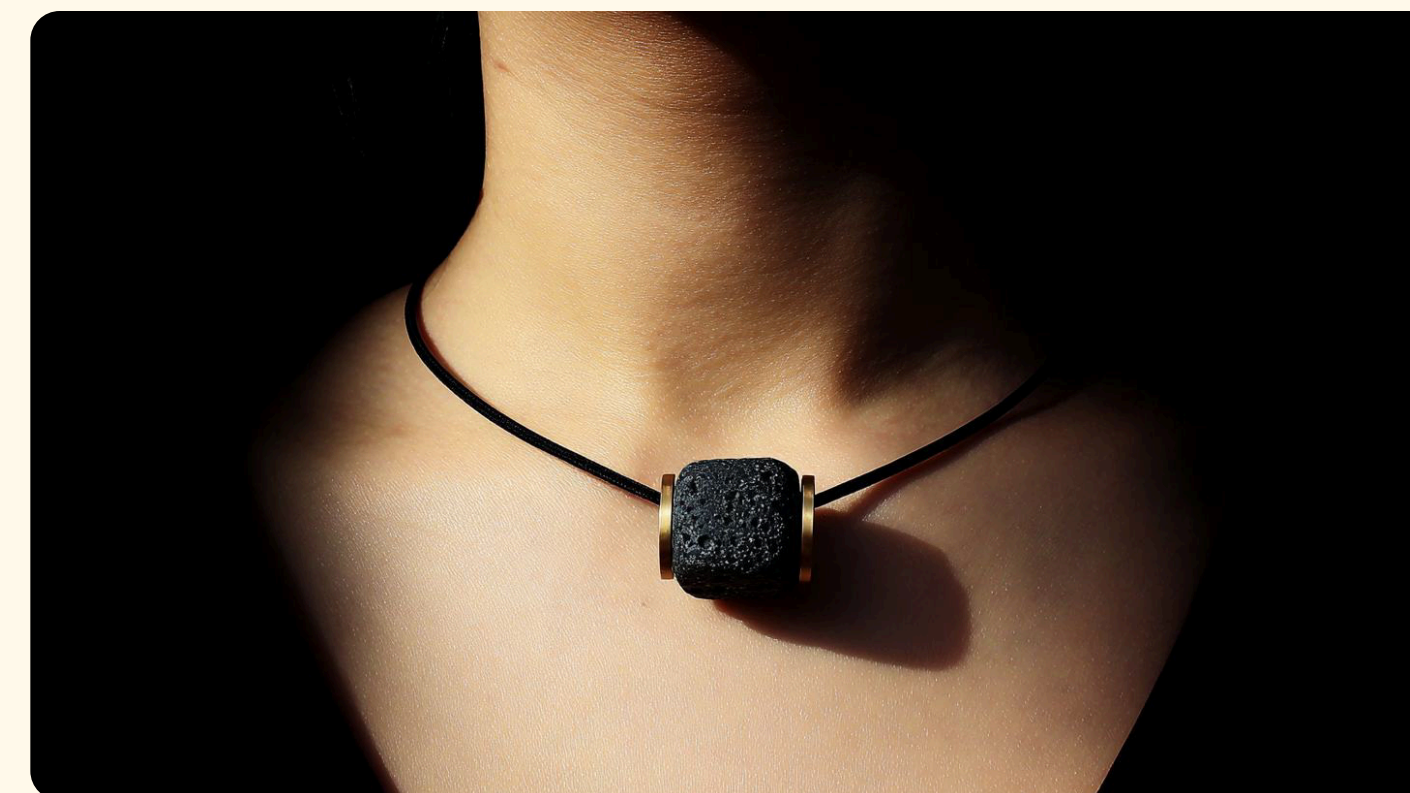
© 2025 Elia Schneider per Eve

LA PELLE

**La fotografia non è stile.
È una regola di brand.**

Ho scritto le regole prima di scattare. Per chiunque fotograferà Eve, non solo per me.

Niente bokeh, niente luce diffusa, niente texture finte. Solo luce radente che scava nei rilievi della pietra. Crop stretti, mai figura intera. Il gioiello sempre in contatto con la pelle o con la roccia da cui viene. Non è una direzione fotografica è un sistema che tiene anche quando il fotografo cambia.



- Progetto

Eve Character

NESSUN BRIEF

RIBELLE

IL PUNTO

IL GLIFO

ASSORBE

LA PELLE

IL CARATTERE

Eve Character
2025
Progetto autonomo • Concept
Gioielli • Lusso alternativo

Strategia di posizionamento
Naming
Identità visiva

Tipografia di sistema
Area Variable

Fotografia — Midjourney
Video — Google Flow



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per Eve

IL CARATTERE

**Un font che
cambia peso
senza cambiare
identità.**

Area Variable non era la scelta ovvia per un brand di gioielli. Era la scelta giusta.

La maggior parte dei brand di lusso usa serif classici eleganti, definitivi, sempre uguali a se stessi. Eve fa l'opposto: un sans variable che si piega tra leggerezza e densità nello stesso sistema. Lo stesso principio della pietra lavica leggera o pesante, sempre la stessa materia. La scelta tipografica non decora il brand. Lo replica in lettera.

Thin
Regular
Semibold
Bold
Black
Inktrap

– PROSSIMO

Il furgone gira ancora. Il banner regge. Gli alberi troppo alti vengono giù.

[TUTTI I PROGETTI]



ARTEVERDE

- Progetto

Arteverde

LISTA DELLA SPESA
UN SECONDO
DUE BANNER
WIDE BLACK
NESSUN VERDE

Arteverde
2026
Giardinaggio • Cura del verde

Strategia OOH
Concept creativo
Copywriting
Design esecutivo

Peridot PE Wide Black

Grafica vettoriale — Freepik (licenza)
Assistente di progetto — Gemini

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL

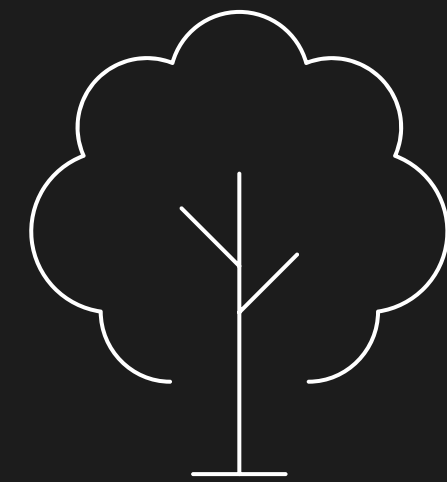


Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per ARTEVERDE

LISTA DELLA SPESA

– brief originale del cliente



ARTEVERDE
il tuo giardiniere

- POTATURE ALBERI ALTO FUSTO
- TREECLIMBING
- MANUTENZIONE AREE VERDI
- POTATURA E SFALCI

**Cinque servizi in fila non
sono una strategia.
Sono un menu.**

Il cliente sapeva cosa faceva. Non sapeva ancora cosa comunicare.

Il brief era semplice: logo e lista servizi. Ho chiesto perché quella lista, in quell'ordine. La risposta era il brief vero: tree climbing non era uno dei servizi era il motivo per cui valeva la pena chiamarlo. Ho tolto la lista dalla gerarchia principale e ci ho costruito sopra. Il banner non dice cosa sa fare. Dice cosa fa meglio.

- Progetto

Arteverde

LISTA DELLA SPESA

UN SECONDO

DUE BANNER

WIDE BLACK

NESSUN VERDE

Arteverde
2026
Giardinaggio • Cura del verde

Strategia OOH
Concept creativo
Copywriting
Design esecutivo

Peridot PE Wide Black

Grafica vettoriale — Freepik (licenza)
Assistente di progetto — Gemini

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per ARTEVERDE

UN SECONDO



**A cinquanta all'ora
hai un secondo.
Il messaggio
o c'è o non c'è.**

Il formato non è un vincolo
estetico. È un vincolo fisico.

400 × 90 centimetri su un mezzo in movimento. Chi legge non è fermo passa, gira, si allontana. Una lista di quattro servizi richiede almeno cinque secondi di lettura. Cinque secondi su un furgone in corsa non esistono. Il formato ti dice già cosa puoi mettere e cosa devi togliere prima ancora di aprire Illustrator.

- Progetto

Arteverde

LISTA DELLA SPESA

UN SECONDO

DUE BANNER

WIDE BLACK

NESSUN VERDE

Arteverde
2026
Giardinaggio • Cura del verde

Strategia OOH
Concept creativo
Copywriting
Design esecutivo

Peridot PE Wide Black

Grafica vettoriale — Freepik (licenza)
Assistente di progetto — Gemini

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca Gemini



DUE BAN NER

**Il laterale dichiara. Il
posteriore interroga.**

Il laterale lo vedi quando il furgone è fermo al lavoro. Il posteriore lo vedi quando sei bloccato dietro in coda.

Il laterale dichiara chi siamo, cosa facciamo, chiamaci. È sempre visibile, ha tutto il tempo del mondo. Il posteriore interroga hai alberi troppo alti? Non dice io faccio questo, chiede se hai quel problema. Chi risponde si legge i servizi, legge il numero, chiama. La comunicazione è la stessa. L'angolo cambia perché cambia il momento in cui ti trovo.



- Progetto

Arteverde

LISTA DELLA SPESA
UN SECONDO
DUE BANNER
WIDE BLACK
NESSUN VERDE

Arteverde
2026
Giardinaggio • Cura del verde

Strategia OOH
Concept creativo
Copywriting
Design esecutivo

Peridot PE Wide Black

Grafica vettoriale — Freepik (licenza)
Assistente di progetto — Gemini

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per ARTEVERDE

WIDE BLACK



**Non il font.
Il peso
specifico.**

Wide Black non è un'opzione estetica. È l'unico peso che regge a quella distanza.

Peridot esiste in più varianti. Wide Black è quella con le aste più larghe, i controformati più aperti, la struttura che non si chiude quando il carattere è grande e lontano. Su un banner da quattro metri letto da un'auto in corsa, il peso del font è un dato tecnico prima che una scelta grafica.

- Progetto

Arteverde

LISTA DELLA SPESA
UN SECONDO
DUE BANNER
WIDE BLACK
NESSUN VERDE

Arteverde
2026
Giardinaggio • Cura del verde

Strategia OOH
Concept creativo
Copywriting
Design esecutivo

Peridot PE Wide Black

Grafica vettoriale — Freepik (licenza)
Assistente di progetto — Gemini

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca [Gemini](#)

© 2025 Elia Schneider per ARTEVERDE

NESSUN VERDE

#4B4D40

BASE

Il verde del
cliente. Fondo
del banner.

#A4C612

TESTO

Verde acceso. Leggibile sul fondo
scuro a qualsiasi distanza.

#EDD405

ATTENZIONE

Cattura l'occhio sulla fascia
servizi prima ancora che il
cervello decida di leggere.

**Il verde del cliente
non bastava. Ne
servivano altri due.**

Un colore solo su un banner da leggere a
distanza non è una palette. È un problema.

Il cliente aveva un verde militare spento identità sua, non si tocca
come base. Ma su un banner OOH letto in movimento serviva
contrasto immediato. Ho aggiunto un verde foglia acceso per i
testi leggibile sul fondo scuro a qualsiasi distanza. La fascia gialla
in basso cattura l'occhio sui servizi prima ancora che il cervello
decida di leggere. Tre colori, tre ruoli precisi. Nessuno decorativo.

– PROSSIMO

Debora posta
da sola. Il sistema
regge.

[TUTTI I PROGETTI]



CLINICA ACUSTICA

- Progetto

Clinica Acustica

NESSUN SISTEMA

DAL LOGO

CANVA

ONDA

UNA PERSONA

NESSUN SISTEMA

**C'era un nome, un logo di
provenienza incerta e Canva
come unico strumento.**

La comunicazione era
inesistente non per
mancanza di
contenuto, ma per
mancanza di struttura.

Il territorio era chiaro: audioprotesista indipendente
in un mercato dominato da catene standardizzate,
con un posizionamento reale sulla relazione invece
che sul prezzo ma non ancora comunicato.
Il problema non era cosa dire. Era costruire il
sistema per poterlo dire ogni volta.

Clinica acustica
2026
Identità visiva

Social Strategia visiva
Template social
Manuale d'uso

Tipografia di sistema
Cormorant Garamond
Raleway

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca  Claude

- Progetto

Clinica Acustica

NESSUN SISTEMA

DAL LOGO

CANVA

ONDA

UNA PERSONA

Clinica acustica
2026
Identità visiva

Social Strategia visiva
Template social
Manuale d'uso

Tipografia di sistema
Cormorant Garamond
Raleway

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca  Claude

© 2025 Elia Schneider per Clinica Acustica

DAL LOGO



L'unica cosa solida era il file SVG.

La palette era approssimativa. I colori di sistema erano nascosti dentro il logo.

Dall'SVG è uscito l'Antracite un nero caldo, non puro, che diceva già qualcosa sul registro del brand. I due verdi erano nel logo ma non codificati. Il punto di rottura è arrivato quando abbiamo capito che uno funzionava solo su sfondo scuro e l'altro serviva come sfondo intermedio ruoli strutturalmente diversi, non intercambiabili. Da cinque colori approssimativi a sei colori con ruoli precisi. La decisione più sottile: escludere il bianco puro e tenere solo l'Avorio. Quella sola scelta ha cambiato il registro percepito del brand.

- Progetto

Clinica Acustica

NESSUN SISTEMA

DAL LOGO

CANVA

ONDA

UNA PERSONA

Clinica acustica
2026
Identità visiva

Social Strategia visiva
Template social
Manuale d'uso

Tipografia di sistema
Cormorant Garamond
Raleway

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca  Claude

© 2025 Elia Schneider per Clinica Acustica



CANVA

**Il font che avevo scelto
non era su Canva. Ho
dovuto cambiare.**

Quello che sembrava un passo indietro si è rivelato una scelta migliore.

Il sostituto era più sobrio, più funzionale come corpo testo, e non competeva con il display serif nelle gerarchie. Il vincolo operativo del cliente Canva come unico strumento di produzione ha migliorato il sistema invece di limitarlo. La lezione era classica: i vincoli di produzione migliorano il design quando li prendi sul serio invece di aggirarli.

- Progetto

Clinica Acustica

NESSUN SISTEMA

DAL LOGO

CANVA

ONDA

UNA PERSONA

Clinica acustica
2026
Identità visiva

Social Strategia visiva
Template social
Manuale d'uso

Tipografia di sistema
Cormorant Garamond
Raleway

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca  Claude

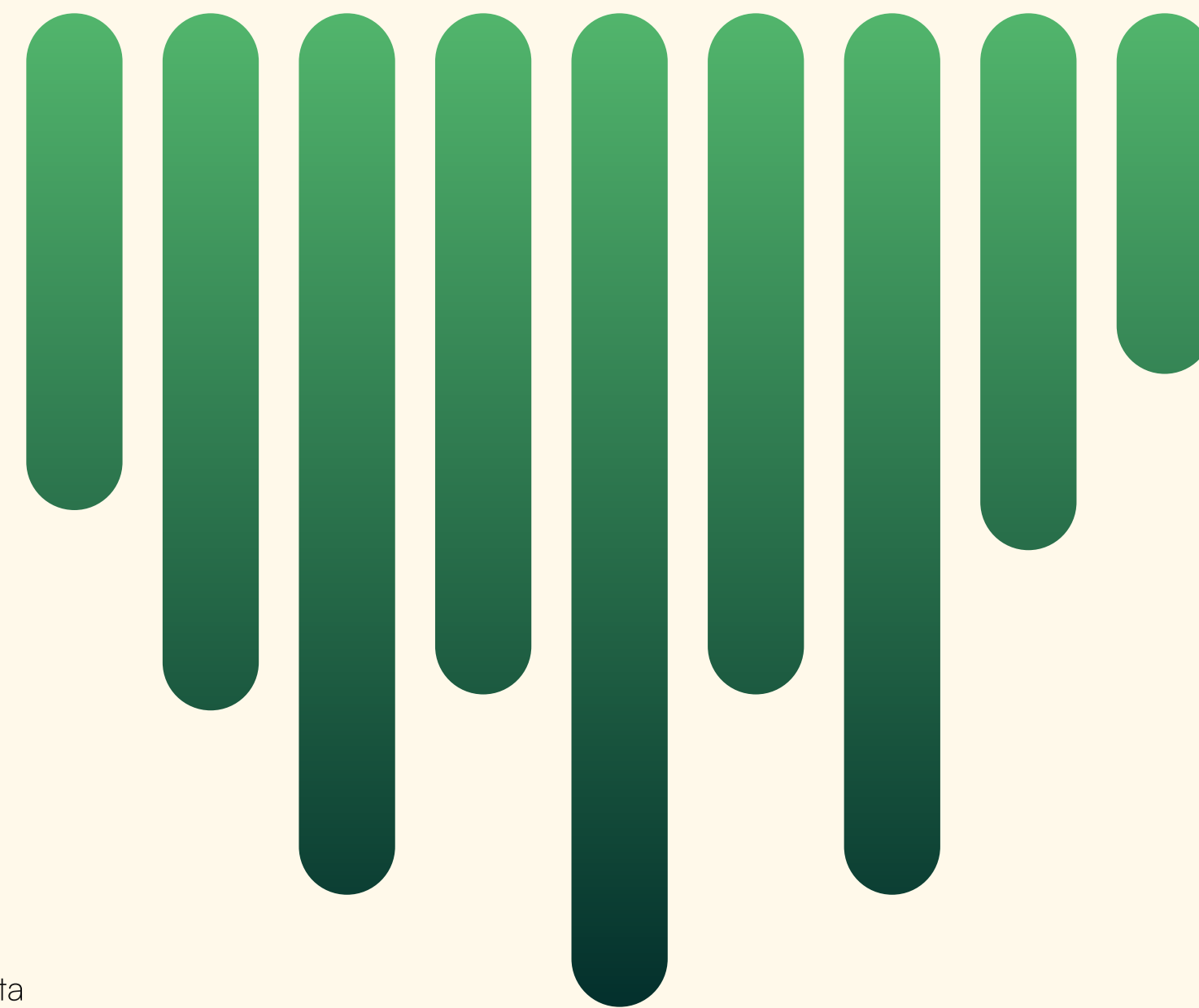
© 2025 Elia Schneider per Clinica Acustica

ONDA

**Non c'erano illustrazioni,
fotografie, iconografia.
Solo il logo.**

Partire da quella povertà ha obbligato a costruire
un sistema puramente tipografico e geometrico.

L'onda sonora è nata come unico elemento tematico non per scelta estetica ma come risposta a una domanda precisa: cosa possiamo fare che sia al tempo stesso decorativo e semanticamente legato all'udito? Il Drip è venuto dopo, come soluzione compositiva per gestire la zona superiore delle slide senza richiedere fotografia. La regola del singolo elemento protagonista per post è stata la decisione più importante: non perché sia originale, ma perché è la regola che viene violata più spesso, ed è esattamente il motivo per cui la comunicazione visiva dei concorrenti appare caotica.



- Progetto

Clinica Acustica

NESSUN SISTEMA

DAL LOGO

CANVA

ONDA

UNA PERSONA

UNA PERSONA



Il sistema viene usato da Debora, da sola, in Canva, con testi che scrive lei.

Ogni regola ha dovuto rispondere anche a una domanda:
è abbastanza semplice da essere rispettata autonomamente?

Quando la risposta era no, la regola andava semplificata o documentata meglio non ignorata. Da quella tensione sono nati due documenti separati: il design system per chi progetta e le istruzioni operative per chi produce. Lo stesso sistema, due toni diversi, due strutture diverse. La distinzione non era formale era la differenza tra un manuale che viene usato e uno che viene ignorato.

Clinica acustica
2026
Identità visiva

Social Strategia visiva
Template social
Manuale d'uso

Tipografia di sistema
Cormorant Garamond
Raleway

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca  Claude

© 2025 Elia Schneider per Clinica Acustica

[TUTTI I PROGETTI]

CABLIT LAMEC · 02 / POSIZIONE

HUB

GROMBALIA

CABLIT LAMEC · TURKI

– PROSSIMO

L'azienda
c'era già.
Ora si vede.

LAMEC CABLAGGI

- Progetto

Lamec Cablaggi

ZERO BRIEF

SISTEMA

VINCOLO

FILIERA

Lamec Cablaggi
2026
Corporate • B2B

B2B Content strategy
Social system design

Tipografia di sistema
Raleway
Space Mono
Outfit

Fotografia — Lamec Cablaggi

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca * Claude

© 2025 Elia Schneider per Lamec Cablaggi

ZERO BRIEF

— CABLIT LAMEC • 02 / POSIZIONE

HUB

GROMBALIA

CABLIT LAMEC • TURKI

Un'azienda con 45 anni di storia che parlava come un fornitore qualunque.

Il problema non era la qualità del lavoro. Era che non si vedeva

Sito del 2009, Instagram senza stile, Facebook quasi morto. Eppure dietro c'era un'azienda solida: stabilimento in Tunisia dal 2008, magazzini automatizzati, controllo produzione digitale in real-time, 91% di riciclo scarti, certificazioni ISO e UL/CSA. Dati reali, investimenti reali non marketing. Il posizionamento era già lì: partner tecnico, non fornitore. Mancava solo qualcuno che lo dicesse.

- Progetto

Lamec Cablaggi

ZERO BRIEF

SISTEMA

VINCOLO

FILIERA

Lamec Cablaggi
2026
Corporate • B2B

B2B Content strategy
Social system design

Tipografia di sistema
Raleway
Space Mono
Outfit

Fotografia — Lamec Cablaggi

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca * Claude

© 2025 Elia Schneider per Lamec Cablaggi

SISTEMA

Nessuna indicazione di stile. Quindi ne ho costruito uno da zero.

Doveva reggere adesso e funzionare anche alla prossima commissione.

Palette da zero: Navy #243250 come primario, arancio #E58B2E per CTA e la linea, blu medio come accent. Tipografia a tre ruoli distinti: Raleway per display, Outfit per body, Space Mono per numeri e dati tecnici.



- Progetto

Lamec Cablaggi

ZERO BRIEF

SISTEMA

VINCOLO

FILIERA

Lamec Cablaggi
2026
Corporate • B2B

B2B Content strategy
Social system design

Tipografia di sistema
Raleway
Space Mono
Outfit

Fotografia — Lamec Cablaggi

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca * Claude

© 2025 Elia Schneider per Lamec Cablaggi



VINCOLO

Tutte le foto erano orizzontali. Il formato era verticale.

Il crop non era un'opzione. Bisognava trovare un sistema che funzionasse per tutte le slide.

Foto landscape in formato portrait 1080×1350 quattro layout analizzati, uno solo reggeva in modo scalabile. Blocco navy in alto con testo, foto integra in basso. Template replicabile su tutte le slide senza dipendere dal soggetto. Il vincolo tecnico ha definito il sistema invece di limitarlo.

- Progetto

Lamec Cablaggi

ZERO BRIEF

SISTEMA

VINCOLO

FILIERA

FILIERA

Dieci slide, dieci capitoli.

Dal plant in Tunisia al controllo qualità, reparto per reparto.
Un'azienda che non sapeva ancora come raccontarsi. Il sistema ha fatto il resto.

Lamec Cablaggi
2026
Corporate • B2B

B2B Content strategy
Social system design

Tipografia di sistema
Raleway
Space Mono
Outfit

Fotografia — Lamec Cablaggi

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca * Claude

© 2025 Elia Schneider per Lamec Cablaggi



[TUTTI I PROGETTI]



– PROSSIMO

La fiera è finita.
Le tazze girano
ancora.

CUPPYCLEAN

- Progetto

Cuppyclean

ZERO ASSET

TENSIONE

RAM

TRE PEZZI

Cuppyclean
2026
Event

Campaign Concept creativo
Design esecutivo

Tipografia di sistema
Outfit
Barlow
Lexend
Satoshi

Fotografia — Cuppyclean

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca ✨ Claude

© 2025 Elia Schneider per Cuppyclean

ZERO ASSET

STAND
PADIGLIONE. D2

058

Tre link e una data. Niente di più.

La prima cosa che abbiamo fatto è stata non eseguire.

Brief minimalista: sito, pagina prodotto, profilo IG, e un'informazione operativa presenza a Venditalia 2026, Rimini, stand 058. Zero indicazioni di stile, zero materiale fotografico, zero strategia. Prima di aprire Figma: analisi del brand, identificazione della tensione strategica del progetto, tre domande chirurgiche.

- Progetto

Cuppyclean

ZERO ASSET

TENSIONE

RAM

TRE PEZZI

Cuppyclean
2026
Event

Campaign Concept creativo
Design esecutivo

Tipografia di sistema
Outfit
Barlow
Lexend
Satoshi

Fotografia — Cuppyclean

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca  Claude

© 2025 Elia Schneider per Cuppyclean



TENSIONE

CuppyClean era nel posto sbagliato.

Il rischio era comunicare CuppyClean come un antagonista del proprio mercato.

Il frame adottato è stato il contrario: upgrade e alleato del coffee corner, non sfidante del distributore. Quella scelta ha orientato tutto copy, tono visivo, gerarchia delle informazioni. Un post sulla partecipazione a una fiera che senza quel ragionamento sarebbe stato solo logistica.

- Progetto

Cuppyclean

ZERO ASSET

TENSIONE

RAM

TRE PEZZI

Cuppyclean
2026
Event

Campaign Concept creativo
Design esecutivo

Tipografia di sistema
Outfit
Barlow
Lexend
Satoshi

Fotografia — Cuppyclean

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca  Claude

© 2025 Elia Schneider per Cuppyclean



Cuppyclean x RAM DIVISION

Potenza e Sostenibilità

RAM

Era già una storia.

Quasi 1000 bicchieri di plastica risparmiati in un weekend.

Cover generata con AI: muso RAM con le tazze Cuppy Clean applicate sopra. Il dato come fulcro visivo della terza slide non il logo, non il prodotto. Foto dell'evento ritoccate per colore e leggibilità. Layout editoriale classico, chiusura con CTA. Brief a zero, carosello in un pomeriggio.

- Progetto

Cuppyclean

ZERO ASSET

TENSIONE

RAM

TRE PEZZI

TRE PEZZI

Tre layout, un solo brief.

Lo stesso evento raccontato in tre formati per tre momenti diversi.

Post principale, reminder pre-fiera, carousel evento.
Non variazioni estetiche ruoli distinti nella stessa campagna.

Cuppyclean
2026
Event

Campaign Concept creativo
Design esecutivo

Tipografia di sistema
Outfit
Barlow
Lexend
Satoshi

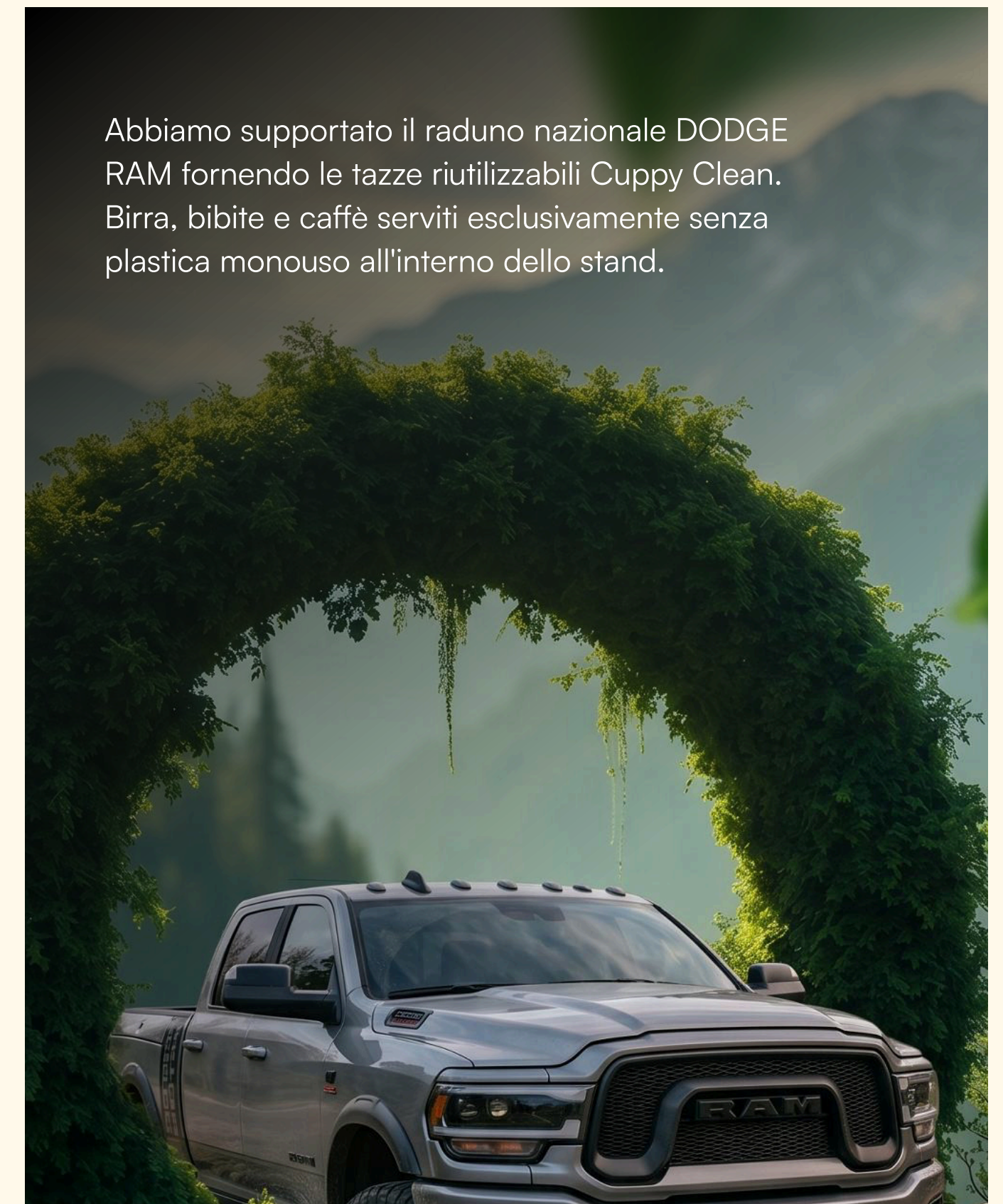
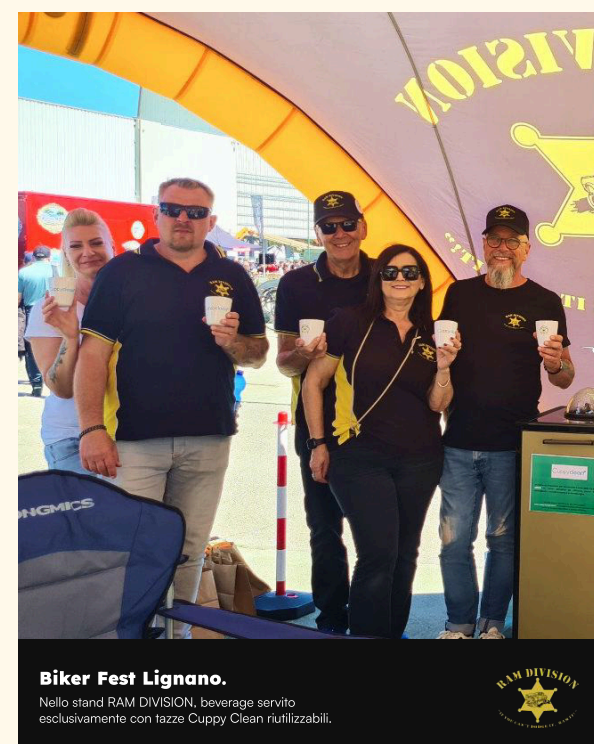
Fotografia — Cuppyclean

Commissionato da
Digital Media Solutions SRL



Ricerca Claude

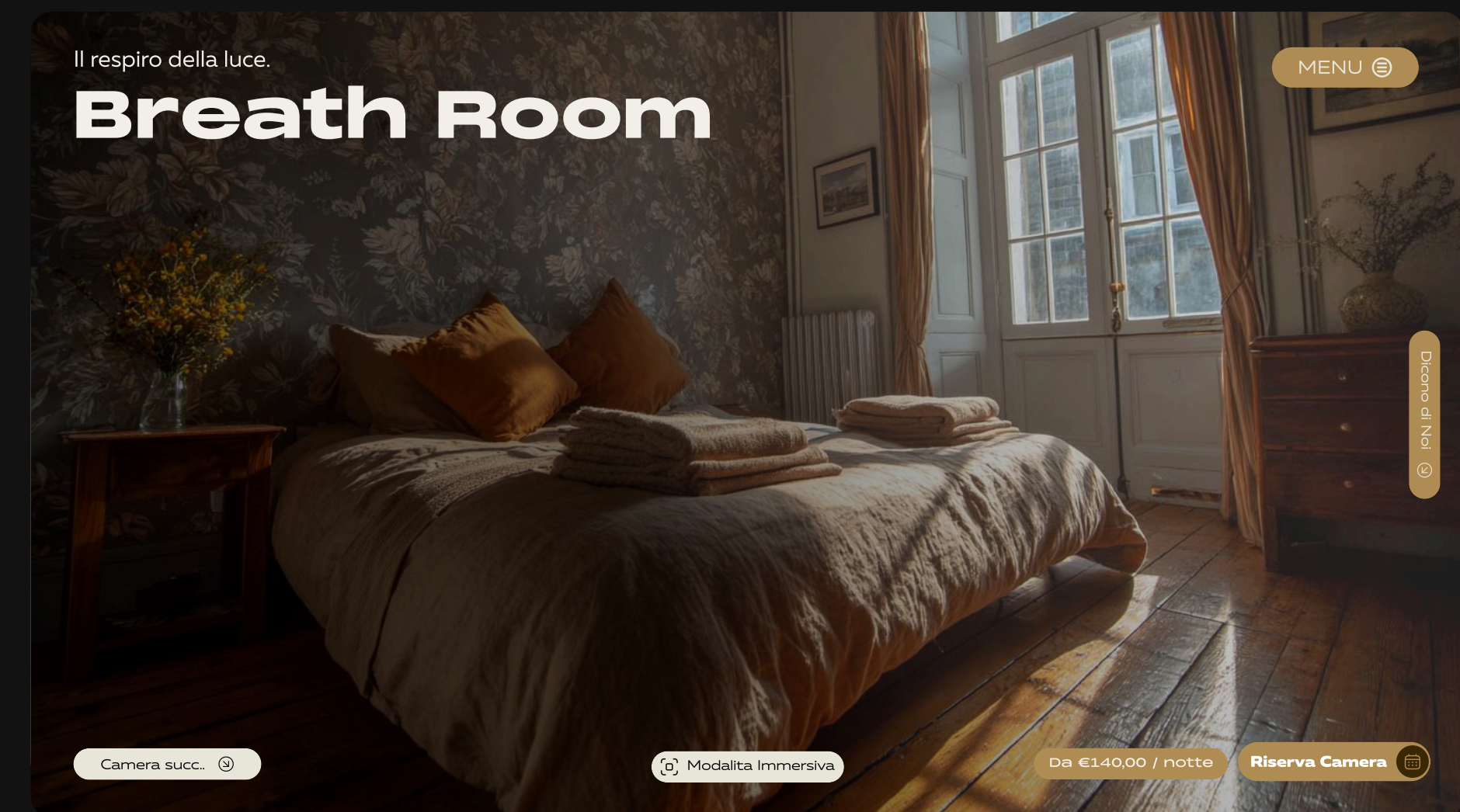
© 2025 Elia Schneider per Cuppyclean



– PROSSIMO

Il sito è online. Le camere
si prenotano. Il silenzio si
vende a misura.

[TUTTI I PROGETTI]



CA'PERENZIN