

Personal data

Francesca Sanfilippo, born on 19th March 1979 - (PN) - address Milan area
e-mail: info@francescasanfilippo.it | Ph: +39 340 9840598

Personal WebSite: <http://www.francescasanfilippo.it>

Photographic Portfolio: http://www.flickr.com/photos/aileen_

Languages

English: both written and spoken (Oxford: Pet and Intermediate level)

French: Elementary proficiency | Spanish: Elementary proficiency

Qualification

Senior Art Director / Aspiring photographer / Visual Artist

Work Experience

January 2014 - Actual

Art Director

A-Tono

Clients: Kia Motors, Chanel, Post-it

January 2003 - Actual

Art Director, Graphic and Web designer / Photographer / Visual Artist

Freelance - Hetepheres.com

Some projects:

Art direction, Brand Identity Blog4Mob.com (2013)

Art direction, direction, illustrations and photography of Stop Motion "Dry Water", Bologna Water Design (2013)

Photographer Backstage, scene of "books" on the video "L'essenziale" by Marco Mengoni (2013)

Brand Identity and website Codemachine (2013)

Art director, art exhibition event "Essenza Coreutica" (2007)

Web designer Hotel Best Western Vicenza (2007), Fondazione Mastrotto (2007)

March 2008 - December 2012

Art Director

PT Communication

May 2007 - March 2008

Graphic and Web Designer

Midastudio

March 2006 - October 2006

Flash Designer

H-FARM Ventures - H-art

January 2006 - March 2006

Flash Designer

Oot

January 2004 - December 2005

Owner Administrative and commercial referent

Garmusic

April 2002 - December 2003

Graphic and Web Designer

Elpicomp

September 2001 - March 2002

Graphic and Web Designer

Trenet

March 2000 - March 2001

IT systems assistant (Project 150h)

Università degli Studi di Udine

Education

November 2013 - March 2014

Publishing and Interactive Typography, IED Istituto Europeo di Design

February - March 2011

Language of photography, teacher Guido Cecere, Accademia di Belle Arti di Venezia

November - December 2010

Social reportage, teacher Francesco Fantini

October 2010

Photography Workshop (1° level), Istituto italiano di Fotografia

January - June 2010

Art Direction and Visual Communication, teacher Gianluca Regnicoli

February 2009

Dance Photography, teacher Luciano Romano, Accademia Teatro alla Scala

October - December 2007

Adobe Flash Cs3 (1° and 2° level), Scuola Grafica San Marco

October - November 2007

Digital coloring, teacher Emanuele Tenderini

February - June 2007

Comix, teacher Emanuele Tenderini

September 2002 - July 2005

Scienze e Tecnologie Multimediali (Multimedia science and technology, BSc level)

Università degli Studi di Udine

Thesis "Analisi sonora del film The Company di Robert Altman" (Sound analysis of movie "The Company" by Robert Altman)

December 2003

Comix, teacher Antonio Menin

September 1998 - July 2001

Tecnico Audiovisivo e Multimediale (Audiovisual and Multimedia Technical, BSc level)

Università degli Studi di Udine

Thesis "L'indicizzazione di un sito web" (Indexing of a website)

September 1993 - July 1998

Maturità scientifica

Liceo Scientifico E. Mayorana

Thesis "La figura della donna nella letteratura dell'800" (The woman in literature of the 1800s)

Honors, exhibitions and awards

January 2015

Mediastars, section Internet & Multimedia: Special Star in Concept Design to A-Tono for Kia Sportage GPL +

January 2015

Mediastars, section Internet & Multimedia: Special Star in Usability to A-Tono for Kia Views

November 2014

Member of the jury Mediastars: section Corporate Identity, Packaging Design & Promotions

October 2013

Art Exhibition San Donà Fumetto: Photographs and digital illustrations

September 2013

Art Exhibition Bologna water design: stop motion "Dry Water" (Direction, Art Direction, Photography, Illustration)

October 2012

Art Exhibition San Donà Fumetto: Photographs and digital illustrations

June 2012

Cover photo for the book "Dove canta la cicala"

http://farm6.staticflickr.com/5330/7434076672_edb30f4db2.jpg

May 2012

Art Exhibition "Meeting Comics": Photographs and digital illustrations

August 2011

Contest "150°..." (theme: 150th anniversary of Italian unification) 2nd place

http://www.flickr.com/photos/aileen_/6085220033/

May 2011

Art Exhibition "Terraè": Photographs

July 2010

Contest "Acqua come bene comune" (theme: Campaign for public water) Special mention of the juries

http://www.flickr.com/photos/aileen_/4922361917/

July 2008

Schmap Stockholm Guide for iPhone: photograph

www.schmap.com/?m=iphone#uid=stockholm&sid=introduction_lodging&p=96704&i=96704_11

January 2008

Contest "Meetic" on Zooppa.com: 1st place for Concept

<http://www.zooppa.com/ads/meetic-it/videos/meglio-meetic>

Additional Information and interests

Press experience: editor and journalist in local newspaper, press officer of Cultural Association IdP

Social services experience: 1 year volunteer center for the disabled, 2 years of voluntary summer camp, three years of voluntary association recreation (AGESCI), 6 months of volunteer senior center.

Music experience: 13 years in Banda Municipal Casarsa della Delizia (PN) with the qualification of clarinet solo, four years in choir and rock band with qualification of singer, good knowledge of the music industry

Interests: figurative arts, photography, music, literature, cinema, mythology, comix, classic and contemporary dance (current), martial arts (2 years kung-fu, 1 year Judo)

Frankspaddock

2007

Website, digital illustration



Japan

2011

Illustration to raise funds for Japan



Clown

2012

Digital illustration, Contest "Illustrati", subject "Circus"



Pesci fuor d'acqua

2012

Digital illustration, Contest "Illustrati", subject "Pesci fuor d'acqua"

In reference to the subject "Pesci fuor d'acqua", the significance is attributed the state of alienation of some children with autism.



Codemachine s.r.l.

2012-2013

Logotipo, corporate image, brand manual, website codemachine.it

Logo

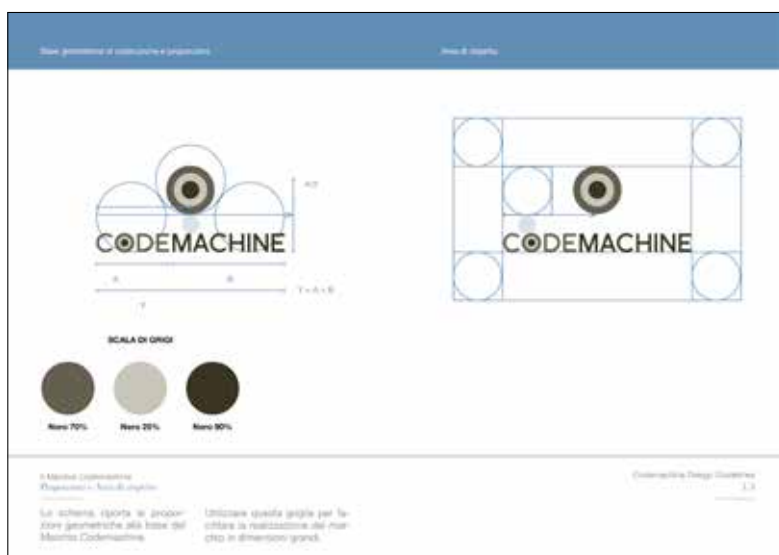
CODEMACHINE

Logotipo



CODEMACHINE

Marchio



PtCommunication

2012

Platform Company profile

è l'azienda

La piattaforma IWP 3.0 è estremamente utile e versatile, può essere interamente personalizzata a seconda delle esigenze specifiche di ogni azienda, sotto tutti i punti di vista, su delle soluzioni che non c'è.

LA PIATTAFORMA È TOTALMENTE PERSONALIZZABILE A LIVELLO GRAFICO

LA PIATTAFORMA È TOTALMENTE PERSONALIZZABILE A LIVELLO DI SCRIPTING.

IWP 3.0 non sarà uno strumento "adattato" all'azienda ma uno strumento "proprio" dell'azienda

2. iwp

Accordo Commerciale

Dopo aver effettuato uno studio preliminare del fatturato prodotto dai vostri clienti in un determinato periodo di tempo, potrete farne generare un V.I. per attuare una suddivisione ricca e qualificata degli stessi clienti in base al fattore di fatturato.

La piattaforma sarà in grado di **generare e di gestire un accordo commerciale** per ogni singolo cliente, calcolando obiettivi percentuali di crescita personalizzati.

Assieme all'accordo verrà **generato anche un codice di login e password** univoci, che verranno inseriti automaticamente nell'accordo commerciale prestampato.

3. tipologie

Registrazione

Ad ogni cliente, dopo che avrà completato le forme con i dati ed accettato il trattamento dei dati secondo le regole normative sulla privacy, il sistema registrerà un codice di accesso personalizzato.

Codice di accesso

PLUS

- Privacy
- Normalizzazione dei dati utente.

4. plus

Geomarketing

La piattaforma IWP 3.0 può essere inoltre dotata di modulo geomarketing, in grado di seguire una mappa interattiva dei tuoi clienti, dei tuoi punti di una promozione, dei partecipanti ad un concorso a premi, evidenziando le attività commerciali nel territorio, e quindi permettendo di intervenire collettivamente dal punto di vista commerciale, sia a livello di macrozona sia a livello di singolo punto vendita.

La piattaforma permette di mappare graficamente il V.I. business per mezzo del modulo **GEOMARKETING**.

4. plus

Accordi commerciali

La piattaforma IWP 3.0 può essere inoltre dotata di modulo geomarketing, in grado di seguire una mappa interattiva dei tuoi clienti, dei tuoi punti di una promozione, dei partecipanti ad un concorso a premi, evidenziando le attività commerciali nel territorio, e quindi permettendo di intervenire collettivamente dal punto di vista commerciale, sia a livello di macrozona sia a livello di singolo punto vendita.

4. plus

Report

Il modulo report rientra nella sezione **BACK HAND** riservata all'azienda. Viene fornito su foglio Excel ed è totalmente customizzabile.

Questo significa che ogni azienda potrà decidere chi e come potrà vedere i risultati raggiunti da ogni singola figura commerciale partecipante alla promozione.

Ad esempio un agente, un copiatore oppure un grossista potrà vedere la percentuale di obiettivo raggiunto da un suo cliente oppure da tutti i clienti dell'azienda, oppure da clienti di una zona geografica predefinita.

4. plus

PtCommunication

Spazio per il tuo business
 Soluzioni innovative
 Servizi personalizzati
 Assistenza 24/7

4. plus

Australian

2009

Graphic, shooting, art direction



Biodiversity - WWF

2010

Concept, Copywriting, Art Direction
"Natura, armonia di varietà"



Kia Motors - Sportage GPL+

2014

Graphic, art direction

kiagplplus.it



Kia Motors - Kia Views (dem + website)

2014

Graphic, art direction, Logo design

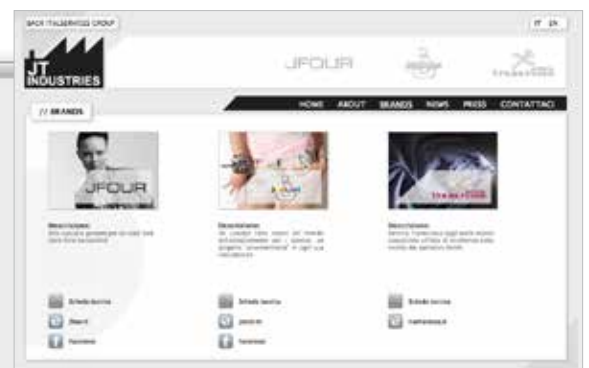
kiaviews.it



Lamborghini.it - Gruppo Lamborghini
2012
Graphic, art direction



Italservicesspagroup.it - Italservices S.p.A.
2009
Graphic, art direction of Italservices' brands
italservicesspa.com - itsnewsspa.it - jtindustriesspa.it



Cyclejeans.it - Cycle

2010

Graphic, art direction



Safilens - Safilens

2009

Graphic, art direction

Eurofins presenta... Web in HTML, format | Grafica desktop

Safe-Gel 1 day
Dalla Ricerca Italiana
le nuove lenti a contatto
a RICAMBIO GIORNALIERO
con rilascio di Acido Ialuronico

RICHIEDI CAMPIONE GRATUITO

DETTAGLI +

L'esperto risponde...
Piero, 37 anni - ingegnere

"Sono un'ansioso portatore di lenti a contatto che uso ormai da parecchi anni. Ho sempre avuto lenti giornaliere. Che posso finalmente cambiare le lenti più spesso mantenendo la stessa livello di agilità in base annuale. Quando vado a comprare le lenti, cosa chiedo al mio contattologo?"

Safe-gel 1 day le prime ed uniche lenti programmate per l'uso giornaliero. L'utilizzo di questa lente presenta una serie di inconfondibili vantaggi. Sostituire più frequentemente una lente a contatto significa avere una lente più pulita, più permeabile all'ossigeno, più fresca ed morbida. [...]

RICHIEDI INFORMAZIONI

NUMERO VERDE
dalle 9:00 alle 17:00
dal lunedì al venerdì
800-202309

Safe-Gel 7 Days
Dalla RICERCA ITALIANA,
le nuove lenti a contatto
SETTIMANALI

segue >>

Eurofins - CONTACT LENSES
EUROFINS OPTICALS S.p.A.
EUROFINS OPTICALS S.p.A. - ITALY
EUROFINS OPTICALS S.p.A. - ITALY

EUROFINS S.p.A. VIA FANTASIOGGIO 104A, 40138 BOLOGNA

Eurofins presenta... Web in HTML, format | Grafica desktop

Safe-Gel 7 Days
Dalla Ricerca Italiana
le nuove lenti a contatto
a RICAMBIO SETTIMANALE
con rilascio di Acido Ialuronico

RICHIEDI CAMPIONE GRATUITO

DETTAGLI +

L'esperto risponde...
Annaletta, 48 anni - studentessa

"La mia settimana è fatta di studi e lezioni, attività, palestra e sereno. Ovviamente, non vedo l'ora che arrivi il weekend per andare in giro con le amiche e divertirmi. Sto sempre preoccupata per la sicurezza del periodo d'uso delle mie lenti a contatto: quando devo sostituirle? Che accouture Simgone a sempre sull'agenda. Con le nuove SafeGel basta avere. Ogni lunedì mattina indosso un paio fresco di lenti, che mi durano tutta la settimana. Facile e pratica. Quando voglio dalle lenti a contatto."

Ha ragione Annaletta.
Capire quanto sostituire le nuove lenti Safe-Gel 7days è sicuramente più facile.
Dalla ricerca tutta italiana di Safilens, nascono le nuove lenti a contatto Safe-Gel 7days. [...]

RICHIEDI INFORMAZIONI

NUMERO VERDE
dalle 9:00 alle 17:00
dal lunedì al venerdì
800-202309

Safe-Gel 1 day
Dalla RICERCA ITALIANA,
le nuove lenti a contatto
GIORNALIERE con GEL
SOLITANTE

segue >>

Eurofins - CONTACT LENSES
EUROFINS OPTICALS S.p.A.
EUROFINS OPTICALS S.p.A. - ITALY
EUROFINS OPTICALS S.p.A. - ITALY

EUROFINS S.p.A. VIA FANTASIOGGIO 104A, 40138 BOLOGNA

iMet - Met (Italservices S.p.A.)

2010 - 2011 - 2012

Graphic, art direction



App - HeavyProject e ItsMet (Italservices S.p.A.)

2010 - 2011 - 2012

Graphic, art direction



App - Chili.tv

2012

Graphic, art direction



Campagna bannering Met Chino&Friends per Vogue.it - Chino&Friends

2011

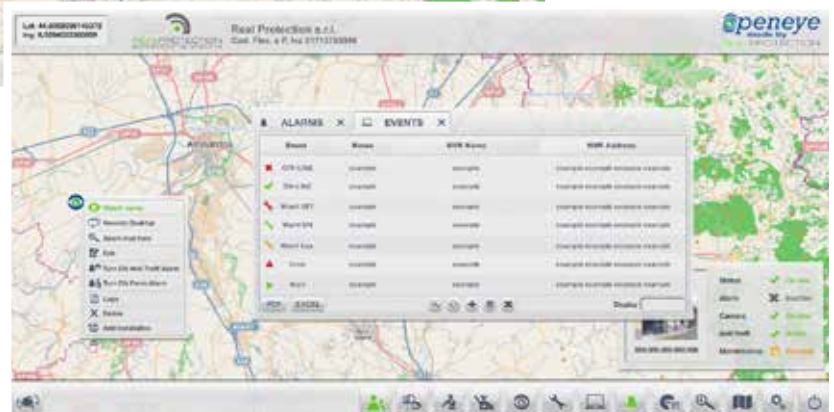
Art Direction and flash



Software - Realprotection's OpenEye

2013

Restyling user interface, art direction



Video Surveillance System



Check&Go - Piaggio

2011

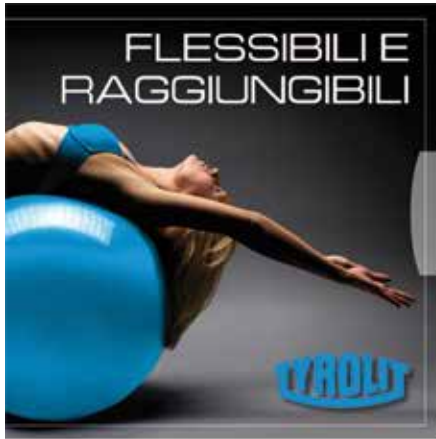
Graphic, art direction



Flessibili e raggiungibili - Tyrolit

2011

Graphic, art direction



BASIC

01 - BIANCO
Gartendo

02 - APPLE
Apple

03 - SAMSUNG
Samsung

04 - SAMSONITE
Samsonite



BASIC

01 - BIANCO
Gartendo

02 - APPLE
Apple

03 - SAMSUNG
Samsung

04 - SAMSONITE
Samsonite

PREMIUM

01 - SONY
Sony

02 - SONY
Sony

03 - HAMILTON
Hamilton

LUXURY

01 - LG
LG

02 - APPLE
Apple

03 - WHOTELS.IT
Whotels.it

Festival Venice Comic Art Fest

2008

Graphic, art direction (*original illustration made by Milo Manara)

VENICE COMIC ART FEST
12-13-14 DICEMBRE 2008
Primo Festival Internazionale d'Arte del fumetto di Venezia

LIDO DI VENEZIA
ex Palazzo del Casinò / 13-14 dicembre 08
Incontri con **MILO MANARA, GIORGIO CAVAZZANO, SERGIO TOPPI, GIANFRANCO ENRIETTO** (illustrazioni **GORMITI**)
SPETTACOLO DI CABARET con Riky Bokor, Roberto De Marchi, Francesco Rizzuto, Salvo Spoto, da **ZELIG OFF** e **COLORADO CAFE'**

VENEZIA
Fondazione Querini Stampella / 12-12-08 - 12-13-09
martedì - sabato 12 / domenica 13 - 14 lunedì chiuso
MILO MANARA: NUOVI SOGNI
Mostra personale con oltre 80 incisi

www.venicecomicartfest.com

IN COLLABORAZIONE CON: [Logos of partner organizations]

CON IL PATROCINIO DI: [Logos of official sponsors]

PARTNER SPONSOR: [Logos of partner sponsors]

MEGA PARTNER: **IL GAZZETTINO**, **Compuservice**

OFFICIAL HOTEL: [Logos of official hotels]

SPONSORI SPONSOR: **BANCA DEL VENEZIANO**, [Logos of other sponsors]

VENICE COMIC ART FEST
12-13-14 DICEMBRE 2008
Primo Festival Internazionale d'Arte del fumetto di Venezia

LIDO DI VENEZIA
ex Palazzo del Casinò / 13-14 dicembre 08
Incontri con **MILO MANARA, GIORGIO CAVAZZANO, SERGIO TOPPI, GIANFRANCO ENRIETTO** (illustrazioni **GORMITI**)
SPETTACOLO DI CABARET con Riky Bokor, Roberto De Marchi, Francesco Rizzuto, Salvo Spoto, da **ZELIG OFF** e **COLORADO CAFE'**

VENEZIA
Fondazione Querini Stampella / 12-12-08 - 12-13-09
martedì - sabato 12 / domenica 13 - 14 lunedì chiuso
MILO MANARA: NUOVI SOGNI
Mostra personale con oltre 80 incisi

www.venicecomicartfest.com

IN COLLABORAZIONE CON: [Logos]

CON IL PATROCINIO DI: [Logos]

PARTNER SPONSOR: [Logos]

MEGA PARTNER: **IL GAZZETTINO**, **Compuservice**

OFFICIAL HOTEL: [Logos]

SPONSORI SPONSOR: **BANCA DEL VENEZIANO**, [Logos]

VENICE COMIC ART FEST
12-13-14 DICEMBRE 2008
Primo Festival Internazionale d'Arte del fumetto di Venezia

LIDO DI VENEZIA
13 dicembre 2008 - ex Palazzo del Casinò / ore 18,00
SPETTACOLO DI CABARET con Riky Bokor, Roberto De Marchi, Francesco Rizzuto, Salvo Spoto (da **ZELIG OFF** e **COLORADO CAFE'**)

VENEZIA
Fondazione Querini Stampella / 12-12-08 - 12-13-09
martedì - sabato 12 / domenica 13 - 14 lunedì chiuso
MILO MANARA: NUOVI SOGNI
Mostra personale con oltre 80 incisi

www.venicecomicartfest.com

IN COLLABORAZIONE CON: [Logos]

CON IL PATROCINIO DI: [Logos]

PARTNER SPONSOR: [Logos]

MEGA PARTNER: **IL GAZZETTINO**, **Compuservice**

OFFICIAL HOTEL: [Logos]

SPONSORI SPONSOR: **BANCA DEL VENEZIANO**, [Logos]

DEBRA
ITALIA ONLUS

Tutti i comici sono "amici di DEBRA" e collaborano con l'Associazione per aiutare i Bambini Paralizzati. Spettacolo di beneficenza con ingresso a offerta e favore di Debra Italia Onlus per la ricerca e il trattamento del Brachio.

www.debraitaliaonus.org è la sua porta di accesso all'unica organizzazione nazionale no profit impegnata a promuovere la ricerca di nuove trattamenti e cure per i Bambini Paralizzati e a fornire informazioni e supporto alle loro famiglie.

Associazione per la Ricerca sull'Atrofico Brachio

Art exhibition/Event *Essenza Coreutica*

Centro Congressi di Montegrotto Terme (Pd) May 19 to 27 - 2007

“Essenza-Coreutica” is an exposition/event. I created the concept, the set, hired the right artists for the project. Other than this, I did also draw a digital illustration, few paints and video..

The concept of the event:

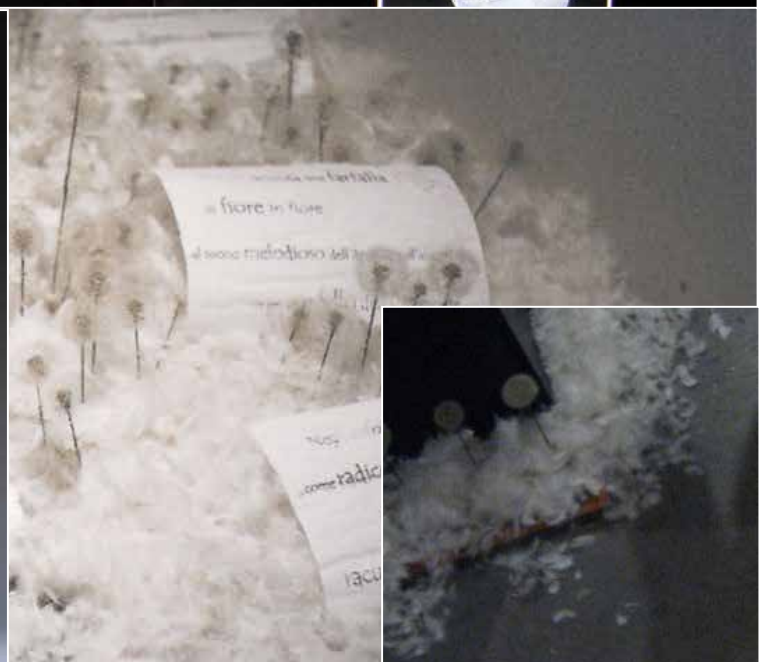
“Lights, air, suspension, movement... the art of dancing... the event-exhibition revolves around these four keywords. There are no imposed rules on colours, sounds nor anything else. There just is a common idea; to represent all that is grace, movement, ethereal beauty, lightness. A game of lights and contrasts, complementary hues. Everything aims to convey to the viewer infinite beauty, to keep him with bated breath; a constant floating feeling, enforced by the wind and sounds that merge, in their black and white expressions. Duality, to the extreme. There is nothing supposed to be gloomy: on the contrary, there is a white energy explosion, filled with light.

The dance itself is the main theme, on its deepest and most oniric meaning”

Video preparation http://www.youtube.com/watch?v=_tXIWwCl8k0

Video Installation <http://www.youtube.com/watch?v=HxOuoFD-qpw>

Concept, pictures, digital images, video, art direction, creative preparation and coordination
(Photographs of the Event)



Short tale “Prima di C., dopo di C, Mary”

2010 - 2011

The above mentioned story is an experimental work where photography, illustration and creative writing intertwine. The text is supporting and emphasizing the images and viceversa.

It was paged with special care given to the frames and the placement of text in relation to images. The story itself is currently in the process of its development in App for iPad, its transposition as a short film, where I will supervise as assistant director and art director.



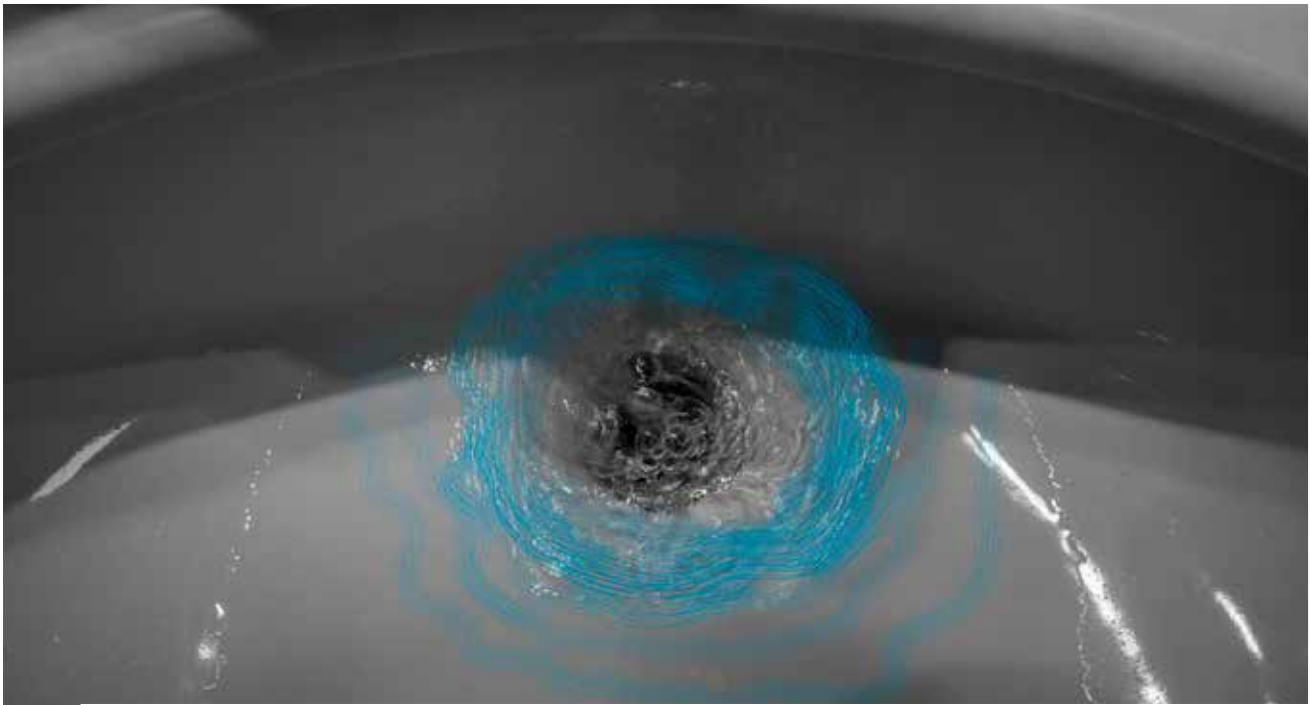
Stop Motion "Dry Water", Bologna Water Design

2013

Water as filaments, streams that flow, they create and recomposed themselves, they penetrate everything and they give life. The wax skin of a girl who unconsciously is wasting the precious element, and almost unaware of its importance that permeates both she and the environment that surrounds them, it dries up losing its young beauty ...

Video: <http://www.youtube.com/watch?v=JLczShzVIQg>

Art direction, direction, illustration and photography
(Frame of video)



Publications

June 2012

Cover photo of the book “Dove canta la cicala” and Special mention of the jury on contest “Acqua come bene comune”

http://farm6.staticflickr.com/5330/7434076672_edb30f4db2.jpg

