PORTFOLIO

JASMINE BORDIGNON

JASMINE CHI?

FUN FACTS

Parlo 5 lingue
Italiano, Inglese, Spagnolo, Francese e Norvegese

Quando non lavoro....
Mi trovi in aeroporto o a fare qualche gitarella

Sono affidabile
Quattro volte testimone e una madrina di battesimo: sembra che il destino abbia deciso di farmi avere un ruolo speciale nelle vite di chi mi circonda

Ciao sono Jasmine,

un'Art Director con un'anima intraprendente e un'energia contagiosa. Per me, la creatività non è solo un mestiere, ma un modo di vedere il mondo.

Grazie alla mia **esperienza internazionale** e a una formazione eclettica, arricchisco ogni progetto con una visione ampia e innovativa. Come un artigiano, scolpisco l'identità di un brand, trasformandola in **strategie di comunicazione eleganti, efficaci e coinvolgenti**. Ogni dettaglio è pensato per emozionare e lasciare il segno.

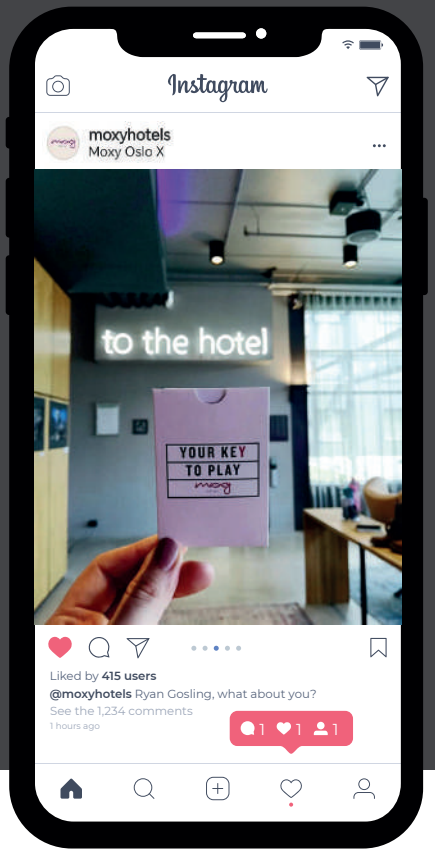
La **gentilezza** è il filo conduttore del mio lavoro e della mia vita. Credo nel potere della collaborazione, nell'importanza dell'ascolto e nella capacità di generare impatto positivo, sia nel mondo digitale che in quello reale.

Sono concreta, assertiva e sempre pronta a mettere in gioco la mia creatività per trasformare le idee in realtà.

PROGETTI

P. 5

P. 9



P. 13

P. 18

PRO

GRAFICHE, SOCIAL

GET

E MOLTO DI PIÙ

TI !

HUNTERS BREWING

P. 5

RICHIESTE DEL CLIENTE

Creare un brand forte e distintivo per una **nuova proposta di birre artigianali,** da presentare nel territorio dei Castelli Romani (RM), con un forte legame al territorio

TARGET

- **Locali e pub specializzati**
- **Appassionati** di birra artigianale

Zona **Castelli Romani** (RM)

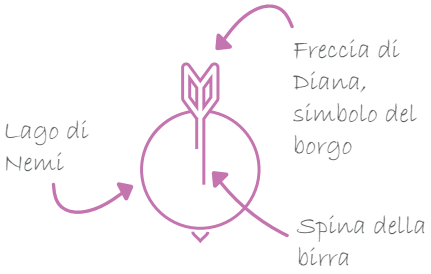
TONE OF VOICE

Sicuro, genuino, appassionato e conviviale

FASI DEL PROGETTO

Febbraio

NAMING &LOGO
+ immagine coordinata



Hunters Brewing
=
Cacciatori di Birra
È un omaggio alla Dea Diana, divinità a cui il territorio è molto legato, e a coloro che si avventurano nella caccia di nuove birre audaci e raffinate

Marzo - Aprile

REALIZZAZIONE DELLE ETICHETTE
in collaborazione con Eleonora Garofolo

Illustratrice e fumettista locale

MATERIALE INFORMATIVO
+ sottobicchieri e divise

Maggio

UFFICIALMENTE ONLINE
Creazione delle pagine social e di storie per creare attesa

Giugno

LANCIO DELLE BIRRE ALLA FESTA DELLE FRAGOLE DI NEMI in collaborazione con Fustock pub

FUN FACT

Nel primo giorno di presentazione al pubblico la birra ha venduto più di tutte le altre presenti nel food truck di Fustock ed è andata SOLD OUT in 2 ore

NEMETON
BELGIAN STRONG ALE

HUNTERS' BREWING
NEMETON
BELGIAN STRONG ALE
7,6% VOL
33 CL

HUNTERS' BREWING

HUNTERS' BREWING
HOLY GROVE
AMERICAN PALE ALE
6,0% VOL
33 CL

HUNTERS'
BREWING
HUNTERS'
BREWING
HUNTERS'
BREWING

GRANI BISTROT

P. 9

RICHIESTE DEL CLIENTE

Creare un'**esperienza gastronomica unica** nel suo genere nel borgo di Nemi, nei Castelli Romani. Il bistrot ha un massimo di 40 coperti a servizio
Main focus: **la pasta**

TARGET

- **Turisti**, soprattutto stranieri, che visitano il borgo nel weekend
- **Persone del luogo** (tendenzialmente restii al cambiamento) in settimana

STILE

Elegante, raffinato e all'avanguardia rispetto la proposta enogastronomica locale

FASI DEL PROGETTO

MOMENTI DI PANICO

Lo chef ha abbandonato il progetto ad una settimana dall'apertura del Bistrot.
In 7 giorni abbiamo trovato un altro chef e rifatto tutti i menù. L'apertura non poteva essere spostata visto che era fissata proprio nel weekend della Festa delle Fragole, l'evento più atteso dell'anno nel borgo

Novembre

NAMING &LOGO
+ immagine coordinata

GRANO o GRANI?
Erano entrambi in cima alla lista dei nomi possibili....
Dopo aver creato tutta la comunicazione, impazzendo con gli allineamenti, forse avrei scelto GRANO

Dicembre - Febbraio

SCELTA DEGLI ARREDI, DELLE STOVIGLIE, DELLE DIVISE E DELLA MISE EN PLACE
In collaborazione con i clienti

Marzo - Aprile

SHOOTING FOTOGAFICO
per gli allestimenti del locale

COSTRUZIONE SITO WEB
Con agenzia esterna

Marzo - Maggio

SCELTA STAFF
chef e personale, del **MENÙ** e dei **VINI**

REALIZZAZIONE MENÙ

LANCIO
Del sito e delle pagine social

PRANZO DI PROVA con 20 persone

Giugno

APERTURA DEL BISTROT

PRIME RECENSIONI
Alcune anche molto negative ma stimolanti da gestire

GRANI

GRÃNI
BISTROT

m o x y
H O T Ɛ L S

P. 13

IL MOXY PENSIERO

L'esperienza del cliente è al centro: deve divertirsi e vivere l'hotel al 100% anche nei soggiorni più brevi. Idee creative e un po' pazze per un hotel che non si prende troppo sul serio

TARGET

- **Young spirited guests**
Coloro che abbracciano l'innovazione e cercano esperienze meno convenzionali, lontane dagli schemi rigidi spesso associati agli altri hotel, anche quelli della stessa catena

TONE OF VOICE

Gioioso, giocoso, colorato, stylish e irriverente

LAVORO AL MOXY

FUN FACT

Per Halloween un cliente norvegese ha fatto check in in una stanza tematizzata horror. Il giorno dopo ha chiesto chi l'avesse realizzata e poi mi ha abbracciata dicendomi:
"È la stanza più bella in cui io abbia mai dormito!"

Giugno - Ottobre

SCRITTE IN ASCENSORE
per invitare il cliente a farsi foto e a postare con l'#ATTHEMOXY

CONTENUTI SOCIAL
Moxy Milan

MOXY POOL PARTY
Organizzazione guest experiences

Novembre - Dicembre

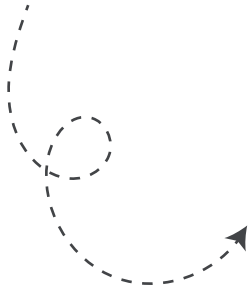
Perchè c'è un Minion in questo portfolio?

GUEST APPRECIATION WEEK = un allestimento diverso degli spazi comuni al giorno + realizzazione di attività varie con e per i clienti

SFIDA DI NATALE
Allestimento spazi dell'hotel e battaglia di like contro gli altri hotel della catena

Gennaio + ∞

HOOKUP TIME!
Realizzazione di attivazioni in hotel e nelle camere degli ospiti



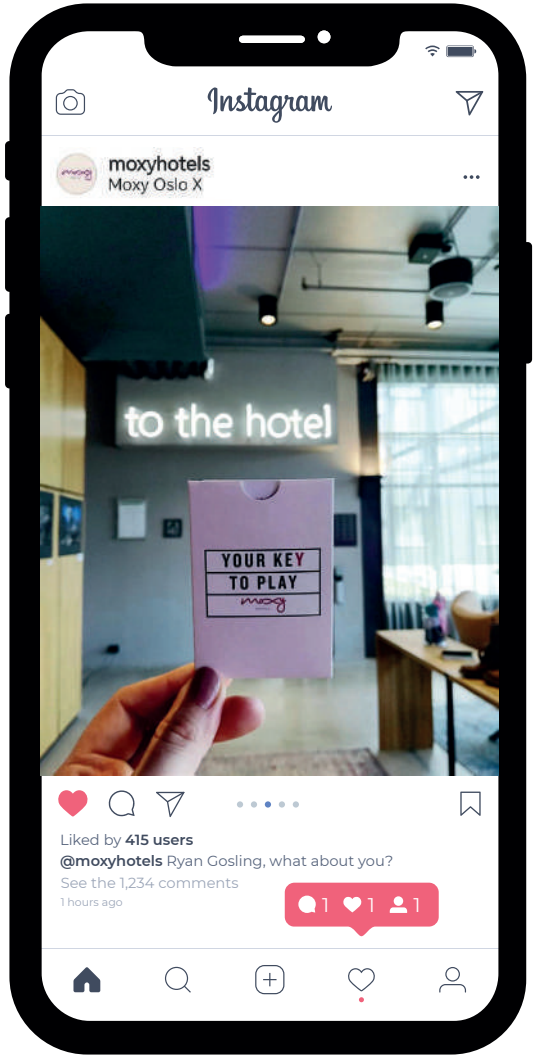
MXP - OSL

Per oltre un anno

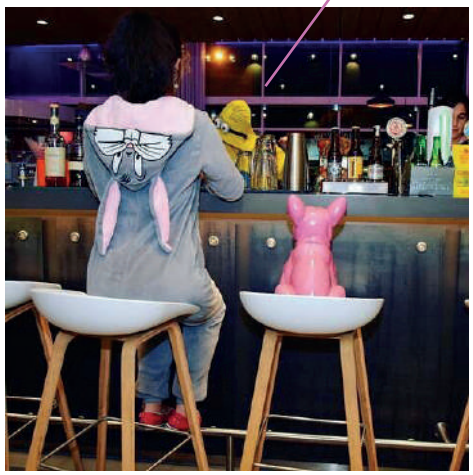
CONTENUTI SOCIAL Moxy Oslo X

ATTIVAZIONI
giochi, mostre, cocktail tematici

HOOK UP in hall e nelle camere per halloween, natale, kick off, anniversari, compleanni ecc



SPOILER ALERT



Alcuni dei post delle pagine di Milano Malpensa e Oslo che sono stati ripubblicati nella pagina ufficiale di Moxy Hotels

moxy
HOTELS
SURVIVE IN NORWAY
Learn the PENGUIN WALK
There is always ice everywhere in winter time so you have to start walking as a penguin to not fall on you ass!
This is my SPOT!
Never ever sit next to somebody in the bus. When Norwegians buy a bus ticket they automatically think the other spots next to them belong to them as well!
HÆ and OI
Say no to long sentences! To apologize when your hitting somebody use OI and when you don't understand what they are telling you just say HÆ with a question mark face.
THIS IS FOR YOUR MENTAL SAFETY!
NEVER compare product prices between your home and Norway. Here everything is so expensive. You have been warned, don't have an heart attack at the first beer you buy!
The secret to be HAPPY
Norwegian people discovered how to be happy. The solution for them is.... DRINK a lot of alcohol! Never challenge a Norwegian on a alcohol competition! They will win!

LOGHI

P. 17

HUNTERS'
BREWING

GRANI
BISTROT

RISPETTA IL BOSCO

Il Giardino del Lago

Pinta un viale

PANEMENTI

ITALIA
GUIDEN

NATURE SHAPES

Authentic Experience
- Nemi -

WE

DESIGN

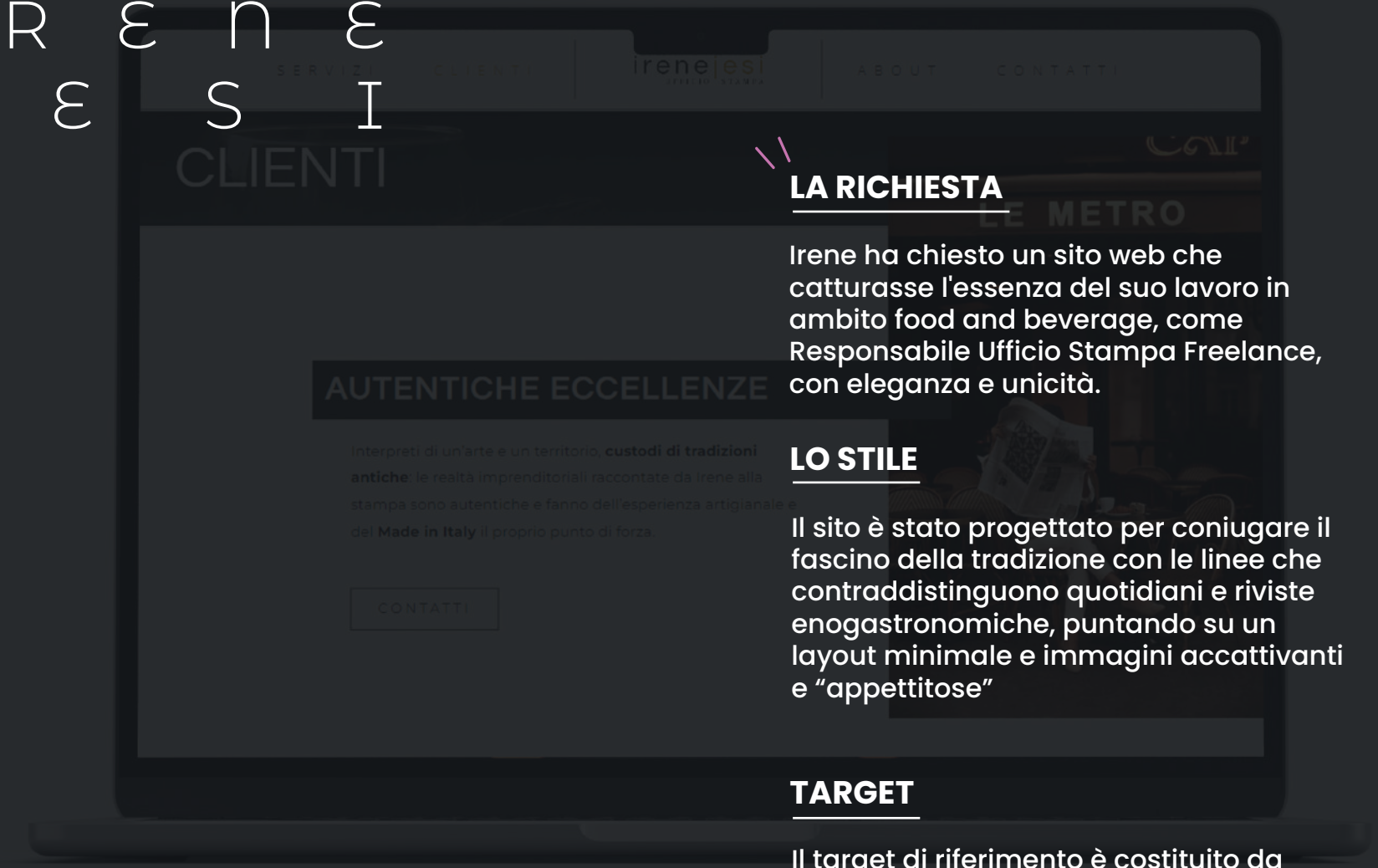
BSI

FRONTEND

TES

NB: LA MAGGIOR PARTE DEI SITI SONO STATI REALIZZATI PER UN'AGENZIA DI COMUNICAZIONE,
SE INTERESSATI CONDIVIDERÒ I LINK DEI PROGETTI IN FASE DI COLLOQUIO

I R E N E J E S I



LA RICHIESTA

Irene ha chiesto un sito web che catturasse l'essenza del suo lavoro in ambito food and beverage, come Responsabile Ufficio Stampa Freelance, con eleganza e unicità.

LO STILE

Il sito è stato progettato per coniugare il fascino della tradizione con le linee che contraddistinguono quotidiani e riviste enogastronomiche, puntando su un layout minimale e immagini accattivanti e “appettitose”

TARGET

Il target di riferimento è costituito da **responsabili marketing e proprietari di aziende** del settore**, giornalisti** (per cui è stata creata una pagina dedicata) e **food blogger professioniste.**

FASI DEL PROGETTO

Visita ora: www.irenejesi.it

Novembre

ANALISI DEL MATERIALE del sito già in uso + analisi di mercato e dei competitor

Ricerca delle ispirazioni e creazione **MOODBOARD**

Dicembre

REALIZZAZIONE MOCK UP GRAFICO

SCELTA DELLE FOTO

CONSULENZA nella rielaborazione Dei testi

Gennaio

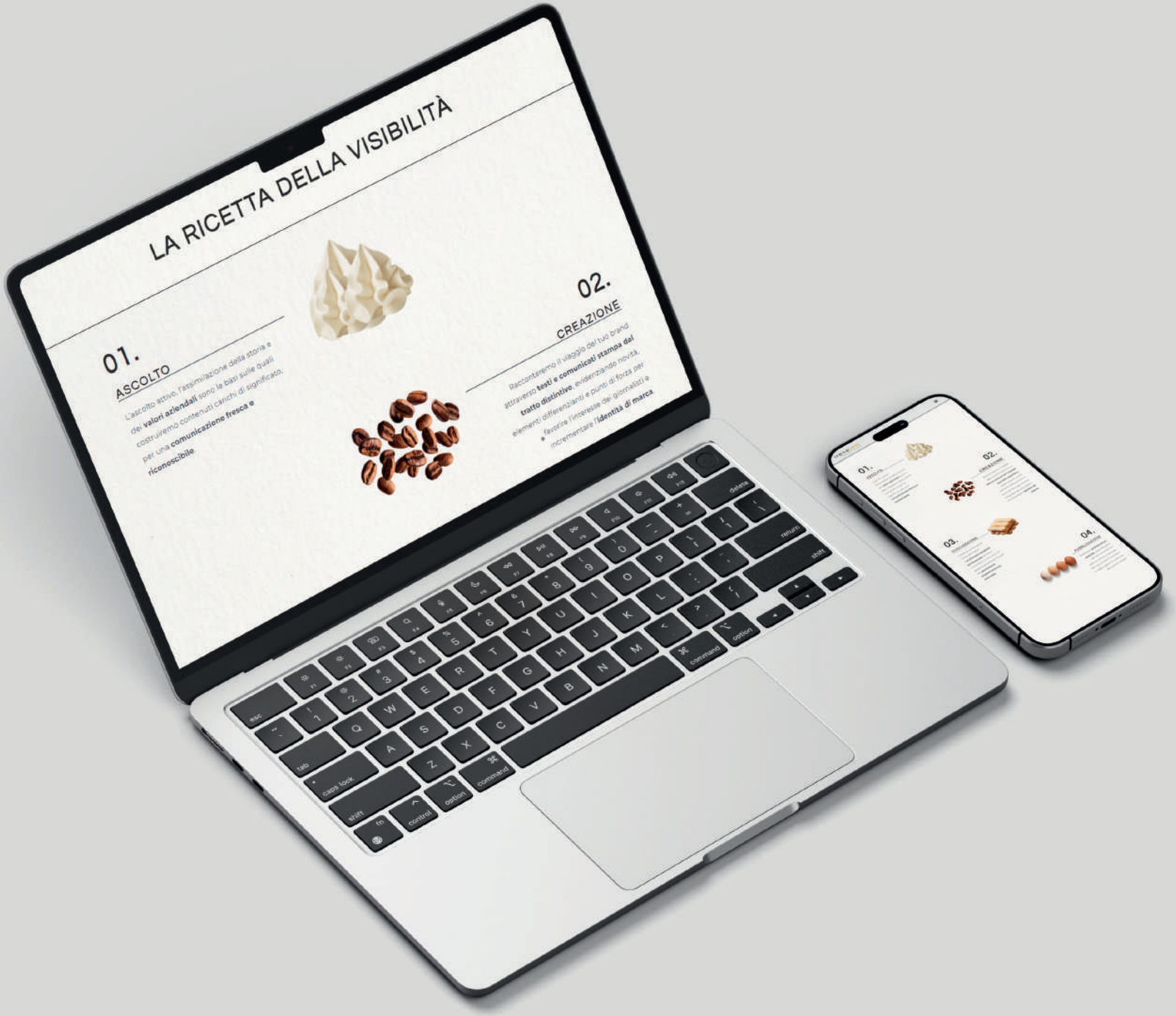
SET UP Wordpress e plugin

COSTRUZIONE DEL SITO con Elementor Pro

Febbraio

REVISIONI FINALI

LANCIO DEL SITO ONLINE Tramite Azioni Facebook, Instagram e Linkedin


LA RICETTA DELLA VISIBILITÀ
01.
ASCOLTO
L'ascolto attivo, l'assimilazione della storia e dei **valori aziendali** sono le basi sulle quali costruiremo contenuti carichi di significato, per una **comunicazione fresca e riconoscibile**
02.
CREAZIONE
Racconteremo il viaggio del tuo brand attraverso **testi e comunicati stampa dal tratto distintivo**, enderizzando nuova, elementi differenzianti e punti di forza per favorire l'interesse dei giornalisti e incrementare l'**identità di marca**.

19:41
5G
irenejesi
UFFICIO STAMPA
FOOD BLOGGER
Eccellenza e creatività in uno scatto di
www.irenejesi.it

21:59
5G
irenejesi
UFFICIO STAMPA
Irene Jesi riveste da 10 anni il ruolo di **Responsabile Ufficio stampa e Copywriter Freelance**, per quei marchi che mirano a definire e comunicare con chiarezza una propria visione, rispetto ad un mercato in cui l'identità aziendale è un elemento sempre più determinante.
Il suo lavoro è frutto di un'autentica passione per le storie imprenditoriali; persone e contesti che ascolta,
www.irenejesi.it

m o

INFO@JASMINEBORDIGNON.COM

R E

WWW.JASMINEBORDIGNON.COM

o n

+39 345 2348700