

THALAMUS CHARLES

PORTFOLIO

paco rabanne

National ADV

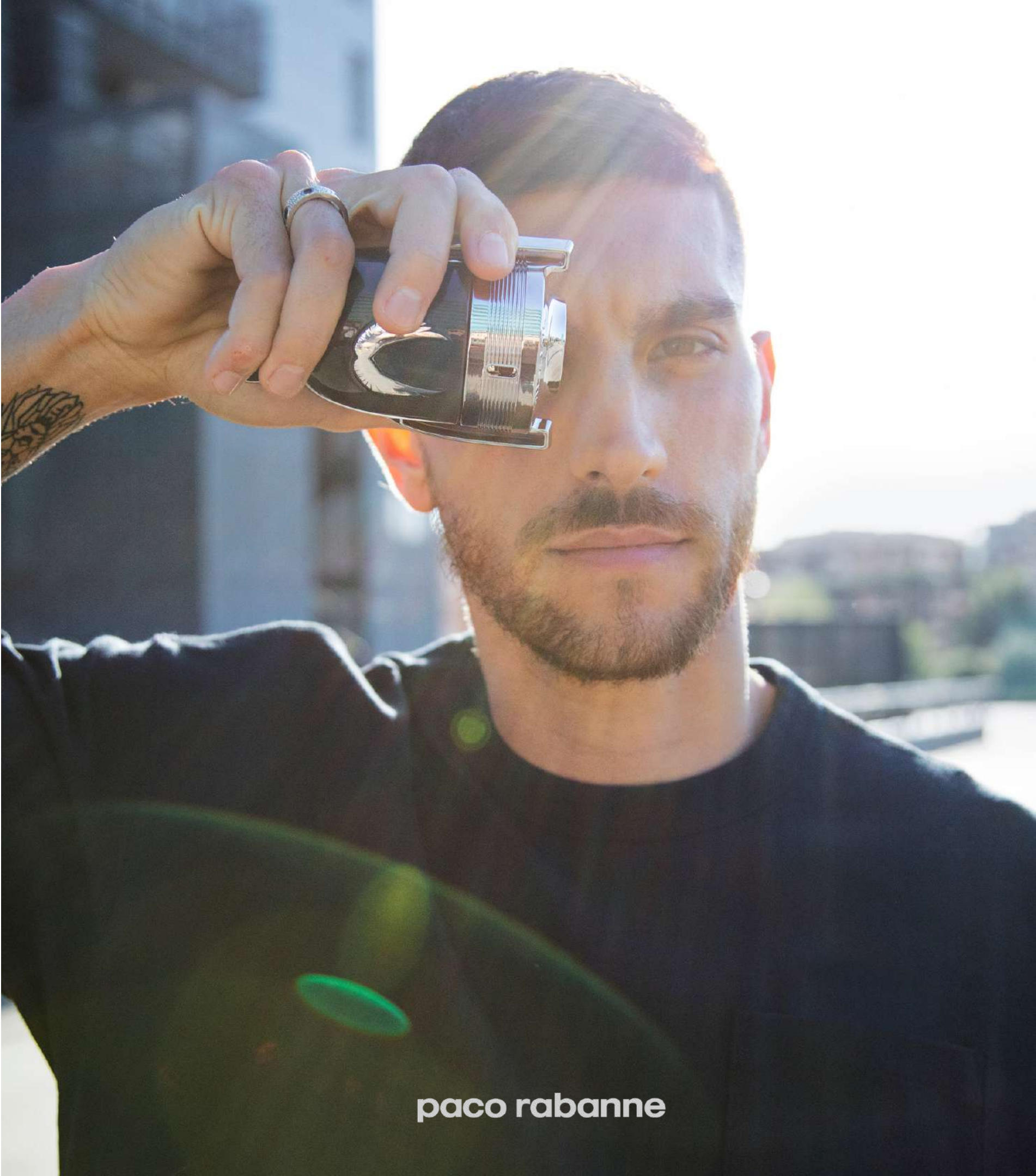


Per Paco Rabanne è stata curata la produzione integrata di una campagna foto e video dedicata al lancio e al consolidamento della fragranza Invictus sul mercato italiano.

Il progetto ha coinvolto l'intero processo creativo e produttivo: ricerca e selezione delle location, definizione dello styling, coordinamento dello shooting, produzione fotografica, produzione video, adattamento dei contenuti per i diversi touchpoint di comunicazione e selezione dei talent, tra cui
Ciro Immobile, Lorenzo Pellegrini, Enea Bastianini,
Marco Belinelli, Lorissa Lapichino e Francisco Porcella.

La direzione creativa ha avuto il compito di tradurre l'universo simbolico di Invictus in un immaginario distintivo, competitivo e immediatamente riconoscibile, in linea con il posizionamento internazionale del brand.

THALAMUS CHARLES



paco rabanne



THALAMUS CHARLES

paco rabanne



paco rabanne

6

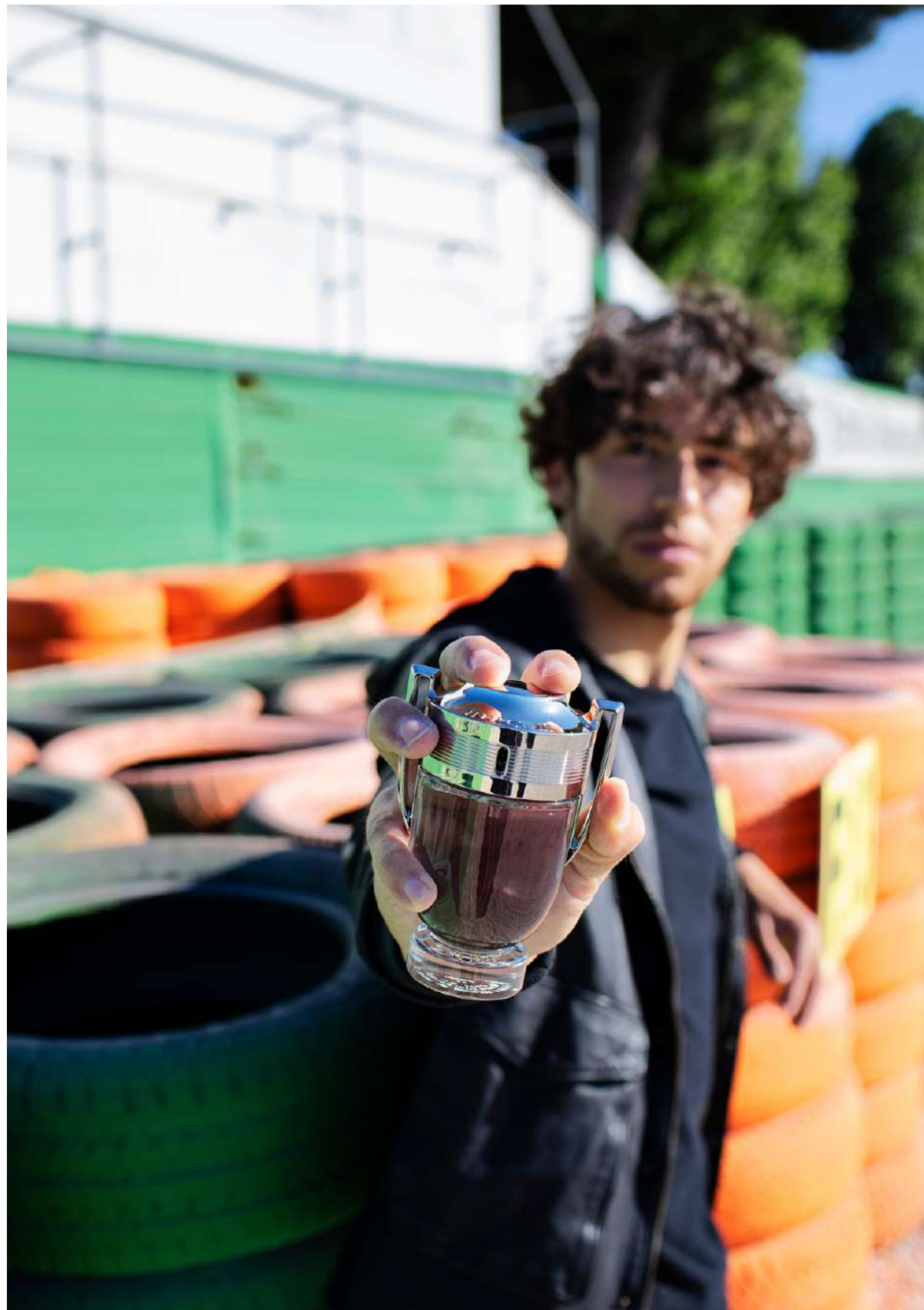


THALAMUS CHARLES



THALAMUS CHARLES





THALAMUS CHARLES



THALAMUS CHARLES



paco rabanne



La campagna è stata sviluppata per canali ATL e BTL, con l'obiettivo di costruire una presenza forte e coerente sul mercato italiano. Nei due anni successivi alla campagna, la fragranza è diventata la terza più venduta in Italia, consolidando in modo significativo la propria performance commerciale.



National ADV



THALAMUS CHARLES

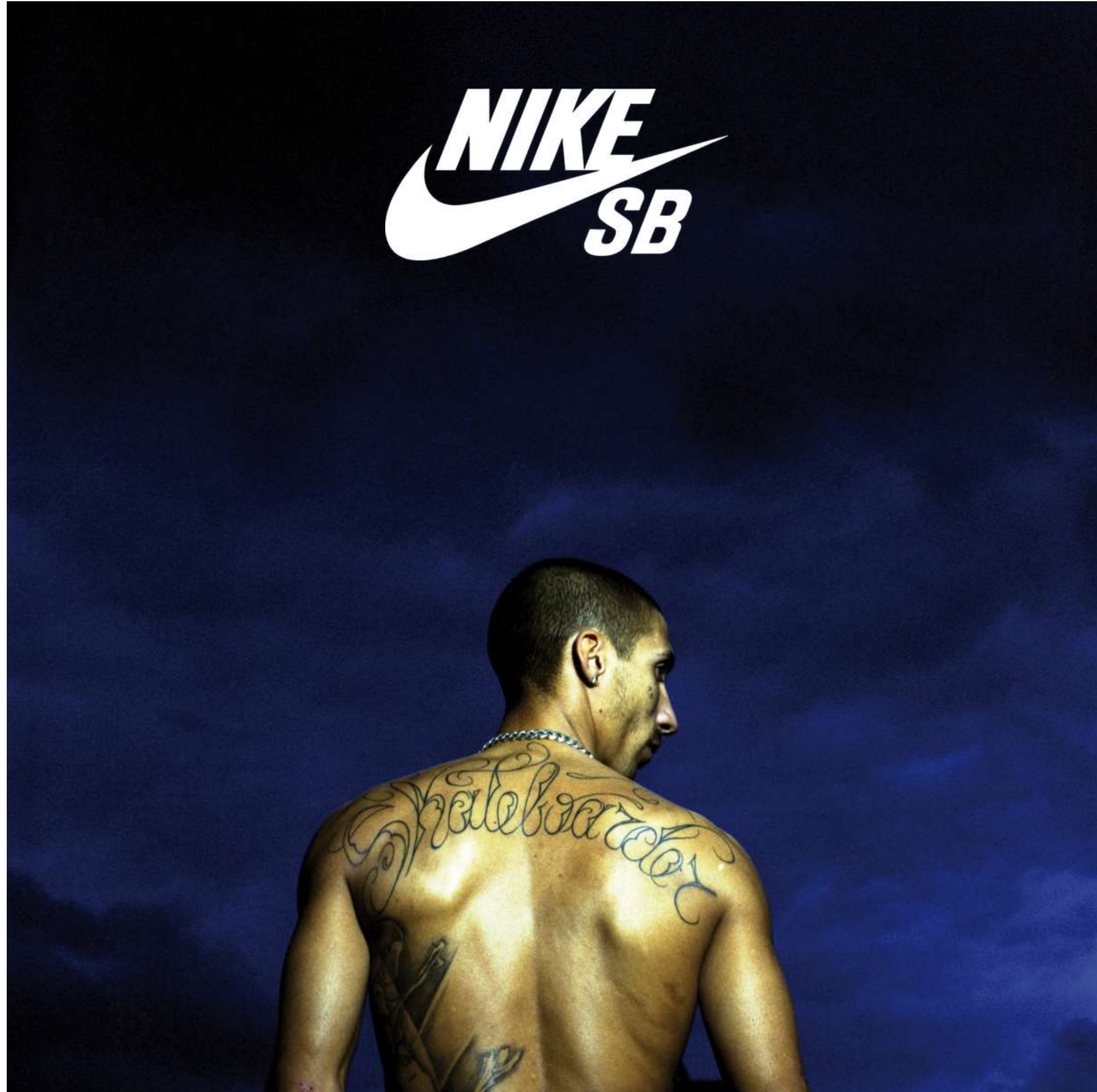


Per Nike SB è stata realizzata la prima campagna italiana dedicata alla linea skateboarding del brand, con l'obiettivo di promuovere il prodotto all'interno di un contesto culturale autentico e credibile.

Il progetto ha incluso direzione creativa, sviluppo visivo, ricerca location, styling, casting, shooting fotografico, produzione video e gestione complessiva del processo produttivo.

L'identità internazionale di Nike SB è stata tradotta in un linguaggio radicato nella scena skate italiana, capace di valorizzare la scarpa non solo come prodotto tecnico, ma come segno di appartenenza culturale.

La campagna ha rappresentato un passaggio rilevante per il posizionamento di Nike SB in Italia, costruendo un immaginario urbano, dinamico e perfettamente allineato ai codici dello skateboarding contemporaneo.



THALAMUS CHARLES

P A C I O T T I

National ADV

Per **Cesare Paciotti** è stata realizzata una campagna advertising internazionale dedicata al mondo accessori, sviluppata per rafforzare il posizionamento fashion e aspirazionale del brand.

La direzione creativa e la produzione fotografica hanno costruito un'immagine sofisticata, potente e coerente con i codici del lusso contemporaneo.

Il processo produttivo è stato seguito in ogni fase, dalla definizione dell'impianto visivo alla realizzazione degli asset finali.

La campagna è stata selezionata da The Impression tra le top five campagne accessori dell'anno, all'interno di una classifica che includeva alcuni dei principali protagonisti della moda internazionale, tra cui direttori creativi come Alessandro Michele e fotografi come Juergen Teller.



PACIOTTI

THALAMUS CHARLES



THALAMUS CHARLES

P A C I O T T I



P A C I O T T I

Il progetto ha contribuito a consolidare la visibilità internazionale del brand, posizionandolo all'interno di un panorama competitivo di altissimo profilo.

THALAMUS CHARLES





P A C I O T T I

THALAMUS CHARLES



P A C I O T T I

PAULINA





Worldwide Advertising



Per **Levi's** è stata sviluppata una campagna mondiale fondata su una produzione fotografica pensata per alimentare l'intero ecosistema di comunicazione del brand.

La direzione creativa ha guidato la costruzione di un racconto internazionale, realizzato ad Alicante, centrato sull'identità iconica di Levi's e sulla forza del prodotto.

L'intero processo produttivo è stato strutturato per generare un sistema di immagini capace di vivere su mercati, formati e canali differenti.

A partire dagli scatti principali, sono stati declinati tutti i materiali di prodotto destinati ai canali ATL, BTL, retail, media e comunicazione commerciale. La produzione è stata concepita come una piattaforma visiva completa, capace di generare asset coerenti, adattabili e riconoscibili a livello globale.





THALAMUS CHARLES





THALAMUS CHARLES



Levi's





Per TIM è stato gestito un rapporto continuativo di due anni dedicato alla produzione fotografica e alla post-produzione avanzata per diverse esigenze di comunicazione del brand.

Il lavoro ha previsto una direzione creativa capace di garantire coerenza visiva, controllo dell'immagine e adattabilità del linguaggio ai diversi contesti di comunicazione.

Il processo produttivo ha coperto tutte le fasi, dalla gestione degli shooting alla finalizzazione dei materiali.

La post-produzione ha avuto un ruolo centrale nella costruzione di asset visivi coerenti con gli standard di un grande player nazionale.

La collaborazione ha generato un sistema fotografico solido, flessibile e riconoscibile, capace di adattarsi a molteplici formati, campagne e canali di comunicazione.

SOME OF THE TALENTS

**arcel Jacobs - Carlo Conti - Victoria De
Angelis - Matteo Berrettini - Daniel Madam**

 **TIM**



THALAMUS CHARLES

 **TIM**



 **TIM**



THALAMUS CHARLES

 **TIM**







Yaris GR Sport / European Advertising





THALAMUS CHARLES

Per Toyota GR Sport è stata realizzata una campagna europea completa, prodotta a Lisbona e sviluppata per canali ATL e BTL.

La direzione creativa ha definito un linguaggio visivo orientato a raccontare l'anima sportiva della gamma GR Sport, valorizzandone performance, design e identità dinamica. Il processo produttivo ha incluso shooting, gestione dei materiali, coordinamento operativo e adattamento degli asset per tutti i principali media e formati di comunicazione.



TOYOTA



THALAMUS CHARLES

TOYOTA



TOYOTA



THALAMUS CHARLES





Levante/Toyota Yaris Hybrid



THALAMUS CHARLES

 TOYOTA

Per Toyota Yaris Hybrid è stata realizzata la produzione completa della campagna con Levante, sviluppata per canali ATL, BTL e corporate. Il progetto nasce con l'obiettivo di raccontare la Yaris Hybrid come espressione di una mobilità contemporanea, sostenibile e perfettamente integrata nello stile di vita urbano.

La collaborazione con Levante ha contribuito a rafforzare il legame tra mobilità, identità personale e sensibilità culturale, rendendo la comunicazione più vicina a un pubblico dinamico e contemporaneo

La direzione creativa ha costruito un linguaggio visivo capace di unire racconto di prodotto e presenza artistica, valorizzando design, innovazione e personalità del modello attraverso un immaginario autentico e riconoscibile.

L'intero processo produttivo ha incluso shooting fotografici, gestione e organizzazione degli asset, adattamento dei contenuti e declinazione dei materiali sui diversi touchpoint della campagna.



 **TOYOTA**

THALAMUS CHARLES

Toyota



 **TOYOTA**



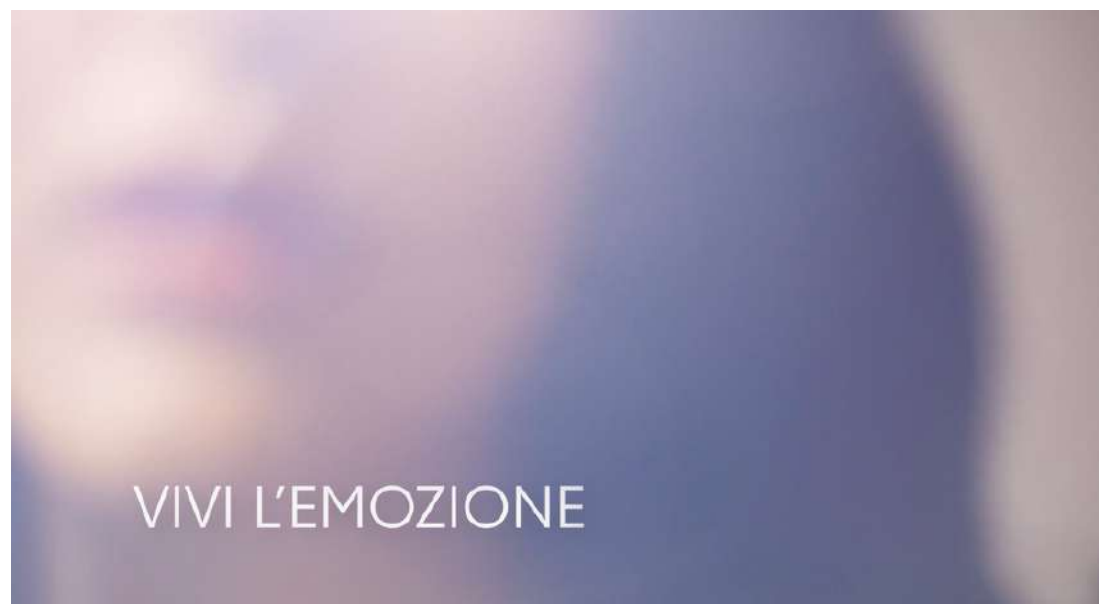


 TOYOTA

THALAMUS CHARLES



Il risultato è stato un sistema di comunicazione coerente e versatile, capace di consolidare il posizionamento di Toyota Yaris Hybrid all'interno della gamma Toyota e di rafforzarne la percezione come modello innovativo, accessibile e orientato al futuro.



VIVI L'EMOZIONE



L'ENERGIA TI ATTRAVERSA



TI GUIDA



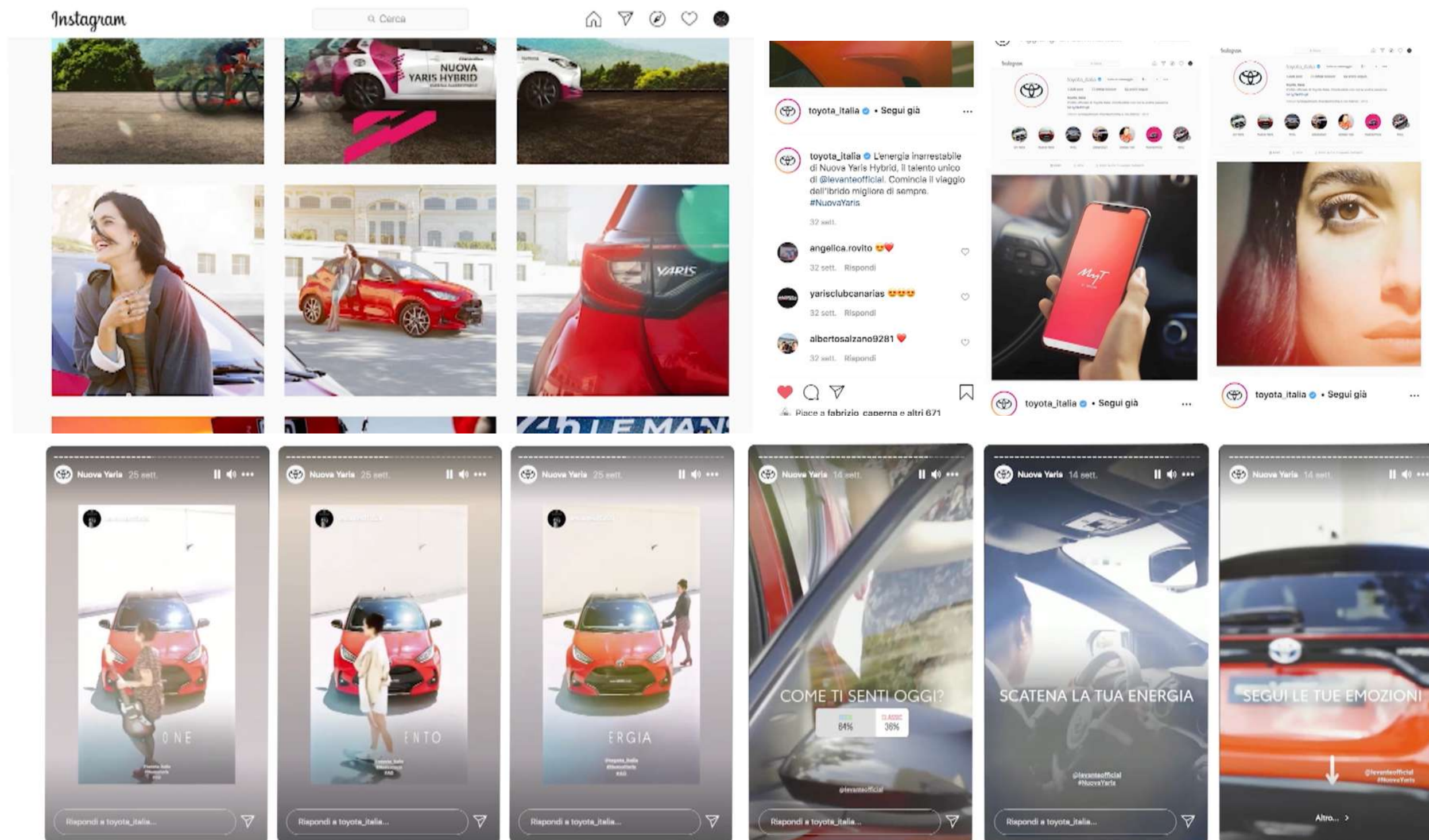
TI FA BATTERE IL CUORE



È INARRESTABILE



NUOVA TOYOTA YARIS HYBRID



NISSAN

SHOOTING ADV



NISSAN

NISSAN



THALAMUS CHARLES

Per Nissan sono state realizzate, per sette anni consecutivi, campagne fotografiche italiane ed europee dedicate alla comunicazione advertising e di prodotto.





La direzione creativa ha garantito continuità e coerenza al racconto visivo del brand, adattando di volta in volta il linguaggio fotografico ai diversi modelli, mercati e obiettivi di comunicazione. Il presidio del processo produttivo ha permesso di mantenere costante un elevato standard qualitativo lungo l'intero arco della collaborazione.

THALAMUS CHARLES

NISSAN



NISSAN



HARDTOP
INSIDE



THALAMUS CHARLES



CONCESSIONARIA NISSAN Autolocatelli

Strada Padana Sup. 28 – CERNUSCO SUL NAVIGLIO (MI) – Tel 02.92143005 – www.locatelligroup.eu

Il lavoro ha richiesto precisione esecutiva, capacità organizzativa e una forte attenzione alla costruzione dell'immagine di prodotto. Alcune delle campagne realizzate sono arrivate fino al Cannes Lions International Festival of Creativity, confermando la rilevanza creativa e produttiva del percorso sviluppato per il brand.



Be Her



THALAMUS CHARLES





Per Peroni è stata curata la produzione foto e video della campagna advertising italiana Be Her, realizzata con le calciatrici della Nazionale femminile italiana.

La direzione creativa ha guidato la costruzione di un racconto capace di unire sport, rappresentazione e inclusione, valorizzando le atlete come protagoniste di una narrazione contemporanea, positiva e ad alto impatto.

Il processo produttivo ha generato materiali fotografici e video destinati ad advertising, contenuti digitali e comunicazione di brand. La campagna ha raccontato il calcio femminile attraverso un linguaggio energico, autentico e culturalmente rilevante, inserendosi in un momento di forte crescita mediatica e sociale del movimento.





&



THALAMUS CHARLES



THALAMUS CHARLES

Per **Adidas e Sport e Salute** è stato sviluppato un percorso di comunicazione continuativo legato alla partnership tra i due brand, con un presidio completo della direzione creativa e dell'intero processo produttivo dei contenuti in Italia.

Da due anni il progetto accompagna la collaborazione attraverso la realizzazione di contenuti fotografici, video e press, pensati per raccontare in modo coerente i diversi momenti della partnership: dal lancio ufficiale fino alle iniziative territoriali e ai progetti educativi, tra cui *Scuola Attiva*.
comunità coinvolte nei progetti.

La direzione creativa ha avuto il compito di costruire un linguaggio visivo capace di unire l'identità internazionale di adidas con la missione pubblica e sociale di Sport e Salute, valorizzando lo sport come strumento di accessibilità, partecipazione, crescita e inclusione

Il processo produttivo ha incluso ideazione dei contenuti, sviluppo dei format, produzione foto e video, coordinamento operativo degli shooting, gestione dei materiali stampa e declinazione degli asset per i diversi canali di comunicazione.

Ogni contenuto è stato concepito per sostenere una narrazione istituzionale ma contemporanea, capace di parlare sia al mondo dello sport sia alle comunità coinvolte nei progetti.

Il racconto della partnership ha permesso di costruire un sistema di comunicazione solido, riconoscibile e continuativo, in grado di accompagnare adidas e Sport e Salute in un progetto nazionale orientato alla promozione della pratica sportiva, alla cultura del movimento e alla valorizzazione delle nuove generazioni.







THALAMUS CHARLES









ADV

Worldwide Advertising



THALAMUS CHARLES



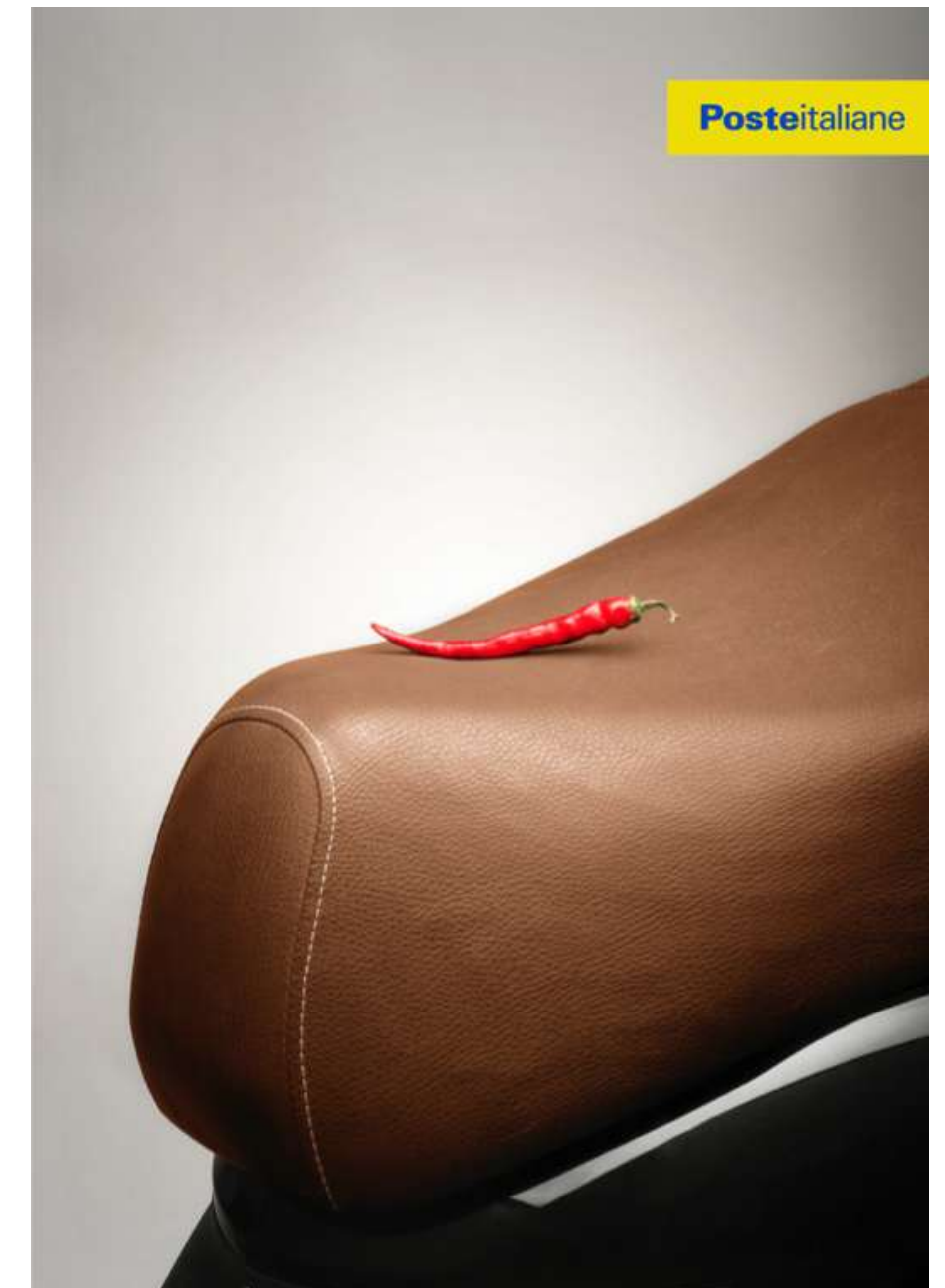
29 Settembre 2010. Insieme da 15 anni.

*Titolo per i mancini: Da 15 anni vi facciamo allenare anche la mano destra.

SONY
make.believe



THALAMUS CHARLES

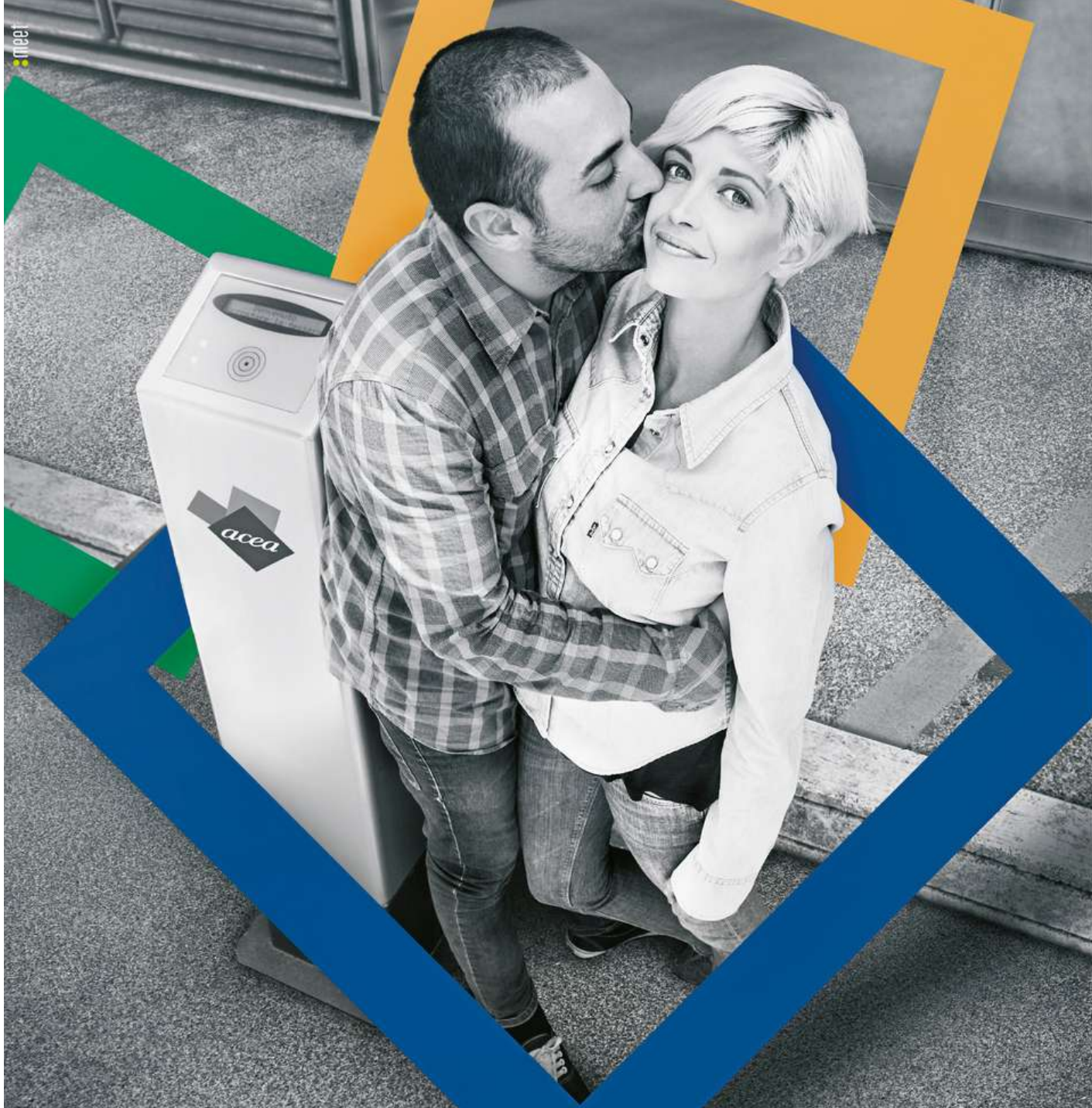


Posteitaliane



Per Italo sono stati realizzati materiali advertising e contenuti per eventi, sviluppando un linguaggio visivo coerente con l'identità premium e contemporanea del brand. Il progetto ha valorizzato l'esperienza di viaggio come elemento distintivo dello stile Italo, creando asset versatili per comunicazione commerciale ed eventi, declinabili su diversi canali.





IL FUTURO È UN'EMOZIONE CHE HA BISOGNO DI CERTEZZE.

Siamo il primo operatore nazionale nel settore idrico, il terzo per distribuzione di energia, il quinto nel settore ambientale. Crediamo in uno sviluppo che sia anche progresso, per tutti. Crediamo nell'intelligenza che cambia le cose. Con l'innovazione, la sperimentazione, la tecnologia. Come quella con cui stiamo realizzando una rete di colonnine per la ricarica delle auto elettriche. Perché il domani ha bisogno di certezze, da subito.

È il nostro lavoro, riempire ogni giorno di futuro.



FUTURO QUOTIDIANO

Per Acea è stata sviluppata una campagna nazionale realizzata per due anni consecutivi, con l'obiettivo di raccontare il ruolo strategico dell'azienda sul territorio attraverso un linguaggio visivo istituzionale ma fortemente umano. Il progetto ha incluso produzione fotografica per advertising, comunicazione corporate e calendari aziendali, valorizzando persone, servizi ed energia. La continuità della campagna ha contribuito a consolidare un'identità visiva autorevole, coerente e riconoscibile.



LA QUALITÀ È UN'EMOZIONE CHE HA BISOGNO DI CERTEZZE.

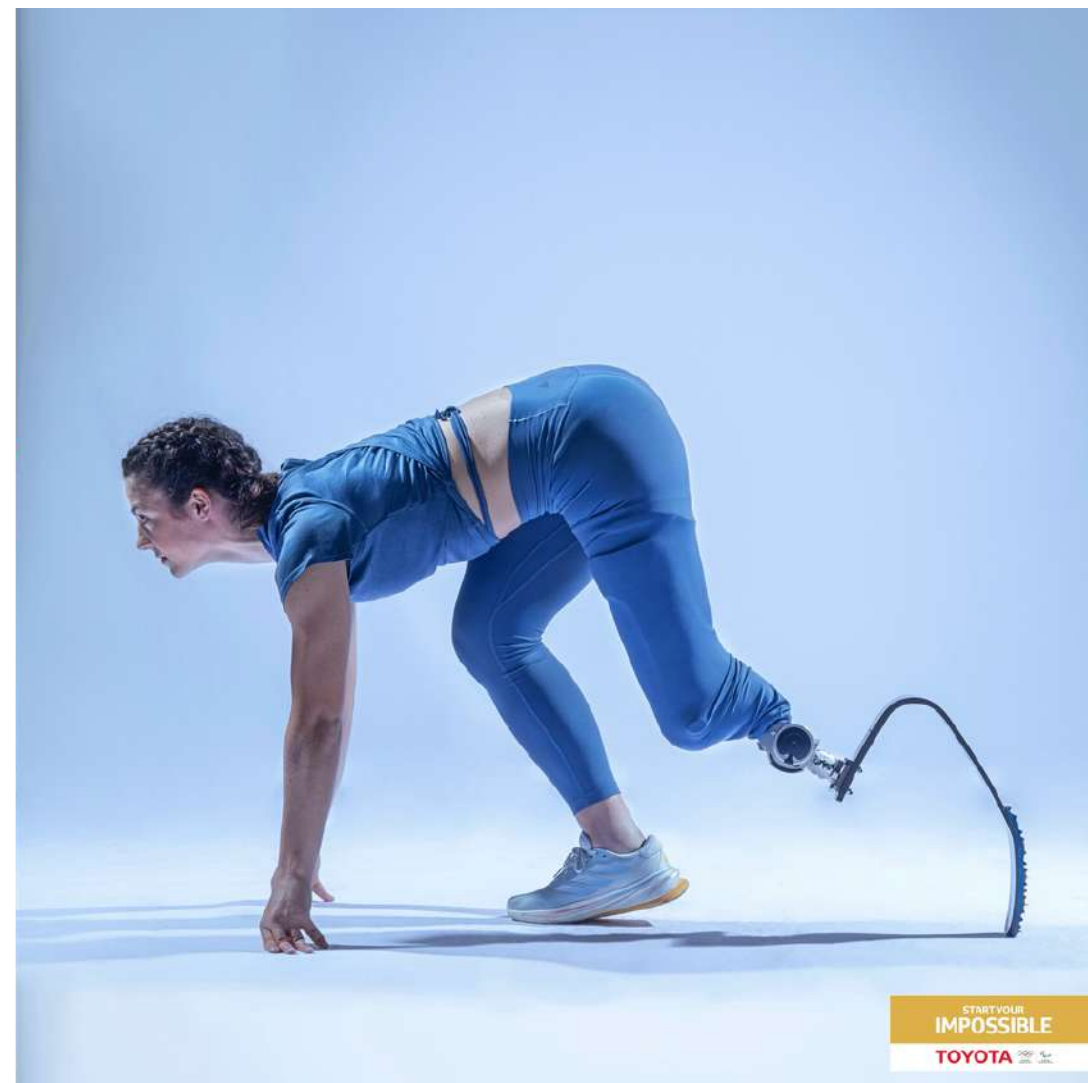
Qualità non è solo una parola, è un modo di esistere. Il nostro dovere è garantirla. Per l'acqua, per esempio. Oltre un milione di controlli l'anno per la sicurezza di 9,5 milioni di clienti. L'intero ciclo gestito con la capacità tecnologica, organizzativa, innovativa di un grande Gruppo che è il primo operatore idrico in Italia. Per dare alla qualità della vita la certezza dei nostri servizi.

È il nostro lavoro, riempire ogni giorno di futuro.



FUTURO QUOTIDIANO





Carige**BuonDomani**



Il futuro come lo vuoi tu.



THALAMUS CHARLES

Le storie più grandi sono quelle che sanno crescere.

Siamo sempre stati dalla parte delle persone. Del loro bisogno di serenità e sicurezza. Con la forza di una grande storia e la concretezza dei risultati. Da quella storia e da quella concretezza nasce Banca Carige Italia. Perché per noi crescere vuol dire essere ancora più vicini alle persone e alle loro storie. Ogni giorno.

Con la convinzione che il modo migliore per costruire il nuovo sia restare se stessi.

BANCA CARIGE ITALIA
La tua nuova banca. Da sempre.



BRANDING

Worldwide Visual Identity



BRAND SYSTEM- BRAND BOOK, -ADV B2B





Per Logista Italia è stato sviluppato un progetto di identità e comunicazione B2B finalizzato a consolidare la presenza del brand nel mercato italiano attraverso un sistema visivo strutturato, autorevole e riconoscibile.

Il lavoro ha previsto la definizione del brand manual, la costruzione del brand book e lo sviluppo di materiali advertising B2B, con l'obiettivo di rendere coerente l'identità del marchio su tutti i principali touchpoint corporate e commerciali.

La direzione creativa ha guidato la costruzione di un linguaggio istituzionale ma contemporaneo, capace di valorizzare il ruolo di Logista come player strategico nei servizi di distribuzione e nella relazione con imprese, partner e stakeholder.

Il processo produttivo ha incluso la progettazione degli strumenti di brand governance, la definizione delle regole di applicazione dell'identità, lo sviluppo degli asset grafici e la realizzazione dei materiali di comunicazione. Il risultato è stato un sistema di marca solido, modulare e adatto a sostenere una comunicazione B2B chiara, distintiva e professionale..



TRENITALIA

THALAMUS CHARLES



BRAND MANUALE TRENITALIA

THALAMUS CHARLES



Per Ferrovie dello Stato è stato realizzato il brand manual Trenitalia, uno strumento di governance visiva progettato per codificare e rendere coerente l'identità del brand su tutte le sue applicazioni.

Art Direction & Design System

Il progetto ha richiesto un lavoro di analisi, organizzazione e formalizzazione degli elementi identitari, con l'obiettivo di costruire un sistema chiaro, replicabile e funzionale alla gestione di un marchio nazionale complesso, presente su molteplici canali, supporti e contesti di comunicazione.

La direzione creativa ha guidato la definizione delle regole visive, dei criteri di applicazione del marchio, dell'uso dei codici grafici e della costruzione di un linguaggio capace di tenere insieme autorevolezza istituzionale, efficienza del servizio e riconoscibilità del brand.

Il processo produttivo ha portato alla realizzazione di un manuale completo, concepito come strumento operativo per garantire uniformità, qualità e controllo dell'identità Trenitalia in ogni ambito di utilizzo.

THALAMUS CHARLES





FRECCIAROSSA1000 | RFI

THALAMUS CHARLES

Per Ferrovie dello Stato è stato sviluppato un sistema articolato di brand manual dedicato a **Frecciarossa 1000, RFI e Italferr**, con l'obiettivo di strutturare l'identità visiva di asset e società strategiche del gruppo.

Il progetto ha richiesto una gestione creativa e progettuale capace di rispettare le specificità di ciascun brand, mantenendo al tempo stesso una coerenza complessiva con **l'architettura identitaria di Ferrovie dello Stato**.



Art Direction & Design System

La direzione creativa ha definito un sistema visivo preciso, istituzionale e altamente funzionale, orientato alla corretta applicazione dei marchi, alla riconoscibilità dei codici grafici e alla valorizzazione dei diversi ambiti operativi: alta velocità, infrastruttura ferroviaria e ingegneria.

Il processo produttivo ha incluso progettazione dei manuali, definizione delle regole applicative, organizzazione degli elementi grafici e sviluppo degli strumenti necessari alla gestione dell'identità. Il risultato è stato un sistema di brand governance pensato per sostenere la complessità di un gruppo nazionale e delle sue diverse espressioni industriali.



ABB FORMULA-E



FORMULA-E CHAMPIONSHIP

BRANDING & WAYFINDING

THALAMUS CHARLES



THALAMUS CHARLES



WAYFINDING ROME GP



Per ABB Formula E è stato realizzato il sistema di wayfinding per il Rome GP, un progetto ad alta complessità operativa pensato per orientare pubblici, team, operatori, staff e stakeholder all'interno dell'area evento.

Il lavoro ha riguardato la progettazione di un sistema informativo chiaro, immediato e funzionale, capace di gestire flussi, accessi, aree operative, parcheggi, gate, percorsi, zone riservate e spazi destinati alle attività commerciali e al pubblico.

Art Direction & Design System

La direzione creativa ha definito un sistema visivo preciso, istituzionale e altamente funzionale, orientato alla corretta applicazione dei marchi, alla riconoscibilità dei codici grafici e alla valorizzazione dei diversi ambiti operativi: alta velocità, infrastruttura ferroviaria e ingegneria.

Il processo produttivo ha incluso progettazione dei manuali, definizione delle regole applicative, organizzazione degli elementi grafici e sviluppo degli strumenti necessari alla gestione dell'identità.

Il risultato è stato un sistema di brand governance pensato per sostenere la complessità di un gruppo nazionale e delle sue diverse espressioni industriali.





CORPORATE IDENTITY IMS



Per **CONI | Istituto di Medicina e Scienza dello Sport** è stato sviluppato un progetto di corporate identity e comunicazione **BTL** rivolto sia al pubblico sia agli atleti.

Il lavoro ha avuto l'obiettivo di costruire un sistema visivo capace di rappresentare l'autorevolezza scientifica e sportiva dell'Istituto, valorizzandone il ruolo come centro di eccellenza nella medicina dello sport, nella diagnostica, nella prevenzione e nella cura.



Art Direction & Design System

La direzione creativa ha definito un'identità istituzionale chiara, rigorosa e contemporanea, capace di dialogare con target differenti: atleti professionisti, pazienti, federazioni, stakeholder sportivi e pubblico generalista.

Il processo produttivo ha incluso progettazione della corporate identity, sviluppo dei materiali BTL, realizzazione degli strumenti informativi e declinazione della comunicazione per i diversi pubblici.

Il risultato è stato un sistema coordinato capace di rendere più accessibile, riconoscibile e autorevole l'offerta dell'Istituto.



Web Design

Per **CONI | Istituto di Medicina e Scienza dello Sport** è stato progettato e sviluppato il sistema digitale dell'Istituto, con intervento su **website, UI e UX**. Il progetto ha avuto l'obiettivo di tradurre la complessità dei servizi sanitari, diagnostici e sportivi in un'esperienza digitale chiara, accessibile e orientata all'utente.

La direzione creativa ha definito l'impianto visivo e l'esperienza di navigazione, con particolare attenzione alla gerarchia delle informazioni, alla fruibilità dei contenuti e alla coerenza con l'identità istituzionale del **CONI**.

Il processo produttivo ha incluso architettura dell'informazione, progettazione dell'interfaccia, sviluppo dell'esperienza utente e adattamento dei contenuti ai diversi dispositivi. Il risultato è stato un ecosistema digitale capace di rendere immediatamente comprensibile l'offerta dell'Istituto, migliorando l'accesso alle informazioni e rafforzando la percezione di competenza, innovazione e affidabilità.



ADV atleti e ADV pubblica

È stata sviluppata una campagna ADV rivolta sia agli atleti sia al pubblico, con l'obiettivo di comunicare l'eccellenza dell'Istituto oltre il solo ambito sportivo professionale. Il messaggio centrale della campagna evidenziava come la stessa qualità, tecnologia e professionalità dedicate agli atleti fosse accessibile anche alle persone, valorizzando l'Istituto come punto di riferimento per salute, prevenzione e benessere.

La direzione creativa ha definito un linguaggio visivo diretto e autorevole, basato su immagini sportive, headline d'impatto e una struttura informativa chiara. Il progetto ha incluso sviluppo del concept, progettazione dei materiali ADV, adattamento dei messaggi ai diversi target e declinazione della campagna sui principali supporti di comunicazione, contribuendo a rafforzare il posizionamento dell'Istituto come eccellenza nazionale nella medicina e nella scienza dello sport.



THANK YOU