

# AAD TOP 2020

# La necesidad de dejar constancia

A estas alturas de 2021 todo lo ocurrido en 2020 parece una pesadilla desordenada. Solo hemos empezado a tomar conciencia de las consecuencias que el Coronavirus va a tener en nuestra realidad. Como familia de diseñadores nos preocupaba que aquello que pudiera haber sido bueno en ese dichoso año, aquellos trabajos y esfuerzos notables que merecieran ser recordados, acabaran encapsulados en la misma serie de acontecimientos catastróficos que estamos intentando situar en un cajón de nuestra memoria con el letrero “No abrir”.

Hemos pedido a nuestros asociados que nos muestren sus mejores trabajos de 2020. Algunos de ellos han sido

premiados o éxitos notables en su sector, otros simplemente han sido excelentes, sin que haga falta añadir más. Este dossier es una recopilación sencilla que sirve para que sepamos y recordemos que en 2020 los diseñadores andaluces hemos seguido trabajando y, como hicimos en 2019 y haremos en 2021, dimos lo mejor de nosotros. Queremos que sirva también para reivindicar el talento y la necesidad de apostar por el diseño profesional como un ingrediente más de la cultura, el empleo y la economía en nuestra tierra. Y ojalá sirva, aquí o allá, para inspirar a otros compañeros y compañeras para seguir hacia adelante, porque lo único invariable es lo que hemos dejado atrás.

# Carne

*Antes WS*

Para este proyecto se quería trasladar al consumidor la cercanía del producto y su excelente calidad. En el embalaje se muestra el producto tal y como es: CARNE.



# Cartuja Club

*Dika Estudio*

Cartuja Club es un concepto de gimnasio boutique público, gestionado por la Junta de Andalucía. Una apuesta pionera para equipar los distintos centros deportivos de la comunidad, con el material más puntero y actual. Un “no gimnasio” full equipo, preparado para la puesta a punto de variados perfiles, desde aficionados hasta deportistas de élite, de diferentes disciplinas.

El branding espacial ejecutado en las distintas áreas interiores y exteriores, busca reforzar una experiencia gourmet que fusiona ejercicio, salud y ocio en el mismo centro. Nuestra arquitectura de luz, va reconociendo los hitos del edificio a través del uso de neones programados que tiñen con colores y matices, los distintos espacios. Esto permite conseguir atmósferas diferenciadas que mutan según la hora del día o el tipo de actividad. Referencias traídas del mundo del ocio y del espectáculo fusionadas para llevar la práctica deportiva indoor, al siguiente nivel.



# Obrador Real

*Fernando Sánchez*

En este proyecto de packaging el peso de la historia es importante. Obrador Real es una marca de confitería con 60 años a sus espaldas y tres generaciones artesanas que quería transmitir ese legado en su presentación. Como homenaje a sus orígenes se representan antiguos oficios en una colección especial con toques de época. Fernando Sánchez Estudio dirigió este proyecto con la colaboración en las ilustraciones de Pablo López



# Tesela

## Ideólogo

Tesela nace en Extremadura con el compromiso de ofrecer un producto tan vital como es la miel pura a consumidores de todo el mundo, generando al mismo tiempo riqueza medioambiental y social.

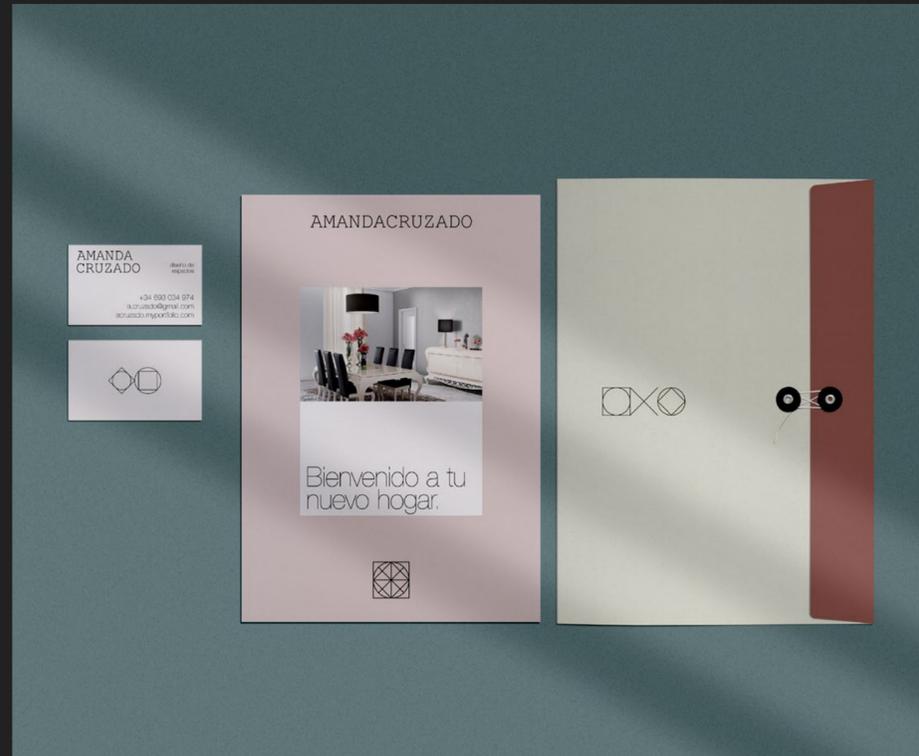
Bajo estas premisas creamos la identidad corporativa y el diseño del packaging que comunica cercanía, calidad y naturalidad. El desarrollo de los estuches tipo cánister dejando ver una tercera parte del tarro, aporta una diferenciación única en los lineales y dota a la forma del conjunto del envase de una armonía y elegancia extraordinarias. Todos los acabados y materiales se han seleccionado para transmitir los principales valores de la marca y sus productos: preocupación por el entorno y excelencia en la calidad.



# Amanda Cruzado

Isa Palmero

La imagen corporativa pretende transmitir la esencia minimalista, elegante y sencilla del trabajo de la clienta. Se crea así un patrón a partir de símbolos geométricos, combinables entre sí, para crear un universo visual cambiante. La paleta de colores construida, permite un amplio espectro visual para las aplicaciones. Todo esto, junto a su logotipo tipográfico, ofrece una imagen de sencillez y bella elegancia.



# Mano de Santa

*Lo Kreo Estudio*

Mano de Santa es un nuevo concepto de clínica de fisioterapia, estética y entrenamiento personal, atrevido y sin pelos en la lengua, que viene rompiendo moldes para echarle mucho más que una mano a tu bienestar.

Un amalgama de ideas y estilos son los que forjan la estética de esta nueva marca. Con un toque kitsch, un poco de esoterismo, nada de vergüenza y una pizca de elegancia, cocinamos un concepto visual único que refleja todo el carácter de nuestros clientes.

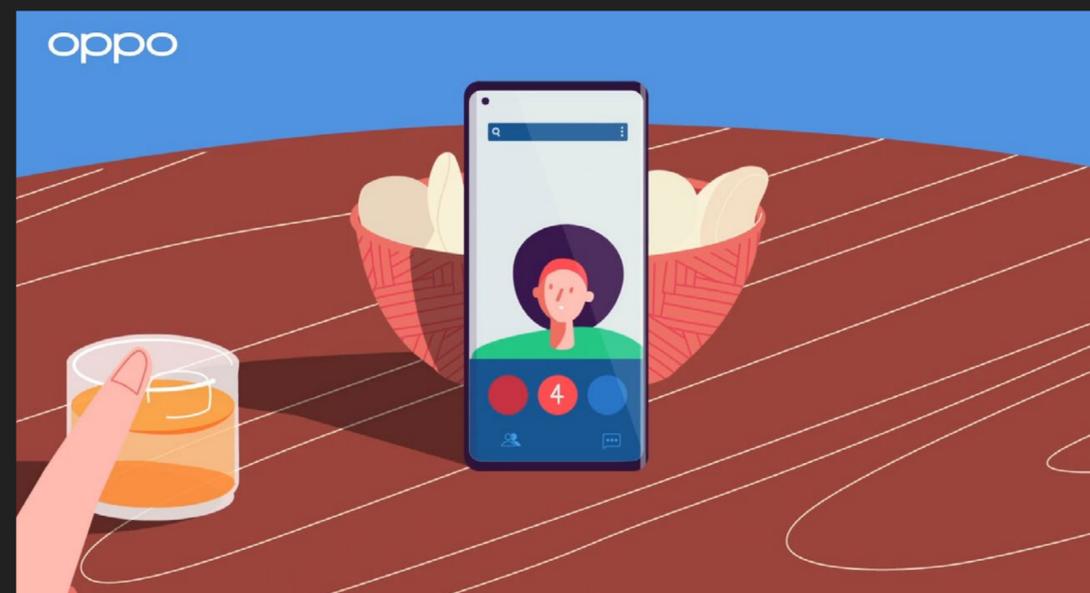
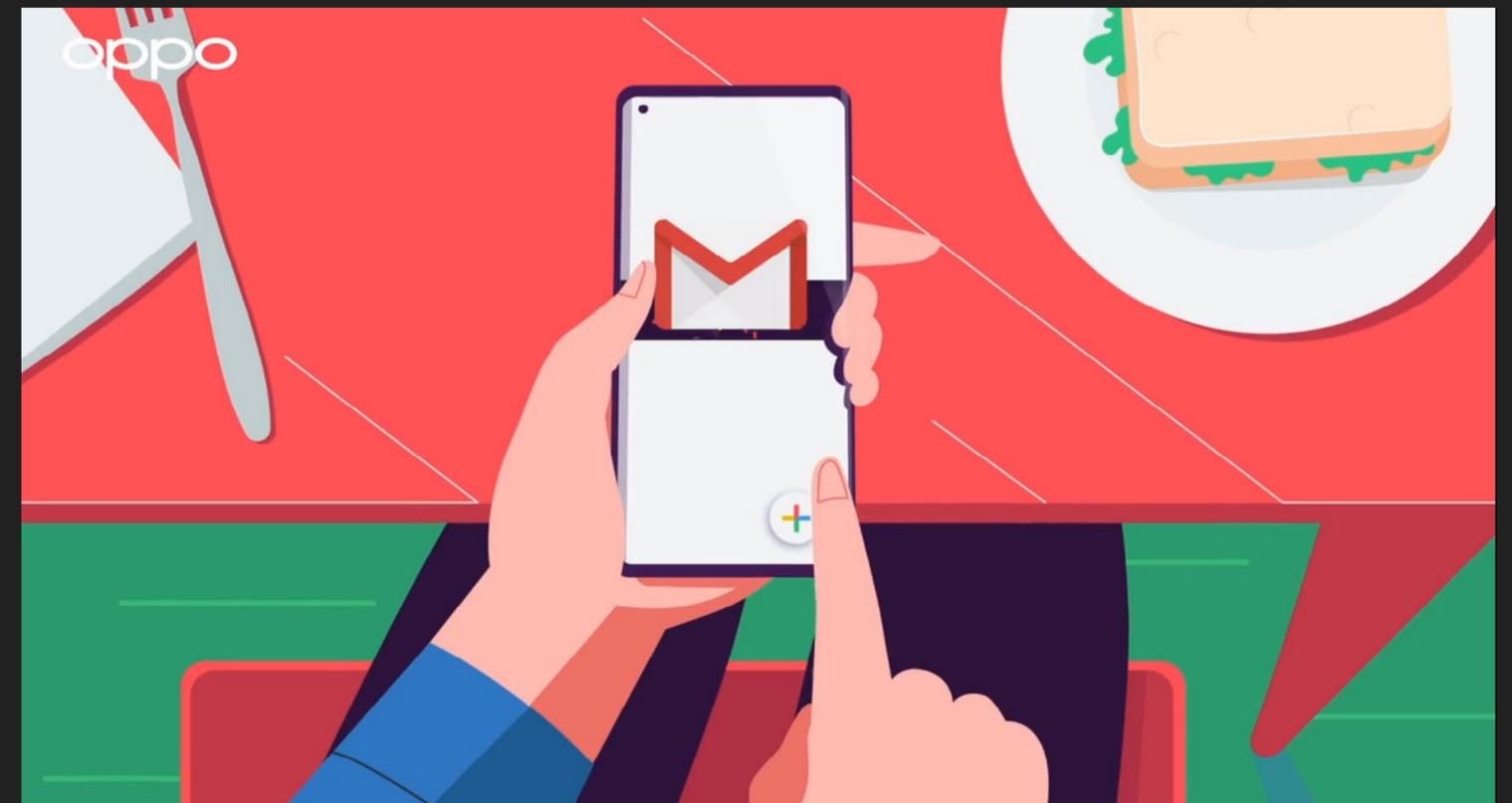
Plataforma de marca, estrategia verbal y visual, branded content, dirección artística, sesión fotográfica y activación de marca en diferentes soportes on y off que no te dejarán indiferente.



# OPPO Find X2

*Margarito Estudio*

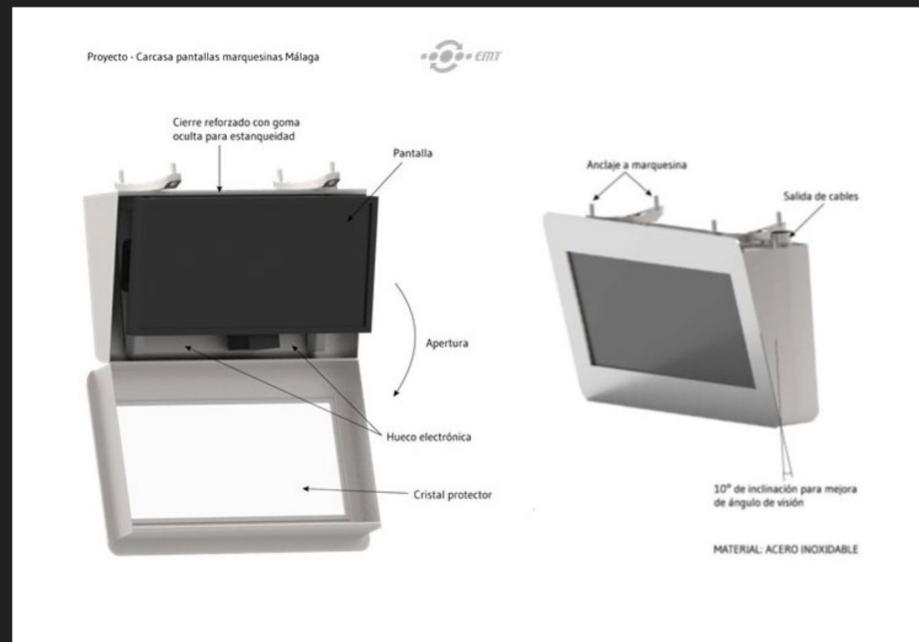
Campaña europea de 9 piezas de 15" para RRSS para OPPO Find X2 Series en la que se ha realizado el Motion graphics y la animación de personajes creados por la ilustradora Mar Oliver para la Agencia Butragueño & Bottländer.



# EMT

## Rojo Mandarina

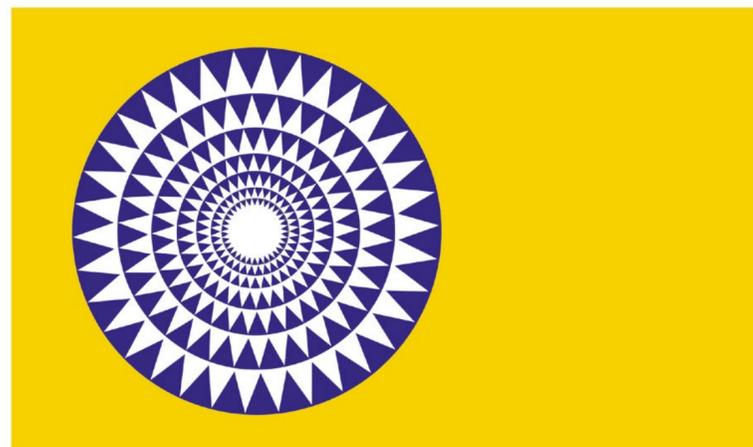
El objetivo de este proyecto fue diseñar y desarrollar una carcasa que pudiera contener el nuevo SAE (pantalla de información) a todo color y de consumo mínimo de EMT Málaga. Carcasas destinadas a colocarse en las marquesinas Grimshaw instaladas en las calles con paradas de transporte público de cualquier ciudad española, concretamente de Málaga.



# Diputación Málaga

*Sebastián García Garrido*

La figura del Sol radiante, de plata/blanco por referencia a su luz y de ardiente dorado que representa el calor, es la más repetida desde las monedas de su fundación fenicia, en una laurea que exalta el triunfo del Sol. Símbolo también hoy como destino turístico. Siete soles radiantes, días de la semana, en el cielo más azul, en campo dorado. Esta figura crece, inscrita en el círculo del cielo y firmamento, en un entorno dorado que en la bandera se traduce en amarillo intenso sin llegar a ser cálido. Esto es consecuencia del proyecto sobre su emblema que nos encargó la institución a la Universidad de Málaga.

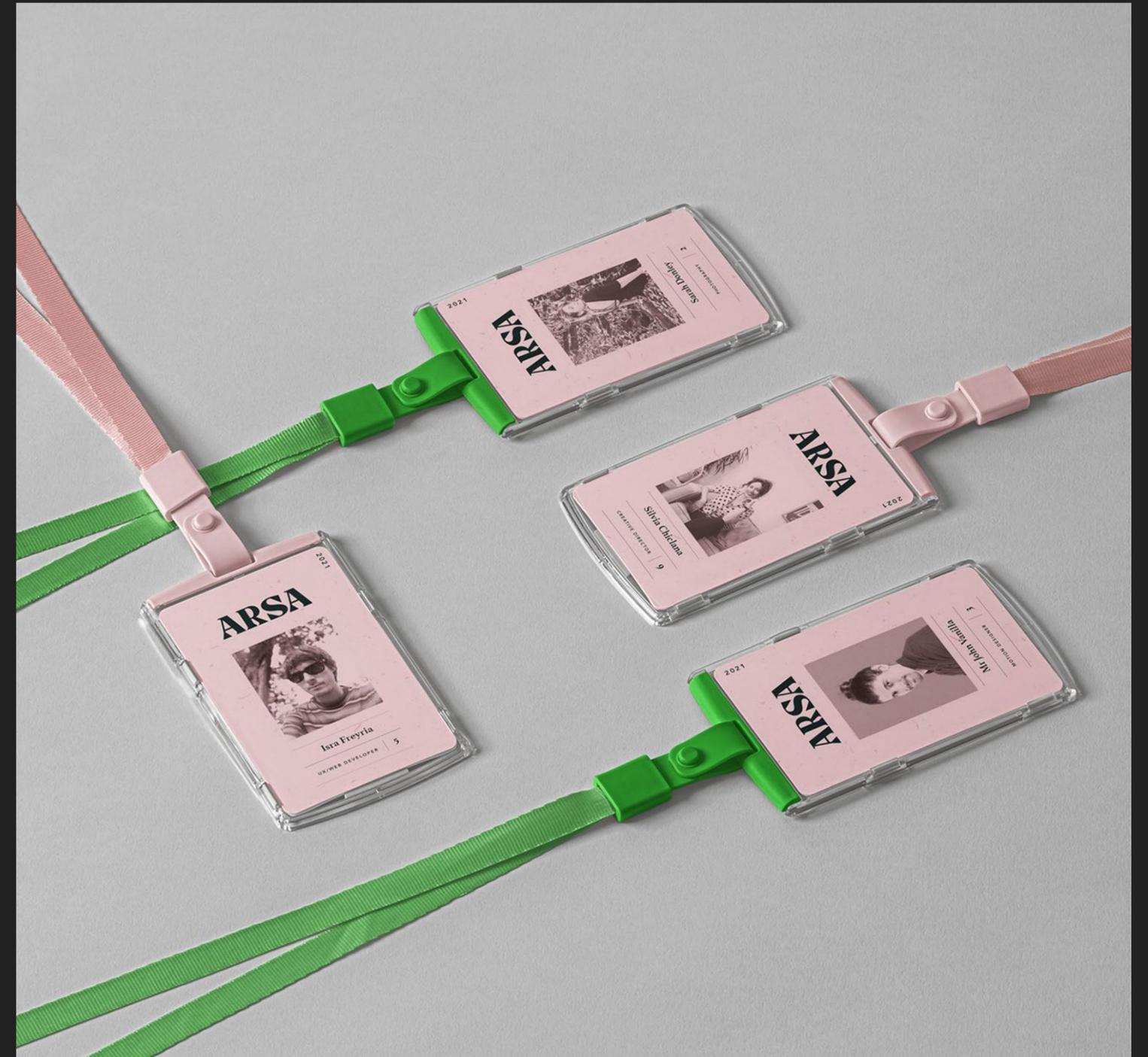


# Arsa Studio

*Silvia Chiclana*

Arsa es un estudio de branding & comunicación de marca que nace con la pandemia para dar soluciones creativas y visibilidad a empresas que necesitan un cambio. Operando desde Sevilla, su nombre nos apunta directamente a Andalucía, aunque el equipo se compone de profesionales de diferentes ciudades europeas.

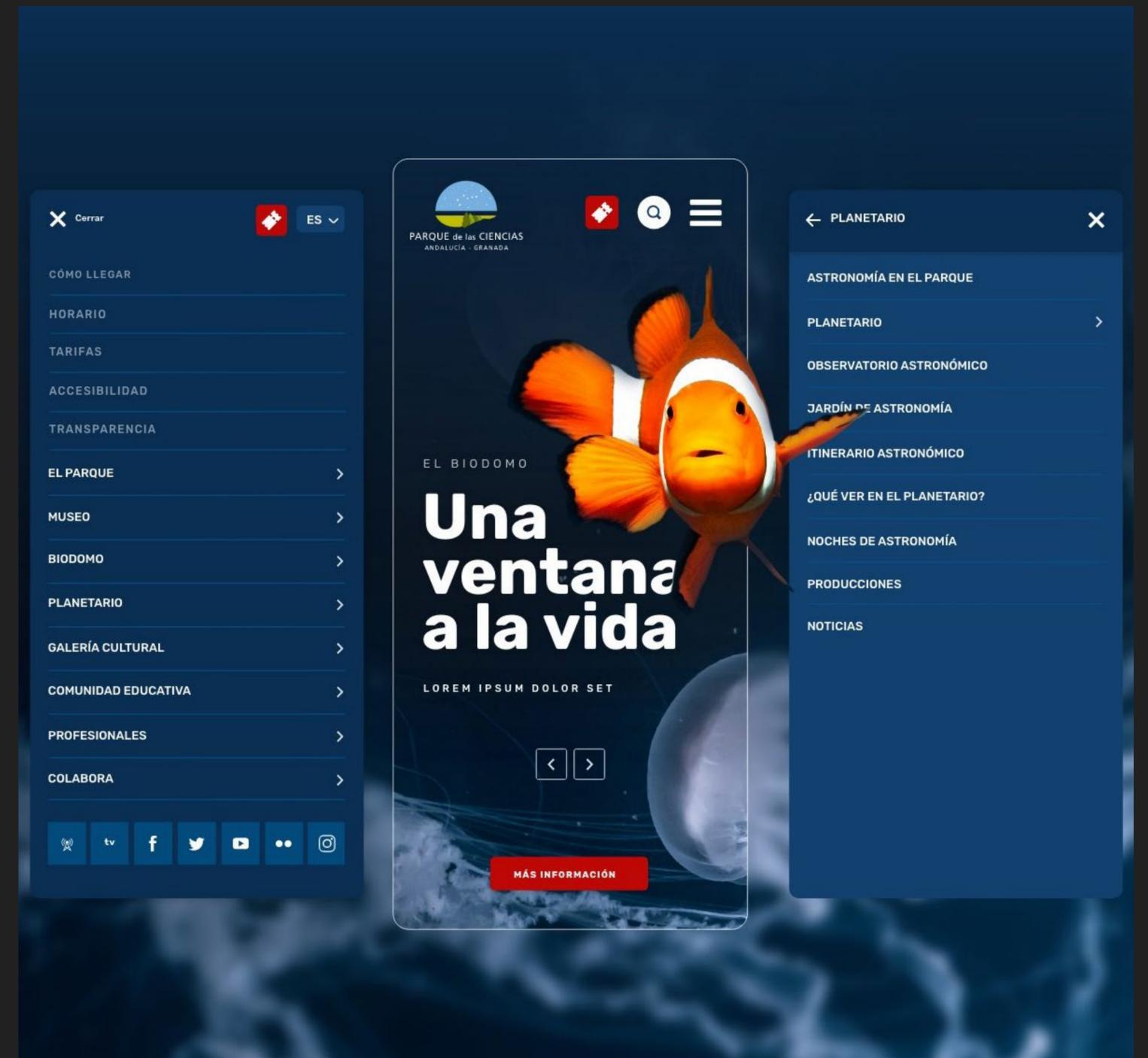
El reto fue diseñar una identidad corporativa y voz propia para un estudio creativo, aunando profesionalidad y frescura con elegancia y sencillez para conseguir una marca sólida y con presencia.



# Parque de las Ciencias

*Squembri*

Los distintos espacios de la página están diseñados para facilitar la navegabilidad y que el visitante siempre sepa dónde se encuentra y cómo acceder a donde desea llegar. En los tiempos que vivimos esto también significa plantear una presentación responsive que readapte las funciones de la web al dispositivo desde el que se produzca la visita.

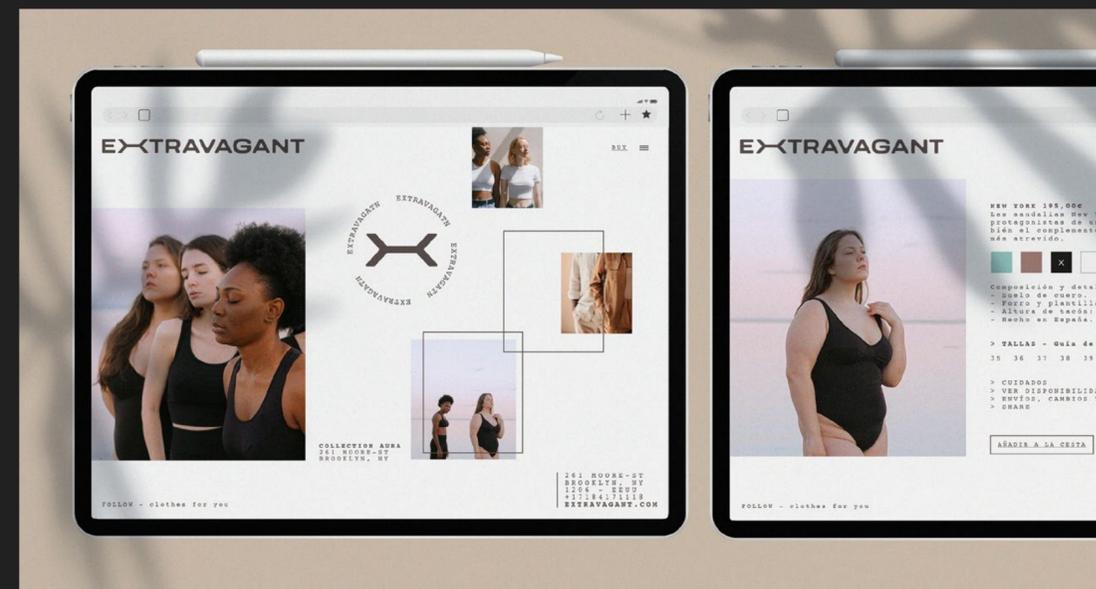


# Extravagant

*Srta. Serifa*

Marca de ropa vegana.

Se quiso enfocar la identidad a un público extranjero, target que valora la calidad del producto. Para ello se basan en el nuevo concepto de “lo extravagante”, cuyo significado real en la RAE es “Excesivamente original, extraño o que se aparta de lo común”.



# AAD TOP 2020