

Le idee diventano segno.

Identità, editoria e sistemi visivi progettati per avere carattere, coerenza e qualcosa da dire.

Arturo Altero

Graphic & Brand Designer freelance





Vivo nei Campi Flegrei:
un territorio che insegna
ogni giorno che forma ed energia
possono convivere.

Dal 2003, comunicazione visiva e graphic design.

In questi anni ho collaborato con brand grandi e piccoli, locali e internazionali, imparando che **ogni progetto è diverso e merita un linguaggio su misura.**

Unisco creatività e senso estetico a organizzazione e concretezza, seguendo l'intero sviluppo di un progetto: dall'idea iniziale alla definizione del concept, dalla realizzazione dei layout fino alla consegna finale.

Credo in un design capace di coniugare funzionalità e impatto visivo, chiaro nei contenuti e coerente con l'identità del brand.

Un percorso, molte prospettive.



AlteroDesign

Freelance

nov 2025 > in corso
Napoli



Inarea

Brand Designer

ott 2012 > set 2013
Roma



Emmemedia

Visual Designer

nov 2018 > ott 2025
Napoli



Ilas

Docente

apr 2011 > nov 2011
Napoli



Will Business

Art Director

dic 2015 > ago 2017
Napoli



Salemme&Partners

Art Director

gen 2005 > gen 2012
Napoli



AlteroDesign

Freelance

set 2013 > dic 2015
Napoli

FUTUREBRAND

FutureBrand

Junior Designer

gen 2003 > dic 2004
Milano

Esperienze che fanno metodo.

Tra i clienti con cui ho lavorato, nel corso delle mie esperienze professionali:

Unilever, AC Milan, Coop, Angelini, Fratelli Beretta, Casa Modena, RCS, Lottomatica, Finmeccanica, Policlinico Gemelli, Adnkronos, Città di Torino, Comune di Riccione, Comunità di Sant'Egidio, Cassa Forense, De Nigris, Molino Caputo, Gay Odin, Caffè Kenon, Arnone Soft Drink, Graziella, Lamb Weston, Maison Signore, Sterilfarma, Inda, Gruppo Sada, 12 Morsi, Acqua Santo Stefano, Balconi, Behome, Casco, Casilli Enterprise, Fresco, L'Acustica, Luigi Fusaro, RCMF, Stufe di Nerone, Liuc.

01

Ascolto

Obiettivi, contesto e persone.
La direzione giusta comincia dalle domande giuste.

02

Sintesi

Trasformo complessità
e intuizioni in un'idea visiva
chiara, riconoscibile, difendibile.

03

Sistema

Dal segno alle applicazioni:
progetto regole capaci di restare
coerenti e di evolvere.

Il mio obiettivo è trasformare ogni progetto in un'occasione per comunicare in modo diretto ed efficace, valorizzando l'unicità del cliente attraverso soluzioni visive curate e riconoscibili.

**Il mio lavoro.
Le vostre storie.**

Brand identity / 2026

Fix.

Ogni soluzione, un nuovo inizio.

Con FIX ho voluto costruire un'identità che non parlasse solo di tecnologia, ma di movimento, chiarezza e trasformazione.

Sono partito da un'idea semplice: quando qualcosa non funziona, la soluzione nasce spesso dal rimettere insieme i pezzi nel modo giusto.

Da qui prende forma il pittogramma, costruito su blocchi modulari che si ricompongono in un segno essenziale, digitale e riconoscibile.

La X diventa il cuore visivo del progetto: non solo una lettera, ma un simbolo di intervento, connessione e ripartenza. Un piccolo sistema grafico capace di adattarsi a contesti diversi, dal digitale agli oggetti fisici, mantenendo sempre la stessa identità.

La palette combina un teal luminoso e contemporaneo con un blu navy profondo: il primo porta energia, freschezza e innovazione; il secondo dà solidità, fiducia e autorevolezza.

L'obiettivo era creare un marchio pulito, smart e flessibile, capace di raccontare FIX come una realtà che non si limita a risolvere problemi, ma costruisce esperienze digitali più fluide, funzionali e orientate al futuro.



Esplora il progetto sul sito >



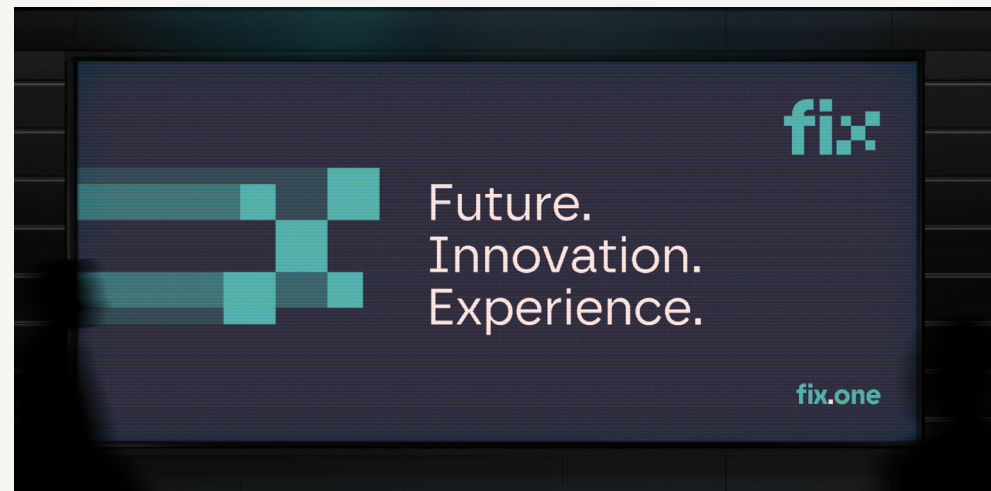
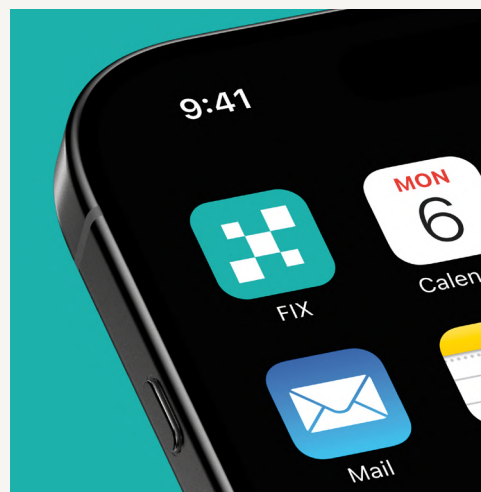
Future.
Innovation.
Experience.



Teal
#38b6af



Blu Navy
#082b3d



Editorial / 2022

Alexander Design.

Raccontare il prodotto con chiarezza ed equilibrio.

Per questo progetto mi sono occupato della progettazione grafica e dell'impaginazione del catalogo Alexander Design.

Ho lavorato per costruire un racconto visivo pulito ed essenziale, capace di valorizzare forme, materiali e dettagli dei prodotti, lasciando spazio alle immagini e alla forza del design.

Il risultato è un catalogo pensato per guidare lo sguardo e raccontare il prodotto con chiarezza ed equilibrio.



Esplora il progetto sul sito >



Brand identity / 2020

On Your Legs.

Il movimento diventa identità.

ON YOUR LEGS nasce dall'idea che il movimento sia un atto primordiale, istintivo, essenziale. Correre non è solo uno sport: è una dichiarazione.

Il logotipo integra un marchio distintivo che trova nella stilizzazione della lettera Y il suo elemento centrale. La Y diventa gesto atletico: una figura proiettata in avanti, in equilibrio dinamico, simbolo di slancio, energia e determinazione.

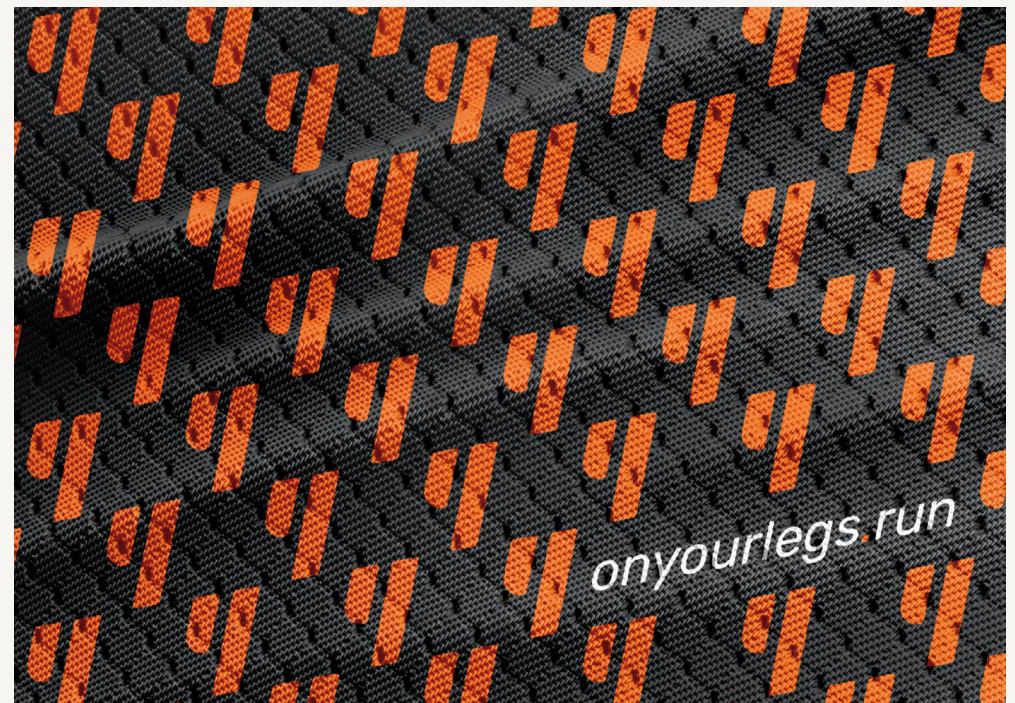
Le "gambe" non sono solo un riferimento anatomico, ma il fulcro identitario del brand: potenza, resistenza, volontà.

Un segno semplice, immediato, riconoscibile.

Un simbolo che sta in piedi. Proprio come chi corre.



Esplora il progetto sul sito >



Brand identity / 2026

Near.

La relazione, al centro dell'identità.

Near nasce con l'ambizione di essere una nuova forma di consulenza: moderna, integrata e realmente vicina alle imprese.

Un brand che unisce strategia, tecnologia e umanità in un unico linguaggio. L'identità selezionata interpreta questo posizionamento attraverso un logotipo tipografico costruito sul concetto di relazione. La legatura tra la "e" — ottenuta ruotando una "a" — e la "a" genera un gesto continuo che rappresenta dialogo, connessione e prossimità. La relazione non è un simbolo aggiunto: è parte della struttura stessa del nome.

La scelta tipografica combina precisione digitale e morbidezza formale, mentre il corallo contemporaneo rafforza il carattere umano del brand, distinguendolo nel panorama della consulenza tradizionale.

Un'identità essenziale, progettata per essere distintiva, coerente e scalabile su ogni touchpoint.



Esplora il progetto sul sito >



Identity - Wine Label / 2020

Evoè.

Il piacere del vino, a prima vista.

Evoè prende il nome dall'esclamazione di gioia con cui si celebrava Dioniso. Un richiamo alla cultura del vino e al piacere di stare insieme, da cui nasce il racconto visivo del progetto.

Per questo bianco campano ho progettato un'identità e un'etichetta in cui eleganza tipografica e dettagli naturali dialogano con semplicità.

Il logotipo in minuscolo trova il suo carattere nel contrasto tra tratti sottili e marcati. Una piccola goccia, sospesa sopra la "v", introduce un richiamo al vino e crea un legame visivo con la foglia di vite che scende dall'alto.

La foglia diventa protagonista dell'etichetta: le sue sfumature giallo-verdi e la sua texture portano una presenza viva e materica nella composizione. Il bianco lascia respirare gli elementi, mentre il nero della tipografia dà risalto al nome.

Un equilibrio di forme, colori e spazi pensato per anticipare, attraverso lo sguardo, il piacere del primo sorso.



Esplora il progetto sul sito >



Bilancio Sostenibilità / 2021

Sada.

Un impegno condiviso, pagina dopo pagina.

Un bilancio di sostenibilità racconta un'impresa attraverso le sue scelte, le persone e gli obiettivi che guarda al futuro. Per il Gruppo Sada mi sono occupato della progettazione grafica e dell'impaginazione, traducendo questi contenuti in un percorso di lettura chiaro e coinvolgente.

“Un passo alla volta” è il messaggio che apre il volume. In copertina, il volto umano e il paesaggio naturale si fondono in un'unica immagine, introducendo il legame tra persone, attività produttiva e ambiente. All'interno, il colore accompagna la lettura e distingue le sezioni, mentre un sistema di linee morbide crea continuità tra le pagine. Gerarchie tipografiche, icone e infografiche organizzano le informazioni e danno evidenza ai dati, alternando approfondimenti testuali e sintesi visive.

Il progetto cerca un equilibrio tra rigore e vicinanza: restituisce la dimensione aziendale del documento e rende accessibili i temi della sostenibilità, valorizzando il contributo delle persone e le relazioni che accompagnano il percorso del Gruppo.

Un lavoro editoriale pensato per dare ordine ai contenuti e rendere visibile, pagina dopo pagina, un impegno condiviso.



Esplora il progetto sul sito >



Rebranding non ufficiale / 2026

Puteolana 1902.

La forma delle radici.

Questo rebranding nasce dalle mie radici flegree e da un ricordo preciso. Sono cresciuto ad Arco Felice, a pochi passi dallo Stadio Domenico Conte, dove negli anni '80 mio padre mi portava a vedere le partite.

Da designer flegreo ho scelto di reinterpretare l'identità della Puteolana con un linguaggio più essenziale e attuale, capace di conservare i suoi riferimenti più riconoscibili.

Il nuovo marchio costruisce la forma dello scudetto attorno alla P, elemento centrale e distintivo della squadra. Le due forme laterali evocano invece le corna del diavolo e il suo forcone, trasformando un richiamo storico dell'immaginario del club in un segno grafico semplice, forte e immediatamente riconoscibile.



Esplora il progetto sul sito >



Guida per il paziente / 2024

L'Acustica.

Prendersi cura, anche con le parole.

Una guida per il paziente è uno strumento di accoglienza: aiuta a orientarsi, comprendere un percorso e affrontarlo con maggiore consapevolezza. Per L'Acustica mi sono occupato della progettazione grafica e dell'impaginazione, dando forma a un racconto visivo vicino alle persone.

Il progetto mette in relazione informazioni tecniche e situazioni quotidiane. Illustrazioni, icone e sequenze numerate accompagnano i contenuti, rendendo riconoscibili le diverse fasi del percorso e facilitando la consultazione.

Il rosso richiama l'identità del centro e mette in evidenza titoli, passaggi e informazioni chiave. Gli spazi bianchi e le gerarchie tipografiche danno respiro alle pagine, creando un equilibrio tra approfondimento e immediatezza.

Nella sezione dedicata ad Audiospace, il linguaggio visivo cambia registro: l'immaginario dello spazio introduce il percorso attraverso astronauti, pianeti e richiami al viaggio, mantenendo continuità con il resto della guida.

Un progetto editoriale pensato per rendere l'informazione accessibile e accompagnare il paziente, una pagina alla volta.



Esplora il progetto sul sito >



Brand identity / 2013

RCMF.

Il segno incontra la musica.

Per il Rome Chamber Music Festival ho progettato un'identità che trova nella musica stessa il proprio elemento distintivo. Il punto di partenza è il violino: le sue forme, l'eleganza delle proporzioni e il legame tra materia e suono.

Il logotipo riunisce le iniziali del festival in una composizione tipografica in minuscolo. La "f", ispirata alle aperture armoniche del violino, diventa il fulcro del marchio: una lettera che appartiene al nome e, allo stesso tempo, racconta il mondo a cui si riferisce.

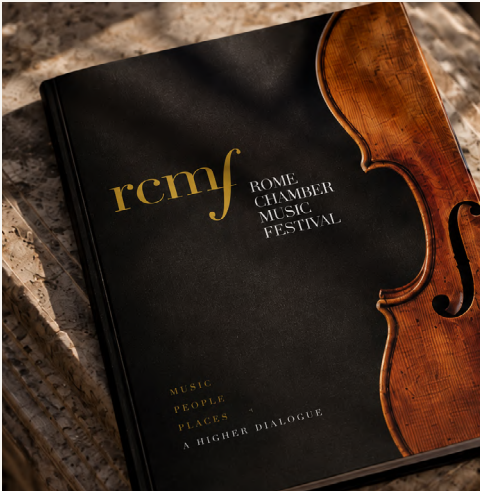
Il contrasto tra i caratteri graziati e lo slancio della "f" dà ritmo alla composizione, mentre il nome esteso del festival affianca il segno e ne completa la lettura.

L'identità si sviluppa attraverso il nero, l'oro e le tonalità calde del legno. I dettagli degli strumenti dialogano con la tipografia, creando continuità tra programmi, inviti, manifesti e materiali di accoglienza.

Un progetto che traduce il carattere della musica da camera in un linguaggio visivo essenziale e riconoscibile, capace di accompagnare il festival dalla pagina stampata agli spazi della città.



Esplora il progetto sul sito >



Bilancio Sostenibilità / 2023

Casilli.

Un percorso da leggere.
Una direzione da condividere.

Per il bilancio di sostenibilità 2023 di Casilli ho curato la progettazione grafica e l'impaginazione, costruendo un racconto visivo che mette in relazione l'identità dell'azienda, il mondo dei trasporti e il suo percorso verso una mobilità più sostenibile.

Il concetto di movimento attraversa l'intero progetto. In copertina, la strada introduce l'idea del viaggio; nelle pagine interne, tagli diagonali e frecce diventano elementi ricorrenti che collegano fotografie, aperture di sezione e approfondimenti.

Il colore orienta la lettura: il rosso richiama l'identità aziendale, mentre il blu e il verde distinguono le aree dedicate alle persone e all'ambiente. Un sistema che rende riconoscibili i diversi temi e mantiene coerenza lungo tutto il volume. Grafici, tabelle e icone traducono i dati in sintesi visive, mentre le gerarchie tipografiche e gli spazi bianchi aiutano a consultare anche i contenuti più articolati. Le fotografie riportano il racconto alla sua dimensione concreta: mezzi, attività, persone e territorio.

Un progetto editoriale pensato per dare leggibilità ai risultati e una direzione visiva agli impegni, accompagnando il lettore nella conoscenza dell'azienda e della sua evoluzione.



Esplora il progetto sul sito >



Brand identity / 2021

DoWeDo.

Il carattere dell'acciaio, la leggerezza del colore.

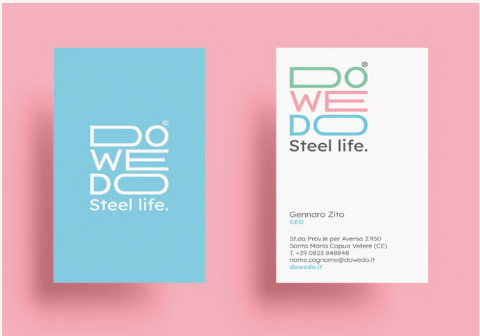
Per DoWeDo ho progettato un'identità che interpreta il mondo dell'arredo in acciaio attraverso un linguaggio fresco, essenziale e accessibile. Un'immagine capace di esprimere la solidità del materiale e la dimensione creativa degli oggetti che entrano negli spazi quotidiani. Il logotipo si sviluppa su tre livelli — DO, WE, DO — trasformando il nome in una composizione compatta e riconoscibile. Le lettere, costruite con tratti sottili e forme geometriche allungate, richiamano i profili e le piegature del metallo, alternando linee rette e curve morbide.

La palette affida a verde menta, rosa e azzurro il compito di portare leggerezza e personalità. Ogni colore scandisce una parte del nome e diventa un elemento del sistema visivo, dalle applicazioni su carta alla comunicazione di prodotto. Il payoff "Steel life." completa l'identità mettendo in relazione il materiale e la vita di tutti i giorni. Il marchio mantiene la propria riconoscibilità anche nelle versioni monocromatiche e nelle applicazioni a rilievo, dove il segno acquista una presenza fisica.

Un'identità pensata per accompagnare il prodotto con coerenza, lasciando spazio al colore, alla materia e a un modo vivace di abitare gli ambienti.



Esplora il progetto sul sito >



Parliamone.

Per un progetto, una collaborazione o un supporto
freelance al tuo team.

info@alterodesign.it | +39 339 459 8190 | www.alterodesign.it

