



# Portfolio selection

**Alice Bosco** Freelance Creative Copywriter





# SO FAR SO SMOOTH



Branded content w/ **Aurora Ramazzotti** | Cliente:  
**Freeda Media** | Brand: **Superfluid** | Anno: **2021**

**Branded content** per il lancio del **body oil** So Far So Smooth di Superfluid, con la partecipazione di **Aurora Ramazzotti** come talent coinvolta nella **campagna di lancio** online e offline.

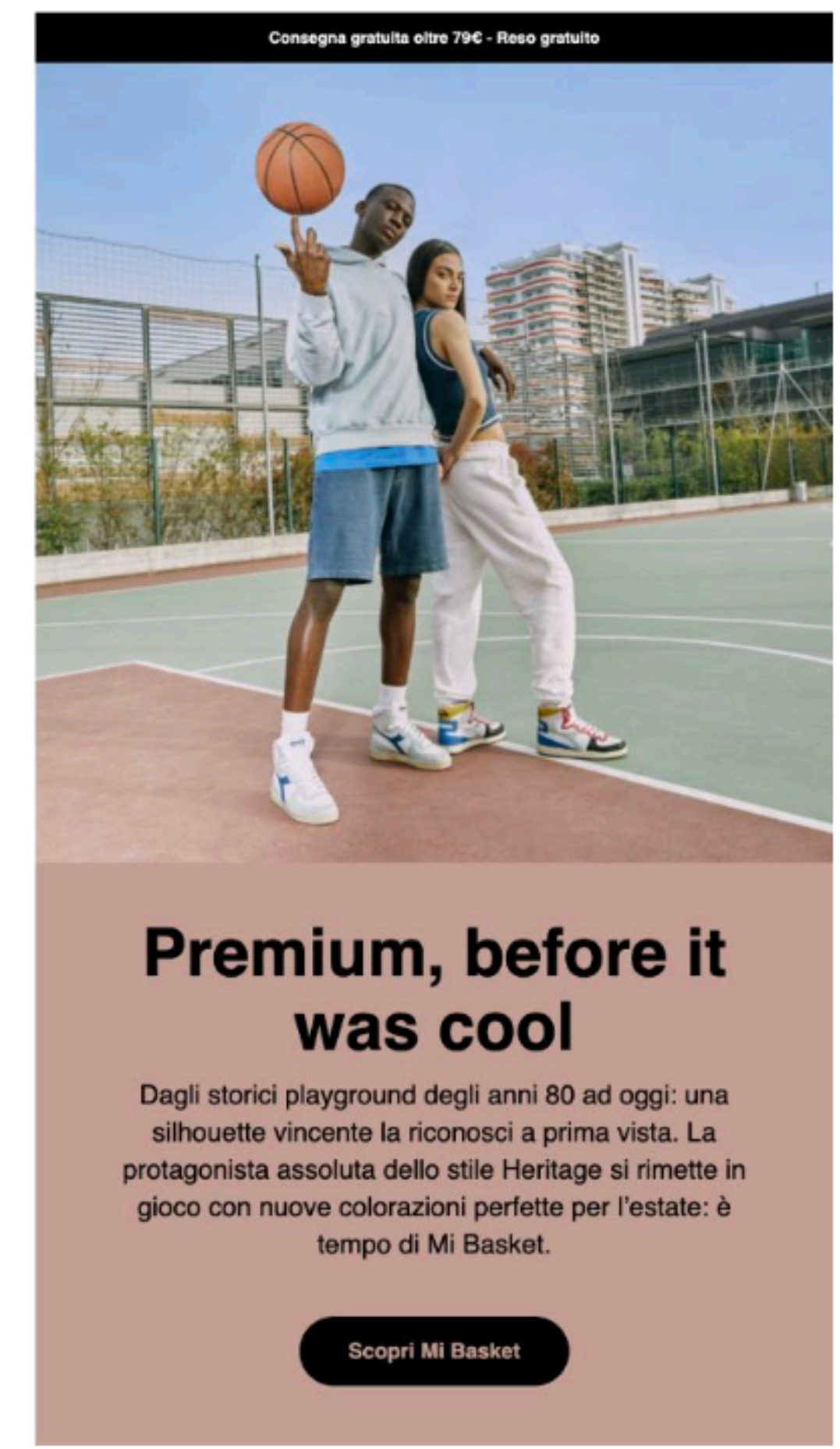
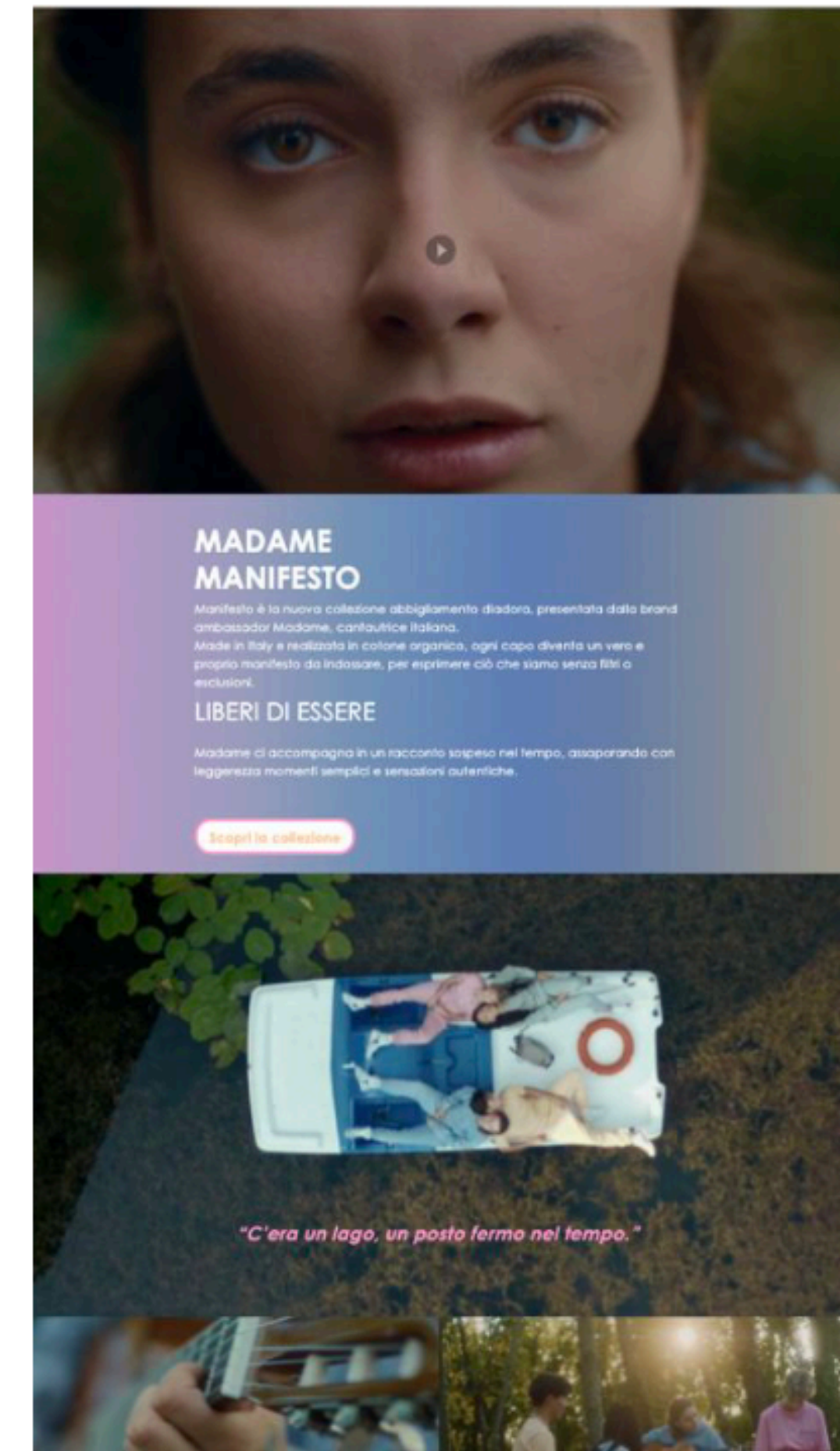




# LIBERI DI ESSERE w/ MADAME DEM e Newsletter | Cliente e brand: **diadora** | Anno: **2021**

## + POSTCARDS FROM ITALY

Collaborazione **digital copywriting** per social, newsletter e **dem**, landing page, progetti interni e marketing description **e-commerce**.





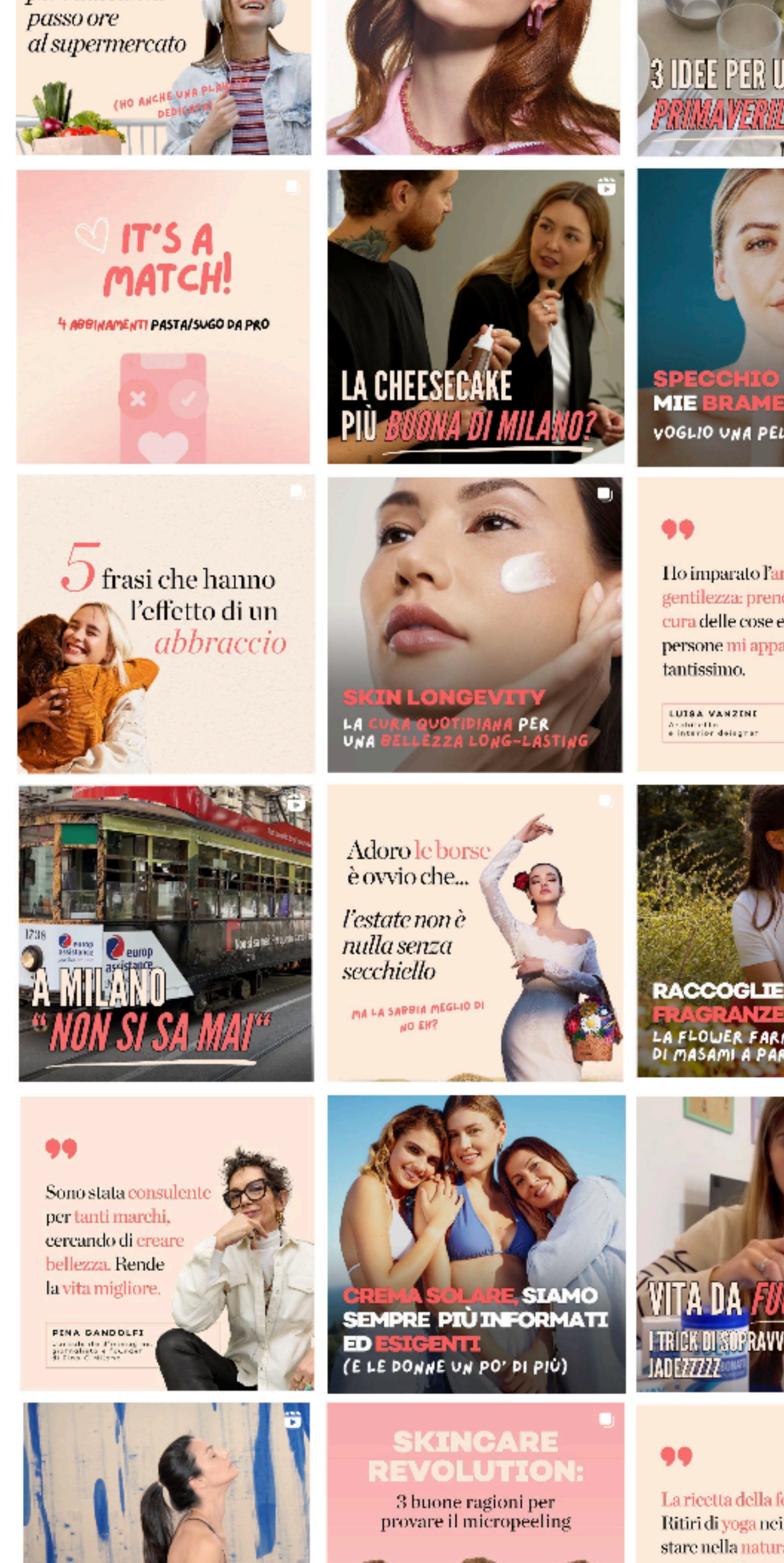
# IO DONNA

SOCIAL STRATEGY BRANDED



**Digital copywriting: social branded content** | Cliente:  
**RCS iO Donna** | Brand: **Milkshake, Kenzo, Sovay, Europ Assistance, Biffi 1852, Sephora, Erbolario, L'Oreal Paris, Natusi, Catrice, Rilastil** ecc. | Anno: **Dal 2021**

Dal 2021 mi occupo della realizzazione di **format originali** e **contenuti social** per differenti **clienti fashion, food, beauty e sociali** all'interno del **Team Branded** di **iO Donna**. I contenuti comprendono post, set story, reel con **talent** e **video branded content**.



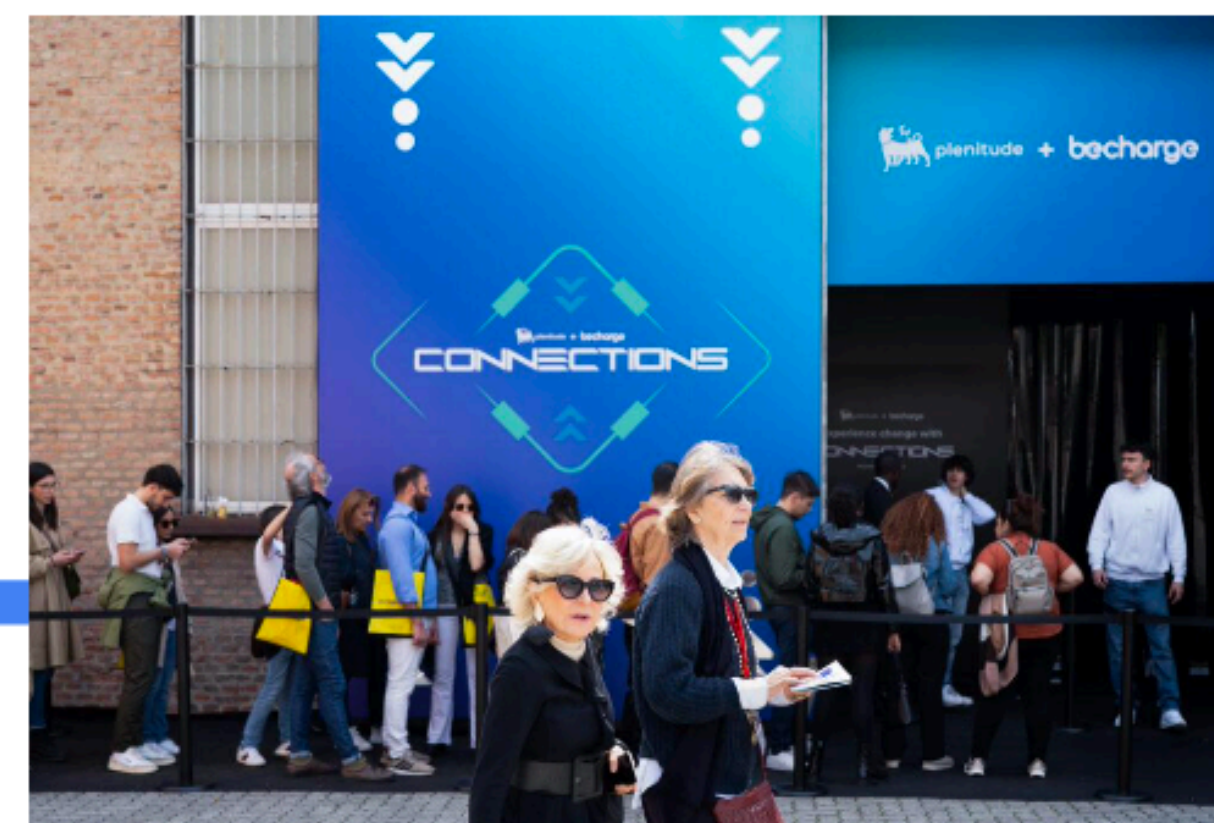
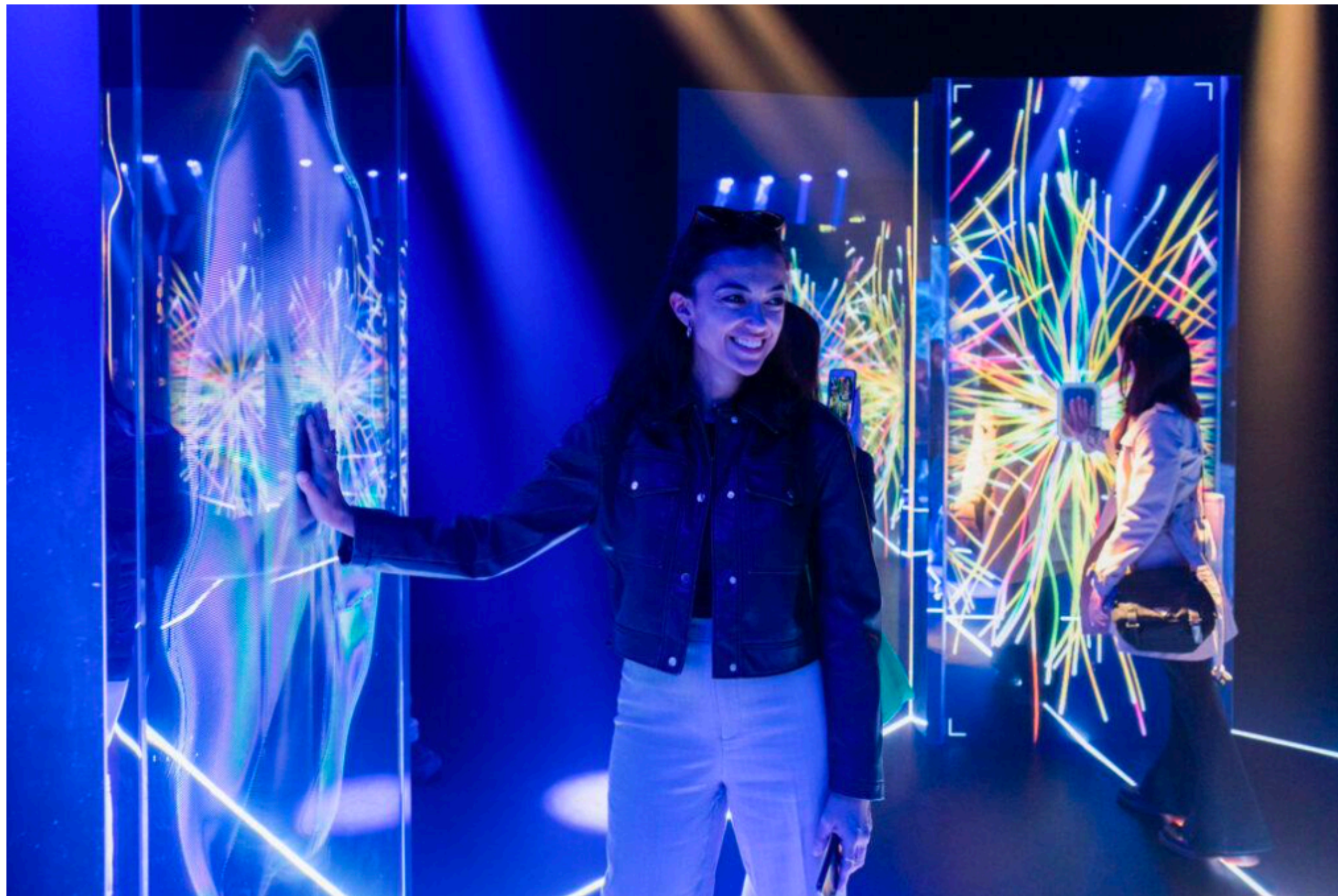


# CONNECTIONS



Installazione immersiva @Fuorisalone | Cliente:  
All Communication | Brand: **Plenitude+Be Charge** | Anno: **2023**

Un'installazione immersiva di **arte generativa** per far provare a tutti l'opportunità di **divenire rete**, attraverso la collaborazione.  
Il tema del **Fuorisalone 2023** è **Laboratorio Futuro**, un invito a riflettere sulla **necessità** di trovare una **direzione comune** nel confronto.  
**Connections** è un progetto che ha coinvolto diverse figure e **professionalità creative** per andare a creare un'installazione dall'alto **valore simbolico**.  
Divenire rete è un'esperienza per i **partecipanti** ma è anche il lavoro quotidiano di Plenitude, attraverso Be Charge, sul **territorio**.



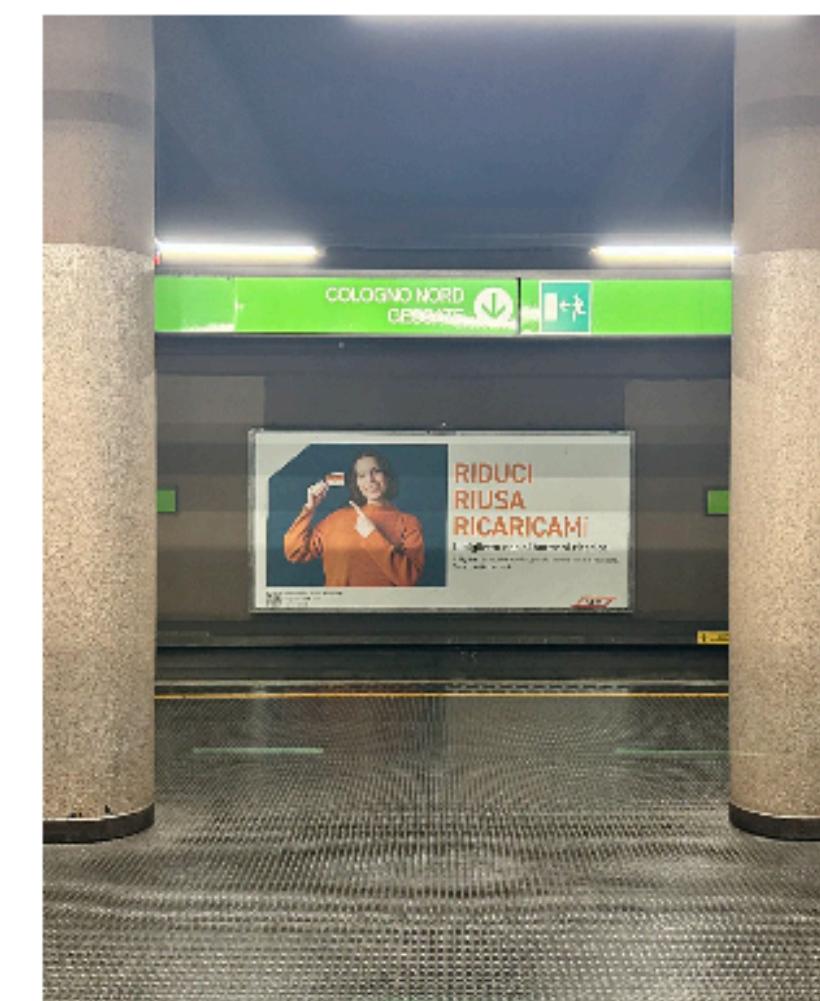


# RIDUCI, RIUSA, RICARICAMI



Campagna stampa | Cliente: **Kiwi** | Brand: **ATM** | Anno: **2024**

Campagna ATL (Milano) per il lancio di **RicaricaMi**, il nuovo biglietto ricaricabile di **ATM**.





# SCUOLA GUIDA FUTURO



**Progetto integrato + Attrazione permanente @Leolandia** | Cliente:  
**All Communication** | Brand: **Plenitude+Be Charge** | Anno: **2024**

*ORO Best Event Awards 2024 - Categoria evento educational e formazione*

**Scuola Guida Futuro** non è “una pista” ma una **dimensione narrativa** ed esperienziale che comprende diversi livelli tra cui l'**attrazione permanente** inaugurata a maggio 2024 a **Leolandia**. Il progetto porta **per la prima volta** in un parco a tema un'esperienza di **edutainment** che nasce dall'impegno di Plenitude e Be Charge per la sensibilizzazione delle **nuove generazioni** verso il futuro della **mobilità**.





# THE ART IN MOTION MUSEUM Public art | Cliente: All communication | Brand: Plenitude | Anno: 2024

SHORTLIST Premio Cultura + Impresa 2024/2025 - Categoria produzioni culturali d'impresa

Abbiamo chiesto a **3 artisti di fama internazionale** di interpretare l'energia attraverso **opere originali**, dando vita a un'esperienza di **arte pubblica**: l'Art in Motion Museum di Plenitude. Il progetto trasforma le **colonnine di ricarica** elettrica in **tele d'artista**, creando il primo **museo a cielo aperto** dedicato alla **mobilità elettrica**. Ogni punto di ricarica diventa così un luogo in cui **tecnologia, sostenibilità** ed **espressione artistica** si incontrano. Un'iniziativa che racconta l'**energia** non solo come risorsa funzionale, ma come **fonte di bellezza e connessione** con la comunità.



Jonathan Calugi



Ray Oranges



Alberto Casagrande



# THE EXPERIENCE



Activation phygital | Cliente: Kiwi digital | Brand: KFC | Anno: 2025

2 BRONZI NCAwards 2025 - Categorie Evento digitale e phygital e Digital Integrated Campaign Distribuzione e ristorazione

Per il lancio del menù **KFC Italia x Squid Game** abbiamo trasformato il desiderio della community in una missione phygital. Un **van brandizzato** ha attraversato **quattro città italiane**, rendendo le strade il palcoscenico di un'esperienza unica tra **gioco, mistero e branded entertainment**. Una strategia **social-first** che ha convertito la passione dei fan in un'attivazione concreta e memorabile.



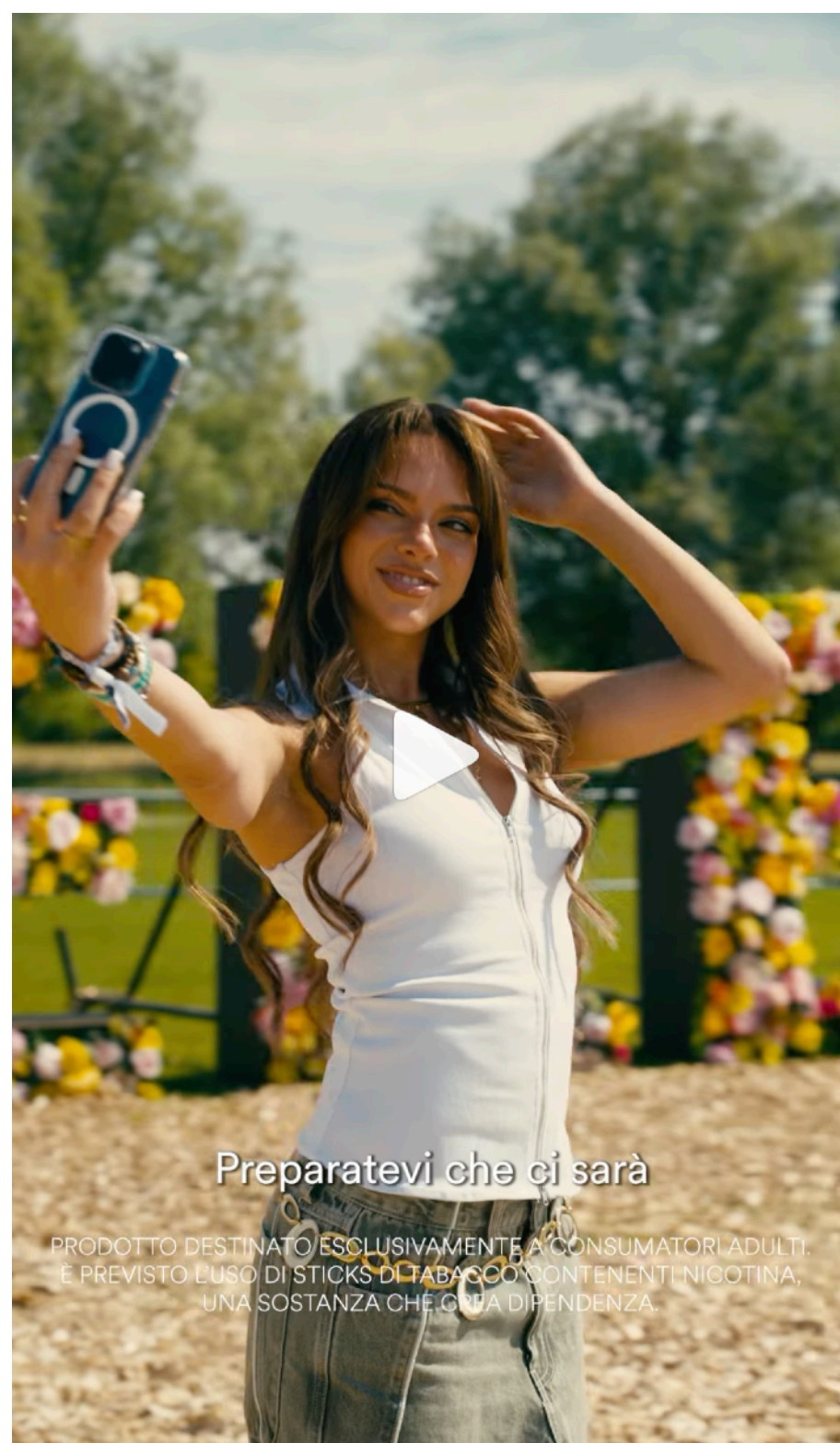


# PLOOM EVENTS



Influencer activation | Cliente: **Kiwi digital** | Brand: **Ploom** | Anno: **2025**

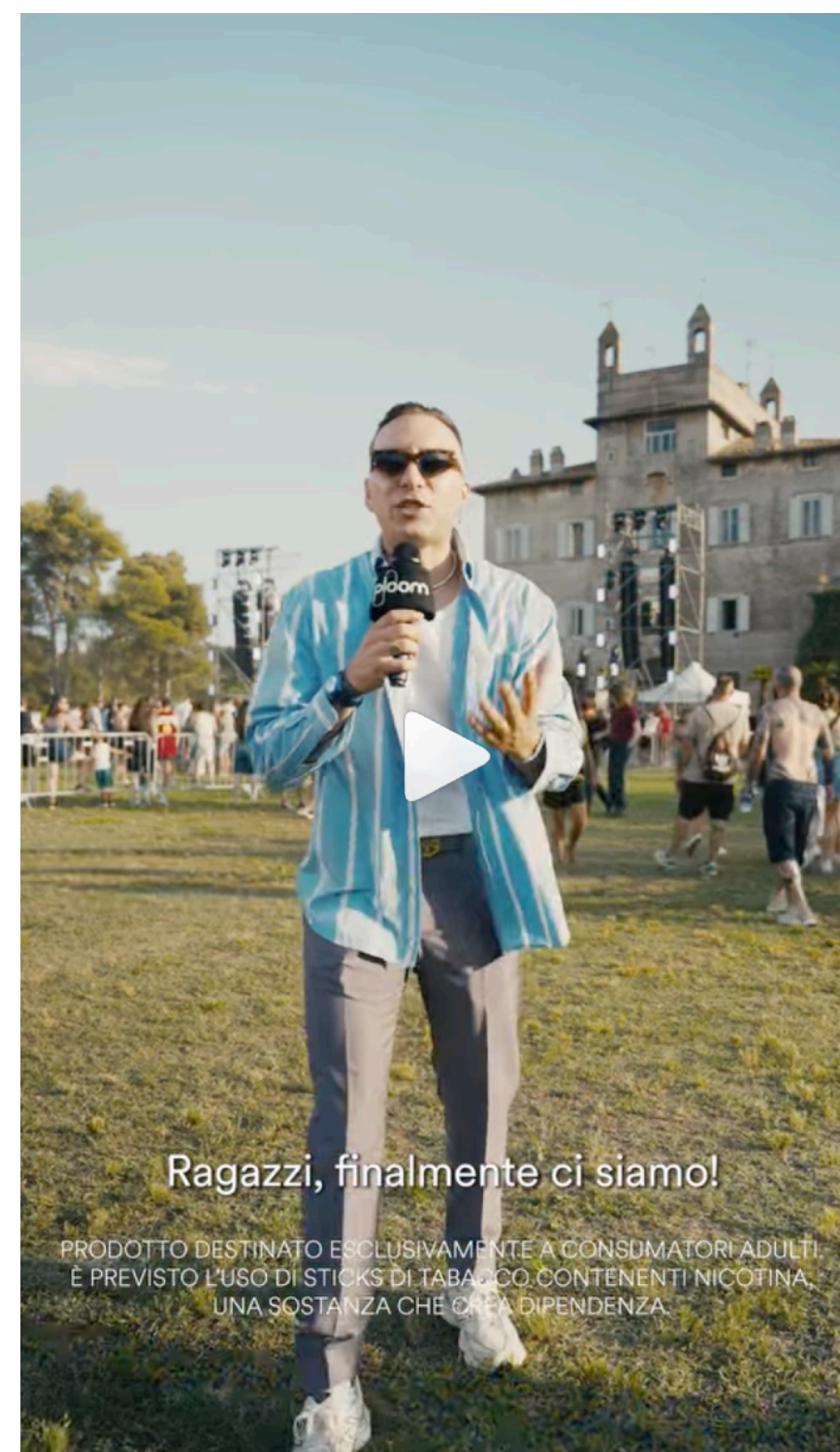
Abbiamo presidiato **festival ed eventi chiave** in cui **Ploom** è stato protagonista, integrando il brand in contesti culturali e lifestyle ad alta affinità come **Nameless Festival**, **Pitti Uomo**, **Ushuaia** Ibiza ed eventi speciali come **La Tabaccheria GCDS**. Attraverso il coinvolgimento di **influencer selezionati**, abbiamo portato la visione di Ploom in ambienti eterogenei ma coerenti, sviluppando **script originali** e contenuti **video tailor-made**, capaci di amplificare l'esperienza fisica e tradurla in una **narrazione digitale** autentica e riconoscibile.



Giulia Paglianiti  
@Nameless



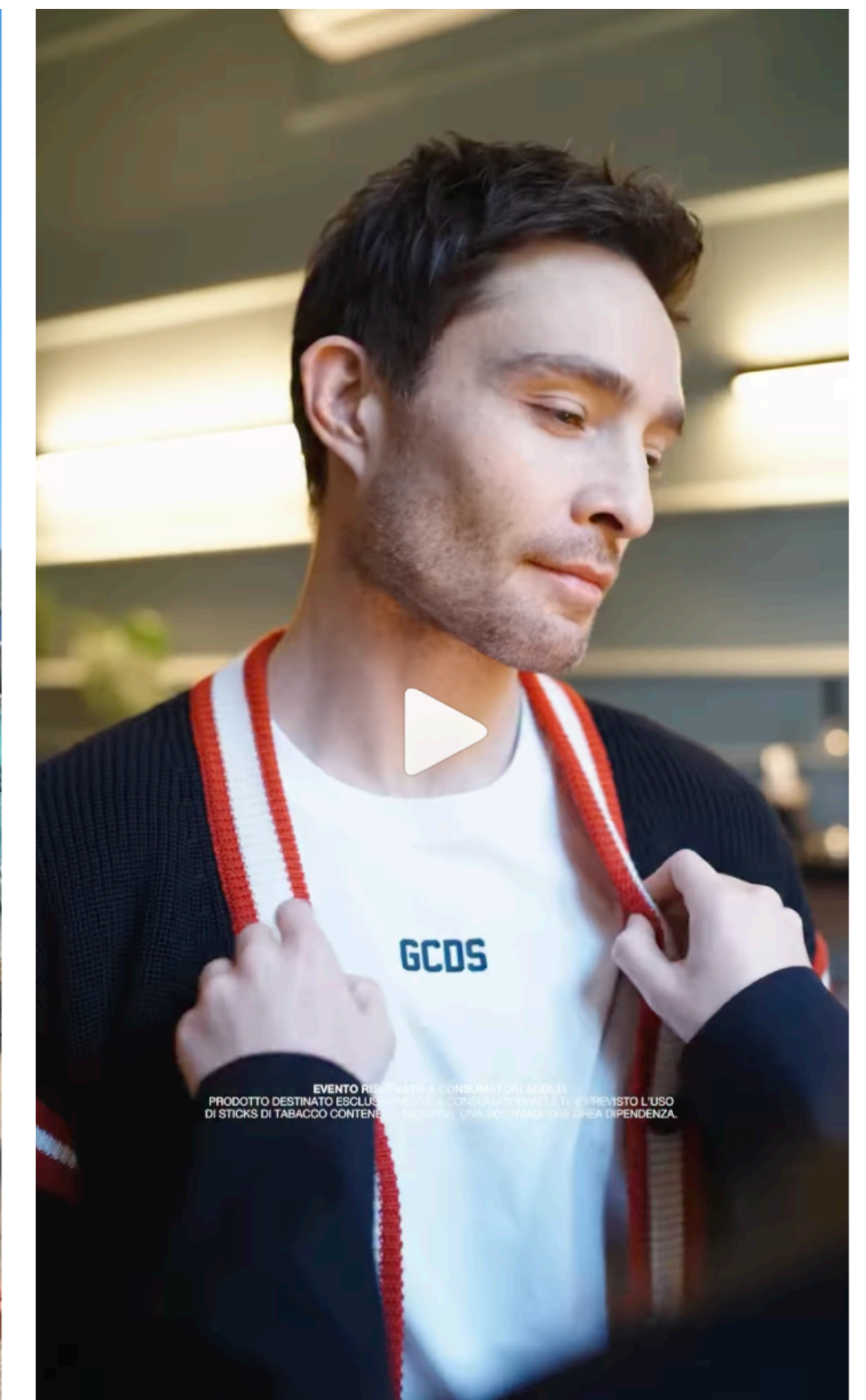
Jonathan  
@Pitti uomo



Briga  
@Superaurora



Influencer squad  
@ Ibiza w/ Ibizzate with Ploom



Ed Westwick  
@Tabaccheria GCDS





GRAZIE!

**Alice Bosco** Freelance Creative Copywriter

