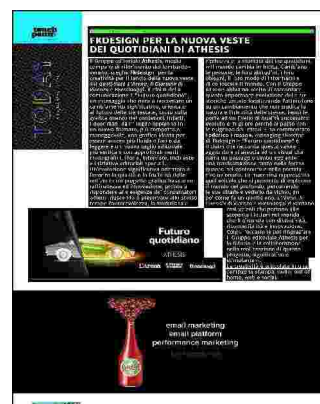


CAMPAGNA MULTIMEDIALE

FKDESIGN PER LA NUOVA VESTE DEI QUOTIDIANI DI ATHESIS

Il Gruppo editoriale **Athesis**, media company di riferimento del lombardo-veneto, sceglie **Fkdesign** per la creatività per il lancio della nuova veste dei quotidiani *L'Arena*, *Il Giornale di Vicenza* e *Bresciaoggi*. Il claim della comunicazione è "Futuro quotidiano", un messaggio che mira a raccontare un cambiamento significativo, orientato al futuro delle tre testate, tanto sulla grafica quanto nei contenuti. Infatti, i quotidiani dall'1 luglio appaiono in un nuovo formato, più compatto e maneggevole, una grafica ideata per essere ancora più fluida e facile da leggere e un nuovo taglio editoriale più verticale con approfondimenti monografici, storie, interviste, inchieste e iniziative editoriali speciali. Un'evoluzione significativa orientata a favorire la qualità e la fruibilità delle notizie in un progetto grafico basato su raffinatezza ed innovazione, pronto a rispondere alle esigenze dei consumatori odierni riuscendo a preservare allo stesso tempo l'autorevolezza, la tradizionale

ricchezza e la storicità dei tre quotidiani. «Il mondo cambia in fretta. Cambiano le persone, le loro abitudini, i loro bisogni, il loro modo di informarsi e di conoscere il mondo. Con il Gruppo **Athesis** abbiamo scelto di raccontare questa importante evoluzione delle tre storiche testate focalizzando l'attenzione su un cambiamento che non sradica la natura e l'identità delle stesse, bensì le porta ad un livello di qualità successivo: evoluto e migliore perché al passo con le esigenze dei lettori - ha commentato **Federico Frasson**, Managing Director di **Fkdesign** - "Futuro quotidiano" è il claim che racconta questo valore aggiunto e si associa ad un visual che narra un passaggio simboleggiante una trasformazione tanto nella forma quanto nel contenuto e nella portata rivoluzionaria. La macchina rappresenta quel veicolo che ci permette di esplorare il mondo nel profondo, percorrendo le sue strade e vederlo da vicino, un po' come fa un quotidiano. *L'Arena*, *Il Giornale di Vicenza* e *Bresciaoggi* diventano così veicoli che portano alla scoperta i lettori nel mondo che li circonda con distintività, riconoscibilità e innovazione. Colgo l'occasione per ringraziare il Gruppo editoriale **Athesis** per la fiducia e la collaborazione nella realizzazione di questo progetto, significativo e stimolante». La creatività è articolata in una campagna stampa, radio, out of home, web e social.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

037194