



martedì, Luglio 4, 2023

SPOT and WEB



VISIONARIA FILM

TAILOR MADE PRODUCTIONS

HOME RUBRICHE AUDIOINTERVISTE SPECIALI CORSI ARRETRATI PODCAST DATI & CIFRE AGENDA



REDAZIONE

Home > Pubblicità > Fkdesign firma la nuova campagna del Gruppo editoriale Athesis

Fkdesign firma la nuova campagna del Gruppo editoriale **Athesis**

4 Luglio 2023

Fkdesign firma la creatività della nuova campagna multicanale per il Gruppo editoriale **Athesis** – la media company del lombardo-veneto – realizzata 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 dal 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.

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

037194

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 – continua Frasson – L'Arena, Il Giornale di Vicenza e Brescia oggi 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 per la media company lombardo veneta curata dall'agenzia Fkdesign associata UNA è articolata in una campagna stampa, radio, out of home, web e social.

Condividi:

E-mail

Altro



Articolo precedente

In edicola Meridiani Montagne "Cristallo e Valle del Boite"

Articolo successivo

Confimi Industria presenta il nuovo logo

ARTICOLI CORRELATI

ALTRO DALL'AUTORE

Confimi Industria presenta il nuovo logo

Quando l'hater diventa un plus: Di erent si aggiudica la gara per il Centro Commerciale L'Aquilone

AIS sceglie Eprcomunicazione per relazioni con i media e public affairs

Next14 firma la campagna lancio di Ringo gelato

Erbacipollina firma rebranding, brand strategy e communication di Esse Caffè

