



# Athesis: dopo l'offerta per l'acquisto della Gazzetta di Mantova di Gruppo

## GEDI, da sabato rilancia L'Arena, Il Giornale di Vicenza e Bresciaoggi completamente rinnovati, con campagna di Fkdesign

6

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.



037194

# Editoria Athesis: dopo l'offerta per La Gazzetta di Mantova, lancia il restyling dei suoi quotidiani

Da sabato nuova era per L'Arena, Il Giornale di Vicenza e Bresciaoggi con il rinnovo completo. Campagna creativa di Fkdesign pianificata su web e social, OOH, stampa e radio

**G**ruppo Editoriale Athesis ha comunicato di aver presentato al Gruppo GEDI un'offerta finalizzata all'acquisto della storica testata Gazzetta di Mantova. Le parti entreranno ora in una negoziazione in esclusiva per consentire lo svolgimento della due diligence e, parallelamente, procederanno alla predisposizione e discussione dei documenti contrattuali che disciplineranno l'operazione. La stipula dell'accordo, condizionata al buon esito delle trattative, è prevista entro il mese di agosto 2023, fermo restando che l'accordo diverrà definitivo al soddisfacimento delle usuali condizioni sospensive per operazioni di questa natura e delle procedure previste dalle vigenti disposizioni.

## L'Arena, Il Giornale di Vicenza e Bresciaoggi

Sabato 1° luglio L'Arena, Il Giornale di Vicenza e Bresciaoggi si presenteranno ai lettori in una veste completamente rinnovata. Diverso il formato, il tradizionale "Berliner", più elegante e verticale, che verrà stampato da Centro Stampa Quotidiani di Erbusco (Bs), uno dei maggiori e più moderni centri stampa in Italia. Completamente nuovo il progetto grafico, curato da Wenceslau New Design di Barcellona che nei nuovi tratti ha saputo creare una sintesi di



autorevolezza, raffinatezza ed innovazione. Un nuovo corso che si completerà con l'aggiornamento del taglio editoriale delle tre storiche testate Athesis, che mantenendo la tradizionale ricchezza e unicità del notiziario caratteristica dei quotidiani locali introdurranno una maggiore verticalità anche nei contenuti, attraverso approfondimenti monografici, storie, interviste, inchieste e iniziative editoriali speciali sempre più integrate nel ricchissimo palinsesto di grandi eventi diventato in questi anni il tratto distintivo del Gruppo editoriale Athesis, la media company del territorio lombardo veneto.

## Progetto grafico

Il nuovo progetto grafico è stato studiato e sviluppato in collaborazione con lo studio Wenceslau New Design di Barcellona guidato da Enzo Iaccheo. Una lettura più lineare, dunque, in un nuovo formato, pratico nello sfoglio e con uno svolgimento verticale. La rinnovata impostazione grafica valorizzerà un'informazione orientata oggi, ancora di più, a scendere in profondità con una selezione attenta, ragionata e accreditata delle notizie per un giornale contemporaneo, di qualità e in linea con le esigenze dei lettori.

## La comunicazione

Il lancio dei nuovi quotidiani sarà accompagnato da un'importante campagna di promozione multicanale la cui creatività è stata firmata dall'agenzia Fkdesign: il planning coinvolgerà i canali web e social, out of home, stampa e radio.

## I commenti

Il CEO di Athesis Matteo Montan commenta: "Quello che annunciamo oggi non è solo un nuovo prodotto che nasce ma anche la storia di una bellissima squadra e di un progetto complesso partito dalla sofferza e necessaria scelta industriale di affidare all'esterno la stampa dei nostri quotidiani ad una solida realtà come CSQ e che poi via via ha visto lavorare insieme l'intero team Athesis a fianco dei nostri partner. Un investimento nel futuro dell'informazione di qualità, un valore il cui peso è destinato ad aumentare nel tempo e che si fonda sulla capacità di mantenere e fare crescere su ogni possibile piattaforma la fiducia dei milioni di persone e di imprese che ogni giorno interagiscono con noi, utilizzando l'intelligenza artificiale e soprattutto quella umana per creare prodotti editoriali unici, esclusivi che crediamo nessuna tecnologia potrà mai ricreare da sola". Enzo Iaccheo spiega: "Per L'Arena, Il Giornale di Vicen-

za e Bresciaoggi ci siamo concentrati sul rafforzamento dell'identità creando un design moderno e dinamico, elegante e ordinato. L'utilizzo equilibrato di spazi bianchi ed elementi grafici crea un ritmo di lettura e migliora la leggibilità. Abbiamo lavorato per esprimere chiaramente l'identità dei quotidiani attraverso un design distintivo e riconoscibile. L'intenzione del layout è quello di trasmettere autorevolezza, quindi fiducia nella qualità delle informazioni presentate. La disposizione strategica degli elementi grafici facilita la fluidità della lettura, consentendo ai lettori di navigare agevolmente tra le diverse sezioni del giornale e accedere alle notizie in modo intuitivo". Marino Smiderle, direttore della testata vicentina di Athesis, prosegue: "Un cambiamento radicale che ha però l'obiettivo di dare un senso di continuità tra la storia e il futuro del Giornale di Vicenza: questo è l'obiettivo della 'rivoluzione' che abbiamo voluto fare nel nostro quotidiano. Perché non sarà un semplice cambio d'abito: l'ambizione è quella di integrare con la nuova grafica anche quei maggiori approfondimenti di contenuti che questi tempi richiedono". Il direttore de L'Arena e Bresciaoggi Massimo Mamoli conclude: "L'obiettivo complessivo di questa nuova e sfidante svolta grafica, continua, è quello di offrire un giornale moderno che nel ventaglio dinamico delle sue sezioni presenti al lettore più gerarchia di senso, e una maggiore verticalità nella discussione chiara dei veri problemi di una comunità che vive, crea, vuole sapere, approfondisce. E con questa modalità, trasmetta il senso profondo del valore e dell'autenticità che costituisce oggi il patrimonio civile dell'informazione".