

VILLA D'ESTE HOME TIVOLI - PER I VENT'ANNI UNA NUOVA AGENZIA E UN NUOVO LOOK PER UNA COMUNICAZIONE A

Nuova agenzia di relazioni pubbliche e nuovo visual. Il 2018 segna un cambio di passo nella comunicazione di Villa d'Este Home Tivoli, brand del Gruppo Galileo S.p.A. che festeggia i vent'anni dalla sua fondazione. Diventato protagonista dell'universo Home & Living grazie a una filosofia che ha rivoluzionato il concetto di tavola, Villa d'Este Home Tivoli è oggi impegnato a far conoscere i valori che hanno permesso al marchio una crescita consistente negli ultimi anni.

Il primo impegno è proprio sul fronte della comunicazione: Galileo S.p.A ha affidato a Lead Communication di Milano le proprie Media e Public Relation per divulgare e valorizzare l'attività di un'azienda italiana di successo e il suo nutrito catalogo di oltre 18.000 referenze, con un focus particolare proprio sul brand Villa d'Este Home Tivoli. L'Agenzia ha debuttato supportando la comunicazione di Villa d'Este a HOMI Milano, una presenza importante che ha visto la presentazione in Fiera di oltre 50 nuove linee. Un mandato che avrà anche il compito di sviluppare le Digital PR e di esplorare opportunità di partnership di forte impatto comunicativo nell'ambito del design, del lifestyle, del food fino al target Ho.Re.Ca. L'impegno di Lead ha così portato Villa d'Este a BIT 2018, venendo scelta dagli chef di APCI, Associazione Professionale Cuochi Italiani, per l'iniziativa A Bit of Taste.

L'incarico si inserisce perfettamente nelle case histories sviluppate da Lead Communication nella sua storia. L'agenzia guidata da Anita Lissona, che festeggia quest'anno i 25 anni di attività ininterrotta, ha nel suo portfolio la comunicazione di molte family company di successo, simili, per storia a passione, a Galileo S.p.A.: citiamo tra gli altri MD S.p.A, Fabbri 1905, Monini, Lucano 1894, Gruppo De Nigris.

"Dedicare le nostre attenzioni e la nostra professionalità nelle PR e nella gestione dei media alle aziende di famiglia italiane ci ha sempre dato grandi soddisfazioni, tanto da sentirci degli 'specialisti' nel genere" commenta Anita Lissona. "Forse perché in anni non sospetti abbiamo saputo applicare a questo mondo concreto e schivo, ricco di passione e di energia, l'arte dello storytelling oggi tanto in voga, conquistandone la fiducia".

Nuovo Visual

Proprio pensando alla storia ventennale di Villa d'Este Home Tivoli e alla sua evoluzione, il Gruppo ha sviluppato un progetto di rebranding da cui sono scaturiti un nuovo logo e una nuova veste grafica.

La ricerca del visual è partita dai punti di forza del marchio, capace di crescere e rinnovarsi, ma senza rinunciare alle proprie origini e al forte legame con un territorio, famoso proprio per essere ricco di arte e storia. Tivoli, dove l'azienda ha sede fin dalla sua fondazione, è racchiusa entro un confine virtuale delineato da 3 splendide ville alle porte di Roma: Villa d'Este, Villa Gregoriana e Villa Adriana. Il nuovo logo doveva esprimere questa eleganza classica, ma anche design, qualità e attenzione per i materiali che caratterizzano l'azienda.

Il risultato è stato un monogramma che adotta per la V e la E, distintivi del marchio, caratteri che ci riportano al passato, alla famiglia degli Estensi, celebrata attraverso le cromie dello storico stemma che si alternano ai colori primari e ai toni naturali: ritroviamo il rosso marsala della terracotta, il senape dello zafferano, il marrone del caffè, della terra e della corda e l'azzurro del mare. La pennellata all'interno del logo unisce passato e presente: un tratto grafico sempre diverso che nella sua semplicità esalta la fattura artigianale e il design tutto italiano del prodotto.

Un dialogo creativo costante tra mondi affini dove a regnare sovrana è la tavola: un brand dalla personalità rivoluzionaria e decisa che disegna una nuova idea di casa all'insegna

dell'eleganza, dell'allegria e del colore.