

Guardini, festeggia i suoi 70 anni con una nuova strategia di comunicazione

Set 12, 2017



Allo scoccare dei suoi primi 70 anni, Guardini cambia strategia di comunicazione, lanciando una nuova campagna.

L'obiettivo è quello di raccontare come l'azienda nel tempo sia riuscita a far "parlare" i propri prodotti, rivelatisi nel tempo veri interpreti di storie **di famiglia, di amore, di tradizioni e di creatività**.

Si sono dunque realizzati dei "micro-mondi", dei paesaggi anche un po' fiabeschi in cui ognuno può rispecchiarsi.

Idealmente questo concetto è infinito perché le storie sono infinite.

Per una volta Guardini non ha voluto rappresentare del "cibo", ma mettere in primo piano il suo prodotto: **LE TEGLIE**. Teglie come contenitori di sensazioni, di emozioni e appunto, di storie.

Un racconto per istantanee

Si è partiti con l'immagine dell'inverno, della neve, con le candeline in cima alla montagna per festeggiare questo grande traguardo. Le montagne raccontano un momento di relax, ci sono dei bambini che giocano, persone che sciano. Si è voluto rappresentare "una storia" all'interno di una teglia.

Forti di questa impostazione, la campagna ha preso il suo avvio, raccontando delle storie divise in 5 tematiche, in cui Guardini si rispecchia e che verranno utilizzate come campagne social e trattate come spin off di comunicazione per coprire un anno di comunicazione:

.amore

.tradizione

.team/famiglia

.qualità

.arte

#ogniteglaunastoria

Il tutto sotto il grande contenitore di questi valori: il **MADE IN ITALY**.



Il primo concetto che è stato esplorato è quello della “**QUALITÀ**”. Qualità intesa come ambiente di lavoro, di rispetto verso l'ambiente, qualità delle materie prime e di un prodotto **Made in Italy**.



Dopo il tema **QUALITÀ**, affrontato nei scorsi mesi, **AMORE** è il secondo valore nel quale Guardini si rispecchia e su questo valore si basa il secondo visual e il conseguente spin off di comunicazione.