



ASSOLOMBARDA

Settore Relazioni Esterne

Interbrand
rinнова l'identità visiva
di Assolombarda

Milano

10 settembre 2015



RASSEGNA STAMPA

Questo sito utilizza cookie tecnici e di profilazione propri e di terze parti per le sue funzionalità e per inviarti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o negare il consenso a tutti o ad alcuni cookie [clicca qui](#). Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie.

Accetto

Servizi > Digital Edition | Mobile | Abbonamenti | Corriere Store

21°C MILANO

CORRIERE DELLA SERA / FLASH NEWS 24

HOME ECONOMIA SPORT LA LETTURA SCUOLA SPETTACOLI SALUTE SCIENZE INNOVAZIONE TECH MOTORI VIAGGI CASA CUCINA IODONNA 27ORA MODA

ECONOMIA

Assolombarda: Interbrand rinnova identità visiva

19:20 MILANO (MF-DJ)--Assolombarda ha affidato a Interbrand, società internazionale attiva nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione. "Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di Assolombarda all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese". Lo ha dichiarato Michele Angelo Verna, direttore generale di Assolombarda. "La nuova identità visiva crea un'espressione elegante, rigorosa e concreta, e comunica il ruolo di Assolombarda quale piattaforma e acceleratore di sviluppo" afferma Manfredi Ricca, Chief Strategy Officer Interbrand Emea & Latam, "Siamo molto orgogliosi di questa partnership: il ruolo a Milano di una realtà globale come Interbrand e' complementare rispetto a quello di tante eccellenze lombarde che hanno ormai da tempo il mondo come contesto competitivo, e che trovano in Assolombarda un partner in grado di coniugare una straordinaria conoscenza del tessuto locale con una visione realmente cosmopolita". com/abb (fine) MF-DJ NEWS 1019:19 set 2015

[Indietro](#)[indice](#)[Avanti](#)

I PIÙ LETTI

OGGI | SETTIMANA | MESE

- 1 «L'amore non è rilevante» Negato il tema del figlio morto
- 2 Siria, la Russia invia navi e soldati a sostegno di Assad. La preoccupazione Usa
- 3 Si finge uomo per fare sesso con l'amica: a processo per molestie
- 4 «Ha mentito sul caso Cucchi» Un carabiniere sotto inchiesta - Corriere.it
- 5 Scattone rinuncia alla cattedra: «Non sono più sereno»
- 6 Aereo BA in fiamme sulla pista: passeggeri salvati dal pilota-eroe
- 7 Scoperta la casa più antica di Roma Cambia la mappa dell'Urbe - Corriere.it
- 8 Il groviglio di Obama
- 9 L'Isis mette «in vendita» due ostaggi di cui non si conosceva l'esistenza
- 10 La sanatoria sui fondi ai partiti Via libera senza controlli dei bilanci

CORRIERE DELLA SERA

Gazzetta | Corriere Mobile | El Mundo | Marca | RCS Mediagroup | Fondazione Corriere | Fondazione Cutulli
Copyright 2015 © RCS Mediagroup S.p.a. Tutti i diritti sono riservati | Per la pubblicità: RCS MediaGroup S.p.a. - Dir. Communication Solutions
RCS MediaGroup S.p.a. - Direzione Media Sede legale: via Angelo Rizzoli, 8 - 20132 Milano | Capitale sociale: Euro 475.134.602,10
Codice Fiscale, Partita I.V.A. e Iscrizione al Registro delle Imprese di Milano n.12086540155 | R.E.A. di Milano: 1524326

Servizi | Scrivi | Cookie policy e privacy | Codici Sconto



Hamburg Declaration

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

Nome Codice ISIN

Listino Azionario Italia ▶

A B C D E F G H I J K L M N O P R S T U V W Y Z

10/09/2015 16:52

Assolombarda: Interbrand rinnova
identita' visiva associazione

10/09/2015 16:52

Assolombarda: Interbrand rinnova identita' visiva associazione

(Il Sole 24 Ore Radiocor) - Milano, 10 set - Assolombarda ha affidato a Interbrand, leader internazionale nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identita' visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione. 'Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identita' coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realta' industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi - ha dichiarato Michele Angelo Verna, Direttore Generale di Assolombarda -. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilita' di Assolombarda all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identita' e di appartenenza delle nostre imprese'.

Partendo dal logotipo di Confindustria, istituzione a cui Assolombarda aderisce e di cui ha adottato i segni distintivi, Interbrand ha sviluppato un format di comunicazione in grado di valorizzare la natura e i contenuti degli strumenti di analisi, ricerca e informazione dell'associazione. Un progetto di ampio respiro che ha dato un nuovo volto ai touch-point utilizzati da Assolombarda: da quelli esterni - brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche - a quelli interni fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione.

Red- (RADIOCOR) 10-09-15 16:52:42 (0423) 5 NNNN



Portafoglio Personale

 Accedi
al Servizio

Listino Personale

 Accedi
al Servizio

Approfondimenti

Sette italiane nei Dow Jones Sustainability Index
Tante conferme per i maggiori gruppi italiani nel...

Pininfarina, la Borsa punta su Mahindra
Mahindra si avvicina all'acquisizione di Pininfarina e...

Marchionne non cambia i piani
General Motors, in una nota riportata dal Detroit Free...
Mariglia Mangano

Eni, la Borsa festeggia la scoperta in Egitto
Roma...
Celestina Dominelli

Saipem risale in Borsa: il mercato ottimista
sull'asse con Gazprom
roma...

Strumenti

Calcola il
Mutuo

Prestiti

Money
ControllerProteggi la
tua casaCalcola
l'inflazioneCalcola le
spese
universitarie

ANNUNCI GOOGLE

Su quali ETF investire?

MoneyFarm ti dice che ETF comprare. Senza conflitti di interesse. etf.moneyfarm.com

Pannelli Solari - Prezzi

Oggi costano oltre il 70% in meno. Scopri perchè! preventivi.it

Blueworks IBM Live

Scopri IBM Blueworks Cloud Il Nuovo Strumento in Modalità saas www-01.ibm.com/ibmblueworkslive/

Prestiti INPDAP 2015

Fino a € 90.000 con Rate comode Solo per dip pubblici e pensionati dippubblici.it/DipPubblici





> Tgcom24 > Economia > News d'agenzia > [Assolombarda](#): Interbrand rinnova identita' visiva

Quotazioni Borsa

News d'agenzia

Mf-Dow Jones

Caldissime MF

Focus Ipo

Commenti Borsa

10/09/2015 19.19

Comm. Borse Estere

Indici Borse estere

Fondi comuni

Euro e valute

Tassi

Fisco

Petrolio

In collaborazione con 

Cerca Titoli

Milano - Azioni *

Invia

Note sull'utilizzo dei dati

MF-DOW JONES NEWS

< Indietro

ASSOLOMBARDA: INTERBRAND RINNOVA IDENTITA' VISIVA

10/09/2015 19.19

MILANO (MF-DJ)--[Assolombarda](#) ha affidato a Interbrand, societa' internazionale attiva nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identita' visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione.

"Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identita' coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realta' industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilita' di [Assolombarda](#) all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identita' e di appartenenza delle nostre imprese". Lo ha dichiarato Michele Angelo Verna, direttore generale di [Assolombarda](#).

"La nuova identita' visiva crea un'espressione elegante, rigorosa e concreta, e comunica il ruolo di [Assolombarda](#) quale piattaforma e acceleratore di sviluppo" afferma Manfredi Ricca, Chief Strategy Officer Interbrand Emea & Latam, "Siamo molto orgogliosi di questa partnership: il ruolo a Milano di una realta' globale come Interbrand e' complementare rispetto a quello di tante eccellenze lombarde che hanno ormai da tempo il mondo come contesto competitivo, e che trovano in [Assolombarda](#) un partner in grado di coniugare una straordinaria conoscenza del tessuto locale con una visione realmente cosmopolita".

(fine)

MF-DJ NEWS

Strumenti

 Stampa

Condividi: 

Ricerca avanzata News

Le News piu' lette

1. BORSA: commento di preapertura 10/09/2015
2. BORSA: Milano resta in calo, focus su Fomc e Emergenti 10/09/2015
3. BORSA: avvio in rosso, vendite diffuse 10/09/2015
4. B.ca Pop. Milano: duro ostacolo in area 0,9650-0,97 euro 08/09/2015
5. *Wall Street: in lieve ribasso; DJ -0,08%, S&P -0,04% 09/09/2015





Mappa del sito

SEZIONI

- Cronaca
- Politica
- Mondo
- Economia
- Sport
- Televisione
- Spettacolo
- People
- Donne
- Magazine
- Motori
- Viaggi
- Cucina
- TgTech
- Cultura
- Green
- Salute
- Skuola
- Animali

SPECIALI

- Venezia 72
- Elezioni Regionali
- Elezioni Comunali
- Expo a Milano
- Disastro aereo in Francia
- Strage di Tunisi
- Corsa al Quirinale
- Strage al Charlie Hebdo
- Addio a Pino Daniele
- La Norman Atlantic
- 2014, cronaca di un anno
- Amici 14
- Isola dei Famosi
- Brasile 2014
- Due Papi, due santi
- Lo scudetto della Juve
- Tgcom24 Sos lavoro
- Di necessita' virtA'
- L'addio a Mandela

RUBRICHE

- Tiratura
- Oroscopo
- Showbiz
- #tgcom24amarcord
- #twitchcalcio
- Cotto e Mangiato

TGCOM24 CONSIGLIA

- Infinity
- R101
- Mediashopping
- Campus Multimedia
- Aperitivo in Concerto
- Il Giornale.it

EVENTI

- Linkontro 2015
- Fuorisalone
- Made Expo 2015
- L'Artigiano in Fiera 2014
- World Business Forum
- Linkontro 2014

ANSA Lombardia

Fai la ricerca Vai alla Borsa Vai al Meteo

Galleria Fotografica Video Scegli la Regione

CRONACA * POLITICA * ECONOMIA * SPORT * SPETTACOLO * ECONOMIA E TERRITORIO * CONSIGLIO LOMBARDIA * SPECIALI

ANSA.it * Lombardia * Design * Assolombarda rinnova identità visiva

Assolombarda rinnova identità visiva

Verna: espressione di grande realtà fatta di tante imprese

Redazione ANSA

MILANO

10 settembre 2015

16:12

NEWS

Suggerisci

Facebook

Twitter

Google+

Altri

[Icons]

Stampa

Scrivi alla redazione

Archiviato in

Economia, affari e finanza

Pubblicità

Linguaggio

Michele Angelo Verna

Assolombarda



© ANSA

CLICCA PER INGRANDIRE

(ANSA) - MILANO, 10 SET - Assolombarda ha affidato a Interbrand l'incarico di rinnovare la propria 'identità visiva' "declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione". Lo afferma una nota del gruppo di 'brand consultancy'. "Abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà fatta di tante imprese piccole e grandi", dice Michele Angelo Verna, direttore generale di Assolombarda.

RIPRODUZIONE RISERVATA © Copyright ANSA

Condividi Suggerisci

TI POTREBBERO INTERESSARE ANCHE:



Apri Conto Binck. La Banca Olandese 100% Trading e Accessibile a tutti. Scopri!



Passa a Binck Bank. Hai Tempo fino al 30/9: 2% di Interesse fino a Fine Anno!



Industria: Milano, per 45% più ricavi - Lombardia



Fotografia sociale e



Alstom investe 30mln per



Arrivano i 'Samsung Glass',

ULTIMA ORA LOMBARDIA

- 17:56 Raduno CasaPound, revoca autorizzazione
- 17:01 Inter conferma, Miranda salta il derby
- 16:54 Silvio Berlusconi di nuovo nonno
- 16:29 A Milano raccolta latte materno a casa
- 16:22 Fisco: pm, assolvete le figlie di Gucci
- 16:12 Rapine in villa nel Bresciano, 9 arresti
- 15:55 Giornata Nutella, una colazione di 10 ore
- 14:59 Tir contro albero, un morto e un ferito
- 14:57 Polizia locale trova 40 bici rubate
- 14:17 Gdf scopre bambino di 8 anni al lavoro

Tutte le news

TG Web Lombardia

CAMERA DI COMMERCIO MILANO

Aeroporti di Milano.

Annunci PPN



Obesità addominale? 1 porzione brucia fino a 1,8 kg di grasso della pancia! VEDI

medicreporter.com



Vodafone Super Fibra A 25€/mese + 1 anno di Sky Online e chiamate vs. cellulari.

Scopri!



Tutti pazzi per BlaBlaCar

Già 20 milioni di iscritti. Iscriviti ora, è gratis!

www.BlaBlaCar.it

+ LETTI Ultima Settimana

MILANO FINANZA | Milanofinanza | Italia Oggi | MF Fashion | Class Life | CC&C | articoli, quotazioni, video

MF ONLINE | MILANO FINANZA | | |

GIORNALE & TV PRIMI IN BUSINESS & FINANZA | Giovedì 10 Settembre 2015 - Ore 20:29 | |

Home | Italia | Europa | Mondo | MF Dow Jones | Mercati | Strumenti & Analisti | Video | Motori | Tecnologia | Lifestyle | Opinioni | Investimenti

NEWS

10/09/2015 19:19

[TUTTE LE NEWS](#) | [INDIETRO](#)

MF DOW JONES

Assolombarda: Interbrand rinnova identità visiva

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Google+](#) VOTA 0 VOTI

MILANO (MF-DJ)--Assolombarda ha affidato a Interbrand, società internazionale attiva nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione.

"Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di Assolombarda all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese". Lo ha dichiarato Michele Angelo Verna, direttore generale di Assolombarda.

"La nuova identità visiva crea un'espressione elegante, rigorosa e concreta, e comunica il ruolo di Assolombarda quale piattaforma e acceleratore di sviluppo" afferma Manfredi Ricca, Chief Strategy Officer Interbrand Emea & Latam, "Siamo molto orgogliosi di questa partnership: il ruolo a Milano di una realtà globale come Interbrand e' complementare rispetto a quello di tante eccellenze lombarde che hanno ormai da tempo il mondo come contesto competitivo, e che trovano in Assolombarda un partner in grado di coniugare una straordinaria conoscenza del tessuto locale con una visione realmente cosmopolita".

(fine)

MF-DJ NEWS

[Facebook](#) [Twitter](#) [LinkedIn](#) [Google+](#)

Chief Strategy Officer Interbrand Emea Brand Consultancy Interbrand identità Assolombarda visiva



Le News più lette Tutte

1. FtseMib future: spunti operativi per giovedì 10 settembre 10/09/2015
2. Piazza Affari inciampa sui dati macro, Generali contiene le perdite 10/09/2015
3. Mediobanca, ecco le società a rischio Brasile 10/09/2015
4. Apple alza il velo sui nuovi iPhone, iPad Pro e TV 09/09/2015
5. Dax future: tentativo di allungo 10/09/2015

Social Media

MilanoFinanza ItaliaOggi MF Fashion Class Life CCeC news, articoli, video ... Cerca

ItaliaOggi
10 ANNI
Quotidiano economico, giuridico e politico

Scopri Classabbonamenti
APPROFITTA DELLE OFFERTE!

Giovedì ore 20:10 10 Settembre 2015 Milano ven | 11 min 15° 24° sab | 12 min 16° 25° Cerca Abbonamenti Login

News Il giornale di oggi Banche dati Professionisti Multimedia My IO Meteo Italia

Calcola IMU e TASI 2015
ANUTEL
Calcolo IUC
SPECIALE APPALTI PUBBLICI
Home
e-Learning
Expo Oggi
Le Guide di ItaliaOggi
ItaliaOggi in PDF
In Primo Piano
Estero
Diritto e Fisco
MarketingOggi
Mercati e Finanza
Azienda Scuola
AgricolturaOggi
Enti Locali
Immobiliare
ItaliaOggi Sette
Affari Legali
NDS - Il Nuovo Diritto delle Società
Documenti
Documenti IO7
Archivio
Desk China
MF Conference
Novità online
Sezione Automotive
Rubrica Crociere
Novità in edicola
La riforma della scuola
Editorial Links
Eco:nomia
Agenti di commercio
Agenti Enasarco
Agenti Venditori
Agenti di Commercio

News 10/09/2015 19.19 | Tutte | Indietro
Consiglia 0 Tweet G+1 0

Assolombarda: Interbrand rinnova identità visiva

MILANO (MF-DJ)--Assolombarda ha affidato a Interbrand, società internazionale attiva nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione.

"Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di Assolombarda all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese". Lo ha dichiarato Michele Angelo Verna, direttore generale di Assolombarda.

"La nuova identità visiva crea un'espressione elegante, rigorosa e concreta, e comunica il ruolo di Assolombarda quale piattaforma e acceleratore di sviluppo" afferma Manfredi Ricca, Chief Strategy Officer Interbrand Emea & Latam, "Siamo molto orgogliosi di questa partnership: il ruolo a Milano di una realtà globale come Interbrand e' complementare rispetto a quello di tante eccellenze lombarde che hanno ormai da tempo il mondo come contesto competitivo, e che trovano in Assolombarda un partner in grado di coniugare una straordinaria conoscenza del tessuto locale con una visione realmente cosmopolita".

(fine)

MF-DJ NEWS

identità Chief Strategy Officer Interbrand Emea Interbrand Brand Consultancy Assolombarda visiva

Potrebbero interessarti anche

1. Contante, flop dei mille euro
2. Tre titoli da comprare e tre da vendere
3. Doccia fredda sulle caldaie
4. Generali Ass.: Genetel lancia polizza Quality Driver
5. Chi sosta con il ticket scaduto non deve pagare la multa
6. Come investire 5000 euro (MoneyFarm Blog)
7. Investire senza perdite (Vici)

Investe in Austria
Le idee portano altre idee.
Spazio per le idee
RESEARCH LOCATION AUSTRIA

immobiliare.it
cerca case e appartamenti
Inserisci comune
TROVA

Ricerca avanzata News Help

Le News piu' lette

1. Un anticiclaggio semplificato 10/09/2015
2. Notifica di atti giudiziari e multe, il governo toglie l'esclusiva alle Poste da giugno 2016 10/09/2015
3. Consiglio di stato, si è dimesso il presidente Giovannini 08/09/2015
4. Split payment drena-risorse 10/09/2015
5. Mosca invia aerei, navi e soldati in Siria. Nato e Usa preoccupati. Gentiloni: uno sviluppo negativo 10/09/2015

Le News piu' commentate

1. Lo Stato se ne lava le mani 23/03/2015
2. Furti in casa e rapine, il governo aumenta le pene:2-8 anni invece che 1-6 14/03/2015
3. Salvini a Berlusconi: progetto a lungo termine per il centrodestra. Voglio le primarie 19/03/2015
4. Lega, Tosi è fuori. Salvini: "Prendo atto della sua decadenza". Zaia: "Ora niente repulisti" 11/03/2015
5. Formazione, amministratori di condominio alla resa dei conti 07/09/2015

Le News piu' votate

1. Formazione online, LinkedIn compra Lynda.com per 1,5 mld di dollari 09/04/2015
2. Strategie di lavoro, tutti inquadri 31/08/2015
3. La formazione passa dal confronto 27/08/2015
4. Pompei scavi chiusi per assemblea sindacale. Franceschini: un danno incalcolabile 24/07/2015
5. Grecia, si del parlamento. Eurogruppo: ok prestito ponte e salvataggio. Lunedì riaprono le banche 16/07/2015

Powered by

Home > MilanoItalia > Interbrand rinnova l'identità visiva di Assolombarda

Interbrand rinnova l'identità visiva di Assolombarda

Un progetto di Interbrand volto a valorizzare la ricchezza degli strumenti di analisi, ricerca e comunicazione proposti da Assolombarda

Giovedì, 10 settembre 2015 - 11:51:00

L'identità visiva più riuscita può essere inefficace se non viene applicata in modo coerente. Consapevole di questo principio, Assolombarda ha affidato a Interbrand, leader internazionale nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione.

"Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi - ha dichiarato Michele Angelo Verna, Direttore Generale di Assolombarda -. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di Assolombarda all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese".

Partendo dal logotipo di Confindustria, istituzione a cui Assolombarda aderisce e di cui ha adottato i segni distintivi, Interbrand ha sviluppato un format di comunicazione in grado di valorizzare la natura e i contenuti degli strumenti di analisi, ricerca e informazione dell'associazione. Un progetto di ampio respiro che ha dato un nuovo volto ai touch-point utilizzati da Assolombarda: da quelli esterni - brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche - a quelli interni fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione.

La sfida era quella di far convergere in un visual immediato e distintivo le diverse componenti di Assolombarda - che includono Gruppo Giovani Imprenditori, Piccola Impresa e i Comitati Tecnici - e le specifiche aree tematiche (Ambiente, Energia, Fisco, Relazioni Industriali e Affari Sociali, Competitività Territoriale e Sviluppo Manifatturiero e Internazionalizzazione).

Ma non solo: la nuova identità doveva saper calibrare la delicata relazione tra Assolombarda e i partner delle singole iniziative proposte in modo da assicurare un'uniformità comunicativa.

"La nuova identità visiva crea un'espressione elegante, rigorosa e concreta, e comunica il ruolo di Assolombarda quale piattaforma e acceleratore di sviluppo" afferma Manfredi Ricca, Chief Strategy Officer Interbrand EMEA & LatAM, "Siamo molto orgogliosi di questa partnership: il ruolo a Milano di una realtà globale come Interbrand è complementare rispetto a quello di tante eccellenze lombarde che hanno ormai da tempo il mondo come contesto competitivo, e che trovano in Assolombarda un partner in grado di coniugare una straordinaria conoscenza del tessuto locale con una visione realmente cosmopolita".

Sobria ed elegante, l'identità sviluppata da Interbrand si basa sull'utilizzo di illustrazioni bicromantiche che esprimono valori chiave quali professionalità, chiarezza e connessione.

Un format che trae la sua forza dall'immediatezza e dalla flessibilità in grado di interpretare l'approccio multidisciplinare che da sempre caratterizza Assolombarda, consentendo la massima applicabilità sia sui documenti proprietari sia per quelli realizzati su commissione.

La nuova identità rafforza il legame con Confindustria, valorizzandone i tratti associativi, ma allo stesso tempo apre una finestra sulla specificità di Assolombarda enfatizzando la sua relazione con le imprese del territorio, di cui condivide gli obiettivi di crescita e sviluppo.

In vetrina

Bianca Balti, buonanotte senza veli sui social. Foto

Zurich Connect ti permette di risparmiare sull'assicurazione auto senza compromessi sulla qualità del servizio. Scopri la polizza auto e fai un preventivo

Trova LAVORO

immobiliare.it MIGLIAIA DI ANNUNCI! ENTRA

Il video più apprezzato

aiTV

Elisabetta II festeggia il record inaugurando una ferrovia

Shopping con Ciao! SMARTPHONE MANIA VEDI+



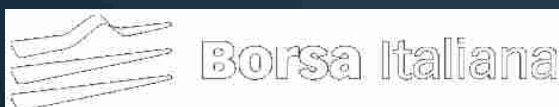
Su questo sito utilizziamo cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione di terze parti per proporti pubblicità e servizi in linea con le tue preferenze. Per maggiori informazioni, ti invitiamo a consultare la nostra [cookie policy](#). Cliccando su "Continua" o proseguendo nella navigazione acconsenti all'utilizzo di tali cookie.

Continua

SITI DI GRUPPO

REGISTRATI

ACCEDI



CERCA



Home Azioni ETF ETC e ETN Fondi Derivati CW e Certificati Obbligazioni **Notizie e Finanza** Borsa Italiana

Sei in: [Home page](#) > [Notizie e Finanza](#) > [Radiocor](#) > [Economia](#)

NOTIZIE RADIOCOR - ECONOMIA



ASSOLOMBARDA: INTERBRAND RINNOVA IDENTITA' VISIVA ASSOCIAZIONE

(Il Sole 24 Ore Radiocor) - Milano, 10 set - **Assolombarda** ha affidato a Interbrand, leader internazionale nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione. 'Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi - ha dichiarato Michele Angelo Verna, Direttore Generale di **Assolombarda** -. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di **Assolombarda** all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese'. Partendo dal logotipo di Confindustria, istituzione a cui **Assolombarda** aderisce e di cui ha adottato i segni distintivi, Interbrand ha sviluppato un format di comunicazione in grado di valorizzare la natura e i contenuti degli strumenti di analisi, ricerca e informazione dell'associazione. Un progetto di ampio respiro che ha dato un nuovo volto ai touch-point utilizzati da **Assolombarda**: da quelli esterni - brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche - a quelli interni fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione.

Red-

(RADIOCOR) 10-09-15 16:52:42 (0423) 5 NNNN

TAG: [Italia](#) , [Europa](#) , [Lavoro](#) , [Impresa](#) , [Economia](#) , [Ita](#)

Notizie Radiocor - Economia

INFO MERCATO

Listino ufficiale
Calendario eventi e dividendi
Regolamento
Intermediari
Analisi e statistiche
Comitato Corporate Governance

SERVIZI

Formazione
Pubblicità
Market Connect
Dati in tempo reale
Servizi di trading
Servizio Annual Report

STRUMENTI

Alert
Percorso Studenti
Glossario
Calendario e orari
App

CHI SIAMO

Ufficio stampa
Storia
Lavora con noi
Foto e riprese video
Dati sociali

IL GRUPPO

London Stock Exchange
Investor relations
CC&G
Monte Titoli
Il gruppo

INFO LEGALI

Disclaimer
Copyright
Privacy
Cookie policy
Credits
Bribery Act
Codice di Comportamento

BRAND STRATEGIES

Interbrand rinnova l'identità visiva di Assolombarda

L'identità visiva più riuscita può essere inefficace se non viene applicata in modo coerente. Consapevole di questo principio, Assolombarda ha affidato a Interbrand, leader internazionale nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione. «Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi – ha dichiarato Michele Angelo Verna, direttore generale di Assolombarda. – Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di Assolombarda all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese». Partendo dal logotipo di Confindustria,

istituzione a cui Assolombarda aderisce e di cui ha adottato i segni distintivi, Interbrand ha sviluppato un format di comunicazione in grado di valorizzare la natura e i contenuti degli strumenti di analisi, ricerca e informazione dell'associazione. Un progetto di ampio respiro che ha dato un nuovo volto ai touch-point utilizzati da Assolombarda: da quelli esterni – brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche – a quelli interni fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione. La sfida era quella di far convergere in un visual immediato e distintivo le diverse componenti di Assolombarda – che includono Gruppo Giovani Imprenditori, Piccola Impresa e i Comitati Tecnici – e le specifiche aree tematiche (Ambiente, Energia, Fisco, Relazioni Industriali e Affari Sociali, Competitività Territoriale e Sviluppo Manifatturiero e Internazionalizzazione). Ma non solo:



MICHELE ANGELO VERNA

la nuova identità doveva saper calibrare la delicata relazione tra Assolombarda e i partner delle singole iniziative proposte in modo da assicurare un'uniformità comunicativa. «La nuova identità visiva crea un'espressione elegante, rigorosa e concreta, e comunica il ruolo di Assolombarda quale piattaforma e acceleratore di sviluppo – afferma Manfredi Ricca, chief strategy officer Interbrand Emea & Latam. – Siamo molto orgogliosi di questa partnership: il ruolo a Milano di una realtà globale come Interbrand è

complementare rispetto a quello di tante eccellenze lombarde che hanno ormai da tempo il mondo come contesto competitivo, e che trovano in Assolombarda un partner in grado di coniugare una straordinaria conoscenza del tessuto locale con una visione realmente cosmopolita». Sobria ed elegante, l'identità sviluppata da Interbrand si basa sull'utilizzo di illustrazioni bicromatiche che esprimono valori chiave quali professionalità, chiarezza e connessione. Un format che trae la sua forza dall'immediatezza e dalla flessibilità in grado di interpretare l'approccio multidisciplinare che da sempre caratterizza Assolombarda, consentendo la massima applicabilità sia sui documenti proprietari sia per quelli realizzati su commissione. La nuova identità rafforza il legame con Confindustria, valorizzandone i tratti associativi, ma allo stesso tempo apre una finestra sulla specificità di Assolombarda enfatizzando la sua relazione con le imprese del territorio, di cui condivide gli obiettivi di crescita e sviluppo.



Agenzie Assolombarda si affida a Interbrand per rinnovare la visual identity

Un progetto volto a valorizzare la ricchezza degli strumenti di analisi, ricerca e comunicazione proposti

Assolombarda ha affidato a Interbrand l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con



Alcuni dei touch-point utilizzati dall'associazione

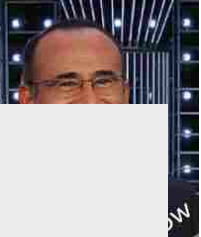
gli obiettivi dell'associazione. "Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi - ha dichiarato Michele Angelo Verna, Direttore Generale di Assolombarda -. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di Assolombarda all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese". Partendo dal logotipo di Confindustria, istituzione a cui Assolombarda aderisce e di cui ha adottato i segni distintivi, Interbrand ha sviluppato un format di comunicazione in grado di valorizzare la natura e i contenuti degli strumenti di analisi, ricerca e informazione dell'associazione. Un progetto di ampio

respiro che ha dato un nuovo volto ai touch-point utilizzati da Assolombarda: da quelli esterni - brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche - a quelli interni fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione. La sfida era quella di far convergere in un visual immediato e distintivo le diverse componenti di Assolombarda - che includono Gruppo Giovani Imprenditori, Piccola Impresa e i Comitati Tecnici - e le specifiche aree tematiche (Ambiente, Energia, Fisco, Relazioni Industriali e Affari Sociali, Competitività Territoriale e Sviluppo Manifatturiero e Internazionalizzazione). Ma non solo: la nuova identità doveva saper calibrare la delicata relazione tra Assolombarda e i partner delle singole iniziative proposte in modo da assicurare un'uniformità comunicativa.



20 settembre
 GP Singapore
 - Marina Bay
 27 settembre
 GP Giappone

un settembre **strepitoso**



YOU MARK!

Cerca Tutto il sito

YOU MARK

RUBRICHE

VIDEO PAGINE DELLA COMUNICAZIONE

SOCIAL MAP

DOMANDE E OFFERTE

AGENDA

BELOW E DINTORNI **COSA CAMBIA** DATI E MERCATO ENGAGEMENT IMMAGINI, VIDEO, SUONO INTERVISTE MEDIA E PIANIFICAZIONE GLI EBOOK DI YOU MARK

RUBRICHE / *BELOW E DINTORNI*

10
SEP

INTERBRAND RINNOVA L'IDENTITÀ VISIVA DI ASSOLOMBARDA

Pubblicato nel 2015



Assolombarda ha affidato a Interbrand l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione. Un progetto che ha dato un nuovo volto ai touch-point utilizzati da **Assolombarda**: da quelli esterni – brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche – a quelli interni

fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione. La nuova identità rafforza il legame con Confindustria, valorizzandone i tratti associativi, ma allo stesso tempo apre una finestra sulla specificità di **Assolombarda** enfatizzando la sua relazione con le imprese del territorio, di cui condivide gli obiettivi di crescita e sviluppo.

Like 0

Send



ISCRIVITI ALLA NEWSLETTER

la tua mail

10 settembre 2015

Interbrand rinnova l'identità visiva di Assolombarda

Categoria: Aziende, carriere e mercati



L'identità visiva più riuscita può essere inefficace se non viene applicata in modo coerente. Consapevole di questo principio, Assolombarda ha affidato a Interbrand, leader internazionale nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione.

"Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi – ha dichiarato Michele Angelo Verna, Direttore Generale di Assolombarda –. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di Assolombarda all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese".

Partendo dal logotipo di Confindustria, istituzione a cui Assolombarda aderisce e di cui ha adottato i segni distintivi, Interbrand ha sviluppato un format di comunicazione in grado di valorizzare la natura e i contenuti degli strumenti di analisi, ricerca e informazione dell'associazione. Un progetto di ampio respiro che ha dato un nuovo volto ai touch-point utilizzati da Assolombarda: da quelli esterni – brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche – a quelli interni fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione.

La sfida era quella di far convergere in un visual immediato e distintivo le diverse componenti di Assolombarda - che includono Gruppo Giovani Imprenditori, Piccola Impresa e i Comitati Tecnici - e le specifiche aree tematiche (Ambiente, Energia, Fisco, Relazioni Industriali e Affari Sociali, Competitività Territoriale e Sviluppo Manifatturiero e Internazionalizzazione).

Ma non solo: la nuova identità doveva saper calibrare la delicata relazione tra Assolombarda e i partner delle singole iniziative proposte in modo da assicurare un'uniformità comunicativa.

"La nuova identità visiva crea un'espressione elegante, rigorosa e concreta, e comunica il ruolo di Assolombarda quale piattaforma e acceleratore di sviluppo" afferma Manfredi Ricca, Chief Strategy Officer Interbrand EMEA & LatAM, "Siamo molto orgogliosi di questa partnership: il ruolo a Milano di una realtà globale come Interbrand è complementare rispetto a quello di tante eccellenze lombarde che hanno ormai da tempo il mondo come contesto competitivo, e che trovano in Assolombarda un partner in grado di coniugare una straordinaria conoscenza del tessuto locale con una visione realmente cosmopolita".

Sobria ed elegante, l'identità sviluppata da Interbrand si basa sull'utilizzo di illustrazioni bicromantiche che esprimono valori chiave quali professionalità, chiarezza e connessione.

Un format che trae la sua forza dall'immediatezza e dalla flessibilità in grado di interpretare l'approccio multidisciplinare che da sempre caratterizza Assolombarda consentendo la massima applicabilità sia sui documenti proprietari sia per quelli realizzati su commissione.

La nuova identità rafforza il legame con Confindustria, valorizzandone i tratti associativi, ma allo stesso tempo apre una finestra sulla specificità di Assolombarda enfatizzando la sua relazione con le imprese del territorio, di cui condivide gli obiettivi di crescita e sviluppo.

« Mosaicoon unica italiana... Moment Scoring®: "Il valore del..."
 <- Indietro a: News

GLI OPERATORI DELLA COMUNICAZIONE

- PUBLICIS
- PUBLIONE
- RED CELL
- REM – RUINI E MARIOTTI
- SEC
- SILVANO GUIDONE & ASSOCIATI
- TICIA ARIGO ADVERTISING
- TRUE COMPANY
- AGENZIE MEDIA**
- MEDIA ITALIA
- MINDSHARE
- OC&M
- ZENITHOPTIMEDIA GROUP
- CASE DI PRODUZIONE AUDIO
- CAT SOUND
- CLICCA QUI PER VEDERE TUTTI GLI OPERATORI**

Creatività & Marketing

INCARICHI

L'identità visiva di Assolombarda si rinnova con Interbrand

Assolombarda ha affidato a **Interbrand**, agenzia internazionale di Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione. La sfida era quella di far convergere in un visual immediato e distintivo le diverse componenti di **Assolombarda** che includono Gruppo Giovani Imprenditori, Piccola Impresa e i Comitati Tecnici e le specifiche aree tematiche (Ambiente, Energia, Fisco, Relazioni Industriali e Affari Sociali, Competitività Territoriale e Sviluppo Manifatturiero

e Internazionalizzazione). La nuova identità doveva, inoltre, saper calibrare la delicata relazione tra **Assolombarda** e i partner delle singole iniziative proposte in modo da assicurare un'uniformità comunicativa. "Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi - ha dichiarato **Michele Angelo Verna**, direttore generale di **Assolombarda** -. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di **Assolom-**



barda all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese". Partendo dal logotipo di Confindustria, istituzione a cui **Assolombarda** aderisce e di cui ha adottato i segni distintivi, Interbrand ha sviluppato un format di comunicazione in grado di valorizzare la natura e i contenuti degli strumenti di analisi, ricerca e informazione dell'associazione. Un progetto di ampio respiro che ha dato un nuovo volto ai touch-point

utilizzati da **Assolombarda**: da quelli esterni - brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche - a quelli interni fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione. "La nuova identità visiva crea un'espressione elegante, rigorosa e concreta, e comunica il ruolo di **Assolombarda** quale piattaforma e acceleratore di sviluppo", afferma **Manfredi Ricca**, Chief Strategy Officer Interbrand Emea & LatAM.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

INTERBRAND RINNOVA L'IDENTITÀ VISIVA DI ASSOLOMBARDA

Un progetto volto a valorizzare la ricchezza degli strumenti di analisi, ricerca e comunicazione proposti dall'Associazione. L'identità visiva più riuscita può essere inefficace se non viene applicata in modo coerente. Consapevole di questo principio, **Assolombarda** ha affidato a Interbrand, sigla specializzata nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione. "Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi - ha dichiarato Michele Angelo Verna, Direttore Generale di **Assolombarda** -. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di **Assolombarda** all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese". Partendo dal logotipo di Confindustria, istituzione a cui **Assolombarda** aderisce e di cui ha adottato i segni distintivi, Interbrand ha sviluppato un format di comunicazione in grado di valorizzare la natura e i contenuti degli strumenti di analisi, ricerca e informazione dell'associazione. Un progetto di ampio respiro che ha dato un nuovo volto ai touch-point utilizzati da **Assolombarda** da quelli esterni - brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche - a quelli interni fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione. La sfida era quella di far convergere in un visual immediato e distintivo le diverse componenti di **Assolombarda** - che includono Gruppo Giovani Imprenditori, Piccola Impresa e i Comitati Tecnici - e le specifiche aree tematiche (Ambiente, Energia, Fisco, Relazioni Industriali e Affari Sociali, Competitività Territoriale e Sviluppo Manifatturiero e Internazionalizzazione). La nuova identità doveva saper calibrare la delicata relazione tra **Assolombarda** e i partner delle singole iniziative proposte in modo da assicurare un'uniformità comunicativa. "La nuova identità visiva crea un'espressione elegante, rigorosa e concreta, e comunica il ruolo di **Assolombarda** quale piattaforma e acceleratore di sviluppo" afferma Manfredi Ricca, Chief Strategy Officer Interbrand EMEA & LatAM, "Siamo molto orgogliosi di questa partnership: il ruolo a Milano di una realtà globale come Interbrand è complementare rispetto a quello di tante eccellenze lombarde che hanno ormai da tempo il mondo come contesto competitivo, e che trovano in **Assolombarda** un partner in grado di coniugare una straordinaria conoscenza del tessuto locale con una visione realmente cosmopolita". L'identità sviluppata da Interbrand si basa sull'utilizzo di illustrazioni bicromantiche che esprimono valori chiave quali professionalità, chiarezza e connessione. Un format che trae la sua forza dall'immediatezza e dalla flessibilità in grado di interpretare l'approccio multidisciplinare che da sempre caratterizza **Assolombarda**, consentendo la massima applicabilità sia sui documenti proprietari sia per quelli realizzati su commissione. La nuova identità rafforza il legame con Confindustria, valorizzandone i tratti associativi, ma allo stesso tempo apre una finestra sulla specificità di **Assolombarda** enfatizzando la sua relazione con le imprese del territorio, di cui condivide gli obiettivi di crescita e sviluppo.

Questo sito web utilizza i cookie per migliorare la vostra esperienza. Chiudendo questo banner, scorrendo questa pagina o cliccando qualunque suo elemento acconsenti all'uso dei cookie. [Informazioni](#) [Accetta](#)



MILANO

Ultim'ora ONLINE



Google Ricerca personalizzata

Cerca x

Giovedì 10 Settembre 2015

Meteo

Seleziona lingua

[NEWS & EVENTI](#) | [ULTIM'ORA](#) | [CRONACA](#) | [POLITICA](#) | [ATTUALITÀ](#) | [COMUNI](#) | [ECONOMIA](#)



[Home Page](#) | [Pubblicità con noi](#) | [Disclaimer](#) | [Copyright](#) | [Galleria fotografica](#) | [Redazione](#) | [Newsletter](#) | [Contattaci](#)



cashmerevillage
#1 Italian Handmade quality
www.cashmerevillage.com



Siete su: » [Home page](#) » [Ultim'ora](#) » [Interbrand rinnova l'identità visiva di Assolombarda](#)

Interbrand rinnova l'identità visiva di Assolombarda

[Assolombarda](#)

Oggi, 14:39

Milano - Un progetto volto a valorizzare la ricchezza degli strumenti di analisi, ricerca e comunicazione proposti da [Assolombarda](#)

Milano, 10 settembre 2015. L'identità visiva più riuscita può essere inefficace se non viene applicata in modo coerente. Consapevole di questo principio, [Assolombarda](#) ha affidato a Interbrand, leader internazionale nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione.

"Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi - ha dichiarato Michele Angelo Verna, Direttore Generale di [Assolombarda](#) -. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di [Assolombarda](#) all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese".

Partendo dal logotipo di Confindustria, istituzione a cui [Assolombarda](#) aderisce e di cui ha adottato i segni distintivi, Interbrand ha sviluppato un format di comunicazione

in grado di valorizzare la natura e i contenuti degli strumenti di analisi, ricerca e informazione dell'associazione. Un progetto di ampio respiro che ha dato un nuovo volto ai touch-point utilizzati da [Assolombarda](#): da quelli esterni - brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche - a quelli interni fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione.

La sfida era quella di far convergere in un visual immediato e distintivo le diverse componenti di [Assolombarda](#) - che includono Gruppo Giovani Imprenditori, Piccola Impresa e i Comitati Tecnici - e le specifiche aree tematiche (Ambiente, Energia, Fisco, Relazioni Industriali e Affari Sociali, Competitività Territoriale e Sviluppo Manifatturiero e Internazionalizzazione).

Ma non solo: la nuova identità doveva saper calibrare la delicata relazione tra [Assolombarda](#) e i partner delle singole iniziative proposte in modo da assicurare un'uniformità comunicativa.

"La nuova identità visiva crea un'espressione elegante, rigorosa e concreta, e comunica il ruolo di [Assolombarda](#) quale piattaforma e acceleratore di sviluppo" afferma Manfredi Ricca, Chief Strategy Officer Interbrand EMEA & LatAM, "Siamo molto orgogliosi di questa partnership: il ruolo a Milano di una realtà globale come Interbrand è complementare rispetto a quello di tante eccellenze lombarde che hanno ormai da tempo il mondo come contesto competitivo, e che

Cronaca

Pompieropoli, Milano

Cronaca

"Energia per la vita": 10 giorni con la festa patronale, Cesano Boscone

Cronaca

Alfredo Scrivano è il nuovo Segretario comunale, Pioltello

Cronaca

Il Commissario straordinario Alessandra Tripodi augura buon inizio anno agli studenti, Pioltello

Cronaca

Beccalossi: ospitalità? Regione prima su reddito autonomia per italiani, Milano

Cronaca

[Visualizza tutti](#)

Politica

Passera: Determinati a costruire casa comune per maggioranza italiani, Milano

Comunicati

Raduno Casapound: Cimbro, Viminale interviene subito a difesa valori Costituzione, Castano Primo

Comunicati

Milano, Mantovani (fi): per inizio anno scolastico il Comune promuove convegni su teoria gender. milanesi aspettano sindaco di centrodestra, Milano

Comunicati

NOTA DI SERVIZIO PER I REDATTORI CAPO - DGCS ad Expo - Cooperazione italiana con l'Iraq (Cascina Triulza, 10 settembre 2015), Milano

Istituzioni

Nuove iscrizioni 2015 - 2016, Cinisello Balsamo

Comunicati

[Visualizza tutti](#)

Attualità

A Expo Milano 2015 il National Day del Sultanato del Brunei, Milano

Inviaci un comunicato stampa o una dichiarazione

	N.2 Biglietti PIT B Concerto Ligabue Campovolo "La Festa" 19/09/2015 EUR 95,00
	Biglietti Tickets Concerto David Gilmour Live Arena Verona 14 EUR 201,00
	Concerto Tiziano Ferro EUR 81,00

[eBay](#)

Cerca

[Visualizza archivio storico](#)

Seleziona la categoria

Seleziona il comune

Cerca

Comuni

Seleziona il comune

[Cerca un Hotel a Milano e visita EXPO 2015 >>](#)

trovano in [Assolombarda](#) un partner in grado di coniugare una straordinaria conoscenza del tessuto locale con una visione realmente cosmopolita".

Sobria ed elegante, l'identità sviluppata da Interbrand si basa sull'utilizzo di illustrazioni bicromantiche che esprimono valori chiave quali professionalità, chiarezza e connessione.

Un format che trae la sua forza dall'immediatezza e dalla flessibilità in grado di interpretare l'approccio multidisciplinare che da sempre caratterizza [Assolombarda](#), consentendo la massima applicabilità sia sui documenti proprietari sia per quelli realizzati su commissione.

La nuova identità rafforza il legame con Confindustria, valorizzandone i tratti associativi, ma allo stesso tempo apre una finestra sulla specificità di [Assolombarda](#) enfatizzando la sua relazione con le imprese del territorio, di cui condivide gli obiettivi di crescita e sviluppo.

Per maggiori informazioni

Interbrand

Interbrand, leader a livello internazionale nella Brand Consultancy, combina il rigore della consulenza strategica e dell'analisi con lo spirito creativo del branding e del design. Offre ai propri clienti una rosa completa di servizi di carattere strategico, creativo e analitico volti alla creazione, alla gestione e alla valutazione del loro più importante asset: il brand. Fondata nel 1974, Interbrand conta oggi quasi 31 sedi in 27 paesi e clienti tra le aziende più ammirate del mondo. L'ufficio italiano, aperto nel 1987, vanta numerosi progetti di successo, derivanti da una combinazione unica tra respiro internazionale e profonda conoscenza del mercato italiano. Per maggiori dettagli consultare il sito www.interbrand.com e l'unico forum online del mondo dedicato al branding, prodotto da Interbrand, www.brandchannel.com.

Milano, 10 settembre 2015. L'identità visiva più riuscita può essere inefficace se non viene applicata in modo coerente. Consapevole di questo principio, [Assolombarda](#) ha affidato a Interbrand, leader internazionale nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione.

"Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi - ha dichiarato Michele Angelo Verna, Direttore Generale di [Assolombarda](#) -. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di [Assolombarda](#) all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese".

Attualità

I Civici Cori: ancora aperte le iscrizioni, Milano

Attualità

A.A. 2015/2016 - Al via il preaccademico per i Civici Corsi di Jazz, Milano

Attualità

Ariano Irpino: "Abbonamento" a rivista specializzata, Milano

Attualità

9/09 Italian Cinema and Jazz a Expo Padiglione Italia, Milano

Attualità

[Visualizza tutti](#)

Economia

Class Editori: l'eCommerce cinese di CCIG Mall apre al BtoC. Class Editori è main supplier per il food, e main agent per fashion, accessori e design, Milano

Economia

Dalla "prima" di Palazzo Italia al mercato: da oggi il cemento biodinamico è internazionale (Eventi corporate), Milano

Economia

Intesa Sanpaolo confermata nei Dow Jones Sustainability Indices, Milano

Economia

Saipem si aggiudica nuovi contratti nelle perforazioni onshore per un valore di circa 250 milioni di dollari, San Donato Milanese

Economia

Bello da mangiare. Di contenuto, di contenitore, Milano

Economia

[Visualizza tutti](#)

Cultura e Spettacolo

Nomina del nuovo Dirigente Preposto alla Redazione dei Documenti Contabili Societari, Milano

Ricerca Alloggi

[Ricerca per nome](#)

Seleziona la tua destinazione

Milano

Data check-in

10 Settembre '15

Data check-out

11 Settembre '15

Visualizza solo alloggi disponibili

Camere

1

Adulti

2

Bambini

0

Tipo di alloggio

[Visualizza ricerca avanzata](#)

Cerca

[Tutte le Destinazioni](#)

Connettiti

Seguici su



Facebook

Twitter

Google+

Feed RSS

Email



Newsletter

Iscriviti alla nostra newsletter

Invia

Privacy

Inviaci un comunicato stampa o una dichiarazione

Partendo dal logotipo di Confindustria, istituzione a cui **Assolombarda** aderisce e di cui ha adottato i segni distintivi, Interbrand ha sviluppato un format di comunicazione in grado di valorizzare la natura e i contenuti degli strumenti di analisi, ricerca e informazione dell'associazione. Un progetto di ampio respiro che ha dato un nuovo volto ai touch-point utilizzati da **Assolombarda**: da quelli esterni - brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche - a quelli interni fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione.

La sfida era quella di far convergere in un visual immediato e distintivo le diverse componenti di **Assolombarda** - che includono Gruppo Giovani Imprenditori, Piccola Impresa e i Comitati Tecnici - e le specifiche aree tematiche (Ambiente, Energia, Fisco, Relazioni Industriali e Affari Sociali, Competitività Territoriale e Sviluppo Manifatturiero e Internazionalizzazione).

Ma non solo: la nuova identità doveva saper calibrare la delicata relazione tra **Assolombarda** e i partner delle singole iniziative proposte in modo da assicurare un'uniformità comunicativa.

"La nuova identità visiva crea un'espressione elegante, rigorosa e concreta, e comunica il ruolo di **Assolombarda** quale piattaforma e acceleratore di sviluppo" afferma Manfredi Ricca, Chief Strategy Officer Interbrand EMEA & LatAM, "Siamo molto orgogliosi di questa partnership: il ruolo a Milano di una realtà globale come Interbrand è complementare rispetto a quello di tante eccellenze lombarde che hanno ormai da tempo il mondo come contesto competitivo, e che trovano in **Assolombarda** un partner in grado di coniugare una straordinaria conoscenza del tessuto locale con una visione realmente cosmopolita".

Sobria ed elegante, l'identità sviluppata da Interbrand si basa sull'utilizzo di illustrazioni bicromantiche che esprimono valori chiave quali professionalità, chiarezza e connessione.

Un format che trae la sua forza dall'immediatezza e dalla flessibilità in grado di interpretare l'approccio multidisciplinare che da sempre caratterizza **Assolombarda**, consentendo la massima applicabilità sia sui documenti proprietari sia per quelli realizzati su commissione.

La nuova identità rafforza il legame con Confindustria, valorizzandone i tratti associativi, ma allo stesso tempo apre una finestra sulla specificità di **Assolombarda** enfatizzando la sua relazione con le imprese del territorio, di cui condivide gli obiettivi di crescita e sviluppo.

Interbrand

Interbrand, leader a livello internazionale nella Brand Consultancy, combina il rigore della consulenza strategica e dell'analisi con lo spirito creativo del branding e del design. Offre ai propri clienti una rosa completa di servizi di carattere strategico, creativo e analitico volti alla creazione, alla gestione e alla valutazione del loro più importante asset: il brand. Fondata nel 1974, Interbrand conta oggi quasi 31 sedi in 27 paesi e clienti tra le aziende più ammirate del mondo. L'ufficio italiano, aperto nel 1987, vanta numerosi progetti di successo, derivanti da una combinazione unica tra respiro internazionale e profonda conoscenza del mercato italiano. Per maggiori dettagli consultare il sito www.interbrand.com e l'unico forum online del mondo dedicato al branding, prodotto da Interbrand, www.brandchannel.com.

Relazioni con i Media

Tel. 02 58370.264/296 - stampa@assolombarda.it

DISCLAIMER: Questo contenuto è stato pubblicato da **Assolombarda** il giorno 2015-09-10 ed è stato originariamente pubblicato su www.assolombarda.it. Il contenuto è stato distribuito senza modifiche o alterazioni da parte di noodls il 2015-09-10 12:39:07 UTC. La fonte è la sola responsabile per l'accuratezza delle informazioni riportate nel contenuto.

[Fonte: Milano OnLine]

Ultim'ora, Cronaca
Milano

Mi piace 0 Tweet G+

Condividi su:        

Cultura e Spettacolo
8° Buskers Festival, Milano
Cultura e Spettacolo
Fertilizhead, Milano
Cultura e Spettacolo
Lucisano Media Group si conferma nelle produzioni televisive: la fiction "Anna e Yusef" vince ancora nel prime time di Rai 1 con un totale di 4,8 milioni di telespettatori e uno share del 20,81%, Milano
Cultura e Spettacolo
Impressioni di SloWeekend!, Legnano
Cultura e Spettacolo
[Visualizza tutti](#)

Sport

F.c. internazionale vs Empoli f.c.: striscioni..., Milano
Calcio
I 4 awards rossoneri, Milano
Calcio
M5, Jack e Marco a s.siro, Milano
Calcio
Banchi: "In gara 1 misuriamo le ambizioni", Milano
Sport di Squadra
Are You Red?: da gara 1 tutti rossi al Forum!, Milano
Sport di Squadra
[Visualizza tutti](#)

Salute

Al dr. Barni l'onorificenza "Juan Montalvo", Milano
Salute
L'AO di Treviglio membro del Cluster Lombardo "Scienze delle Vita", Nerviano
Salute
19 giugno 2015 - In occasione della festa Patronale di Busto Arsizio la Quadreria dell'Ospedale viene aperta al pubblico, Solaro
Salute
Dire, fare, ...cambiare. Buone pratiche per promuovere la salute., Milano
Salute
[Visualizza tutti](#)



Borsa Liu Jo

EUR 25,00



Borsa nera liu jo

EUR 15,00



BORSA Liu Jo Kate NERA

EUR 10,00



Ballerina Liu Jo 40

EUR 15,00



lotto stock tre paia scarpe donna n.39-40

EUR 5,00



Borsa shopper Liu Jo a pois

EUR 9,99



Cofanetti Viaggio Regalo

Ideali come idee regalo, sono la soluzione ideale per vivere tante esperienze in posti meravigliosi ed unici! Scopri le offerte. Spedizione gratuita in tutta Italia.



Cashmere Village

il fashion e-commerce che accompagna nel mondo digitale i migliori brand e designer della moda eco-artigianale e "su misura" di alta qualità italiana. **ARTIGIANALITÀ:** capi prodotti a mano, capi unici, con preziose rifiniture sartoriali e alta personalizzazione. **SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE:** capi realizzati con filati e colorazioni biologiche, per il massimo rispetto dell'ecosistema e del benessere di chi li indossa. **ETICA:** filiera di produzione totalmente Made in Italy, formata da piccole aziende artigiane che si prendono cura di inserire in questo ambito lavorativo le fasce più deboli, costituite da piccoli gruppi di lavoratori altamente specializzati. [entra >>>>](#)

Area Riservata

username
password

login →

RICERCA

→
cerca avanzata

AGROALIMENTARE

COMMERCIO

EXPO 2015

IMPRESA

ISTITUZIONI

ITALIA

LAVORO

LOMBARDIA

MILANO

Archivio

RSS



home - (AGIELLE) - Assolombarda: Interbrand rinnova l'identità visiva

(AGIELLE) - Assolombarda: Interbrand rinnova l'identità visiva

(AGIELLE) - Milano - L'identità visiva più riuscita può essere inefficace se non viene applicata in modo coerente. Consapevole di questo principio, Assolombarda ha affidato a Interbrand, leader internazionale nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione. "Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi - ha dichiarato Michele Angelo Verna, Direttore Generale di Assolombarda -. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di Assolombarda all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese".

Partendo dal logotipo di Confindustria, istituzione a cui Assolombarda aderisce e di cui ha adottato i segni distintivi, Interbrand ha sviluppato un format di comunicazione in grado di valorizzare la natura e i contenuti degli strumenti di analisi, ricerca e informazione dell'associazione. Un progetto di ampio respiro che ha dato un nuovo volto ai touch-point utilizzati da Assolombarda, da quelli esterni - brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche - a quelli interni fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione. Sobria ed elegante, l'identità sviluppata da Interbrand si basa sull'utilizzo di illustrazioni bicromantiche che esprimono valori chiave quali professionalità, chiarezza e connessione. La nuova identità rafforza il legame con Confindustria, valorizzandone i tratti associativi, ma allo stesso tempo apre una finestra sulla specificità di Assolombarda enfatizzando la sua relazione con le imprese del territorio, di cui condivide gli obiettivi di crescita e sviluppo. (agiellenews.it)

10/09/2015 - 12:29

Pubblicato in: MILANO | LOMBARDIA | Impresa



LOMBARDIA: VERNA "CON INTERBRAND NUOVA IDENTITA' VISIVA ASSOLOMBARDA"

L'identità visiva più riuscita può essere inefficace se non viene applicata in modo coerente. Consapevole di questo principio, **Assolombarda** ha affidato a Interbrand, leader internazionale nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione. Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi - ha dichiarato Michele Angelo Verna, Direttore Generale di **Assolombarda** -. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di **Assolombarda** all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese.

Partendo dal logotipo di Confindustria, istituzione a cui **Assolombarda** aderisce e di cui ha adottato i segni distintivi, Interbrand ha sviluppato un format di comunicazione in grado di valorizzare la natura e i contenuti degli strumenti di analisi, ricerca e informazione dell'associazione. Un progetto di ampio respiro che ha dato un nuovo volto ai touch-point utilizzati da **Assolombarda**: da quelli esterni - brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche - a quelli interni fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione. La sfida era quella di far convergere in un visual immediato e distintivo le diverse componenti di **Assolombarda** - che includono Gruppo Giovani Imprenditori, Piccola Impresa e i Comitati Tecnici - e le specifiche aree tematiche (Ambiente, Energia, Fisco, Relazioni Industriali e Affari Sociali, Competitività Territoriale e Sviluppo Manifatturiero e Internazionalizzazione).

Ma non solo: la nuova identità doveva saper calibrare la delicata relazione tra **Assolombarda** e i partner delle singole iniziative proposte in modo da assicurare un'uniformità comunicativa. "La nuova identità visiva crea un'espressione elegante, rigorosa e concreta, e comunica il ruolo di **Assolombarda** quale piattaforma e acceleratore di sviluppo afferma Manfredi Ricca, Chief Strategy Officer Interbrand EMEA & LatAM, Siamo molto orgogliosi di questa partnership: il ruolo a Milano di una realtà globale come Interbrand è complementare rispetto a quello di tante eccellenze lombarde che hanno ormai da tempo il mondo come contesto competitivo, e che trovano in **Assolombarda** un partner in grado di coniugare una straordinaria conoscenza del tessuto locale con una visione realmente cosmopolita". Sobria ed elegante, l'identità sviluppata da Interbrand si basa sull'utilizzo di illustrazioni bicromantiche che esprimono valori chiave quali professionalità, chiarezza e connessione. Un format che trae la sua forza dall'immediatezza e dalla flessibilità in grado di interpretare l'approccio multidisciplinare che da sempre caratterizza **Assolombarda**, consentendo la massima applicabilità sia sui documenti proprietari sia per quelli realizzati su commissione. La nuova identità rafforza il legame con Confindustria, valorizzandone i tratti associativi, ma allo stesso tempo apre una finestra sulla specificità di **Assolombarda** enfatizzando la sua relazione con le imprese del territorio, di cui condivide gli obiettivi di crescita e sviluppo.

(ITALPRESS).

Assolombarda: con Interbrand rinnova l'identità visiva

(ANSA) - MILANO, 10 SET - Assolombarda ha affidato a Interbrand l'incarico di rinnovare la propria 'identità visiva' "declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione". Lo afferma una nota del gruppo di 'brand consultancy'. "Abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà fatta di tante imprese piccole e grandi", dice Michele Angelo Verna, direttore generale di Assolombarda.

Assolombarda: Interbrand rinnova identità visiva associazione

(Il Sole 24 Ore Radiocor) - Milano, 10 set - Assolombarda ha affidato a Interbrand, leader internazionale nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione. 'Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi - ha dichiarato Michele Angelo Verna, Direttore Generale di Assolombarda -. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare ulteriormente la riconoscibilità di Assolombarda all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identità e di appartenenza delle nostre imprese'. Partendo dal logotipo di Confindustria, istituzione a cui Assolombarda aderisce e di cui ha adottato i segni distintivi, Interbrand ha sviluppato un format di comunicazione in grado di valorizzare la natura e i contenuti degli strumenti di analisi, ricerca e informazione dell'associazione. Un progetto di ampio respiro che ha dato un nuovo volto ai touch-point utilizzati da Assolombarda: da quelli esterni - brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche - a quelli interni fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione.

Assolombarda: Verna "con Interbrand lavorato per nuova identità visiva"

MILANO (ITALPRESS) - L'identità visiva più riuscita può essere inefficace se non viene applicata in modo coerente. Consapevole di questo principio, Assolombarda ha affidato a Interbrand, leader internazionale nella Brand Consultancy, l'incarico di rinnovare la propria identità visiva, declinando l'attuale logotipo in un sistema di comunicazione coerente e funzionale con gli obiettivi dell'associazione. "Insieme a Interbrand abbiamo lavorato per costruire una nuova identità coordinata che fosse la giusta espressione di una grande realtà industriale, fatta di tante imprese, piccole e grandi - ha dichiarato Michele Angelo Verna, Direttore Generale di Assolombarda -. Fare riferimento a un'immagine chiaramente distintiva infatti, oltre a consolidare

ulteriormente la riconoscibilita' di Assolombarda all'esterno, contribuisce anche a rafforzare il senso di identita' e di appartenenza delle nostre imprese".

Partendo dal logotipo di Confindustria, istituzione a cui Assolombarda aderisce e di cui ha adottato i segni distintivi, Interbrand ha sviluppato un format di comunicazione in grado di valorizzare la natura e i contenuti degli strumenti di analisi, ricerca e informazione dell'associazione. Un progetto di ampio respiro che ha dato un nuovo volto ai touch-point utilizzati da Assolombarda: da quelli esterni - brochure e pubblicazioni istituzionali e tecniche - a quelli interni fino a definire, in dettaglio, le linee guida per lo sviluppo di tutti i materiali per gli eventi promossi dall'associazione.
(ITALPRESS) - (SEGUE).

Assolombarda: Verna "con Interbrand lavorato per nuova identità visiva" - 2

La sfida era quella di far convergere in un visual immediato e distintivo le diverse componenti di Assolombarda - che includono Gruppo Giovani Imprenditori, Piccola Impresa e i Comitati Tecnici - e le specifiche aree tematiche (Ambiente, Energia, Fisco, Relazioni Industriali e Affari Sociali, Competitivita' Territoriale e Sviluppo Manifatturiero e Internazionalizzazione). Ma non solo: la nuova identita' doveva saper calibrare la delicata relazione tra Assolombarda e i partner delle singole iniziative proposte in modo da assicurare un'uniformita' comunicativa. "La nuova identita' visiva crea un'espressione elegante, rigorosa e concreta, e comunica il ruolo di Assolombarda quale piattaforma e acceleratore di sviluppo" afferma Manfredi Ricca, Chief Strategy Officer Interbrand EMEA & LatAM, "Siamo molto orgogliosi di questa partnership: il ruolo a Milano di una realta' globale come Interbrand e' complementare rispetto a quello di tante eccellenze lombarde che hanno ormai da tempo il mondo come contesto competitivo, e che trovano in Assolombarda un partner in grado di coniugare una straordinaria conoscenza del tessuto locale con una visione realmente cosmopolita". Sobria ed elegante, l'identita' sviluppata da Interbrand si basa sull'utilizzo di illustrazioni bicromantiche che esprimono valori chiave quali professionalita', chiarezza e connessione.

Un format che trae la sua forza dall'immediatezza e dalla flessibilita' in grado di interpretare l'approccio multidisciplinare che da sempre caratterizza Assolombarda, consentendo la massima applicabilita' sia sui documenti proprietari sia per quelli realizzati su commissione. La nuova identita' rafforza il legame con Confindustria, valorizzandone i tratti associativi, ma allo stesso tempo apre una finestra sulla specificita' di Assolombarda enfatizzando la sua relazione con le imprese del territorio, di cui condivide gli obiettivi di crescita e sviluppo.