

SAXOPRINT premia Lorenzo Marini Group al 28° Grand Prix Advertising Strategies



SAXOPRINT, uno dei più importanti gruppi in Europa nella stampa online, ha conferito il premio speciale SAXOPRINT all'agenzia Lorenzo Marini Group per la campagna IULM "La fabbrica del Sapere" al 28° International Grand Prix Advertising Strategies, il premio internazionale della comunicazione.

AZIENDE STAMPA E MERCATO
Giugno 04, 2015



La società tedesca, che ha partecipato al galà sia in qualità di sponsor, sia in qualità di giurato con Paolo Fiorelli, il senior key account manager per l'Italia, ha scelto il progetto creato dall'agenzia come migliore campagna che integra la stampa commerciale su carta e comunicazione online.

L'Università IULM insieme a Lorenzo Marini Group ha presentato al Grand Prix Advertising Strategies "La Fabbrica del Sapere", un progetto di comunicazione dedicato ai giovani diplomati e neolaureati, interamente incentrato su un messaggio: l'impegno dell'Ateneo nell'offrire ai propri studenti una solida preparazione di base e un contatto immediato con il mondo del lavoro al termine del corso di studi. La campagna, infatti, attraverso un'esplorazione virtuale all'interno di alcuni grandi brand internazionali vuole trasmettere agli studenti il messaggio che, grazie allo studio e all'impegno, si può avere successo.

SAXOPRINT
PAOLO FIORELLI
GRAND PRIX
PUBBLICITÀ

COPIA PERMALINK
INVIA

NOTIZIE CORRELATE

21/01/2015

3 COMMENTI

Saxoprint inaugura un portale in Italia

22/08/2012

COMMENTA PER PRIMO

In Germania il web to print è offset di grande formato

06/07/2011

COMMENTA PER PRIMO

Torna in Zeta's Paolo Fiorelli



STAMPAMEDIA NEWS
ISCRIVITI

Assistenza Remota a 360°

Intelligent Service
CLAMPORF GROUP

W2P HUB
SERVICE DI STAMPA
W2P HUB
Stampatori online

DATABASE
I FORNITORI
Industria della Stampa

DATABASE
I GREEN
Industria della Stampa

CLASSIFICHE
I BIG
della Stampa

SAXOPRINT premia Lorenzo Marini Group al 28° Grand Prix Advertising Strategies

SAXOPRINT, uno dei più importanti gruppi in Europa nella stampa online, ha conferito il premio speciale SAXOPRINT all'agenzia Lorenzo Marini Group per la campagna IULM "La fabbrica del Sapere" al 28° International Grand Prix Advertising Strategies, il premio internazionale della comunicazione.

La società tedesca, che ha partecipato al galà sia in qualità di sponsor, sia in qualità di giurato con Paolo Fiorelli, il senior key account manager per l'Italia, ha scelto il progetto creato dall'agenzia come migliore campagna che integra la stampa commerciale su carta e comunicazione online.

L'Università IULM insieme a Lorenzo Marini Group ha presentato al Grand Prix Advertising Strategies "La Fabbrica del Sapere", un progetto di comunicazione dedicato ai giovani diplomati e neolaureati, interamente incentrato su un messaggio: l'impegno dell'Ateneo nell'offrire ai propri studenti una solida preparazione di base e un contatto immediato con il mondo del lavoro al termine del corso di studi. La campagna, infatti, attraverso un'esplorazione virtuale all'interno di alcuni grandi brand internazionali vuole

trasmettere agli studenti il messaggio che, grazie allo studio e all'impegno, si può avere successo.

Per la realizzazione della campagna sono stati utilizzati prevalentemente media outdoor, come pensiline del tram e stazioni della metropolitana, per avere una buona copertura del target giovane, che abitualmente utilizza i mezzi pubblici. Inoltre, le comunicazioni sono state concentrate nei periodi antecedenti gli Open Day dell'Ateneo, per massimizzarne il risultato.

Sul palco, oltre a Fiorelli, presenti a ritirare il premio Lorenzo Marini della Lorenzo Marini Group.

"Siamo orgogliosi di premiare la campagna IULM "La Fabbrica del Sapere", ideata e realizzata da Lorenzo Marini Group. Abbiamo apprezzato la strategia di utilizzare prodotti cartacei e di comunicazione visiva per raggiungere il target dei futuri studenti IULM, utilizzando gli spazi pubblicitari dell'ATM di Milano. Il progetto si sposa perfettamente con la nostra filosofia aziendale e con i servizi di stampa offerti da SAXOPRINT", ha dichiarato Paolo Fiorelli, senior key account manager per l'Italia.

"Siamo entusiasti di aver ricevuto questo riconoscimento su un palcoscenico internazionale come quello del Grand Prix. Il premio SAXOPRINT è stato il coronamento ideale dopo tanti mesi di sforzi e impegno dedicati alla realizzazione della campagna per IULM. Siamo fieri di essere riusciti a presentare a una platea così ampia di professionisti il nostro lavoro e che SAXOPRINT abbia riconosciuto il valore e l'importanza del nostro messaggio", ha dichiarato Lorenzo Marini dell'omonima agenzia.