

LAZZATI INDUSTRIA GRAFICA PARTECIPA A BRAND REVOLUTION LAB On Air

Dal 30 novembre al 4 dicembre un calendario di appuntamenti digitali per conoscere i trend della comunicazione stampata più innovativa e sperimentale. Lazzati Industria Grafica parlerà dei progetti realizzati per Atkinsons e Alpro.

Dal 14 al 17 dicembre focus tecnico su tecnologie di stampa e supporti.

Milano, 20 novembre 2020 – Apre al pubblico in forma digitale l'edizione 2020 di Brand Revolution LAB, il laboratorio organizzato da Stratego Group col patrocinio di DMA Italia che coinvolge tutta la filiera del printing incentivando il processo di co-creazione tra fornitori di tecnologie e materiali, aziende di stampa, agenzie creative e brand.

Lazzati Industria Grafica ha partecipato all'edizione 2020 con i progetti "Atkinsons total experience" e "Alpro - La sostenibilità è nella nostra natura".

L'appuntamento è con due "stagioni" On Air: la prima, dal 30 novembre a venerdì 4 dicembre 2020, tutti i giorni alle ore 17, è composta da cinque episodi che racconteranno cinque macro trend della comunicazione stampata più innovativa e sperimentale, attraverso i 13 progetti realizzati per altrettanti brand di diversi settori merceologici durante il laboratorio che ha permesso a 12 agenzie di comunicazione, 14 stampatori e 4 fornitori di tecnologie e materiali di lavorare insieme per creare la campagna di comunicazione perfetta. **La seconda stagione, dal 14 al 17 dicembre**, sempre tutti i giorni alle 17, avrà un focus tecnico indirizzato a chi desidera approfondire gli aspetti legati alle tecnologie di stampa e ai supporti utilizzati nei 13 progetti. Protagonisti degli episodi saranno **Gruppo Cordenons** (14 dicembre), **HP** (15 dicembre), **Konica Minolta** (16 dicembre) e **Luxoro** (17 dicembre).

L'edizione On Air di Brand Revolution LAB arriva al termine di un intenso laboratorio, cominciato nel dicembre 2019, che ha trovato il modo di proseguire a distanza anche durante le restrizioni legate all'emergenza Covid-19, con tenacia e inventiva, fino alla realizzazione dei 13 progetti che verranno presentati dai team durante gli episodi.

Lazzati sarà protagonista degli episodi "L'esperienza dei sensi" (2 dicembre) e "Beyond packaging" (3 dicembre).

Condurrà Fabio Paracchini, Chief Strategy Officer di The Embassy, insieme a Valentina Carnevali, Chief Marketing Officer di Stratego Group e Project Manager di Brand Revolution Lab.

Il programma completo di BRL On Air - Stagione 1

30 Novembre, h 17

Fundraising che emoziona

Mediterranea – Saving Humans e Ospedale dei Bambini di Milano Vittore Buzzi: la comunicazione disruptive per le buone cause

Partecipano le agenzie Conversion E3 e Coo'ee Italia, gli stampatori Tech:art e Nava Press; il fornitore di tecnologia Konica Minolta per l'app di realtà aumentata GenARate.

1 dicembre, h 17

Gusto instagrammabile

Mare Aperto, Acetomodena e Rapinzeri – Cantina Grillo: il trionfo dell'unboxing del buonissimo e bellissimo

Partecipano le agenzie The 6th, Lateral e Ideology; gli stampatori La Commerciale Borgogno, L'Artegrafica, Ba.ia, Gold & Silver, Tech:art; il fornitore di materiali per la nobilitazione Luxoro.

→→→ 2 dicembre, h 17 ←←←

L'esperienza dei sensi

Atkinsons e Curaprox: colore e materia, emozioni tattili e profumi per una total experience nel punto vendita

*Partecipano le agenzie Arteficegroup e The Embassy; gli stampatori **Lazzati Industria Grafica**, Graf Color, Tech:art, Rifa, L'Artegrafica; il fornitore di materiali per la nobilitazione Luxoro*

→→→ 3 dicembre, h 17 ←←←

Beyond packaging

Alpro, VIP Val Venosta e Terranova Instruments: comunicare valori storici con una nuova grammatica del pack

*Partecipano le agenzie Creostudios, Coo'ee Italia e Hello DTV; gli stampatori **Lazzati Industria Grafica**, ACM, O-I, Goglio, ICO; la cartiera specializzata in carte speciali e creative Gruppo Cordenons.*

4 dicembre, h 17

Qualcosa di personale

ENI Gas e Luce, Ferro 13 e Agribirrificio Altavia: dato variabile e personalizzazione per avvicinare, coinvolgere, stupire

Partecipano le agenzie Angelini Design, O,Nice Design e DLVBBDO; gli stampatori System Graphic, Rifa, Tech:art; il fornitore di materiali per la nobilitazione Luxoro.

Qualcosa di più sui progetti realizzati da Lazzati

Atkinsons total experience



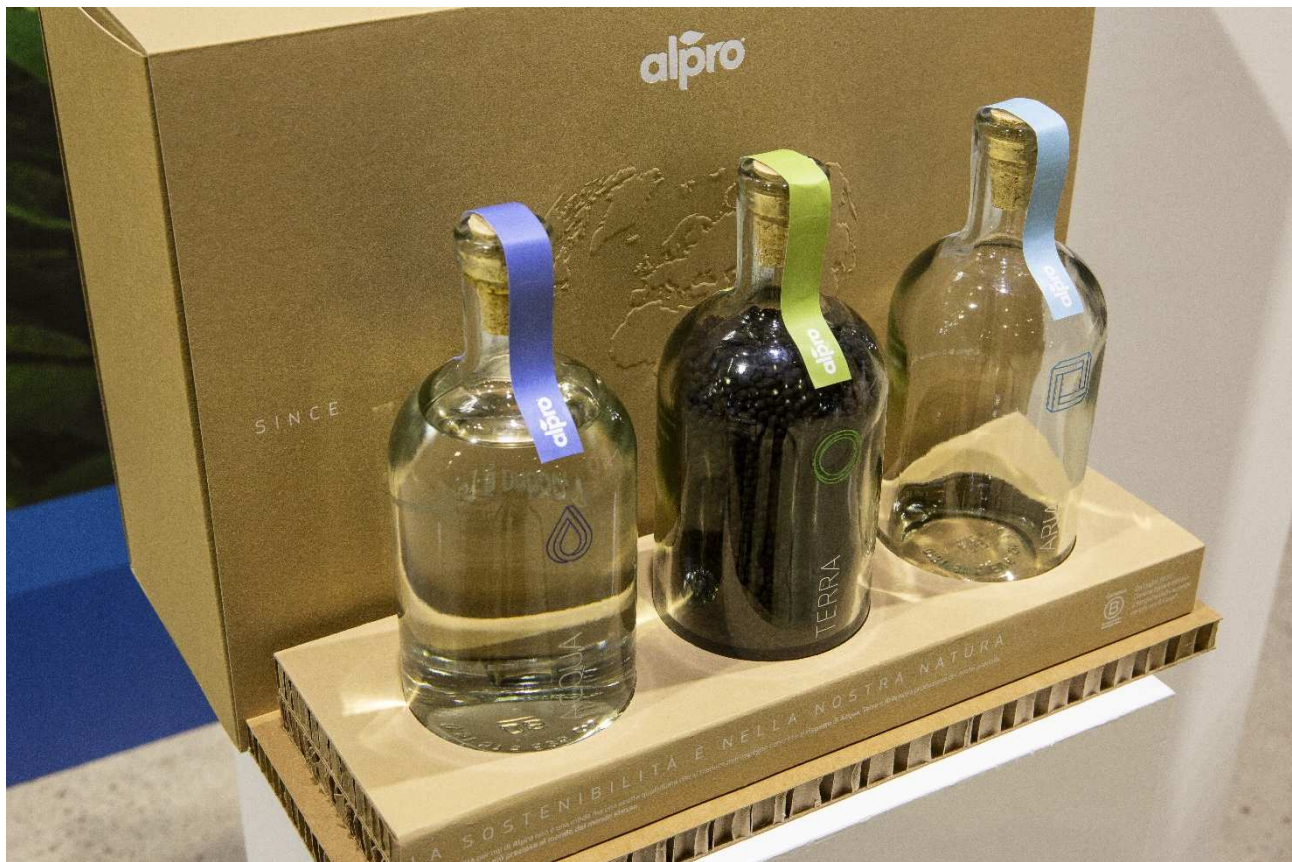
Il progetto “Atkinsons total experience” è nato dall’idea di creare un’esperienza sensoriale totale nel punto vendita in cui gli utenti possano immergersi completamente, lasciandosi guidare da vista, tatto e olfatto nella scoperta dei diversi elementi del corner, tutti però legati dal filo conduttore della bottiglia di fragranza.

Lo spazio espositivo è stato progettato dall’agenzia Artefice Group per creare un’atmosfera magnetica, scenografica, tramite l’utilizzo di quinte che facciano “esplodere” i punti di forza del brand e del suo profumo, stimolando i sensi grazie a forme, colori, grafiche, materiali, tecniche di stampa e nobilitazioni.

Il **backdrop** dell’installazione Atkinsons è un **mosaico multivolume di carte del Gruppo Cordenons** sulla cui **armonia di bianchi, dalle differenti textures tattili e visive**, Lazzati ha “interpretato” i **vari elementi istituzionali del brand con la stampa offset UV Led e nobilitazioni quali embossing e hot foil della gamma Luxoro, vernici UV lucide o perlate e digitali**. Una vera e propria esperienza multisensoriale, nello spirito del progetto.

Lazzati ha realizzato anche l’**espositore per i flaconi**, rivestendone la forma del tappo con una **carta dall’esclusiva texture decorativa-anticontraffazione** (ottenuta con una speciale tecnica di goffratura messa a punto in azienda), nonché la serie di **20 tester unici e “magici”**, che, allo spruzzare del profumo, svelano messaggi segreti e frasi inedite sulla porosa carta Essentiel di Gruppo Cordenons.

Alpro - La sostenibilità è nella nostra natura



Il progetto “Alpro - La sostenibilità è nella nostra natura” esprime la filosofia “meno Terra, meno Acqua, meno CO₂” che da sempre accompagna Alpro nella produzione dei suoi prodotti e lo fa attraverso un gesto che simboleggia un impegno concreto, perché essere sostenibili non vuol dire soltanto adottare comportamenti virtuosi, ma anche invitare chi ci circonda a fare altrettanto.

Ecco dunque uno “scugno” che mette al sicuro i tre elementi naturali indispensabili alla sopravvivenza dell'uomo – appunto acqua, terra e aria – pensato per essere regalato ai buyer delle aziende clienti di Alpro, per invitare tutti a esserne, insieme, custodi.

Un pensiero, questo della sostenibilità concreta, che fa parte altrettanto profondamente dei valori storici di Lazzati, ancor più entusiasta quindi di poter **tradurre in un reale progetto cartotecnico, funzionale e sostenibile, il rendering ideato dall'agenzia Creostudios intorno al set di tre bottiglie in vetro**, contenitore dei preziosi elementi naturali.

La carta ideale per questo progetto, Wild di Gruppo Cordenons nella tonalità Sand, si unisce così ad altri materiali avana (alveolare e microonda) per diventare una scatola/presentoir, composta da fascia, cassetto, base sagomata e top. La fascia, sulla superficie straordinariamente naturale e caratterizzata da un elevato spessore, esprime insieme stampa e nobilitazioni in un'eleganza minimal: bianco offset UV Led, bianco a caldo di Luxoro e rilievo a secco.

Per questo progetto Lazzati ha stampato anche le etichette per le bottiglie, realizzate su carta adesiva con tecnologia HP Indigo.

Come partecipare

Per iscriversi è sufficiente registrarsi

<https://www.eventbrite.it/e/biglietti-brand-revolution-lab-2020-online-125171185385>

Le dirette saranno trasmesse in streaming anche sul canale YouTube di Stratego Group

<https://www.youtube.com/stampamedia> e sulla IG TV di @brandrevolutionlab.

Maggiori informazioni su

www.brandrevolutionlab.it

Contatto Lazzati per maggiori informazioni

francesca.gernetti@lazzati.biz