

IL GRUPPO TECNOCASA SI FA POP

Il Gruppo Tecnocasa affida la comunicazione dinamica a Lorenzo Marini Group

Nei prossimi giorni si vedranno in giro in tutta Italia le nuove decorazioni dinamiche progettate da Lorenzo Marini Group per le agenzie con marchio Tecnocasa, Tecnorete e Kiron.

Si tratta di un pattern creativo che esalta la forza del Gruppo attraverso la reinterpretazione del logo in chiave Pop.

Il Gruppo Tecnocasa, infatti, è leader nel mercato immobiliare e creditizio italiano con più di 45 anni di storia e una diffusione capillare sul territorio nazionale. Presente nel mondo in 9 paesi e 4 continenti, possiede una tradizione e una cultura aziendale fondata su valori di trasparenza, professionalità e specializzazione. Sono sempre stati prioritari per il Gruppo l'aspetto reputazionale e l'immagine di marchio. Oggi ancora di più, il Gruppo Tecnocasa vuole lasciare il segno sul territorio con uno strumento dinamico che, rafforzando la riconoscibilità di ogni brand, sia elemento di comunicazione nuovo e decisamente visibile.

Per questo Tecnocasa ha chiesto a Lorenzo Marini Group, con un incarico diretto, di inventare un "oggetto" pubblicitario in grado di coinvolgere ed emozionare grazie alla sua innovatività visiva impattante, distintiva e riconoscibile.

Lorenzo Marini, pubblicitario ed artista, ha realizzato per Tecnocasa vere e proprie opere d'arte itineranti, declinando una serie esclusiva di interpretazioni tratte dal suo linguaggio artistico: la Type-art.

Le decorazioni di fantasia, attraverso colori e forme della pop art, esprimono la volontà istituzionale di essere diversi, contemporanei e in grado di suscitare stupore, ma in prima battuta di ribadire la presenza del Gruppo Tecnocasa sul territorio come testimonianza espressiva della propria leadership sul mercato.

