

# Interbrand

## Interbrand pluripremiata al D&AD Award

*La community internazionale di creativi, designer e pubblicitari di D&AD assegna 4 premi a Interbrand: due i riconoscimenti conferiti all'Italia, uno all'ufficio di Madrid e uno a quello di New York.*

**Milan, 28 aprile 2017** - D&AD Professional Awards, uno dei più prestigiosi premi internazionali nell'ambito del design e della pubblicità, ha assegnato alla brand consultancy globale Interbrand 4 Pencil Awards, rispettivamente conferiti all'ufficio di Milano per il rebranding e la tipografia sviluppati per Juventus, a Madrid per GA\_P e a New York per "I Am a Woman"!

Nello specifico, per quanto riguarda l'Italia, D&AD ha assegnato al nuovo **rebranding di Juventus**, il **Graphite Pencil** nella categoria **Branding / Branding Schemes / Large Organisation** e il **Wood Pencil** per la **tipografia Juventus Fans per Crafts for Design / Typefaces**. D&AD rappresenta dal 1962 la community di creativi, designer e pubblicitari e i suoi premi sono considerati globalmente un prestigioso riconoscimento.

*"I premi che abbiamo ricevuto sono un magnifico riconoscimento della forza di questo progetto di rebranding."* afferma Paolo Insinga, Creative Director dell'ufficio italiano di Interbrand. *"Un progetto coraggioso e incredibilmente all'avanguardia nel settore"*.

Nell'ambito della collaborazione con Juventus, Interbrand ha lavorato alla strategia di branding, ha sviluppato la nuova identità visiva e gettato le basi dell'experience strategy. Intraprendendo questo percorso, Juventus ha distillato la sua essenza in un'experience più ampia capace di coinvolgere sia i tifosi di calcio sia un pubblico più ampio. Ma non solo, l'obiettivo di Juventus, era quello di creare un brand capace di sfidare le convenzioni e cambiare il modo in cui le persone pensano al calcio. Per raggiungere questi obiettivi, Juventus e Interbrand hanno collaborato con successo per guidare la crescita del Club in termini di presenza, influenza e business.

Il nuovo logo rappresenta Juventus nella sua essenza in modo essenziale e inconfondibile: la J del nome, le strisce della maglia, lo scudetto. Fonde questi tre elementi in un simbolo unico e universale, in grado di rappresentare non soltanto una squadra di calcio, ma anche un'identità, un'appartenenza e una filosofia. È un logo sviluppato con i principi con cui si costruisce un'icona globale: capace cioè di esprimersi con forza in qualsiasi contesto fisico o digitale e di interagire con un pubblico non esclusivamente calcistico.

Le strisce bianco-neri, storico simbolo di Juventus, hanno ispirato e guidato la creazione della tipografia Juventus Fans. Ne determinano lo stile, il ritmo e l'eleganza. L'aspetto robusto e nel contempo tagliente delle lettere è dato dalla solidità della struttura della font stessa. La tipografia Juventus Fans si compone di 5 diversi stili pensati per sostenere la comunicazione di Juventus su ogni touch-point.

D&AD ha assegnato **Interbrand Madrid il Wood Pencil** nella categoria **Branding / Branding Schemes / Medium Organization** per l'identità visiva sviluppata per lo studio legale internazionale Gómez-Acebo & Pombo.

Il team di **Interbrand in New York** è stato premiato nella categoria **Graphic Design / Posters** con il **Wood Pencil** per "I Am a Woman" creato per Charles Martella, Fondatore di Asylum Company.

*"Congratulazioni ai nostri partner - Juventus, Gómez-Acebo & Pombo e Asylum Company ", ha affermato Andy Payne, Global Chief Creative Officer, Interbrand "Il lavoro che abbiamo creato insieme dimostra che la creatività è più importante che mai nel modo in cui interagiamo con il target; dimostrando con chiarezza la brand purpose e la brand promise. Dall'idea all'implementazione puntuale nell'experience. In definitiva la creatività è il nostro strumento più potente per offrire nuove possibilità di crescita e opportunità per brand e organizzazioni. Vincere a D&AD, tra i più accreditati premi globali di design, ne è una dimostrazione".*