

**Worldwide Partner Conference**  
**24-27 ottobre 2007**  
**Crowne Plaza Stabiae, Sorrento**



## **Comunicato Stampa**

### **LA NUOVA ERA DI AETHRA**

*Il nuovo simbolo dell'azienda leader nelle telecomunicazioni  
esprime il processo evolutivo di riposizionamento sul mercato per definire una nuova  
identità basata sul brand*

È una nuova Aethra, con una vision internazionale ma di matrice italiana, che attraverso il suo nuovo marchio, vuole guidare l'era delle Comunicazioni del terzo millennio come un leader autorevole utilizzando un linguaggio distintivo e dinamico.

Simbolo della nuova era di Aethra è un nuovo logo rappresentato da un albero idealmente disegnato con il classico cavo telefonico che richiama il settore delle telecomunicazioni ma che vuole trasmettere i valori e le virtù aziendali. L'albero infatti, già simbolo di solidità e di vita, comunica messaggi trasversali che confluiscono verso gli attuali valori etici riguardanti la salvaguardia dell'ambiente, con un approccio diverso nei confronti del mercato di riferimento. Il settore della videocomunicazione infatti, consente di ridurre le emissioni di CO2 derivanti dagli spostamenti, permettendo di far incontrare persone distanti tra loro senza spostarle.

Lo stile grafico del nuovo logo di Aethra, sinuoso nel segno, e l'abbinamento cromatico dell'arancio con il grigio, esprimono un duplice messaggio complementare: un'immagine rigorosa, di player istituzionale, ma spiccatamente innovativa, alla base della nuova era di Aethra. L'obiettivo del processo di trasformazione è quello di riposizionarsi sul mercato, ossia in uno scenario in evoluzione accelerata, dove il brand è l'asset di business che consente di affermarsi, oltre al prodotto offerto, in modo unico e differenziante.

“Il nuovo logo e simbolo di Aethra vuole riflettere i nostri 35 anni di esperienza e di know-how dell'azienda, optando su una architettura dell'offerta divisa in tre aree: Soluzioni, Servizi e Prodotti”, spiega Marco Viezzoli, amministratore delegato di Aethra. “Al primo posto l'area delle ‘soluzioni’ perché i prodotti sono un completamento di un'offerta per una società che fa della conoscenza la propria essenza strategica. Vogliamo avviare una strategia brand-oriented perché con un brand forte è possibile capitalizzare il proprio status, godendo già d un'immagine di marca autorevole e di fiducia” conclude Marco Viezzoli.

La nuova era dell'azienda nasce grazie alla partnership tra Aethra e Univisual che ha creato la nuova identità di Aethra.

“Ciò che Univisual ha avviato è il processo di trasformazione del marchio Aethra in una marca”, spiega Gaetano Grizzanti, Identity Advisor e Direttore di Univisual Brand Consulting. “In questo passaggio si concentra buona parte dell'evoluzione dell'azienda,

dove la mentalità di business dovrà adattarsi ai nuovi paradigmi del mercato, rendendosi consapevoli che a livello commerciale, il primo prodotto da vendere è il proprio marchio. Posizionare una marca, quale entità valoriale distintiva, è oggi il modo più sicuro per una strategia d'impresa a lungo termine", conclude Gaetano Grizzanti.

### **Univisual**

*Univisual è specializzata nella consulenza di branding e nella realizzazione di sistemi d'identità per lo sviluppo di soluzioni per la strategia e la gestione della marca. Costituito nel 1996 da Gaetano Grizzanti, capitalizzando un'esperienza nel campo della Corporate Identity iniziata nel 1986, Univisual è oggi tra le realtà italiane più riconosciute per la costruzione, la rivitalizzazione e il mantenimento dell'identità di marca e d'impresa."*

[www.univisual.it](http://www.univisual.it)

