

LE NOUVEAU SITE DE BLACKFIN EST EN LIGNE

Mars 2019 - Un style différent pour explorer de nouveaux horizons. Un voile noir, agité par le vent, au milieu des dunes blanches d'un paysage aseptique, presque ultra-terrien. C'est la première image de la page d'accueil du nouveau site web de Blackfin (www.blackfin.eu).

En cohérence avec le parcours évolutif qui touche tous les aspects de l'entreprise – produit, campagne de communication, stand – le site arbore lui aussi les caractéristiques techno-glamour que nous découvrons être le scénario de l'étape fondamentale de Blackfin, l'Année Trois de la Troisième Phase.

La campagne saisonnière, *Natural Awareness*, offre les moyens idéaux pour se présenter au public via une plateforme en ligne car les images se font presque langage verbal et sémantique et définissent un véritable manifeste de conscience et d'authenticité : une évolution qui est une condition, pas un choix.

La page d'accueil abrite les trois piliers fondamentaux de la marque : NEOMADEINITALY qui représente l'ADN, l'histoire et l'approche de l'entreprise à la responsabilité sociale d'entreprise en tant que partie essentielle des affaires ; CREDO qui est la partie la plus onirique, la doctrine de la marque ; et enfin TITANIUM, l'aspect le plus technique de Blackfin, lié à la matière, qui se décline en un jeu d'ombres et de lumières, comme pour laisser paraître combien cette dimension froide renferme de talent et de dévouement à l'égard du produit.

La collection est présentée de manière ordonnée et segmentée selon des catégories et des styles; les informations nécessaires pour l'usager sont immédiates, comme la localisation des magasins et l'espace dédié aux médias. On peut également créer une liste de souhaits de produits favoris, la télécharger au format PDF sur son smartphone et l'envoyer à ses amis ou à son opticien.

Presse info:

Silvia Boccardi | ZED_COMM | M. +39 327.2236481 | E.silvia@zedcomm.it