

“Manualità, un gioco da ragazzi” continua il progetto

Si rinnova anche quest'anno il progetto senza scopo di lucro "Manualità, un gioco da ragazzi", che vede coinvolte 11 scuole elementari e medie del Comune di Milano, all'interno delle quali è stato allestito un laboratorio per le attività manuali. Proprio in questo periodo sono stati recapitati prodotti e attrezzature quali tavolo da falegname, attrezzi e utensili manuali ed elettrici, macchina per cucire, colle, colori, pennelli, attrezzi per il giardinaggio, kit componibili per l'autocostruzione di oggetti e macchinari in legno e molto altro. Al laboratorio avranno accesso in primis gli alunni, gli insegnanti nonché i genitori e i nonni appassionati, ma anche volontari e, in futuro, ragazzi del quartiere che non dispongono di altri spazi per esercitare il fai da te. Per il 2015 hanno contribuito, con attrezzature e materiali: Alpina, Black+Decker, Bosch, Edibrico, Esselte, Nespoli, Opitex, Sodifer, Stanley, Verdemax. "Manualità, un gioco da ragazzi" è nato nel 2011 con diffusione nazionale, e ha l'obiettivo di coinvolgere i ragazzi dai 6 anni. Fino a oggi i ragazzi coinvolti sono stati circa 5000, ai quali vanno aggiunti i bambini ospiti delle case vacanza del Comune di Milano, quelli delle Scuola Natura (ogni anno circa 22.000) e altri 5000 del "Giocampus" estivo di Parma.



Compo e nuove video lezioni



A partire dal 2 aprile 2015 Compo Italia pubblica, con cadenza settimanale, fino alla fine di giugno, una serie di video tutorial che aiutano gli appassionati di giardinaggio a coltivare e prendersi cura delle proprie piante. Una volta terminate le lezioni di giardinaggio, gli utenti saranno in grado di capire le necessità delle proprie piante: dal tipo di terreno al tipo di concime, dall'esposizione all'idratazione. I video vengono pubblicati sul canale YouTube Compo Italia e condivisi sia sul sito internet www.compo-hobby.it appena rivisitato in versione mobile, e sulla pagina Facebook Il mio Compo giardino.

Re-branding Black+Decker: la nuova vision

Il percorso di re-branding di Black+Decker prosegue anche nel 2015 con l'obiettivo di uniformare le gamme e i valori espressi dal nuovo logo e dalla nuova brand identity. Durante questo percorso, l'attuale immagine di prodotto verrà sostituita da una più fresca ed accattivante, grazie ad una rinnovata veste grafica. Il re-branding nasce dall'esigenza di rendere più evidenti gli elementi che esprimono i



valori della marca mantenendone l'iden-

tità complessiva e la riconoscibilità dei prodotti. Si è puntato a far emergere aspetti che sottolineano le caratteristiche distintive del brand: onestà, intuitività, coinvolgimento ed emozionalità. Il logo è stato rivisto per aggiornare e portare in primissimo piano gli elementi cardine della "brand essence" Black+Decker. La nuova grafica e il nuovo codice cromatico rendono, unitamente al nuovo logo, chiaro ed impattante il prodotto, sottolineando la vicinanza della marca al consumatore all'interno del suo universo domestico e in tutto quello che lo circonda, così da garantirgli sempre prodotti innovativi e di qualità.