

NUOVA GRAFICA PER UN VECCHIO FILM

CASE STUDY

REALIZZAZIONE GRAFICA DI UN COLLEZIONABILE CON ALLEGATI I DVD DI HEIMAT

CLIENTE

HOBBY&WORK PUBLISHING

APPLICAZIONE

EDITING

SETTORE

EDITORIA

L'AZIENDA

Hobby&Work, la casa editrice della famiglia Zanga, con sede a Bresso, in provincia di Milano, dal 1989 pubblica libri e opere collezionabili distribuite nelle edicole. Per le opere collezionabili è al terzo posto sul mercato dopo De Agostini e Fabbri e a pari merito con Hachette.

LE ESIGENZE

Per scelta aziendale, l'editore affida la realizzazione di quasi tutti i suoi prodotti editoriali a studi esterni, limitandosi a gestire il passaggio dei materiali e a supervisionare le fasi di lavorazione. Ciò vale soprattutto per i market test, lanci d'opera senza campagna pubblicitaria, con un numero ridotto di fascicoli e in aree limitate, volti a testare il gradimento del pubblico. I service editoriali si occupano dell'intero processo di realizzazione, fino alla fornitura dei pdf in alta risoluzione pronti per la stampa. Hobby&Work si è rivolta a noi per un market test di tre uscite per un'opera collezionabile con allegati i dvd di Heimat, la celebre trilogia del regista tedesco Edgar Reitz. L'editore, che disponeva già dei testi, ci ha affidato la realizzazione grafica di tutti i materiali: fascicoli, guida all'opera, dvd (fascette e label), blister e locandina da esporre in edicola.



Sul mercato esistevano già dei cofanetti con i dvd dei tre film Heimat. Si voleva però riproporre l'opera come collezionabile, dotandola di approfondimenti testuali e con una rinnovata veste grafica.

LA SOLUZIONE

Abbiamo deciso di staccarci nettamente dall'immagine di Heimat adottata dalle precedenti pubblicazioni, che dava particolare risalto al periodo nazista sia nella scelta dei colori, sia nel logo. Poiché la trilogia di Reitz copre un arco temporale che va dal 1919 al 1982, ci sembrava riduttivo insistere sul periodo nazista. Abbiamo invece deciso di enfatizzare gli aspetti di romanticismo, di saga familiare, di ricordo.

Queste le nostre scelte grafiche:

- Al posto del vecchio logo in stampatello in un carattere bastone molto pesante abbiamo proposto un logo leggero con una font handwriting dal carattere romantico.
- Per i dvd abbiamo usato delle foto sfumate e virate in color seppia che trasmettessero l'idea del ricordo sbiadito.
- Abbiamo ridimensionato il bianco e nero, inserendo ove possibile foto a colori.

I BENEFICI

□ La nuova veste grafica che insiste meno sugli aspetti storici e più su quelli familiari è riuscita a conquistare il pubblico, che ha risposto favorevolmente al market test. L'editore ha pertanto deciso di lanciare l'opera a livello nazionale.