

CREATIVE DISTRICT

FERRICOM

About us

Il nostro percorso creativo mette al centro il dialogo e l'ascolto, perché comunicare significa mettersi in relazione.

Our creative path puts dialogue and listening at the center, because communicating means getting into relationship.



Una storia che dura da oltre 25 anni

A history of more than 25 years

Abbiamo iniziato quando il web era poco più che un'intuizione, dalla carta ci siamo evoluti in un percorso costellato di nuove professioni, strumenti e visioni innovative. Vogliamo continuare insieme a voi.

We started when the web was little more than an intuition, from paper we have evolved into a path studded with new professions, tools and innovative visions. We want to continue with you.

LA COMUNICAZIONE CON IL SEGNO

IL VALORE DEL SEGNO



APPROFONDIRE

Ci prendiamo il giusto tempo per l'ascolto e per il dialogo con ogni cliente. Studiamo in profondità, sviluppiamo nuove opportunità, accorciamo le distanze e diamo valore alle persone. Perché comunicare significa ancora creare legami duraturi.

We take the right amount of time for listening and to dialogue with each client. We study in depth, we develop new opportunities, we reduce distances, and we value people. Because communicating still means creating durable connections.



COLPIRE

Individuiamo le migliori soluzioni creative per andare dritto al risultato. In un percorso costellato di idee, immagini e numeri, ti accompagniamo nella costruzione di una comunicazione fatta di valori e contenuti.

We identify the best creative solutions to go straight to the result. On a path studded with ideas, images and numbers, we guide you through the construction of a communication made of values and content.

ORIENTARE

Scegliamo nuovi percorsi, nuovi strumenti, senza perdere di vista la meta da raggiungere.

Ci impegnano ad essere parte della soluzione con proposte uniche in cui la creatività moltiplica le opportunità.

We choose new paths, new tools, without losing sight of the goal to be achieved.

We strive to be part of the solution with unique proposals where creativity multiplies opportunities.

About us

La logica del Dire, Fare, Baciare

The logic of Telling, Doing, Kissing.



DIRE

NON SIGNIFICA
COMUNICARE



FARE

NON VUOL
DIRE ARRIVARE



BACIARE

SE RIFLESSIVO,
PIACE A TUTTI

Al centro c'è il cliente, intorno le nostre competenze. Comunicare è un processo relazionale, che va oltre il saper dire e il saper fare, in cui si intersecano idee, storie e persone.

Tra miliardi di parole a disposizione scegliamo quelle giuste per trasmettere il messaggio, perché comunicare è dialogo e condivisione.

Prima di iniziare il percorso, definiamo l'obiettivo e con determinazione scegliamo la strada migliore per raggiungerlo.

In una relazione che si rispetti gli ingredienti sono il coinvolgimento e l'emozione. Il nostro rapporto con il cliente è personale e unico e il risultato sorprendente.

At the center is the customer, around it is our skills. Communicating is a relational process, which goes beyond knowing how to say and how to do, in which ideas, stories and people intersect.

From the billions of words available, we choose the right ones to convey the message, because communication is dialogue and sharing.

Before starting the journey, we define the goal and with determination choose the best way to achieve it.

In a self-respecting relationship, the ingredients are involvement and emotion. Our relationship with the customer is personal and unique and the result surprising.

ANALISI E POSIZIONAMENTO
PIANIFICAZIONE STRATEGICA
BRANDING & REDESIGN
PR & MEDIA PLANNING

NAMING E LOGO DESIGN
VISUAL IDENTITY
ADVERTISING
CATALOGHI E DEPLIANTS
PACKAGING
SPOT RADIO E VIDEO

WEBSITE & APP
E-COMMERCE
WEB CONTENT
SOCIAL MEDIA
DIGITAL ADVERTISING

Strategia

Ogni volta che affrontiamo un nuovo progetto, partiamo dal pensiero strategico per dare forma e valore a qualcosa di unico e forte.

Every time we tackle a new project, we start with strategic thinking to give shape and value to something unique and strong.

Creatività

Le idee, quelle belle. La creatività è la meta di un percorso condiviso, tra noi e voi. Dall'intuizione voliamo al risultato, ma con i piedi ben piantati per terra.

Ideas, the beautiful ones. Creativity is the goal of a shared journey, between us and you. From intuition we fly to results, but with our feet firmly planted on the ground.

Digital

Per dare concretezza a ogni progetto, realizzato con giusta misura e peso specifico, selezioniamo solo gli strumenti più idonei. Da offline a online e ritorno.

We select only the most suitable tools to give substance to each project, realised with the right measure and specific weight. From offline to online and back.

Case History



The image displays the branding for the VITALY exhibition. On the left is a large poster for the 52nd edition in Verona, April 15-18, 2018. The poster features the VITALY logo at the top, the tagline 'A WORLD WIDE PASSION' in large, light purple letters, and a central graphic of a purple wine splash forming a heart shape. Below the splash, it says '52nd EDITION VERONA 15-18 APRIL 2018'. At the bottom, there are logos for 'RESPECTOR VITALY PRESENT', 'OperaWine', and 'GRAND TASTING FINEST ITALIAN WINES Verona, 14 April 2018'. On the right, a computer monitor shows the VITALY website, which mirrors the poster's design. To the right of the monitor is a vertical brochure or flyer with sections for 'INTERNATIONAL BUYERS' LOUNGE' and 'TASTE & BUY'.

Vitaly

ADV BILLBOARDS NEWSLETTER ORGANIZER

Vitaly trasforma la sua passione in professionalità. Linguaggi, forme e colori hanno dato voce al vino e alle sue naturali sfumature. Le parole ora intersecano le emozioni e danno forza a un'unica, grande passione.

Vitaly turns passion into professionalism. Languages, shapes and colours have given voice to wine and its natural nuances. Words now intersect emotions and give strength to a single, great passion.

Fieragricola

ADV CARTELLONISTICA NEWSLETTER STRUMENTI DI VENDITA

Basta un particolare, un segno incisivo. Lo abbiamo trovato nell'essenza di Fieragricola e gli abbiamo dato risalto perché diventi un simbolo riconoscibile e immediato. In questo modo una semplice "A" apre un mondo intero, quello dell'agricoltura, dell'allevamento, delle attrezzature.

All it takes is a detail, an incisive sign. We have found it in the essence of Fieragricola and given it prominence so that it becomes a recognisable and immediate symbol. In this way a simple 'A' opens up a whole world, that of agriculture, livestock, equipment.



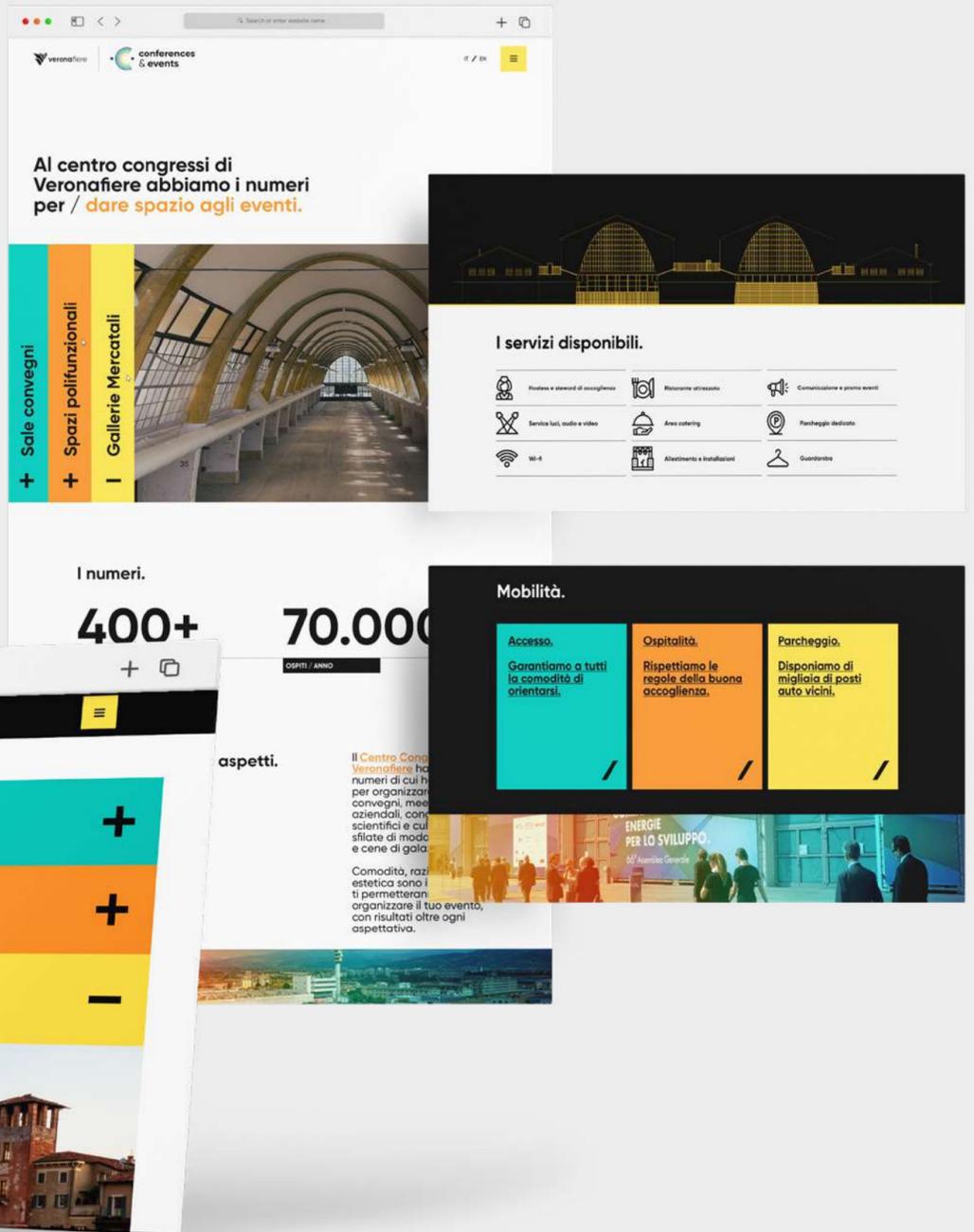

The image shows a poster for the FIERAGRICOLA exhibition. At the top, a large, stylized letter 'A' is formed by two thick, brown, soil-like pillars. A green leaf with a white vein pattern is positioned behind the right leg of the 'A'. Below the 'A', the text reads 'FIERAGRICOLA' in bold, black letters, followed by '116th INTERNATIONAL AGRICULTURAL TECHNOLOGIES SHOW'. Below this, a date box indicates '31 GEN 03 FEB VERONA 2024'. At the bottom, there are social media icons for Facebook, Twitter, and LinkedIn, along with the website 'www.fieragricola.it' and the logo for 'Veronafiere'.

Centro Congressi Veronafiere

ADV WEBSITE VIDEO SELLING TOOLS

Il Centro Congressi di Veronafiere era pronto alla svolta! I numeri hanno ispirato e guidato la realizzazione del nuovo progetto di restyling del sito web. L'inserimento delle Gallerie Mercatali nella proposta di location per eventi è stata l'occasione perfetta per un cambio di prospettiva.

The Veronafiere Convention Center was ready for the turnaround! The numbers inspired and guided the implementation of the new website redesign. The inclusion of the Mercatali Galleries in the event location proposal was the perfect opportunity for a change of perspective.



Fieragricola Tech

ADV BILLBOARDS NEWSLETTER SELLING TOOLS

Basta aggiungere un pizzico di tecnologia! I temi più importanti e in rapida evoluzione di un settore da sempre più fondamentale sono raccolti in un simbolo che si snoda su tutti i materiali dell'evento Fieragricola Tech. Gli abbiamo dato i colori dell'acqua, della tecnologia e dell'energia.

Just add a little bit of technology! The most important and rapidly evolving themes of an increasingly fundamental sector are gathered in a symbol that winds through all the materials of the Fieragricola Tech event. We gave it the colors of water, technology and energy.



Diva

ADV WEBSITE PACKAGING BELOW THE LINE SOCIAL MEDIA

“Il buono coltivato bene” è il claim del marchio Diva di Apo Scaligera, cooperativa veronese che porta sulle tavole del territorio prodotti freschi e genuini, da oggi anche surgelati. Per loro abbiamo realizzato il restyling del logo, il payoff “l’orto & la frutta” e tutti gli strumenti di comunicazione. Infine, abbiamo progettato tutta la linea di prodotto “Raccolte e Grigliate”: naming, visual identity e packaging.

‘The good cultivated well’ is the claim of the Diva brand of Apo Scaligera, a Veronese cooperative that brings fresh and genuine products, now also frozen, to the tables of the territory. For them, we realised the restyling of the logo, the payoff ‘l’orto & la frutta’ and all the communication tools. Finally, we designed the entire ‘Harvested and Grilled’ product line: naming, visual identity and packaging.



Mangostano

BRAND IDENTITY PHOTO SHOOTING SELLING TOOLS PACKAGING

Un frutto esotico, una storia di benessere. Di questa naturale essenzialità abbiamo fatto l’identità di brand e con un semplice concetto, “Skin oriented”, abbiamo legato la cura della pelle alle sue origini.

An exotic fruit, a story of well-being. We made this natural essentiality our brand identity and with a simple concept, ‘Skin oriented’, we linked skincare to its origins.



Manica

BRAND IDENTITY ADV WEBSITE BELOW THE LINE SOCIAL MEDIA
PACKAGING SUSTAINABILITY PROJECT

“Purity Cult” è il nuovo concetto, forte e innovativo che distingue la qualità del prodotto Manica applicato in agricoltura e nell’industria. Il concept è esaltato da un visual di grande impatto dove i valori aziendali di performance e di trasparenza nelle attività sono declinati in chiave corporate e per ciascun ambito merceologico.

‘Purity Cult’ is the new, strong and innovative concept that distinguishes the quality of Manica products applied in agriculture and industry. The concept is enhanced by a high-impact visual where the corporate values of performance and transparency in activities are declined in a corporate key and for each product sector.



manica

ecotour

TAPPA 2

PROVINCIA AUTONOMA DI TRENTO

Nella seconda tappa che vede protagonista un altro importante partner istituzionale, Giulia Manica consegna al dott. Achille Spinelli, Assessore allo sviluppo economico, ricerca e lavoro della Provincia Autonoma di Trento il bilancio di sostenibilità.

Manica è un'azienda chimica trentina radicata sul territorio che compete in un mercato globale rispettando al 100% le stringenti regole europee, italiane, locali.

[GUARDA IL VIDEO](#)

Ecotour è un viaggio nella sostenibilità.

Abbiamo scritto il nostro primo bilancio di sostenibilità riferito all'anno 2021. Vogliamo condividerlo con i nostri principali partner e consegnarlo direttamente a mano. Lo facciamo in modo ecosostenibile in sella alla nostra 'greenbike', con un tour che tocca le tappe più significative in Italia e in Europa.

[SCOPRI DI PIÙ](#)

manica

[f](#) [in](#) [v](#)

MANICA s.p.a.
Via all'Adige 4 - 38068 Rovereto (TN) Italy Tel. +39 0464 433705
info@manica.com - www.manica.com



YourVideo

manica

ecotour

01:45 / 10:00

Your design can be here! Mockup Video

Your Name

583 Share

- 19:24 Lorem ipsum dolor sit amet
Lorem ipsum
125.678 Views
- 56:34 Sed diam nonummy nibh euismod tincidunt
Lorem ipsum
56.829 Views
- 14:35 Duis autem vel eum iriure dolor in hendrerit
Lorem ipsum
458.426 Views
- 37:24 Cons ectetur adipiscing elit
Lorem ipsum
26.735 Views

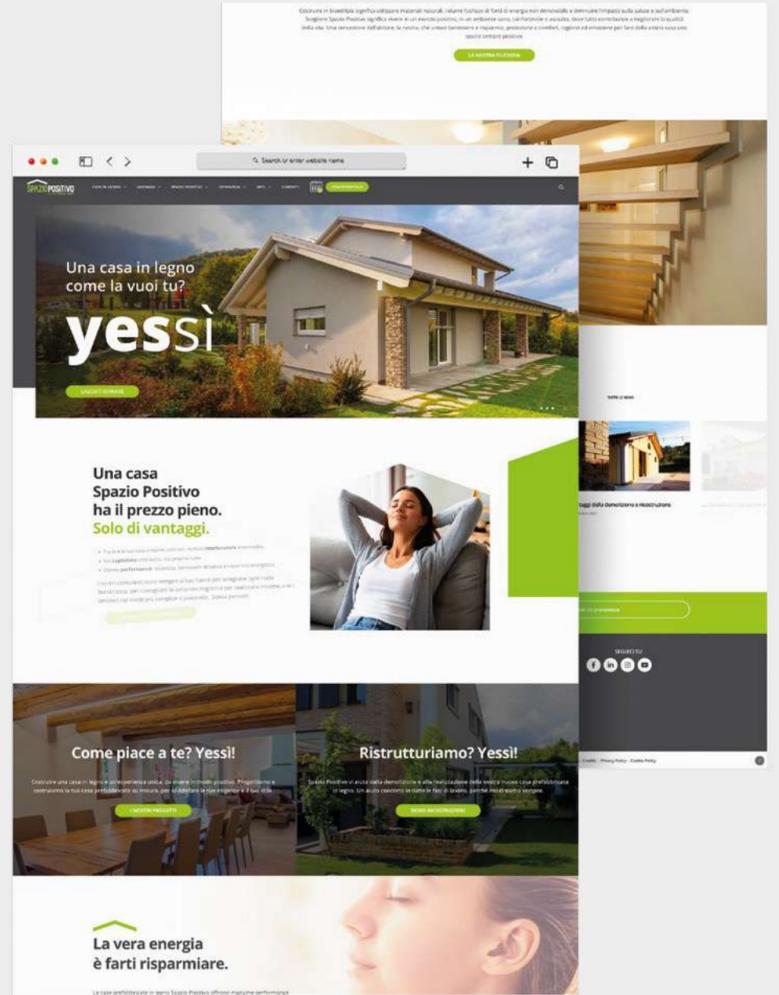


Spazio Positivo

BRAND IDENTITY ADV WEBSITE BELOW THE LINE SOCIAL MEDIA
 GOOGLE ADS SELLING TOOLS TRADE FAIRS AND EVENTS

Nel 2003 abbiamo incontrato e fatto conoscere agli italiani il marchio tedesco delle case prefabbricate in legno Rensch- Haus. Dieci anni dopo è nata Spazio Positivo, un'azienda interamente italiana, che eredita il know-how precedente e compete in uno scenario divenuto sempre più affollato e complesso. La chiave del successo è una strategia di comunicazione che mixa, sempre di più, gli strumenti offline con l'online.

In 2003 we met and introduced Italians to the German brand of prefabricated wooden houses Rensch- Haus. Ten years later Spazio Positivo was born, an entirely Italian company that inherits the previous know-how and competes in an increasingly crowded and complex scenario. The key to success is a communication strategy that increasingly mixes offline and online tools.

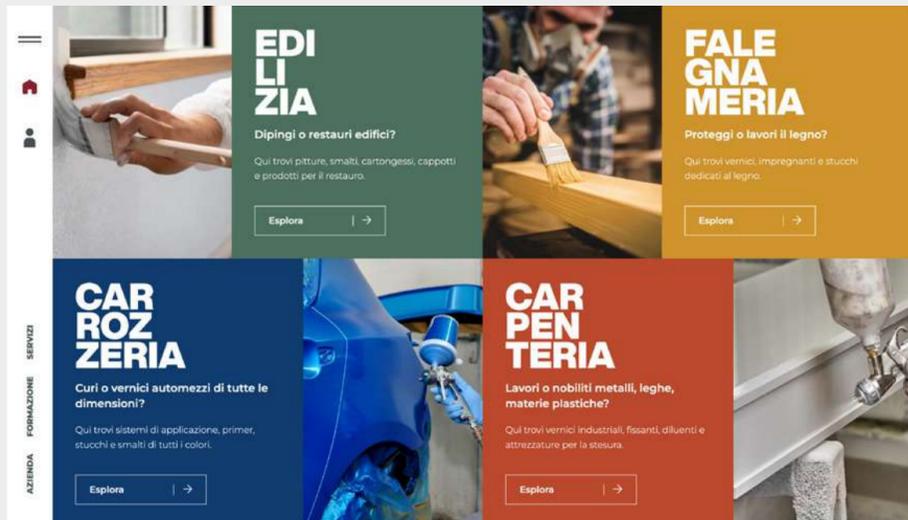


Straudi

BRAND IDENTITY ADV WEBSITE CORPORATE VIDEO

Il claim è un'espressione esclamativa che richiama quella più comune "a tutta forza" e si allinea perfettamente al payoff "La forza viva del colore" che trasmette energia, vitalità e valore positivo. Per Straudi abbiamo acceso le tonalità, sulla corporate identity, sull'immagine di campagna, sul sito web.

The claim is an exclamation expression that recalls the most common "a tutta forza" and aligns perfectly with the payoff "La forza viva del colore" that transmits energy, vitality and positive value. For Straudi, we turned on the shades, on the corporate identity, on the campaign image, on the website.

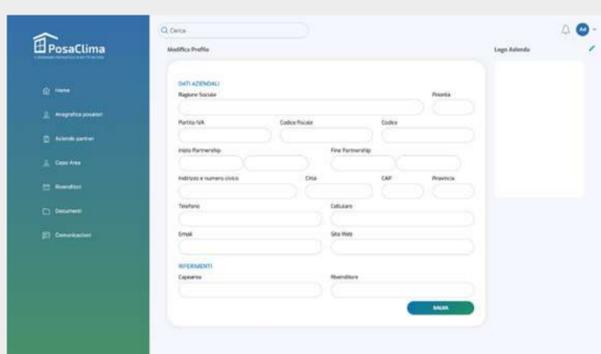
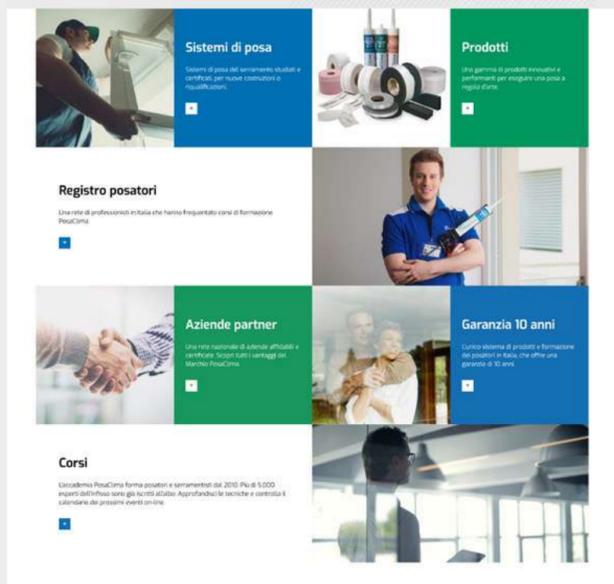
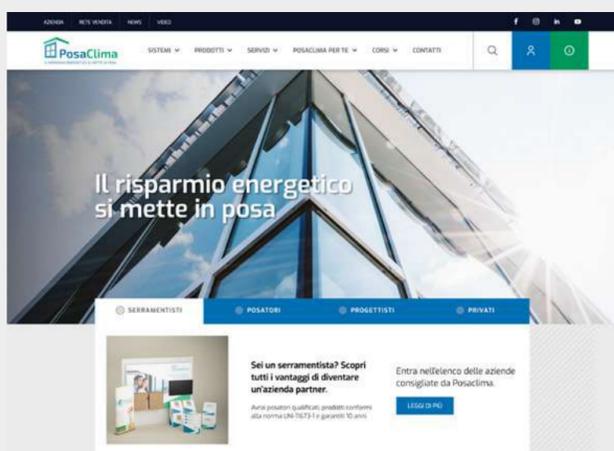


PosaClima

WEBSITE RESERVED AREA

PosaClima è leader nel mercato di sistemi di posa del serramento. Da oggi dotato di un sito web e un software ad hoc progettato e sviluppato per gestire l'albo posatori più grande d'Italia, le qualifiche, i corsi di formazione e le incentivazioni. Un network efficace che connette l'azienda ai propri partner.

PosaClima is the market leader in window installation systems. From today it has a website and ad hoc software designed and developed to manage the largest register of installers in Italy, qualifications, training courses and incentives. An effective network that connects the company and its partners.

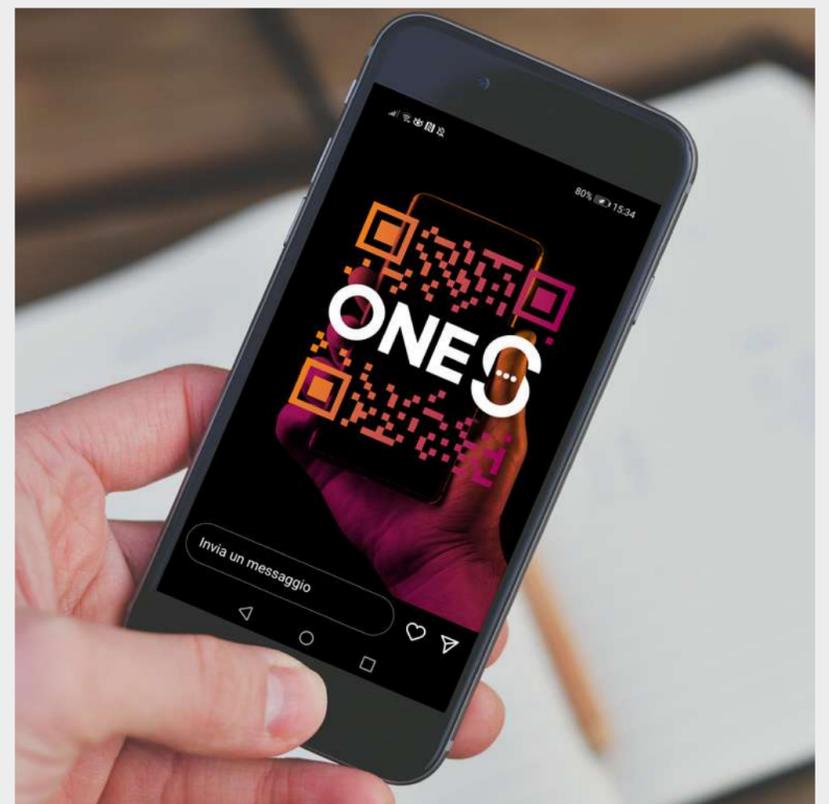


Seno & Seno

BRAND IDENTITY WEBSITE APP ADV BELOW THE LINE

Come nel caos di una metropoli è facile perdersi tra mille proposte, anche nella scelta degli elementi di una grande cucina ci si può confondere. Partendo da qui abbiamo realizzato un concept di comunicazione contemporaneo ed evocativo, giocando sul "navigatore" che ti orienta.

Just as in the chaos of a metropolis it is easy to get lost among a thousand proposals, one can also get confused when choosing the elements of a large kitchen. Starting from this, we created a contemporary and evocative communication concept, playing on the 'navigator' that orients you.

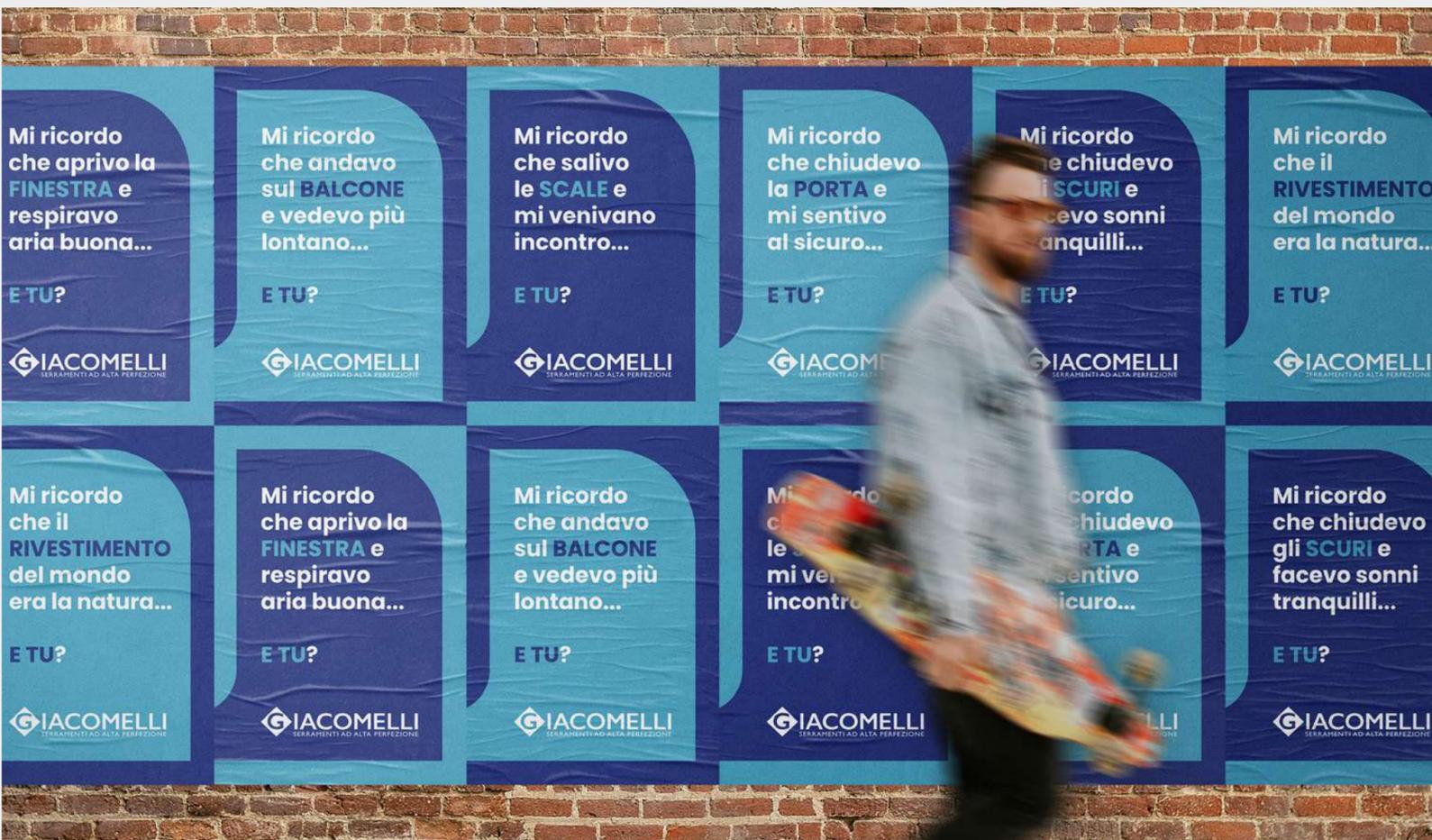
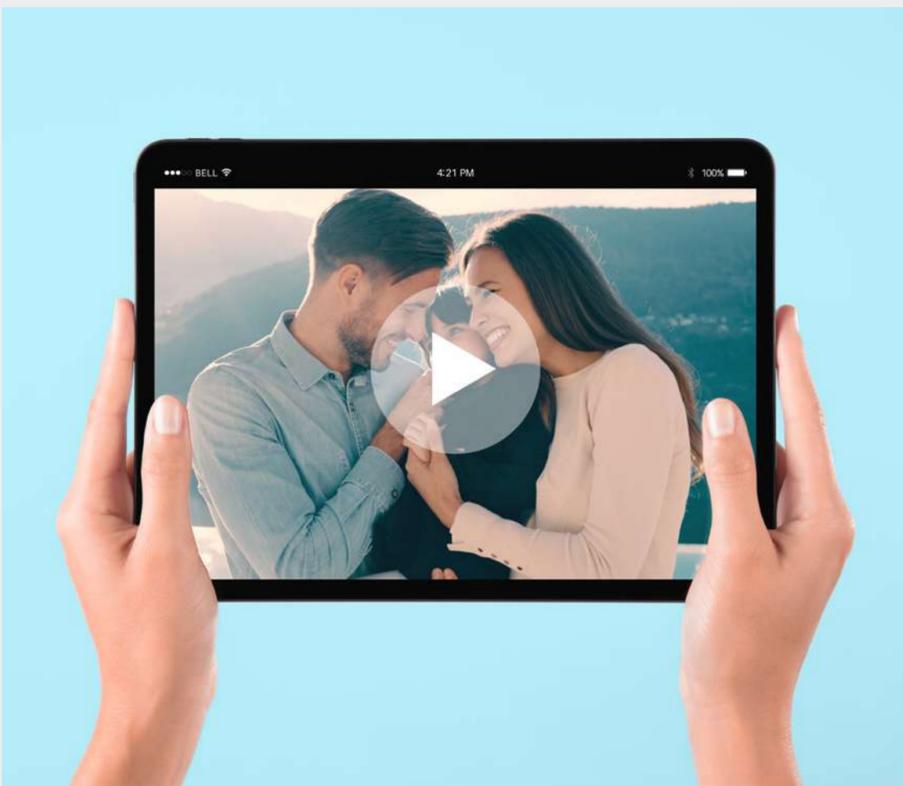


Giacomelli

BRAND IDENTITY DEPLIANT & CATALOGUES WEBSITE SOCIAL MEDIA
 SPOT VIDEO BILLBOARD CAMPAIGN

Per Giacomelli, produttore trentino di serramenti, la campagna "Mi ricordo che" è un invito a nobilitare il ricordo e a riscoprire il tempo di valore. Tutta la città di Trento è stata letteralmente invasa da messaggi che invitavano a fermarsi, pensare e riflettere. Comunicazione integrata e diffusa su locandine, poster, spot TV e Cinema, social media.

For Giacomelli, a windows producer, the "Mi ricordo che" campaign is an invitation to ennoble the memory and rediscover the value of time. The whole city of Trento was literally invaded by messages that invited people to stop, think and reflect. Integrated and widespread communication on billboard, posters, TV and Cinema commercials, social networks.



Verinox

BRAND IDENTITY ADV WEBSITE BELOW THE LINE TRADE FAIRS AND EVENTS

Di una cosa perfetta si dice che “gli manca solo la parola”, noi abbiamo fatto di più. Facciamo parlare il cibo, ambasciatore e testimone della qualità delle soluzioni e degli impianti Verinox. Un taglio iconografico e tanto colore per un leader nel settore del trattamento termico dei prodotti alimentari. Qui è l'immagine che parla.

Of a perfect thing it is said that “it lacks only the word,” we have done more. We let the food speak, ambassador and witness to the quality of Verinox solutions and systems. An iconographic cut and lots of color for a leader in the food heat treatment industry. Here it's the image that speaks.

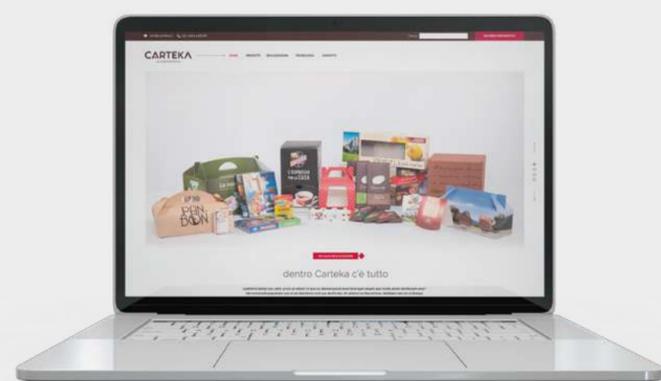


Carteka

BRAND IDENTITY ADV WEBSITE BELOW THE LINE

Questa volta siamo stati noi a creare la confezione perfetta per un nuovo brand. L'esperienza della carta, la vena artistica e la tecnologia sono ora custodite in un involucro prezioso, che racchiude in sé tutta la creatività della cartotecnica. Semplicemente: Carteka.

This time we created the perfect packaging for a new brand. Paper expertise, artistic vein and technology are now enshrined in a precious wrapper, encapsulating all the creativity of papermaking. Quite simply: Carteka.



ASCENDENTE creativo

FERRICOM

Verona

A BRAND OF

CREATIVE DISTRICT S.R.L.

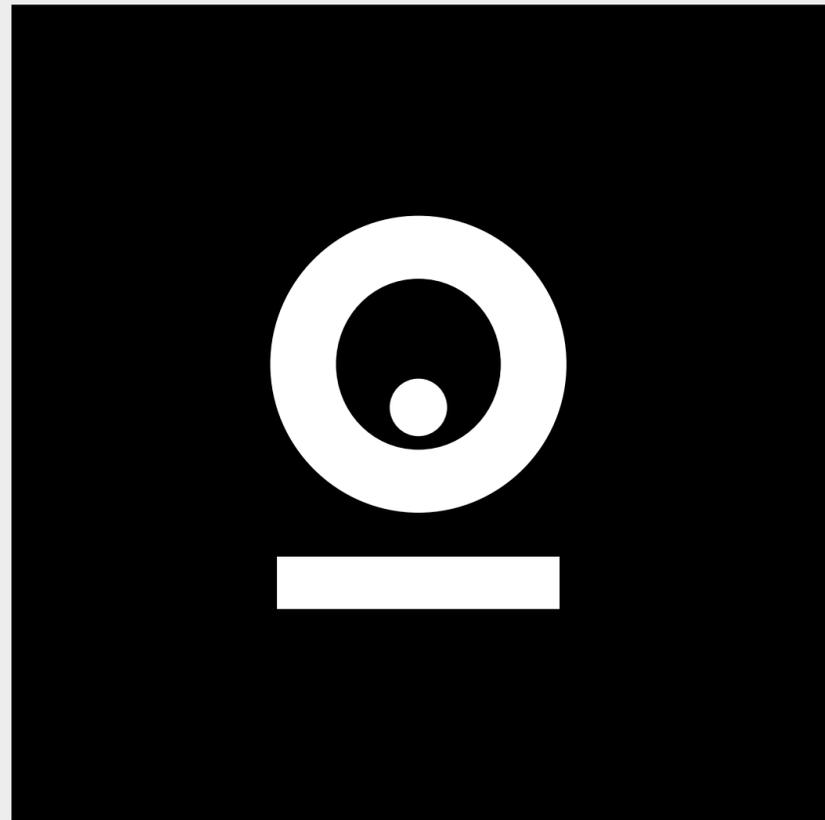
VIA RICCARDO FELICI 1 - 37135 VERONA

TEL. +39 045 8035171

INFO@FERRICOM.IT | WWW.FERRICOM.IT

P.IVA 03458010232

CAPITALE SOCIALE € 10.000,00 I.V.



CLIENTS

