



Incarichi Lisanza sceglie Dolci Advertising per i suoi nuovi progetti di comunicazione

Lisanza, brand italiano di maglieria e intimo che dal 1920 si distingue per l'alta qualità dei suoi prodotti, è stato recentemente acquisito dalla società MRP capitanata da Marco Calleri, per essere rilanciato sul mercato italiano ed estero. Alla guida del maglificio lisanzese c'è un pool di manager ambiziosi e coraggiosi con una decennale esperienza nel settore tessile. A fianco del CEO Marco Calleri, lavorano al progetto Rosanna Buccaro per lo sviluppo di prodotto, marketing e comunicazione e Paolo Sammarone per lo sviluppo commerciale worldwide. La nuova

Il brand italiano di maglieria e intimo recentemente acquisito da MRP ha deciso di affidare il suo rilancio strategico e creativo all'agenzia di cui è Partner e CEO Marco David Benadì

LISANZA



proprietà ha deciso di affidare il rilancio strategico e creativo per il piano di comunicazione a Dolci Advertising. Non un restyling, ma una nuova identità di marca che si pone l'obiettivo di dare a Lisanza la notorietà che si merita, diventando l'ico-

na italiana per eccellenza di maglieria e intimo di lusso. "Ripartendo dall'anima di Lisanza e tenendo ben saldi i valori distintivi e unici del brand, quali l'ossessione per la qualità dei prodotti, l'eccellenza delle materie prime, l'attenzione ai dettagli

e l'italianità di tutto il processo produttivo, la nostra mission, in sinergia con la comunicazione sviluppata dall'agenzia Dolci Advertising, è quella di dare a Lisanza una nuova immagine, più vibrante e creativa che mai", dichiara Marco Calleri.

