



Incarichi Omnia Relations e Plus Communications scelte per l'edizione 2010 del TrentoFilmfestival

Un doppio team per un'immagine e un approccio sempre più dinamico. E' questo il binomio scelto dal TrentoFilmfestival per la sua edizione numero 58, che ha come obiettivo quello di iniziare un percorso di rinnovo della prestigiosa e storica rassegna interamente dedicata a film narrativi, documentari d'autore, reportage e fiction che hanno per sfondo la montagna e l'avventura. Una nuova sfida che hanno raccolto Omnia Relations e Plus Communications che stanno già lavorando in sinergia rispettivamente sull'ufficio stampa e sulla creatività. Il TrentoFilmfestival ha alle spalle infatti un cinquantennio di storia e negli ulti-

mi anni ha visto evolversi il suo pubblico, coinvolgendo anche molti giovani. Un festival che vuole proseguire nel suo percorso di apertura a nuovi canali di comunicazione, un festival che vuole raccontare la montagna come un'avventura possibile, entusiasmante per un pubblico sempre più allargato. L'evento trentino è un



La campagna ideata da Plus Communications

mi anni ha visto evolversi il suo pubblico, coinvolgendo anche molti giovani. Un festival che vuole proseguire nel suo percorso di apertura a nuovi canali di comunicazione, un festival che vuole raccontare la montagna come un'avventura possibile, entusiasmante per un pubblico sempre più allargato. L'evento trentino è un

contenitore dalle molteplici potenzialità che, complice un articolato calendario di appuntamenti, parla non solo il linguaggio del cinema ma quello della cultura nella sua globalità. È il caso, ad esempio, di MontagnaLibri, l'ormai collaudata rassegna internazionale dell'editoria di montagna, da 24 anni, la principale vetrina mondiale dell'editoria dedicata alle terre alte. MontagnaLibri porta contestualmente al concorso cinematografico, nella città di Trento ogni anno oltre 500 editori da tutto il mondo, offrendo un calendario fitto di incontri con gli autori e reading come pochi altri

festival sanno garantire. Sarà dunque l'agenzia bolognese Omnia Relations a fare da punto di riferimento per la comunicazione a livello nazionale, mentre all'agenzia trentina Plus Communications, specializzata in adv e corporate design, è stata affidata la creatività della campagna pubblicitaria di questa edizione 2010. Pensando ad un'immagine che potesse rivolgersi ad un pubblico più ampio e meno specializzato rispetto ai cultori della montagna, Plus Communications ha concepito un'immagine coordinata che, dentro una cornice tradizionale, riesce a destabilizzare positivamente il bersaglio tramite la scherzosa e sottile citazione "hollywoodiana".