Kel 12: nuovo logo e nuovi nomi e loghi per le linee di prodotto

Restyling completo e rebranding per **Kel 12.** Il TO si rinnova e sceglie di riposizionarsi con un’immagine più attuale per rafforzare la propria identità e raggiungere un pubblico più vasto. Si tratta di una strategia che si articolerà in diverse azioni, a partire dal **restyling del logo** in un’ottica di modernità, razionalizzazione e miglioramento della leggibilità soprattutto nei formati digitali. **Anche le linee di prodotto avranno nuovi nomi e nuovi loghi, tutti immediatamente riconducibili all’immagine Kel 12**, ma più freschi e adatti a un nuovo tipo di comunicazione, particolarmente attenta ai canali digitali. **Nuovo sarà anche il payoff** che farà da filo conduttore a tutta la comunicazione. Il viaggio inteso come scambio e incontro fra culture, da sempre al centro della filosofia di Kel 12, sarà identificato dalla tag-line "cultura del viaggio".
I rinnovamento toccherà anche il sito, i profili social di Kel 12, il magazine e la newsletter. In particolare, il nuovo Kel 12 Magazine, accanto a grandi reportage, interviste, approfondimenti e interventi a cura di tour leader, esperti e giornalisti, darà spazio anche alle proposte per il 2016. Dal mare di Gibuti ai campi da golf più esclusivi in Marocco, Sud Africa e Oman, dalla traversata della Patagonia sulla Ruta 40 fino alla navigazione su un antico veliero alle Molucche. Per non parlare del **Kumbh Mela, l’evento speciale del 2016, a cui Kel 12 consacra ben 8 itinerari in partenza tra febbraio e marzo prossim**i.