



Utility, nuovo brand per Agsm Aim: nasce Magis

Descrizione

(Adnkronos) - Magis il nuovo brand che prenderà il posto di Agsm Aim.

Nasce dalla ricombinazione delle lettere del vecchio nome. L'ambizione: essere un brand capace di posizionare l'azienda tra i leader nazionali. Il nuovo brand è stato presentato ufficialmente durante la festa di Natale del Gruppo, che ha riunito oltre settecento collaboratrici e collaboratori. Erano presenti il consigliere delegato Alessandro Russo, il presidente Federico Testa, il vicepresidente Stefano Fracasso, il Consiglio di amministrazione della capogruppo e delle sei Business Unit. A condividere il momento del reveal anche i sindaci dei Comuni di Verona e Vicenza, soci del Gruppo, Damiano Tommasi e Giacomo Possamai.

Nato da un lavoro complesso e durato più di un anno, il nuovo brand porta a compimento una riflessione sull'identità dell'azienda che ha ridefinito mission, vision e purpose. L'obiettivo è quello di accompagnare il nuovo piano industriale con l'ambizione di posizionare l'azienda tra i principali player nazionali. Magis, che nasce dalla ricombinazione delle lettere del vecchio nome Agsm Aim, in latino significa "di più", ma anche "oltre", "verso il meglio", e parla di progresso, ambizione e trasformazione. Prende per mano e accompagna dentro una nuova storia di marca che nasce sulle fondamenta di oltre un secolo di storia.

Come sottolinea il presidente Federico Testa, "oggi inizia il nostro futuro. Abbiamo scelto di fare un passo importante, che non è solo di immagine ma strategico. Il nuovo nome rappresenta quello che oggi siamo realmente: un'azienda pubblica solida, moderna, capace di costruire valore per i territori che la hanno generata e per quelli in cui opereremo domani. Con il nuovo brand rafforziamo la nostra identità, rendendo più chiaro il nostro ruolo in un settore che richiede visione, responsabilità e capacità di innovare senza perdere di vista il legame con le comunità. Magis interpreta bene questa direzione: custodisce un'eredità lunga più di un secolo e la apre a nuove possibilità".

Per Alessandro Russo, consigliere delegato "Magis è il brand giusto per la nuova storia che l'azienda vuole raccontare sia sui suoi territori di riferimento sia a livello nazionale. Abbiamo lanciato un nuovo piano industriale ambizioso e abbiamo fatto emergere il nostro purpose: il ruolo che vogliamo avere come azienda. Vogliamo dare al cambiamento il passo dei cittadini, dei territori. Accompagnare i

nostri clienti, le comunità, le imprese nella complessità di questa transizione. Per questo accanto a Magis, abbiamo voluto scrivere Benvenuta Transizione. E la prima transizione è quella che parte da noi, dalle nostre persone e da nostro piano industriale. Una sfida tutta al futuro e che parte proprio dal Veneto e da Vicenza e da Verona. E non è un caso perché in questa parte di Italia il futuro è qualcosa che sappiamo fare da sempre. •

Il nuovo brand si sottolinea è frutto di uno studio approfondito sul riposizionamento identitario del Gruppo e della scrittura di Paolo Iabichino, scrittore pubblicitario, direttore creativo e fondatore dell'Osservatorio Civic Brands con Ipsos, che ha trasformato l'eredità dei due acronimi Agsm e Aim in un sistema narrativo e visivo coerente con i valori del Gruppo. Il reveal nelle città di Verona e Vicenza è accompagnato da una campagna teaser e di lancio con una presenza integrata su canali digitali, OOH e televisivi.

•

lavoro

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Dicembre 15, 2025

Autore

redazione