

## Sezioni

[Agenda](#)  
[Associazioni](#)  
[Beyond](#)  
[CSR](#)  
[Educational](#)  
[Eventi](#)  
[Gare](#)  
**[Internet](#)**  
[Inchieste](#)  
[Marketing](#)  
[Media](#)  
[Off the records](#)  
[Persone](#)  
[Premi](#)  
[Pubblicità](#)  
[Rassegna Stampa](#)  
[Worldwide](#)

SCEGLI LA TUA AGENZIA

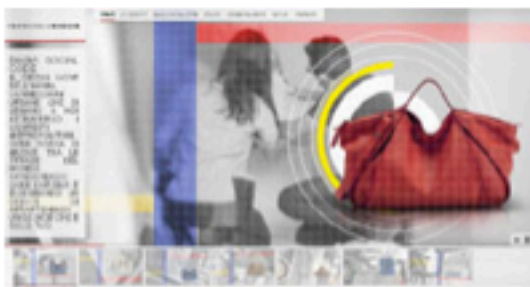
ADV

[Home](#) > [Internet](#)

## Iaki firma il nuovo sito di Francesco Biasia

20/3/2013

Il nuovo sito del brand di pelletteria parte del gruppo **Braccialini** è caratterizzato da un design lineare e accattivante e riflette perfettamente lo stile non convenzionale, dinamico, femminile ed elegante del brand. Gli sfondi sono quelli di un lab-loft, ossia immagini in bianco e nero di un loft adibito a laboratorio dal quale spiccano tratti decisi di colore ispirati dal mood della collezione.



È online il nuovo website di **Francesco Biasia**, brand di pelletteria parte del gruppo **Braccialini**, che si presenta completamente rinnovato grazie a un sapiente restyling curato

dall'agenzia **Iaki** di Milano.

Caratterizzato da un design lineare e accattivante, il nuovo sito riflette perfettamente lo stile non convenzionale, dinamico, femminile ed elegante del brand.

Gli sfondi sono quelli di un lab-loft, ossia immagini in bianco e nero di un loft adibito a laboratorio dal quale spiccano tratti decisi di colore ispirati dal mood della collezione, tratti che veicolano un'immagine decisa e unica del prodotto e, di riflesso, della sua consumatrice.

Tutto il concept nasce e si sviluppa intorno al concetto di **Biasia Social Code**, una forma di linguaggio, piuttosto raffinato, che colloca ogni creazione Biasia all'interno di un discorso socio-culturale fatto di connessioni urbane che nascono tra il prodotto e l'ambiente: cibo, architettura, musica, luoghi, suoni, sapori, persone e oggetti ad esso legati. Ogni borsa ha un suo materiale, una sua forma, un suo nome e una sua anima, ed connessa ad un uno ed un solo mondo di riferimento che ne racconta il valore dell'unicità.

È un sito facile da navigare che racconta in modo emozionale i valori e la storia del brand così come del prodotto, creando un'esperienza unica di shopping e di visibilità. Ad aprile l'appuntamento per l'apertura dell'importante sezione dedicata allo shop on line.