

06/09/2021

CartonPack si rifà il look: «We know how»

Cambiano logo e immagine per meglio comunicare obiettivi e valori

REDAZIONE

redazione@italiafruit.net

WWW.ITALIAFRUIT.NET

Una nuova immagine per CartonPack: dopo mezzo secolo di vita la società protagonista nel packaging comunica di aver maturato la volontà di "segnare un momento storico di rinnovata energia, di riorganizzazione della propria identità visiva e del proprio posizionamento strategico".

"Il recente potenziamento organizzativo unito ad una più ambiziosa pianificazione, ha creato l'esigenza per una riaffermazione del proprio posizionamento, comunicando in modo più diretto i valori che guidano oggi ogni attività di sviluppo e ogni progetto aziendale". Di qui il ripensamento dell'immagine della società che riflette "il processo di focalizzazione del business verso un'economia sostenibile e circolare, attenta all'ambiente e alle persone: una scelta dettata dalla volontà di riflettere, anche nella simbologia, l'evoluzione di un mercato che è in rapida trasformazione verso una società rigenerativa".



La riaffermazione del posizionamento è contestualmente la rivelazione di una nuova ambizione, evidenzia CartonPack (nome tutto attaccato, da ora in poi): essere un "attivatore di unicità" (uniqueness enabler), un partner qualificato e qualificante per prodotti alimentari di altissimo livello come gli standard attuali di mercato richiedono.

Con questo obiettivo, viene tracciato un percorso futuro costituito da "innovativi progetti di ricerca, eco-design, sviluppo di processi e prodotti sostenibili rivolti ad un consumatore più responsabile e attento ai temi di salvaguardia ambientale".

"Il brand Manifesto - aggiunge CartonPack - diventa espressione di valori quali l'integrità e la coerenza, l'aiuto reciproco, la condivisione, il lavoro, l'apertura al cambiamento, lo spirito di appartenenza: valori che hanno ispirato il nostro cammino sin qui e guideranno il nostro operato e le nostre strategie verso il futuro".

Ridefinendo con chiarezza il posizionamento e i propri valori guida, CartonPack in sostanza ha intrapreso un percorso della propria immagine che continuerà nei prossimi mesi: l'azienda sarà rappresentata in futuro da rinnovate simbologie anche cromatiche, partendo da un ripensato logotipo. Sotto il profilo stilistico, con la scelta di mantenere i colori già rappresentativi del brand, CartonPack ha inteso affermare l'italianità dell'impresa: "Sono i colori della natura, predominanti nel mercato dell'ortofrutta, core business dell'azienda".



Sotto il profilo simbolico, la lettera P rappresenta un germoglio, per celebrare il nuovo corso storico aziendale. Il germoglio è metafora della rinascita che si perpetua, simboleggia volutamente l'impegno di Cartonpack verso l'ambiente e la sostenibilità di una società rigenerativa: "Questo è l'espressione del pensiero sostenibile", sustainable thinking, valore cardine delle scelte strategiche aziendali attuali e future".

La lettera C che sormonta il germoglio (P) - aggiunge CartonPack - rappresenta il sole, simbolo della vita e dell'energia; il sole caldo della terra d'appartenenza che rimanda alle profonde radici che legano l'azienda al suo territorio. Sole che, inoltre, "evoca da sempre la circolarità virtuosa della rinascita e della perpetuazione naturale: dalla materia prima, al prodotto finito, dal riciclo del prodotto alla materia prima rigenerata".

"Il brand name mantiene il valore della notorietà e l'affidabilità di un marchio che vanta 50 anni di presenza nel mercato, pur con un nuovo stile più compatto e moderno nel lettering", si sottolinea ancora da Cartonpack. "Il payoff esprime la visione di un'azienda che afferma senza esitazioni la propria competenza e l'impegno nella ricerca, racchiudendo sinteticamente queste caratteristiche in una frase semplice e assertiva: we know how, noi sappiamo come".

"Noi sappiamo come farlo": è la sintesi di un approccio cliente-centrico che intende rassicurare l'interlocutore con la certezza di aver trovato un partner attento e la soluzione alle proprie esigenze. E' un richiamo inoltre al know-how aziendale, frutto dell'esperienza di molti anni di lavoro, di menti aperte e creative e della condivisione dell'esperienza attraverso le generazioni.

"Dopo oltre 50 anni di presenza sul mercato - conclude CartonPack - iniziamo un nuovo corso, in continuità con il passato, ma altrettanto ricco di entusiasmo e visione per il domani. Il nuovo percorso evolutivo per l'azienda è solo all'inizio e ambiziosi progetti ci attendono nel prossimo futuro".

Sotto il video realizzato per il lancio del logo:

Copyright 2021 Italiafruit News