

Dopo 22 anni Amadori rinnova il proprio logo

L'azienda leader del comparto avicolo segue il trend della semplificazione

CESENA

Amadori è pronta a rinnovare (a 22 anni dall'ultima volta) il proprio logo.

Il trend in corso della "semplificazione" dei loghi viene seguito anche da Amadori che, in collaborazione con l'agenzia torinese di brand design Goodmind, ha deciso di utilizzare lo stile grafico che oggi più che mai viene usato a livello globale e per buone ragioni: questo tipo di design non solo rende più semplice il riconoscimento dell'azienda ma soprattutto viene anche lanciato un messaggio fatto di chiarezza e trasparenza. Il direttore centrale del marketing strategico, Matteo Conti, spiega: «Amadori è un'impresa costruita su valori forti e condivisi, che si distingue per la passione, la sincerità e la trasparenza, la qualità e la capacità di fare innovazione» e «Il nuovo logo marca questi valori facendo 'parlare' il nome dell'azienda». Una caratteristica interessante del logo è il punto sulla "i" che, invece di



Il logo Amadori di nuova concezione

essere verde come il colore del resto del logo è rosso; sempre Matteo Conti, in proposito afferma: «Spicca grazie al rosso e alla forma lievemente ovoidale posta orizzontalmente, diventa un pittogramma che accenna sia la passione sia la base della filiera integrata (l'uovo), architrave e orgoglio del nostro sistema produttivo».

Il nuovo logo inizierà a essere utilizzato principalmente per la prossima campagna marketing al via a giorni e verrà poi declinato su tutta la "Corporate Identity" diventando l'elemento distintivo del prossimo imponente restyling grafico dei prodotti a marca Amadori.

FABIO SANTI