Orogel compie 50 anni e si regala una nuova immagine

linee-prodotti-orogel-05c8a4dd

In occasione del 50esimo anniversario, Orogel rinnova la veste grafica con un elegante restyling conservativo, mirato ad aumentarne la visibilità nel banco surgelati attraverso l'utilizzo di codici colore altamente identificativi per ogni linea di prodotto.

Ideato dall’agenzia Goodmind, società specializzata in strategia e creazione dell'identità di marca, facente parte del Gruppo Pininfarina, il restyling delle confezioni Orogel prende le mosse dai capisaldi della grafica del brand a partire dai colori che da sempre lo caratterizzano e che nella nuova veste identificano in maniera ancora più netta le diverse linee: giallo per I Vegetali, azzurro per Il Benessere, arancione per La Cucina Italiana.

Particolare attenzione è stata posta sulla linea benessere, segmento in cui Orogel è assoluto leader di mercato, allo scopo di esaltare la comunicazione dei principi nutritivi che la caratterizzano, e proprio in tale ottica i prodotti sono stati razionalizzati in sub-brand che valorizzano le specificità dei prodotti (Vegetariani, Verdurì, Virtù di Zuppa, Contorno Più e Mini Burger).

Ampio spazio, infine, rimane dedicato ai valori nutrizionali per porzione, che il consumatore può facilmente consultare nella parte inferiore della confezione.

“Orogel ritiene che il pack sia il primo strumento di comunicazione che si attiva verso il cliente - spiega **Luca Pagliacci**, direttore marketing di Orogel. *Questa nostra politica, improntata alla chiarezza, completezza e ricchezza di informazioni, ci identifica e ci premia da sempre poiché permette al consumatore di vedere subito tutti i dettagli che caratterizzano il prodotto che sta acquistando, nello specifico, la sua provenienza, i vanti nutrizionali, le modalità d’uso e i consigli per ricettarli al meglio. Il restyling si conclude in questi giorni e le nuove confezioni saranno già protagoniste della prossima campagna che partirà alla fine del mese di ottobre”.*