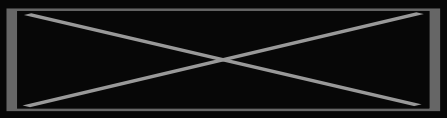
Nuovo logo e pay off per Dibevit, società del Gruppo Heineken Italia

dibevit-6c786d40



Dibevit Import, società importatrice del Gruppo Heineken Italia, presenta un nuovo logo, sviluppato per trasmettere il dinamismo e la modernità che la rappresentano, e raccontarsi in modo ancor più incisivo e vicino alla categoria birra. A partire dal font, più attuale e armonioso, al quale si affianca un nuovo elemento grafico che costituisce il precedente motivo rosso: una spiga d'orzo stilizzata, in colore giallo, che richiama immediatamente la birra, passione ed essenza del lavoro e della "mission" aziendale di Dibevit. Approccio dinamico, valorizzazione del prodotto e attenzione ai partner commerciali sono, nel dettaglio, i valori racchiusi in questo nuovo logo Dibevit.

L'altra novità è rappresentata dall'intorduzione del pay-off "Import Beer Specialist", che identifica in modo diretto e immediato il core business dell'azienda. Dibevit Import, infatti, da più di 20 anni è leader in Italia nell'importazione e distribuzione di birre speciali provenienti da tutto il mondo, e da oggi lo sottolinea in modo netto a partire dal suo logo, rinnovando la promessa di affidabilità, qualità e valore nei confronti dei partner commerciali. Dibevit Import, è protagonista sia sul canale Ho.Re.Ca. sia sul Modern Trade con un portafoglio che conta oltre centocinquanta referenze, rinnova dunque la sua immagine e lo fa ponendo al centro il prodotto e il suo Dna.

«Il 2013 è stato un anno difficile per il mercato – commenta Davide Daturi, amministratore delegato di Dibevit Import –. Come Dibevit abbiamo mantenuto lo stesso grado di attenzione e attività, intensificando le nostre azioni sia sul canale moderno sia sul canale Ho.Re.Ca. Quest'ultimo, grazie anche a progetti e investimenti dedicati, ha mantenuto i volumi dello scorso anno, mentre registriamo importanti crescite nel canale moderno. Per il 2014 abbiamo in programma diverse novità, soprattutto prodotti che rispecchiano le nuove tendenze di gusto, oltre a progetti e iniziative specifici per entrambi i canali volti a creare profittevoli sinergie con i nostri partner commerciali. Saremo sempre più focalizzati nel portare dinamicità e stimolo alle vendite all'interno del punto di vendita e di consumo».