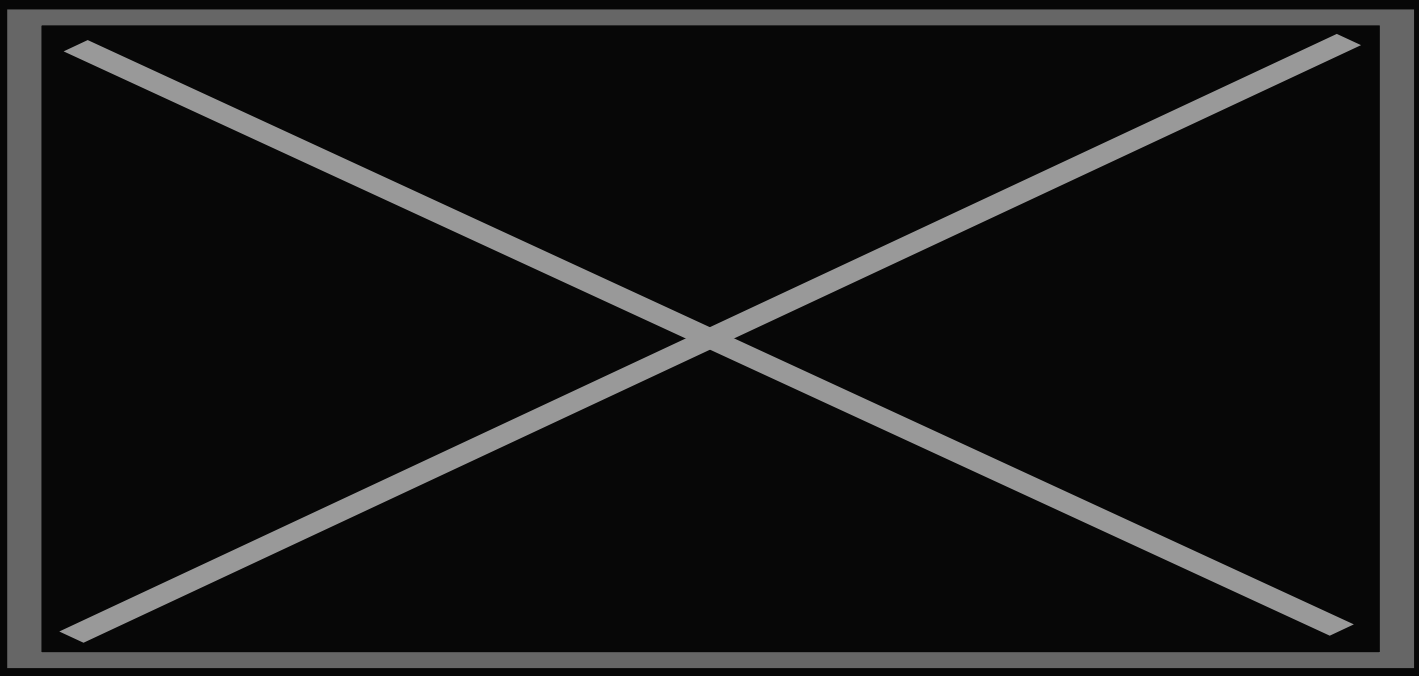
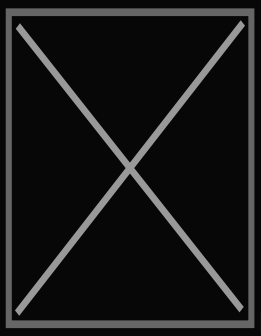
Nuovo logo e packaging per Ricola

ricolaheader-529e1847

Attualità e continuità con il passato sono le caratteristiche distintive di Ricola, azienda svizzera che nasce nel 1930 nella pasticceria Richterich, famiglia che da tre generazioni esporta in più di 50 paesi le proprie specialità a base di erbe naturalmente buone che vengono coltivate con metodi naturali. L'iconico logo verde, elemento caratterizzante del marchio acronimo di **RI**chterich **CO**mpany **LA**ufen, è stato **oggetto di un piccolo rinnovamento**: ora è graficamente alleggerito dall'uso di una gradazione cromatica lievemente più chiara, rendendolo più energico e donandogli una vivace naturalezza.

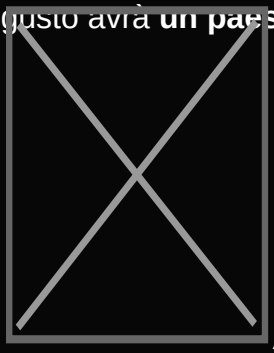


Il restyling del logotipo prevede inoltre un **tratto grafico più fluido, del tipo corsivo, quasi ad esprimere una firma di garanzia dell'azienda famigliare**. Il "nuovo" logo, sempre chiaramente leggibile ed individuabile anche grazie all'outline bianca più marcata, risulta perfettamente in linea con l'immagine dei prodotti e il mondo Ricola. Ricola, a distanza di oltre 90 anni dalla sua nascita, si identifica infatti oggi come **uno dei più moderni e innovativi produttori di caramelle benefiche alle erbe svizzere al mondo**.



L’innovazione di Ricola si concretizza attualmente anche nel **packaging** dei prodotti che è stato **rivisitato e modernizzato** partendo dalla scelta della palette cromatica dei prodotti, che da oggi hanno nuance più pastello. I vari gusti mantengono il loro codice colore e seppure più tenue rimangono ben identificabili; la nuova palette di colori ben si fonde con l’immagine naturale del brand.In aggiunta è stata aggiornata la disposizione grafica, così da evidenziare l’ingrediente fondamentale ed elemento distintivo delle caramelle Ricola, le erbe dalle alpi svizzere, e il gusto, più centrale e quindi ancora più leggibile.

Erbe e caramelle sono nel dna di Ricola: per questo su ogni pack **la caramella è più grande e le erbe decorano e incorniciano il pack**. Il nuovo claim di prodotto: Benefica bontà, enfatizza la duplice natura delle caramelle che sono allo stesso tempo buone e benefiche. Ricola, infatti, è la caramella **ideale da consumare in ogni momento della giornata**. Aprendo il pack degli astucci il consumatore avrà oltre alla sorpresa olfattiva anche una sorpresa visiva: verrà trasportato sulle Alpi svizzere. Ogni gusto avrà **un paesaggio differente**. Uno stimolo in più per assaggiare tutti i gusti.



Anche il **retro del pack si arricchisce di elementi descrittivi**: la storia dell’origine dei prodotti, la coltivazione delle erbe e la descrizione per ciascun gusto. I nuovi packs riporteranno le indicazioni sull’etichettatura ambientale dei prodotti per dare informazioni ai consumatori sul corretto smaltimento dei packs.

“Siamo molto soddisfatti del risultato di questo progetto implementato dalla casa madre svizzera con l’obiettivo di comunicare in modo ancor più immediato il posizionamento premium e naturale dei nostri prodotti. Il restyling garantisce la riconoscibilità e la continuità col passato, anche se con un’attenta osservazione si può notare come ogni piccolo dettaglio sia stato rivisitato con estrema cura per contribuire a dare a Ricola un’immagine fresca e al passo con i tempi” dichiara **Emanuela Busi**,

direttore marketing di Divita società affiliata e distributrice di Ricola in Italia.