Hausbrandt cambia l'immagine per raccontare più di 130 anni di storia

5f796bcd-14d2-4fd2-acd5-26cfbaf103ec

Oltre 130 anni di storia del caffè italiano, che hanno trasformato nel tempo il proprio nome in un’identità riconoscibile in Italia e nel mondo. E' la biografia di Hausbrandt, marchio che deve molto a Martino Zanetti che acquisì l’azienda mantenendone il nome, e che oggi si trova a sviluppare una nuova visione in termini di posizionamento e comunicazione con la generazione rappresentata da Arianna Zanetti.

Per Hausbrandt l'**evoluzione del brand** significa partire dalla propria storia, dall’identità italiana, da Trieste, dalla cultura del caffè, dalla qualità del prodotto, dall’arte e da un immaginario visivo fortemente riconoscibile, per costruire una narrazione più contemporanea, essenziale e coerente con ciò che il marchio è oggi e, soprattutto, con ciò che vorrà essere domani.

Quote

Hausbrandt è un’icona nella cultura del caffè italiano nel mondo, lo è per il suo logo e l’inconfondibile “Moka”, la sua storia, la sua sensibilità verso l’arte, l’eccellenza del prodotto, la capacità di mettere le persone al centro. Grazie al caffè si creano relazioni, nascono legami, si rivivono ricordi, ci si concede spazio e momenti di amicizia. Ecco perché, per noi, il caffè è la bevanda più affettuosa che ci sia, e per questo lo celebriamo ogni giorno.

Arianna Zanetti, Presidente e CEO di Hausbrandt

I cinque pilastri del nuovo percorso

Il nuovo percorso si fonda su **cinque pilastri**: l’Icona, la Storia, l’Arte e la Cultura, il Caffè e le Persone. Il **logo** è il punto di partenza, l’identità del brand, ciò che è stato, ciò che è e ciò che sarà.

Rosso, bianco e nero: un codice visivo netto e inconfondibile, capace di attraversare epoche e generazioni. E poi la **Moka**, nata negli anni Sessanta e diventata un segno distintivo di Hausbrandt, ancora oggi nel suo rosso originario: icona del piacere del caffè italiano, della convivialità e del gusto. **Trieste** è parte del carattere Hausbrandt: porto e crocevia di culture, lingue e tradizioni, ha dato al brand vocazione internazionale, curiosità e capacità imprenditoriale.

Ma prima ancora della “brand culture”, l’azienda ha scelto **arte e cultura** per raccontarsi, costruendo un immaginario distintivo attraverso immagini, creatività e comunicazione. Un patrimonio visivo ancora vivo, da reinterpretare per ispirare nuovi linguaggi e accompagnare l’evoluzione contemporanea del brand. Il **caffè** è la sostanza dell’icona Hausbrandt: origine, selezione, tostatura ed esperienza in tazza sono al centro di una qualità riconoscibile, fatta di aroma, corpo, persistenza e costanza. Una cultura che si esprime ogni giorno, al bar come a casa, attraverso prodotto, competenza, gesto ed esperienza. Il caffè è soprattutto relazione e nasce dall’incontro tra chi lo produce, chi lo prepara e chi lo sceglie e lo condivide. Per questo Hausbrandt mette le **persone** al centro, costruendo una community di baristi, professionisti della ristorazione, buyer e partner fondata su conoscenza, confronto e progetti condivisi, capace di generare valore nel tempo.

Il brand guarda anche una nuova fase del proprio percorso, portando la cultura del caffè sempre più vicino alle case degli italiani con la propria **presenza in Grande Distribuzione**. Un passo che nasce dalla volontà di rafforzare la relazione con il consumatore anche fuori dai luoghi tradizionali di consumo.