



Comunicato stampa

ITALPOLLINA E' L'ALBA DI UN NUOVO GIORNO, UN GIORNO PIU' VICINO ALLA NATURA.

Cayenne firma la nuova *brand identity* dell'azienda veronese: un omaggio alla natura, uno sguardo al futuro ma che non dimentica i valori originali.

Proseguono i progetti di rinnovamento e sviluppo di **Italtollina**, azienda italiana leader a livello mondiale nella produzione di fertilizzanti organici, biostimolanti e microrganismi.

La Società, in linea con la propria evoluzione e con quella del mercato in cui opera, ha deciso di affermare questa crescita anche attraverso la definizione di una nuova *brand identity*: un'immagine moderna ed al passo con i tempi, che ribadisce in maniera forte i valori di passione, innovazione e sostenibilità oggi alla base dell'attività dell'azienda. Un'immagine unica e globale, riconoscibile allo stesso modo in tutti i paesi in cui è presente Italtollina.

Il rinnovamento dell'immagine di **Italtollina** è stato affidato a **Cayenne**, l'agenzia di comunicazione integrata guidata da Peter Michael Grosser, che si è occupata non solo di studiare e ridisegnare il logo, ma ha ripensato tutta la *brand identity*.

"Nel suo insieme, il logo deve raccontare la nostra storia - afferma Luca Bonini, Amministratore Delegato di Italtollina -. La storia di un'azienda che da oltre 50 anni è ogni giorno al fianco degli agricoltori per aiutarli a prendersi cura delle proprie produzioni in modo naturale e innovativo, come recita la nostra mission. Con Cayenne è nato un vero e proprio rapporto di partnership che si è andato costruendo attraverso un solido percorso di conoscenza. Cayenne ha agito da vero consulente aiutandoci a focalizzarci sul nostro brand, a circoscrivere i valori che ci contraddistinguono e a identificare i nostri vantaggi competitivi"

Ne è conseguito un progetto di comunicazione a 360° che dall'esplicitazione della mission si è tradotto nella ridefinizione del logo, del pay-off, dell'immagine coordinata, del packaging system, del sito, del video corporate e in una nuova campagna pubblicitaria.

Il nuovo look di Italtollina è riassunto nel logo, all'interno del quale il simbolo di riferimento non cambia, ma si rinnova. Il gallo è un elemento forte, da sempre legato alla tradizione dell'azienda e al business dal quale l'azienda è partita; inoltre ben rappresenta il posizionamento che **Italtollina** ha sul mercato e che conferma la volontà di voler proseguire su questa strada. È, però, un gallo diverso rispetto al passato: è più fiero, guarda in avanti, rivolto verso il futuro, ed è rappresentato nell'atto di cantare, richiamando così il risveglio e la rinascita, con una coda ampia e dinamica che ricorda le colline e i campi arati.

La semantica del gallo scelta per il logotipo è propria del mondo digitale, dove tutto è veloce e mutevole, andando così a sottolineare la vocazione innovativa del marchio e la sua costante propensione al cambiamento per cavalcare i tempi.

L'accentuazione della lettera "O" all'interno del nome Italtollina ha un significato ben preciso: richiama un sole che sorge, che con il suo colore giallo e il pay off che la accompagna "Hello Nature!" "vuole simboleggiare il risveglio del nuovo giorno, un giorno più vicino alla Natura.

"È stato un privilegio poter lavorare direttamente con la proprietà e avere la possibilità di sviluppare un progetto di alti contenuti professionali - afferma Paola Rossi, Account Director di Cayenne -. Ogni elemento di comunicazione definito è frutto di un processo rigoroso, condiviso e convergente nella strategia di marca elaborata".

Italtollina è una Società italiana leader a livello globale nella produzione di fertilizzanti organici, biostimolanti e microrganismi. **Italtollina** ha un giro di affari di oltre 50 milioni di Euro (dati al 31.12.2016) e conta oggi due stabilimenti produttivi in Italia, uno in Spagna e sedi operative in Francia, Spagna, Giordania, Corea del Sud, USA, Canada, Cina, Argentina, Brasile, Cile, Messico e Russia.

Credits

Agenzia: Cayenne

Brand Strategy : Alessandro Pedrazzini

Responsabile Creativo: Lydia Dovera

Art Director: Matteo Sozzi

Account Director: Paola Rossi

Account Executive: Rossana De Rosa

Responsabile Reparto Digital: Efrem Maggi

PM: Jacopo Viola

Web Designer: Matteo Pagnoncelli

Responsabile Grapich Designer: Emanuela Signorelli

Graphic Designer: Alice Pusceddu e Gabriele Beltrame

Ufficio Stampa

LOB PR + Content

Sara Pavesi +39 335 1396020 spavesi@lobcom.it

Doriana Lubrano Lobianco +39 3355697385 dlubrano@lobcom.it