



COMUNICATO STAMPA

Galbusera, una nuova immagine abbraccia il consumatore

L'azienda leader del mercato salutistico rinnova il proprio logo storico e uniforma il portafoglio prodotti con un nuovo packaging design

Milano, ottobre 2008 – Un logo rinnovato nella grafica e nei colori che però non dimentica la tradizione ed un packaging omogeneo per tutte le linee di prodotto che evidenzia i plus dei biscotti e crackers, oltre alla vastità della gamma: sono questi gli elementi caratterizzanti della nuova immagine con cui Galbusera si presenta oggi al consumatore.

Dinamismo, vitalità e modernità sono gli elementi distintivi del **nuovo logo** che è stato rivisitato in un'ottica di innovazione ma che al tempo stesso porta con sé le caratteristiche che da oltre cinquant'anni lo contraddistinguono. Il tratto si è addolcito, i toni del blu e dell'arancio trasmettono maggior naturalità e calore, la forma appare più arrotondata quasi a simulare l'abbraccio che, non a caso, rimanda al leit motiv distintivo della campagna pubblicitaria "La salute buona da mangiare".

Il nuovo logo Galbusera domina naturalmente anche il design del **nuovo packaging** che è stato reso omogeneo per tutte le linee di prodotto - biscotti, cracker e wafer binomio perfetto tra bontà e salute.

Andando incontro come di consueto alle esigenze di un consumatore sempre più attento a ciò che acquista e che richiede maggior chiarezza e completezza dell'informazione, il nuovo packaging Galbusera si distingue per una comunicazione più diretta e facilmente identificabile: il nome del prodotto in posizione centrale garantisce riconoscibilità e personalità alle singole referenze mentre le categorie – *senza zuccheri aggiunti, senza grassi/colesterolo, senza glutine, equilibrio e bontà* – sono state rese più individuabili grazie a quattro diversi colori.

Le nuove confezioni, poi, presentano una novità: l'ingredientistica dei vari biscotti e cracker è stata messa in primo piano allo scopo di valorizzare le peculiarità del prodotto e comunicare in modo più diretto l'attenzione di Galbusera all'utilizzo di elementi naturali, genuini e di qualità.

Aspetto, questo, ribadito anche dalla scelta di spostare sulla parte frontale delle confezioni il logo del Percorso Salute, la filosofia produttiva dell'azienda che, alla tradizionale attenzione nella scelta degli ingredienti, abbina l'ideazione di ricette "dedicate" e ferree garanzie su provenienza e preparazione delle materie prime. Il Percorso Salute compare così nella parte bassa e laterale del packaging con un aspetto più moderno, quasi "umanizzato", che certifica le rigorose norme di sicurezza cui l'azienda si attiene durante tutte le fasi di realizzazione dei prodotti, dalla scelta delle materie prime al packaging.

Il retro delle confezioni è stato reso più "arioso" e pertanto anche le informazioni nutrizionali, di ingredientistica e di certificazione appaiono ora più chiare e di più facile lettura.

"Questo restyling della nostra immagine rappresenta per noi una svolta fondamentale e, al tempo stesso, un cambiamento necessario per essere sempre al passo con i tempi, innovatori e attenti alle richieste dei consumatori che oggi più che mai pretendono un'informazione chiara, completa, trasparente ed immediata" ha spiegato Lorenzo Galbusera, consigliere delegato comunicazione dell'azienda. *"Il design del nuovo packaging trasmette maggior calore e familiarità e siamo certi che ci darà un importante contributo, insieme alla recente campagna pubblicitaria, all'ampliamento*



ulteriore della visibilità del marchio e della presenza dei nostri prodotti nelle famiglie italiane” ha concluso Lorenzo Galbusera.

Il consumatore ha già espresso il proprio gradimento: la nuova immagine Galbusera, infatti, è stata testata attraverso una ricerca qualitativa su un campione rappresentativo di consumatori, sia abituali clienti di Galbusera che di altri marchi. Alla lunga tradizione nel fare prodotti dietici di qualità, si aggiunge ora una riconosciuta propensione innovativa e di modernità, una capacità di ricerca e produzione sofisticata, una riconferma di qualità garantita e ancora più affidabile.

Questo rinnovamento fa parte di una strategia aziendale che già da alcuni anni Galbusera porta avanti e che ha come obiettivo il consolidamento della leadership ed il rafforzamento della posizione sul mercato salutistico, del quale è stata pioniera e che intende continuare a presenziare. L'innovazione è da sempre il fiore all'occhiello dell'azienda e rappresenta, in questo contesto di mercato particolarmente difficile, l'elemento differenziante attraverso il quale sarà possibile mettere a segno gli obiettivi di crescita previsti per il 2009.