



Caseificio Comellini, nuova brand identity



Per l'azienda dello **Squacquerone di Romagna DOP**, nuovo logo e nuovi pack, una comunicazione integrata off e online e un nuovo sito.

Il **Caseificio di Castel San Pietro Terme** cambia look valorizzando il brand e l'intera gamma di prodotti con una nuova immagine che esalta i valori e la mission dell'azienda, tra tradizione, genuinità, origine e territorio.

Oltre al restyling del logo e dei nuovi pack, il caseificio lancia anche il nuovo **sito web** aziendale e implementa la pagina Facebook. L'obiettivo è raccontare tutto ciò che c'è dietro al mondo Comellini: l'artigianalità, la filiera corta, il rispetto per il territorio e il saper fare emiliano-romagnolo.

Luca Comellini (nella foto), amministratore delegato di Caseificio Comellini, ha dichiarato: "Abbiamo sentito la necessità di dare nuova linfa al nostro marchio che oggi, nella sua nuova veste, racconta al consumatore una storia lunga oltre 50 anni e un percorso che custodisce la ricerca dell'eccellenza enogastronomica emiliano-romagnola, celebre in Italia e nel mondo. Confidiamo che i prodotti, tra tradizionali, senza lattosio e Dop, possano ora essere fortemente riconoscibili [...]".

La nuova identità di brand rende il prodotto a scaffale distintivo.

Il pay off "I formaggi freschi della via Emilia", inoltre, è incentrato su origine e territorio. Il trattamento grafico del packaging racconta un mondo di valori rivelati con tratti onirici e colori distintivi. Un tono di voce semplice ed emozionale trasforma il brand veicola il prodotto in chiave più divertente e diretta, si legge in una nota.