

Frutta e Bacche, un brand in evoluzione con una rinnovata proposta di prodotti

scritto da Redazione | 11/09/2019



Il brand che, da oltre 40 anni rappresenta l'avanguardia nel settore della frutta secca e disidratata, si rinnova nella proposta dei prodotti ma anche nella comunicazione

Frutta e Bacche ha presentato al mercato le sue novità tra le quali sono il **restyling del marchio** e il [nuovo sito web](#), unico mezzo di commercializzazione dei prodotti aziendali che comprendono **oltre 120 referenze** sulle quali vengono eseguiti **più di 2.000 controlli ogni anno**.

Confermata, invece, la filosofia da sempre sposata che si concentra solo su **prodotti al naturale**, senza sale e senza zuccheri aggiunti, riducendo al minimo le manipolazioni per conservare quanto più possibile le proprietà nutrizionali, i valori dell'alimento e l'eccellenza delle qualità organolettiche.

Formati più grandi per aiutare l'ambiente

Una delle nuove scelte riguarda i formati che saranno solamente tre: 0.5, 1 e 2.5 kg (con l'unica eccezione per alcune referenze disidratate della linea "**Frutta italiana**" dove saranno presenti anche confezioni da 250 grammi). Non si tratta di una scelta commerciale ma etica, finalizzata alla salvaguardia dell'ambiente.

Proponendo principalmente grandi formati, infatti, si riducono considerevoli quantità di plastica dai packaging, a parità di peso del prodotto (10 confezioni da 100 grammi, contengono molta più plastica di una sola confezione da 1 kg!). Un altro obiettivo, da conseguire entro il 2010, è quello di arrivare a utilizzare solo confezioni completamente compostabili o riciclabili.

Un'etica che coinvolge anche le relazioni con i fornitori, lontana dalla logica del prezzo più basso, per dare il giusto rilievo alle materie prime e al lavoro di chi con passione le coltiva, valorizzando i territori di origine, a partire da quelli italiani, e le filiere locali dei piccoli agricoltori che hanno a cuore, come avviene per **Frutta e Bacche**, la genuinità e la bontà del prodotto, mettendo al centro di ogni scelta la natura, il rispetto per le persone e per la terra.

Nuovo marchio per Frutta e Bacche

Il **restyling del marchio** (curato dal grafico olandese Gerben Haring) è avvenuto per rispondere all'esigenza di avere un **logo più in linea con le tendenze di mercato**, cercando una maggiore e migliore sintesi tra grafica e illustrazione.



L'**illustrazione è stata modificata** per richiamare il concetto di **frutta secca**, mentre i font e i colori principali (rosso e bianco per l'illustrazione, nero per le scritte) sono invariati, mantenendo continuità con il logo storico che ha da sempre identificato il marchio. Mutato, invece, il payoff aziendale che diventa «**passione per la frutta secca**», riuscendo così a "dialogare" con il consumatore.

Il nuovo sito e-commerce di Frutta e Bacche

Un "dialogo" più efficace e immediato con il cliente anche grazie al nuovo sito (realizzato dall'agenzia Pronesis di Ferrara), pensato per offrire un'esperienza d'acquisto più fruibile anche da mobile. Ecco quindi contenuti arricchiti d'informazioni e riorganizzata tutta l'ampia sezione dedicata ai prodotti, per agevolarne l'accesso e la consultazione.

Prodotti suddivisi in quattro tipologie principali: Frutta secca, Frutta disidratata, Linea bio, Frutta italiana. Il sito è completato da un **blog ricco di idee e ricette** ispirate al rito quotidiano del mangiar bene e sano e alle modalità di utilizzo della frutta secca e frutta disidratata in cucina;

consigli nutrizionali e sulla sana alimentazione; informazioni e curiosità sui prodotti; moltissimi video, tra i quali quelli con le [interviste ai produttori italiani](#), e [tutorial per preparare alcune specialità](#) come la sangria e lo smoothie con frutta disidratata, burro di anacardi e crema di nocciola al naturale.