



Lago Group rinnova la propria immagine

L'azienda specialista di prodotti dolciari presenta la ridefinizione del company brand e la nuova brand visual identity delle linee Plaisir per guardare al futuro.

Lago Group, realtà produttiva italiana specializzata in prodotti dolciari, ha intrapreso un importante percorso di rebranding che ridefinisce l'identità di marca con il fine ultimo di giocare sempre più un ruolo da protagonista nel proprio mercato di riferimento e diventare un player "top of mind".

L'azienda è presente sugli scaffali da più di 50 anni ed è riuscita a mantenere il suo cuore artigiano pur diventando un'industria con una forte impronta di contemporaneità. L'equilibrio tra l'accurata selezione delle materie prime, le ricette perfezionate in laboratorio, la trasformazione degli ingredienti con tecnologie d'avanguardia, hanno dato vita negli anni ad una gamma ricca di prodotti. Dal core business dei wafer, Lago ha sviluppato e arricchito la produzione con frollini, merendine, torte e tante altre golose creazioni di pasticceria, per cogliere tutte le esigenze di gusto e soddisfare le diverse occasioni di consumo.

Se nel corso degli anni l'azienda ha puntato su ampliamento di gamma e innovazioni di prodotto, complice anche la partnership con la multinazionale Biscuits Bouvard, oggi è emersa l'importanza di affinare il brand positioning per fare di Lago una marca sempre più riconoscibile e apprezzata dai consumatori.

Il progetto, volto ad accrescere la brand awareness e l'expertise di Lago nel settore dolciario, trova compimento nel restyling del corporate brand e del packaging design.

Corporate brand Lago. Forte delle sue radici e della sua identità territoriale, l'azienda ha scelto di valorizzare le sue origini, tessendo un filo con gli elementi visivi che hanno caratterizzato le prime versioni del marchio. Tornano i due galli, simbolo della città di Galliera Veneta, dove da sempre è sito il quartier generale di Lago. È stata mantenuta la data 1968, anno di fondazione dell'azienda che porta con sé una lunga storia di successi da oltre 50 anni. Anche il carattere corsivo dimostra come Lago abbia fortemente voluto la continuità e la coerenza storica con il passato. Allo stesso modo, è stato conservato il bollo rosso che identifica da sempre il brand e lo ha reso particolarmente riconoscibile all'estero.

Restyling Plaisir. Plaisir, il brand che parla di piacere sullo scaffale della pasticceria lanciato a Maggio 2021, è pronto per il suo debutto sugli scaffali della grande distribuzione con una nuova veste grafica ma soprattutto con un posizionamento ancora più forte. Da sub-brand si trasforma in piattaforma in grado di abbracciare diversi tipi di piacere: il piacere goloso dal gusto avvolgente, quello dei prodotti della linea **Plaisir Chocolate** (disponibile sul mercato da Ottobre), ed il piacere sorprendente degli abbinamenti insoliti, quello della linea **Plaisir Sensation** (disponibile sul mercato da Novembre). La firma Lago garantisce l'immutata e sempre alta qualità dei suoi prodotti.

Spiega **Agnese De Rossi, Marketing Manager di Lago Group**: «*Nell'ottica strategica di entrare nel consideration set delle marche di pasticceria dei consumatori italiani, abbiamo ritenuto prioritario intraprendere questo percorso di rinnovamento, lungo, delicato, impegnativo, ma al contempo di grande soddisfazione, presentandoci sul mercato forti di un'identità di marca distintiva e di un'immagine differenziante, in grado di esprimere al meglio l'alta qualità dei nostri prodotti*».

Per ulteriori informazioni su Lago Group: <https://www.lagogroup.it/> e www.plaisirpasticceria.it