



La nuova immagine corporate del Gruppo Bauli racconta l'incontro tra tradizione e innovazione

Online anche il nuovo sito web bauligroup.com che racconta i valori e la visione del gruppo veronese, leader nei prodotti da forno per la ricorrenza e in continua crescita nel consumo quotidiano

Verona, 16 novembre 2020 - Il Gruppo Bauli presenta la **nuova corporate identity**, che definisce ed esplicita i valori che ne guidano l'operato e raccoglie l'eredità della tradizione di una realtà familiare nata nel 1922, ma che allo stesso tempo non ha mai smesso di guardare al futuro.

La nuova corporate identity comprende **una nuova immagine coordinata, un nuovo logo e il restyling del sito bauligroup.com.**

La nuova immagine, esprime e afferma **l'identità del Gruppo che è leader del settore dei dolci per le ricorrenze e in continua crescita coi prodotti a consumo quotidiano dolci e salati**, attraverso i marchi storici Bauli, Motta, Alemagna, Doria e Bistefani, e che saputo portare il gusto dei propri prodotti in tutti il mondo.

La nuova Visual Identity trae ispirazione dalla **tradizione** del marchio storico italiano, conducendo **al futuro del brand di Gruppo**. Un futuro che è già iniziato: una realtà dinamica e al contempo calda e familiare, espressa in ogni suo aspetto, attraverso nuovi colori, nuove forme e immagini che racchiudono elementi del passato e della tradizione, innovando e rendendo più contemporanea l'immagine dell'azienda.

Al centro **il restyling del logo**, che incarna il connubio tra tradizione e innovazione, ponendo l'accento sul 1922, anno di fondazione del Gruppo.

Il progetto prevede anche il **restyling del sito bauligroup.com**, che si apre sul mondo del Gruppo Bauli e dei suoi brand storici italiani, raccontando una realtà che ha saputo innovare la gamma di offerta ai consumatori nel rispetto della qualità e tradizione, che sono i suoi segnali distintivi, introducendo prodotti orientati al benessere e all'uso di ingredienti di tendenza e naturali. Un Gruppo che guarda alle opportunità dell'internazionalizzazione, portando il proprio gusto e innovazione nel mondo.

"La nuova corporate identity presenta con una nuova veste l'immagine di un Gruppo che fa dell'unione tra storia e innovazione il proprio punto di forza. Un connubio che in quasi cento anni di storia ha reso una realtà familiare solida e basata su forti valori, un player che è sinonimo di gusto e tradizione. Crediamo sia giunto il momento di raccontarci in modo nuovo, esprimendo la personalità e i valori del Gruppo che affiancano e supportano i brand del gruppo che sono amati e riconosciuti da milioni di consumatori" sottolinea **Roberto Bellinzona, Regular Consumption Marketing Director Gruppo Bauli.**

BAULI S.p.A.

Società per Azioni – Cap.Soc. € 11.094.000,00 i.v.Cod. Fisc | P.I.V.A.N. 01233790235 | R.E.A. Verona 167745
Sede: Via Giuseppe Verdi, 31 – 37060 Castel D'Azzano (VR) – Italy | Tel. 045 8288311 | Pec. bauli@pec.bauli.it | bauli@bauli.it
BAULI S.p.A. è Controllante delle aziende F.B.F. S.p.A e AlpiPan S.r.l.



Bauli S.p.A.

Bauli S.p.A. è un Gruppo italiano leader nel settore dei prodotti da forno fondato nel 1922 a Verona come piccola pasticceria artigianale. E' il principale operatore a livello nazionale nel segmento ricorrenze dove detiene oltre un quarto del mercato a Natale e a Pasqua. Conta 6 siti produttivi, di cui 5 in Italia, a Castel d'Azzano (VR), Orsago (TV), Romanengo (CR), San Martino Buon Albergo (VR) e Altopascio (LU), e uno in India, a Baramati. Il Gruppo vanta oggi un ampio portafoglio di prodotti della ricorrenza e di uso quotidiano a marchio Bauli, Doria, Motta, Alemagna e Bistefani.

Sito web: bauligroup.com

Per informazioni:

APCO Worldwide

apco.bauligroup@apcoworldwide.com

Elena Bonatti: ebonatti@apcoworldwide.com; +39.345 9451760