
Milano, 29/06/2011

BioNature, la nuova immagine curata da Industree Group



Industree Group firma la nuova immagine coordinata della prima catena retail italiana di prodotti naturali per il benessere della persona. Duplice l'obiettivo: accrescere la brand awareness di BioNature e aumentare il traffico in store nei punti vendita già attivi.

Dopo l'inaugurazione del flagship store di Piazzale Cadorna a Milano, prosegue la collaborazione tra BioNature e Industree Group: identificando e decodificando il sistema di valori della catena italiana specializzata in prodotti naturali per il benessere della persona, l'agenzia - con sedi a Reggio Emilia, Milano, Bologna e Brescia - ha definito la nuova immagine coordinata e il nuovo pay-off di BioNature ("Il tuo centro naturale").

Il progetto, che rappresenta il primo step nell'ambito di un percorso di comunicazione multicanale, mira ad accrescere la brand awareness di BioNature: l'obiettivo è aumentare in modo sostanziale il traffico in store nei diversi punti vendita che l'azienda ha già attivi.

Come spiega Massimo Rontani, che ha curato la Direzione Creativa del progetto, «La costruzione di una relazione duratura tra brand e consumatore passa attraverso la definizione del soggetto della comunicazione istituzionale. Abbiamo optato per un soggetto naturale, a simboleggiare uno stile di vita consapevole, in armonia con la natura e in contatto con la parte più essenziale del consumatore: di qui il pay-off "Il tuo centro naturale", che esprime la vocazione al servizio di BioNature e la sua caratterizzazione come consulente della persona nel ristabilire l'equilibrio psico-fisico».

All'interno dei singoli punti vendita, infatti, opera un'équipe di esperti e professionisti in grado di orientare i clienti nella scelta dei prodotti. Non solo: il loro compito consiste anche nel proporre servizi innovativi e consulenze personalizzate.

Per descrivere in modo efficace la totalità dei prodotti e servizi offerti da BioNature, Industree Group ha fatto ricorso a una serie di icone, di immediata lettura.

La nuova immagine di BioNature trova una prima declinazione nella campagna consumer. Molteplici i supporti: grandi affissioni, carta stampata (la Repubblica e Corriere della Sera), pubblicità dinamica sul circuito di tram e autobus. Sempre in ottica consumer, alla campagna si affiancano attività di field promotion, per l'aumento del traffico in store.

Parallelamente a queste attività, Industree Group affianca BioNature anche nel progetto di ampliamento del proprio network: la prima catena retail italiana di prodotti naturali per il benessere della persona è infatti interessata a entrare in contatto con soggetti che vogliono aprire un punto vendita in franchising. A parlarne è Pietro Lanza, Presidente di BioNature: «Il modello di affiliazione in franchising messo a punto dal Gruppo BioNature permette a nuovi imprenditori e a operatori già attivi in questo settore di beneficiare di strumenti e metodologie avanzate che consentono una rapida affermazione di ogni nuovo punto vendita. Il nostro affiliato può infatti dedicare la quasi totalità del suo tempo alla gestione dei clienti essendo supportato da processi efficienti che permettono di eliminare quasi totalmente le gravose attività di natura amministrativa che solitamente affliggono le attività commerciali».
