

Gesal: una nuova immagine e un grande concorso per crescere anche nel 2009

Gesal è il marchio che offre da 40 anni una vasta gamma di prodotti per la nutrizione e la cura delle piante e ancora oggi vanta la più alta notorietà sul mercato italiano (indagine Doxa-2006, ndr). Dopo l'acquisizione del marchio da parte di Compo Agricoltura spa, Gesal nel 2001 ha rivisitato tutta la gamma prodotti e ha ottenuto risultati entusiasmanti sia nel canale specializzato sia col nuovo posizionamento nella gdo.

Gesal si è preparata per un 2009 completamente rinnovato: un nuovo concetto, che coinvolge tutto il catalogo prodotti e le attività promo-pubblicitarie. La società ha voluto semplificare la gamma prodotti e modernizzare l'ottica, mantenendo o migliorando la qualità dei prodotti. Semplificazione di gamma significa proporre articoli importanti per la cura delle piante e ad alta rotazione, che creano movimento sugli scaffali; modernità d'ottica significa dare informazioni necessarie e fondamentali al consumatore per facilitare l'acquisto d'impulso,

oltre a rendere gradevole l'impatto con la confezione.

L'elemento "Gesal è" rende più semplice l'abbinamento ai valori del marchio, comunicando cos'è il mondo Gesal: nutrimento e salute, colore e vivacità, tradizione nell'innovazione, fiducia e risultato, amicizia e vicinanza. Il codice colore espresso al massimo crea un ulteriore elemento forte e distintivo di identificazione del prodotto. La grafica "arrotondata" è un nuovo, piacevole e dinamico elemento grafico. Le immagini reali espri-

mono il destino d'uso e si uniscono bene alle linee guida del nuovo concetto Gesal. Poche informazioni essenziali, realistiche e intuitive identificano i plus del prodotto.

La rivisitazione dei prodotti ha agito anche sulla praticità di ogni confezione, più funzionale e pratica. Gesal compie così un salto di qualità: da un'immagine storica, affidabile, ma statica, a marca più giovane, innovativa, libera e più vicina alle consumatrici di oggi.

Novità anche in comunicazione

Il concetto è stato anche ripreso in fase di comunicazione: dal catalogo alla pagina pubblicitaria, dal sito alle attività promo-pubblicitarie. Fulcro del piano promopubblicitario è il concorso "Dimmi cos'è Gesal per te", per cui il

consumatore, dal 16 febbraio al 24 aprile 2009, dopo l'acquisto di un prodotto Gesal, può esprimere la sua vena artistica in diversi modi, gra-

fico, fotografico o testuale.

Una giuria selezionata de-

creterà il vincitore di ogni categoria, premiandolo con un viaggio di 7 giorni per 2 persone in località suggestive e in linea con il mondo Gesal.

A fronte dell'acquisto di un prodotto Gesal in qualsiasi pdv, si potrà partecipare al concorso scaricando la cartolina anche da www.gesal.it. Per pubblicizzare il concorso, Compo Agricoltura ha creato un mix di attività promo-pubblicitarie: dalla stampa specializzata e periodica alla free press e Internet, dall'evento all'ambient marketing.



Distribuzione e Vendita
COMPO Agricoltura spa

Via Marconato, 8 – 20031 Cesano Maderno (Mi)
Tel. 0362.512.1 – www.gesal.it