

GRUPPO CAMST RINNOVA LA SUA BRAND IDENTITY

Al centro dell'operazione ci sono il processo di internazionalizzazione e la diversificazione con il rafforzamento nel settore del facility management

Bologna, 5 novembre 2019 - Una nuova immagine, ispirata alla diversificazione delle attività e alla dimensione internazionale: il Gruppo Camst, azienda italiana del settore della ristorazione e dei facility services con un fatturato di 784 milioni di euro e oltre 15mila dipendenti, rinnova il proprio brand con un nuovo logo e un restyling del sito.

“Il Gruppo ha conosciuto negli ultimi anni una crescita importante e una diversificazione dei servizi: la nuova brand identity è stata la conseguenza naturale di questa evoluzione - dichiara Francesco Malaguti, Presidente di Camst. Al centro c'è la rappresentazione della strategia di Camst, orientata a offrire servizi sempre più personalizzati e sostenibili, forte di una presenza territoriale solida in Italia e della costante crescita sui mercati esteri. Inoltre - conclude Malaguti - il Gruppo ha saputo crescere affiancando alla classica ristorazione un nuovo ventaglio di prodotti nel settore del facility management, riconfermando una presenza forte sul mercato”.

Le attività legate alla realizzazione della nuova brand identity sono stata curate dall'agenzia DLV BBDO. Per il logo, che è stato rivisto nella sua veste grafica, è stato scelto per la scritta il rosso sempre utilizzato dall'azienda, mentre i due punti, nuovo simbolo distintivo, sono uno giallo e uno blu. Il logo è inoltre declinato nei diversi sub brand, realizzati nell'ottica della diversificazione dei servizi offerti dal gruppo. Nella declinazione servizi integrati, il blu esprime professionalità e infonde sicurezza. Nella declinazione ristorazione, il giallo, esprime energia, calore e vicinanza.

I due punti sono un segno grafico ben riconoscibile che, come noto, in ortografia richiama il tema della spiegazione. Per Camst i due punti servono a introdurre un racconto, quello della sua offerta, del suo passato e del suo futuro a livello nazionale ed europeo e dei molteplici modi in cui l'azienda prende vita.

“Più di una scelta”: un payoff forte quello scelto da Camst che, oltre ad esprimere la varietà dell'offerta del Gruppo, sottolinea il suo impegno del dare ogni giorno le migliori risposte ai propri clienti, proponendosi non solo come partner commerciale, ma anche come realtà con cui condividere la dimensione valoriale

del lavoro, basata sull'affidabilità e la serietà che derivano dall'esperienza di oltre 70 anni.

All'interno dell'operazione di elaborazione della nuova brand identity è stato ripensato anche il sito internet dell'azienda, già online (**camstgroup.com**).

L'homepage evidenzia sin da subito i valori più importanti per Camst, che sono la qualità e il benessere. Il sito si articola per sezioni, distinguendo i servizi che l'azienda offre nel settore della ristorazione e in quello dei facility services e mostrando poi la propria offerta in base ai settori (grandi aziende o PMI, scuole o uffici, ecc.). Grande spazio ha infine la sostenibilità, tema molto caro a Camst, con una sezione ad essa dedicata in cui vengono illustrati i valori e gli obiettivi affiancati alle azioni concrete passate, presenti e future contenute nel bilancio sociale.

“Siamo orgogliosi di accompagnare questo grande Gruppo in una fase strategica di rinnovamento e di espansione – dichiara Stefania Siani, Chief Creative Officer DLV BBDO. Una brand identity completamente rinnovata su ogni touchpoint incentrata su un segno grafico forte e distintivo. I due punti protagonisti della nuova immagine sono da sempre usati nella punteggiatura per ampliare e chiarire un tema. Nel caso di Camst per introdurre la propria storia e i suoi nuovi servizi e soluzioni.”

CREDITS DLV BBDO
Chief Creative Officer: Stefania Siani
Creative Directors: Angelo Ratti, Valentina Amenta
Head of Design: Luca Anania
Visual Designer: Carolina Mauri, Gianluca Carone
Digital Designer: Alice Fattore, Marie Line Hindi
Art Director: Marco Boldrini
Copywriter: Elena Chee
UX Lead: Paul Tapia
Head of PM: Roberto Nuccio
Strategic Planner: Carlo Gea
Account Director: Claudio Mapelli
Account Executive: Francesca De Vincenzi

Camst, cooperativa nata nel 1945 a Bologna, ogni giorno, porta la qualità della sua ristorazione nelle scuole, nelle aziende, negli ospedali, nelle fiere, nei centri commerciali e nelle città, in Italia e all'estero (Spagna, Danimarca e Germania). Unisce al gusto della tradizione culinaria italiana, l'innovazione di una realtà moderna, in continua evoluzione: una realtà che ha radici nel passato, ma guarda sempre al futuro. Nel 2017 il Gruppo Camst ha ampliato i propri servizi al



facility management per offrire ai clienti un servizio completo. Il Gruppo ha un fatturato aggregato di 784 milioni di euro, oltre 15 mila dipendenti e 130 milioni di pasti (dati 2018).

Per maggiori informazioni su Camst camstgroup.com

Gruppo Camst	True Relazioni Pubbliche
Ilaria Cuseo Ufficio Stampa e Comunicazione Mob. 337 1461488 Mail: ilaria.cuseo@camst.it	Carlo Prato Mob. 335 6506483 Mail. c.prato@true-rp.it Federica Menichino Mob. 349 6976982 Mail. f.menichino@true-rp.it