

cameo: nuova identità per Ciobar.

Il love brand parla ai più giovani, mantenendo il gusto e la qualità di sempre

Il nuovo posizionamento dell'iconica cioccolata calda mette in luce i concetti di spensieratezza e libertà, arrivando al cuore delle nuove generazioni



Desenzano del Garda, 14 novembre 2023 - **Ciobar**, l'iconico marchio lanciato da cameo nel 1960 per regalare ai consumatori l'esperienza della cioccolata calda in tazza a casa come al bar, **si rinnova** e cambia veste. Il nuovo posizionamento ha un obiettivo ben preciso: quello di trasmettere, parlando soprattutto alle nuove generazioni, due valori fondamentali come la **spensieratezza** e la **libertà**. Sono proprio questi i concetti che hanno portato all'inedita immagine grafica e al rinnovamento del logo del *love brand* di cameo.

Da oltre 60 anni Ciobar rappresenta per gli italiani il gusto dolce dell'inverno. La tazza di cioccolata calda fumante rievoca immagini nitide di momenti di convivialità e condivisione che trascorriamo a casa, in famiglia, con le persone che ci fanno sentire bene e con le quali siamo liberi di essere noi stessi. Oggi **Ciobar si presenta in una veste rinnovata, mantenendo in ogni bustina il gusto e la qualità di sempre.**

Il nuovo posizionamento del marchio parte da un'analisi dei trend, con una particolare attenzione ai **desideri e ai bisogni delle nuove generazioni**; lo studio ha rivelato che per i più giovani è fondamentale avere la possibilità di sentirsi ed essere sé stessi, ritagliandosi piccoli ma autentici momenti quotidiani in cui ritrovare il piacere di stare insieme in libertà. Ciobar si fa quindi portatore di questi valori, anche attraverso una nuova immagine ed un nuovo linguaggio.

Il rinnovamento passa quindi attraverso un **nuovo design**, che ha coinvolto **packaging e logo**. Quest'ultimo è stato rivisitato, seppur in continuità con il passato. Gli iconici colori, blu e bianco, sono proposti ora in tonalità nuove. Sulla parte frontale della confezione appare ora un cucchiaino colmo di cremosa cioccolata fumante. Intorno a questo due segni grafici a ricordare due **parentesi**, nuovo simbolo di Ciobar, che valorizzano da un lato la celebre tazza vista dall'alto, mentre simbolicamente assumono un significato più ampio trasformandosi in uno spazio accogliente come quello di una confidenza o di un abbraccio. Sempre sul pack, sono stati inseriti alcuni elementi informativi che confermano che l'attenzione di cameo alla sostenibilità passa anche dai prodotti; oltre al logo di SOS Villaggi dei Bambini, realtà no-profit che l'azienda sostiene da oltre un decennio, spicca infatti il riferimento a Rainforest Alliance, la certificazione che sigilla la sostenibilità del 100% del cacao con cui Ciobar viene prodotto. A restare invariati a seguito del riposizionamento sono il gusto, la qualità e la consistenza densa e cremosa che fanno di Ciobar l'alleato perfetto e inconfondibile per l'arrivo dei primi freddi.

A supporto del rilancio, cameo ha avviato una campagna di comunicazione che mira a raggiungere proprio il target più giovane, a cui cameo vuole rivolgere il messaggio di libertà e leggerezza; la realtà attuale, sempre più digitalizzata, virtuale e dedita all'apparenza, non deve togliere spazio ai momenti di autentica condivisione e piacere di stare insieme a cui la preparazione e la degustazione di un prodotto come Ciobar possono dare vita.

Formato standard: confezione da 5 bustine.
PPC: 2,30€



A proposito di cameo.

cameo è un'azienda alimentare con sede a Desenzano del Garda (BS) specializzata in torte, dessert e pizze. Produce e distribuisce, su tutto il territorio nazionale, oltre 200 prodotti. Da più di 90 anni, con la consapevolezza del ruolo importante che il cibo riveste nelle vite dei consumatori, unisce le persone offrendo loro il gusto di casa. Lo fa attraverso i prodotti dei suoi marchi più iconici, cameo, Paneangeli e Bertolini, con i quali milioni di italiani creano il gusto di casa non solo scoprendo il piacere di fare qualcosa con le proprie mani ma anche gustandoli e condividendoli con i propri cari. Per cameo, creare il gusto di casa, significa anche preservare il mondo in quanto casa in cui valga la pena vivere, adottando una strategia di lungo termine, attenta al risparmio delle risorse. Per i suoi 350 collaboratori, creare il gusto di casa vuol dire lavorare in un ambiente inclusivo, capace di ispirare, dove imparare ad agire in logica imprenditoriale, dando forma al proprio futuro. Scopri di più: company.cameo.it

PER ULTERIORI INFORMAZIONI

havas pr milan – Ufficio stampa cameo

Andrea Mazza – 02 85457004 – andrea.mazza@havaspr.com

Claudia Mastrodonato – 0285457037 – claudia.mastrodonato@havaspr.com