

Total rebranding per **SodaStream**: nuove visual design, Brand Identity, logo, icona, packaging e nuova veste nei canali digitali

FA foodaffairs.it/2022/09/13/total-rebranding-per-sodastream-nuove-visual-design-brand-identity-logo-icona-packaging-e-nuova-veste-nei-canali-digitali/

foodaffairs.it

13 settembre 2022



SodaStream, il marchio leader nell'acqua frizzante, annuncia il suo riposizionamento a 360°, live a partire da oggi. Seguendo la trasformazione digitale e la strategia incentrata sul consumatore avviate tre anni fa, l'azienda continua il suo percorso seguendo l'interesse crescente del pubblico per il design, l'innovazione, la mixology e l'esperienza d'uso di prodotto. Per rispondere al crescente trend della preparazione domestica di acqua frizzante e alla costante ricerca da parte dei consumatori di prodotti premium accessibili, specialmente nel settore alimentare e delle bevande, **SodaStream** presenta un nuovo design integrale della brand identity (logo e icona, palette colori e sito web) che si affianca a una nuova linea di prodotti di alta gamma.



Al centro del nuovo posizionamento si trova il nuovo payoff del brand **“Push for Better”**, ispirato al semplice gesto che si compie quando si preme il pulsante del gasatore. “Push for Better” prende vita attraverso la nuova identità visiva del marchio, che punta a innescare attraverso un’“ondulazione concentrica” un cambiamento positivo, sia per il consumatore finale che per il pianeta.

Il nuovo linguaggio creativo include un'icona visiva, formata da due gocce d'acqua che si incastrano tra loro, come nel concetto di yin e yang – raffigurante equilibrio e armonia – che ricorda la Terra. Il disegno forma la lettera “S” di [SodaStream](#). Per rimanere fedele al suo impegno a sostegno del pianeta, la nuova palette colori è ispirata alla natura. I colori primari del brand sono *Fresh Blue*, *Deep Blue* e *Sand*, un riferimento alla purezza e alla freschezza dell'acqua e alla brillantezza della sabbia.

L'azienda presenta anche **“SodaStream Collection”**, la nuova linea di prodotti premium, la fascia più alta della gamma a livello di design, innovazione ed esperienza d'uso. La collezione, che include oggi i gasatori *Art* e *Duo*, verrà integrata in futuro da nuovi prodotti firmati da designer di fama mondiale.

La nuova identità visiva di [SodaStream](#) è ora disponibile in tutti i *touchpoint* digitali dell'azienda, compresi siti web, canali social e altre piattaforme. A partire dal 2023 il nuovo packaging verrà introdotto gradualmente in tutti i 47 mercati globali in cui l'azienda è presente.



“La nostra nuova strategia ‘Push for Better’ e i relativi asset del brand sono il nuovo capitolo di viaggio di [SodaStream](#) per cambiare il modo di bere bevande a casa e rivoluzionare l’industria globale del beverage”, ha dichiarato Eyal Shohat, CEO di [SodaStream](#). “In qualità di esperti nella creazione di bevande gassate, siamo entusiasti di offrire ai nostri consumatori la perfetta esperienza per farsi l’acqua frizzante a casa per uno stile di vita migliore. Utilizzando [SodaStream](#), infatti, i nostri consumatori hanno l’opportunità di migliorare non solo come individui ma anche di fare la differenza per il nostro pianeta”.

Per la nuova brand identity [SodaStream](#) ha collaborato con l’agenzia creativa *Pearl Fisher* con sede a Londra e con Eitan Cohen, consulente creativo di [SodaStream](#). “Siamo molto orgogliosi della nostra collaborazione con [SodaStream](#). È stato un percorso importante: dall’identificare l’opportunità di [SodaStream](#) di evolvere e ottimizzare gli asset chiave del brand, fino a garantire che ogni aspetto del nuovo design e della brand experience fosse in linea con la strategia di innovazione e cambiamento” hanno dichiarato Eitan Cohen e David Jenkinson, Design & Experience Partner di Pearl Fischer. “Si tratta di un capitolo esaltante per [SodaStream](#) e non vediamo l’ora che questo nuovo design audace, d’impatto e stimolante arrivi sugli scaffali”.

In questo articolo: