Bazzara: nuovo logo e packaging luxury ridisegnato per il mercato globale

20251017095148bazzara-logo-71afdb1b

Bazzara ha scelto la cornice internazionale di Host 2025 per presentare ufficialmente il restyling del proprio marchio e il nuovo design del packaging delle sue linee di punta. Un’evoluzione che combina continuità con l’heritage italiano e un deciso impulso verso l’internazionalizzazione, con vantaggi concreti per distribuzione, retail ed e-commerce grazie a un’immagine più chiara, immediata e riconoscibile anche online.

A dieci anni dal rebrand del 2015 — che segnò un deciso cambio di rotta rispetto al passato — Bazzara sceglie oggi una evoluzione misurata, coerente con il posizionamento luxury che la distingue e che la accomuna ai brand leader di settore: semplificazione dei segni, gerarchie tipografiche più nette e massima leggibilità cross-media. Il nuovo logotipo nasce dall’esigenza di coniugare tradizione e innovazione, mantenendo salda l’identità costruita negli anni e al contempo proiettando il brand verso una dimensione ancora più internazionale e contemporanea. Resta invariato il payoff “Italian Coffee Heritage”, chiaro richiamo ai valori fondativi della torrefazione: cultura del caffè italiano ed eccellenza artigianale. Una transizione morbida, che rinnova la forma ma non il carattere del brand. Il restyling si riflette anche sul packaging della linea Luxury, con un design più essenziale e internazionale: spazi visivi ampi, un linguaggio universale per i descrittori di gusto e un nuovo “radar” sensoriale semplificato, che ora si presenta come una chiara rappresentazione a torta con tre descrittori principali supportati da icone e un codice cromatico dorato, comune a tutta la linea Luxury, simbolo di qualità e prestigio, per uniformare e rafforzare la percezione premium.

Alla manifestazione milanese, lo stand Bazzara sarà uno spazio in cui gli operatori non solo possono osservare la nuova immagine aziendale, ma anche scoprire le degustazioni delle monorigini Rarity – Jamaica Blue Mountain, Panama Geisha e Nepal Himalaya – accanto alla miscela Dodicigrancru, best seller Bazzara e simbolo della sua luxury coffee experience (Pav 8P Stand E04).

«*Il restyling del marchio si inserisce in un percorso più ampio* – aggiunge Mauro Bazzara, Ceo Bazzara - *che vede Bazzara impegnata a rafforzare la propria immagine internazionale attraverso design, sostenibilità e valorizzazione del patrimonio culturale del caffè. Un modo per riaffermare la sua vocazione: unire l'artigianalità italiana all'innovazione, per offrire al consumatore un'esperienza di gusto autentica e di alto livello*».