



BRAND IDENTITY DI ROSETO: PAROLA D'ORDINE EVOLUZIONE

Nuova identità di brand per il nuovo corso della propria immagine

Roseto, società specializzata nella locazione immobiliare di **prestigio**, **prosegue lo sviluppo e cavalca il cambiamento** anche attraverso la nuova brand identity per sottolineare l'evoluzione dell'azienda nel suo percorso di crescita.

“In coerenza con l'evoluzione del business - spiega **Rocco Roggia, Amministratore Delegato Roseto** - abbiamo deciso di rinnovare anche il nostro logo, senza stravolgere l'identità del brand bensì individuando un nuovo corso alla sua immagine affinché fosse il più rappresentativa possibile dei valori e dei tratti che ci distinguono e ci caratterizzano. Abbiamo voluto trasferire ai clienti, ai pubblici esterni in generale, il fatto di essere una società che comprende ambiti diversi ma allo stesso tempo fortemente integrati e coesi tra loro. Un altro elemento che abbiamo voluto contemplare nel restyling è la “pulizia”, intesa come trasparenza che è tra i cardini della nostra azienda in cui al centro ci sono le persone e le loro esigenze, è da qui che nascono tutti i nostri progetti abitativi e tutte le iniziative che portiamo avanti”.

Roseto sceglie quindi di consolidare l'identità del proprio brand, nel pieno rispetto della filosofia da sempre sostenuta. L'immagine dell'azienda rappresentata ora attraverso un restyling conferisce maggior **coesione, integrità e modernità**.

L'obiettivo del cambiamento di Roseto è quello di stimolare l'interazione con il proprio pubblico, grazie al nuovo look partendo anzitutto dal logo. In questo modo, viene mantenuta la contemporaneità nel linguaggio e si ravviva la responsabilità estetica di Roseto attraverso una visione più attuale. **Il lettering rimane lo stesso; il cambio consistente interessa il pittogramma che viene uniformato secondo l'eredità Prestige, ossia mantenendo il colore oro sinonimo di prestigio e lusso, ma adottando una sfumatura più elegante e sofisticata.**

Questo cambiamento vuole posizionare e innalzare il marchio **verso un linguaggio prossimo a settori come design, architettura, lifestyle e arte**. Quest'ultima espressione dell'uomo rappresenta per Roseto l'ambizione e l'interesse per poter saldare ambiti comuni al mondo del lusso con le attività che il brand ha intrapreso nell'ultimo anno.

Quest'ottica di ampio respiro sarà il filo rosso della Wine Week, dove Roseto creerà un “hotspot” con l'arte attraverso esperienze totalmente immersive, per avvalorare una vocazione al bello, consolidanti di questa nuova identità di brand.

Attraverso questa nuova immagine il brand **Roseto risulterà maggiormente forgiato ed impresso, sia sui media digitali che offline.**

Roseto è una società specializzata nella locazione immobiliare ed opera sui comparti prestigio (Roseto Prestige), residenziale (Roseto Home) e turistico (Roseto Experience). Fondata nel 2009 a Milano e con operazioni principalmente nel nord Italia, fa della qualità e del servizio al cliente i valori fondanti per offrire un'esperienza abitativa unica e di alto livello.