

## Rebranding marki spożywczej.

Opracowanie kompleksowej zmiany identyfikacji wizualnej firmy z branży spożywczej (zmiana logo, projekt opakowania produktu w różnych formatach).

Szybki kontakt

Zaloguj się

Zamów ofertę

6

wersji logotypu oraz logo

5

wersji opakowań linii serów w plastrach, oraz kartonów zbiorczych

7

wersji opakowań linii serów w blokach



Pobierz Case study ↓

### Historia klienta

Moniecka Spółdzielnia Mleczarska w Mońkach należy do grona najnowocześniejszych zakładów mleczarskich w Polsce. Powstała 1 maja 1972 roku z połączenia Okręgowej Spółdzielni Mleczarskiej w Dolistowie i Okręgowej Spółdzielni Mleczarskiej w Krypinie. MSM specjalizuje się w produkcji serów dojrzewających typu holenderskiego i szwajcarskiego, masła extra oraz wyrobów proszkowanych: serwatki w proszku i okresowo odtuszczonego mleka w proszku.

Produkcja w MSM w Mońkach odbywa się przy pomocy najnowszych technologii. Kontrola na każdym etapie wytwarzania sprawia, iż produkty są najwyższej jakości, czego gwarancją jest Zakładowy Kodeks Dobrej Praktyki Produkcyjnej/Dobrej Praktyki Higienicznej GMP/GHP oraz System HACCP.

Rebranding marki – odświeżenie logo oraz nowa odsłona projektów opakowań to krok do umocnienia dotychczasowej pozycji na rynku produktów mlecznych, oraz modernizacji marki. Projekty prezentować będą nowoczesne podejście do tradycji, która od lat jest promowana przez producenta sera (m.in. w hasło „Tradycja smaku z doliny Biebrzy”).



### CELE BIZNESOWE

**Umocnienie pozycji rynkowej marki MSM Mońki poprzez stworzenie adekwatnego brandingu (rebranding marki: logo i projekt opakowania produktu).**

Wzrost zainteresowania marką przez potencjalnych partnerów biznesowych oraz klientów indywidualnych.

### ROZWIĄZANIE

Zaprojektowanie i implementacja nowej szaty graficznej (projekt opakowania produktu) oraz rebranding logo, tak, aby cała komunikacja wizualna była spójna z wizerunkiem Spółdzielni Mleczarskiej

podmiotu, który idzie z duchem czasu, lecz pamięta o silnych podstawach, którym jest wierny od lat.



### Rebranding marki – odświeżone logo

Odświeżone logo MSM Mońki składa się z 2 elementów: ilustracji i logotypu. Ilustracja przedstawia wypasającą się na łące krowę. Dzięki niej odbiorca wprowadzony jest w szerszy kontekst marki, której produkty są naturalne i wytwarzane według tradycyjnej receptury z regionu Podlasia. Z kolei logotyp, oparty na liternictwie dwuelementowym z delikatnymi szeryfami wyróżnia się mocnym i stabilnym charakterem, jednocześnie pozostając czytelny dla odbiorcy. Logotyp został wykreślony od podstaw i nie bazuje na gotowym foncie, co nadaje mu indywidualnego, niepowtarzalnego stylu. Całość doskonale komponuje się z wartościami marki MSM Mońki.



### Rebranding marki – projekt opakowania produktu na przykładzie linii serów w plastrach, blokach oraz opakowań zbiorczych

Nowe opakowania prezentują nowoczesne podejście do tradycji, która od lat jest promowana przez MSM Mońki. Opakowanie każdego rodzaju sera wyróżnia się kolorem, ale i dedykowanym wzorem widocznym po bokach. W nowych opakowaniach serów żółtych zastosowano dotychczasowe rozwiązanie, które umożliwia ich wielokrotne zamykanie i otwieranie, co miało swoje odzwierciedlenie w projekcie graficznym

Projekty opakowań linii serów w blokach są każdorazowo dopasowane do kategorii produktu. Wyróżnia je kolor oraz dobrze widoczna nazwa sera. Całość dopełnia odświeżone logo marki MSM Mońki. Opakowania są spójne z głównym celem rebrandingu marki – prezentacji nowoczesnego podejścia do wartości wyznawanych przez MSM Mońki..

Projekty kartonów zbiorczych zostały stworzone zgodnie z wytycznymi zastosowanymi w całym procesie rebrandingu. Odświeżone logo każdorazowo zostało dopasowane kolorystycznie do gatunku sera. Całość jest spójna z wizerunkiem marki oraz pozostałymi elementami identyfikacji wizualnej.

### Wykorzystane produkty

#### Audyt marketingowy

Audyt marketingowy – analiza sposobu komunikacji i wydatków na marketing

[Dowiedz się więcej →](#)

#### Place of graphics

7 na 10 badanych przyznaje, że ma lepszy zwrot z inwestycji, gdy do swych treści dodaje elementy graficzne. Dlaczego? Bądź wyrazisty i rozpoznawalny. Być może przyszedł czas na rebranding.

[Dowiedz się więcej →](#)

#### Place of food marketing

Czy wiesz, że najczęstszym tematem rozmów jest jedzenie? Wiemy, jak sprawić, by rozmawiano o Twoim produkcie. Przepis, aranżacja, stylizacja, fotografia kulinarna to food marketing w wydaniu Commlace.

[Dowiedz się więcej →](#)

### Potrzebujesz pomocy w rozwoju biznesu?



**Bartosz Zieliński**  
Dyrektor Zarządzający  
+48 665 379 071  
b.zielinski@commplace.pl



#### Public relations

Kampania PR  
Zarządzanie kryzysowe  
Komunikacja wewnętrzna  
Employer Branding

#### Strategia marketingowa

Marketing B2B  
Marketing referencyjny  
Audyt marketingowy  
Strategia komunikacji  
Kanały komunikacji

#### Inne usługi

Customer lifetime value  
Pozycjonowanie stron  
Google Ads  
Wspieranie sprzedaży  
Tworzenie stron www  
Eventy  
Branding  
Food marketing

#### Case studies

Rebranding firmy rodzinnej  
Strategia marketingowa  
Rebranding marki premium

#### Firma

O nas  
Kontakt  
Panel logowania  
Blog