

<http://www.foodaffairs.it/2020/06/08/valle-affida-ad-iaki-la-strategia-di-comunicazione-digitale-del-nuovo-sito>

VALLÉ AFFIDA AD IAKI LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE DIGITALE DEL NUOVO SITO

PUBLISHED ON 8 GIUGNO 2020 BY FOODAFFAIRS.IT



"Nel 2019 Vallé ha lavorato a un importante riposizionamento della marca che partendo dalla messa a punto della brand essence potesse valorizzare la sua offerta di gamma e il suo modo di comunicare con il consumatore. Nel farlo ha toccato tutti i touch point a partire dalla comunicazione classica alla nuova architettura di marca e quindi anche alla sua presenza nel mondo digital. – racconta Emanuela Pittoni, Marketing Director di Vallé – Abbiamo quindi lanciato una gara per il restyling del sito vinta da IAKI, agenzia che ha saputo meglio esaltare le nostre origini naturali e trasferire il brand purpose di Vallé, che è quello di portare spensieratezza e buon cibo nelle case dei nostri consumatori."

Valorizzare l'intera gamma di prodotti Vallé ed esaltarne la naturalità attraverso il linguaggio, gli elementi visuali, il layout e l'organizzazione dei contenuti. E poi ovviamente il linguaggio piano, naturale, quotidiano ma ricco di evocazioni: è questa la strategia che ha permesso a IAKI di vincere la gara. Un progetto curato dal Team Food dell'agenzia che ha visto all'opera il direttore creativo, un copywriter senior, gli esperti di food e un senior project manager che ha coordinato il lavoro. Progetto che è partito con un attento lavoro di analisi della comunicazione della marca e della percezione che le persone hanno del brand e la sua storia. Solo dopo è stata impostata la nuova identity digitale, il lessico, il tono di voce e la definizione della struttura del sito.

Il risultato è un sito completamente rinnovato nei testi, nella grafica e nei contenuti. Il girasole, elemento centrale collegato a Vallé e all'idea di natura, è presente attraverso le forme tondeggianti e i colori accesi che caratterizzano la pagina. La scelta di un layout caldo, di immagini molto semplici e naturali e l'utilizzo di font handwriting esaltano le origini naturali dei prodotti. Anche la User Experience è stata ridefinita attraverso un capovolgimento dell'organizzazione dei contenuti: il prodotto acquista centralità di un sistema che rende facilmente fruibile un'ampia gamma di informazioni, dalle caratteristiche di ogni referenza fino alle ricette in cui può essere utilizzato, disegnando un percorso naturale di navigazione e fruizione intuitiva del sito.

"Vallé è un'azienda che storicamente ha sempre puntato molto sul digitale, sia dal punto di vista social sia in maniera più ampia per tutto ciò che riguarda la comunicazione web. – afferma Alessandro Varone, Digital Marketing Manager di Vallé – In quest'ottica il nuovo sito valleitalia.it riveste un ruolo fondamentale sia come hub di contenuti per i nostri piani editoriali, a partire dal patrimonio di oltre 1.500 ricette, sia come punto di contatto con i nostri consumatori, che si fanno essi stessi generatori di contenuti nell'area dedicata alle loro creazioni, il Vallé Club. La collaborazione con IAKI ci ha aiutati a rendere il nostro sito ancora più al passo coi tempi, a partire da un design basato principalmente sul mobile, modalità di fruizione che riguarda ormai oltre il 90% delle nostre visite. Questo lancio è solo il punto di partenza di una partnership che riguarda non solo gli aspetti tecnici, ma anche i contenuti editoriali, dallo sviluppo degli articoli del magazine alla realizzazione della nostra newsletter mensile."

IAKI è intervenuta anche nella revisione della newsletter mensile, con informazioni su promozioni, eventi in calendario, ricette e consigli su argomenti di attualità come il benessere e il riciclo creativo. Un sistema che rafforza ulteriormente il legame tra il marchio e gli utilizzatori dei suoi prodotti.



PROMOZIONE E ADVERTISING

**VALLÉ AFFIDA AD IAKI LA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE
DIGITALE DEL NUOVO SITO**

8 GIUGNO 2020

"Nel 2019 Vallé ha lavorato a un importante riposizionamento della marca che partendo dalla messa a punto della brand essence [...]"