DailyMedia
Il quotidiano della comunicazione
anno XXXI 059
mercoledì 31 marzo 2021
p. 29

il DailyMagazine
Comunicazione Marketing & Media

BAI UNITED®
STRATEGY | MIND | INNOVATION

## Dicono di noi...

marzo 2021

ghieri "Guido", è recita. M... vorrei che tu, Colao ed io facessimo prendere d'incantamento ... ne, svelando i segreti del digitale. La collana editoriale com... account executive e Jessica Zirondelli account junior.

# Aziende Mister Magic: totale rinnovamento degli elementi di brand image a cura dell'agenzia Bai United




### Una impattante immagine dei prodotti, nuovi colori e un nuovo logo per differenziarsi radicalmente dai competitor

Un cambio così radicale da far sembrare uno storico alleato quasi come un nuovo amico. Questo è l'effetto generato dal restyling di Mister Magic, da anni accanto ai consumatori nella pulizia della casa, il cui totale rinnovamento degli elementi di brand image è a cura dell'agenzia Bai United. Il nuovo Mister Magic è ora un brand dall'immagine accattivante e contemporanea, con prodotti che spiccano sullo scaffale grazie al colore viola, vero protagonista della nuova veste grafica, fortemente differenziante dai competitors, tale da diventare memorabile e far identificare efficacemente il brand. Il visual veicola con chiarezza la funzione e la destinazione d'uso del prodotto, elemento fondamentale per la scelta del consumatore, ed è curato nei dettagli, il che rappresenta un indice di qualità, di efficacia, ma anche di capacità innovativa. Inoltre, se prima i prodotti avevano elementi e colori grafici differenzianti ora l'immagine, estroversa e persuasiva, li unisce tutti, comunicando l'idea di 'famiglia' con immediata riconoscibilità non solo del singolo prodotto, ma dell'intera gamma identificandola come l'alleata perfetta per la pulizia della casa. Nel nuovo logo il dualismo dei colori, bianco per "Mister" e verde brillante per "Magic", crea un contrasto che ne aumenta la visibilità. L'orientamento del testo e i raggi di sfondo conferiscono dinamicità e il grassetto del carattere lo rende quasi tridimensionale sulla confezione. Un perfetto logo per il mood estroso associato alla grafica viola, all'insegna della sdrammatizzazione delle incombenze domestiche.