

13. rujna 2024.

## **Vegeta u novom izdanju za osvajanje globalnog tržišta**

Novi dizajn Vegete predstavlja spoj modernog vizualnog izričaja i svezvremenski kvalitetnog sadržaja

Nakon gotovo deset godina od zadnjeg osvježanja, Vegeta dobiva novi vizualni izričaj kojim podiže svoju vidljivost i globalnu atraktivnost. Cilj je da Podravkina inovacija i globalno najprepoznatljiviji proizvod ovim redizajnom privuče nove generacije potrošača te dodatno doprinese općoj poznatosti Vegete.

Novi izgled Vegete predstavljen je na poslovnom sajmu REWE Für Sie 2024. u njemačkom Kölnu. Ovaj je sajam, koji organizira jedan od vodećih njemačkih i europskih trgovačkih lanaca, prigoda za predstavljanje novog izgleda Vegete, s obzirom na jačanje Podravkine pozicije i njenih ključnih brendova, posebice na tržištima zapadne Europe. Strategija usmjerenosti na tržište zapadne Europe već je u prvih šest mjeseci ove godine dala rezultate pa je upravo u Njemačkoj zabilježen izniman rast prodaje. U odnosu na isto razdoblje lani u segmentu Prehrane prihod od prodaje na tržištu Njemačke rasli su čak 78,4 posto, čemu je u najznačajnijoj mjeri doprinijela Vegeta. Njemačka je u fokusu poslovanja Podravke i u narednom razdoblju te je jedno od najvažnijih tržišta Vegete zbog čega je upravo to tržište izabrano kao prvo na kojem će se pojaviti čuveni Podravkin brend u novom izdanju.

„U skladu sa strategijom daljnjeg razvoja Vegete kojom se želi iskoristiti njen puni potencijal, osobito na inozemnim tržištima, Vegetu smo učinili atraktivnijom, modernijom i bližom potrošačima širom svijeta. Na projektu smo radili vrlo studiozno i s velikom pažnjom kako bi se uravnotežilo povijesno nasljeđe i prepoznatljivost Vegete s očekivanjima novih generacija potrošača. Odabrani dizajn je testiran i izuzetno pozitivno ocijenjen na nekoliko tržišta što je jako važno u osiguravanju postavljenih strateških ciljeva - ostvariti globalnu prisutnost i prepoznatljivost Vegete te zadržati snažnu leadersku poziciju u prodaji dodataka jelima u Europi. Redizajnom ambalaže zadržavamo temelje prepoznatljivosti Vegete prenoseći potrošačima ono najvažnije – užitek izvrsnog okusa jela pripremljenog s Vegetom“, istaknuo je Krunoslav Bešvir, glavni direktor za Poslovne programe i direktor Poslovnog programa Kulinarstvo.

Elementi dizajna Vegete izmijenjeni su na način da naglase ono najprepoznatljivije: kuhara, tipografiju i plavu boju. Boja na ambalaži i tipografija nisu se mijenjale već je logotip Vegete čišći i moderniji. Neizostavan lik, Vegeta kuhar, pojednostavljen je te mu je dodan poljubac. Još jedna promjena jest uvođenje elementa mužara sa sastojcima Vegete. Na taj je način Vegeta odmah smještena u svoje prirodno okruženje, kuhinju, i vizualno odražava sastav proizvoda.

Projekt redizajna Vegete realiziran je u suradnji sa svjetski uglednom agencijom za strateški marketing BrandOpus sa sjedištem u Londonu. BrandOpus je agencija koja posluje diljem svijeta i ima ekspertizu osmišljavanja dizajna koji će biti privlačan na različitim tržištima: od Njemačke preko Hrvatske pa sve do Australije.

O suradnji s Podravkom i samom projektu direktor agencije Daniel Wegrzyn rekao je: „Bilo nam je zadovoljstvo surađivati s Podravkom na redizajnu Vegete koja ima status ikone. Tijekom razvoja novog dizajna željeli smo zadržati sve karakteristične i prepoznatljive značajke te im udahnuti novi život i značenje. Novi dizajn odražava našu želju da Vegeta ima značajnu ulogu u kuhinjama potrošača diljem svijeta i da im pomogne pokazati najbolje od sebe u svakom jelu koje pripremaju“.

Nakon predstavljanja na sajmu, Vegeta u novom ruhu naći će se na policama njemačkih trgovina, a u hrvatskim trgovinama potrošači će ju moći pronaći početkom 2025. godine.