

Na koniec września 2019 roku polska marka wyposażenia łazienek i kuchni Deante zaprezentowała nową identyfikację wizualną. Po blisko 30 latach od założenia firmy zmieniono jej logo, a także odświeżono wygląd opakowań.

– Zmiana identyfikacji wizualnej marki Deante to jeden z wielu elementów większego procesu. Jest efektem rozwoju firmy i nieustannie zachodzących w niej zmian. Co roku wprowadzamy na rynek wiele nowych produktów, należących do bardzo zróżnicowanych grup: armatura, meble łazienkowe, zlewozmywaki, kabiny prysznicowe i wiele innych. Prezentujemy nasze produkty w przeszło czterystu salonach w Polsce, a w ponad stu z nich zbudowaliśmy duże, indywidualne strefy ekspozycyjne. Postanowiliśmy więc ujednolicić wszystkie nasze przekazy wizualne, uspójnić wygląd ekspozycji i opakowań, doda asortymentowi jeszcze bardziej profesjonalną oprawę – mówi **Wojciech Drzewiecki**, Dyrektor Handlowy Deante.

Wartości marki wpisane w logo

Nowe logo Deante jest odzwierciedleniem wartości marki: solidności, nowoczesnego designu i dążenia do najwyższej jakości. Firma poszła z duchem czasu wprowadzając opływowe kształty, subtelne zaokrąglenia, bardziej nasycony kolor. To sposób na podkreślenie, że Deante to lider na rynku wyposażenia kuchni i łazienek, który dba o najdrobniejsze detale – także w swojej identyfikacji wizualnej.

– Logo marki zostało odświeżone i uproszczone, by poprawić jego widoczność – wyjaśnia **Wiktor Kołysko**, kierownik Działu Marketingu Deante. *– Dotychczasowa identyfikacja marki dobrze zakorzeniła się na rynku i w pamięci*

odbiorców. Zależało nam więc na wprowadzeniu w tożsamość wizualną nuty nowoczesności, ale w taki sposób, by zachować styl i charakter, z którego jesteśmy znani. Uważam, że osiągnęliśmy zamierzony efekt – dodaje Kołysko.



Dotychczasowe logo Nowe logo

Ewolucja zamiast rewolucji

Sygnet, który dotychczas znajdował się nad nazwą marki, teraz został przeniesiony na jej lewą stronę. Uproszczono jego krój, aby podkreślić, że składa się z liter D i A – inicjałów założyciela firmy, Dariusza Antczaka.

– Znak ten jest bardzo dobrze rozpoznawalny w branży. Nazywany jest często „koniczynką" albo „wiatraczkiem" i kojarzony nawet przez osoby, które nie znały genezy jego powstania. Nowa identyfikacja zakłada możliwość jego samodzielnego stosowania tam, gdzie jest to uzasadnione – opowiada Wiktor Kołysko. *– Nie zapominamy o naszej wieloletniej tradycji, ale jednocześnie dostrzegamy zmieniające się otoczenie oraz standardy komunikacji we współczesnych mediach.*

Nowa identyfikacja wizualna została przygotowana we współpracy ze studiem kreatywnym Baobaby. Była powoli odkrywana na stronie internetowej firmy oraz w mediach społecznościowych, budząc zainteresowanie klientów. W budowaniu napięcia pomagała Agencja Kreatywna Oxymoron.



Poszczególne elementy identyfikacji – m.in. oznaczenia na produktach oraz ekspozycjach – będą wprowadzane systematycznie przez kolejny rok. Planowana jest również zmiana strony internetowej, nowe logo znalazło się też na fasadzie nowego biurowca, do którego firma przeprowadziła się w połowie bieżącego roku.

Nieustanny rozwój

Przez ostatnie lata w firmie Deante zaszło dużo pozytywnych zmian.

– Możemy pochwalić się nową siedzibą, otworzyliśmy Dział Badań i Rozwoju, laboratorium, rozbudowaliśmy bazę magazynową i rozwijamy eksport – wymienia Kołysko. *– Odświeżenie wizerunku było naturalnym następstwem zmian, jakie zaszły w firmie. To nie koniec niespodzianek, więc warto śledzić, co będzie się u nas działo w kolejnych miesiącach. W końcu w 2020 roku będziemy obchodzić jubileusz 30-lecia istnienia firmy.*



Istniejąca od 1990 roku firma Deante pozostaje wciąż w rękach swojego założyciela i pierwszego właściciela. Oparta w 100% na polskim kapitale marka specjalizuje się w wyposażeniu łazienek – armaturze, kabinach, ceramice i akcesoriach – oraz zlewozmywakach i bateriach kuchennych. Z powodzeniem funkcjonuje na rynku polskim oraz w blisko 50 krajach na całym świecie. We współpracy z projektantami tworzy produkty, których jakość i design nagradzane są w licznych konkursach wzorniczych, takich np. jak: Must Have, Dobry Wzór, Top Design Award i Dobry Design.

Deante
press box