

Nowoczesność, minimalizm i funkcjonalność – to wyróżnia nowe opakowania produktów ARO. Sieć hurtowni Makro Cash&Carry Polska odświeżyła szatę graficzną marki w odpowiedzi na potrzeby klientów z sektora HoReCa oraz handlu niezależnego.

Na początku lutego br. w halach MAKRO pojawiły się produkty ARO w odświeżonych opakowaniach. Do nowych elementów wizualnych należą: przejrzyste zdjęcie produktu, czytelna ikonografia prezentująca jego kluczowe parametry oraz wyeksponowana gramatura. Równocześnie nazwa produktu została wyróżniona, a logo „ARO" – zmniejszone. To wszystko umieszczone na białym tle wraz z charakterystycznym kolorowym okręgiem i zastosowaniem color-codingu sprawia, że nowe opakowania są minimalistyczne, przejrzyste i funkcjonalne.

Marka ARO skierowana jest zarówno do klientów z sektora HoReCa, jak i szeroko rozumianego handlu tradycyjnego. Oferta jest na bieżąco udoskonalana i dostosowywana do oczekiwań grup docelowych. W zależności od ich potrzeb, produkty ARO dostępne są w różnych wariantach opakowań.

MAKRO Polska posiada obecnie w swojej ofercie ponad 1000 produktów marki ARO. W kategoriach strategicznie istotnych dla firmy oraz cieszących się rosnącym zainteresowaniem kluczowych klientów, planowany jest dalszy rozwój asortymentu i wprowadzanie kolejnych innowacji produktowych.

Pierwsze produkty ARO w nowej szacie graficznej są już dostępne w hurtowniach MAKRO. Plan strategicznej rewitalizacji marki zakłada zakończenie całego procesu w pierwszym kwartale 2018 roku. Do tego czasu portfolio produktów pod marką ARO wzbogaci się także o kilkadziesiąt nowych indeksów.



MAKRO Cash & Carry
press box