

<https://www.ilfriuli.it/articolo/economia/biofarma-group-lancia-il-nuovo-brand/4/242981>

il **FRIULI.it**

Biofarma Group lancia il nuovo brand

Online anche il nuovo sito web che racconta la nuova identità e l'evoluzione aziendale, con un forte richiamo all'innovazione



Nuovo logo, nuovo payoff e un'immagine totalmente rinnovata per **Biofarma Group**, player fortemente competitivo nell'ambito della formulazione, produzione e confezionamento di integratori alimentari, dispositivi medici, farmaci a base di probiotici e cosmetici esclusivamente conto terzi nato a febbraio del 2020 dalla fusione tra Biofarma e Nutrilinea.

Il Gruppo ha ridefinito la sua identità visiva per renderla coerente con la propria missione e la propria visione: creare soluzioni e tecnologie di ultima generazione per la salute e il benessere delle persone, progettando un futuro dove l'innovazione è al servizio della prevenzione personalizzata e sostenibile.

Sapersi distinguere e continuare ad essere il punto di riferimento sul mercato internazionale è un obiettivo che Biofarma Group persegue puntando sull'innovazione, sull'eccellenza produttiva e sull'elevata professionalità dei propri collaboratori.

“L’innovazione è sicuramente uno dei principi fondamentali della nostra realtà e rappresenta appieno il nostro gruppo”, spiega **Maurizio Castorina**, Amministratore Delegato di Biofarma Group. “Si tratta di un’attitudine, un comportamento, che ci aiuta a osservare il quotidiano con occhi diversi, trovando nuove modalità espressive, nuove risorse, soluzioni e risultati. È questo lo spirito condiviso in azienda, con l’obiettivo di essere, tutti insieme, protagonisti del grande progetto di crescita che abbiamo intrapreso”.

Il forte legame con l’innovazione e i valori alla base del progetto di sviluppo industriale di Biofarma Group, si ritrovano espressi nel restyling del logo, che diventa il simbolo del percorso intrapreso e trasmette un’identità ora più consapevole e definita.

Le forme contemporanee del logo racchiudono diversi significati: la “b”, iniziale del marchio, raffigura un intreccio di strade che trovano un punto d’incontro e continuano verso nuove direzioni, accompagnando lo sguardo fino al simbolo di un infinito, a rappresentare il cammino che tutti i collaboratori costruiscono, assieme, giorno dopo giorno. Il colore invece, nelle tonalità del blu, evoca la profondità di pensiero e si concretizza nella capacità di leggere il mercato, di fare ricerca e trovare soluzioni inedite per garantire i più elevati standard di qualità e sicurezza.

Anche il payoff scelto per accompagnare il logo - *“Innovation Shaping The Future”* - esprime la capacità di creare, con il proprio lavoro, nuovi scenari per il benessere delle persone, lasciando una traccia inconfondibile. “È un’espressione che racconta l’approccio unico e distintivo del Gruppo, una struttura aziendale che guarda al futuro e contribuisce a dargli forma come parte attiva e creativa”, afferma **Germano Scarpa**, Presidente di Biofarma Group.

“Lo spirito di gruppo è un tratto distintivo dell’azienda e un importante presupposto per proseguire nel nostro percorso di crescita”, continua **Matteo Baisi**, HR Director di Biofarma Group. “Nella società in cui viviamo, così complessa e discontinua, solo la sinergia tra persone con competenze e conoscenze eterogenee può fare davvero la differenza e renderci capaci di affrontare le sfide attuali e future, rendendoci unici”.

Il sito web - www.biofarmagroup.it – completamente rinnovato, si inserisce nel progetto di sviluppo della nuova brand identity per sottolineare la costante attenzione del Gruppo verso i propri clienti e la massima qualità e sicurezza dei servizi offerti.