



11/02/2026

**Arrigoni Group: presentata la nuova
identità visiva a Fruit Logistica**

Un rebranding pensato per rafforzare coerenza,
riconoscibilità e presenza internazionale

REDAZIONE

redazione@italiafruit.net

WWW.ITALIAFRUIT.NET

Arrigoni Group compie un passo strategico nel proprio percorso di crescita internazionale presentando una rinnovata identità visiva corporate che coinvolge il logo di Gruppo e quelli delle società consociate Arrigoni France, Artes e Lirsa.

Un progetto di rebranding pensato per uniformare e rendere più coerente la comunicazione del Gruppo sui mercati globali, senza modificarne i valori fondanti.

Il lancio è avvenuto in occasione di Fruit Logistica, la fiera internazionale leader per il settore ortofrutticolo, tenutasi a Berlino dal 4 al 6 febbraio 2026, dove il layout dello stand ha raccontato visivamente il nuovo concept.

Con la sua storia di successo lunga 60 anni Arrigoni è leader internazionale nelle applicazioni tessili tecniche e sviluppa soluzioni avanzate per l'agricoltura, contribuendo alla protezione delle colture, al risparmio idrico, alla riduzione dei fitofarmaci e alla massima durabilità dei prodotti.

Un'identità unica per un Gruppo integrato

Il rebranding nasce dall'esigenza di costruire un brand system unitario in cui ogni azienda mantiene la propria specificità, ma si riconosce pienamente nell'ecosistema Arrigoni Group.

Da oggi, infatti, ogni società utilizzerà il proprio logo dedicato, continuando al tempo stesso ad affiancarlo al logo di Gruppo per sottolineare l'appartenenza a una realtà comune, solida e strutturata.

"Questo rebranding non cambia chi siamo, ma come ci raccontiamo", commenta Patrizia Giuliani, Direttrice Commerciale dell'azienda. "Vogliamo rafforzare la nostra identità come sistema unico, valorizzando le competenze di ogni realtà e offrendo ai clienti un supporto ancora più solido, nel segno di qualità, ricerca e sostenibilità".

All'interno della nuova architettura di brand, Arrigoni Group si afferma così come ombrella brand e punto di riferimento dell'intero ecosistema industriale, portavoce di una visione "Beyond Protection" che sintetizza il ruolo del Gruppo come partner tecnologico e innovativo per l'agricoltura e l'industria

Evoluzione nel linguaggio, continuità nei valori

Il nuovo sistema visivo non rappresenta una rottura con il passato, ma una naturale evoluzione. Prodotti, ideali e valori restano invariati: ricerca, qualità, innovazione e sostenibilità continuano a essere il cuore della strategia Arrigoni Group.

Con questa rinnovata identità visiva, Arrigoni Group ribadisce la volontà di presentarsi come un ecosistema integrato, capace di valorizzare competenze diverse ma complementari, offrendo ai clienti soluzioni di qualità e un supporto sempre più solido.

In un contesto internazionale in continua evoluzione, il rebranding diventa così uno strumento strategico: un messaggio forte di unità, coerenza e visione condivisa, nel segno di un'innovazione che guarda al futuro senza perdere le proprie radici. (lg)

Fonte: Ufficio Stampa Arrigoni Group