AEFA renueva su imagen corporativa

AEFA renueva su imagen de marca con el objetivo de aumentar su visibilidad y reforzar la propuesta de valor de la Asociación tanto para sus asociados como para el sector agro.

Desde sus comienzos en 1997, AEFA marcó una tendencia en la agronutrición vegetal que no ha parado de evolucionar en el tiempo. Unos inicios orientados a una fertilización avanzada donde la investigación y el desarrollo siempre han estado fuertemente ligados a la innovación.

Ahora, 25 años más tarde, AEFA lanza una imagen renovada que va más allá de un cambio estético más moderno y en línea con las tendencias actuales. Una imagen y estrategia orientada a transmitir al sector la realidad de las empresas que pertenecen a la asociación y que, además, servirá para dar respuestas a un sector, una sociedad y por qué no, al planeta en su conjunto.

La nueva imagen de marca AEFA está ligada al propósito de conceptos como agronutrición, innovación, sostenibilidad, medioambiente o internacionalización. Compromisos reales y tangibles que se demuestran en la realidad actual de sus empresas asociadas. Esta renovación nace fruto de la voluntad de la nueva Junta Directiva de AEFA por realizar una evolución a todos los niveles, empezando obviamente por su identidad corporativa. Esta nueva imagen visual traslada un mensaje de modernización en línea con el proyecto que se está desarrollando y marcará las bases sobre las que cimentar todo el ecosistema de comunicación y compromisos de marca, apoyados en los diferentes soportes y medios: documentación institucional, página web y redes sociales, firmas electrónicas, patrocinios y eventos, cartelería e inserciones publicitarias, presentaciones y ponencias, etc.

Es innegable que en estos 25 años se han producido grandes avances, tanto sociales como

tecnológicos. Pero también es cierto que se presentan nuevos y estimulantes retos. Sin duda, queda mucho por hacer y esta evolución es un punto y seguido en el trabajo diario de las empresas AEFA.