**Rebranding logo: nowe logo MSM Mońki**

Moniecka Spółdzielnia Mleczarska **zaprezentowała nowe logo.**

Logo Mońki składa się z ilustracji oraz logotypu. Ilustracja przedstawia wypasającą się na łące krowę, co ma wprowadzać szerszy kontekst marki, której **produkty są naturalne i wytwarzane według tradycyjnej receptury** z regionu Podlasia.



Nowe logo MSM Mońki

Stare logo MSM Mońki

*- Logo jest głównym elementem identyfikacji wizualnej marki, a zarazem niezbędnym składnikiem skutecznej strategii content marketingowej. W komunikacji z otoczeniem jest to podstawowy komponent marki, głęboko zakorzeniony w świadomości odbiorcy* – tłumaczy Bartosz Zieliński z Commplace, która przeprowadziła rebranding logo. *- Właśnie dlatego logotyp Mońki został wykreślony od podstaw i nie bazuje na gotowej czcionce, co nadaje mu indywidualnego, niepowtarzalnego charakteru* – dodaje przedstawiciel Commplace.

Liternictwo dwuelementowe z delikatnymi szeryfami sprawia, że logotyp jest bardzo mocny, stabilny, ma dobrą czytelność, a jego tradycyjna forma pasuje do charakteru marki.

Współpracujemy z marką MSM Mońki już od wielu lat, przygotowując zarówno projekty graficzne, jak i odpowiadając za działania marketingowo-wizerunkowe. Rebranding logo jest jednym z większych projektów, które są aktualnie realizowane.

**Rebranding logo zapowiedzią dalszych działań**

To jednak nie koniec zmian w MSM Mońki. Rebranding logo to pierwszy krok do odsłony nowości, jakie szykuje marka. Już niebawem przedstawi kolejne, zaskakujące efekty prac.

**\*\*\*\*\***

Moniecka Spółdzielnia Mleczarska istnieje od **1972 roku**. Specjalizuje się w produkcji serów dojrzewających typu holenderskiego i szwajcarskiego, serów topionych, masła ekstra oraz wyrobów proszkowanych. Duże nakłady inwestycyjne w ostatnich latach spowodowały, że firma jest ciągle rozbudowywana i unowocześniana.