

ADIOS FEDECARNE, HOLA CARNIMAD

La Organización Empresarial que representa al sector de la carnicería-charcutería en la Comunidad de Madrid deja atrás el nombre que le ha acompañado durante los últimos veinte años, Fedecarne, y pasa a llamarse Carnimad, una transformación que va acompañada también por un cambio de imagen corporativa, una nueva web (www.carnimad.es) y el restyling de su galardonada Revista La Carne.

23 de mayo de 2019.- Carnimad es el nuevo nombre que recibe la Organización Empresarial que representa al sector de la carnicería-charcutería especializada en la Comunidad de Madrid, una Asociación que ha cambiado su nombre en diversas ocasiones desde que se fundara en 1931, pero que desde hace veinte años y hasta ahora se ha llamado Fedecarne. La Organización ha transformado su imagen corporativa, estrenando además nueva web, www.carnimad.es, y realizando un restyling a su galardonada revista La Carne. Todos estos cambios se han puesto en marcha para empezar una nueva etapa, donde los jóvenes se convierten en uno de los principales target.

Este rejuvenecimiento de marca no ha querido olvidarse de la tradición artesana, como podemos ver reflejado en su logotipo, que hace un guiño a la actividad tradicional del oficio incluyendo parte de la herramienta principal de los profesionales del sector, el mango del cuchillo, que se erige como elemento tradicional representativo. Sin embargo, el haber utilizado solo el mango, sin la hoja, dibujado con ese efecto carboncillo, le proporciona un toque transgresor y actual. El cuchillo, además, hace que el logotipo sea inclusivo, representando a cualquier profesional del comercio especializado de la carne; bien sea carnicero, charcutero, pollero o casquero, todos quedan incluidos a través de esta herramienta.

Por otra parte, con esta nueva imagen, la Organización también ha buscado destacar su origen. Madrid está representado tanto en los colores, como en el propio nombre: Carnimad.

Presentación oficial: #ByeFedecarne #HelloCarnimad

El pasado miércoles, 22 de mayo, en la Sala Cubo de DIMAD, la Asociación de Carniceros y Charcuteros de Madrid llevó a cabo la presentación de su nueva imagen, en un evento centrado en el diseño y el branding, que tuvo como invitados especiales a dos expertos en la materia, Nacho Lavernia, de LAVERNIA & CIENFUEGOS Y ASOCIADOS, y Carlos Aires, de Marketing-Jazz.

El acto comenzó con la bienvenida oficial de Carlos Rodríguez, Presidente de Carnimad, quien quiso alargar un poco más la incertidumbre del público y no reveló el cambio de imagen, pero sí adelantó que los socios de la Organización, profesionales carniceros-charcuteros de Madrid, requerían que la Asociación que representa sus

Lola Barragán
+34 91 547 13 24
lolabf@carnimad.es
www.carnimad.es



CARNIMAD es la Asociación de Carniceros y Charcuteros de Madrid, cuya finalidad es la defensa de los intereses de sus afiliados. Fundada en 1931, en la actualidad cuenta con más de 1 300 asociados y con una presencia considerable en aquellos órganos que tienen poder de decisión sobre cuestiones que afectan al sector detallista de la carne. Carnimad lleva trabajando 88 años en todos aquellos asuntos que afectan al comercio especializado de la carne, así como a los profesionales de este sector, procurando que este se perciba como un sector fuerte, unido y competitivo, capaz de adaptarse y afrontar con éxito la realidad social de cada momento.

intereses se actualizase, como ha hecho a lo largo de toda su trayectoria, y motivaba al público asistente a “salir de la zona de confort y apostar por los cambios que, aunque a veces dan miedo (más aún en un oficio tan tradicional como el de carnicero–charcutero), son necesarios para evolucionar, avanzar y seguir creciendo”.

Tras dicha intervención, dio comienzo la primera de las ponencias previstas, la de Carlos Aires, bajo el nombre “Think brand, think big. Piensa en tu marca, piensa a lo grande”; quien ofreció una interesante presentación que puso de manifiesto la necesidad de ponerse en el lugar del consumidor y dar mucha más importancia a la experiencia en el punto de venta. El experto expuso casos de éxito a nivel internacional en diversos sectores, que destacaban la forma de sorprender al cliente y las experiencias en tienda a través de los cinco sentidos.

Después, llegó el turno de destapar el entramado “Bye bye Fedecarne”. María Sánchez, Directora General de la Asociación de Carniceros y Charcuteros de Madrid, explicó en primer lugar los motivos que han llevado a la Organización a realizar una transformación tan importante, y posteriormente, ante la atenta mirada de todos los asistentes, por fin desveló el nuevo nombre, Carnimad, y su moderno e innovador logotipo.

María continuó presentando también el restyling de la revista La Carne, buque insignia de la Asociación galardonado recientemente con el Premio Alimentos de España 2017 a la Comunicación; una publicación que seguirá contando con la misma calidad de contenidos, pero con un estilo más acorde a las nuevas tendencias editoriales, titulares más grandes y llamativos, secciones marcadas y con carácter propio y mayor legibilidad.

Por último, la Directora General de Carnimad, invitó al público a visitar la nueva web, www.carnimad.es, que acordé a todo el cambio de imagen muestra un diseño renovado, una navegación mucho más clara e intuitiva, una información más completa y la novedad estrella de que, a partir de ahora, los usuarios podrán darse de alta como socios y suscribirse a la revista La Carne a través de dicha página. Carnimad.es pretende continuar haciendo a la Asociación un referente digital sobre información de interés en el sector de la carnicería–charcutería.

El acto finalizó con la interesante exposición de Nacho Lavernia y su ponencia “Más allá de la marca”, una clase magistral sobre logotipos, que acaparó toda la atención del público principalmente con la evolución en el tiempo de logos muy conocidos internacionalmente.

Carnimad, carniceros y charcuteros de Madrid, cerró el acto destacando la ilusión con la que comienzan esta nueva etapa y asegurando que “la transformación de la Organización no hará que esta pierda la esencia que le ha hecho perdurar durante más de 87 años, porque el objetivo es evolucionar y crecer junto al mejor activo de Carnimad, sus socios, profesionales especializados del sector de la carnicería–charcutería en Madrid”.