

DULCESOL PRESENTA SU NUEVA IDENTIDAD VISUAL PARA SEGUIR CONSTRUYENDO SU HISTORIA

- La marca, con casi 50 años de historia, renueva su imagen para reforzar su cercanía y compromiso con el consumidor.
- La nueva identidad presenta un logotipo actualizado y un packaging modernizado que mantienen la esencia de Dulcesol y reflejan su evolución en el mercado global.



Valencia, 18 de febrero de 2025. Dulcesol, la marca de pan, bollería, helados y pastelería del grupo internacional de alimentación y distribución Vicky Foods, da un nuevo paso adelante con la **renovación de su identidad visual**. La marca evoluciona desde 1976 para adaptarse a las nuevas tendencias y necesidades globales, manteniéndose fiel a su esencia.

Este nuevo branding, diseñado por Meteorito Estudio, tiene como objetivo expresar la cercanía, la autenticidad y el compromiso de Dulcesol con su comunidad. El símbolo central de la transformación es la **integración de un corazón en las letras "CE"**, un guiño gráfico que sugiere **calidez, pasión y conexión**. Esta nueva identidad visual equilibra la sobriedad y la emoción, combinando una tipografía sólida con un diseño que transmite la alegría de los momentos compartidos. Además, al mantener el icónico rojo de la marca, el resultado es una identidad propia, moderna y versátil, pensada para inspirar y acompañar en el disfrute del día a día.

El rediseño va más allá del logotipo. El **packaging adopta un tono cercano y desenfadado**, creando un universo ilustrado con diferentes momentos de consumo. De nuevo esa tipografía sólida pero dinámica, junto con elementos gráficos exclusivos—desde distintivos de producto hasta pictogramas ilustrados—refuerzan su personalidad única y distintiva.



Con esta renovación, Dulcesol, que aglutina más de 250 productos y está presente en 40 países, refuerza su **compromiso con la innovación sin perder de vista los valores** que la han acompañado durante más de medio siglo. Un nuevo diseño para seguir endulzando los momentos cotidianos de millones de consumidores.

Acerca de Vicky Foods

Vicky Foods es una empresa líder en el sector de la alimentación, 100% familiar y con más de 70 años de trayectoria. Actualmente cuenta con una plantilla media global de 2.870 empleados. Entre sus marcas propias se incluyen Dulcesol®, Horno Hermanos Juan®, Be Plus®, Il Forno di Gionvanni Ricci® y FIT'Z®.

La evolución del grupo en los últimos años ha estado marcada por la consolidación y el fuerte crecimiento de sus resultados económicos. De esta manera, es la primera empresa en volumen del sector de pastelería y bollería en España, habiendo cerrado el año 2023 con una facturación global de 629 millones de euros. Esta cifra representa un aumento importante respecto al año anterior y una producción de 214.000 toneladas. Con presencia en más de 60 países, Vicky Foods cuenta con tres centros de producción dedicados a la elaboración de cerca de 2.500 referencias en Gandía, Villalonga y Argelia además de 18 delegaciones comerciales repartidas entre España, Portugal, Argelia, Reino Unido y Francia. Por último, la compañía también posee una granja productora de huevos, que abastece el 90% de su producción, una planta de fabricación de envases que se ocupa de cubrir la práctica totalidad (98%) de las necesidades de packaging del grupo, un Centro de Innovación para coordinar todo el potencial innovador de la compañía y poder así cumplir con sus compromisos en el ámbito de la salud y la innovación tecnológica y la Fundación Vicky Foods con la que vertebró la gestión de su acción social, centrándose en la innovación, la cultura y la educación.

Para más información:

Agencia Tinkle

Paula Sanz Vicente

Mail: psanz@tinkle.es

Tel: 664 04 04 81