

COMUNICATO STAMPA

8. April 2026

NOME NUOVO , NUOVO LOOK, STESSA FIDUCIA: «GARTENBAU» ORA SI CHIAMA HORTISECUR.

Gartenbau-Versicherung cambia volto: con un nuovo nome, un'immagine moderna e uno slogan internazionale, l'assicuratore specializzato conferma anche in Italia ciò che è da tempo: un partner europeo per le aziende ortovivaistiche – competente, innovativo e vicino al settore.

I cambiamenti sono visibili.

Il settore verde sta cambiando: trasformazioni strutturali, aumento dei rischi climatici, carenza di manodopera qualificata. Le aziende diventano più grandi, più internazionali, più tecnologiche. Anche in Italia, Gartenbau-Versicherung evolve con il settore: una realtà in crescita, proiettata al futuro e radicata in una rete europea. "Visti i profondi cambiamenti nel settore, il nostro obiettivo era quello di aumentare ulteriormente la nostra visibilità come azienda leader nel campo delle coperture assicurative per il settore ortovivaistico europeo e di posizionarci a livello internazionale come partner esperto e innovativo", sottolinea Christian Senft, direttore di Gartenbau-Versicherung in Germania. «La nuova identità di marca ci permette di raggiungere questo obiettivo: essere visivamente uniformi in tutti i mercati europei e al passo con i tempi nella comunicazione digitale.»

Un nuovo nome: Hortisecur

Il fulcro della nuova identità di marca in Italia è il nuovo nome «Hortisecur». Il nuovo marchio unisce due concetti chiave: "Horti" deriva dalla parola latina hortus, che vuol dire "giardino". "Secur" viene dal latino securus e significa "sicuro". Così, il nuovo marchio Hortisecur riassume ciò che facciamo: polizze assicurative su misura per le aziende ortovivaistiche. Questo concetto è espresso anche nel nuovo logo e nel nuovo slogan. Il logo rinnova in chiave contemporanea due elementi visivi consolidati – il germoglio e il cerchio – sintetizzando in un'unica immagine l'essenza del settore e il concetto di protezione. Lo slogan inglese "For the love of green" unisce tutti i mercati europei e sintetizza il nostro legame con il settore verde.

La nuova immagine si completa con una scelta dei caratteri moderna, capace di trasmettere solidità ed emotività, e con una palette cromatica fresca, ispirata al mondo dell'ortovivaismo. Anche la comunicazione cambia registro: più attuale, più chiara, più vicina ai soci.

«Non si tratta solo di un restyling. La nuova immagine rende visibile ciò che siamo: un attore europeo radicato, che resta vicino ai propri soci e dimostra, come comunità solida, di essere pronto per il futuro.» sottolinea Christian Senft.

COMUNICATO STAMPA

Transizione graduale a partire da aprile

Già a partire da aprile, il sito web passerà al nuovo corporate design. Seguiranno i canali social. Poi, passo dopo passo, verranno rinnovati tutti i documenti, le pubblicazioni cartacee, la presenza alle fiere e il materiale pubblicitario. Il processo di rinnovamento sarà avviato rapidamente, nel rispetto di una gestione oculata delle risorse: i materiali attualmente in uso verranno smaltiti prima di produrne di nuovi.

Ilaria Borelli, preposta alla sede secondaria di Verona, sottolinea: «La nuova immagine è un investimento strategico per il nostro futuro. Ci rende più visibili, attira nuovi gruppi target e rafforza la nostra posizione sul mercato. Ne traggono vantaggio tutte le aziende associate».



Didascalia:

I due mockup offrono un esempio della nuova identità visiva della Gartenbau-Versicherung. Il logo, con il germoglio racchiuso in un cerchio, richiama il settore del verde e la sua tutela. Il claim internazionale “For the love of green” esprime il forte legame con il settore.

Photo(s): © Gartenbau-Versicherung 2026

Gartenbau-Versicherung VVaG

Von-Frerichs-Straße 8
D-65191 Wiesbaden

Contact presse

Ulla Ruths
+49 611 56 94 257
uruths@gevau.de

gartenbau-versicherung.de