



COMUNICATO STAMPA

Pagani presenta i suoi nuovi packaging, insieme con l'aggiornamento della gamma di pasta ripiena

In occasione della fiera TuttoFood 2021, siamo molto orgogliosi di presentare i nostri nuovi packaging a marchio Pagani, insieme con l'aggiornamento della nostra gamma di pasta ripiena.

Abbiamo scisso la gamma Pagani in due sottogamme: una gamma in flowpack, dedicata alle classiche referenze al prosciutto crudo e ai formaggi, e una gamma in astuccio/display box, dedicata alle specialità e ai ripieni più particolari: funghi porcini, formaggio e tartufo, ricotta e spinaci, oltre ai tortellini tricolore e alla gustosa novità dei tortellini alla pizzaiola con formaggio e pomodoro. Le due gamme sono ora esteticamente simili e ben si accordano tra loro sullo scaffale.

Per le nuove confezioni abbiamo seguito tre parole chiave, che rispondono agli attuali trend dei packaging:

- semplificazione/uniformità: i nuovi incarti sono minimal, con meno elementi grafici ridondanti e con meno lingue per evitare di creare un senso di affollamento; le varie referenze della gamma hanno tutte il medesimo sfondo monocolore e sono ora graficamente più coerenti e simili tra loro;
- artigianalità: per trasmettere un'idea di qualità e di hand-made, abbiamo scelto dei font leggermente irregolari e abbiamo inserito alcuni elementi disegnati; inoltre, i flowpack sono ora realizzati in polipropilene simil-carta ruvida, 100% riciclabile;
- macrovisual: abbiamo deciso di dare un'importanza predominante al prodotto e al ripieno, che sono ora rappresentati in grande; sui flowpack, inoltre, questi sono rappresentati con una vernice lucida, che contrasta con l'incarto ruvido delle confezioni.

Presenti sui packaging anche alcune innovazioni:

- Pagani è sempre più attenta al tema della sostenibilità e al benessere animale e ha scelto di convertire tutte le sue produzioni all'uso di uova da galline allevate a terra; questo miglioramento di prodotto è stato evidenziato con un claim bilingue presente sul fronte degli incarti;
- Punto di forza dei nostri prodotti è un processo di essiccazione tradizionale e a bassa temperatura che non impiega conservanti e che consente un'ottima conservazione del prodotto a temperatura ambiente per 12 mesi: per trasmettere questi plus al consumatore, abbiamo inserito due appositi claim bilingue;
- Nell'ottica di rendere più immediato il trasferimento di informazioni al consumatore, abbiamo raffigurato le modalità di cottura con dei graziosi pittogrammi;
- Le nuove confezioni sono smart. Le nostre ricette sono consultabili inquadrando un QR Code riportato sull'incarto: in questo modo abbiamo evitato di affollare il pack e al contempo abbiamo permesso al consumatore di avere accesso a una vasta gamma di spunti che non avremmo potuto riportare integralmente sulla confezione. Abbiamo anche aggiunto i loghi dei nostri social network, per evidenziare la nostra presenza sugli stessi;
- La nostra è un'azienda ben strutturata, internazionale e aperta al mondo, ma nella quale la forte conduzione familiare resta un importante punto di forza. Per comunicare questo senso di esperienza e di know how giunto ormai alla quarta generazione, abbiamo scelto di inserire un payoff sotto al nostro storico logo rosso: "Tradizione di famiglia da oltre 100 anni";
- Abbiamo voluto avvicinare il consumatore alla tradizione del nostro prodotto, riportando in poche righe qualche curiosità legata alla leggenda della nascita del tortellino e del raviolo;

Pag. 1/2



- Le confezioni rispondono ai nuovi requisiti di legge in materia di etichetta ambientale. Oltre alle diciture obbligatorie per legge, per incoraggiare il consumatore a smaltire l'incarto responsabilmente abbiamo aggiunto lo slogan "Differenziami... e fai la differenza!".

"Siamo felici dell'esito del progetto che vede la luce dopo diversi mesi, grazie ad un intenso lavoro di team con Luca, Pier, Matteo e Arianna, oltre che Alessandro e Paolo Pagani – commenta Elena Cerizza, coordinatrice del progetto – In questo periodo abbiamo cucito un vestito che valorizzasse pienamente il nostro prodotto. L'obiettivo dei nuovi incarti, infatti, è comunicare al consumatore finale che il nostro tortellino non è solo sinonimo di tradizione, ma anche di genuinità e gustosa semplicità, a cui si aggiunge la facilità della conservazione e della preparazione. Un prodotto destinato non solo a famiglie, ma anche a tanti giovani che come me amano il buon cibo e cercano anche semplicità di preparazione e conservazione. A tutto ciò si unisce il nostro orgoglio nel presentare confezioni 100% riciclabili, che possono essere facilmente smaltite dal consumatore grazie alle indicazioni riportate sul pack".

Vimercate, 22 ottobre 2021

Pag. 2/2