

Focus

Fini investe in innovazione di prodotto e di packaging

Presenti a SIAL PARIS 16-20 ottobre 2016 Pad. 1E036 - hall 1 national pavillons

Continua il lavoro del marketing Fini nel segno dell'evoluzione dello storico marchio di pasta fresca ripiena, senza rinnegare le tradizioni di un'azienda nata nel 1912. Il progetto è stato approcciato con scientificità, ovvero con la collaborazione di IP-SOS, uno dei più noti istituti di ricerca in Italia. Ad una prima fase di analisi, avviata nei primi mesi del 2016, segue ora il ridisegno della gamma prodotti. Nasce così una nuova linea di pasta fresca ripiena incentrata fortemente sul gusto, sulla qualità delle materie prime utilizzate e sui formati di pasta. Si tratta de "I Granripieni", tortellini e ravioli fatti con farina e uova 100% italiane, in assenza di grassi idrogenati, di conservanti artificiali e di glutammato. Insomma, un prodotto "non solo buono" proprio come recita la mission del Gruppo Fini. La gamma si differenzia ulteriormente al suo interno ne "I Granripieni di Sapore" e i "I Granripieni di Benessere" con un ripieno vegetale per offrire alternative di elevata qualità organolettica a chi per scelta vuole ridurre il consumo di carne.

"I Granripieni" sono stati ridisegnati anche dal punto di vista estetico. La nuova grafica esalta il pantone blu distintivo del marchio che, oltre a creare una macchia di colore evidente a scaffale, aiuta

il posizionamento di prodotto verso l'alto coerentemente con la qualità della pasta che la confezione racchiude. Stesso blu che si ritrova nel logo del marchio ora posizionato al centro del pack conferendo grande riconoscibilità al prodotto. Il tondo del logo è ripreso anche nella finestra trasparente che permette di vedere il prodotto

all'interno della confezione, quasi fosse quel famoso buco della serratura da cui la leggenda vuole che un oste vide l'ombelico di Venere e vi si ispirò per creare il primo tortellino della storia.

A parlare di gusto c'è poi l'ingrediente principale del ripieno, fotografato a grandezza naturale proprio per valorizzare l'appetite appeal del

pack. Infine, i descriptor posizionati tutti per scelta sul fronte della vaschetta in modo ordinato e rilevante, in particolare quelli che danno informazioni qualificanti sulla lavorazione della pasta e sugli ingredienti del ripieno.

"I Granripieni" sono una gamma dedicata all'esaltazione del gusto e pensati per uno specifico target di consumatori che Fini ha identificato più affini a sé dopo un attento lavoro di analisi del posizionamento e di rebranding che guiderà anche le campagne di comunicazione del marchio Fini nei prossimi mesi.



Gruppo Fini Spa a socio unico
Via Confine 1583 - 41017 Ravarino Modena
Tel +39 059 900432 - 059 259111
www.gruppofini.it - www.nonsolobuono.it

Largo Consumo 9/2016
Comunicazione d'impresa © Editoriale Largo Consumo srl



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato