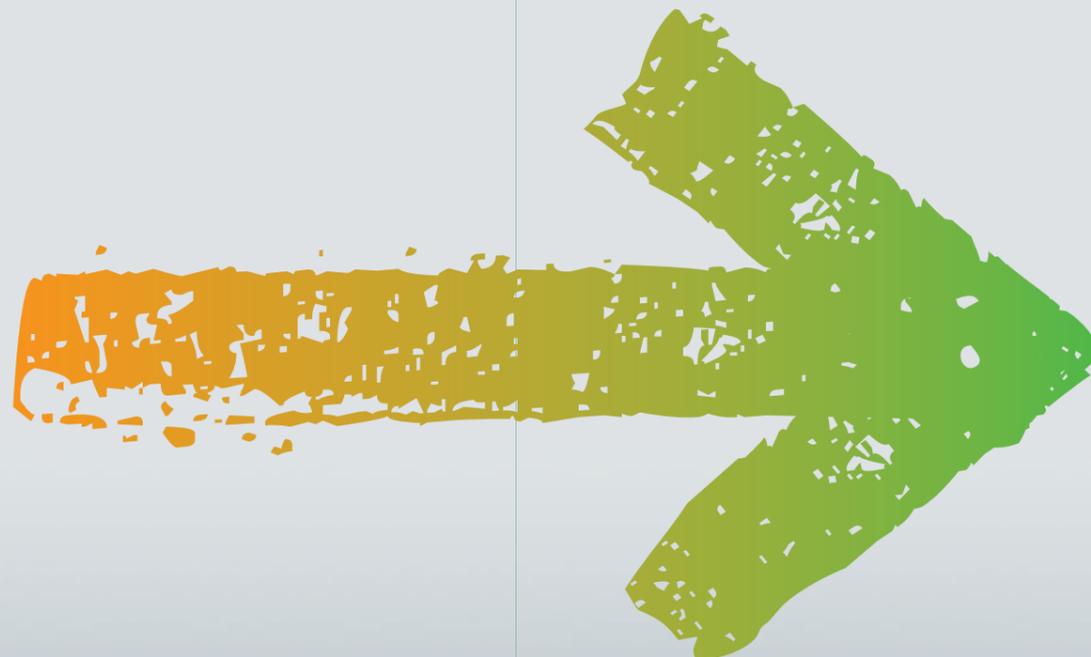




*Oggi nasce  
qualcosa  
di nuovo nel Bio...*

LO STORICO BRAND **FOOD FOR ALL**  
SI EVOLVE IN **PENSABIO!**



**FOOD FOR ALL**

FOOD FOR ALL

PRODOTTI  
BIO



**FOOD FOR ALL**

FOOD FOR ALL

PRODOTTI  
CONVENZIONALI

# Cosa migliora?

- + Nuovo marchio di prodotto
- + Nuove attività di marketing a supporto
- + Nuove confezioni e creatività più accattivanti
- + Nuova gamma ottimizzata



## Cosa migliora?

### NUOVO APPROCCIO MARKETING ORIENTED

#### I PERCHÈ DEL NETTO MIGLIORAMENTO DI TUTTI GLI ASPETTI CHE HANNO FATTO IL SUCCESSO DEL NOSTRO BRAND

**FUTURO** Perché un'azienda già con molti anni di esperienza nel settore decide di cambiare la propria "firma"? Perché affrontare il mercato con una nuova identità?

Il bisogno nasce dall'incontro tra Food For All e la nuova comunicazione basata sul **marketing strategico**. L'azienda ora è adulta, consapevole, ed aspira ad un salto di qualità. Per farlo veramente, bisogna **scoprire cosa è richiesto dal mercato** e, per

farlo, ci si affida ad un marketing evoluto e dai risultati concreti. Per rispondere prontamente ed efficacemente a quanto il mercato chiede, con rapidità e senza errori o spreco di risorse. Ora non c'è spazio per l'improvvisazione ma solo per le soluzioni che portano risultati. Rimane l'**esperienza**, la passione per il biologico, la grande qualità dei prodotti, la competenza e cultura che hanno certificato il nostro successo negli anni.

**L'anima di Food For All non è cambiata!**



*Cosa migliora?*

## NUOVO MARCHIO DI PRODOTTO

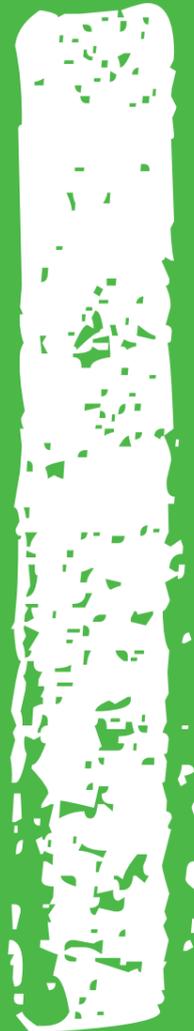
UN NUOVO POSIZIONAMENTO DI MARCHIO PIÙ FORTE ED EVOCATIVO, MEMORABILE ED EFFICACE SUI CLIENTI

**INNOVAZIONE** L'aspetto più evidente di questa evoluzione sta proprio nel nuovo marchio di prodotto.

Un **nuovo nome** orientato al consumatore che "pensa al bio" e che soprattutto dovrebbe scegliere il bio per la sua salute e benessere. Dunque diretto e chiaro nel messaggio, inequivocabilmente **in linea con la mission aziendale** e di prodotto; una grafica "imperfetta" e manuale (quasi un timbro) per sottolineare le **caratteristiche artigianali** dei prodotti; colori più

in sintonia col mondo vegetale (predominanza del verde); infine, il ricordo del marchio precedente (il sole) rivisitato ed arricchito di un nuovo significato (l'alba come nuova fase storica per l'azienda).

Tutto questo concorre a creare il **nuovo posizionamento** del marchio sul mercato del biologico, in chiave evocativa, grazie ad una icona ed a un naming **facilmente memorizzabili** da parte del consumatore finale.





Il logotipo è ben evidente sia sulle confezioni in cartone che sulle etichette. Ben visibile, su fondo chiaro, impossibile sbagliare nella scelta!



Ogni prodotto, a parte pochi casi, è caratterizzato da un'immagine: non tanto del prodotto in se' ma del suo possibile utilizzo. Un'indicazione preziosa per chi si avvicina per la prima volta a prodotti Vegetali o Vegani...



Nel retro dei pack sono riportate tutte le indicazioni tecniche: le tabelle nutrizionali, oltre alle indicazioni di consumo e gli ingredienti. Nei pack in cartone, viene sempre inserita una ricetta originale per esaltare il gusto del prodotto ed il suo utilizzo appropriato.



Il nome del prodotto, la categoria e le proprietà di gusto e della ricetta (o le indicazioni di utilizzo) sono chiaramente riportate sul fronte dei pack. I diversi colori caratterizzano le categorie di appartenenza del prodotto.



I valori del prodotto sono indicati sempre in campi visivi ben segnalati, al lato dell'immagine del prodotto. Anche in questo caso, i colori seguono i cromatismi propri della linea di appartenenza.

## Cosa migliora?

### NUOVI PACKAGING EFFICACI E MODERNI

#### UNA NUOVA STRATEGIA DI COMUNICAZIONE CHE SI EVOLVE: DA UN PACK DEL BIOLOGICO, FORSE SPARTANO E DESCRITTIVO, ANDIAMO ORA VERSO PACK CHE SODDISFANO LE NUOVE TENDENZE DEL CONSUMATORE DEL BIOLOGICO

**EVOLUZIONE** PensaBio aumenta la percezione qualitativa delle proprie referenze anche attraverso la revisione completa del "vestito" dei propri prodotti. Addio alle confezioni impersonali e troppo artigianali. Ora i pack sfoggiano una **cura grafica e realizzativa in grado di distinguersi sullo scaffale**. Uno stile pulito e minimalista ma al tempo stesso **ricco di comunicazione ed informazione**.

Ogni pack è caratterizzato da un'immagine rappresentativa per dare un'indicazione di utilizzo, scelta mirata ed elegante per caratterizzare maggiormente le diverse referenze. Tutto questo per incontrare l'evoluzione del "consumatore bio", sempre sensibile alla qualità ma ora attratto, vista la grandissima e variegata offerta, dalla qualità estetica dell'involucro.



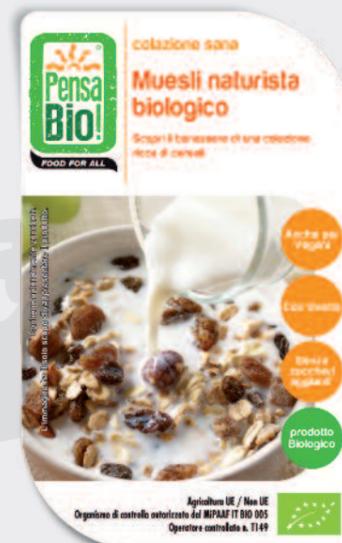
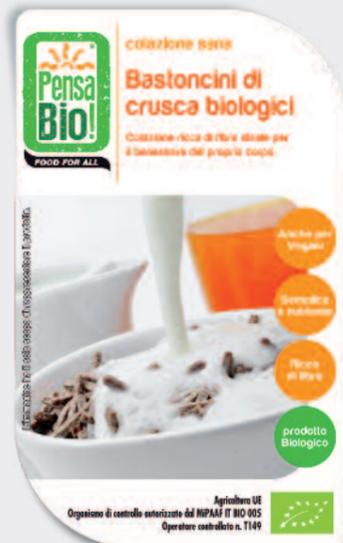
Le nuove linee

## COLAZIONE SANA

Referenze ricche di gusto e benessere per la prima colazione.

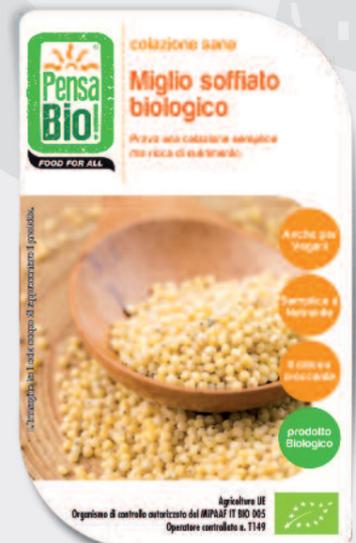


### SACCHETTO TRASPARENTE



# COLAZIONE SANA

## SACCHETTO TRASPARENTE



## Le nuove linee

### I NOSTRI LIEVITI

Dal tradizionale lievito per pane e prodotti da forno, al lievito inattivo per dare più sapore alle pietanze.

### INSAPORITORI

Il miglior sale per un tocco unico a ricette "5 stelle".

## SACCHETTO TRASPARENTE



## SACCHETTO TRASPARENTE



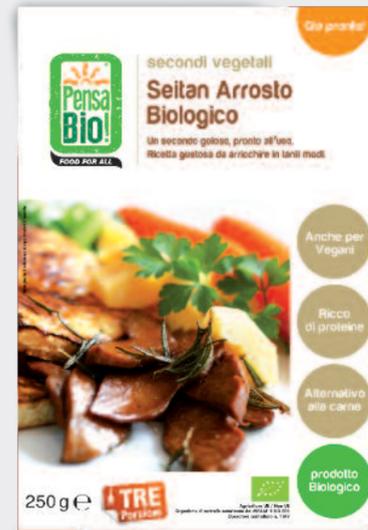
# Le nuove linee

## SECONDI VEGETALI

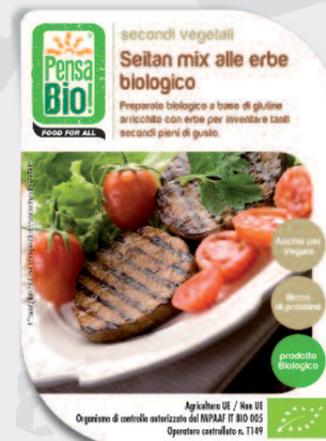
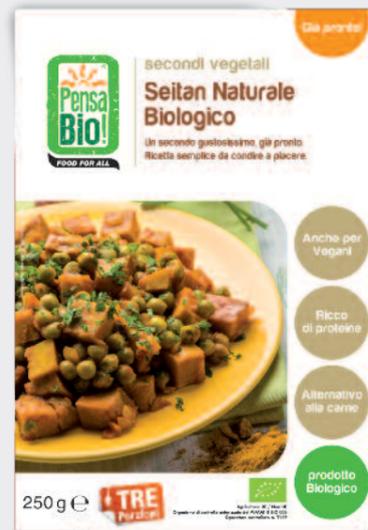
Secondi piatti originali e gustosi  
alternativi alla "solita" carne!



### CONFEZIONE IN CARTONE



### SACCHETTO TRASPARENTE





*Cosa migliora?*

## QUALITÀ CERTIFICATA PER UNA GAMMA OTTIMIZZATA

PENSABIO ELEVA ANCORA DI PIÙ IL CONTROLLO DELLA QUALITÀ DEI PROPRI PRODOTTI E LI CERTIFICA COME GARANZIA DI ECCELLENZA

**ALTA QUALITÀ** PensaBio migliora anche questo aspetto. Certi di eccellere sul piano qualitativo, abbiamo deciso di fare ancora di più: investendo sulle risorse umane, abbiamo creato un **dipartimento interno per il controllo qualità**. Professionisti in grado di monitorare costantemente la filiera pro-

duuttiva e qualitativa. Questo per garantire ai vostri clienti la qualità certificata al 100%! L'evidenza di questo impegno arriverà alla fine di quest'anno con una **CERTIFICAZIONE INTERNA DI SICUREZZA DEI PRODOTTI** che garantirà la qualità della filiera produttiva.

## PENSABIO AMPLIFICA LA FLESSIBILITÀ DEI PRODOTTI A CATALOGO E SFUSI

**FLESSIBILITÀ** Coerenti con i nostri prodotti ed il nostro stile di vita basato su ecologia e rispetto ambientale, PensaBio propone a richiesta un'ampia gamma di **referenze sfuse**. Minor spreco e scarto, utilizzo ridotto di materiale per i pack e gli imballi, dunque massimo rispetto per l'ambiente e le sue risorse.

Questa scelta testimonia, oltre alla grande flessibilità aziendale, l'alta capacità di rispondere alle esigenze della clientela con un'**offerta personalizzata** e mirata al proprio mercato e target.



Cosa **non** cambia?

## LE MATERIE PRIME

L'AMORE E LA PASSIONE PER IL BIO ED UN'ESPERIENZA LUNGA 40 ANNI RIMANGONO ECCELLENTI COME PRIMA

**ECCELLENZA** PensaBio è sia un marchio che una filosofia di prodotto. Nessuna referenza viene firmata se non eccelle per la qualità delle materie prime utilizzate. È l'unico aspetto che in azienda non è cambiato e non cambierà mai.

Quello che può essere diverso è la continua ricerca ed evoluzione per produrre con ingredienti ancora più salutari.

Dove è possibile scegliere, proponiamo sempre il prodotto più sano e di qualità migliore.

Recentemente PensaBio ha fatto due scelte importanti: sui grassi e sui dolcificanti...

**No: olio di palma.**

**Sì: olio di oliva, olio di girasole, olio di cocco e burro di cacao.**

**No: sciroppo di glucosio/fruttosio.**

**Sì: sciroppo di riso, zucchero di cocco, zucchero di palma e zucchero greggio di canna.**





**Food For All**  
**di Tonello M. & C. snc**  
Via Galilei 6/8, 37026 Pescantina (VR)  
Tel 0456701894 - Fax 0456702001  
[www.pensabio.it](http://www.pensabio.it) [info@pensabio.it](mailto:info@pensabio.it)