



## SAGRA, IL NOSTRO OLIO

**Un nuovo concept di comunicazione.**

**Un completo restyling grafico della gamma degli oli Extra Vergine e di oliva.**

**Un logo più moderno.**

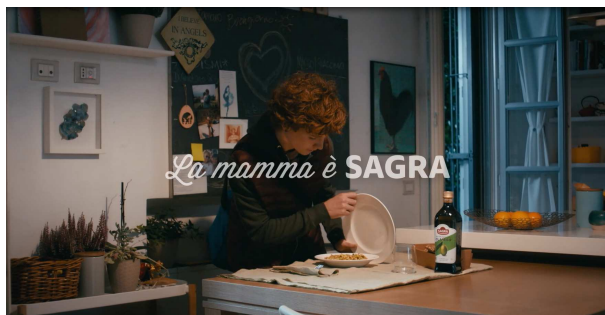
Prende il via da questi tre asset l'importante piano di rilancio del brand Sagra, dal 1959 garanzia di qualità dell'olio di oliva, un marchio storico, proprietà dell'azienda Salov Spa di Lucca, tra i principali player nazionali e internazionali del settore (e proprietaria anche del marchio Filippo Berio, leader in Usa e Uk e presente in oltre settanta paesi).

Salov ha affidato all'agenzia AUGÉ HEADQUARTER di Milano l'incarico di sviluppare un concept totalmente nuovo di comunicazione per il suo marchio Sagra, dedicato in esclusiva al mercato italiano.

Il claim "Sagra, il nostro olio", riassume e rilancia lo spirito di appartenenza, quello che fa dell'olio di oliva Sagra una certezza e un punto di riferimento qualitativo per i consumatori. Sagra è l'olio degli Italiani, l'olio di qualità, che fa parte della nostra vita come tutti i nostri rituali, le nostre abitudini, le situazioni più ricorrenti e quelle alle quali non vogliamo rinunciare.

### LO SPOT

Il nuovo spot illustra in modo empatico ed emotivo questo rapporto, con una successione di scene vere e italiane: un pranzo in famiglia, una cena con gli amici, la pennichella dopo il pic nic, una vacanza tra amiche, la domenica sul divano a guardare la squadra del cuore etc... Scene di vita vissuta, momenti "sacri" per ognuno di noi (da qui il gioco col nome del prodotto: *La famiglia è Sagra, La pennichella è Sagra, La mamma è Sagra*), in cui non può mancare la presenza costante di un filo di olio di oliva Extra Vergine di alta qualità, ingrediente immancabile nella dispensa, sulla tavola, nella dieta, nello stile di vita: *L'Olio è Sagra*. Fin dagli Anni Sessanta, quando era venduto esclusivamente nelle farmacie e sugli scaffali di esclusivi negozi alimentari, l'olio Sagra è riconosciuto come un olio di altissima qualità. È l'olio scelto dagli Italiani, che sono i più esperti al mondo di olio di oliva.



Spot visibile al link: <https://www.youtube.com/watch?v=Fa2IDFTXbpk>



## IL PACKAGING

La campagna vuole ridare centralità al prodotto olio, vero e proprio pilastro della dieta mediterranea per le sue provate virtù di benessere.

Parte fondante del nuovo progetto è stato il lavoro effettuato sulle etichette. L'immagine grafica della gamma oli di oliva ed Extra Vergine Sagra, viene rinnovata con un approccio forte e di netta differenziazione dalla categoria. Laddove predominano i colori scuri, Sagra emergerà dagli scaffali con una etichetta molto chiara, bianca, impreziosita da sensazioni tattili della carta, simile a quella delle più pregiate etichette di vino. Al centro risalta l'immagine di un'oliva in rilievo, che diventa la vera protagonista, mentre lo sfondo è caratterizzato da una banda trasversale che si colora diversamente a seconda delle diverse referenze. Il risultato è un system nuovo, fresco, di grande impatto che a scaffale declina la 'famiglia Sagra' regalando equilibrio e forza al brand, che in alto spicca.

La riconoscibilità del marchio e la coerenza di gamma risultano nettamente rafforzati. L'attenzione alla materia prima è il comune denominatore dei prodotti, la qualità è garantita da Sagra.

Il Classico, la referenza più nota e venduta di olio di oliva ed olio Extra Vergine Sagra, è il primo a debuttare in queste settimane con la nuova veste. Gradualmente saranno sostituite tutte le etichette.



“Siamo molto soddisfatti del concept sviluppato insieme all'agenzia AUGÉ – commenta Valentina Duffaut, responsabile marketing del Gruppo Salov - di cui avevamo già apprezzato il lavoro fatto per altri grandi marchi, come Ikea e Sammontana. In un contesto altamente sfidante, abbiamo deciso di proporre un tipo di comunicazione diverso, che emozioni e che strappi un sorriso. Al centro della scena sono i nostri consumatori in situazioni tipicamente italiane, dove l'olio, come il buon cibo, non possono mancare. Siamo convinti che questo nuovo spot toccherà il cuore degli italiani e non potrà che rafforzare il rapporto di fiducia con i nostri consumatori, che si basa su solidi valori di attenzione alla qualità, competenza e passione. Anche la scelta originale del packaging va in questa direzione: chiarezza, trasparenza, eleganza e attenzione al dettaglio per offrire un prodotto prezioso”.



“In AUGE siamo soliti lavorare a ri-posizionamenti di brand, a partire dal pack per arrivare alla comunicazione di prodotto – commenta Federica Ariagno, partner e direttore creativo dell’agenzia AUGE. - Questo progetto ci ha particolarmente coinvolto perché si trattava di ridare vita e storia ad un marchio importante e ad un prodotto sfidante, come l’olio.

Siamo entusiasti del risultato e del lavoro di squadra fatto con un cliente sensibile e preparato. I risultati sono lo specchio di questa bella collaborazione.”

Il nuovo spot sarà on air da dicembre con una campagna digital video da 30, 15 e 10 secondi sui principali siti italiani, per proseguire poi sulla TV nel 2017. Lo stesso concept sarà declinato anche su stampa e sui social network.

[www.sagra.it](http://www.sagra.it)

---

*CREDITS*

Per la comunicazione:

Agenzia: AUGE HEADQUARTER

Direzione creativa: Federica Ariagno - Giorgio Natale

Copywriter: Federico Anelli

Art Director: Gianluca Malimpensa

Senior TV Producer: Cecilia Del Favero

Casa di produzione: Mercurio Film

Executive producer: Francesca Zazzera

Regia: Victor Carrey

Per il pack:

Agenzia: AUGE /D

Direzione creativa: Davide Mosconi

Graphic designer: Gianluca Malimpensa

Per il cliente:

Responsabile Marketing: Valentina Duffaut

Brand Manager: Paolo Baronti