



COMUNICATO STAMPA

ORO SAIWA PRESENTA IL SUO RESTYLING

Genova, 7 luglio 2009 – ORO Saiwa, lo storico biscotto per la prima colazione da sempre sinonimo di semplicità e leggerezza, ha una nuova immagine grafica.

Declinata sull'intera gamma ORO (Classico, Fibrattiva, Cereali, Cereacol, Le Biscotte e Ciok), la nuova immagine si compone di diversi elementi evocativi dei valori legati al brand: tradizione, semplicità, leggerezza, autenticità.

In primo luogo, è stata ulteriormente accentuata la componente affettiva ed emozionale del brand, con un logo più moderno e visibile e una composizione grafica finalizzata a trasmettere vicinanza, piacere e calore.

In secondo luogo, l'immagine del biscotto è stata modificata per trasmetterne la friabilità e il gusto.

Inoltre, i colori caldi e intensi sono stati accentuati per evocare energia e visibilità.

Infine, sono stati rafforzati i richiami alla naturalità tramite un utilizzo più marcato della spiga, sia come elemento grafico del logo sia come elemento "fisico" nella composizione dell'immagine.

Sul pack dei prodotti con un posizionamento orientato al benessere e arricchiti in fibre (Fibrattiva, Cereacol e 5 Cereali) sono inoltre stati messi in ulteriore evidenza i benefici specifici per l'organismo con l'obiettivo di sfruttare al meglio le potenzialità informative delle confezioni.

La nuova immagine grafica si rifletterà anche sulle nuove campagne pubblicitarie pensate per l'intera gamma, che avranno il duplice obiettivo di continuare a sostenere ORO Classico veicolandone i messaggi chiave che da oltre 50 anni lo rendono il biscotto più venduto in Italia e allo stesso tempo aumentando la notorietà degli altri prodotti del marchio.

Saiwa è stata fondata a Genova nel 1900 ed è passata all'interno del Gruppo Kraft Foods a Dicembre 2007. Oggi l'azienda conta oltre 600 dipendenti, con sede a Genova e un sito produttivo in provincia di Alessandria. Negli ultimi anni l'azienda ha registrato risultati positivi, arrivando a un fatturato di oltre 250 milioni di euro nel 2007. L'offerta di Saiwa si articola attorno ai due poli dei prodotti da forno e degli snack salati e dolci e include brand come Oro Saiwa, Premium, Tuc, Oreo, Cipster, Fonzies, Ritz Yonkers, Mikado. Saiwa è da sempre azienda di riferimento in alcuni dei comparti del mercato italiano, come ad esempio i biscotti secchi per la prima colazione con il marchio Oro Saiwa e gli snack salati con i marchi Tuc, Cipster, Fonzies e Ritz. Oro Saiwa, prodotto storico dell'azienda, ha festeggiato recentemente i primi 50 anni. Oro Saiwa è il biscotto più venduto in Italia e da sempre è sinonimo di semplicità e leggerezza per la prima colazione.

Per ulteriori informazioni:

Burson Marsteller - Ufficio Stampa Saiwa

Laura Poggio

Dir. 02 72143.527 – Mob. 340 5505096

laura.poggio@bm.com