Margherita, tante novità incluso nuovo sito e packaging

mar-packpizza-a-1e0f735e

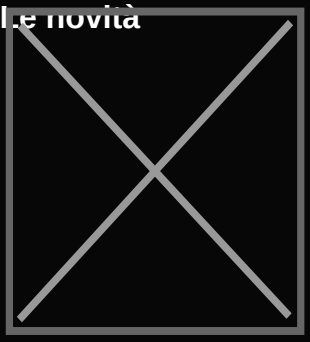
Margherita Srl rilancia la propria identità aziendale attraverso **un restyling generale che muove dal logo al sito internet fino ad arrivare al packaging**. L'azienda rinnova il dialogo con i clienti a partire dai valori che ne hanno decretato il successo.

Progettato con grande attenzione al visual e alla userexperience, il nuovo sito accompagna l'utente alla scoperta del mondo di Margherita regalando, sia da desktop che da mobile, una navigazione piacevole e immediata. Attraverso l'equilibrata sintesi di immagine e parole, la piattaforma delinea i plus che hanno consentito all'azienda di Fregona di raggiungere un posizionamento di eccellenza, **basato su valori come qualità, sostenibilità e artigianalità, ma anche un contesto paesaggistico che la posizione tra le acque montane e il verde della foresta del Cansiglio**, la seconda più grande d'Italia. Un ecosistema di contenuti studiato per racchiudere e presentare al meglio una storia che dura da oltre cinquant'anni, dal primo impasto del 1972 alla sede iniziale del 1991, fino agli attuali quattro siti produttivi.

Il nuovo packaging rispetta tutte le caratteristiche di un prodotto di alta gamma. Grazie alla bellezza del facing si distingue a scaffale e nel banco frigo attirando l'attenzione e **trasmettendo da subito il valore e la qualità del prodotto**. È progettato per instaurare da subito una relazione di fiducia con il consumatore, a partire dalla **chiara indicazione degli ingredienti e dall'applicazione di un QR code che consente di accedere ad ulteriori focus e approfondimenti.** La foto del prodotto richiama al primo sguardo il forno di casa, dove è possibile preparare in pochi minuti una pizza buona come quella di pizzeria.

“Abbiamo scelto di innovare la nostra immagine - spiega **Andrea Ghia**, Amministratore Delegato di Margherita srl – *per offrire ancora più risalto ai tratti peculiari che caratterizzano i nostri valori e le nostre produzioni. Qualità, artigianalità, trasparenza, condivisione sono tra i fattori chiave di una crescita costante, dove la modernità non ha intaccato quel legame alla tradizione che rende di fatto Margherita la più grande pizzeria d’Italia”.*

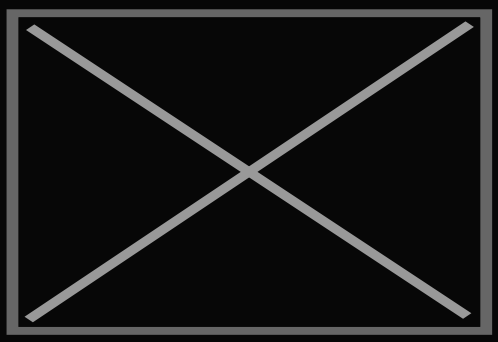
Le novità



La linea biologica

Margherita è in procinto di lanciare sul mercato una nuova linea con l’obiettivo dichiarato di *veicolare nel segmento bio l’esperienza, la tradizione e la bontà della vera pizza italiana. “Il nostro dipartimento di ricerca e sviluppo è sempre attento e attivo nel monitorare il mercato e nell’intercettare le richieste esplicite o implicite dei consumatori. Dopo mesi di analisi in Italia eall’estero caso abbiamo constatato una certa insoddisfazione nel mondo bio e in particolar modo, una scarsità d’offerta a livello quantitativo e qualitativo".*

La nuova linea, dedicata al mercato italiano ed estero della Grande Distribuzione, Ho.Re.Ca e Retail comprende 3 ricette di margherita: una a base bianca, una a base integrale e una multicereale/farro. **L’ingredientistica**, dalle farine al topping, **proviene da filiera certificata bio e da realtà riconosciute a livello nazionale per la qualità e la sicurezza dei propri prodotti**. Altro file rouge e valore aggiunto della gamma è l’impasto: con **lievito madre a lievitazione 24 ore garantisce un eccezionale sviluppo della pizza rendendola ancora più saporita e digeribile**. La miscela di farine e grani antichi e orzo maltato sprigiona profumi e sapori inconfondibili, mentre la lavorazione effettuata completamente a mano conduce a una stesura perfetta e ad un’alveolatura ben sviluppata, indice di un’ottima idratazione e lievitazione. Il cornicione extra alto, morbido dentro e croccante fuori, riporta alla mente la migliore tradizione della pizza come in pizzeria, così come l’assaggio ne evoca il gusto caratteristico.



La pinsa farcita

La pinsa farcita è un **prodotto di fascia premium** dedicato al mercato della Grande Distribuzione, Ho.Re.Ca. e Retail e al Bakery. Sia in versione surgelata che nel fresco, la referenza **si afferma per proprietà uniche e una qualità globale comprendente molteplici elementi a partire dall'impasto**. L'utilizzo di materie prime selezionate come farine e grani antichi e la lavorazione completamente realizzata a mano, risultato dell'esperienza dei maestri pizzaioli con anni di formazione in azienda, conducono allo sviluppo di un impasto saporito, digeribile e capace di garantire dopo la cottura, sia in padella che in forno, un elevatissimo grado di crunch, elemento distintivo di ogni autentica pinsa.

A questo aspetto si somma la **qualità del topping, di un'ingredientistica che da anni l'azienda arricchisce e perfeziona selezionando le migliori materie prime presenti sul territorio**. Esempio di questa capacità di ricerca è l'utilizzo su varie referenze della gamma Re Pomodoro degli Champignon del Consorzio funghi di Treviso che grazie al processo di brasatura mantengono intatte le caratteristiche organolettiche sprigionando tutto il loro sapore.

Pizza "Metodo a doppia lievitazione"

La pizza "metodo a doppia lievitazione" è un prodotto di fascia premium dedicato a Grande Distribuzione, Ho.Re.Ca. e Retail, ma anche il mondo Bakery, con caratteristiche uniche: **il doppio impasto con lievito madre a lievitazione 24 ore garantisce un eccezionale sviluppo dell'impasto, rendendolo ancora più saporito e digeribile**. La miscela di farine e grani antichi e orzo maltatoriporta profumi e sapori inconfondibili, quelli della vera pizzeria italiana.

La lavorazione effettuata completamente a mano, frutto dell’esperienza dei maestri pizzaioli con anni di formazione in azienda, è la garanzia di una stesura perfetta e un’alveolatura ben sviluppata, indice di un’ottima idratazione e lievitazione. **Il cornicione extra alto, morbido dentro e croccante fuori, così come la farcitura manuale di ogni singola pizza, riportano alla mente la migliore tradizione della pizza come in pizzeria**, così come l’assaggio ne evoca il gusto caratteristico.