



Paneangeli: On Air il nuovo sito web e al via il Programma Fedeltà Qubi Il brand presenta la nuova strategia digitale a cura di AKQA

Prosegue il percorso di riposizionamento di Paneangeli avviato lo scorso anno, questa volta nella sua declinazione digitale con un nuovo sito web e con il Programma Fedeltà Qubi

Desenzano del Garda, 11 novembre 2021 – **Paneangeli**, storico brand di proprietà dell'azienda cameo e punto di riferimento per chi ama mettere le mani in pasta, prosegue quest'anno il suo **percorso di riposizionamento** avviato nell'ottobre 2020 tramite la campagna "La magia nelle tue mani", con il lancio del nuovo **sito web** Paneangeli.it e del **Programma Fedeltà Qubi**.

Per rimanere sempre più accanto ai propri consumatori, Paneangeli ha quindi deciso di migliorare la user experience del sito internet, con un layout rinnovato e maggiormente intuitivo, oltre a **premiare** gli appassionati e i più fedeli al brand con **Qubi**, il programma con cui si potranno collezionare punti, partecipare a concorsi e vincere numerosi premi.

Il nuovo sito web

Il nuovo sito – il cui concept alla base è il rinnovato payoff "La Magia nelle tue mani" - è stato pensato per essere un luogo digitale per ispirare, guidare e incuriosire tutti coloro che amano mettere le mani in pasta. Paneangeli è da sempre **al fianco degli appassionati** e lo fa ora anche in digitale per continuare a proporre idee e consigli sempre nuovi per **stimolarli in cucina e spingerli a migliorarsi**, regalando così un'esperienza piacevole, gratificante e di successo a chiunque, indipendentemente dal livello di esperienza. In poche parole, trasferire la magia di Paneangeli nelle loro mani.

"La nuova immagine digitale di Paneangeli rappresenta la nostra volontà di avere un contatto sempre più diretto con i nostri consumatori" afferma **Riccardo Panichi, Executive Marketing Manager di cameo**. *"Il nostro sviluppo non passa solo attraverso i nostri prodotti; per proseguire il percorso di riposizionamento intrapreso lo scorso anno, abbiamo voluto rendere concreta la nostra vicinanza ai consumatori anche attraverso le nostre properties digitali proponendoci come punto di riferimento per chi ama mettere le mani in pasta e regalando loro una customer journey completa: dall'ispirazione alla realizzazione di una ricetta"*.

Il **tone of voice** del brand è rimasto caldo e rassicurante, come quello di una guida, ma, a tratti, anche sfidante, esattamente come quello di un maestro, che conosce il suo allievo e lo esorta a fare sempre meglio. I punti fondamentali su cui AKQA ha lavorato nella creazione e nel miglioramento del nuovo sito sono quindi la **fruibilità dei contenuti**, una nuova **semplicità di ricerca** e la **personalizzazione dell'esperienza di navigazione** a seconda delle necessità dei singoli utenti, su cui il **supporto contestuale** è garantito da suggerimenti mirati a garantire il successo del risultato.

"Trovare risposte è importante quanto lasciarsi sorprendere da un'intuizione inaspettata – prosegue Claudio Riva, senior art director di AKQA - Per questo, all'interno delle sezioni più sensibili per l'utente la navigazione ha uno scroll continuo che, a seguito del contenuto cercato, propone suggerimenti contestuali. Questo accade, per esempio, nelle pagine di ispirazione per le preparazioni, dove vengono suggeriti gli abbinamenti più frequenti o i consigli per dare un twist speciale alle ricette".

Per quanto riguarda la riprogettazione dell'intera piattaforma tecnologica web, l'obiettivo era quello di permettere a team differenti di poter creare e gestire informazioni in totale autonomia e senza troppe dipendenze e vincoli tra di loro. *"Per questo – commenta Roberto Butti, Director of Technology di AKQA - è stata progettata una piattaforma Headless (API based), la quale ha permesso un totale disaccoppiamento della parte di erogazione dei contenuti (il frontend) da quella di gestione. Tool specifici destinati alle diverse tipologie di informazioni sono stati assegnati ai team di riferimento: al team di marketing quello relativo ai contenuti editoriali e di campagna, ai pasticceri quello delle ricette, a chi si occupa di attività concorsuali e accumulo punti il tool dedicato alla gestione del loyalty program. Il frontend si occupa solo ed esclusivamente delle dinamiche di interazione utente. Questo ha permesso di slegare il ciclo di vita dei contenuti dal ciclo di vita del rilascio delle funzionalità con impatti positivi sulla scalabilità e sulle performance della piattaforma."*



Il nuovo Programma Fedeltà

A partire dal 1° ottobre, il sito è stato anche arricchito con **Qubì**: il Programma Fedeltà di Paneangeli che si pone l'obiettivo di riservare ai fedeli del brand **iniziative e proposte** sempre nuove, in grado di alimentare la loro passione e di vederla riconosciuta.

Gli iscritti, all'interno di Qubì potranno **collezionare punti** caricando gli scontrini dei loro acquisti e **partecipare ai concorsi**, richiedendo così numerosi **premi** pensati per tutti coloro che amano mettere le mani in pasta. Nei prossimi mesi, inoltre, il programma verrà arricchito con l'aggiunta di nuove funzionalità per rendere l'esperienza utente sempre più coinvolgente.

“La forma del cucchiaino e il naming Qubì rimandano al concetto di “quanto basta”, quella sigla che nelle ricette cambia a seconda del contesto e della persona e si associa al significato di dose perfetta che, declinato su un progetto loyalty, comunica quanto perfetto per ognuno sia ciò che il brand riserva a tutti coloro che aderiscono al programma. Infine, non potevano mancare le stelline, la firma magica di Paneangeli” conclude Cristina Bissanti, Senior Copywriter AKQA.

CREDITS: AKQA

Senior Art Director | Claudio Riva
Senior Copywriter | Cristina Bissanti
Senior Strategist | Erica Donolato
Project Manager | Thatiana Terra
Front End Developer | Fabrizio Calderan
Front End Developer | Nicolas Ruggeri
Back end Developer | Fabrizio Codello
Director of Technology | Roberto Butti
Account Director | Alessio Giampaoli
Head of Strategy | Lorenzo Foffani
Experience & Design Director | Gabriele Corazza
Managing Director AKQA Italia | Umberto Basso

PER ULTERIORI INFORMAZIONI

havas pr milan – Ufficio stampa cameo

Alessia Vitalone – 02 85457062 – alessia.vitalone@havaspr.com

Claudia Mastrodonato – 0285457037 – claudia.mastrodonato@havaspr.com

cameo è un'azienda alimentare specializzata in torte, budini e pizze. Produce e distribuisce su tutto il territorio nazionale, oltre 200 prodotti. Ha sede a Desenzano del Garda (BS) e conta circa 320 collaboratori. Da oltre 80 anni, cameo regala alle famiglie italiane il piacere di preparare torte, budini e altre specialità, nel rispetto di una filosofia che è tutta racchiusa nel suo motto: la qualità è la miglior ricetta. È nota soprattutto per i suoi preparati che aiutano milioni di persone a scoprire il piacere di fare, l'orgoglio di offrire e la gioia di condividere ricette gustose, in ogni momento della giornata, divertendosi in cucina, in modo semplice e con idee sempre nuove. www.cameo.it

AKQA è un'agenzia specializzata nell'ideazione, progettazione e realizzazione di innovative forme di interazione, su tutti i canali di contatto, tra clienti e brand. I nostri clienti sono i nostri partner: insieme creiamo il futuro della customer experience, esaltando l'unicità dei loro brand. Il nostro approccio imprenditoriale e collaborativo ci permette di progettare servizi digitali su misura che trasformano e innovano generando valore e un impatto misurabile. Oggi AKQA, parte del Gruppo WPP, è presente in 29 sedi tra Stati Uniti, America Latina, Europa e Asia e conta su una squadra di più di 2.000 professionisti. Nominata da Gartner e Forrester come una delle agenzie leader in innovazione ed experience design è stata recentemente riconosciuta da Fast Company come il “Best Place to work” per gli innovatori.