

IN ALTA DEFINIZIONE

IL CONCEPT HD RIVOLUZIONA LA CARTOTECNICA



Ecco il modo ideale per celebrare il traguardo dei 140 anni di attività di Pigna, facendo tesoro dell'eccezionale esperienza accumulata e, al contempo, proponendo al mercato strade ancora tutte da scoprire. Il nuovo concetto HD, applicato su due "classici" come Monocromo e Pigna Fruits, fa approdare il lusso nel Retail e presenta un inedito livello di servizio per tutti i canali distributivi

Basta guardarsi intorno: la tendenza alla monocromia, all'utilizzo di tinte pure, sta emergendo con decisione nei più svariati campi della nostra vita quotidiana. Pigna cavalca l'onda di questa riscoperta ma vi aggiunge qualcosa di ancor più innovativo: l'intuizione che il "lusso" non debba limitarsi ai costosissimi articoli semiartigianali e che possa invece approdare e diffondersi nel mondo della cartotecnica, rivoluzionandone l'idea che comunemente

ne abbiamo. La convinzione che l'alto di gamma non sia affatto appannaggio esclusivo delle raffinate "boutique della carta" e che, al contrario, possa e debba entrare nella normale cartoleria, rivolto a un consumatore esigente ed evoluto ma non necessariamente d'élite. È questo in sostanza il progetto espresso nel "concetto HD": la forza del colore in tutta la sua magnificenza e attrazione percettiva, unita a nobilitazioni di stampa assolutamente inedite in questo segmento merceologico ma anche a un'innovativa concezione del servizio. La maniera ideale per celebrare il traguardo dei 140 anni di attività per la storica Azienda, facendo tesoro dell'eccezionale esperienza accumulata e, al contempo, proponendo al mercato strade ancora tutte da scoprire.

Colore, la tendenza espositiva del momento

Che il colore, in tutta la sua purezza, oggi appaia più "persuasivo" dell'utilizzo di complesse texture, decorazioni e illustrazioni non c'è dubbio ma Pigna non si è limitata a sfruttare l'esplosione della tendenza e, in un certo senso, l'ha anticipata e arricchita... Come ci spiega **Luigi Camozzi**, Direttore Commerciale dell'Azienda, "una corposa nicchia di consumatori orientati al 'linguaggio' del colore è sempre esistita e la fortunata e storica linea Monocromo è stata la risposta a questa esigenza. Attualmente, però, c'è da registrare la differente ampiezza del fenomeno e l'influenza che ha esercitato ultimamente sul layout del punto vendita: l'esposizione monocromatica è una tenden-



Luigi Camozzi, Direttore Commerciale

za che sembra aver 'sfondato' non solo nel mercato della moda, com'è ovvio, ma persino nell'alimentare. Il 'muro di colore' come presentazione dei prodotti è apertamente teorizzato e proporre, come stiamo facendo, collezioni che hanno un punto di forza nella loro coordinabilità cromatica va visto anche come un concreto servizio all'efficace allestimento del Retail".

Materiali selezionati e qualità delle lavorazioni

"Il concetto HD è molto più ambizioso – prosegue Luigi Camozzi. – Applicandolo a due classici particolarmente amati quali **Monocromo** e **PignaFruits**, siamo andati oltre l'elemento cromatico e abbiamo spaziato dai trattamenti ai materiali fino ad investire la sfera stessa del servizio: è un concetto nuovo di fruibilità e flessibilità per tutti i Canali distributivi.

Lavorazioni e materiali rafforzano ed elevano il concetto a un livello di lusso raro da trovare nel mercato cartotecnico. I prodotti, infatti, sono stati nobilitati attraverso applicazione di plastifiche soft touch, strategiche serigrafie lucide, marchi in argento a caldo del logo identificativo HD e della storica aquila con l'indicazione dell'anno di fondazione della cartiera. Inoltre, rispetto all'offerta consueta delle due linee, abbiamo favorito l'esplosione merceologica (quaderni, quaderni ad anelli, cartelline, ecc.) dei soggetti scelti".

Il Tempo come "vero lusso"

L'eleganza del prodotto non esaurisce, però, l'innovatività del concetto. Precisa Luigi Camozzi: "consapevoli di quanto sia determinante oggi il 'tempo' nel costituire l'idea contemporanea del 'lusso', abbiamo pensato di accompagnare gli articoli con un servizio che si concretizza negli imballi speciali, personalizzati alle esigenze del canale distributivo e comunque ridotti, per una gestione più rapida e di qualità. È questo il lusso che PIGNA propone". □

LUSSO E COLORE

Il ricorso al codice cromatico si è fatto sempre più frequente e, soprattutto, non è più circoscritto ai suoi eventuali usi funzionali ma è tornato a essere significativo elemento estetico, sfruttando appieno il suo potenziale di suggestione

