



CASE HISTORY

BERTOLLI

La ricetta
è semplice.

27 Aprile 2023



una storia
oltre 150 anni fa

a Lucca, nel cuore della
Toscana, per poi raggiungere
negli anni, grazie alla passione
e all'impegno di diverse
generazioni, oltre 45 paesi,
diventando oggi
l'olio più scelto al mondo.

LA MARCA DI OLIO N°1 AL MONDO

Ambasciatore dell'olio di oliva per milioni di persone, Bertolli è il fedele alleato in cucina, che in tutto il mondo rappresenta il simbolo di una tradizione cominciata più di cento anni fa

*Fonte: Euromonitor, vendite in dettaglio a valore 2021

ATTENZIONE AL CONSUMATORE

Esperto d'olio da oltre un secolo, Bertolli ha imparato a conoscere le preferenze di chi ama il buon olio, offrendo una gamma di prodotti utili a soddisfare bisogni ed esigenze dei suoi consumatori

LA SEMPLICITA' IN CUCINA

"La semplicità è l'essenza dei piatti più buoni", questo il credo di Bertolli. Oli diversi con gusti diversi per accompagnare con spontaneità tutte le ricette e le scelte in cucina

1

IL NOSTRO TARGET È

Relativamente giovane

44 anni

Price &
promo sensitive

CREATIVE FAMILIES

Cercano
qualità e versatilità

87%

79%

Familiarity

Awareness

Consideration

FLAVOUR BASICS

Cercano
semplicità e convenienza

53%

51%

Familiarity

Awareness



UNA NUOVA IMMAGINE CHE HA GIÀ CONQUISTATO I CONSUMATORI

89%

BRAND SUITABILITY
della nuova identità di prodotto

89%

di INTENZIONE D'ACQUISTO
tra i consumatori Bertolli

71%

di APPREZZAMENTO
della nuova immagine Bertolli

Fonte: GFK

"LA SEMPLICITÀ È L'ESSENZA DEI PIATTI PIÙ BUONI"
dal 1885

BERTOLLI

La Ricetta è Semplice.

BERTOLLI
OLIO EXTRA VERGINE DI OLIVA
"ORIGINALE"

UNA NUOVA IMMAGINE CHE HA GIÀ CONQUISTATO I CONSUMATORI

89%
di INTENZIONE D'ACQUISTO tra i consumatori Bertolli

71%
BRAND SUTTILITÀ della nuova identità di prodotto

89%
di APPREZZAMENTO della nuova immagine Bertolli

Fonte: GfK, Consumer Panel dati 2022-2023 survey anni target 20-49 anni

I NOSTRI RISULTATI

BRAND AWARENESS DI MARCA* 89%	VENDITE IN VOLUME† +25% negli ultimi 5 anni
FAMIGLIE ACQUIRENTI‡ +28% negli ultimi 5 anni	PENETRAZIONE IN MERCATO EVO* 5,2% oltre 1,3 milioni di acquirenti nel 2022

* GfK Brand Tracking, Roma 2022, intervista online
† Nielsen IQ IQV Panel UK, vendite da serie 2017-2022 Bertolli Original
‡ Nielsen IQV Panel UK, dati novembre 2022-2023 Bertolli Original

BERTOLLI
dal 1885

Quella di Bertolli è una storia di famiglia che nasce oltre 150 anni fa a Lucca, nel cuore della Toscana, per poi raggiungere negli anni, grazie alla passione e all'impegno di diverse generazioni, oltre 45 paesi, diventando oggi l'olio più scelto al mondo.

1 LA MARCA DI OLIO N°1 AL MONDO* Ambasciatore dell'olio di oliva per milioni di persone, Bertolli è il marchio italiano in cucina, che in tutto il mondo rappresenta il simbolo di una tradizione costruita più di cento di anni fa.	2 ATTENZIONE AL CONSUMATORE Esperto d'olio da oltre un secolo, Bertolli ha imparato a conoscere le preferenze di chi ama il buon olio, offrendo una gamma di prodotti utili a soddisfare bisogni ed esigenze dei suoi consumatori.	3 LA SEMPLICITÀ IN CUCINA "La semplicità è l'essenza dei piatti più buoni", questo il credo di Bertolli. Oli diversi, con aromi diversi per accompagnare con eleganza tutte le ricette e le scelte in cucina.
--	--	---

*Fonte: Euro monitor, ricerche in dettaglio a valore 2021

LA NUOVA BOTTIGLIA

La qualità di sempre per la tua cucina di tutti i giorni

Nuova etichetta
per migliorare la visibilità a scaffale, con carta ad effetto naturale per incrementare l'attrattiva di prodotto

Nome e colori iconici
per preservare l'identità di prodotto e rafforzare la riconoscibilità a scaffale

Nuova bottiglia
dalla forma pratica e maneggevole, più leggera, per un miglior utilizzo in cucina

Storicità e tradizione
una presenza impareggiabile del logo distintivo, per sottolineare l'expertise della marca nell'olio d'oliva

Bertolli per l'ambiente
-10% di vetro
(rispetto alla precedente bottiglia): un contributo sostenibile da trasmettere al consumatore

UNA NUOVA IMMAGINE CHE HA GIÀ CONQUISTATO I CONSUMATORI

89%
di INTENZIONE D'ACQUISTO tra i consumatori Bertolli

71%
BRAND SUTTILITÀ della nuova identità di prodotto

89%
di APPREZZAMENTO della nuova immagine Bertolli

Fonte: GfK, Consumer Panel dati 2022-2023 survey anni target 20-49 anni

I NOSTRI RISULTATI

BRAND AWARENESS DI MARCA* 89%	VENDITE IN VOLUME† +25% negli ultimi 5 anni
FAMIGLIE ACQUIRENTI‡ +28% negli ultimi 5 anni	PENETRAZIONE IN MERCATO EVO* 5,2% oltre 1,3 milioni di acquirenti nel 2022

* GfK Brand Tracking, Roma 2022, intervista online
† Nielsen IQ IQV Panel UK, vendite da serie 2017-2022 Bertolli Original
‡ Nielsen IQV Panel UK, dati novembre 2022-2023 Bertolli Original

La ricetta
è semplice.

27 Aprile 2023



NUOVA IMMAGINE CHE HA GIÀ
QUISTATO I CONSUMATORI



3 EVO heavy user target 25-65 anni



LA NUOVA BOTTIGLIA

*La qualità di sempre
per la tua cucina
di tutti i giorni*

NUOVA ETICHETTA

per migliorare la visibilità a scaffale,
con carta ad effetto naturale per
incrementare l'attrattività di prodotto

NOME E COLORI ICONICI

per preservare l'identità di prodotto
e rafforzarne la riconoscibilità a scaffale



NUOVA BOTTIGLIA

dalla forma pratica e maneggevole
più leggera, per un miglior
utilizzo in cucina

STORICITÀ E TRADIZIONE

una presenza impattante del logo
distintivo, per sottolineare l'expertise
della marca nell'olio d'oliva

BERTOLLI PER L'AMBIENTE

-10% di vetro
(rispetto alla precedente bottiglia):
un contenuto sostenibile
da trasmettere al consumatore

LA NUOVA PROPOSTA BERTOLLI

Per competere in ogni segmento del mercato rilevante per il nostro target consumatori

