



STRUMENTI

STAMPARE, CUIA...

CONDIVIDI



Vasinikò, il network di pizzerie nato nel 2013 e presente a Milano, Bergamo, Lodi, Bologna e Cremona, inaugura il 2022 con due nuove insegne e un radicale rebranding che segna un vero e proprio passaggio da food brand a lovable brand.

Entro la primavera 2022, Vasinikò sbarcherà nella città di Modena e subito dopo inaugurerà il suo primo locale fuori Italia, a Londra, nella iconica Covent Garden.

Ad accompagnare la costante espansione del marchio – che oggi impiega oltre 60 risorse – è la nuova immagine. L'agenzia napoletana Wstaff Dablu, che ha firmato la nuova identità di marca tra stile scandinavo e pathos partenopeo, punta a costruire un rapporto di empatia, condivisione e gioco. L'obiettivo è creare un rapporto con la propria community di clienti spostando l'attenzione sul piano delle emozioni, per dare vita a esperienze di consumo inedite, volte a stringere con il pubblico una relazione speciale e duratura.

La nuova brand identity di Vasinikò si ispira allo svedese **IKEA**, benchmark di riferimento che per primo ha puntato a creare dei reali e profondi legami con i consumatori che lo ripagano con fedeltà e amore. Il nuovo *pay off* del brand recita: "Accento Napoletano" per sottolineare la vera anima del marchio, espressione della napoletanità a tutto tondo. Lo stile comunicativo va oltre il comune *foodtelling* per diffondere la cultura napoletana in chiave moderna, *in-store* e *online*.

Vasinikò nasce nel 2013 con una mission precisa: portare al Nord Italia la pizza verace partenopea e la cucina di tradizione napoletana attraverso una rete di locali dal mood mediterraneo e contemporaneo al tempo stesso, con una proposta classica e dal prezzo giusto. Le materie prime arrivano dalla Campania e sono tutti ingredienti selezionati con cura: i pomodori dell'agro nocerino sarnese, i latticini della Costiera, olio extravergine da olive di cultivar del territorio campano. Il basilico, il profumo principe ed irrinunciabile della cucina napoletana e mediterranea più in generale, emblema di freschezza, dà il nome al network: *vasinicola*, da cui Vasinikò, è il basilico in dialetto napoletano, un termine antico e ancora in uso all'ombra del Vesuvio che deriva dal greco *vazilikon* e che a sua volta si rifà alla parola *vasilias* cioè Re.

Vasinikò, Accento Napoletano



INFODATION

Vasinikò, il network di pizzerie nato nel 2013 e presente a Milano, Bergamo, Lodi, Bologna e Cremona, inaugura il 2022 con due nuove insegne e un radicale rebranding che segna un vero e proprio passaggio da food brand a lovable brand.

Entro la primavera 2022, Vasinikò sbarcherà nella città di Modena e subito dopo inaugurerà il suo primo locale fuori Italia, a Londra, nella iconica Covent Garden.

Ad accompagnare la costante espansione del marchio – che oggi impiega oltre 60 risorse – è la nuova immagine. L'agenzia napoletana Wstaff Dablu, che ha firmato la nuova identità di marca tra stile scandinavo e pathos partenopeo, punta a costruire un rapporto di empatia, condivisione e gioco. L'obiettivo è creare un rapporto con la propria community di clienti spostando l'attenzione sul piano delle emozioni, per dare vita a esperienze di consumo inedite, volte a stringere con il pubblico una relazione speciale e duratura.

La nuova brand identity di Vasinikò si ispira allo svedese **IKEA**, benchmark di riferimento che per primo ha puntato a creare dei reali e profondi legami con i consumatori che lo ripagano con fedeltà e amore. Il nuovo *pay off* del brand recita: "Accento Napoletano" per sottolineare la vera anima del marchio, espressione della napoletanità a tutto tondo. Lo stile comunicativo va oltre il comune *foodtelling* per diffondere la cultura napoletana in chiave moderna, *in-store* e *online*.

Vasinikò nasce nel 2013 con una mission precisa: portare al Nord Italia la pizza verace partenopea e la cucina di tradizione napoletana attraverso una rete di locali dal mood mediterraneo e contemporaneo al tempo stesso, con una proposta classica e dal prezzo giusto. Le materie prime arrivano dalla Campania e sono tutti ingredienti selezionati con cura: i pomodori dell'agro nocerino sarnese, i latticini della Costiera, olio extravergine da olive di cultivar del territorio campano. Il basilico, il profumo principe ed irrinunciabile della cucina napoletana e mediterranea più in generale, emblema di freschezza, dà il nome al network: *vasinicola*, da cui Vasinikò, è il basilico in dialetto napoletano, un termine antico e ancora in uso all'ombra del Vesuvio che deriva dal greco *vazilikon* e che a sua volta si rifà alla parola *vasilias* cioè Re.

Non a caso il piatto sempre in carta è la pizza Vasinikò fatta con pesto di basilico campano e stracciatella. Freschezza, gusto napoletano e innovazione contemporanea sono i valori del brand.