

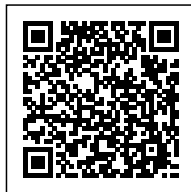
VASINIKÒ LA PIZZA VERACE CHE GUARDA ALL'EUROPA

Pubblicato il 24 Marzo 2022 di Harry di Prisco



Categoria: [POLITICA](#), [SCUOLA](#), [SINDACATO](#), [ECONOMIA](#)

Etichette: [basilico](#), [Covent Garden](#), [pizza](#), [Vasinikò](#)



Vasinikò aprirà nei prossimi giorni un locale a Modena e subito dopo al Covent Garden di Londra

La mission è portare al Nord Italia la pizza verace partenopea e la cucina di tradizione napoletana

Da poco Vincenzo Salemme ha concluso con grande successo le repliche della commedia "Napoletano? E famme 'na pizza" dove un personaggio chiede ad un altro di dimostrare la sua presunta napoletanità facendogli una pizza. Si ripete così lo stereotipo che vede il napoletano cantante e sempre allegro. Certo il più famoso prodotto che ha reso celebre Napoli nel mondo è proprio la pizza, che è entrata a far parte del patrimonio immateriale dell'UNESCO. Fra tanti marchi uno si distingue per fare da ambasciatore della napoletanità, è Vasinikò, il network di pizzerie nato nel 2013 e presente a Milano, Bergamo, Lodi, Bologna e Cremona. Nel 2022 ha inaugurato due nuove insegne e un radicale rebranding che segna un vero e proprio passaggio da food brand a lovemark, cioè un concetto di marketing che si basa su un nuovo modo di interpretare l'idea di brand, inteso come "fidelizzazione".

Entro la primavera di quest'anno, Vasinikò sbarcherà nella città di Modena e subito dopo inaugurerà il suo primo locale fuori Italia, al Covent Garden di Londra, la principale zona di Londra per teatri e intrattenimento.



Vasinkò 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 tipo 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 menù è la pizza Vasinikò fatta con pesto di basilico campano e stracciatella. Freschezza, gusto napoletano e innovazione contemporanea sono i valori del brand. Il basilico viene da sempre utilizzato dalla medicina popolare per contrastare disturbi gastrointestinali e come rimedio per favorire la digestione, la diuresi e per stimolare l'appetito. Il basilico sulla pizza deve essere messo all'inizio della cottura oppure in uscita dal forno, il posizionamento del basilico sulla pizza deve avvenire in maniera delicata e nessuna foglia deve coprire le altre. Le altre pizze speciali sono: o' cappiell' e

Totò, la sbagliat, la scarurella e la pistacchiella. Ad accompagnare la costante espansione del marchio - che oggi impiega oltre 60 risorse - è la nuova immagine. L'agenzia napoletana Wstaff Dabliu, 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 ad esperienze di consumo inedite, volte a stringere con il pubblico una fidelizzazione e quindi una relazione speciale e duratura nel tempo.



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 propri clienti. Il nuovo pay off, cioè il testo che caratterizza il logo del marchio che sintetizza le caratteristiche salienti che costituiscono l'essenza stessa del brand e che il logo esprime in forma visiva è: "Accento Napoletano" per sottolineare la vera anima del marchio, espressione della napoletanità a tutto tondo. Lo stile comunicativo è incentrato sulla cultura napoletana che è riconosciuta da tutti e che spicca per arte,

teatro, nel suo dialetto e ovviamente per la pizza.

Per maggiori informazioni: www.vasiniko.com

Harry di Prisco

