

MARKT & PRODUKTE

Der italienische Moment



Dank des neuen Packungsdesigns in vollflächigen Pastelltönen setzen sich die elf Allegretto-Sorten gut voneinander ab / Foto: Allegretto

Allegretto inszeniert sich neu und präsentiert, nach erfolgreicher Einführung der neuen Markenbotschafterin Antonella, eine komplett überarbeitete Markenwelt, inklusive neuem Claim, modernem Packungsdesign, zeitgemäßem Sortiment und neuem Zubehör. Dank des neuen Packungsdesigns in vollflächigen Pastelltönen setzen sich die elf Sorten gut voneinander ab und sollen so das Lebensgefühl von Allegretto unterstreichen. Dabei ist die Farbe jeder Sorte charakteristisch. So erstrahlt beispielsweise der Classico in den klassischen Allegretto Farben rot und weiß und die aus kontrolliert biologischem Anbau und 100 Prozent fair gehandelten Sorten Espresso und Crema Visione in natürlichen Grüntönen. Auf jeder Verpackung befindet sich ein Kurzprofil des Kaffees sowie Informationen zu Allegretto, Italien oder der Sorte. Das Geschmacksprofil mit neuer Kategorisierung ist seitlich platziert. Im Zuge des Relaunches wurde außerdem das Sortiment um den Allegretto Tradizionale verkleinert und alle verbleibenden elf Sorten auf 500-Gramm-Packungen umgestellt, lediglich der Décafino ist weiterhin als 250-Gramm-Einheit erhältlich. Durch die Umstellung der Packungsgröße, Reduzierung des Verpackungsmaterials und die Erhöhung der Versandeinheit von drei auf sechs Kilogramm wird zudem der CO₂-Fußabdruck verringert. Die neue Markenwelt spiegelt sich auch in der Ausstattung wider. Mit modern und zeitlos gestaltetem Geschirr, Coffee-to-go-Bechern und Zubehör wie Zuckersticks und Gebäck macht Allegretto Lust auf Dolce Vita in der Tasse. Abgerundet wird das Angebot durch saisonale Rezeptideen. Das Sortiment bietet eine Geschmacksvielfalt von leicht-fruchtig bis kraftvoll-intensiv. Je

nach Geschmacksvorliebe kann ab sofort zwischen elf Sorten gewählt werden ? von klassisch oder italienisch geröstetem Espresso über Caffè-Crema-Varianten bis hin zu Bio- und Fairtrade-zertifizierten Sorten. Was die Allegretto-Familie eint, ist die Leidenschaft der Röstmeister, aus jeder Bohne etwas Einzigartiges zu machen. Dieses Versprechen findet sich als neues Allegretto Qualitätssiegel ab sofort auf der Verpackung und rückt die sortenreine Röstung nach dem Manufakturverfahren und die Tradition seit 1880 in den Fokus. Mit Antonella hatte die Marke bereits im letzten Jahr ein buntes, frisches Profil mit moderner Persönlichkeit und italienischem Temperament bekommen. Antonella liebt alles, was Italien ausmacht und erlebt mit Allegretto ihren ?italienischen Moment? ? ein unvergessliches Gefühl, das zur neuen Markenbotschaft wurde. Antonella soll den Italien-Liebhaber abholen und mit ihrer fröhlichen positiven Art für Allegretto begeistern. Das geschwungene A aus dem Logo steht plakativ für Allegretto und Antonella und verbindet Qualität und Leidenschaft für Espresso auf moderne italienische Art.