

# Une nouvelle saga publicitaire Panzani : Oui, mais signée WNP !



Après avoir dévoilé un tout premier film début mars, Panzani et WNP révèlent aujourd'hui l'essentiel de la nouvelle campagne issue de leur récente collaboration, à travers 3 films que les Français vont découvrir prochainement sur leurs écrans.

Marque populaire incontournable depuis sa création en 1950, présente aujourd'hui dans plus de 80% des foyers français, Panzani a marqué aussi bien les habitudes culinaires des Français que leur imaginaire publicitaire. Elle est actuellement en France la marque #1 du rayon des pâtes sèches ainsi que des sauces.

La mission confiée à WNP sur le plan publicitaire est de renforcer cette position de leader en développant d'une part **l'iconicité de la marque** - une des plus célèbres et appréciées des rayons FMCG - et d'autre part en améliorer **la valeur perçue de ses gammes de pâtes et sauces** (dans une période marquée par l'inflation et la concurrence accrue des MDD).

**>Une campagne OUI, MAIS une campagne TRÈS Panzani.**

L'idée de WNP est de mettre au cœur de la nouvelle rhétorique publicitaire le célèbre **“Oui, mais des Panzani !”**.

L'agence a fait de ce **“Oui, mais”** quelque chose qui n'a jamais été fait dans l'histoire de la marque : plus qu'une simple signature, il devient une mécanique publicitaire à part entière, la « bascule » qui est au cœur de l'écriture de chacun des films de cette nouvelle campagne.

Un **“Oui, mais”** iconique qui n'appartient qu'à Panzani et qui rappelle l'attachement des Français à cette marque.

Un **“Oui, mais”** qui vient souligner à chaque fois une supériorité produit : Panzani ce sont certes des pâtes ou des sauces, oui mais avec toujours une vraie valeur ajoutée pour le consommateur.

Par ailleurs l'agence a travaillé à établir **de nombreux codes de marque** dans les films : en habillant les films de l'illustre couleur rouge, en codifiant des packshots très impactants, en starifiant la fenêtre transparente des sachets de pâtes, en mettant en scène des plats qui donnent vraiment envie ou encore en développant une musique propriétaire.

**>Des films Produits OUI, MAIS au service de la Marque.**



Les films écrits par WNP sont des tranches de vie enlevées, dans lesquelles les produits Panzani ont toujours un rôle à jouer. Des situations de tous les jours, attachantes ou drôles, qui sont le reflet de la personnalité "Caregiver ascendant Joker" de la marque.

Panzani est et souhaite s'affirmer plus que jamais comme la marque des familles. Ce sont donc les familles françaises et leur quotidien que WNP et Panzani ont souhaité starifier. Des familles de tous horizons et de tous âges.

Pour cela, ils ont fait appel au réalisateur Lars Blumers, réputé pour la qualité de ses castings et leur justesse.

### >Une campagne OUI, MAIS déjà forte de 4 FILMS.

Loin du grand film de marque de 1 mn, WNP et Panzani font le pari des formats courts et efficaces. La campagne se compose de films de 19 secondes (et de nombreux « cutdowns »), présentant chacun une gamme différente, et dont le fort encodage et la mécanique récurrente permettront de contribuer à renforcer l'image de marque.

La campagne (qui a commencé par la gamme de pâtes « Les Créatives » en mars) va révéler dans les prochaines semaines 3 nouveaux films (pour les sauces Pesto, les pâtes 3 Minutes et la Sauce Provençale). Les films sont visibles ici :

Film "Pesto" : <https://youtu.be/1-znsR3DwRE>

Film Pâtes "Les 3 Minutes" : <https://youtu.be/8tRvCOljQk0>

Film "Sauce "Provençale" : <https://youtu.be/NgZ1o-V53Wl>

Le bouquet final sera le film pour le lancement de la gamme Pâtes Fraîches (qui constitue une innovation majeure pour Panzani) qui est en cours de finalisation et va intervenir courant 2024.

### **Valérie Beauchesne (Directrice Marketing de Panzani) :**

*« L'idée de WNP nous a tout de suite séduits car elle donne toute sa place et sa signification à notre slogan « Des pâtes/sauces oui, mais des Panzani », qui est historiquement un des assets les plus forts de la marque. Nous avons aussi besoin de renforcer nos messages produits tout en gardant un fort encodage de marque pour maximiser les effets de halo, défi que WNP a su relever. »*

### **Eric Delannoy (Vice-Président et Managing Partner de WNP) :**

*« Nous avons pris un grand plaisir à collaborer avec l'équipe Panzani pour créer cette nouvelle campagne. Nous sommes aussi très heureux et très fiers d'avoir eu l'idée du "Oui, mais", une idée à la fois très Panzani et éminemment déclinable. Qui nous a permis d'écrire des films codés sans être stéréotypés et dans lesquels nous beaucoup de familles françaises devraient se reconnaître. »*

### **PANZANI**

Valérie Beauchesne : Directrice Marketing  
Pauline Fayon : Chef de Groupe Sauces en charge de l'Equity  
Charles Ginot : Chef de Groupe Pâtes Sèches  
Alizée Touat : Chef de Produit  
Héloïse Moulinec : Chef de Produit  
Julie Mareschal : Chef de Produit  
Enora Madec : Chef de Produit

### **WNP (WHAT'S NEXT PARTNERS)**

Eric Delannoy : Vice-Président et Managing Partner  
Thomas Le Thellec : Directeur Conseil et Partner  
Walthère Malissen : Senior Partner, Head of Strategy  
Anaïs Burgué : Cheffe de projet  
Marlène Fagot : Cheffe de projet  
Mathieu Vinciguerra : Executive Creative Director et Managing Partner  
François-Xavier Barré : Directeur Artistique Senior  
Jérémy Jamet : Concepteur Rédacteur Senior



## WNP STUDIO

Tanguy Dairaine : TV Producer  
Corentine Chauvel : Responsable de Production

## BLUE PRODUCTION

Julie Michelin : Producteur  
Maxime Gallet : Directeur de production  
Lars Blumers : Réalisateur

## CALESON

Christophe Boutin : Fondateur / Compositeur

## \_À PROPOS

**PANZANI** est le fabricant français de pâtes alimentaires et de sauces leader du marché. C'est l'histoire vraie d'une marque bienveillante créée en 1950 par un Français d'origine italienne et passionné, Giovanni Panzani devenu Jean, qui a contribué à faire découvrir tout le plaisir des pâtes aux Français. Aujourd'hui, la marque continue de perpétuer son savoir-faire de semoulier-pâtier pour fournir à ses consommateurs des pâtes et des sauces de grande qualité et accessibles à tous. Parce que "Des pâtes oui, mais des Panzani." Pour en savoir plus sur la marque Panzani, rendez-vous sur le site : [www.panzani.fr](http://www.panzani.fr)

## WNP (WHAT'S NEXT PARTNERS) : MARKETING AND BRANDS TRANSFORMERS

Quand le monde se digitalise chaque jour un peu plus, quand le consommateur se responsabilise chaque jour un peu plus, nous sommes aux côtés des entreprises et des marques pour les aider à réussir leur indispensable transformation.

### COMMUNICATION INTÉGRÉE

Dès 2011, WNP a été pionnier avec une approche intégrée du marketing & de la communication, permettant de créer des expériences fluides et cohérentes à travers tous les touchpoints critiques à la construction d'une marque forte et d'un business en croissance.

### SOCIAL MEDIA & INFLUENCE

Nous imaginons, développons et pilotons des stratégies social media innovantes qui utilisent le levier créatif des contenus pour maximiser les performances. Nous opérons sur l'ensemble de la chaîne de valeur social media : listening, stratégie d'audiences, création et production de contenus, stratégies d'acquisition, social commerce, campagnes d'influence, community management et modération, optimisation du paid social, mesure et learnings via les analytics. Un véritable "social one-stop-shop".

### WNP STUDIO

Grâce à ses technologies innovantes, WNP Studio optimise la performance des contenus de façon native et pensée pour chaque canal. Notre mission : "We make your content work harder". Notre force est de combiner trois éléments clés : Un storytelling et un "craft" engageants et persuasifs. Des contenus livrés "at cost, at speed & at scale" grâce à la tech. Des mesures prédictives des contenus grâce à l'IA.

### CRM & DATA PLANNING

Nous développons des stratégies relationnelles pour les marques afin d'augmenter la fréquence d'achat, de maximiser la 'Lifetime Value' et d'améliorer la satisfaction client.

### MARKETING & INNOVATION

Nous offrons des solutions marketing transformatives sur trois domaines d'expertise : Data-powered consumer intelligence, Marketing Mix Optimisation, Marketing innovation.

Site : [WNP.FR](http://WNP.FR)

Twitter : [WNP\\_FR](https://twitter.com/WNP_FR)

Instagram : [WNP\\_FR](https://www.instagram.com/WNP_FR)

Linkedin : [WNP \(What's Next Partners\)](https://www.linkedin.com/company/WNP-What's-Next-Partners)

## Contact presse WNP :

[Caroline@idenium.com](mailto:Caroline@idenium.com) – 06 12 91 41 78

## Contacts presse Panzani :

[panzani@mtrchk.com](mailto:panzani@mtrchk.com)

Mélissa Ollivier - 06 59 62 57 47 / Ludovic Benmokhtar - 06 03 08 92 44