



# LO SCOLAPASTA

PRESENTAZIONE BRAND CONCEPT



## DESCRIZIONE DEL PRODOTTO



# Diversi modelli e vari materiali

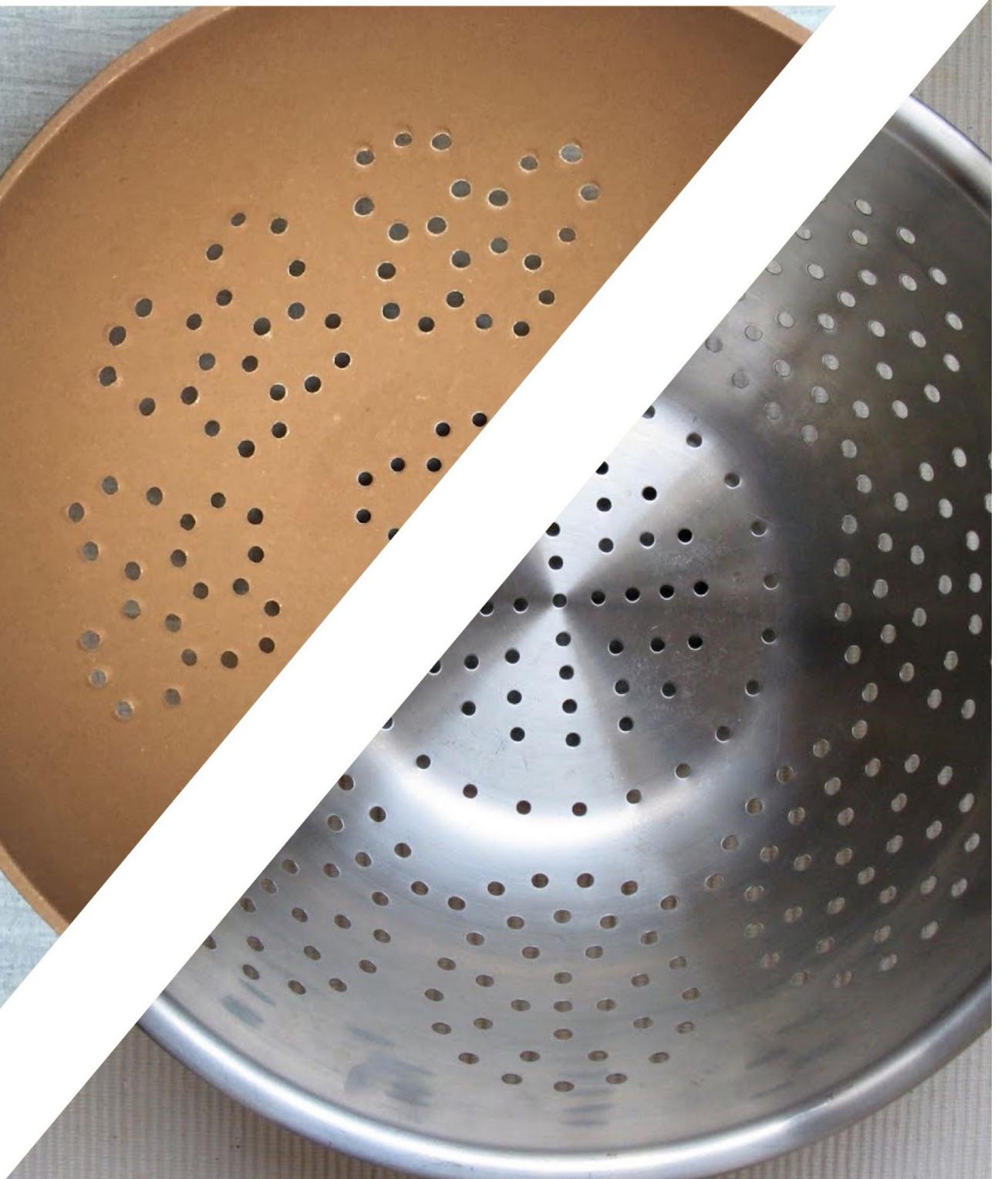
Lo scolapasta è un utensile da cucina utilizzato per separare la parte solida del cibo da quella liquida. Questo strumento è composto da una semicalotta forata, dei piedini o un sostegno e due maniglie

I materiali utilizzati nella produzione dello scolapasta variano: acciaio inox, ferro smaltato, alluminio, agilla pirofila, ceramica plastica, silicone,...



# La variazione del costo

Così come i materiali di produzione, anche i costi sono variabili. Gli scolapasta più economici e semplici possono costare 1 euro, quelli pieghevoli e più elaborati hanno un prezzo che si avvicina alla decina di euro mentre alcuni rari scolapasta vengono venduti come oggetti di design a prezzi che superano cento euro.





# La storia e l'etimologia

Lo scolapasta deriva dagli antichi setacci e colatoi usati per filtrare il vino. Nel 1300 inizia ad essere usato grazie alla diffusione della pasta. Nel 1363 il primo utensile simile al nostro scolapasta usato in Italia è la "Caza lasagnaria", un mestolo forato utilizzato dai pastai genovesi.





## I VALORI DEL PRODOTTO



### I valori intrinseci

Quali sono i principali valori derivanti dall'utilizzo dello scolapasta? Le caratteristiche più importanti di questo strumento sono : L'immediatezza d'uso, la capacità di filtraggio, l'essenzialità nella creazione di un pasto.



# I valori simbolici

Lo scolapasta per via della sua forma particolare può essere adoperato in vari usi alternativi. Con molta fantasia questo strumento può diventare un vaso, un deumidificatore, una lampada o un cappello.

Lo scolapasta assume anche un valore simbolico in opere come "Ontologia dello scolapasta" di Francesca Rigotti, Hubble Bubble di Choi Jeong-hwa o ad esempio nella vignetta satirica di Charlie Hebdo.





## Il Brief dell'azienda

5 laureati in Design si trasferiscono all'estero per qualche mese alla ricerca di nuove esperienze culturali e lavorative. Hanno anche fare con persone di altri paesi e si rendono conto che gli stranieri non sanno cucinare i piatti italiani anche se pretendono di saperlo fare.

Nasce così una piccola startup che produce e vende lo scolapasta, uno strumento che all'estero si possa utilizzare per fare la pasta così come si fa in Italia. Scolapasta accessibili a tutti, economici ma resistenti.





## Pessime imitazioni

L'obiettivo della nostra azienda è quello di veicolare il made in Italy, tutelare il valore della tradizione, fornire uno strumento che permetta di sentirsi "italiani".

La mission è quella di far chiamare questo utensile da cucina scolapasta anche dove non viene chiamato così (non più colander, colador ecc ecc ma scolapasta!), ovvero in tutti quei paesi dove la cucina italiana viene spesso imitata e stravolta.



## I nostri valori



### 01 SOCIALITÀ

La cucina assume sfumature "sociali", comunicando qualcosa di più profondo del semplice preparare un pasto.

### 02 AUTENTICITÀ

Comunicata non tramite cosa mangiamo, ma come lo cuciniamo attraverso la nostra conoscenza, il nostro spirito e tutte le tradizioni che nel tempo si sono codificate.



## I nostri valori



### 03 PASSIONE

Il cucinare in Italia è anche il metterci passione nel processo, il dare ad ogni fare preparativa la giusta attenzione ed equilibrare ogni fattore così come si fa con gli ingredienti.

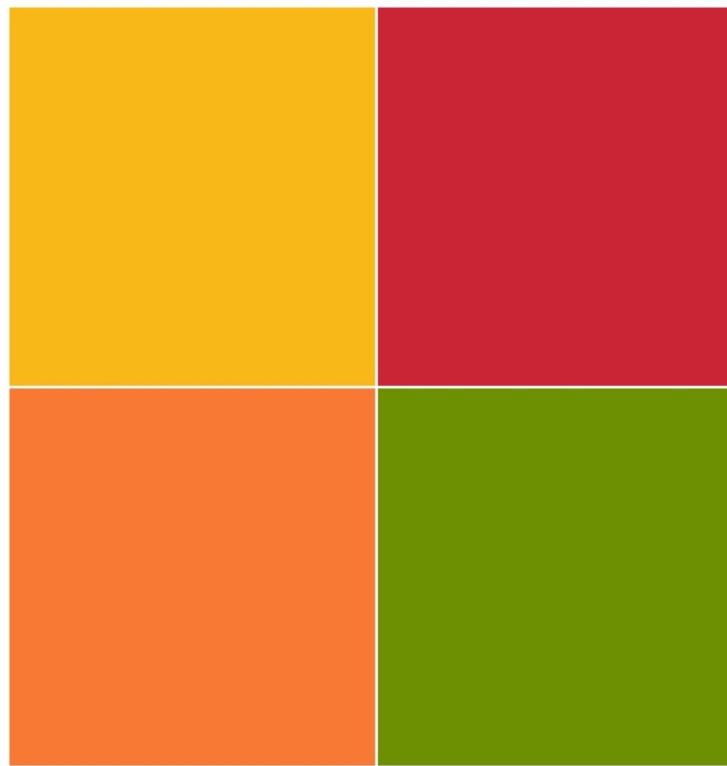
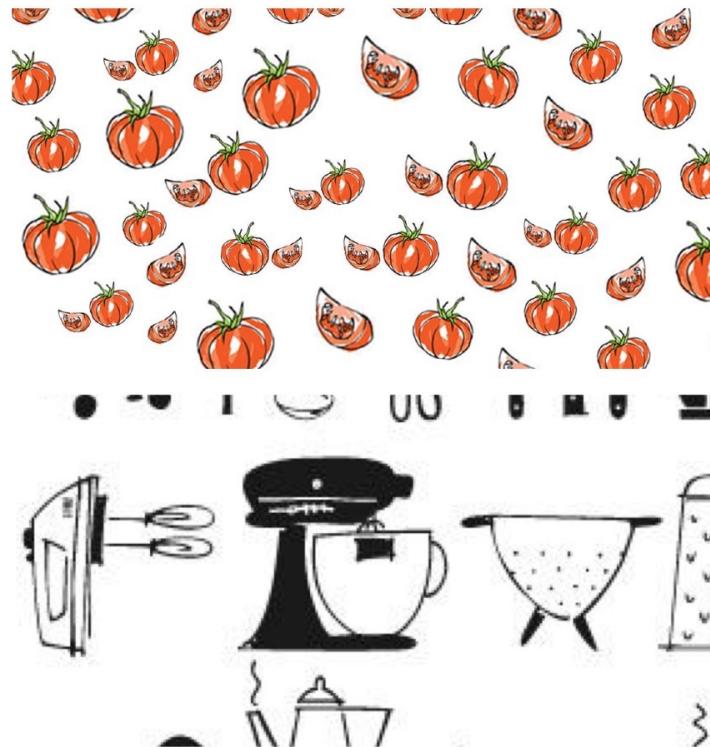
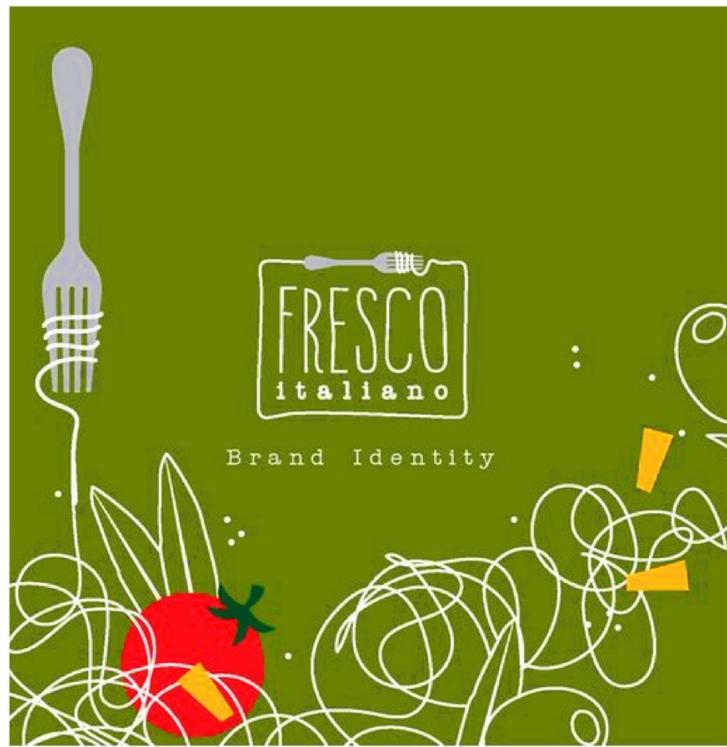


### 04 ITALIANITÀ

Il nostro scolapasta vuole rappresentare il forte senso di appartenenza alla cultura del Bel Paese, vuole richiamare la nostra cucina e tutti i valori e le caratteristiche della nostra terra.



## CONCEPT 1





CONCEPT 1



## CONCEPT 1 “Wagliò”

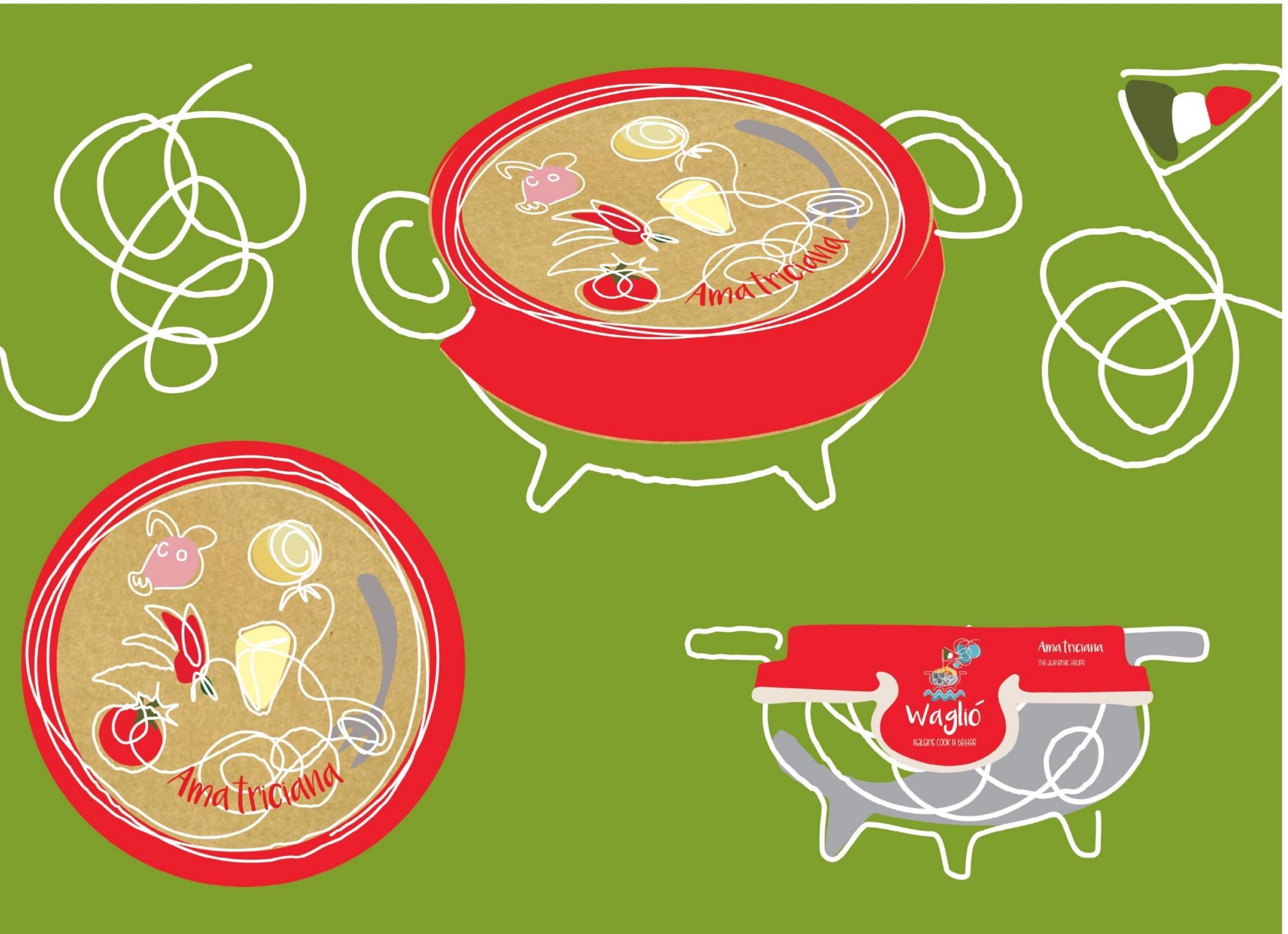
Wagliò comunica i valori dell'azienda con semplicità, leggerezza e allegria, lo stile scelto è basato sull'illustrazione e sulla bidimensionalità. La riga è immaginata come uno spaghetti che arrotolandosi crea pittogrammi e suggestioni culinarie. Il logo riassume in se' tutte queste caratteristiche: esso è formato da una linea sinuosa che si aggroviglia fino a creare uno scolapasta. Il pittogramma possiede una duplice interpretazione: l'atto dello scolare la pasta, con la rappresentazione del vapore e dell'acqua scolata. Uno scolapasta che diventa una barca, per portare nel mondo la conoscenza culinaria italiana. Il naming Wagliò vuole richiamare all'allegria dei dialetti italiani, (a cui è inevitabilmente collegata la nostra cultura culinaria) perfettamente coerente con l'immaginario sviluppato.



CONCEPT 1

# PACKAGING “Wagliò”

Il packaging per questo concept consiste in una semplice copertura di cartone colorato che varia in base alle principali ricette italiane (rosso per l'amatriciana, verde per il pesto ecc ecc)



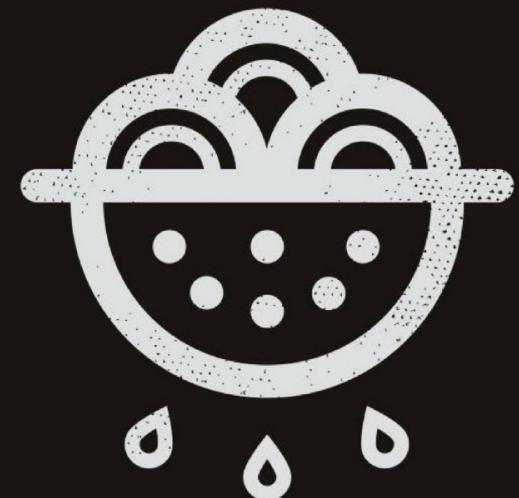


## CONCEPT 2





CONCEPT 2



# MAGNAITALIA

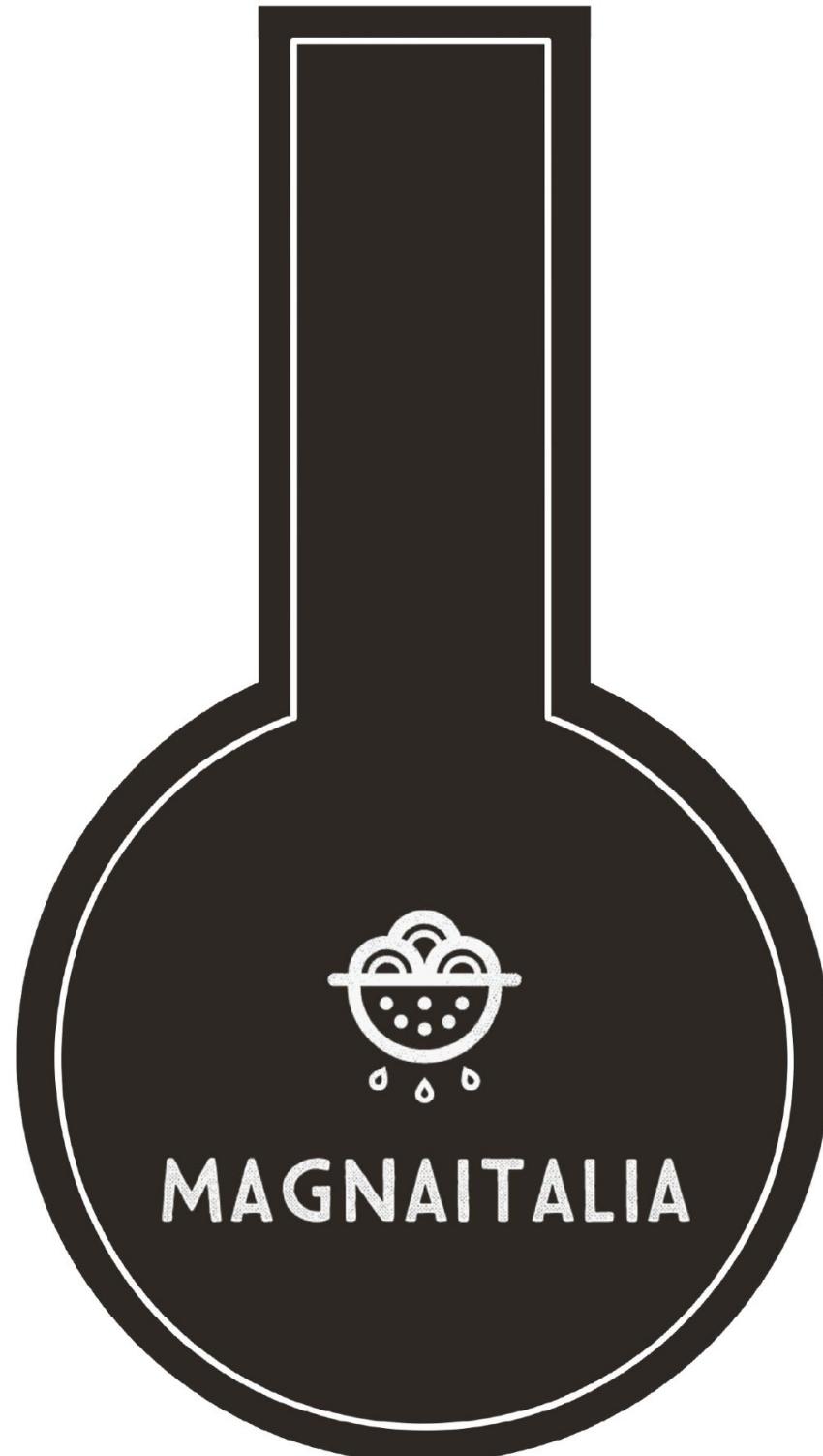
## CONCEPT 2 “Magnaitalia”

Magna Italia rappresenta l'eleganza della cucina italiana, la sua preziosità e la sua semplicità. Lo scolapasta è un utensile con cui poter creare con le proprie mani ricette del Bel Paese, con cui sentirsi un po' più cuochi. Visivamente questo è stato reso da tratti puliti e da una forte sintesi visiva, che cerca di associare eleganza e buon gusto estetico ad un utensile di per sé banale, restituendogli forza e sottolineando l'importanza che ha nel processo di creazione di un piatto Italiano. Il logotipo in sans serif è formato da un pittogramma essenziale. Con pochi tratti puliti si restituisce l'essenza del brand: elegante, a tratti rarefatta ma per tutti. Il nome “Magna Italia” richiama al mangiare italiano in maniera se vogliamo anche simpatica, ma allo stesso tempo enfatizza l'importanza che ricopre il nostro paese nella cultura culinaria mondiale.



## PACKAGING “Magnaitalia”

Il packaging è rispecchia la semplicità e l'eleganza del brand. Un disco monocromatico raffigurante il logo è posizionato all'interno dello scolapasta.





## CONCEPT 3





## CONCEPT 3

*Ca' Nostra*

## CONCEPT 3 “Ca’ Nostra”

Ca' Nostra parla di un mondo dove l'atto del cucinare unisce le persone, dove il focus è sulle emozioni, sulla ritualità dei gesti legati alla cucina, in cui lo scolapasta si trova ad essere in primo piano. Un mondo dove la convivialità viene concretizzata non solo dallo seguire insieme gli step di una ricetta ma anche dalla casa, che diventa lo spazio essenziale per riscoprire sè stessi.

Il logotipo di Ca' Nostra nella sua semplicità vuole ricordare la grafia a mano delle mamme, le liste della spesa, le conserve della nonna. Lo stesso nome, Ca' Nostra, richiama in maniera informale e sempre in dialetto lo spazio casalingo.

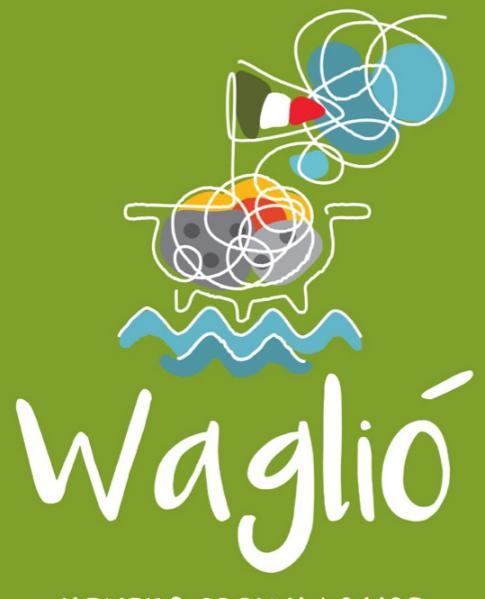


CONCEPT 3

# PACKAGING “Ca’ Nostra”

Il packaging dello scolapasta di Ca’ Nostra è una semplice fascia di cartone che ricopre lo scolapasta esternamente.





ca' Nostra