



Pomì: da prodotto a icona. I 25 anni del mito.

Un quarto di secolo di storia: Pomì compie 25 anni.

Pomì nasce all'inizio degli anni '80 come **prodotto portatore di vera innovazione in cucina** lanciando sul mercato **la prima passata di pomodoro pronta per l'uso: buona come il pomodoro passato in casa, veloce e semplice da usare per chiunque.**

Nato in risposta a nuove esigenze di uno stile di vita dai ritmi sempre più concitati e pressanti, Pomì si presenta come la risposta al bisogno di praticità, dimostrandosi innovativo anche nel pack: il primo in brick.

L'arrivo di Pomì cambia le abitudini maturate in casa da generazioni, accorcia i tempi di preparazione e rivoluziona i ruoli in cucina.

Moderno, funzionale, nuovo, gustoso, sano e genuino.

Pomì **si impone con una grande rapidità** e diventa qualcosa di più e di meglio di una semplice passata: semplicemente Pomì, **il pomodoro in brick per antonomasia.**

I risultati di vendita decretano immediatamente il suo successo, il prodotto entra nelle cucine e nelle case degli italiani: **Pomì diventa un prodotto di successo.**

Da allora l'affermazione e il gradimento di Pomì non si ferma e il prodotto diviene **un classico nelle cucine di tutto il mondo**: il connubio con la pasta, e in particolare con gli spaghetti, ne fa un simbolo di italianità per eccellenza.

L'immagine innovativa del prodotto viene lanciata ed espressa da uno slogan di grandissima efficacia, in grado di trasformarsi anch'esso in mito. **O così. O Pomì.**

La **rima baciata è l'intuizione geniale** dell'agenzia Pirella, che nel 1984 ha l'incarico di lanciare Pomì.

La scelta si rivelò subito vincente: memorabile, sintetico, forte e immediato, **O così. O Pomì.**

diventa uno slogan che segna un'epoca.

Complice la tv commerciale che esplose in quegli anni, lo slogan entra a far parte del linguaggio comune: gli appassionati di Drive In, trasmissione culto delle reti Fininvest degli anni '80, ricorderanno senz'altro il tormentone, ripetuto ad ogni puntata, dai comici ospiti del programma.

LO SLOGAN È DIVENTATO ICONA

La forza del brand Pomì risiede nella sua **presenza significativa nell'immaginario collettivo contemporaneo lungo quasi tre decenni**, tutt'ora fortemente vivida e definita nel suo valore di qualità e naturalità.

Ancora oggi è un modo di dire utilizzato davvero da tutti, dalle persone comuni ai personaggi famosi.

Ed è così che la forza di Pomì trascende quella del suo slogan, supera i confini nazionali e conquista, da vera star, un posto di primo piano come **"interprete" di film, telefilm e momenti della vita pubblica** degli ultimi tre decenni. Nel 1987 lo ritroviamo nel film Wall Street di **Oliver Stone**, accanto ad una splendida Daryl Hannah. Negli anni '90, eccolo ospite fisso di Friends, la sit-com di culto che ha lanciato **Jennifer Aniston**.

O così. O Pomì. è, sin dagli anni '80, sinonimo di forza, chiarezza, trasparenza, schiettezza e onestà.

Pomì è la realtà dei fatti senza finzioni e senza aggiunte.



Friends - 1999



Wall Street - 1987

Ufficio stampa:

In Evidence

Via Legnano 26 - Torino tel. 011 5154600

Delia Dimasi, T. 335.6866547 E d.dimasi@inevidence.it

Elisa Molinaro, T. 011.5154584 E e.molinaro@inevidence.it

Pomì – Consorzio Casalasco del Pomodoro
26036 RIVAROLO DEL RE (CR) – St.Prov.32
www.pomionline.it – www.ccdp.it