

Panzani à la sauce Asap

Comment retrouver les racines populaires et méridionales de **Panzani** telles qu'elles existaient à l'époque de Don Patillo? C'est, en gros, la demande faite à Asap, agence choisie par la marque début 2009 pour gérer l'ensemble de ses produits, pâtes et sauces. Le choix de Panzani, qui travaillait jusque-là avec JWT Paris, n'est pas le fruit du hasard. Olivier Aubert, cofondateur de l'agence, a géré le budget publicitaire de la marque pendant quatorze ans chez Havas, à la grande époque du curé provençal et du mémorable slogan de sa célèbre saga («Des pâtes, des pâtes, oui mais des Panzani!»).

Sourire et convivialité

Depuis, la marque s'est cherchée, inventant un Giovanni Panzani ou évoquant les valeurs nutritionnelles de ses produits. Voire en communiquant, en 2008, sur la diminution de ses prix après la baisse du cours du blé. Rien de mémorable cependant. En tout cas rien ne permettant de tuer le père – en l'occurrence le gourmand curé.

Olivier Aubert pense avoir trouvé une idée créative aussi forte pouvant donner naissance à une nouvelle saga au long cours. «*Il ne s'agit pas de ressusciter Don Patillo ni de choisir un nouveau personnage*», indique-t-il. Christophe Baratier réalisera les prochains spots. Le réalisateur des *Choristes* et de *Faubourg 36* fera ainsi ses premiers pas en publicité.

Panzani va également miser sur une tonalité souriante et joyeuse, les pâtes étant un bon produit anticrise alliant convivialité, gourmandise et bas prix. À découvrir en mars 2009, date de sortie de la campagne. **Delphine Masson**