



UN GESTO  
D'AMORE

# Herz Pasta als Zeichen der Liebe

Barilla kreiert limited Edition zum Valentinstag



**Zürich, Februar 2024** – In der Welt gibt es eine universelle Sprache der Liebe: die Zubereitung eines selbstgekochten Gerichts. Denn nichts drückt „Ich liebe dich“ besser aus als die Lieblings-Pasta. **Für knapp 50 % der Menschen geht Liebe durch den Magen und wird durch Kochen zum Ausdruck gebracht\***, beispielsweise als liebevolle Geste zum Valentinstag. Aus diesem Grund hat Barilla eine limitierte “Herz Pasta” Edition kreiert. Diese wurde anlässlich eines Street Talks über Liebe und Genuss in Zürich und Chur an Passanten verteilt.

Barilla trägt seit über 145 Jahren dazu bei, dass sich Menschen um den Tisch versammeln und gemeinsam wertvolle Zeit verbringen. Die jüngste Umfrage\* bestätigt, dass Menschen das traditionelle „Ich liebe dich“ durch Taten ersetzen, die stärker als Worte sind. 64 % der Befragten würden beispielsweise Umarmungen wählen, um ihre Gefühle auszudrücken. **Für mehr als die Hälfte der Befragten (68%), bedeutet Liebe, nach Hause zu kommen und das Lieblingsessen zu genießen.** Gemeinsame Mahlzeiten sind der direkte Weg ins Herz.

Der Valentinstag ist traditionell der romantischen Liebe gewidmet. Er hat sich jedoch über die Zeit zu einem bedeutenden kulturellen Moment entwickelt, an dem Menschen ihre Dankbarkeit und Zuneigung zeigen. Nicht nur für die Partner:in, sondern auch für Freund:innen und die Familie. Hoch im Kurs sind Karten, Geschenke, Blumen und Pralinen und vor allem gemeinsame, bleibende Erinnerungen zu schaffen. 25 % der Befragten gaben an, am Valentinstag zu einem besonderen Essen auszugehen. **Erstaunliche 51 % bestätigten, dass sie am liebsten für ihre Lieben kochen oder einen gemeinsamen Abend zu Hause verbringen.**

# Barilla kreiert limitierte „Herz Pasta“ Edition für besondere Genussmomente

In diesem Jahr lädt Barilla alle Romantiker:innen und Pasta-Liebhabenden dazu ein, den Valentinstag mit Leben zu füllen. Die Menschen sollen den Valentinstag zum Anlass nehmen, ihren Liebsten zu zeigen, dass sie ihnen wichtig sind – mit einem echten Zeichen der Liebe: der Barilla Pasta. Um die Feierlichkeiten zu unterstützen, bringt Barilla eine **exklusive Sonderedition, die Barilla Herz Pasta heraus (nicht im Handel erhältlich)**. Barilla ist bekannt für **besondere Pastaformen für besondere Genussmomente** und greift mit dieser Sonderedition dieses Konzept perfekt auf und macht Barillas Markenbotschaft „Ein Zeichen der Liebe“ erlebbar.

## Social Aktivierung mit einem Street Talk über Liebe und Essen in Zürich und Chur

Im Rahmen einer Social Aktivierung ist Barilla mit zwei Influencer:innen in Zürich und Chur auf die Strasse gegangen und hat mit verschiedenen Personen sehr offen über Liebe und Essen gesprochen. Als Dank für ihre Geschichten bekamen die Passanten exklusiv **die spezielle, limitierte Pasta in Herzform**. Es wurden rührende Stories erzählt, die Vielfalt von Liebe aufgezeigt und es gab sehr viele positive Reaktionen auf die innovative Pastaform.



*„Wir von Barilla möchten zeigen, dass Taten mehr sagen als Worte und bestärken, dass das Kochen von Pasta ein Zeichen der Liebe ist. Diese Aktivierung ermutigt die Menschen, ihre Wertschätzung und Zuneigung auf originelle Weise auszudrücken, indem sie ein Pastagericht zubereiten, um wahrhaftig ‚Ich liebe dich‘ zu sagen. Schliesslich glaubt Barilla, dass Pasta zum Herzen spricht, wenn Worte nicht ausreichen.“*, kommentiert Ilaria Lodigiani, Chief Category Marketing Officer bei Barilla.

\*Laut einer von Barilla in Auftrag gegebenen, weltweiten Umfrage

### Medienkontakt

bop Communications GmbH  
Marco Boppart  
Senior Consultant  
medienstelle@bopcom.ch

Tel. +41 44 244 08 21

### Über Barilla

Barilla ist ein nicht börsennotiertes Familienunternehmen, das von den Brüdern Guido, Luca und Paolo Barilla geleitet wird. Gegründet wurde das Unternehmen von ihrem Urgrossvater Pietro Barilla, der 1877 eine Bäckerei in Parma eröffnete. Heute ist Barilla in Italien und in der ganzen Welt für die hervorragende Qualität ihrer Lebensmittel bekannt. Mit den Marken – Barilla, Mulino Bianco, Pan di Stelle, Gran Cereale, Baiocchi, Harrys, Pavesi, Wasa, Filiz, Yemina und Vesta, Misko, Voiello, Academia Barilla, First, Catelli, Lancia, Splendor, Tolerant und Pasta Evangelists – setzt sich das Familienunternehmen für eine schmackhafte, herzliche und ausgewogene Ernährung ein, die sich an der mediterranen Küche und dem italienischen Lebensstil orientiert.

Als Pietro Barilla vor über 145 Jahren sein Geschäft in Parma eröffnete, ging es ihm vor allem darum, gute Lebensmittel herzustellen. Dieser Grundsatz ist heute zum Geschäftsprinzip von Barilla geworden. So arbeiten aktuell 8'700 Menschen, die diese zentralen Werte und die Leidenschaft für Qualität teilen, für das Unternehmen und innerhalb der Lieferantenkette.

Seit 1987 sammelt und bewahrt ein historisches Archiv die über 145-jährige Geschichte des Unternehmens, die nun über das Portal-Museum [www.archivistoricobarilla.com](http://www.archivistoricobarilla.com) für alle zugänglich ist und den Weg einer Ikone unter den „Made in Italy“-Produkten sowie die Veränderungen in der italienischen Gesellschaft dokumentiert. Weitere Informationen unter: [www.barillagroup.com](http://www.barillagroup.com); Twitter: @barillagroup; LinkedIn: Barilla Group; Instagram: @barillapeople