

Il premio dedicato all'eccellenza italiana nel commercio elettronico

Per offrirti un'esperienza di navigazione ottimizzata e in linea con le tue preferenze, Tvm Media Group - Tvm S.r.l. e i suoi partner utilizzano cookies, anche di terze parti. Chiudendo questo banner accconsenti al loro impiego in conformita' alla nostra Cookie Policy. [Maggiori Informazioni](#)

HOME CHI SIAMO CONTATTI ABBONAMENTI AGENDA IL MAGAZINE GLI SPECIALI    

Advertiser

COMMUNICATION STRATEGIES

CERCA IN ADVERTISER.IT

BRAND | MEDIA | MOBILE | RICERCHE | AZIENDE | AGENZIE | PEOPLE

/ brand/comunicazione integrata

FABBRI 1905: AL VIA IL NUOVO PIANO CROSS-MEDIA CHE COINVOLGE WEB, STAMPA E RADIO

18 Aprile 2018



UFFICIO STAMPA

gli sciroppi Fabbri. Partner del concorso è uno dei media del comparto food and beverage più gettonati: **Giallo zafferano**.

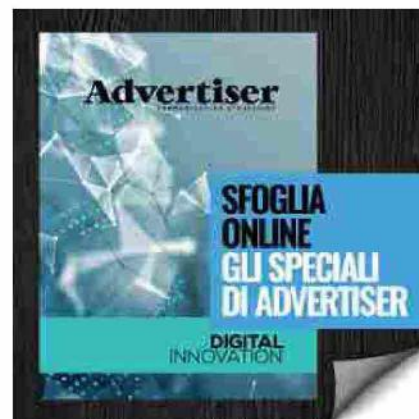
Fino a 3 giugno i *food lover* che intendono partecipare potranno collegarsi al sito giallozafferano.it e registrarsi tramite l'apposito form. Per concorrere, poi, dovranno inventare e realizzare una ricetta usando Amarena Fabbri, un Top Fabbri o uno sciroppo Fabbri, e caricarla sul sito completa di foto. I contributi appariranno nella gallery di un'area del portale dedicata. Entro il 28 giugno un'apposita giuria selezionerà, fra tutte le ricette pervenute e considerate in regola, le tre vincitrici, una per ogni categoria di prodotto: una creazione con Amarena, una con un Top e una con uno sciroppo Fabbri. Molto ricco il *palmarés*.

Un **instant win** affiancherà il concorso ufficiale aumentando le possibilità di vittoria. Fino al 3 giugno, infatti, tutti i concorrenti potranno anche votare la propria ricetta preferita fra

Fabbri 1905, l'azienda bolognese che da 113 anni porta nel mondo la qualità del dolce italiano, lancia una grande operazione cross-mediale che coprirà il trimestre aprile-giugno: un piano di comunicazione che mira a colpire un target soprattutto femminile, per una fascia d'età compresa fra i 20 e i 40 anni, attraverso un *cooking contest* e una campagna web, stampa e radio. Obiettivo dell'operazione, promuovere i prodotti Fabbri e comunicarne nuove modalità di utilizzo come ingrediente, e non solo come decorazione, di ricette da preparare a casa, anche salate.

IL CONTEST

Il piano cross-media prende il via con un contest. La *call to action* è semplice e chiara: creare nuove ricette da condividere. I prodotti coinvolti sono Amarena Fabbri, Top Fabbri e



quelle presenti nella gallery: ogni giorno, un software non manomettibile assegnerà in modo casuale a uno dei votanti un buono acquisto del valore di 40 euro da spendere su shop.fabbri1905.com.

LA CAMPAGNA

A sostegno del concorso il piano cross-mediale prevede una campagna web, stampa e radio, declinata in modi diversi sui media coinvolti.

La **campagna web** garantirà visibilità al concorso con una promo editoriale fissa per otto settimane su giallozafferano.it. Supporteranno l'operazione anche *background* sui portali giallozafferano.it, salepepe.it, cookaround.com e sul canale cucina di donnamoderna.com a partire dalla seconda settimana di aprile per tutto il mese; poi su piattifacili.com, misy.info e sul canale cucina di TgCOM24 per tutto il mese di maggio.

Donnamoderna.com proporrà inoltre uno **speciale editoriale** di otto settimane, a cavallo tra aprile e maggio, dedicato al "Brunch a casa" e promosso da Fabbri 1905: idee, proposte di ricettazione e persino i migliori indirizzi per gustare un brunch out of home.

La **campagna stampa** coinvolgerà quattro periodici: Donna moderna, Giallo zafferano, Sale & pepe e Cucina moderna, per un totale di sei uscite tra aprile e l'inizio del mese di maggio.

La **campagna radio**, invece, è prevista su tre emittenti in target: R101, Radio Monte Carlo e Radio Subasio. Nel corso delle due settimane centrali di aprile sulle tre frequenze si alterneranno spot, billboard e promo di formati diversi. A parlare del contest in radio saranno anche voci note: Davide Lentini e Lucilla Agosti, on air dal lunedì al venerdì su R101 nella fascia 17:00-20:00, e Rosaria Renna e Max Venegoni su Radio Monte Carlo durante la loro trasmissione Due come noi! (lunedì-venerdì, 10:00-12:00).

TAGS

contest, instant win, cross-media, fabbri 1905, amarena fabbri

ARTICOLI CORRELATI

- *Subito, il miglior video del contest Userfarm è "Il primo annuncio non si scorda mai"*
- *"Mostra il west che c'è in te": 91 i video inviati per il contest Old Wild West e Coca-Cola su Zooppa*
- *zooppa lancia con Garmin il primo contest al mondo per la realizzazione di video VR a 360°*

Commenti: 0

Ordina per