

Cerca su Engage



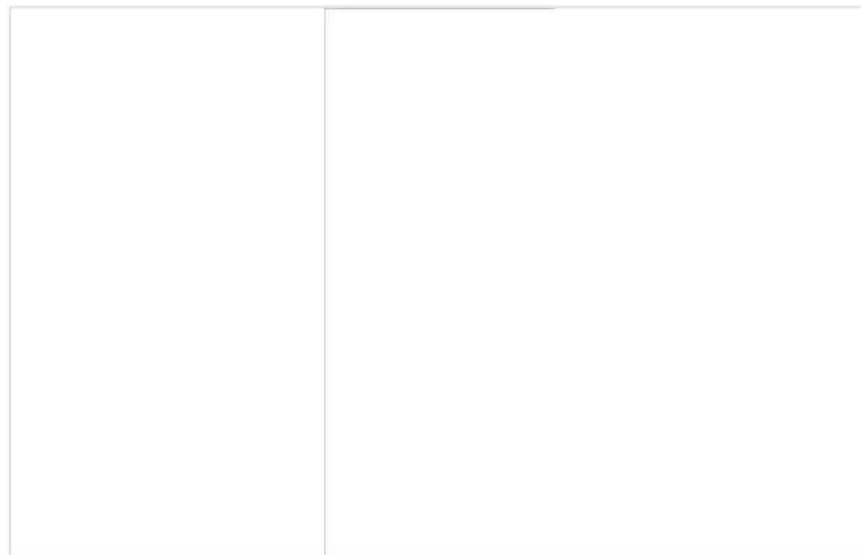
18/04/2018

[Campagne](#) [Media](#) [Tecnologia](#) [Aziende](#) [Agenzie](#) [Datacenter](#) [Eventi](#) [Mobile](#) [Social](#) [Ricerche](#)[Agenda](#) [Jobs](#) [Privacy](#) [Contatti](#)

■ CAMPAGNE ■ MEDIA

Fabbri 1905: contest e campagna web, radio e stampa

Nuovo contest e nuova campagna pubblicitaria per l'azienda bolognese Fabbri 1905. Obiettivo del nuovo piano di comunicazione è promuovere i prodotti Fabbri e comunicarne nuove modalità di utilizzo come ingrediente, e non solo come decorazione, di ricette da preparare a casa. Non soltanto dolci, dunque, dal momento che la creatività può scatenarsi anche in proposte [...]

di **Lorenzo Mosciatti** 18 aprile 2018

Nuovo contest e nuova campagna pubblicitaria per l'azienda bolognese **Fabbri 1905**.

Obiettivo del nuovo piano di comunicazione è **promuovere i prodotti Fabbri e comunicarne nuove modalità di utilizzo come ingrediente, e non solo come decorazione, di ricette da preparare a casa**. Non soltanto dolci, dunque, dal momento che la creatività può scatenarsi anche in proposte di ricetta salate, come l'Amarena Fabbri in abbinamento a carni e a formaggi.

Ultimi Articoli

■ AGENZIE ■ CAMPAGNE

Hallborange sceglie Copiaincolla per la nuova campagna

■ CAMPAGNE

Nadler Larimer & Martinelli firma il nuovo spot di Facile.it

■ AGENZIE

Intarget: costituisce un gruppo di lavoro per adeguarsi al Gdpr

■ CAMPAGNE

Eolo, le nuove offerte sono on air e online con Dude e Carat

■ SOCIAL

Facebook si prepara al Gdpr con nuove funzioni per il controllo della privacy

■ EVENTI

Oltre 1.000 persone alla prima giornata di Programmatic Days. Domani si replica

Il piano cross-media, **realizzato con la media partnership di Giallozafferano**, prende il via con il contest "Scopri il mondo Fabbri: crea la tua ricetta e vinci!". Fino a 3 giugno i food lover che intendono partecipare potranno collegarsi a 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.

La miglior ricetta con Amarena vincerà una fotocamera Canon EOS 200D con obiettivo. La migliore ricetta un Top si aggiudicherà invece una macchina da caffè Lattissima Pro - De'Longhi. Infine, alla prima classificata per la categoria degli sciroppi, andranno un robot da cucina KitchenAid Artisan e una gelatiera KitchenAid.

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 quelle presenti nella gallery: ogni giorno, un software non manomettibile assegnerà in modo casuale a uno dei votanti un buono acquisto del valore di 40,00 euro da spendere su shop.fabbri1905.com.

Il piano pubblicitario

A sostegno del concorso il piano prevede **una campagna pubblicitaria on air su web, stampa e radio**. 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, misya.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).

■ AGENZIE ■ TECNOLOGIA

MetUp lancia il nuovo formato video mobile Epeex

■ CAMPAGNE

Gamma Abarth: online il nuovo spot ideato da Independent Ideas e prodotto da Indiana production

■ MEDIA

Rai Pubblicità presenta il palinsesto estivo 2018; focus sul target femminile

■ AZIENDE

Facebook: "Raccogliamo dati come gli altri OTT"

Sullo Stesso Argomento:

Banzai è il secondo operatore web tra quelli attivi in Italia



Discovery Media presenta "Hotel Cercasi", il programma in collaborazione con Best Western



[GALLERY] Gruppo Miroglio lancia Curvitaly.com: NeoSEO firma la campagna web a supporto



Super Bowl 2015: Il nostro viaggio tra gli spot che ne hanno segnato il countdown

ENGAGE
DIGITAL SCHOOL

Vuol migliorare le tue competenze nel Marketing Digitale?
Scopri i nostri corsi



Engage nella tua e-mail. Gratis, ogni giorno

Nome *

Cognome *

Azienda *

Email *

Engage La Prima

La nostra newsletter quotidiana, contenente le 10 notizie più impattanti della giornata, per rimanere sempre aggiornato sui trend del mercato.