



CREATIVITÀ E MARKETING

Quest'estate **Fabbri** 1905 è partita con un piano di comunicazione crossmediale rivolto al pubblico dei food lovers



Fabbri 1905 parte con una nuova operazione crossmediale rivolta al pubblico dei food lovers. Un piano di comunicazione articolato in un cooking contest e in una campagna adv che coniuga product placement e pubbliredazionali, realizzata da Mediamond e pianificata da UM. La campagna vuole promuovere i prodotti **Fabbri** come ingredienti nella pasticceria home made, ma anche in creazioni salate. Il target è quello femminile, fra i 20 e i 44 anni, disposto a sperimentare in cucina. Il contest ha come partner Giallo Zafferano, e la call to action del concorso è un chiaro invito a scatenare la fantasia

CAMPAGNE

L'estate di **Fabbri** 1905 in un piano di comunicazione crossmediale

Questa estate **Fabbri** 1905 parte con una nuova operazione crossmediale rivolta al pubblico dei food lovers. Un piano di comunicazione articolato in un cooking contest e in una campagna adv che

coniuga product placement e pubbliredazionali, realizzata da Mediamond e pianificata da UM. La campagna vuole promuovere i prodotti **Fabbri** come ingredienti nella pasticceria home made,

ma anche in creazioni salate. Il target è quello femminile, fra i 20 e i 44 anni, disposto a sperimentare in cucina. Il contest ha come partner Giallo Zafferano, e la call to action del concorso è un chiaro invito a scatenare la fantasia creando nuove ricette usando i prodotti **Fabbri** coinvolti nell'operazione: Amarena **Fabbri**, gli sciroppi **Fabbri** e le salse dolci Top **Fabbri**: "Scopri il mondo **Fabbri**: crea la tua ricetta e vinci!". Tutti i foodies italiani avranno tempo fino al 30 giugno per iscriversi al concorso tramite l'apposito form su giallozafferano.it e inventare una nuova ricetta. Una giuria selezionerà la migliore ricetta tra quelle arrivate per ciascuna delle

tre categorie di prodotto. In palio un frullatore trita ghiaccio Smeg anni 50, una Planetaria da cucina KitchenAid Artisan e un Robot da cucina Kenwood kCook Multi Smart CCL456S, a seconda delle categorie. Inoltre, in palio ogni giorno in modalità instant win anche un buono acquisto dal valore di 40 euro da spendere su shop.fabbri1905.com, assegnato a tutti coloro che risponderanno alle domande di un test finalizzato a scoprire il proprio "tasso di dolcezza". A sostegno del concorso, il piano cross-mediale prevede un'attività di product placement che coinvolgerà sia il portale GialloZafferano.it sia cinque blogger di GialloZafferano, mentre un banner fisso sulla home page di GialloZafferano.it garantirà visibilità al concorso che prevede numerosi premi per ogni categoria.



mediamond

VMLY&R e Starcom per la folla ExtraSottili Leerdammer

LA TUA CAMPAGNA HA I NUMERI PER VINCERE?