

Comunicato del 5 ottobre 2018

Da Ufficio stampa Euroverde Società Agricola

Roberto Bertellino 338.9391063

NUOVO LOOK E PIANO ADVERTISING EUROVERDE – BONTÀ' DI STAGIONE

Un nuovo look per la linea di piatti pronti monoporzione a marchio Bontà di Stagione, pensato con lo scopo di renderla immediatamente riconoscibile, nell'ottica di rafforzare la **brand awareness** e la **fidelizzazione**.

L'identità del nostro brand non cambia, ma crediamo che la ricerca di una maggiore personalizzazione di ogni singola ricetta attraverso il colore permetterà di identificarle fortemente, aumentando la riconoscibilità a scaffale dei nostri prodotti, favorendo, nel tempo, il processo di fidelizzazione dei nostri futuri clienti.

Nel solco del processo di rinnovamento partito in occasione di Cibus 2018 con il restyling delle Monoporzioni Estive, delle Armonie di Cereali, delle "Briose", le nostre insalate di IV gamma a taglio julienne, e del lancio della nuova linea Bio Bontà di Stagione (prodotti di IV e V gamma da agricoltura biologica), il mese di **ottobre** segnerà il completamento di questo cambiamento.

Dal momento dello switch tra gli assortimenti stagionali anche le zuppe e le vellutate autunno/inverno, via via, cambieranno vestito.

Nuovo look, sempre la stessa bontà, è uno slogan che ci piace perché esplicita in poche parole la politica aziendale che ha contribuito, in questi ultimi anni, al nostro successo: la voglia di innovare e proporre nuove soluzioni ma prestando sempre massima attenzione alla qualità ed al gusto dei nostri prodotti, alla naturalezza delle materie prime utilizzate, alla ricerca del massimo livello di servizio nei confronti dei consumatori finali.

Piano advertising e media

A sostegno di tutta la gamma di monoporzioni, ed in particolar modo del nuovo restyling delle referenze invernali, nel mese di ottobre è partita una nuova campagna di comunicazione che interesserà le maggiori testate B2B del settore e i servizi di informazione online specializzati, segno che l'azienda prosegue così con la sua strategia d'investimento a favore della propria marca.

Nello specifico

E' quello che si sta concludendo con l'autunno e la prima parte dell'inverno 2018 un anno importante per Euroverde Società Agricola ed il suo brand premium Bontà di Stagione anche sotto il profilo dell'"esposizione" mediatica e della presenza sulle testate di settore e non.

Iniziamo proprio dalle seconde per ricordare lo spazio dedicato all'azienda dal Sole 24 Ore nella sezione "Idee creative e alta qualità per imprese vincenti" – Aziende e Territorio; ed ancora quello dedicato dal Giornale di Brescia alle novità di casa e al modello di business sviluppato. Spazio anche su riviste sportive come Tennis Web Magazine (pagina o doppia pagina mensili), Tennis Journal, Tuttosport, Sportorino, TorinoSportiva in occasione della stagione tennistica nazionale e mondiale e della Maratona di Torino, evento di cui Euroverde Società Agricola è stata partner nell'edizione 2017/18. Ed ancora spazio su Cronaca Qui, testata generalista torinese che compete sul territorio cittadino con La Stampa.

Le presenze sulle testate di settore sono state altresì costanti. In particolare ricordiamo quelle su Alimentando (con interviste personalizzate), GDOWEEK, Myfruit, Italiafruit news, Fresh Plaza, Distribuzione Moderna. In uscita nel numero di ottobre un servizio con intervista all'Amministratore Unico Fabrizio Ziliani realizzato dalla direttrice della rivista Food, Maria Cristina Alfieri.

La pagina facebook dell'azienda, seguita da oltre 20.000 utenti, e la vetrina Instagram sono altri due veicoli mediatici in costante aggiornamento, evoluzione e sviluppo. A breve verrà aperto anche un canale Youtube. Già pianificate le ultime presenze tabellari di qui a fine stagione. Nello specifico saranno di una pagina nel numero di novembre di Fresh Point Magazine; di una pagina nel numero di dicembre di GDO WEEK; nel numero di ottobre della stessa testata siamo presenti con una patella 1.a di copertina; a novembre, infine, di una pagina su Mark Up. A livello digital GDO WEEK dedicherà a Euroverde una pagina ad ottobre. In ottobre, novembre e dicembre tre uscite a pagina intera su Tennis Web Magazine.

La prima novità di prodotto

Intanto anche nel settore delle novità di prodotto ecco che stanno arrivando negli scaffali della GDO gli arricchimenti di alcune ricette. La prima a far capolino in questa nuova veste è quella del passato di ceci con il rosmarino. Ed è solo l'inizio....