L'autunno caldo della comunicazione Melinda

screenshotfinalespot-melindahd-2aa99176

Autunno caldo per Melinda. Per tutto il mese di novembre è in programma un’intensa campagna di comunicazione, a partire dall’atteso ritorno in TV con un ciclo di telepromozioni che avranno per protagonisti due big della televisione italiana. Dal 6 novembre Gerry Scotti all’interno di “Caduta Libera”, il preserale di Canale 5, e a seguire Antonella Clerici, volto e anima de “La Prova del Cuoco” di Rai1, porteranno nelle case degli italiani la riconosciuta qualità della famosa mela del bollino blu e i valori della terra trentina da cui proviene.

On air dal 7 novembre anche lo spot “Bella Melinda sempre più buona” con oltre 2.500 passaggi sulle reti digitali e satellitari, generaliste e tematiche, all’interno delle trasmissioni più seguite, dei principali tg, e con posizioni di punta.Lo spot è proposto nel formato da 30” e da 15” e vede alternarsi tre diversi soggetti che raccontano altrettante occasioni di consumo della mela Melinda, l’unica in Italia a poter vantare il marchio DOP. “Più buona di Melinda, c’è solo un’altra Melinda” è il nuovo claim: sottolinea l’unicità di questa mela speciale che mette tutti d’accordo, fin dal primo morso. Alle telepromozioni e campagna TV, si affianca un’intensa attività di Product Placement sul canale Alice TV, nel nuovo programma “Feste in tavola” condotto dal grande chocolatier Gianluca Aresu, nelle “Ricette all’Italiana” proposte da Monny B. su Rete 4 e su Canale 5, sia durante “Il Pranzo della Domenica”, condotto da Elenoire Casalegno,che in “The Secret Chef”, il nuovo format con Sonia Peronaci, una delle più amate food blogger italiane. Per tutto il periodo di programmazione, inoltre, Melinda sarà presente con oltre otto milioni di contatti garantiti anche sul web, all’interno dei principali siti d’attualità e generalisti.

melindalogoUn sapiente e strategico uso di televisione e mondo web, quindi, per dialogare con il vastissimo pubblico di fedeli consumatori della mela Melinda e promuovere, oltre alla sua naturale bontà, la forza e la passione di oltre 4.000 famiglie di melicoltori e la bellezza dei panorami della Val di Non e del territorio trentino. Oltre a far conoscere l’innovativo progetto delle Celle Ipogee, le grotte sotterranee di Melinda, grande vanto del Consorzio e della stessa regione, che ha visto e ricreato nel cuore delle montagne l’ambiente ideale per la conservazione delle mele, sfruttando le caratteristiche

geotermiche della roccia Dolomia, in perfetta coerenza con una filosofia di lavoro da sempre orientata alla sostenibilità.

Una pianificazione strategica e integrata, iniziata ufficialmente a Roma con la sponsorship della Corsa dei Santi,collaborazione che è nata e prosegue nel segno della condivisione del valore della solidarietà, matrice di questa competizione, e che ha permesso al bollino blu di Melinda di avere una forte visibilità. Questo grazie alla presenza del logo sugli striscioni lungo il percorso e sull'arco di arrivo, visibile da runner e sostenitori presenti, ma anche da tutti gli spettatori del TG5 collegati in diretta per l'ora dedicata alla Corsa dei Santi.

www.melinda.it