Y&R per la comunicazione ATL 2018 di Just Eat in Italia

je-fe85187e

Just Eat, l’app leader per ordinare online pranzo e cena a domicilio in tutta Italia e nel mondo, annuncia l’aggiudicazione della gara per l’assegnazione della nuova campagna ATL 2018, e dichiara oggi, di aver scelto come nuovo partner strategico e creativo Y&R, l'agenzia di advertising di Young&Rubicam Group appartenente al gruppo WPP.

La gara nasce dalla volontà di Just Eat di sviluppare una campagna per la pianificazione 2018 di ampio respiro e lungo termine, al fine di promuovere una strategia del brand sul mercato italiano orientata all’identificazione del digital food delivery come abitudine quotidiana, adatta a tutti, facile, smart e conveniente, che non può mancare nello stile di vita degli italiani, in grado di trasformare ogni occasione in un’esperienza positiva e appagante. Al centro delle nuove attività una campagna declinata su TV e digital in modo chiaro e memorabile, e affiancata da altri strumenti in grado di aumentarne l’amplificazione, come PR, eventi e attività locali.

Il nuovo progetto proposto da Y&R è una campagna multicanale che coniuga aspetti emozionali e funzionali del servizio, con l’obiettivo di educare e far crescere il digitalfood delivery in Italia, diffondendo la cultura e la consapevolezza di questa scelta di consumo come accessibile a tutti e in tutte le parti d’Italia. Facendo leva su esperienza e competenza,maturate in progetti di comunicazione integrata flessibili ed efficaci in diverse industry, che hanno reso l’agenzia una delle sigle più stimate e autorevoli nella comunicazione, Y&R ha creato una campagna in grado di rispondere agli obiettivi di business 2018 di Just Eat.

"Siamo molto contenti di aver affidato l’incarico delle nostre attività ATL a Y&R che si è dimostrato da subito un partner in linea con i nostri valori ed esigenze e che riteniamo potrà supportarci in modo efficace e appassionato. Per il 2018 infatti la nostra missione è quella di creare la più grande food community globale che, grazie alla varietà dei ristoranti partner, ad applicazioni innovative e convenienti del servizio,e al valore aggiunto delle recensioni dei nostri utenti, si propone di offrire la

migliore esperienza possibile per tutti“ commenta **Daniele Contini**, Country Manager di Just Eat in Italia.

“È una sfida che non vedevamo l’ora di poter raccogliere. Infatti siamo felici di poter lavorare al fianco di un brand che ha saputo innovare, aggiungendo alla cultura del food delivery, l’ingrediente indispensabile della tecnologia” commenta **Vicky Gitto**, Chief Creative Officer YR Italia.

L’ingresso di Y&R nella comunicazione di Just Eat si integra in modo sinergico e coerente con l’attuale collaborazione del brand con Burson-Marsteller, agenzia di PR e comunicazione integrata parte di Young &Rubicam Group (gruppo WPP) che si occupa della strategia PR a 360°. Il centro media che gestirà la pianificazione della campagna è Address Media.

www.justeat.it