Il Consorzio Parmigiano Reggiano torna in TV con un nuovo spot

soggetto-3-payoff-bae17af3

Mercoledì 7 marzo il Consorzio del Parmigiano Reggiano torna in TV con il terzo soggetto della campagna “Quello vero è uno solo” che è iniziata il 29 ottobre scorso. Questa volta, è la monoporzione ad essere protagonista dello spot. Uno snack sano e naturale, da portare con sé in tutti i momenti della giornata. Un perfetto alleato per la salute e il benessere psicofisico:ricco di sostanze nutritive è indispensabile per la crescita dei bimbi, per la salute degli adolescenti e degli anziani e per fornire energia pronta a chi pratica sport.

La campagna mette in scena situazioni diverse dove l’amore, in tutte le sue sfaccettature, è il tema centrale: il terzo soggetto racconta la storia di un bambino che fa la classica imbarazzante domanda al suo papà. Ed è nel dialogo tra il papà e il bambino, battuta dopo battuta, che il rapporto tra l’amore e il Parmigiano Reggiano prende forma, per poi rivelarsi. L’indissolubile legame tra il formaggio più famoso al mondo e il sentimento per eccellenza è anche celebrato dal claim “Parmigiano Reggiano. Quello vero è uno solo.”

“Il nostro sforzo è stato quello di dare valore alla marca e di parlare a tutti i nostri target di riferimento, presentando il Parmigiano Reggiano come un alimento che accompagna il consumatore durante tutti i momenti della sua giornata e della sua vita: un perfetto alleato per la salute e il benessere psicofisico: un ‘alimento della vita’” ha affermato **Nicola Bertinelli**, presidente del Consorzio Parmigiano Reggiano.

La campagna sarà on air da mercoledì 7 marzo sulle reti Rai, Mediaset, Discovery e Sky e fa parte del progetto di riposizionamento in atto coordinato da Pietro Rovatti, brand consultant del Consorzio.