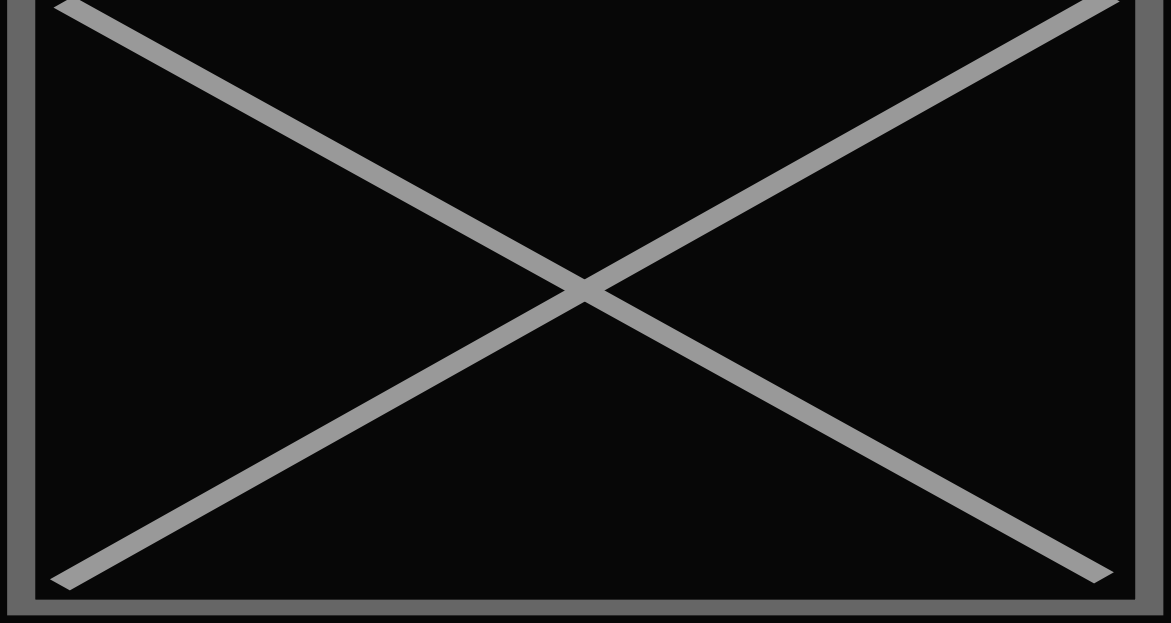
Levissima torna in tv con un nuovo piano di comunicazione

cartello-finale-levissima-15-3589c561

Levissima, l’acqua minerale di chi affronta con coraggio le sfide di ogni giorno senza mai arrendersi, punta sul periodo estivo per rinnovare la propria presenza in TV e per essere ancora più vicina ai consumatori con un piano di affissioni sul territorio.

Levissima+, con l’aggiunta di sali minerali, torna on air con uno spot da 20” che valorizza il prodotto e sottolinea il suo ruolo nel supportare tutti coloro che ogni giorno puntano sempre più in alto. Lo storytelling della campagna, che ha nel “+” il suo fil rouge, evidenzia l’importanza dell’assunzione quotidiana della giusta quantità di sali minerali per raggiungere i propri obiettivi e lancia la nuova referenza calcio Levissima+ pro-bones, dal gusto fresco, puro e naturale della verbena.

L’assunzione di una bottiglia di Levissima+, all’interno di una dieta varia ed equilibrata e di uno stile di vita sano, contribuisce,infatti,al 16% del fabbisogno giornaliero di ciascun minerale e, da oggi,con l’introduzione del calcio, si avranno effetti benefici sulle ossa; il calcio, infatti, è un minerale necessario per il mantenimento di ossa normali.



Lo spot, che si avvale della suggestiva colonna sonora “Heroes” di David Bowie, vede uno sciatore affrontare le piste innevate insieme a Levissima+ pro-power al gusto mora, con potassio checontribuisce alla normale funzione muscolare; una fotografa scegliereLevissima+ pro-activeal gusto mela verdecon magnesio che contribuisce alla riduzione della stanchezza e dell’affaticamento; un giovane lavoratore uscire di casa in bicicletta al mattino con Levissima+ anti-oxidant al gusto ribes nero,con zinco che contribuisce alla protezione delle cellule dallo stress ossidativo

La TV è anche il mezzo con cui il brand ha scelto di rafforzare la new identity del core business Levissima presentata lo scorso anno attraverso la messa in onda dello spot istituzionale da 15”dedicato a “tutti quelli che hanno una vetta da conquistare”. Il commercial racconta, sempre sulle note di “Heroes” di David Bowie, le sfide quotidiane degli Everyday Climbers insieme a Levissima, l’acqua minerale “per la tua sete di vita”.

Inoltre, quest’estate Levissima si conferma l’alleata perfetta per chi sceglie di prendersi cura di sé nella vita di tutti i giorni grazie ad una campagna proximity sul territorio che vuole avvicinare ulteriormente il brand ai consumatori. A ispirare la creatività delle affissioni, che da maggio presidieranno le principali città italiane e le maggiori insegne commerciali, sono le diverse occasioni di consumo dei tanti formati Levissima. Per l’iniziativa sono stati scelti, infatti, soggetti e luoghi coerenti con ciascuna referenza del brand:una donna manager in ufficio con La Litro; un ragazzo che corre al parco con la 75cl; una ragazza che fa shopping con la 50cl.

L’intero piano di comunicazione, firmato dall’ agenzia Ogilvy, contribuisce a sostenere il posizionamento di Levissima come “l’acqua per tutti quelli che hanno una vetta da conquistare” ovvero

gli Everyday Climbers, che scelgono di affrontare con coraggio le sfide di ogni giorno.