Eridania torna in TV per una Favola di Dolcezza

frame-fcd700a7

120 anni di storia per una “Favola di Dolcezza”. È questa la headline che sostiene il brand statement della campagna con cui Eridania, marchio icona della dolcificazione in Italia dal 1899, dal 2 al 15 giugno torna in comunicazione per parlare di zucchero, su reti Mediaset generaliste e digitali.

Lo storytelling dello spot da 15’’ si basa su una corrispondenza numerologica. Sono 8 le referenze che compongono Eridania Bio, ed è per questo che la prima linea proveniente da agricoltura biologica viene associata alla favola di Biancaneve e i 7 nani, con i suoi 8 personaggi. Con una narrazione che rimanda allo stile fiabesco, lo spot intende mostrare una scena di vita quotidiana, ovvero una merenda a base di prodotti Eridania Bio, ambientata nel contesto naturale di un prato verde, con evocazione al mondo del biologico.

La scena si apre con Biancaneve che prende il thè in giardino e si fa rubare lo sciroppo d’agave da uno dei bambini che impersonificano i nani della favola, mentre tutti gli altri giocano allegramente con i diversi prodotti. Nella scena finale gli 8 personaggi si ritrovano in un pic-nic imbandito con le 8 referenze che compongono la linea, per trasmettere il concetto che con Eridania “Ad ognuno il suo Bio”.

A metà giugno, infine, Eridania tornerà on air con un secondo flight di campagna, dedicato ad una delle linee di maggior valore del marchio leader della dolcificazione.