Recoaro Bio lancia la nuova campagna di comunicazione

campagna-recoaro-bio-2019-c86c93fb

Buone, rinfrescanti, da frutta 100% italiana, ma soprattutto “frizzanti e biologiche”: Recoaro lancia una nuova campagna di comunicazione integrata per l’estate che ha come protagoniste Chinotto, Limonata e Aranciata e che sviluppa il concept del “lato divertente del Bio”.

La campagna, focalizzata sul Triveneto con affissioni di grande formato nei centri delle principali città e passaggi radio sulle più importanti emittenti locali, sottolinea il “miracoloso” connubio tra il lato divertente del frizzante e quello salutare del Bio: “Come Bio le ha fatte” è infatti l’originale claim della proposta creativa.

[embed width="560"]https://youtu.be/nA3AkkZ6z1c[/embed]

Claim che, dopo il grande successo ottenuto dalla web series della scorsa estate, viene declinato anche in 2 divertenti episodi destinati a vivere sul web, che vedono protagonisti Federico Tolardo e Annalisa Aglioti, con la regia di Claudio Di Biagio. Gli episodi sono on air sui canali social di Recoaro (Facebook, Instagram, Youtube) e presenti su tutti i più importanti circuiti italiani grazie a un’importante pianificazione digital a display.

Ideata e prodotta da Gruppo Glebb&Metzger, la campagna di comunicazione muove proprio dall’eccezionalità del prodotto, una bibita che è al contempo totalmente biologica e sorprendentemente buona, e gioca con un concept altrettanto originale, unito a un tone of voice fresco, moderno e ironico.