Presentata la nuova campagna promozionale del Pandoro Melegatti

Sono stati presentati ieri a San Giovanni Lupatoto i nuovi spot pubblicitari con cui la Melegatti torna in televisione, nel digital e nei social. Ad un anno dall'acquisizione dell'azienda da parte dell'industriale Roberto Spezzapria e di suo figlio Giacomo il piano di sviluppo accelera la sua marcia. Un ingente investimento quello della campagna natalizia Melegatti, focalizzata sulla comunicazione tv, digitale, nei social e con diffuse attività di sponsorizzazione nella città di Verona. Dal primo dicembre e fino all'Epifania il Pandoro Originale Melegatti oltre ad essere il simbolo della marca e dell'azienda, sarà l'indiscusso protagonista di tutta la campagna. Due i valori chiave veicolati: l'invenzione di Domenico Melegatti che 125 anni fa creò il pandoro e lo rese il dolce simbolo del Natale e il Lievito Madre Melegatti che dal 1894 rende soffice, leggero e gustoso ogni dolce sfornato nello stabilimento di San Giovanni Lupatoto.

In tv la campagna prevede la copertura delle principali reti nazionali, nel digital sarà presente nelle web TV e nelle principali testate d'informazione on-line mentre nei social sarà declinata in momenti di intrattenimento e di coinvolgimento dei numerosi follower che animano la community Melegatti. Le attività di sponsorizzazione territoriale vanno dalla Maratona dei Babbi Natale, la partecipatissima Melegatti Christmas Run alla bella esposizione dei Presepi del Mondo, dai caratteristici mercatini di Natale alle deliziose vetrine del centro storico. Dal 15 novembre al 19 gennaio Melegatti sostiene gli eventi e le iniziative più belle di Verona, quelle che richiamano la maggiore attenzione dei turisti e dei residenti.

Era il 14 ottobre 1894 quando a Verona il pasticciere Domenico Melegatti brevettò la ricetta, il nome e la distintiva forma del pandoro. La sua creatività ed originalità trovano conferma in quello che allora si chiamava il certificato di Privativa Industriale dal Ministero di Agricoltura, Industria e Commercio del Regno d'Italia. Era subito chiaro a tutti il successo che da lì in poi avrebbe avuto il Pandoro Originale Melegatti. Domenico Melegatti trasse la sua ispirazione da un'antica tradizione veronese legata al Natale, secondo cui la notte della Vigilia le donne si riunivano nelle cucine delle corti facendo insieme

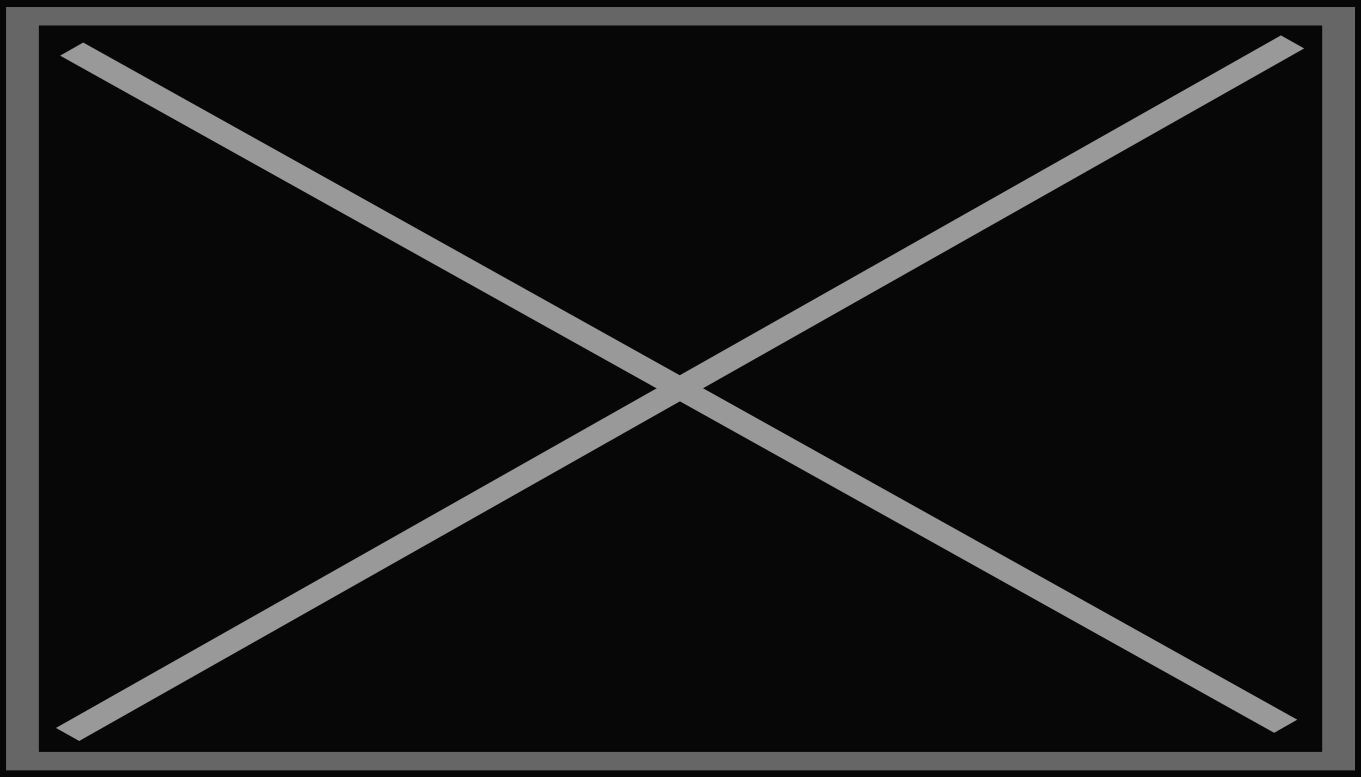
il “levà”, un impasto di farina, latte e lieviti. Dal “levà”, arricchendolo di burro e uova, inventa e brevetta il Pandoro.

Per la campagna di Natale oltre ai 50 dipendenti a tempo indeterminato sono stati assunti 150 lavoratori stagionali per assicurare la produzione necessaria a garantire la distribuzione in tutt’Italia dei prodotti. Per coloro che invece amano gli acquisti online sul sito aziendale è attivo il portale e-commerce che mette a disposizione tutta la vasta gamma natalizia.

“Per noi l’evento di oggi rappresenta un importante tassello nello sviluppo e nella crescita di Melegatti e per questo siamo molto felici di poter tornare a comunicare in maniera significativa su scala nazionale. Sfornare prodotti di qualità e creare posti di lavoro sono per noi la massima prerogativa. Siamo consci che tutto questo passa obbligatoriamente attraverso una strategia di comunicazione che continui la tradizione pubblicitaria del nostro marchio, intrattenendo i nostri consumatori e lasciando il segno come accaduto negli anni passati” dichiara **Giacomo Spezzapria**, presidente Melegatti 1894.

“Gli ultimi mesi sono stati di grande fermento per tutti noi di Melegatti 1894. Le diverse aree aziendali hanno lavorato duramente, con un profondo senso del dovere, per non mancare all’appuntamento di Natale con i nostri affezionati consumatori. Il reparto produttivo sta ancora funzionando a pieno regime, ponendo la massima cura ed attenzione nelle lavorazioni delle materie prime per garantire l’alta qualità che da sempre ci contraddistingue. Grossi sforzi sono stati fatti anche a livello distributivo, per rendere disponibile la nostra gamma di prodotti ovunque sul territorio. Oggi è un traguardo importante, che sancisce definitivamente il ritorno di Melegatti in comunicazione e ribadisce la volontà dell’azienda di volersi affermare come uno dei principali player nel settore dei prodotti da forno” sostiene **Lucia Fracassi**, amministratore delegato Melegatti 1894.

“È un programma di marketing molto articolato che ha visto il coinvolgimento di tante professionalità che con passione hanno lavorato per rilanciare una marca storica, amata e sostenuta da milioni di italiani. Lo spot tv è il dovuto tributo al nostro Pandoro Originale, che quest’anno compie 125 anni, è il ridare a lui la voce per farlo parlare a tutti i suoi affezionati consumatori, con il suo naturale linguaggio ironico, coinvolgente ed empatico che appartiene proprio al suo DNA. Un modo per ringraziare al contempo i milioni di consumatori italiani per la fiducia che da sempre danno all’azienda e al marchio” afferma **Alessandra Tardella**, direttore marketing Melegatti 1894.



Gli spot Melegatti per il Natale 2019 firmati Armando Testa

La campagna pubblicitaria si sviluppa in una serie di spot multi-soggetto. Nicola Belli, consigliere delegato Armando Testa, commenta: “A Natale le marche tendono ad omologare il “cosa” mostrare. L’unico modo per distinguersi è lavorare sul “come”. Siamo emozionati di riportare Melegatti nelle case degli italiani interpretando il Natale con quel pizzico di ironia che ha sempre caratterizzato le sue campagne”.

Armando Testa persegue questo obiettivo, mantenendo i codici del Natale cari a tutti gli italiani, ma compiendo una frattura nella narrazione attraverso degli insoliti personaggi: i pacchi regalo. Sono loro a raccontarci quanto avviene durante il tradizionale cenone di Natale e sono loro a commentare l’ingresso in scena del vero protagonista: il Pandoro Melegatti. Tutta la famiglia è riunita a tavola con allegria e spensieratezza attorno al Pandoro. Ma c’è qualcuno irrequieto: in un angolo della sala, nei pressi dell’albero addobbato, ecco i pacchi di Natale pronti per essere scambiati, scartati, aperti. Nessuno però sembra considerarli, perché in tavola è il momento del Pandoro Melegatti: il Principe Azzurro del Natale. Quando c’è lui, a tutti gli altri simboli del Natale, non resta che aspettare. I pacchi infatti si lamentano di essere trascurati e commentano con un po’ d’invidia, ma sincera ammirazione, le doti di chi sta rubando loro la scena e lo fanno con frasi che riprendono le caratteristiche del Pandoro stesso.

Una campagna di comunicazione originale e autorevole per riaffermare la leadership e per portare all’attenzione di tutti la forte identità di Melegatti e il primato sul Pandoro. On air in TV e sul digital dal 1 al 21 dicembre.