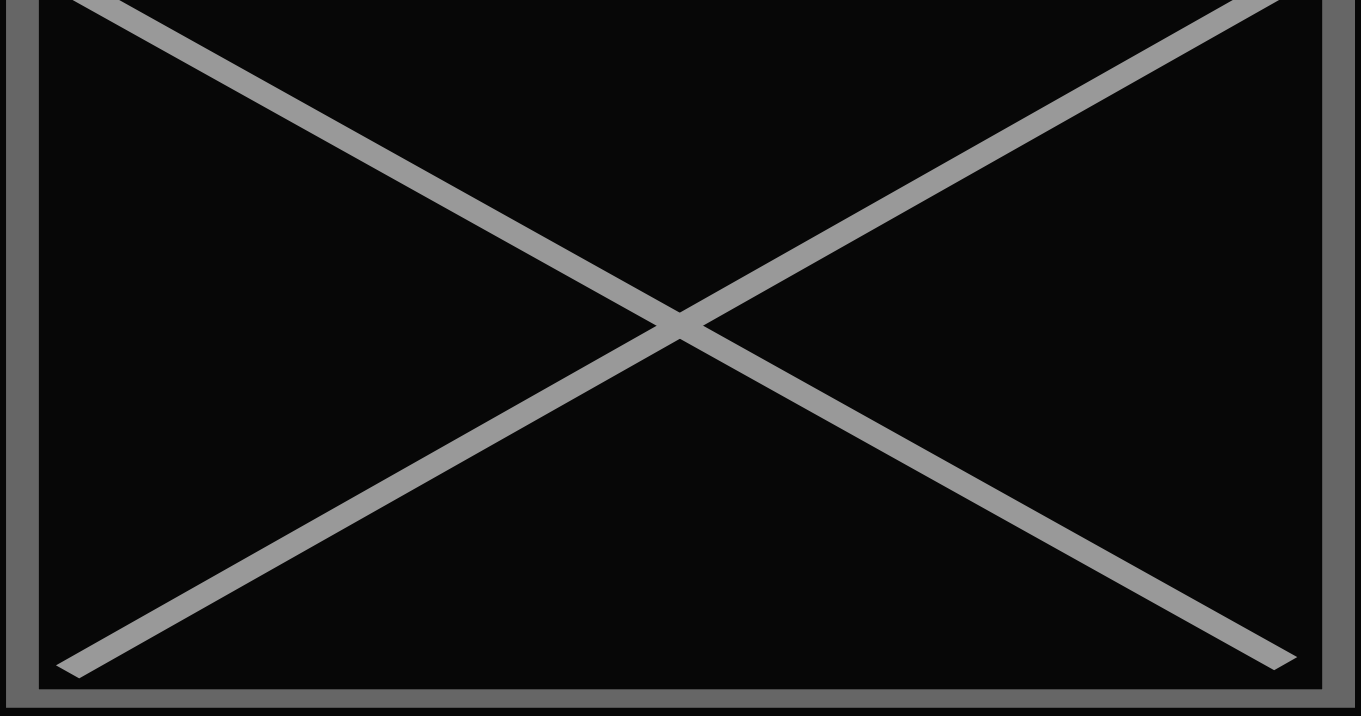
Al via la nuova campagna di Zuegg

delivery-20-sec-4-758da4d9

Novità in casa Zuegg: dopo confetture e marmellate, la storica azienda veronese che dal 1890 fa compagnia agli italiani dal mattino con i propri prodotti di qualità, torna in comunicazione con una campagna integrata dal claim “Per chi si vuole bene ogni giorno”, in cui stavolta il protagonista è il nettare al mirtillo selvatico, il perfetto connubio tra il gusto naturale del mirtillo selvatico e i tanti benefici di questo frutto in termini di salute e benessere.

Per la prima volta sul piccolo schermo, il Nettare di mirtillo selvatico Zuegg 6x125 dal packaging in vetro 100% riciclabile, si presenta come un alleato del benessere e del buonumore, che abbraccia l’approccio “Mindful” alla vita e al cibo e che concentra tutte le proprietà naturali e benefiche delle bacche di mirtillo selvatico in 125 ml di puro gusto. Una bevanda ideale per idratarsi e fare il carico di energia anche fuori casa e uno shot di gustosità con proprietà antiossidanti e antinfiammatorie tipiche del succo di mirtillo, molto nutriente e in grado di migliorare anche l’umore. Con l’obiettivo di promuovere uno stile di vita sano e naturale e affermare i suoi punti di forza puntando sulla naturalità e genuinità del prodotto, l’azienda veronese presenta per la prima volta il succo di frutta al mirtillo 6x125, con una campagna tv da due soggetti (10’’ e 20’’) sul piccolo schermo. A partire dal 6 settembre e per 4 settimane, lo spot sarà on air sulle principali emittenti televisive e vivrà parallelamente su tutti gli assets digital proprietari del brand e di una campagna web.



Il

brand infatti supporta la campagna anche sui social lanciando #unoZueggalgiorno, ingaggiando 3 top iger e ambassador (Micol Dell'oro - Yoga teacher, Alice Agnelli - A gipsy in the kitchen, Giulia Calefato - Fit is beauty), che incarnano lo spirito mindful e che condivideranno per 6 giorni i loro momenti dedicati alla ricarica del proprio benessere e invitando tutti gli utenti a fare lo stesso e a condividere i momenti "mindful" di Zuegg con l'hashtag.

"Anche se già presente sul mercato da moltissimi anni, il nettare al mirtillo selvatico I Frutteti di Oswald Zuegg rappresenta un prodotto ambasciatore dei valori di marca per le proprietà salutistiche e la preziosità delle materie prime, come le bacche dei mirtilli selvatici, raccolte a mano nei boschi. Oggi lo presentiamo al grande pubblico con una campagna ad hoc incentrata sul volersi bene e sul gusto inconfondibile del mirtillo Zuegg- commenta **Cristian Voltolini** Marketing Manager. *"Questa scelta di incentrare la comunicazione su una nuova tipologia di prodotto all'interno della piattaforma "I Frutteti di Oswald Zuegg", si inserisce in un processo di diversificazione e di evoluzione della gamma prodotti del brand".*

La campagna è firmata dall'agenzia creativa Marimo mentre il planning è di Address.