La prima campagna digital del Consorzio Mortadella Bologna

mortadella-549490a7

“Durante il periodo di lockdown ci siamo resi conto che per superare ogni fase della nostra vita, piccola o grande, le cose semplici sono sempre la soluzione migliore – afferma il Presidente del Consorzio Mortadella Bologna, **Corradino Marconi**, che prosegue – *Qualunque sia il momento che stiamo vivendo, ieri come oggi, abbiamo bisogno di colmare le nostre giornate con semplici ingredienti: qualità, semplicità e gusto. Gli unici che da sempre fanno parte di Mortadella Bologna IGP, controllata e certificata dal Consorzio”*.

Ed è da questa premessa che è nata “Buona per ogni momento” la prima campagna di comunicazione digital del Consorzio Mortadella Bologna, ideata per promuovere la Mortadella Bologna come alimento che dà più gusto ad ogni momento della nostra vita. Ampio e articolato è il media mix del piano di comunicazione che comprende, una campagna digital, la creazione di contenuti originali per i canali Facebook e Instagram di Mortadella Bologna, una pianificazione Google Ads, uno spot radio 30” on air su Spotify e una campagna stampa su testate Ho.Re.Ca. e trade.

Il main concept “Buona per ogni momento”, firmato dall’agenzia True Company, vive anche nella campagna di digital pr che fino alla fine dell’anno vedrà coinvolti più di trenta influencer, tra i quali la food blogger Sonia Peronaci, lo chef Simone Rugiati, cinque chef stellati dell’associazione Chef to Chef, personaggi del mondo dello sport quali Massimiliano Rosolino ed Andrew Howe e dello spettacolo, tra i quali Anna Falchi e Alessia Ventura. Gli influencer racconteranno insieme al Consorzio Mortadella Bologna i valori e le caratteristiche che rendono la Mortadella Bologna un salume inconfondibile (per gusto, qualità e certificazione) con un’attitudine innata alla convivialità e alla condivisione, mettendo in luce come ogni momento possa essere più gustoso se vissuto insieme a Mortadella Bologna. Tutte le ricette create e studiate appositamente dai food blogger per il Consorzio Mortadella Bologna, rendono protagonista il prodotto abbinandolo a ingredienti di stagione.

La campagna, che durerà fino a dicembre, è articolata su tre soggetti con l’obiettivo di comunicare la sicurezza, la qualità e la versatilità della Mortadella Bologna. La sicurezza di essere prodotta in Italia da sole aziende italiane, garantita e protetta dal Consorzio di tutela. La qualità poiché è fatta solo con tagli nobili e selezionati di carne suina nel rispetto dell’antica ricetta tradizionale che l’ha resa unica e inimitabile. La versatilità perché trasforma ogni piatto in una ricetta deliziosa, trasmettendo allegria e piacere di stare insieme.