Drinkood affida ad Hurricane la sua comunicazione

cattura-di-schermata-79-ea068691

logo_drinkoodDrinkood, società di distribuzione di bevande soft-drink rivolte in particolare a una clientela giovane, dinamica, "energetica" e allo stesso tempo attenta alla salute e al benessere, ha deciso di affidare la sua comunicazione all'agenzia milanese Hurricane.

Drinkood è impegnata a lanciare e distribuisce sul mercato italiano una serie di nuovi marchi con prodotti decisamente innovativi, tra cui Black - Energy Drink con testimonial Mike Tyson - e il fruit drink Frugo, la cui comunicazione a supporto avrà il suo cuore in progetti e iniziative che nascono dal digitale e seguono percorsi molteplici. «Abbiamo scelto Hurricane spiega Paolo Posa, direttore marketing e comunicazione di Drinkood - perché è un'agenzia giovane, che bene si sposa con la nostra realtà, anche perché il nostro processo di crescita ha bisogno di una strategia globale e di progetti incentrati sui consumatori e rivenditori. Abbiamo scelto questa sigla come partner per una continua ispirazione e per la sua flessibilità nell'approccio quotidiano. Il primo passo che faremo insieme sarà il lancio del nuovo sito che a giorni vedrà la luce e che sarà il primo tassello della nostra comunicazione».

«Siamo particolarmente felici di aver acquisito Drinkood come cliente - afferma Vanni Bolis, ceo di Hurricane - perché certi che le nostre due realtà, entrambe di recente costituzione, creeranno un rapporto a lungo termine per raggiungere risultati sfidanti in un settore così importante come quello del beverage». Un matrimonio quindi dalla ottime premesse, come sostiene anche Simone Ramaccini, partner & hybrid director di Hurricane: «Con Drinkood e i suoi brand possiamo spaziare su prodotti differenti e ragionare su strategie di comunicazione e marketing ad ampio raggio. La sfida è seguire i consumatori nei diversi punti di contatto, incontrandoli nel quotidiano e offrendo la migliore esperienza possibile».

Hurricane di definisce la prima agenzia "ibrida" di marketing e comunicazione in Italia: un posizionamento che porta la sigla a mettere in campo strategie di comunicazione e marketing, nelle

quali le idee sono le fondamenta di ogni esperienza e il digitale una componente imprescindibile.