Wüber presenta in Tv i nuovi würstel per hot dog

wuber-spot-furto-d1ac82dc

Wüber torna protagonista del palinsesto estivo con una campagna pubblicitaria che ripropone i suoi würstel e lancia una new entry. La nuova comunicazione vede la conferma della collaborazione del brand con l'agenzia Italia Brand Group, già ideatrice del tormentone del classico spot "Wüber per tutti". A partire dal 27 di luglio, allo spot Wüber si aggiungono un codino e due nuovissimi soggetti che presentano al grande pubblico gli Hot Dogs Wüber, ultimi nati nella famiglia dello storico brand specialista dei würstel di qualità.

DEF_Wuber_WuberoneLo spot "Slow motion" di Wüber riserva quindi un finale "a sorpresa", con un codino di 5" dedicato alla nuova gamma "Hot Dogs Wüber", la linea di wurstel top quality pensata appositamente per il celebre panino dove due aitanti giocatori di football fanno da "ambasciatori" della nuova specialità firmata Wüber. E sullo stesso terreno di gioco "i Wüber speciali per hot dog eccezionali", come recita il claim, diventano i protagonisti assoluti di due nuovi spot da 10" e 15".

La creatività rievoca il mondo americano del footbball e gioca sull'effetto sorpresa e surreale della comparsa di un hot dogs durante le concitate fasi del match. Riprendendo il claim storico della campagna "Wuber per tutti", nei due soggetti "furto" e "mangiata" i due atleti dapprima si contendono l'hot dog, per poi condividerlo. L'american style è inoltre rievocato nel logo stesso dei nuovi Wuber Hot Dogs, da cui fa capolino una simpatica pin up, e dai colori del pack. La pianificazione degli spot, curata da Media by Design, divisione media di IBG, è programmata sulle reti Rai, La7 e Alice TV fino al 20 settembre.

«Torniamo on air per rafforzare la nostra brand awareness e per presentare al grande pubblico i nuovi Hot Dogs attraverso una creatività originale, dinamica e coinvolgente rivolta a un target più giovane" - afferma Sabino Gravina, direttore marketing&strategie Italia del Gruppo Beretta -. Con questa nuova linea vogliamo rafforzare la nostra market share ampliando le occasioni di consumo dei würstel, oggi particolarmente concentrate sul secondo piatto di portata e poco sullo snack/panino. Wüber sceglie di

legarsi al mondo dello sport, che esprime gli stessi valori di benessere, condivisione, passione e determinazione alla base della sua filosofia aziendale».

Gruppo Beretta nasce come salumificio artigianale nel 1812 a Barzanò, nel cuore della Brianza, ed è oggi una delle più importanti aziende italiane dell'industria alimentare con 22 siti produttivi situati in Italia e all'estero, diversificati per specificità produttiva, e 1.300 dipendenti. Il Gruppo, grazie all'esperienza in ambito alimentare tramandata per otto generazioni e una costante ricerca di tecniche di produzione sempre più all'avanguardia, oggi può contare oltre 300 referenze sul mercato italiano: dai DOP più rinomati agli IGP, da tutti i prodotti "nobili" della salumeria italiana ai würstel, fino ai piatti pronti ricettati. Si colloca al 1° posto nel mercato dei salumi a libero servizio (Quota a Valore, fonte: IRI - AT Dic 2012), e al 1° posto nella gastronomia fresca (Quota a Valore - Fonte IRI - AT Dic 2012). Di rilievo anche il ruolo dell'export: i prodotti Beretta sono distribuiti in Europa, Nord America, Medio Oriente, Asia, Australia. Il fatturato complessivo del Gruppo nel 2012 è stato pari a circa 650 milioni di euro (di cui 174 mln da export).