Mielizia, al via la nuova campagna tv e stampa

mielizia-s-b4cbf1c0

Mielizia è in comunicazione con una **campagna che coinvolge TV** - Rai, Mediaset (Canale 5) e digitale terrestre (Real Time) - e **carta stampata**, con una pagina istituzionale destinata a una selezione di testate consumer e alle riviste di Trenitalia e Italo. L'obiettivo della pianificazione è accrescere la notorietà del top brand dei prodotti Conapi, puntando sui suoi valori-chiave: produzione diretta, naturalità, legame con il territori, garanzia di alta qualità. Un investimento molto importante e diversificato, per il quale Conapi, Consorzio Nazionale che riunisce oltre 600 Apicoltori in tutta Italia, in collaborazione con l'agenzia di comunicazione **LinkageAdv** ha selezionato **trasmissioni e testate in linea con i valori del brand**: naturalità e italianità innanzitutto, senza tralasciare il contenuto gourmet di Mielizia e il giusto aggancio al target dei più piccoli.

La pianificazione tv è scattata domenica 17 gennaio, l'obiettivo è entrare in contatto con diversi milioni di telespettatori. I canali coinvolti sono quelli Rai dove Mielizia è presente con il suo billboard all'interno di alcune trasmissioni mainstream di **Rai 1**, suddivise in diverse fasce orarie (La Prova del Cuoco, Linea Verde, Uno Mattina, L'Eredità) e sul canale tematico per l'infanzia **Rai YoYo** nella fascia pomeridiana.
Dal 24 gennaio al 6 marzo Mielizia sarà presente anche su **Canale 5** in apertura e chiusura delle prossime puntate di Mela Verde, la seguitissima trasmissione domenicale dedicata al nostro patrimonio agroalimentare. Inoltre Mielizia ha scelto **Real Time** e la trasmissione di Benedetta Parodi "La cuoca bendata", dove sarà presente dal 22 febbraio al 4 marzo, tutti i giorni dal lunedì al venerdì.

mielizia adv immagineSpazio anche per la comunicazione sulla stampa consumer: il brand campeggerà, infatti, con la sua pagina istituzionale su numerose testate: ***Cucina Italiana, A Tavola, Più Dolci, Più Cucina, La Prova del Cuoco Magazine, Sale & Pepe, Cucina Moderna***, oltre a ***Italo*** e ***Vie del Gusto***, distribuiti su tutta la rete dei treni Italo e ***La Freccia Gourmet***, la rivista distribuita da Trenitalia. La pagina, realizzata sempre da LinkageAdv, ha un taglio narrativo: il visual mostra un apicoltore al lavoro che scoperchia un'arnia ed è accompagnato da un messaggio in linea con l'immagine: "Scopri cosa c'è dentro i nostri alveari". Per farlo basta utilizzare il **QR Code** posto sulla

capsula dei vasetti di miele, che rimanda a numerosi contenuti: chi è il Consorzio e cosa fa, l'origine del miele, gli abbinamenti consigliati e le ricette più gustose. La bodycopy elogia le virtù del miele, di cui sono riportate le principali informazioni nutrizionali in una tabella ad hoc. In basso, l'immagine di tre varianti di prodotto accanto al logo accompagnato dal pay off "Attrazione Naturale", a sottolineare il forte orientamento al rispetto della natura che riunisce gli apicoltori del Consorzio.

"Abbiamo deciso di ripetere - spiega **Nicoletta Maffini, Responsabile Commerciale e Marketing Conapi** -la campagna che avevamo lanciato con successo a inizio 2015. Un impegno importante che affrontiamo con l'obiettivo principale di accrescere la notorietà del nostro brand di punta Mielizia e di valorizzare il lavoro dei nostri soci apicoltori, che praticano, da sempre, un'apicoltura pulita, biologica e di qualità. Oltre a tv e carta stampata, saremo molto attivi anche in rete. Ne sono un esempio sia il progetto di storytelling **#beeproject** recentemente avviato con la foodwriter e conduttrice tv **Francesca Romana Barberini**, con video-pillole e ricette tutorial su **Facebook** e **YouTube** per raccontare il mondo del miele, che quello in collaborazione con Quadò Editore che partirà dal prossimo febbraio".