L'idratazione è un gesto d'amore: la nuova campagna Nestlé Vera

vera-98f87b6b

Una **corretta idratazione per tutta la famiglia**, garantita da **Nestlé** e disponibile ogni giorno al giusto prezzo: sono questi i valori alla base della **nuova campagna di comunicazione di Nestlé Vera**, on air fino al 30 settembre e focalizzata sui territori di **Lazio, Campania, Puglia e Sicilia**.

Netlé Vera, simbolo di qualità, corretta idratazione e benessere per grandi e piccoli, torna a raccontarsi su **stampa, tv e mezzi out of home**, ponendo al centro della nuova campagna le famiglie. Protagonisti sono i gesti d'amore con cui ogni giorno le mamme si prendono cura dei propri cari: piccole attenzioni che si trasmettono di generazione in generazione, come l'attenzione alla corretta idratazione e alla salute delle persone amate. Nella convinzione che bere meglio è vivere meglio, Nestlé Vera infatti è quotidianamente accanto alle mamme, offrendo loro un'acqua buona e sicura, grazie alla qualità garantita dal Gruppo Nestlé, che nel 2016 celebra i suoi 150 anni di storia. In quest'ottica, è stata recentemente siglata anche una **partnership con la Società Italiana di Pediatria Preventiva e Sociale (SIPPS)**, con lo scopo di promuovere una vera e propria cultura della corretta idratazione, con particolare focus sui bambini.

La campagna è dedicata alle famiglie del Centro-Sud Italia, territori d'elezione per il brand in quanto ospitano due delle fonti attraverso le quali Nestlé Vera ha concretizzato il proprio approccio multiregionale. Il progetto, che è stato sviluppato con l'intento di **avvicinare l'imbottigliamento dell'acqua minerale ai consumatori e valorizzare le risorse idriche locali**, prevede la distribuzione delle fonti sul territorio nazionale. Così l'acqua giunge sulle tavole dei consumatori senza dover percorrere lunghe distanze. Per questo, alla storica fonte di San Giorgio in Bosco (Padova) Nestlé Vera ha affiancato prima quella di Santo Stefano Quisquina (Agrigento) e da quest'anno quella di Castrocielo (Frosinone).

Per la **Sicilia**, dove viene imbottigliata l'acqua Nestlé Vera "Santa Rosalia", è stato sviluppato uno **spot da 15' in onda sulle emittenti locali**, mentre una creatività stampa dedicata è in pubblicazione

sui **principali quotidiani dell'isola**. Altra iniziativa di comunicazione attiva sul territorio è la promozione “**Viviparchi**”, presente su 17 milioni di fardelli che da Santo Stefano Quisquina arrivano ai consumatori dell'intera isola. Fino al 30/10 tutti coloro che acquistano una confezione da 6 bottiglie di acqua naturale Nestlé Vera Santa Rosalia da 2 litri possono trovare stampato direttamente sul pack un voucher valido per l'ingresso di un bambino (accompagnato da un adulto pagante) all’interno di una della strutture del circuito Viviparchi aderenti all’iniziativa. Il regolamento completo può essere consultato sul sito www.nestle-vera.it.

Nei soggetti creativi dedicati a **Lazio, Campania e Puglia** particolare attenzione è stata riservata, oltre che ai concetti di famiglia, idratazione e qualità garantita, anche allo **stabilimento di Castrocielo**, che imbottiglia l’acqua proveniente dalla nuova fonte “**Naturae**”. In evidenza soprattutto le elevate performance di sostenibilità ambientale che caratterizzano il nuovo sito, alimentato solo da energie 100% rinnovabili. Oltre che sui **quotidiani locali** e sulle **principali tv del territorio**, alle quali è destinato un **filmato da 30’**, la campagna è declinata anche sui canali out of home, con **affissioni e personalizzazione di bus a Roma, Napoli e Bari**.

La creatività della campagna è a cura di **Publicis**, la pianificazione è stata affidata a **Mediacom**.