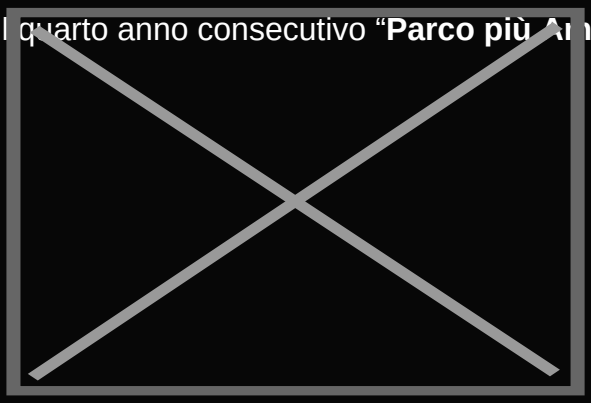
Leolandia: nuovi accordi per i servizi, anche nella ristorazione

algida-leolandia-d2592420

Nella vincente e sempre più seguita formula che contraddistingue il successo di **Leolandia**, parco divertimenti numero 1 in Italia per le famiglie con bambini fino a 10 anni, un ruolo centrale spetta all'offerta di servizi di qualità eccellente, frutto di partnership di lungo periodo con aziende leader nei rispettivi settori di riferimento. Facilities in grado di mettere le famiglie, anche con neonati al seguito, nella condizione di godersi i contenuti del parco in totale relax e spensieratezza, permettendo al contempo ai partner di instaurare un rapporto diretto e privilegiato con il pubblico, in un contesto caratterizzato da un coinvolgimento elevato.

Una strategia che prosegue anche nel 2020, nonostante i limiti imposti dall'emergenza sanitaria e dal lockdown: nel corso della stagione, infatti, Leolandia ha definito una serie di **nuovi accordi** che hanno contribuito a confermare il gradimento del pubblico nei confronti del parco, recentemente nominato per il quarto anno consecutivo "**Parco più Amato d'Italia**" da Tripadvisor.



Si parte dalle **nuove nursery realizzate con Pampers**, brand di riferimento nel mercato dei pannolini e delle salviettine per bambini facente capo a Fater, prima azienda in Italia nel settore dei prodotti assorbenti per la persona. La partnership, che vede i due marchi già da tempo affiancati in concorsi al consumo e loyalty program, ha comportato la tematizzazione dei locali e l'inserimento di nuovi servizi per le mamme, come le confortevoli poltrone per l'allattamento, i fasciatoi e gli erogatori di salviettine; ad oggi, il parco dispone di 9 nursery, di cui 4

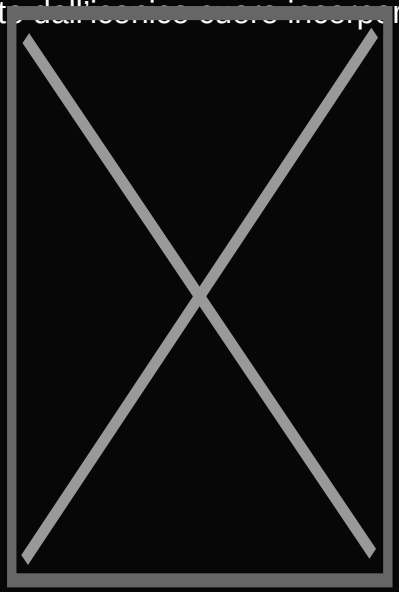
a marchio Pampers.

New entry anche sul fronte della **ristorazione** con il “**Menù Primi Assaggi**” in collaborazione con **HiPP Biologico**: la nota azienda specializzata da oltre 60 anni in prodotti biologici e di altissima qualità per l’infanzia, ha sviluppato una proposta ad hoc per Leolandia che comprende pappa pronta, frullato di frutta e baby soffi ai cereali, tutto rigorosamente bio. Il menù è disponibile in 4 ristoranti e può essere acquistato anche online.

Sempre nel comparto ristorativo si inserisce la nuova collaborazione con **Cameo** grazie alla quale verrà realizzato un interessante progetto di edutainment nell’area della Fattoria: l’amatissima mucca **Muu Muu** e i suoi divertenti amici accompagneranno i visitatori di Leolandia alla scoperta della Fattoria degli Animali, attraverso un percorso informativo ed esperienziale.

Nell’ambito dei servizi ai genitori un'altra grande novità è l’accordo con **Artsana**, che fornisce attraverso il marchio **Chicco** 40 **passeggini** per il servizio noleggio e 140 **seggioloni** disponibili gratuitamente in tutti i punti ristoro.

Guardando invece ai bimbi più grandicelli e agli adulti, degna di nota è la storica collaborazione con **Unilever** che, oltre a fornire diverse referenze al parco, è protagonista di importanti operazioni di product placement: è infatti presente con il brand **Algida** nella Baia dei Piccoli Surfisti, playground acquatico frequentatissimo dai più piccoli durante i mesi estivi, e presso La Serra Italia, snack bar specializzato in piadine romagnole, dolci e gelati, contraddistinto dall'iconico cuore incorporato nella struttura.



[caption id="attachment_178440" align="alignleft" width="200"] David Tommaso[/caption]

“Leolandia è prima di tutto un produttore di esperienze e questo ci permette di studiare operazioni di product placement particolarmente efficaci", spiega **David Tommaso**, Direttore Marketing e Vendite di Leolandia. "Garantiamo un posizionamento eccellente per affinità di target, qualità dell’inserimento e grado di coinvolgimento del pubblico, che interagisce con il brand attivamente e in un contesto positivo. Siamo sempre aperti a valutare nuove collaborazioni, con l’obiettivo di rendere ancora più appagante e completa la visita del parco agli occhi dei nostri piccoli e grandi ospiti”.