E’ on air la nuova campagna di Amica Chips

screenshot-campagna-amica-chips-evid-2841d86b

Dal 16 al 30 novembre è in onda sulle principali televisioni (Rai, Mediaset, La7 e Sky), emittenti radio (Rtl 102.5) e sul web, il nuovo flight di Amica Chips, che vede protagonista degli spot (da 30'' e da 15'') la patatina classica nel sacchetto trasparente, leader di mercato con una quota di circa 10,40%. La campagna pubblicitaria intende, appunto, rafforzare il positioning di questa patatina che, con un aumento del 4,5% delle vendite a volume, si conferma essere la preferita dai consumatori italiani.

[embed width="560"]http://youtu.be/lwteZgF8UxA[/embed]

Cuore della strategia comunicativa della campagna, firmata M&C Saatchi, è l'amicizia intesa come condivisione di tanti momenti di vita, raccontata con la simpatia che è propria del mondo Amica Chips. Con un'accattivante effetto-sorpresa vengono narrate diverse occasioni di consumo della patatina, dalle più tradizionali (party, aperitivo, discoteca) ad alcune nuove ed inedite, anche perché a condividere questi momenti con il protagonista è un sacchettone di patatine animato. In sinergia agiscono sia il remix della famosa canzone di Venditti "Ci vorrebbe un amico" (che qui diventa "Ci vorrebbe un'amica"), che l'esplicito pay-off.

Amica Chips si propone, anche in questo caso, come brand innovativo, attento alle tendenze dei consumatori. Con due flight a maggio e a settembre, l'azienda aveva, infatti, lanciato "Eldorada", la patatina "hand coocked" che si colloca in fascia premium per le sue caratteristiche di doratura e croccantezza e per il suo packaging che ne esalta la genuinità e l'alta qualità del contenuto.

Amica Chips è un'azienda tutta Italiana, nata nei primi anni '90, specializzata nella produzione di patatine, snack e crostini. Si posiziona attualmente come co-leader nel settore delle patatine ed è al vertice assoluto per prodotti emergenti come le tortillas. E' presente capillarmente sul mercato italiano e sta crescendo in oltre 20 nazioni. Basa la sua identità verso il consumatore su un mix costituito da alta qualità della materia prima, impiego di tecnologie all'avanguardia nella filiera di lavorazione e comunicazione originale e decisamente friendly, unica nel proprio settore. Rientrano in questa visione anche scelte innovative e qualificanti per quanto riguarda la sicurezza in azienda e la sostenibilità ambientale degli stabilimenti, fra cui la depurazione delle acque e l'utilizzo di sistemi di cogenerazione

per l'impiego ottimale dell'energia.