



Comunicato stampa Misura Stevia

Milano, 18 maggio 2016

**La dolcezza protagonista del  
nuovo concorso Misura Stevia.  
Chiara Maci testimonial di "My coupon is sweet"**

***Dal 18 maggio è online un nuovissimo concorso Misura Stevia tutto in dolcezza: stampare e colorare con fantasia sarà il modo per partecipare e vincere splendidi premi.***

La primavera è tornata e con lei anche Misura Stevia, con tanta voglia di premiare i suoi consumatori! Un concorso nuovo di zecca che vede protagonista la nota **foodblogger Chiara Maci** che ci guida, con un simpatico video girato proprio a casa sua, a scoprire come vincere con fantasia e dolcezza. Si tocca un tasto nuovo: giocare e creare insieme ai bambini, per coinvolgere tutti e conoscere la bontà di Misura Stevia.

E' il **concorso "My coupon is sweet"**. Tutte le info su [www.misurastevia.it](http://www.misurastevia.it)

Di questo nuovo concorso e delle proprietà del dolcificante di origine naturale a base di stevia, a zero calorie, si è parlato anche **all'evento Mammacheblog, dove Misura Stevia è intervenuta come sponsor**. Un momento di incontro molto interessante che coinvolge le mamme blogger provenienti da molte realtà diverse e che almeno una volta all'anno si incontrano per confrontarsi sulle novità legate al food, alla salute in cucina, al mondo dell'infanzia e a tutti i temi legati al mondo "mamma". Tante idee, effervescenza e trend benessere: si può dire lo stesso mood di Misura Stevia!

In contemporanea, esce un'importante **campagna web e stampa** su molti fra i principali settimanali e mensili come **Donna Moderna, Grazia e Starbene**. La linea strategica 2016 punta su una scelta con format di advertorial: più informazioni dettagliate per il lettore. Tante ricette e indicazioni di consumo che orientano meglio chi vuole conoscere più da vicino Misura Stevia e sceglierne la qualità.

Abbiamo chiesto al dottor **Michele Morisi**, direttore marketing di **D&C** quale sia il tone of voice della comunicazione 2016: *"Abbiamo scelto una comunicazione tailor made, su un target sempre più evoluto, e smart al contempo. Oggi vince chi comunica con efficacia di contenuti, ma anche valorizzando il contatto diretto col consumer. I risultati sono nei numeri che monitoriamo con soddisfazione"*.

Firma la strategia e tutte le attività, **Swan&Koi, impresa di comunicazione e formazione**, che sin dal lancio accompagna il successo del brand.

Tutto in linea col nuovo claim: **"My life is sweet"!**