



Milano, 19 Maggio 2015 – E' partita la campagna advertising di **Misura Stevia, dolcificante di origine naturale.**

Il nuovo posizionamento di comunicazione del brand prevede un massiccio investimento che parte in prima battuta con la **TV** e, immediatamente ad eco, sulla **stampa nazionale** e il **web**. A corredo una strategia social sulle maggiori piattaforme.

Lo spot, girato in Grecia, esalta l'anima "nature" del prodotto collegandolo strettamente ad un mood femminile di sentimenti. Una short story che vede la narrazione di un'amicizia al femminile, sempre accompagnata dalla dolcezza: le occasioni di incontro divengono la condivisione di un consumo di prodotto, sempre avvalorato dalla tenerezza e dalla complicità.

Per la versione al pubblico italiano **Swan&Koi**, impresa di consulenza strategica, ha individuato la strada dello storytelling con voce femminile.

Un commento narrativo fatto di poche battute che avvalorano le immagini e crea un'intimità nuova col pubblico, soprattutto fatto di responsabili consumo. Il tema portante della comunicazione è il claim "**LIFE IS SWEET**", sussurrato in tono confidential, a chiusura del filmato. **Screenplay** ha curato la produzione con la magica voce di Roberta Federici. Ne risultano un 7" e un 15" di fascino che passano con alta intensità su **La7 e La7D**.

In contemporanea esce su testate femminili "F", "Diva e Donna", "Cucina TV" e "Natural Style" la **campagna stampa** che riprende i più salienti frame dello spot e sceglie una head line emozionale come "Volersi bene, in ogni istante" che mira a spingere il consumo di Misura Stevia declinandolo nelle svariate occasioni della giornata e significandolo come momento di cura di sé e di chi amiamo. Immagini di tenerezza, informazione di prodotto, shooting delle nuove confezioni in una campagna che copre i mesi maggio, giugno e luglio su settimanali e mensili a tiratura nazionale, ad alto gradimento femminile.

Il web: Facebook, Twitter, You Tube e Google Plus. Misura Stevia girerà in rete fino alla fine dell'anno con un video di 30" che è la versione completa dello spot tv. Un video che piacerà e farà parlare gli utenti dei social network più importanti, divenendo poi il collegamento virtuale con i concorsi a premi che verranno promossi soprattutto attraverso il sito di prodotto.

Il piano infatti, è composto anche da **2 momenti promozionali online** che spingono sulla digitalizzazione e la conseguente informazione di prodotto, con costanti remind al sito.

L'investimento complessivo previsto dal piano di comunicazione è pari a 4 milioni di euro.

Il cerchio perfetto del piano di comunicazione si chiude con il **CSR**.

Rete del Dono, partner di Swan&Koi, è una delle più potenti piattaforme di crowdfunding italiane e ha identificato un' interessante attività a fianco dell'Associazione Diabetici di Bologna, coinvolgendo Misura Stevia in un evento che sposa perfettamente le qualità del prodotto: la **RunTuneUp Marathon** (Bologna, 13 settembre 2015).



Sulla nuova scelta strategica intrapresa da Misura Stevia abbiamo chiesto al dottor **Michele Morisi**, direttore marketing di D&C, quali siano le intenzioni e le aspettative per questo brand che così ha commentato: “Il **nostro brand** ha la sicurezza della qualità, data dal valore naturale del prodotto. Insieme a **Merisant**, proprietaria del marchio Misura Stevia, avevamo la necessità di far girare questi valori abbinandoli ad un mood di tenerezza ed emozione. Per questo abbiamo creato un ambiente femminile, fatto di confidenziale amicizia e cura di sé che ben coniuga gli elementi di consumo. **Misura Stevia** può essere un’occasione in molti momenti della giornata, per dolcificare una tisana, realizzare un dolce in compagnia, come ‘compagno di viaggio’ o nella vita frenetica del lavoro. Vogliamo trasmettere la fiducia di una gamma naturale e senza calorie, anche per il consumatore più sofisticato. Ci crediamo, anche perché vogliamo davvero pensare che LIFE IS SWEET!”.

Dot.ssa Simona Della Negra – Ufficio Stampa Misura Stevia
s.dellanegra@swankoi.com
339 1499568