

Misura riposiziona Stevia con un piano di comunicazione crossmediale da 4 milioni di euro

È partita la nuova campagna advertising del dolcificante di origine naturale Misura Stevia. Il nuovo posizionamento del brand prevede un massiccio investimento in comunicazione che parte in prima battuta con la tv e poi 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 italiana l'agenzia Swan&Koi 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 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 alcuni frame dello spot e sceglie una headline emozionale come "Volete 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 del-

le nuove confezioni in una campagna che copre i mesi maggio, giugno e luglio su settimanali e mensili a tiratura nazionale, ad alto gradimento femminile. Per ciò che riguarda i social Facebook, Twitter, YouTube e Google Plus per 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 due promozioni

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).

MISURA®

