

## Nonne coi selfie e videochiamate: Amadori lancia i nuovi spot Resta lo slogan diventato celebre

Le nuove pubblicità dell'azienda cesenate in onda sulle tv nazionali

**Una nonna** che prende il suo smartphone, scatta una foto e, con la complicità della nipote, condivide con la sua rete il piatto appena preparato. Una coppia multietnica che condivide con gli amici il gusto per la cucina tradizionale orientale.

La videochiamata di un bimbo che, insieme al padre e alla sorella, condivide il momento della cena con la mamma in viaggio per lavoro. La pausa pranzo di una coppia fitness dopo una sessione di allenamento, una famiglia che si accorda per la cena con una chat on line e, infine, una tavolata conviviale di amici in mezzo al verde di un parco.

**Sono** i soggetti dei nuovi spot dell'azienda Amadori in onda dal 16 febbraio fino a inizio aprile sui principali canali televisivi nazionali. Due i film realizzati: "Qualità 10+", che presenta la

gamma premium Amadori formata da tagli tradizionali e dai nuovi impanati anatomici, che rispondono ai bisogni di qualità e sicurezza (allevamento senza uso di antibiotici) e di un'alimentazione equilibrata; "Le specialità gastronomiche" presenta la linea di elaborati crudi (hamburger, salsicce, polpette), tagliata e impanati, enfatizzando il gusto. «**Parola di Amadori**» sarà il claim che firmerà tutti i soggetti che andranno in onda. «I due nuovi spot valorizzano le nostre eccellenze di prodotto ed evolvono la nostra comunicazione», commenta Corrado Cosi, direttore Marketing e Ricerca & Sviluppo di Amadori. L'azienda conta ottomila dipendenti in tutta Italia.

### PUBBLICITÀ

**I filmati 'Qualità 10+' e 'Le specialità gastronomiche' promuovono i prodotti alimentari**



## I MESSAGGI IN DUE DISTINTI FILMATI



Una delle immagini tratte dagli spot ora in onda

# Sapori, salute e globalità nei nuovi spot di Amadori

L'azienda porta in scena alcuni dei molteplici tratti distintivi della società  
Andrà in onda fino ad inizio aprile sui principali canali televisivi nazionali

### CESENA

Una nonna che prende il suo smartphone, scatta una foto e, con la complicità della nipote, condivide con la sua "rete" il piatto appena preparato.

Una coppia multi-etnica che condivide con gli amici il gusto per la cucina tradizionale orientale.

La videochiamata di un bimbo che, insieme al padre e alla sorella, condivide il momento della cena con la mamma in viaggio per lavoro.

E ancora: la pausa pranzo di una coppia "fitness" dopo una sessione di allenamento, una fami-

glia che si accorda per la cena con una chat on line e, infine, una tavolata conviviale di amici in mezzo al verde di un parco.

Amadori porta in scena alcuni dei molteplici tratti distintivi della nostra società contemporanea nei suoi due nuovissimi spot, in onda da metà febbraio a inizio aprile sui principali canali televisivi nazionali. Due i film realizzati: "Qualità 10+" presenta la gamma premium Amadori formata da tagli tradizionali e dai nuovi impanati anatomici, che rispondono ai bisogni di qualità (alimentazione vegetale e no OGM), sicurezza (allevamento senza uso di antibiotici) e

di un'alimentazione equilibrata; "Le specialità gastronomiche" presenta la linea di elaborati crudi (hamburger, salsicce, polpette), tagliata e impanati, enfatizzando il gusto, il contenuto di servizio e la convivialità che caratterizza queste gamme di grande successo.

«La nuova campagna vuole raccontare agli italiani i valori della marca e dei prodotti Amadori, che rispondono alle nuove e diversificate esigenze di consumo del nostro tempo - spiegano in azienda - La tavola diventa lo specchio di un mondo che cambia: un villaggio globale dove grazie a smartphone e tablet si

può "pranzare" con persone lontane e condividere la tradizione del buon cibo; dove ci si può avvicinare a culture diverse e rinnovare il proprio stile di vita. Insieme a questa società in evoluzione l'offerta di Amadori si evolve, arricchendo la qualità di sempre dei suoi prodotti con ulteriori plus distintivi».

I due film connettono l'esplorazione del gusto e del piacere dello stare insieme con la dimensione del benessere delle persone e dell'ambiente che ci circonda.

Comune denominatore di questa narrazione è la filiera integrata Amadori.