COMUNICATO STAMPA

ICAT FOOD: l'esperienza di Angelo Parodi ritorna in Televisione.

Al via la nuova campagna pubblicitaria del marchio di conserve ittiche più antiche in Italia con il nuovo soggetto "Mannaggia": protagonisti i filetti di tonno.

Lo storico brand Angelo Parodi, la marca di conserve ittiche più antica in Italia (dal 1888), arricchisce la propria gamma di prodotti e ritorna in televisione con un inedito soggetto pubblicitario.

On air da domenica 25 maggio la campagna vede nuovamente protagonista Angelo Parodi, in carne ed ossa, nel ruolo di un affascinante esperto di mare e di conserve ittiche pronto a dispensare massime e "trucchi del mestiere". Oltre agli episodi già visti sul trancio di tonno, i filetti di acciuga e di sgombro, la campagna si arricchisce quest'anno di un soggetto inedito, dedicato alla presentazione dei nuovi filetti di tonno in vaso vetro.

Qui si vedrà l'esperto Angelo Parodi, all'interno del proprio salotto, mentre fa degustare a due giovani e avvenenti signore dell'epoca i suoi prelibati filetti di tonno. Ammiccando alla bontà del suo pescato, tale da conquistare le assaggiatrici che commentano con un "mannaggia" il sapore delle carni, Angelo Parodi cattura inevitabilmente la simpatia dei consumatori ribadendo così l'altissima qualità dei suoi prodotti.

Per questo primo flight, tra maggio e giugno sono stati programmati sulle reti Rai, SKY e Discovery più di 2500 spot capaci di generare oltre 400.000 contatti a target. Articolata in spot da 15'' la campagna ha l'obiettivo di consolidare il posizionamento premium del brand Angelo Parodi attraverso l'intera gamma e di esaltare il valore e la storia della marca, forte di oltre 125 anni di esperienza e di attenzione per la qualità.

Fondata nel lontano 1888, la marca Angelo Parodi è da sempre sinonimo di tradizione, artigianalità e qualità del pescato e si posiziona all'interno del segmento "premium" del mercato delle conserve ittiche. I fieltti di Tonno Angelo Parodi 1888 si distinguono per il metodo di lavorazione e per la ricerca della migliore qualità che il mare possa offrire ad un'attività di pesca. La morbidezza, la lentezza della lavorazione e la stagionatura sono la garanzia di altissima qualità del prodotto.

LA CAMPAGNA IN SINTESI

Cliente: Icat Food S.p.A.
Prodotto: Tonno Angelo Parodi
Presidente e A.D.: Giorgia Serrati Teglio
Direttore Commerciale: Luca Intermite
Responsabile Marketing: Luca Verga
Agenzia: Auge HQ

Casa di Produzione: Haibun
Regia: Josè Antonio Pratt
Titolo campagna: mannaggia
Data uscita: 25 maggio 2013
Mezzi: Televisione
Centro Media: UM

Contact: Barabino & Partners
Tel. 010.272.50.48
Barbara Demicheli
b.demicheli@barabino.it

Genova, 27 maggio 2014