

News

20-07-2011

Il riposizionamento di Rabarbaro Zucca

 Like


Un seguito sempre più esteso di consenso sta segnando il percorso di riposizionamento di **Rabarbaro Zucca**, che entra nel segmento degli aperitivi non solo "oliva e ombrellino".

La campagna **radio** multisoggetto è accompagnata dallo slogan "Sei solo oliva e ombrellino" (rivolto agli aperitivi banali, al posto del celebre "sei solo chiacchiere e distintivo" de *Gli Intoccabili*) già tormentone con circa 20.000 visualizzazioni su YouTube (www.youtube.com/SpiritoNoir) in poche settimane.

Il piano di **social media marketing su Facebook** ha dato vita alla pagina

www.facebook.com/rabarbaro.zucca che ha raggiunto i 35.000 fan in poche settimane; e inoltre un **tour di eventi territoriali**. Questi i cardini della strategia di comunicazione che **Ilva Saronno** sta portando avanti con l'*agenzia milanese IAKI*.

Obiettivo dell'operazione, aprire la strada ai cocktail a base di Rabarbaro Zucca nel mondo dell'happy-hour, inaugurando un nuovo modo di celebrarne il rito con l'aperitivo "scuro". Si tratta di una reinterpretazione del noir, genere sulla cresta dell'onda e che ben si presta a rappresentare il colore, il sapore dolceamaro e il fascino non convenzionale di questo prodotto.

Per ulteriori info: <http://www.iaki.it/blog-iaki/adv-radio-eventi-social-media-marketing-rabarbaro-zucca/>