

MEDIAFORUM

1 luglio 2016

media e pubblicità



Campagne E' tempo di tornare in tv: F.lli Polli lo fa con Walk In

La sigla ha firmato il primo lavoro dopo aver vinto una gara a quattro per la creatività e il planning; il budget legato a questa iniziativa ammonta a 2,5 milioni di euro. Mug Film è la casa di produzione a cui è stata affidata, la regia curata da Marco De Aguilar

di Vera Modesto

Flli Polli, azienda nata a Milano nel 1872 e leader nel mercato delle conserve vegetali, torna sugli schermi con uno spot in rotazione fino al 16 luglio sulle maggiori reti televisive nazionali per presentare i nuovi sughi pronti "4e4 Orto". A firmare la campagna l'agenzia Walk In - di cui Lorenzo Farina è founder e direttore creativo - che ha di recente vinto la relativa gara a quattro per creatività e planning del brand. Per un investimento complessivo di 2 milioni di euro per la tv e 500 mila euro per il web. Nel nuovo spot, in pianificazione sia sulle reti satellitari sia su quelle del digitale terrestre, l'azienda mostra al grande pubblico le sette varietà di sughi pronti "4e4 Orto". L'intreccio dello spot vede il protagonista Ugo destreggiar-

LAVORO D'EQUIPE

Nelle foto in alto, a destra, a cominciare dall'alto, compagno di affato, compagno Lorenzo Farina, founder e direttore creativo di Walk In, e Manuela Polli, responsabile pr e communication della F.lli Polli.

si con fantasia e immaginazione tra le diverse "emergenze culinarie" dell'ultimo minuto, come lo spuntino last second per non perdersi nemmeno un minuto della partita in tv o l'arrivo a casa di un amico che ha la fidanzata vegana, risolvendo ogni preoccupazione con l'utilizzo dei nuovi sughi pronti di F.lli Polli, capaci di soddisfare anche i palati più esigenti. «Il concept che abbiamo scelto per promuovere i nostri nuovi prodotti nasce dall'osservazione di un fenomeno che oramai coinvolge la maggior parte degli italiani, ovvero il poco tempo a disposizione per preparare piatti e spuntini», spiega Manuela Polli, responsabile pr e communication di F.lli Polli. Il pay off della nuova campagna pubblicitaria è "Ta-Daaa!", un vero e proprio tormentone che ricorre più volte all'interno del cortometraggio realizzato dalla casa di produzione Mug Film.

Lo spot mostra tutta l'utilità e la praticità di "4e4 Orto" in chiave giocosa e ironica. Le situazioni proposte nell'elaborante spot, diretto dal famoso regista iberico di advertising Marco De Aguilar, sono le più svariate, ma anche le più comuni: la partita che sta per cominciare, l'arrivo di un amico con la fidanzata vegana, la serata in famiglia caratterizzata dai gusti difficili dei più piccoli da accontentare, fino al film romantico assieme alla fidanzata. "4e4 Orto" riesce sempre a risolvere le esigenze dell'ultimo minuto, in un semplice Ta-Daaa!. Il film è stato on air dal 6 al 23 giugno sulle reti Rai, dal 26 giugno al 2 luglio è nel circuito Mediaset, dal 12 giugno al 16 luglio su La7, dal 10 giugno al 25 giugno sulle reti Discovery e, infine, dal 3 al 9 luglio sarà sulle satellitari di Sky. Art director: Alessandro Calzetta. Copywriter: Andrea Tozzini. Regia di Marco De Aguilar.