

Con budget di 2 milioni di euro, **Todis** va on air per la sua prima campagna tv, firmata da Gerundio 4



## Adv Con budget di 2 milioni di euro, **Todis** va on air per la sua prima campagna tv, firmata da Gerundio

Per celebrare i 25 anni, l'insegna monomarca va on air con "Da **Todis** è facile sentirsi a casa". La pianificazione è a cura di Promomedia

**"D**a **Todis** è facile sentirsi a casa" è con questo claim che l'insegna monomarca, leader nell'ambito della distribuzione organizzata di prossimità, si presenta al grande pubblico con la sua prima campagna di comunicazione televisiva nazionale, in onda in occasione del suo 25esimo anno di attività.

### La campagna

Firmata dall'agenzia creativa Gerundio, partner ormai consolidato di **Todis**, e pianificata da Promomedia, la campagna, è andata in onda da domenica 18 febbraio e andrà per tutto l'anno sulle reti Mediaset e Rai, e si sviluppa in tre spot da 15" con soggetti e ambientazioni diversi e sarà pianificata anche sui canali social e web: google e youtube di **Todis** e sulle principali testate radiofoniche locali e nazionali. Il budget è stimabile in 2 milioni di euro.

### Il concept

Il concept creativo punta sulla comicità per sublimare il valore della convenienza, delle prossimità, e della qualità unita alla freschezza dei suoi prodotti MDD, caratteristiche peculiari dell'identità **Todis** che si traduce nel mettere al centro il cliente, facendolo sentire nel punto vendita come a casa. Gli spot video e radio, infatti, vedono protagonisti una coppia che confonde il supermercato per il proprio appartamento, comportandosi di conseguenza, dando così vita a gag surreali dove l'ironia fa da fil



rouge.

### I commenti

"Il nostro debutto sulle reti nazionali rappresenta un grande traguardo che segna il successo sempre più crescente del nostro modo di fare impresa. Con questa campagna abbiamo, infatti, non solo la possibilità di far conoscere anche al grande pubblico la nostra formula di supermercato monomarca orientato ai freschi e alla prossimità, un unicum nel panorama della grande distribuzione italiana, ma anche la nostra ampia offerta di prodotti che da venticinque anni si caratterizza per qualità eccellente a prezzi convenienti", ha dichiarato Sara Pifferi, Direttore Marketing **Todis**. "Crediamo fermamente nel potere del branding e della promozione per far emergere i nostri clienti in uno dei mercati più competitivi", afferma Ramon Sembianza, Managing Director Gerundio. "All'origine di questa idea c'è un insight tanto semplice quanto profondo: le persone preferiscono fare la spesa in un contesto informale e accogliente da

qui il concept della campagna "Da **Todis** è facile sentirsi a casa". "Per presentare **Todis** per la prima volta in tv abbiamo scelto una pianificazione basata su due formati: il classico spot da 15" per presentare al target di riferimento l'insegna e il brand video da 10" che, con una frequenza elevata, andrà a rafforzare il messaggio della comunicazione", ha dichiarato Giorgia Pentasuglia, Media Planner Promomedia "Inoltre, per conferire alta visibilità abbiamo posizionato lo spot in fuori break per oltre il 60% dei passaggi previsti. La campagna sarà pianificata anche su radio, un media apprezzato in modo trasversale da un pubblico adulto e dai giovani, perfetto dunque per comunicare una insegna vicina alle persone come **Todis**".

### Credits:

Direttore Creativo: **Carmen Matarrese**

Casa di produzione: **Al One**

Regista: **Daniele Persica**

Agenzia media: **Promomedia**

