

TODIS, PRIMA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE NAZIONALE IN OCCASIONE DEI 25 ANNI

LINK: <http://www.corriereortofrutticolo.it/2024/02/20/todis-campagna-comunicazione-nazionale-occasione-dei-25-anni/>



TODIS, PRIMA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE NAZIONALE IN OCCASIONE DEI 25 ANNI Dalle Aziende, GDO Pubblicato il 20 febbraio 2024 di emanuele È partita il 18 febbraio la prima campagna di comunicazione nazionale di **Todis**, l'insegna monomarca attivo nella distribuzione organizzata di prossimità che, proprio quest'anno celebrerà i suoi 25 anni di attività. La creatività è a cura di Gerundio. La campagna, pianificata da Promomedia, sarà on air per tutto l'anno sulle reti RAI e Mediaset con 3 spot della durata di 15 secondi. Per accrescere la notorietà del brand è inoltre prevista la diffusione degli spot sulle principali testate radiofoniche locali e nazionali e la pianificazione sui canali social di **Todis**. Inoltre, la campagna sarà sostenuta anche da una pianificazione radiofonica. '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**. 'Per presentare per la prima volta in tv l'insegna **Todis** abbiamo optato per una pianificazione basata su due formati tv' afferma Giorgia Pentasuglia, Media planner di Promomedia, agenzia di comunicazione e promozione facente parte di UNA e di Confindustria Intellect. 'Il classico spot da 15' che ha l'obiettivo di presentare al target di riferimento l'insegna **Todis** e i vantaggi dell'iniziativa

Bassi & Bloccati, e il formato brand video da 10' che, con una frequenza elevata e una focalizzazione sul brand andrà a rafforzare il ricordo dell'insegna che, come abbiamo visto, è nuova a questo genere di comunicazione. Inoltre', continua Pentasuglia, 'per conferire alta visibilità al brand abbiamo previsto il posizionamento dello spot in fuori break per oltre il 60% dei passaggi previsti'.