

Debutto televisivo per **Todis**

LINK: <https://www.foodweb.it/2024/02/debutto-televisivo-per-todis/>



Debutto televisivo per **Todis** RETAIL timer 3 min. 20 Febbraio 2024 L'insegna festeggia i suoi primi 25 anni lanciando la prima campagna di comunicazione Tv nazionale, ispirata al claim 'Da **Todis** è facile sentirsi a casa'. A firmarla, l'agenzia creativa Gerundio Da domenica 18 febbraio e per tutto l'anno, sulle reti Mediaset e Rai - ma anche sui canali social e web e sulle principali testate radiofoniche locali e nazionali - andrà in onda la prima campagna televisiva di **Todis** che comprende tre spot da 15 secondi, ognuno dei quali si basa su ambientazioni e soggetti diversi. L'insegna monomarca, leader nella distribuzione organizzata di prossimità, si presenta così al grande pubblico mediante un concept creativo che scommette sulla comicità per comunicare i valori fondanti e identitari suoi e della sua marca privata, vale a dire la convenienza, la prossimità, la qualità e la freschezza. A tutto ciò si unisce una

mission che mette al centro il cliente, facendolo sentire come a casa. Protagonista degli spot video e radio, una coppia che confonde il supermercato per il proprio appartamento: ne scaturiscono gag surreali, dove l'ironia fa da fil rouge. 'All'origine di quest'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', dichiara Ramon Smbianza, Managing director Gerundio. SULLO SCHERMO, QUALITÀ ECCELLENTE E PREZZI CONVENIENTI Sara Pifferi, Direttore marketing **Todis**, commenta così la scelta di utilizzare il medium televisivo per una campagna pubblicitaria: '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 25 anni si caratterizza per qualità eccellente a prezzi convenienti'. La pianificazione si basa su due formati: 'Il classico spot da 15 secondi per presentare al target di riferimento l'insegna, e il brand video da 10 secondi che, con frequenza elevata, andrà a rafforzare il messaggio della comunicazione - spiega 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 sulla radio, un media apprezzato in modo trasversale da un pubblico adulto e dai giovani,

perfetto dunque per
comunicare un'insegna
vicina alle persone come
Todis'. © Riproduzione
riservata