



Al via la campagna di lancio della nuova linea di prodotti a marchio Fabrita, affidata al Gruppo Roncaglia da Multicedi Srl, azienda leader della grande distribuzione nel centro-sud Italia.

Fabrita è in vendita in tre delle insegne di proprietà dell'azienda (SuperRisparmioso Dodecà e SeBòn) e propone un'ampia varietà di prodotti alimentari, per la cura della casa e della persona.

La campagna racconta in maniera diretta la linea di posizionamento del marchio, "Fabrita, una di noi". Fabrita è infatti un brand strettamente legato al territorio e alla realtà dei consumatori, ne fa parte perché ne conosce i gusti e dunque sceglie quello che sceglierebbero i suoi consumatori. È per questo che propone solo prodotti di qualità e solo prodotti di aziende italiane selezionate e controllate.

"Per raccontare questa stretta relazione con i consumatori, celebriamo la nascita di Fabrita richiamando uno scenario legato alla nascita di un nuovo componente della famiglia", spiega Carla Leveratto, Creative Director del Gruppo Roncaglia. "I volti sorridenti dei membri di questa famiglia, ovvero il target di riferimento, sono visti in soggettiva dai prodotti del neonato brand da dentro il carrello/culla".

Aggiunge Giuseppe Ardiszone, Strategic Planner del Gruppo Roncaglia: "Multicedi ci offre la possibilità di raccontare un universo valoriale pensato per guidare i consumatori nella scelta di acquisto attraverso un progetto integrato, che si svela nella comunicazione sul territorio, nei materiali di allestimento dei punti vendita, per arrivare ad un pubblico ancora più ampio grazie al sito web e ai contenuti social dedicati al nuovo brand e ai suoi prodotti".