



Multicedi, al via la campagna di lancio del marchio Fabrita



Ha preso avvio la campagna di lancio della nuova linea di prodotti a marchio Fabrita, in vendita in tre delle insegne di proprietà di Multicedi Srl - SuperRisparmioso, Dodecà e SeBòn - che propone un'ampia varietà di referenze alimentari, per la cura della casa e della persona.

La comunicazione, affidata al Gruppo Roncaglia, racconta in maniera diretta il posizionamento del brand, "Fabrita, una di noi", strettamente legato al territorio e alla realtà dei consumatori, capace di scegliere quello che sceglierebbero i clienti perché ne conosce i gusti. L'offerta comprende, infatti, prodotti di qualità di aziende italiane selezionate e controllate.

Per richiamare lo stretto legame con i consumatori, il concept celebra Fabrita richiamando uno scenario legato alla nascita di un nuovo componente della famiglia, dove i volti sorridenti dei membri, ovvero il target di riferimento, sono visti in soggettiva dalle referenze del neonato brand da dentro il carrello/culla.

Si tratta di un progetto integrato che si articola nella comunicazione sul territorio, nei materiali di allestimento dei punti vendita, sul sito web e attraverso i contenuti social dedicati a Fabrita.