

Multicedi guarda al territorio: ecco la nuova Mdd Fabrita

E' nata **Fabrita**, nuova private label di **Multicedi**, impresa affiliata al **Gruppo Végé** con oltre 300 punti vendita concentrati in Campania ma presenti anche in Lazio, Puglia, Abruzzo, Molise e Basilicata. Ampio il panorama di prodotti spalmati su 14 categorie tra alimentari, prodotti per la cura della persona e della casa.

Il **lancio della nuova Mdd**, in vendita in tre delle insegne di proprietà dell'azienda (SuperRisparmioso, Dodecà e SeBòn), è stato curato da Gruppo Roncaglia.

La campagna ha raccontato in maniera diretta la linea di posizionamento del marchio, con il claim "Fabrita, una di noi". Il brand è infatti "è 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". Propone solo prodotti di qualità e 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".

"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 a un pubblico ancora più ampio grazie al sito web e ai contenuti social dedicati al nuovo brand e ai suoi prodotti", conclude **Giuseppe Ardizzone**, strategic planner del Gruppo Roncaglia.