

Amaro Lucano e Limoncetta di nuovo onair per il Natale 2021. â?? di Valentina Moro

Descrizione

TAG: Food & Beverage, In Evidenza, Amaro Lucano 1984, Leonardo Vena, Limoncetta, PicNic, Starcom, Valentina Garatti

Il 2021 Ã“ un anno caratterizzato dallâ??aumento degli investimenti pubblicitari rispetto al 2020. Anche lâ??**Amaro Lucano 1984 e Limoncetta ritornano on air per Natale**. Gli spot ideati dallâ??agenzia [PicNic](#), partiranno domenica 5 dicembre. Questâ??anno verrÃ promosso anche il concorso di Natale â??Amore Lucanoâ?• dedicato allâ??Amaro. Sono previsti due spot in programma per le reti Mediaset, La7 e su RaiPlay e su alcuni siti sportivi per raggiungere il target maschile dei 18-35 anni. Ã? prevista anche una nuova collaborazione con Casa Surace.

Intervista a Leonardo Vena.

Â«Anche questâ??anno **abbiamo deciso di sostenere il sell out in un momento di altissima stagionalitÃ** Â», dice Leonardo Vena, Amministratore Delegato di Lucano 1984: Â«con unâ??iniziativa particolarmente cara ai nostri consumatori. Amaro Lucano Ã“ da sempre vicino alle famiglie italiane e con questa promozione vuole esserlo ancora di piÃ¹, offrendo da una parte un aiuto concreto per le spese quotidiane. Dallâ??altra **facendo conoscere una delle sue cittÃ piÃ¹ belle, Matera, con il museo Essenza Lucano**Â».

Valentina Garatti

Intervista a Valentina Garatti.

Â«Per il **terzo anno consecutivo collaboriamo con la factory Casa Surace**, protagonista di una sorta di telenovela dai toni comici veicolata sui canali Instagram e Facebook. Lâ??operazione Ã“ partita a novembre e proseguirÃ sino a metÃ gennaio. CioÃ“, quando si concluderÃ la promozione â??Amore Lucanoâ?•Â», afferma Valentina Garatti, Marketing Manager di Lucano 1984.

Prosegue la â??Marketing Manager di Lucano 1984â?• per Amaro Lucano e Limoncetta.

Per quanto concerne **Limoncetta**, prosegue la Garatti Â«saremo **on air sempre a partire da domenica 5 dicembre in esclusiva sui canali Discovery**, mentre il piano digitale coinvolgerÃ le piattaforme social di alcuni importanti editori nazionali con creativitÃ video pensate per mettere in luce il processo produttivo e i plus di LimoncettaÂ». Nellâ??ambito della **strategia**, Â«nel 2021 gli investimenti pubblicitari di Lucano 1984 sono cresciuti rispetto alla spesa del 2020, cosÃ¬ come Ã“ **aumentato il peso del digital nel nostro media mix**, arrivato ormai ad una quota compresa tra il 20 e

il 25%».

Le agenzie che, si occuperanno della campagna oltre PicNic, sono [Starcom](#) che figura come il centro media di Lucano 1984 e [The Ad Store](#). Quest'ultima si dedicherà alle pubbliche relazioni.

Hits: 0

L'articolo [Amaro Lucano e Limoncetta di nuovo onair per il Natale 2021.](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer.](#)

Categoria

1. MARKETING NEWS

Data di creazione

6 Dicembre 2021

Autore

default watermark