

Loacker si impegna ad essere riconoscibile per i suoi valori con la campagna "PiÃ¹ che buono" di La redazione

## Descrizione

TAG: Food & Beverage, Green economy, In Evidenza, filiera produttiva corta, Loacker, materie prime, natura, PiÃ¹ che buono, qualitÃ , Ricette, sostenibile, SostenibilitÃ , Trentino-Alto Adige, valori

Prende il via la campagna pubblicitaria "PiÃ¹ che buono" di **Loacker** che vuole mostrare il sempre maggiore impegno nella preparazione di prodotti di qualitÃ . Un progetto costituito da **valori green** che producono ingredienti da **filiera corta e controllata**, salvaguardando la **natura** e le persone. L'azienda altoatesina rinnova dunque le ricette dei suoi prodotti: **Classici, Quadratini, Tortina e Pasticceria**. Doppia bontÃ che riguarda cosÃ¬ non solo i prodotti ma anche le **iniziative sostenibili** locali e internazionali.

## La campagna "PiÃ¹ che buono" di Loacker

"PiÃ¹ che buono" la nuova campagna pubblicitaria di **Loacker** pianificata in Italia e in molti altri Paesi. I contenuti hanno uno sviluppo orizzontale, tra spot multi-soggetto e strategia social dedicata. E poi, la comunicazione sul packaging con l'utilizzo di QR Code per approfondire con alcuni video le attivitÃ di engagement in-store e online. On air e online per tutto l'autunno con formati da 30" e 15" che illustrano le **materie prime** del brand: latte, vaniglia, cacao, nocciole. La pianificazione tocca le principali emittenti TV di **Publitalia, Rai, Discovery e Sky Italia**, le stazioni radio e il digital. La pianificazione media Ã" a cura di Starcom, la realizzazione delle attivazioni a livello globale a cura di Reply, le attivitÃ di PR, influencer marketing e la gestione dei canali social per l'Italia Ã" di Connexia e la produzione dello spot Ã" di Diaviva.

## Le dichiarazioni della Senior Communication Manager di Loacker

Quello della qualitÃ delle materie prime e della responsabilitÃ nei confronti delle persone sono sforzi che da anni vedono Loacker in prima linea. PiÃ¹ che buono Ã" uno strumento per continuare a raccontare un brand impegnato a 360Â° nel garantire ai nostri fan l'inconfondibile gusto Loacker, in tutte le sue molteplici forme, ma anche una dedizione forte e reale alle tematiche ambientali e sociali", dichiara **Lara Consoli, Senior Communication Manager di Loacker**.

## Il commento dell'Head of Marketing Loacker and Trade marketing Italy

**Roberto De Lucca, Head of Marketing Loacker and Trade marketing Italy**, ha commentato: "Siamo sicuri che questo nuovo progetto di comunicazione possa aiutarci a far capire meglio cosa c'Ã" dietro la bontÃ di Loacker, soprattutto ai consumatori italiani, che ci conoscono da sempre, ma che forse non sanno ancora quanto sia evoluta e veramente sostenibile la nostra filiera produttiva".

Hits: 2

---

L'articolo [Loacker si impegna ad essere riconoscibile per i suoi valori con la campagna Piñ1 che buono•](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

**Categoria**

1. MARKETING NEWS

**Data di creazione**

9 Ottobre 2021

**Autore**

*default watermark*