



► 18 aprile 2017

Adv Morando lancia una nuova campagna outdoor in quattro importanti città italiane

L'attività, pianificata grazie a Personal Media, coinvolge Torino, Milano, Bologna e Napoli

Torino, Milano, Bologna e Napoli, queste le città che Morando, storica azienda italiana che per prima ha portato il petfood in Italia agli inizi degli anni '50, ha scelto per la nuova campagna di affissioni. La pianificazione va a completare quella iniziata lo scorso anno a Torino e Milano, e la recente campagna tv "Il miglior modo di amarli" dedicata alla linea storica dell'azienda, Migliorcane e Migliorgatto, che ha segnato il debutto della sua nuova veste grafica. Morando investe in una multisoggetto che presenta i nuovissimi prodotti Migliorcane Unico e Migliorgatto Unico e la linea Miocane e Miogatto. "Migliorcane Unico e Migliorgatto Unico sono per noi un brand e un prodotto di punta le cui caratteristiche hanno portato i consumatori a eleggerlo 'Prodotto dell'Anno 2017' nella categoria Pet Food", ha commentato Franco Morando, amministratore Morando. "Prima di oggi non esistevano proposte in GDO che riunissero in un prodotto tutte queste caratteristiche insieme: un'unica fonte proteica, privi di cereali (Grain & Gluten Free), in comode buste single serve". A Milano e a Napoli uscirà Unico, mentre a Torino e a Bologna (quest'ultima in occasione di Zoomark 2017), la linea Miocane e Miogatto, brand lanciato nel 2014, dedicato al canale specializzato e alle farmacie. Packaging dei prodotti Migliorcane Unico e Migliorgatto Unico e creatività outdoor sono stati sviluppati internamente (Responsabile creativo Alessandro Picelli). La campagna, in partenza in questi giorni, durerà da tre a sei mesi, a seconda della città. La pianificazione è a cura di Personal Media Torino.

