

LA PIANIFICAZIONE E A CURA DI PERSONALMEDIA TORINO

MORANDO LANCIA UNA NUOVA CAMPAGNA OOH IN 4 GRANDI CITTÀ

Torino, Milano, Bologna e Napoli, queste le città che **Morando**, 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' (firmata da **Gruppo DDB Italia**) dedicata alla linea storica dell'azienda, **Migliorcane** e **Migliorgatto**, che ha segnato il debutto della sua nuova veste grafica. Morando investe in una multisoggetta 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 di 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 **Personalmedia Torino**.

