



Gruppo DDB Italia vince la gara e si aggiudica il budget 2017 di Morando

Gruppo DDB Italia vince la gara e si aggiudica il budget 2017 di Morando. Il piano di comunicazione sarà dedicato alle linee MigliorCane e MigliorGatto e si svilupperà in tv e radio con formati a 30" e 15" in posizioni ad alta visibilità sulle principali emittenti nazionali, supportato da un importante budget media, seguito da Personal Media, e dalla qualità produttiva garantita da un partner come Filmmaster. Gruppo DDB Italia (nella foto il Ceo Francesco Vigoriti e il chairman Aurelio Tortelli) si aggiudica il budget di comunicazione 2017 di Morando, una delle più grandi realtà nazionali del settore del petfood Made in Italy. L'assegnazione avviene a seguito di una gara indetta a novembre e che ha visto coinvolte diverse agenzie. Il piano di comunicazione sarà dedicato alle linee MigliorCane e MigliorGatto e si svilupperà in tv e radio con formati a 30" e 15" in posizioni ad alta visibilità sulle principali emittenti nazionali, supportato da un importante budget media, seguito da Personal Media, e dalla qualità produttiva garantita da un partner come Filmmaster. Grazie all'intuito imprenditoriale del suo fondatore, Enrico Riccardo Morando, l'azienda è la prima ad aver prodotto e commercializzato cibo per animali domestici in Italia e conferma oggi il suo ruolo di leader, puntando su prodotti adatti a un'ampia fascia di mercato, distribuiti attraverso il canale della GDO. La scelta del nuovo partner di comunicazione ribadisce la volontà del brand di puntare in alto e si inserisce in quadro fortemente positivo per il Gruppo DDB Italia, che di recente ha concluso importanti acquisizioni di nuovi clienti nazionali e internazionali.