



Morando torna in comunicazione

Morando torna in comunicazioneLa linea Migliorcane e Migliorgatto, rivolta al canale grocery, è stata recentemente presentata con una nuova veste grafica dove l'immagine principale punta per la prima volta sulla relazione tra uomo e animale. Il Gruppo DDB Italia si è aggiudicata il budget del nuovo spot Migliorcane e Migliorgatto. L'assegnazione avviene a seguito di una gara indetta a novembre, che ha visto coinvolte diverse agenzie italiane. L'on air coinvolgerà tutti i principali canali televisivi nazionali e le più importanti emittenti radiofoniche con formati a 30" e 15" in posizioni ad alta visibilità, nonché le testate di tutti i principali editori. Il piano di comunicazione è supportato da un importante budget media seguito da Personal Media Torino. La produzione è firmata anche quest'anno da Filmmaster.