



Morando assegna il budget per la comunicazione 2017 al Gruppo DDB



Il Gruppo DDB Italia si aggiudica il budget di comunicazione 2017 di Morando, player nazionale nel settore del petfood. L'assegnazione è avvenuta a seguito di una gara indetta a novembre e che ha coinvolto 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 significativo budget media, curato da Personal Media, e dalla qualità produttiva garantita da un partner come Filmmaster Productions. La scelta del nuovo partner di comunicazione ribadisce la volontà del brand di puntare in alto e si inserisce in quadro particolarmente positivo per il Gruppo DDB Italia, che di recente ha concluso diverse acquisizioni di nuovi clienti nazionali e internazionali.