

GERUNDIO E TODIS PUNTANO SULL'INFLUNCER MARKETING PER IL LANCIO DEL NUOVO BRAND DI PASTA LINEA BIANCA "CUORE MEDITERRANEO"

In soli 30 giorni di campagna: 376K visualizzazioni organiche e un tasso di engagement del 7,5%

Roma, 3 maggio 2021 - **Gerundio**, creative agency romana, partner di **Todis**, insegna leader nel canale della GDO, scelgono l'**Influencer Marketing** per il lancio della Pasta Linea Bianca "Cuore Mediterraneo" 100% grano italiano trafilata al bronzo.

La campagna si è svolta utilizzando Instagram stories e post *in feed* per un totale di **97 contenuti** prodotti che hanno raggiunto una Interaction Instagram (views, clic, commenti) di oltre **376K visualizzazioni organiche e un tasso di engagement del 7,5% in soli 30 giorni**.

"In un mercato competitivo come quello della pasta, la sfida più grande è stata quella di individuare un posizionamento distintivo" - ha dichiarato **Ramon Sembianza**, general manager di **Gerundio** - *"La nostra strategia è stata quella di selezionare gli influencer attraverso un sistema d'intelligenza artificiale in grado di fare uno scouting che rispecchiasse al meglio l'identità e il valore del brand e garantisce la qualità dei profili selezionati. L'obiettivo era far conoscere ad un target diversificato le caratteristiche e le qualità principali della Pasta "Cuore Mediterraneo". I risultati raggiunti sono andati oltre le stime preventivate: prima del lancio della campagna, da 600K previsti di Combined follower Instagram garantita abbiamo raggiunto 796K mentre, per quanto riguarda la stima Reach Instagram di +120K, abbiamo raggiunto 279K"*.

Dopo un attento lavoro di analisi e *mapping* dei profili, per raggiungere gli obiettivi di *awareness* e *conversion* "drive to store", la campagna ha coinvolto 20 *micro e middle influencer*, profilati secondo caratteristiche precise in linea con l'identità e il valore del brand: *family, lifestyle*, attenzione ai temi legati all'ambiente e sostenibilità, e passione per il *Made In Italy*.

Il criterio di selezione degli *influencer* si è focalizzato nell'area geografica dove sono presenti gli oltre 250 punti vendita **Todis**: il centro-sud Italia.

Ciascun *creator* ha parlato della Pasta Linea Bianca "Cuore Mediterraneo" 100% grano italiano ai propri seguaci sui loro profili Instagram, attraverso un meccanismo di ingaggio che ha previsto la creazione di ricette originali improntate all'italianità. Gli utenti, attraverso una *call to action*, sono stati invitati a replicare le ricette e a provare il prodotto. La Pasta Linea Bianca "Cuore Mediterraneo" ha ottenuto un valore "eccellente" dalle recensioni ed è stata reputata molto adatta per ricette veloci e gustose da un pubblico eterogeneo di uomini e donne.

"L'ingresso della pasta 100% grano italiano, contraddistinta da un pack di colore bianco nella linea "Cuore Mediterraneo", brand storico di Todis presente sul mercato dal 1999, nasce con l'obiettivo di offrire ai nostri clienti un prodotto con caratteristiche premium ad un punto prezzo accessibile e rappresenta il nostro impegno costante per promuovere i principi della filiera corta e favorire la crescita dell'economia locale e del Made in Italy" - ha dichiarato **Sara Pifferi**, Direttore Marketing **Todis** - *"La campagna di Influencer Marketing*

avviata, insieme al nostro partner Gerundio, non solo ha generato un'importante awareness e viralità sul nostro nuovo tipo di pasta Cuore Mediterraneo, ma ha rappresentato anche un driver strategico per tutti i canali del brand, con un notevole incremento di visite sul nostro sito del +58,9% di utenti".

Il canale social, Instagram, inoltre ha registrato nel periodo della campagna **273,3K di account raggiunti e un incremento del pubblico (numero dei follower) in organica del +4,7%**. Il *sentiment* rilevato è stato del **94% positivo, un dato calcolato su 796 commenti, e il 6% neutrale**. I **3 creator più rilevanti hanno avuto una media di 87K di engagement**. In particolare, sono state due le influencer più rilevanti, entrambe campane, **Mery Casertano con 49,1K di follower complessivi è riuscita ad avere un engagement totale di 113,5K e Martina Di Fusco con 28,3K di follower complessivi ha avuto un engagement di 77,1K**.

Gerundio

Gerundio, agenzia creativa fondata nel 2000, e guidata da Ramon Sembianza e Andrea Sebastiani, sviluppa strategie di marketing avanzato puntando sui tre maggiori ambiti di interesse per la comunicazione *corporate* e di prodotto: *branding – digital – event*. Nel 2019 ha ricevuto il premio #AdWorldMaster di agenzia dell'anno.

Todis

Insegna di supermercati a marca privata fortemente orientata ai freschi e alla prossimità è presente nel Centro Sud Italia con oltre 250 punti vendita. Una catena tutta italiana di proprietà della società Iges srl società unipersonale, controllata dalla cooperativa PAC2000A Conad. Iges Srl sviluppa il suo business attraverso la formula franchising anche grazie alla società partecipata: Addis Srl - joint venture con Conad Adriatico.

Pasta Linea Bianca Cuore Mediterraneo

Prodotta con semola di grano duro Kronos®, ricco di fosforo, ferro e antiossidanti e coltivato al 100% in Italia, la Pasta "Cuore Mediterraneo" Linea Bianca esalta tutte le caratteristiche di questa varietà di grano tra le più pregiate al mondo. La semola ottenuta dalla macinazione di grano Kronos® si contraddistingue per l'**alto contenuto proteico** (14g per 100g di pasta), per il **colore giallo intenso**, ma soprattutto per la **tenacità** in termini di resistenza alla cottura del suo glutine.

Destinata a un pubblico **sempre più attento**, la pasta "Cuore Mediterraneo", contraddistinta da un pack di colore bianco, è disponibile in 6 formati: penne rigate, mezze maniche rigate, fusilli forati, tortiglioni, strozzapreti, spaghetti. Tutti **trafilati al bronzo**, ideali per qualsiasi ricetta, da quelle più classiche a quelle più creative e innovative, grazie alla loro capacità di essere "sempre al dente" e di esaltare il gusto dei condimenti.

Per informazioni

Ufficio stampa Todis: Maria Anna Vismara - vismara@gerundio.net - 338.9940968