



Comunicato stampa

Relazioni con i Media

Tel +39.02.4826.3250
Fax +39.02.4826.3614
ufficiostampa@autogrill.com
www.autogrill.com

Elio canta le nuove Orticelle di Spizzico, rivisitando la famosa "Terra dei Cachi"

Milano, 3 dicembre 2004 - Viene lanciata oggi la nuova campagna di Spizzico per il nuovo snack Orticelle, introdotto a fine novembre nei 170 locali presenti in tutta Italia. Autogrill ha scelto il cantante Elio come testimonial che, sulla melodia della famosa canzone "La terra dei Cachi" presentata a Sanremo nel 1996, interpreta in chiave spiritosa il gustoso mix di verdure pastellate croccanti, dove carote, cavoli e zucchine sono avvolti in una panatura dorata.

"Agli occhi del nostro target di riferimento – commenta Paolo Santini, Direttore Marketing Autogrill – Elio richiama quei valori di calore, simpatia e italianità che coincidono con lo spirito delle Orticelle e, più in generale, con quello del marchio Spizzico". Le Orticelle arricchiscono la gamma dei prodotti sides (tra i quali, patatine, aranci, patacrò, insalate) andando a completare con gusti tipici della cucina mediterranea l'offerta pizza dei menu.

La campagna radio – firmata da Publicis Dialog, art director Elisabetta Fangi e Francesco Fornaia, copywriter Claudio Gobbetti – verrà trasmessa sulle principali emittenti radiofoniche (Radio DeeJay, RTL 102.5, RDS, RMC, 105 e 101) nei mesi di dicembre e di gennaio 2005.

La campagna radio si inserisce in un più ampio progetto di comunicazione per il lancio di questo nuovo snack: il messaggio viene veicolato in modo capillare attraverso il ricorso alla multimedialità e al coordinamento integrato dei diversi media (stampa, dinamica, local store marketing e radio). Il claim "La Natura interpretata da Spizzico" porta in primo piano la natura, la freschezza e la genuinità del prodotto del marchio Spizzico.

Sui media visivi, l'immagine della campagna riproduce con forme e colori solari di carote e zucchine il logo di Spizzico, con una tecnica che richiama le pitture cinquecentesche dell'artista milanese Giuseppe Arcimboldo.

Spizzico

È il marchio della pizza italiana con il quale Autogrill ha conquistato in pochi anni la leadership del mercato nazionale. Ad oggi conta oltre 170 punti di vendita in Italia ed è presente anche in Svizzera, Francia e Stati Uniti. Elementi fondamentali di Spizzico sono la costante attenzione alla ricerca e all'innovazione di prodotto, la genuinità/naturalità e gli ingredienti tipici della dieta mediterranea, la velocità del servizio e la familiarità dell'ambiente. Oltre a 14 differenti varietà di pizza, l'offerta prevede numerose tipologie di snack salati, dessert, insalatone, macedonie di frutta fresca, spremute e gelati, da consumare separatamente o nelle combinazioni dei 13 menu.