

LA NUOVA CAMPAGNA DI COMUNICAZIONE SARÀ ON AIR A NOVEMBRE

SPERLARI SI RILANCIA E SCEGLIE LEO BURNETT PER L'ATL DOPO UNA CONSULTAZIONE

L'azienda ha deciso inoltre di affidare a Heritage House Reputation Architects la propria comunicazione corporate e a GreatPixel le attività digitali istituzionali

pag. 3

Leo Burnett, Heritage House e GreatPixel i nuovi partner di Sperlari

La sigla guidata da Romeo Repetto, scelta dopo una consultazione, si occuperà dell'atl, a Heritage House va la comunicazione corporate e a GreatPixel il digital

Sperlari ha deciso di rilanciare il proprio investimento in comunicazione e di affidarsi a **Leo Burnett**, agenzia guidata da Romeo Repetto, dopo una consultazione condotta prima dell'estate che ha coinvolto importanti sigle della comunicazione. L'azienda ha deciso inoltre di affidare a **Heritage House Reputation Architects** la propria comunicazione corporate e a **GreatPixel** le attività digitali istituzionali. Da 183 anni simbolo dell'industria dolciaria italiana nel mondo (nata a Cremona nel 1836), Sperlari

rafforza il dialogo con i propri consumatori attraverso brand riconosciuti dal mercato per la loro straordinaria qualità: Sperlari con torrone e torroncini, caramelle, mostarda; Galatine; Saila; Dietor e Dietorelle. "Abbiamo affrontato questa sfida con il rispetto e l'amore che questo brand merita. È da sempre parte della storia di ognuno di noi, dei giorni di festa e celebrazione così come della quotidianità grazie a quei piccoli vizi che possono cambiare il sapore di un momento. Siamo orgogliosi di potere vantare Sperlari tra i nostri clienti" dichiara

Romeo Repetto, ceo di Leo Burnett. L'azienda ha selezionato l'agenzia grazie a un progetto strategico e creativo sviluppato dal team guidato dagli ECD **Alessandro Antonini**, **Selmi Barri-sever** e **Lorenzo Crespi**.

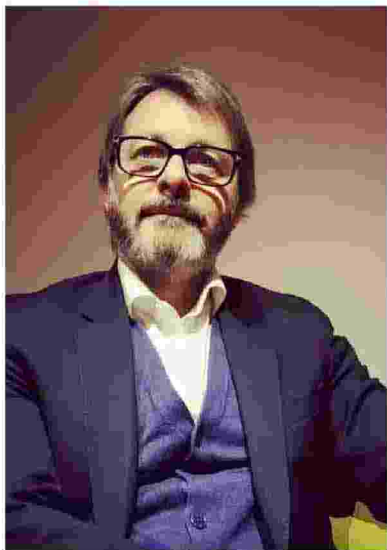
"La comunicazione ha un ruolo fondamentale nel nostro progetto di rilancio del brand Sperlari e della nostra azienda e abbiamo scelto il team di Leo Burnett, Heritage House e GreatPixel, come partner in questa avventura - dichiara **Piergiorgio Burei**, ceo di Sperlari -. Ci hanno convinti l'impe-



PIERGIORGIO BUREI

gno, l'entusiasmo, la capacità di esaltare in modo creativo quello che la nostra marca si vanta di rappresentare: l'autentica tradizione italiana, dal 1836". Compito delle tre agenzie sarà interpretare i valori Sperlari e raccontare come i suoi prodotti regalino alle persone momenti di felicità, dolci e unici in tutto il mondo: i primi grandi appuntamenti saranno già in no-

vembre con l'on air della nuova campagna di comunicazione e con la famosa Festa del Torrone di Cremona. La nomina di Leo Burnett, Heritage House e GreatPixel rientra nella strategia di rilancio dell'azienda attraverso l'innovazione, la visibilità e la crescita commerciale dell'azienda e dei suoi marchi in Italia e all'estero e l'attrazione dei giovani talenti.



ROMEO REPETTO