



Romeo Repetto, Ceo di Leo Burnett

Sperlari sceglie Leo Burnett, Heritage House e GreatPixel come suoi nuovi partner per la comunicazione integrata

All'agenzia di cui è Ceo Romeo Repetto, scelta dopo una gara contro FCB Milan e Alkemy, il compito di rafforzare il legame con i consumatori. La prima adv al via a novembre

15

Incarichi Sperlari sceglie Leo Burnett, Heritage House e GreatPixel come nuovi partner per la comunicazione integrata

All'agenzia di cui è Ceo Romeo Repetto, scelta dopo una gara contro FCB Milan e Alkemy, il compito di rafforzare il legame con i consumatori. La prima adv al via il prossimo novembre

Sperlari, l'autentica tradizione italiana dal 1836 e simbolo del Made in Italy in tutto il mondo, rilancia il proprio investimento in comunicazione affidandosi a Leo Burnett, agenzia guidata da Romeo Repetto, dopo una consultazione condotta prima dell'estate che - secondo quanto risulta a DailyMedia - avrebbe coinvolto anche FCB Milan e Alkemy (l'agenzia uscente). Sperlari ha deciso, inoltre, di affidare a Heritage House Reputation Architects la propria comunicazione corporate e a GreatPixel le attività digitali istituzionali. Lo spending si aggira invece intorno ai 4 milioni di euro.

Rafforzare il dialogo coi consumatori

Da 183 anni simbolo dell'industria



Romeo Repetto

dolciaria italiana nel mondo (nata a Cremona nel 1836) oggi, più che mai, Sperlari rafforza il dialogo con i propri consumatori attraverso brand come 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 poter van-

tare 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 Barrisever e Lorenzo Crespi.

Strategia di rilancio

"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'impegno, 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 novembre con l'on air della nuova campagna e con la famosa Festa del Torrone di Cremona. La nomina di Leo Burnett, Heritage House e GreatPixel rientra nella strategia di rilancio 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.