



Tra una campagna e l'altra, ci sta bene un Tra

Milano, 8 ottobre 2009 - Prende il via **domenica 11 ottobre** la **campagna di Tra, snack dolce e salato a marchio Galbusera**, firmata dall'agenzia **Now Available**.

Tra è uno snack schietto e sfizioso che, come dice anche il suo nome, **sta sempre in mezzo a qualcosa, sta sempre bene dappertutto**. È perfetto per prendersi una pausa quando ce n'è bisogno, placare i morsi della fame evitando ri-morsi di coscienza, perché è stuzzicante ma allo stesso tempo genuino, come tutti i prodotti Galbusera.

La nuova campagna si basa proprio sul **concept "Ci sta bene un Tra" e lo applica ai vari momenti della giornata**, proponendosi di raggiungere il consumatore in più occasioni attraverso l'utilizzo di diversi mezzi, più o meno convenzionali: i media (tv, radio, web e cinema), lo street marketing, le promozioni in-store.

La campagna **tv** prevede uno spot da 10", che verrà trasmesso su Italia 1 "Tra una pubblicità e l'altra" a partire dall'11 ottobre. Sul canale **radio**, alla pubblicità tabellare sarà affiancata una UltraPromotion di 30" su Radio DeeJay durante la trasmissione Pinocchio, condotta da La Pina.

Il web sarà presidiato con una **campagna banner** (overlay e box) su alcuni dei principali siti di news e lifestyle. A partire dall'11 ottobre sarà inoltre online il **minisito www.tradolceesalato.it**, dove gli internauti potranno giocare a Tratrìs (una versione golosa del Tetris), scaricare emoticon e suonerie. Infine, un'**applicazione Facebook** dal titolo "Tra Tizio e Caio" coinvolgerà gli iscritti al social network più famoso in Italia in un divertente gioco di affinità.

La campagna coinvolgerà anche i **cinema**, sia con la trasmissione di uno spot prima dell'inizio della proiezione e durante l'intervallo, sia con il sampling di prodotto "Tra un tempo e l'altro".

Le **attività street** comprendono sia leafleting e sampling di prodotto "Tra una vetrina e l'altra" - nelle città di Bari, Bologna, Torino, Milano, Roma – sia attività di **guerrilla marketing** negli ascensori dei principali edifici commerciali di Milano, dove sulle pulsantiere verranno apposti adesivi personalizzati che suggeriscono "Tra un piano e l'altro, ci sta bene un Tra".

La **comunicazione in-store** è stata affidata alla concessionaria Adsolutions GDO e prevede, all'interno dei principali ipermercati e supermercati italiani, l'affissione al suolo davanti allo scaffale, per richiamare l'attenzione sul prodotto e declinare ancora una volta il concept della campagna "Tra un acquisto e l'altro, ci sta bene un Tra". Sono anche previste delle **promozioni in-store**, attraverso l'emissione di buoni sconto all'atto dell'acquisto (Catalina Marketing).

CREDITS DELLA CAMPAGNA

Agenzia: Now Available

Direttore creativo e art director: Sergio Spaccavento

Copywriter: Raffaella Arpiani e Valentina Maran

Account Manager: Daniela Buoli

Strategic Planner: Sara Taschera

Spot:

Cdp: D.E.A. Production

Musica Jingle: BKM Production

Web:

Art director: Giovanni Meroni

Responsabile produzione web: Seby Fortugno



Galbusera S.p.a. è l'azienda leader nel segmento salutistico dei prodotti da forno in Italia, cui ha dato vita pionieristicamente negli anni '90 introducendo sul mercato la linea Speciali Salute. Presente da più di mezzo secolo sul mercato italiano, è guidata da oltre 70 anni dall'esperienza imprenditoriale della famiglia Galbusera, da sempre impegnata – sin dall'apertura del primo laboratorio artigianale a Morbegno nel 1938 – a conciliare tradizione e innovazione, all'insegna della qualità e della sicurezza. Profondamente radicata nel territorio lombardo, l'azienda conta 550 dipendenti e si divide tra i due poli di Cosio Valtellino, dove è iniziata la sua storia industriale e avviene la produzione, e quello di Agrate Brianza, dove sono concentrate le attività commerciali e di marketing. Galbusera ha chiuso il 2008 con un fatturato di 148 milioni di euro (+23% vs ap). Le linee di prodotti salutistici rappresentano oggi il core business dell'azienda (con una quota nel segmento di riferimento a valore del 24,1% nel mercato dei biscotti e del 35,2% in quello dei cracker (Fonte: dati Nielsen, distribuzione moderna), e coprono circa il 70% del fatturato annuale. Per ulteriori informazioni: www.galbusera.it

Ufficio stampa Galbusera

Cohn & Wolfe

Barbara Castelli, Giulia Perani, Valentina Sargenti, tel. 02 20239 316 / 352 / 334

barbara.castelli@cohnwolfe.com; giulia.perani@cohnwolfe.com; valentina.sargenti@cohnwolfe.com