

24 Aziende De Cecco sceglie Triboo per lo sviluppo delle proprie strategie di comunicazione

Incarichi Il pastificio De Cecco sceglie Triboo per lo sviluppo delle strategie di comunicazione

Il gruppo si affida alla Digital Transformation Factory per implementare rinnovate potenzialità comunicative per il brand. Quest'estate Federica Pellegrini sarà la protagonista delle campagne sui social



De Cecco, pastificio leader mondiale nella fascia Premium, investe nella comunicazione scegliendo la campionessa di nuoto Federica Pellegrini per la campagna social e si affida a Triboo, Gruppo attivo nel settore digitale, quotato sul mercato MTA di Borsa Italiana, per rafforzare l'engagement e la brand awa-

reness del proprio brand. La campagna realizzata riprende l'atleta durante gli allenamenti e, successivamente, a casa propria, dove si diverte ai fornelli nel preparare, nell'ottica di una dieta sana, bilanciata, ricca di fibre e con un corretto apporto di carboidrati, formati classici di De Cecco - come i Paccheri n° 125 - e altri più innovativi - come gli Spa-

ghettoni grandi n° 414 e le Farfalle integrali n° 93. "Per ottenere risultati eccellenti occorrono metodo e rigore, senza alcun compromesso", dice Carlo Aquilano, Direttore Commerciale di De Cecco. "Sono questi gli ingredienti del successo di Federica Pellegrini e della pasta De Cecco, che è prodotta con semola italiana ottenuta dal molino De Cecco attraverso un metodo di lavorazione unico: essiccazione lenta a basse temperature, acqua di sorgente, trafilatura ruvida in bronzo". I contenuti realizzati saranno caricati sui profili Instagram di Federica Pellegrini e del brand. Inoltre, gli stessi contenuti vengono resi disponibili sul canale YouTube dello storico Gruppo abruzzese.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

