

## Gusto e leggerezza per la campagna OOH di Mutti con IGPDecaux

**Milano, 15 settembre** – Con **Mutti** e **IGPDecaux** arrivano grandi novità: il lancio dei tre **nuovi Pesti di Pomodoro Mutti** con un'innovativa campagna Out Of Home nella città di Milano.

Tre pensiline speciali e un Jumbo Tram Full-Wrap sono i protagonisti della campagna OOH di Mutti lanciata in collaborazione con IGPDecaux per presentare a tutti la sua nuova linea di Pesti di Pomodoro, composta da tre diversi gusti: *il Pesto Verde, il Pesto Rosso e il Pesto Arancione di pomodoro Mutti*.

Le tre differenti pensiline, on air dal 14 di settembre per due settimane, sono dedicate rispettivamente ai tre prodotti della gamma, con showcase studiati e realizzati in esclusiva appositamente per rispondere alle esigenze di comunicazione di Mutti: promuovere la novità del prodotto e trasferirne le caratteristiche peculiari. I Pesti di pomodoro Mutti sono infatti gustosi e saporiti come i pesti tradizionali ma più leggeri e hanno il -45% di grassi\* proprio perché sono realizzati con il pomodoro, ed in particolare tre varietà particolari di pomodoro colorato che consentono di limitare l'utilizzo di olio e di sale nelle ricette e di offrire tre diverse varianti di gusto e colore.

All'interno e alla base di tutti e tre gli showcase, un vortice d'aria aziona un meccanismo che consente il movimento continuo e scenografico delle sagome dei differenti ingredienti caratterizzanti delle tre ricette, per catturare l'attenzione dei passanti nei pressi delle fermate e restituire il gusto e la leggerezza dei nuovi Pesti di pomodoro Mutti.

L'innovativo e divertente effetto è presente nelle pensiline situate in piazza Cavour, via Torino/Palla e via San Michele del Carso, specifiche aree individuate per ottenere una copertura strategica nei principali punti di snodo cittadini e per garantire un'ampia ed impattante visibilità in tutta la città.

Per consolidare la campagna e garantire la capillarità sul territorio, Mutti ha scelto inoltre di decorare integralmente anche un Jumbo Tram con tre vagoni on air per 28 giorni, ciascuno dei quali sarà dedicato ad un singolo Pesto di pomodoro: il verde, il rosso e l'arancione. La creatività del tram si sviluppa sfruttando le forme e i colori degli ingredienti delle tre ricette per creare un effetto vivace, colorato ed impattante, presentando i tre prodotti con un mezzo unico.

La campagna di **Mutti** per i tre Pesti di Pomodoro è stata realizzata in collaborazione con le **Creative Solutions** di **IGPDecaux**, con il centro media **Wavemaker**, con l'agenzia WPP specializzata nella pianificazione OOH **Kinetic**. La creatività per Mutti è stata realizzata e adattata dallo **Studiò**, in-house agency di IGPDecaux.

\*rispetto alla media dei pesti più venduti. Fonte: rielaborazione dati IRI, vedi [www.mutti-parma.com](http://www.mutti-parma.com)

### Credits:

*Coordinamento: Francesca Agnelli (Creative Solutions IGPDecaux)*

*Creativity: Marta Corvi - Studiò (Creative in-house agency IGPDecaux)*

Cifre chiave IGPDecaux, leader in Italia della comunicazione esterna:

- Dipendenti: 315
- Presente in 147 città italiane
- 88.193 facce pubblicitarie
- 13.713 mezzi di trasporto
- 954 poster
- 72 grandi formati luminosi
- 10.916 impianti di arredo urbano
- 5 aeroporti (Bergamo, Genova, Milano Linate e Malpensa, Torino)
- 5 metropolitane (Brescia, Milano, Napoli, Roma, Torino)

# IGPDecaux

• Dal 2007 certificata: SA 8000, ISO 9001, ISO 14001



IGPDecaux S.p.A.  
Centro Direzionale Milanofiori  
Strada 3 - Palazzo B10  
20090 Assago - (MI)  
Tel. 02 654651 - Fax 02 6599037

Cap. Soc. € 11.085.783 i.v.  
C.F. - P. IVA - Registro Imprese Milano n. 00893300152  
R.E.A. di Milano 171322  
C.C.P. 35179209