



COMUNICATO STAMPA

Da Francesco Amadori a Marta e Marco, la “coppia Amadori”: parte la nuova campagna di comunicazione

***Teresa Mannino e Valerio Morigi, guidati dal regista Luca Lucini, sono i protagonisti della nuova serie di spot per promuovere “i Fidatissimi” e “i Cuor Leggeri”.
On air da domenica 20 febbraio al 19 marzo sulle principali emittenti TV e on line***

E' sempre “parola di Francesco Amadori”, ma chi parla è ora una moderna “coppia Amadori”. Parte domenica 20 febbraio la nuova campagna pubblicitaria del Gruppo Amadori, on air fino al 19 marzo sulle principali emittenti TV (Rai, Mediaset, Sky, La 7, Alice e altri) e on line.

Il format scelto è simile a quello usato dalle sit-com televisive più famose: una telecamera fissa su una coppia, Marta e Marco, lei amante de “i Cuor leggeri” (gli impanati non fritti, leggeri e facili da preparare anche al tostapane), lui de “i Fidatissimi” (gli impanati gustosi e appetitosi, come le Birbe e i Cordon Bleu). In totale 18 spot diversi con scene di vita quotidiana per raccontare la gustosa convivenza delle due linee di prodotti, “le due facce della passione” Amadori: tra un battibecco e l'altro, ma sempre con un sorriso, vengono riaffermati i valori da sempre alla base della comunicazione Amadori, la passione e l'amore per ciò che si fa... e si mangia.

I due attori scelti sono **Teresa Mannino**, bravissima attrice palermitana, star di Zelig, al cinema a fianco di attori notissimi, come Massimo Boldi e Elisabetta Canalis, in pubblicità negli spot della compagnia telefonica 3, prima con Claudia Gerini poi con Raoul Bova, e **Valerio Morigi**, giovane attore romano, noto per la sua partecipazione alla serie “Romanzo Criminale” e molto quotato in ambito teatrale, che ben incarna la figura maschile della coppia.

La regia degli spot è stata affidata a **Luca Lucini**, che ha già firmato film importanti (tra cui *Tre metri sopra il cielo, Amore, bugie e calcetto, Solo un padre, Oggi sposi, La donna della mia vita*) e ha già diretto altri spot per la TV (per Calzedonia, Illy Caffè, Baci Perugina, Dash e altri). La produzione è di **Filmmaster**; la creatività è dell'agenzia **DLVBBDO**, che cura le campagne pubblicitarie Amadori dal 2000; la pianificazione è di **mec (CIA Mediaedge)**.

“Attraverso diverse scene di vita quotidiana della coppia moderna, giovane e ironica, la nuova campagna intende trasmettere ai consumatori i nostri valori di vicinanza, di calore, di concretezza – commenta **Elena Aniello, Direttore Marketing Strategico Amadori**. - Questo è l'inizio di una nuova strategia di comunicazione per Amadori, dove la componente televisiva, che è comunque un pilastro fondamentale, si integra all'interno di una dinamica che utilizza i canali digitali in maniera continuativa: gli spot saranno infatti declinati anche sui siti Amadori, su facebook, su youtube, in un continuo dialogo tra le diverse piattaforme”.

Oltre alla tv, la pianificazione coinvolgerà anche il web con il sito **casadimartaemarco.it** dove si potranno conoscere in modo più approfondito i due protagonisti e avere accesso a tanti contenuti speciali (spot inediti, intervista doppia stile "Le Iene", backstage...), oltre a un profilo facebook dedicato alla coppia e un restyling completo dei minisiti **Cuorleggeri.it** e **Fidatissimi.it**.

"Cambia lo stile della comunicazione Amadori, ma resta il claim inaugurato 10 anni fa, 'Parola di Francesco Amadori' – spiega **Flavio Amadori, Direttore Generale**. - Gli spot segnano un'importante svolta nella comunicazione del brand: la "parola di Francesco Amadori" passa "dalla persona alle persone" ed è infatti sempre pronunciata da Marta e Marco. L'idea ci è venuta quando abbiamo realizzato in ottobre la serie di telepromozioni per 'i Cuor Leggeri', dove i conduttori (Alessia Marcuzzi, Francesco Facchinetti, Simona Ventura, Carlo Conti, Ilary Blasi, Filippa Lagerback) chiudevano con la celebre frase 'Parola di Francesco Amadori' pronunciata da loro. Ci è sembrata una soluzione divertente ed efficace, in grado di ribadire i valori di fiducia, sicurezza, affidabilità della marca Amadori, per questo l'abbiamo riproposta nei nuovi spot."

Il budget investito in questa campagna di comunicazione è di oltre 3 milioni di euro.

San Vittore di Cesena, 18 febbraio 2011

*Per ulteriori informazioni:
Caterina Molari,
Gruppo Amadori - Ufficio Stampa
Via del Rio, 400, 47522 San Vittore di Cesena (FC)
Tel. 0547.343569, cell. 345 3722350caterina.molari@amadori.it - www.amadori.it*