



## COMUNICATO STAMPA

### “EVVIVA”: il nuovo würstel Amadori tra i “tormentoni” dell’estate italiana

*Protagonista di un’innovativa campagna di comunicazione,  
l’azienda romagnola conta oggi quasi 48.000 fan nella sua pagina Facebook*

**30.000 persone** contattate in **10 tappe** lungo lo Stivale, **2.500 kg di würstel consumati in spiaggia**, **3 milioni di euro** investiti complessivamente per una campagna di comunicazione a 360 gradi e quasi **48.000** iscritti nella fan page ufficiale **Amadori Peopoll** su Facebook. Il nuovo **würstel Evviva!** ha subito riscosso il favore dei consumatori, entusiasmo dimostrato sia con la grande partecipazione all’**Evviva Beach Tour**, sia con **l’incremento medio delle vendite a doppia cifra** nei mesi di giugno e luglio rispetto all’anno passato.

L’**Evviva Beach Tour** ha concluso domenica scorsa a Siracusa un’avventura iniziata a Rimini con la Notte Rosa. Un evento itinerante di notevole successo che ha visto, da Nord a Sud, grandi e piccini divertirsi, giocare e soprattutto gustare grigliate ed happy hour a base di würstel; un appuntamento che ha portato sulle più belle spiagge della Penisola l’allegria, la leggerezza e la convivialità che gli italiani stanno apprezzando a **“casa di Marta e Marco”**, ovvero **Teresa Mannino e Valerio Morigi**, che imperversano sui teleschermi **affiancati da tanti consum-attori** intenti a gustare il würstel Amadori in diverse situazioni, dal brunch all’aperitivo, fino alla grigliata. **Riti culinari** con sempre più proseliti soprattutto d’estate, momenti della giornata da vivere in compagnia gustando ottimi piatti al ritmo della musica più piacevole.

Con il lancio del nuovo würstel, Amadori ha sperimentato trasversalmente originali ed innovativi **strumenti commercial-comunicativi**: dal **beach marketing** alla **crossmedialità**, dai classici spot radio-televisivi alla seguitissima campagna digitale sui social network.

Attraverso un casting al quale hanno partecipato più di 1000 persone ne sono state selezionate 10, scelte tra i consumatori e dipendenti Amadori, per prendere parte agli spot televisivi in onda ora sulle reti nazionali: il **consumer** è stato così posto **al centro del processo comunicativo in maniera attiva**, diventandone protagonista. Il pubblico ha vissuto una vera e propria **brand experience**, grazie anche alla geolocalizzazione e alla possibilità di interagire direttamente con la **redazione digitale presente agli eventi** per poter intervenire sui social media: sono ormai oltre un migliaio complessivamente i video caricati su Youtube - Amadori Channel e le foto postate su Facebook. Un articolato e strutturato progetto per far conoscere e assaporare la bontà, l’italianità, la sicurezza e la garanzia della filiera **Amadori**.

*San Vittore di Cesena, 9 agosto 2011*

Ufficio Stampa “Evviva Beach Tour”

**Community - Consulenza nella Comunicazione**

Piazza S. Ambrogio, 29 - 20123 Milano Tel + 39 02 89404231 - Fax + 39 02 8321605

Nello BOLOGNA • +39 345 9375248 • [nello.bologna@communitygroup.it](mailto:nello.bologna@communitygroup.it)

Sara LORENZON • +39 0422 416105 • [sara.lorenzon@communitygroup.it](mailto:sara.lorenzon@communitygroup.it)

**Gruppo Amadori** - Ufficio Stampa

Via del Rio, 400, 47522 San Vittore di Cesena (FC) Tel. 0547.343569, cell. 345 3722350  
[caterina.molari@amadori.it](mailto:caterina.molari@amadori.it) - [www.amadori.it](http://www.amadori.it)