

E' on air la nuova campagna multicanale di **Emak** dedicata ai brand **Oleo-Mac** ed **Efco**

La campagna multicanale avrà durata di tre mesi con un secondo flight in autunno ed è pianificata su una delle maggiori emittenti televisive italiane, due dei principali quotidiani nazionali e sui canali social dei due marchi. Per la prima volta **Emak** sbarca in tv e sui quotidiani nazionali con una campagna pubblicitaria multicanale dedicata ai brand **Oleo-Mac** ed **Efco**. La campagna avrà una durata di circa tre mesi, da aprile a giugno, con un secondo flight previsto in autunno, ed è pianificata su una delle maggiori emittenti televisive italiane due dei principali quotidiani nazionali e sui canali social dei due Brand per poter raggiungere target differenziati e allargati a un bacino di potenziali clienti su scala nazionale. Abbiamo elaborato una strategia di comunicazione integrata che sinergicamente coinvolge tv, quotidiani e social attraverso la costruzione di un planning che lavora in ottica di awareness e consideration . spiega Giovanni Masini , Marketing Director di **Emak**. Obiettivo della campagna è duplice: consolidare la brand awareness dei nostri due brand, che hanno fatto la storia dell'azienda, incarnano il suo presente e, soprattutto, ne rappresentano il futuro, e incrementare il traffico sugli oltre 1.500 punti vendita della nostra rete di rivenditori specializzati: presenti in modo capillare sul territorio nazionale, sono l'unico canale distributivo delle nostre linee di prodotti per il giardinaggio, bosco e piccola agricoltura. Lo spot in formato 15 sec e la campagna stampa mettono in risalto i valori che da oltre 50 anni rappresentano la qualità e la passione italiana nella cura del verde di **Oleo-Mac** ed **Efco**: potenza, tecnologia e affidabilità senza pari contraddistinguono l'ampia gamma di attrezzature all'avanguardia per la manutenzione di giardini, boschi e parchi. La campagna, che si sviluppa sul concept OUR POWER, YOUR PASSION. verrà veicolata anche sui canali social Facebook e Instagram dei due marchi, per intercettare un'audience più ampia e invitare hobbisti e professionisti del verde a scoprire le nuove promozioni di primavera.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

122223