



Il CEO Tiziano Tassi

Oleo-Mac ed Efco di Emak on air con la creatività di Caffèina, che è stata incaricata in forma diretta; planning interno **21**

Adv Oleo-Mac ed Efco di Emak on air con la creatività di Caffèina dopo nuova assegnazione diretta

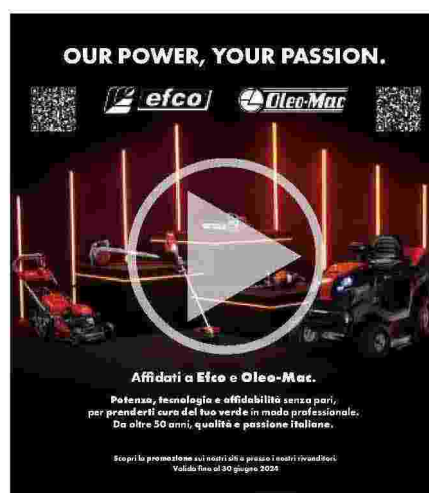
La campagna multicanale, che prevede un secondo flight in autunno, è stata pianificata dall'azienda stessa su televisione, stampa e social

Per la prima volta **Emak**, leader mondiale nella produzione di macchine per la cura del verde, sbarca in tv e sui quotidiani nazionali con una campagna multicanale dedicata ai brand **Oleo-Mac** ed **Efco**. La campagna, che porta la firma dell'agenzia Caffèina di Milano, tramite un nuovo incarico diretto, avrà una durata di circa tre mesi, da aprile a giugno, con un secondo flight previsto in autunno, ed è pianificata internamente su La7, i quotidiani Gazzetta dello Sport e Corriere della Sera, oltre che sui canali social dei due brand per poter raggiungere target differenziati e allargati a

un bacino di potenziali clienti su scala nazionale. Lo spot, in formato 15" 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**. La campagna, che si sviluppa sul concept "Our Power, Your Passion" verrà veicolata anche su Facebook e Instagram per invitare hobbisti e professionisti del verde a scoprire le nuove promozioni di primavera.

Il commento

"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", conclude Masini.