

GDO WEEK

02-2019

12 febbraio

GDO WEEK 2020 - Settimanale - New Business Media s.r.l. - via Eritrea, 21 - 20157 MILANO
ISSN 1123-7260 - Poste Italiane S.p.A.



**Retail e
tecnologia:
le tendenze
che cambiano
gli store**

**IL FUTURO
È GIÀ QUI!**

RETAIL&RETAIL

Gruppo V&G e Metro Italia
insieme per il mercato
dei consumi fuori casa

Paq. 14

RETAIL&RETAIL

Mdd: sempre più strategica
e sostenibile. Da Marca 2020
i risultati e le novità

Paq. 16



melting pot

 EuroShop  VISIT US
HALL 16

Dolci Preziosi lancia l'uovo Plastic Free



ALDO TOLLEMETO
DIR COMM. E MKTG
DI CEREALITALIA

Il progetto con l'appoggio di Legambiente intercetta i target attenti alla sostenibilità

Elena Giordano

È previsto per marzo l'arrivo a scaffale del primo uovo plastic-free di **Dolci Preziosi (marchio di Cerealitalia)** a sostegno della campagna **TartaLove di Legambiente**. L'uovo di cioccolato fondente **Utz** (da cacao sostenibile), da 320 g, è avvolto in una pellicola plastic-free in Pla (materiale biodegradabile di derivazione vegetale) e protetto da una scatola in cartone, con una sorpresa in cartoncino.

La campagna TartaLove di Legambiente intende proteggere la conservazione della tartaruga marina **Caretta Caretta**, a rischio estinzione, tra le altre cause, anche per la presenza della plastica nei mari, che può essere ingerita dagli animali e causarne la morte. "Il progetto -spiega **Aldo Tollemeto, direttore commerciale e marketing di Cerealitalia**- nasce da una comunione di intenti con Legambiente: pensando all'impatto ambientale delle plastiche, è stato immediato il collegamento con l'ambiente marino e con l'emergenza rilevata in meri-

to alla tartaruga **Caretta Caretta** e la conseguente idea di un uovo completamente senza plastica". Il consumatore che acquista l'uovo plastic free di Dolci Preziosi contribuisce all'adozione simbolica di una tartaruga: Legambiente utilizzerà i fondi ricevuti in **attività dedicate alla conservazione della specie** (sostegno alle spese vive dei centri di recupero, acquisto di medicine, interventi veterinari, attività di monitoraggio dei nidi...).

Le uova TartaLove e la collaborazione con Legambiente saranno supportate da operazioni di marketing e comunicazione cross-canale, per intercettare sia il trade che i consumatori finali. Ampio spazio verrà riservato alle piattaforme digital.

Il marchio Dolci Preziosi è principalmente rivolto ai bambini e propone uova di Pasqua con i personaggi più amati dai più piccoli, come **L.O.L. e Gormiti**.

"Questo progetto -prosegue Tollemeto- nasce dal desiderio di abbracciare un pubblico più ampio, che includa gli adulti sensibili alle tematiche ambientali che abbiano il piacere di condividere l'esperienza di gioco con i propri figli. Abbiamo scelto, infatti, di inserire all'interno dell'uovo delle tartarughe origami 3D in cartotecnica da costruire, per rendere l'esperienza Dolci Preziosi un momento di condivisione e di apprendimento".



PASQUA 2020

Oltre all'uovo **TartaLove-Plastic Free**, quest'anno **Dolci Preziosi** lancia la gamma di uova di cioccolato al latte **Baby Shark** (in tre formati: 40 g, 150 g e 280 g) dedicate all'omonima canzone, la **Baby Shark Dance**, molto popolare tra i bambini e non solo (il video ufficiale è tra i 10 più visti di sempre sul canale YouTube, con oltre quattro miliardi di visualizzazioni). La campagna pasquale di quest'anno prevede anche le seguenti licenze: **L.O.L., Gormiti, Tartarughe Ninja, Poopsie, LaSabri, Miracle Tunes, Ducati e Lamborghini**.