



Parmacotto lancia la linea Perfecto con Max Information

18/5/2009

La nuova gamma è composta da prosciutto cotto con solo lo 0,5% di sale, fesa di tacchino e petto di pollo con ridotto contenuto di grassi. Il piano di comunicazione prevede un'attività di 'in-store promotion' con degustazione di prodotto nel mese di giugno, una campagna stampa sulle principali testate trade e una campagna advertising a mezzo web.



Dopo l'esordio del prosciutto cotto con un ridotto contenuto di sale firmato **Parmacotto**, il Gruppo sviluppa e amplia la gamma di **Perfecto** con nuovi prodotti.

La nuova gamma Perfecto è composta da Prosciutto cotto con solo lo 0,5% di sale. Si tratta del prosciutto cotto con la percentuale di sale più bassa presente ad oggi sul mercato dei salumi ed è disponibile come prodotto intero per il banco taglio e in vaschetta da 100 grammi per il libero servizio.

Fesa di tacchino e Petto di pollo con ridotto contenuto di grassi. Il tacchino contiene solo l'1% di grassi pari all'1,4% del fabbisogno giornaliero raccomandato mentre il pollo contiene l'1,5% di grassi pari al 2% del fabbisogno giornaliero. Entrambe le linee sono disponibili in vaschetta per il libero servizio, in confezioni da 100 grammi.

Il pay off della gamma cita 'Vivere con più leggerezza'. L'insight del claim evidenzia e sottolinea come i plus dei prodotti Perfecto possano contribuire a migliorare la qualità di vita attraverso alimenti positivi sotto il profilo nutrizionale.

L'intera gamma Perfecto, disponibile sul mercato a partire dal mese di maggio, sarà supportata da un piano di comunicazione che comprende un'attività di 'in-store promotion' con degustazione di prodotto, una campagna stampa pianificata sui periodici femminili del **Gruppo Mondadori** e sulle principali testate trade e una campagna advertising a mezzo web.

Inoltre, sono previsti nuovi contenuti per il sito www.perfecto-parmacotto.com che, oltre ad alcune pagine riservate alle referenze della gamma e alle loro caratteristiche nutrizionali, conterrà una sezione in cui gli utenti, grazie ad un test, potranno trovare suggerimenti e consigli in linea con il proprio stile di vita.

La creatività della campagna stampa trade è dell'agenzia **Max Information**. Per la campagna web la pianificazione è stata affidata a **DMC** e lo sviluppo e la grafica a **FULLSIX**.

DV