

La Gioiosa lancia la nuova campagna di comunicazione: l'Italia che piace al mondo

scritto da Redazione Wine Meridian | 21 Marzo 2024



"L'Italia che piace al mondo" è la nuova campagna di comunicazione multicanale lanciata da La Gioiosa, brand della cantina vitivinicola Villa Sandi, che si racconta per la prima volta attraverso un progetto ad ampio respiro con l'utilizzo di un mix di media tradizionali e digitali.

Obiettivo dell'iniziativa continuare a valorizzare l'identità di un marchio sinonimo di qualità e affidabilità, da decenni rivolto ad un consumatore amante della tradizione ma con uno sguardo rivolto al piacere della condivisione e alle occasioni di consumo dei tempi moderni. Pioniere nell'export di Prosecco

prima in Europa e poi nel mondo intero, **La Gioiosa** è oggi tra i brand più diffusi a livello internazionale.

“È per noi un'iniziativa senza precedenti – spiega il Presidente **Giancarlo Moretti Polegato** – intrapresa per consolidare e veicolare ulteriormente il nostro posizionamento nel mercato italiano e continuare a valorizzare un marchio conosciuto in tutto il mondo”.

In comunicazione fino al 31 marzo, le bollicine La Gioiosa saranno **on air** con uno spot tv sui principali canali RAI e su Radio Italia, con l'obiettivo di aumentare la brand awareness e raggiungere un'audience sempre più ampia ed eterogenea. Diversi i passaggi previsti in prime time su alcune reti e con spot da 15'' a cui si aggiungono sponsorizzazioni billboard.

Il piano media prevede inoltre un'ampia copertura stampa nazionale con piani pubblicitari su Gedi Gruppo Editoriale e una campagna social sui canali Facebook e Instagram, con uno storytelling dedicato alla bellezza e ai valori del brand. A completamento del progetto, la realizzazione di una **nuova immagine digitale** declinata in un sito web dal design innovativo, che permette di comunicare la storia di un marchio e di un prodotto senza confini.

Protagonista dello spot il Prosecco La Gioiosa, capace di dare vita a un'esperienza coinvolgente e unica coniugando territorio, convivialità e stile di vita italiano. A veicolare il messaggio è una giovane attrice originaria della Marca, già nota al piccolo schermo per il suo ruolo in una fiction RAI di successo, che in sella alla bicicletta conduce alla scoperta degli scorci più suggestivi della città di Treviso, definita da poeti e scrittori “la marca Gioiosa et Amorosa”. Da qui prende nome il brand della famiglia Moretti Polegato, un inno alla gioia di vivere e condividere assaporando appieno ogni singolo istante.

Giancarlo Moretti Polegato ha aggiunto: "La campagna di comunicazione in corso è senza precedenti. Un'iniziativa che abbiamo intrapreso per consolidare ulteriormente il nostro posizionamento nel mercato italiano, che si conferma essere già forte ma con grandi e sempre nuove opportunità di crescita. La Gioiosa è un marchio dalla forte vocazione internazionale, i suoi vini sono molto apprezzati a livello globale. Questo ci consente di continuare a valorizzare con successo l'identità di un territorio capace di sorprendere, il cui saper fare si conferma veicolo di promozione nel mondo."