

DI QUANTA POTENZA HAI BISOGNO PER VOLARE? FASTWEB

MK

GRUPPO EDITORIALE MEDIA KEY

You  
Tube

v

t

Login

[Home](#) [Testate](#) [News](#) [Awards](#) [Video](#) [Operatori](#) [Shop](#) [Il Gruppo](#) [Contatti](#) [Area Utenti](#)[Job opportunities](#)

Leggi news

[mediakey.tv](#) » [News](#) » [Leggi news](#)

- ▶ Newsletter
- ▶ Archivio News

## F.lli Polli è on air su Radio 105 con il nuovo spot dedicato alle olive



F.lli Polli, storica azienda italiana specializzata nella produzione di conserve vegetali, torna protagonista del mondo della comunicazione di massa e lo fa scegliendo l'efficacia della radio. Per 5 settimane (la campagna terminerà il 24 luglio), è infatti on air su Radio 105 il nuovo spot di 20" dedicato a un evergreen della produzione dell'azienda toscana: le olive in vaschetta. La campagna

prevede 5 spot giornalieri, da lunedì a venerdì, per un totale di 115 passaggi, con una presenza già nell'importante fascia del drive time della mattina.

Lo spot, creato da Walk In - Agenzia di Comunicazione di Roma, presenta due soggetti a rotazione alternata, ognuno dei quali suggerisce una ricetta da realizzare con le olive Polli.

Di fronte a un frigorifero sguarnito e poco invitante, la voce protagonista annuncia di voler 'giocare il jolly': è allora che la prospettiva di una cena noiosa si trasforma nella facilità di creare ricette golose, senza sforzo e utilizzando ciò che si ha a disposizione, semplicemente aggiungendo ad ogni preparazione le olive Polli.

Il jingle 'Olive Polli, della cucina il Jolly' veicola il messaggio principale dell'intera campagna: la versatilità e la facilità d'impiego di questi prodotti fanno delle olive Polli l'elemento che non deve mai mancare nelle dispense perché, in modo semplice e veloce, regalano personalità ad ogni piatto.

Il codino dello spot è dedicato alle "Subito Pronte", olive italiane già sgocciolate e proposte in vaschetta richiudibile, l'ultima novità della famiglia delle olive targata Polli.

Con la campagna radiofonica programmata su radio 105 l'azienda intende raggiungere un pubblico giovane, intercettando le più attuali esigenze di consumo legate principalmente al desiderio di risparmiare tempo in cucina, senza però rinunciare a gusto, qualità e personalità.

08/07/2019 | Comunicazione