

Al via gli spot che accompagneranno gli italiani per tutta l'estate, promuovendo fino a settembre Condisano

Da "Porta a Porta" ai social: la campagna di comunicazione degli Oleifici Mataluni

Lo spot presenterà, per la prima volta al grande pubblico, l'olio italiano con la vitamina D in un packaging innovativo - più leggero e pratico del vetro, e 100% riciclabile - realizzato dal Centro di ricerca di Montesarchio



Il nuovo olio con la vitamina D firmato dal marchio Dante ed ideato dal Centro di ricerca sannita

Entra nel vivo la nuova campagna di comunicazione **degli Oleifici Mataluni** - il complesso agroindustriale oleario che raggruppa 23 brand tra cui Olio Dante, Olita, Topazio, OiO e Vero - con una pianificazione tv e stampa sulle più importanti testate specializzate.

Dopo l'anteprima di venerdì scorso, infatti, da stasera andranno in onda gli spot che accompagneranno gli italiani per tutta l'estate, promuovendo fino a settembre Condisano, il nuovo olio con la vitamina D firmato dal marchio **Dante** ed ideato dal Centro di ricerca sannita, in collaborazione con il Dipartimento di Endocrinologia e Oncologia Molecolare e Clinica, e con il Dipartimento di Scienza degli Alimenti dell'Università di Napoli "Federico II".

In totale, previsti 110 passaggi televisivi in prima serata su Rai1, posizionati in apertura e in chiusura di film, fiction e documentari, compresi i due speciali di Porta a Porta in onda il 4 e 11 luglio.

*«Il ritorno in comunicazione di Olio Dante, marchio storico nel panorama delle aziende italiane, con un nuovo prodotto - spiega **Aldo Reali**, Amministratore Delegato di Sipra - e la scelta di rinnovare una partnership con Sipra è per noi motivo di grande soddisfazione e la prova che la qualità paga sempre ed è garanzia certa di successo e di durata, come la storia di Olio Dante dimostra».*

Lo spot presenterà, per la prima volta al grande pubblico, l'olio italiano con la vitamina D in un packaging innovativo - più leggero e pratico del vetro, e 100% riciclabile - realizzato dal Centro di ricerca degli Oleifici Mataluni di Montesarchio (Benevento).

«Dante è stato tra i primi prodotti ad investire in pubblicità - afferma **Antonello De Nicola**, Responsabile Comunicazione Oleifici Mataluni - e a promuovere raccolte a punti e ricettari per i consumatori. Risale al 1933 la pubblicità su Le Vie d'Italia, storica rivista del Touring Club Italiano, ma già all'inizio del secolo venivano distribuiti in America volantini pubblicitari.

L'avvento della televisione ha segnato anche il debutto nel Carosello del cuoco sopraffino **Peppino De Filippo**, datato 1959, e l'inizio di un lungo sodalizio con la Rai che dura da oltre 50anni. Basti pensare che Olio Dante è stato anche il primo prodotto alimentare ad essere protagonista nel 2010 di un product placement in una trasmissione Rai, esordendo a La Prova del Cuoco sei mesi dopo l'introduzione in Italia della normativa che regolarizza il product placement televisivo.

Nell'immaginario collettivo, però, è rimasto soprattutto il ricordo delle telepromozioni condotte da **Pippo Baudo** nel corso di Domenica In».

La regia degli spot è stata affidata a **Gianni Luciano**, in collaborazione con l'Art Director **Giovanni Madonna** che nel 2009 ha lanciato anche l'olio "100% Italiano", che ha prodotto e realizzato gli spot con la colonna sonora originale di **Angelo Cioffi** e la voce speaker di **Mimmo Strati**.

Il piano media 2012, dunque, si arricchisce ulteriormente dopo la campagna stampa iniziata ad aprile e declinata su 22 diverse testate, edite dalle più importanti concessionarie italiane: Mondadori, Rcs, Cairo, Manzoni, Hearst e Universo Pubblicità.

Il lancio di Condisano continua anche sul web con il nuovo sito www.condisano.com, la pagina Facebook dedicata alla vitamina D ed i contenuti on air sul canale YouTube degli Oleifici Mataluni.

*Da stasera a domenica, puoi guardare il nuovo spot di Olio Dante Condisano alle ore 21,15 e alle ore 23, in apertura e in chiusura del programma in prima serata su Rai1.