



Pizzardi Editore affida il budget da 2 milioni a Flag Media, che pianifica la nuova campagna tv per l'album di Amici Cucciolotti

17

Incarichi Pizzardi Editore affida il budget da 2 milioni a Flag Media, che pianifica la nuova campagna tv per l'album di Amici Cucciolotti

La creatività è stata sviluppata internamente mentre la strategia media e il planning sono ora a cura della centrale di cui è partner Vita Piccinini, che è subentrata a Starcom

Pizzardi Editore lancia un nuovo album della collezione Amici Cucciolotti, raccolta di figurine, rivolta ai bambini che amano gli animali e la natura. Nata dall'estro di Dario Pizzardi e della sua squadra, la nuova collezione è, ancora una volta, ricca di tante sorprese che i bambini apprezzeranno divertendosi e scoprendo giorno dopo giorno un sacco di curiosità sugli animali e sul pianeta. L'album Amici Cucciolotti 2022 è un viaggio alla scoperta delle creature più belle e speciali del pianeta. Anche quest'anno, poi, completando la collezione si contribuirà a realizzare grandi iniziative a favore degli anima-

li, dell'ambiente e dei bambini, in collaborazione con l'Ente Nazionale Protezione Animali, i Plastic Busters dell'Università di Siena e la Fondazione Abio al fianco dei bambini in ospedale. La collezione, composta da 468 figurine e 72 cards è pertanto un percorso di apprendimento, divertimento e meraviglia ma anche una bella occasione per far del bene.

Il lancio del nuovo album sarà sostenuto da una piattaforma di comunicazione molto articolata che prevede una massiccia campagna tv sulle principali reti rivolte ai bambini, integrata da una presenza importante sull'estensione online degli stessi canali, per massimizzare i livelli di copertura del target bambini ed al tempo stesso generare maggior frequenza verso chi fruisce dei suoi contenuti preferiti attraverso altre piattaforme. L'attività mirata ai contenuti dedicati ai bambini permette anche di creare un contatto di valore con i ge-



nitori che spesso fruiscono della tv insieme ai loro figli. La creatività è stata sviluppata internamente mentre la strategia media e il planning sono ora a cura di Flag, che è subentrata in forma diretta a Starcom, dopo l'uscita di Vita Piccinini, che ora opera con gli altri due soci della sigla, Riccardo Bandera ed Elisabetta Scarpelli. Il budget è stimabile in oltre 2 milioni di euro, che è lo spending di Pizzardi a regime. "Gli Amici Cucciolotti non cambiano mai

squadra, così recita da sempre uno slogan nelle nostre edizioni, è soprattutto per questo motivo che seguo l'amica Vita Piccinini ovunque lei vada – dichiara Dario Pizzardi -. Lei è una grande professionista e una cucciolotta vera che siamo contenti di aver ritrovato". Vita Piccinini, partner di Flag, conferma: "Sono orgogliosa di poter nuovamente lavorare con Pizzardi e sostenere il progetto 2022. Pizzardi è un leader indiscusso, molto attento al modo di interfacciarsi con il suo pubblico che di anno in anno gli rinnova fiducia ed apprezzamento. Gli Amici Cucciolotti sono infatti molto di più di una semplice raccolta di figurine; l'essenza del progetto racchiude gioia, divertimento e crescita per i nostri bambini, non solo dal punto di vista culturale, ma anche e soprattutto della sensibilità verso gli animali e le persone meno fortunate. Ed è per questo che noi di Flag siamo felici di poter dare il nostro contributo al successo di questa iniziativa".