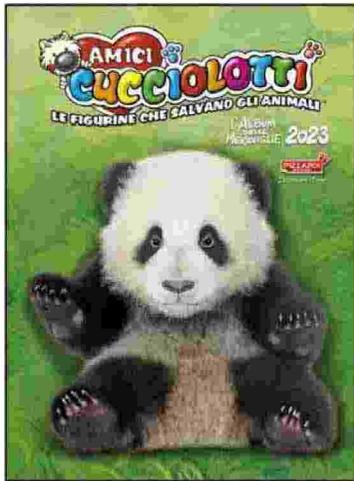


A sostegno della fase di lancio, in concomitanza con la distribuzione degli album in prossimità delle scuole, è prevista un'attività radiofonica a livello nazionale



È uscito il nuovo album di figurine **Amici Cucciolotti** 2023 della **Pizzardi Editore**, ultima edizione della storica collezione evergreen

Adv La tv con Flag Media è il mezzo portante della campagna di **Amici Cucciolotti 2023** della **Pizzardi Editore**

che ormai dal 2007 affascina ogni anno i "bambini da 0 a 100 anni in su" presentando loro le curiosità e le meraviglie sulla natura e coinvolgendoli in solidali iniziative a favore degli animali, dell'ambiente e delle persone più fragili. Il gioco trazionale del collezionare le figurine diventa così l'occasione per trascorrere del tempo insieme divertendosi in famiglia e con gli amici, imparando a conoscere meglio la natura e gli animali e contribuendo a portare a termine le Missioni Possibili che rendono il mondo più cucciolotto. L'album Amici Cucciolotti 2023 invita tutti i collezionisti a partecipare a un avventuroso ed entusiasmante viaggio nello spazio e nel tempo, insieme agli Amici Nasoni, che porterà a scoprire gli animali più affascinanti che vivono nei vari continenti e quelli che

vivevano negli stessi luoghi nelle epoche preistoriche. Non mancano le pagine ludiche ed emozionanti, gli Allegrotti, i Quizzolotti e i Curiosotti, che rendono questo album unico e soprattutto adatto a ogni età. In edicola si può scegliere tra l'album classico, in regalo acquistando la prima bustina, o lo Speciale AlbumLibro, in regalo acquistando la confezione con 8 bustine per riempire di cibo la prima ciotola. La collezione 2023 è composta da 468 figurine e 72 cards.

La comunicazione

La tv sarà il mezzo portante della strategia 2023, pensata per presidiare il target Kids, ma anche per creare un contatto di valore con le famiglie, attraverso una pianificazione allargata alla tv generalista. A sostegno della fase di lancio, in concomitanza con

la distribuzione degli album in prossimità delle scuole, è prevista un'attività radiofonica a livello nazionale. La strategia di comunicazione e la sua attivazione sono gestite da Flag Media, sotto la regia di Vita Piccinini. La creatività della campagna è gestita internamente dalla redazione di **Pizzardi**. "Lavorare per **Pizzardi Editore** è sempre molto stimolante. Il prodotto, di grande qualità grafica e di contenuti ad alto valore educativo, è venuto ad un prezzo molto competitivo per garantire alle famiglie l'accessibilità al prodotto e la copiosa partecipazione alle iniziative benefiche. Il nostro ruolo di consulenti è quello di disegnare e attivare una strategia di comunicazione efficace per garantire i migliori risultati e la massima efficienza, con un approccio selettivo e di qualità al planning", dichiara Vita Piccinini.