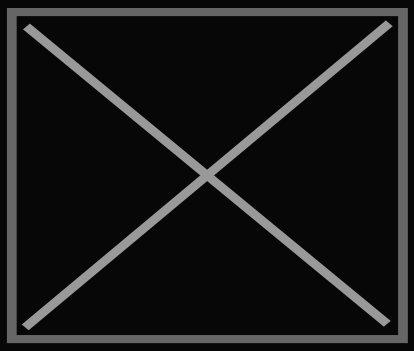
Parte la nuova campagna Birra Peroni ChiAma l’Italia

logo-383cb91b

Con la campagna di storytelling «Birra Peroni ChiAma l’Italia» l’azienda rende omaggio al suo rapporto con l’Italia, una storia d’amore che da oltre 170 anni è parte integrante della vita economica e sociale del nostro Paese. La campagna si articola in un tour su diverse tappe, per scoprire città, luoghi, eventi e tradizioni legate all’azienda e ai territori in cui opera, comunicare l’amore con i diversi territori e il contributo che l’azienda quotidianamente dà alla crescita e allo sviluppo delle comunità locali. Tutto sotto il cappello della campagna «Birra Peroni ChiAma l’Italia» giocando sulla doppia lettura «Chiama» e «ChiAma».

“Parlare di amore è forte, sì, ma è anche vero.” – afferma **Federico Sannella**, Direttore Relazioni Esterne Birra Peroni – *“Perché noi abbiamo a cuore l’Italia e gli italiani, che ci sentiamo in dovere di ‘chiamare’ per celebrare il nostro Paese e tutta la strada che abbiamo fatto fino adesso, insieme, tra passato presente e futuro”.*



[caption id="attachment_152487" align="alignright" width="208"]

Tommaso Stefani - NIMAI[/caption]

“Oggi, la comunicazione corporate innovativa non si rivolge solo a stakeholder, media e interlocutori istituzionali” – racconta **Tommaso Stefani,** co-founder e partner di NIMAI – *“ma allarga le audience in target fino a coinvolgere i consumatori finali, attraverso una piattaforma di storytelling a loro familiare, fatta di territorio, valori e persone”.*

Il filo rosso di questo viaggio, attraverso la bellezza delle città e dei territori italiani,sono infatti le persone e le loro storie, la loro capacità di rappresentare una comunità e costruire un racconto, quello di Birra Peroni, fatto di passione, talento, innovazione, qualità e sostenibilità.

Nimai, agenzia di marketing specializzata nella progettazione di strategie e contenuti cross-media, ha accompagnato il brand dall'ideazione alla realizzazione della campagna. #ChiAmalItalia è l'hashtag che raccoglie tutti i contenuti, dai video di lancio alla landing page sul sito corporate, hub per le tappe del tour, fino ai social aziendali: LinkedIn, Twitter e la nuova pagina Facebook dedicata. Interviste, racconti, video e gallerie fotografiche si alternano quindi sui diversi canali, raccontando un viaggio che vede diverse incursioni e collaborazioni con i brand che fanno parte di Birra Peroni: dai brand locali Dormisch e Itala Pilsen alle icone del Made in Italy Peroni e Nastro Azzurro.