Ismea by White, 45 influencer per la campagna #unaseriedisapori

ismea-b106e8ad

Ismea (Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare) a seguito di una gara pubblica ha scelto **White Marketing and Communication** per un'attività di influencer marketing volta a supportare la campagna di comunicazione su latte e prodotti lattiero-caseari di qualità "**Una serie di sapori**".

Il dream team, composto da **45 influencer** selezionati da White, spaziava fra diversi settori: Lifestyle, Food, Travel, Family coinvolgendo il mondo dei teenagers, delle mamme e degli appassionati di cucina.

Ogni influencer si è impegnato a far risaltare la ricchezza di sapori che offre il nostro paese in ambito lattiero caseario promuovendo un formaggio Igp o Dop delle differenti Regioni italiane creando 45 gustosi contenuti foto – video e ricette tutti pubblicati su Instagram accompagnati dall'hashtag #unaseriedisapori.

"Siamo molto soddisfatti di aver collaborato per la prima volta con un soggetto pubblico – afferma **Corrado de Luca**, co-founder White – che si dimostra al passo coi tempi inserendo nel proprio marketing mix la leva dell'influencer marketing, che meglio di altre può andare a toccare target giovani, principali destinatari della campagna".

La campagna di comunicazione "Una Serie di sapori" è stata un vero e proprio viaggio alla riscoperta dei sapori caratteristici dell'Italia che veicolava le community online al sito www.unaseriedisapori.it parte integrante di questa attività di promozione e comunicazione su latte fresco e formaggi di qualità intrapresa dal Ministero delle politiche agricole alimentari e forestali in collaborazione con l'Ismea.

La campagna invita alla scoperta del vasto patrimonio lattiero caseario del nostro Paese, in un percorso che vuole dare evidenza della sua ricchezza, della sua varietà ma anche delle curiosità e dell'impegno quotidiano dei tanti produttori che ogni giorno si adoperano per far giungere sulle nostre

tavole prodotti di altissima qualità.

Il piano di comunicazione a supporto, partito a ottobre e terminato a fine 2019, ha previsto inoltre una serie di azioni crossmediali (webserie, spot, social media marketing, ecc.) che hanno concorso alla diffusione più ampia possibile dei contenuti presso il pubblico.

CREDIT:
Vittoria Bertoni – Head of Digital White
Angelica Palesi – Social Media Manager White
Alberica Savoldi – Junior Social Media Manager White