Doppio oro per la campagna S.Pellegrino #SupportRestaurants

copia-di-yam112003-sp-manifesto-ita-08-44bedc17

La campagna di comunicazione #SupportRestaurants creata da YAM112003 per S.Pellegrino conquista la giuria del Premio L'Italia che Comunica 2020 aggiudicandosi ben 2 ori nelle categorie "L'Italia che comunica con il Digital" e "L'Italia che comunica con la Comunicazione Integrata". Il premio è un riconoscimento alla creatività, alla strategia e ai risultati delle migliori campagne delle agenzie Italiane che si assicurano così la partecipazione al prestigioso premio internazionale IMC Awards.

La campagna #SupportRestaurants è stata lanciata a giugno 2020, con l'obiettivo di supportare, in un periodo di grande incertezza, il mondo della ristorazione duramente colpito a causa della drammatica serie di restrizioni e lockdown.

Stefano Marini, A.D. del Gruppo Sanpellegrino, ha sottolineato il forte impegno del brand da sempre partner dei professionisti della gastronomia e il valore di un progetto di comunicazione di respiro internazionale: *"La campagna #SupportRestaurants ha dato impulso a un piano di mobilitazione su scala globale per sostenere la fase di riapertura dei locali e favorire la rapida ripresa del settore. S.Pellegrino ha promosso così un'autentica ed efficace call to action, rivolta a tutti coloro che avrebbero potuto essere parte attiva di un movimento sviluppato allo scopo di ridare energia al settore della ristorazione. L'impegno è stato profuso in più di una direzione mettendo in campo iniziative e interventi concreti sul territorio e nei 150 Paesi in cui è diffusa S.Pellegrino".*

La campagna ha coinvolto le properties ufficiali del brand attraverso la condivisione di un video manifesto che ha fatto il giro del mondo e ha previsto contemporaneamente un'importante declinazione del messaggio sulla stampa. Il Chief Creative Officer & Founder di YAM112003 **Elena Bianchi** ha così commentato l'attribuzione dei due riconoscimenti: *"Il successo della campagna è il frutto del rispetto autentico che condividiamo con il team di S.Pellegrino per il mondo del cibo e della ristorazione in tutte le sue espressioni. Il coinvolgimento è stato totale considerando il respiro*

internazionale del progetto e la responsabilità di veicolare un messaggio importante che potesse contribuire a infondere fiducia e positività in un momento di grande difficoltà".

La campagna #SupportRestaurants si è subito distinta per la capacità di creare immediata empatia ed engagement coinvolgendo la community digitale e creando grande interesse da parte dei media che hanno apprezzato la novità del messaggio e l'impegno autentico del brand, amplificando la portata del progetto di comunicazione. Gli importanti risultati raggiunti dalla campagna testimoniano il successo dell'iniziativa. Il perdurare di un contesto difficile per il mondo della ristorazione,come appare evidente anche nei primi mesi del nuovo anno, sta facendo riflettere S.Pellegrino sull'opportunità di dare nuovo impulso al progetto #SupportRestaurants lavorando allo sviluppo di una nuova fase e all'evoluzione del messaggio con l'intento di continuare a mantenere più viva e forte che mai la relazione fra i talenti della ristorazione e la comunità degli appassionati.